

**TRANSFORMACJA
WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARKI
JAKO PRZEDMIOT
BADAŃ EKONOMICZNYCH**

Studia Ekonomiczne

ZESZYTY NAUKOWE

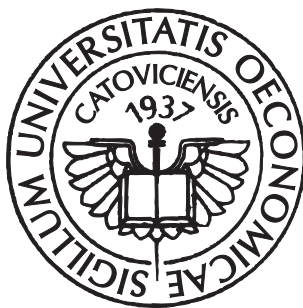
WYDZIAŁOWE

UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO

W KATOWICACH

**TRANSFORMACJA
WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARKI
JAKO PRZEDMIOT
BADAŃ EKONOMICZNYCH**

**Redaktor naukowy
Barbara Kos**



Katowice 2013

Komitet Redakcyjny

Krystyna Lisiecka (przewodnicząca), Anna Lebda-Wyborna (sekretarz),
Florian Kuźnik, Maria Michałowska, Antoni Niederliński, Irena Pyka,
Stanisław Swadźba, Tadeusz Trzaskalik, Janusz Wywiół, Teresa Żabińska

Komitet Redakcyjny Wydziału Ekonomii

Stanisław Swadźba (redaktor naczelny), Magdalena Tusińska (sekretarz),
Teresa Kraśnicka, Maria Michałowska, Celina Olszak

Rada Programowa

Lorenzo Fattorini, Mario Glowik, Gwo-Hsiung Tzeng,
Zdeněk Mikoláš, Marian Noga, Bronisław Micherda, Miloš Král

Redaktor

Jadwiga Popławska-Mszyca

Skład tekstu

Urszula Grendys

© Copyright by Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego
w Katowicach 2013

ISSN 2083-8611

Wersją pierwotną „Studiów Ekonomicznych” jest wersja papierowa

Wszelkie prawa zastrzeżone. Każda reprodukcja lub adaptacja całości
bądź części niniejszej publikacji, niezależnie od zastosowanej
techniki reprodukcji, wymaga pisemnej zgody Wydawcy

WYDAWNICTWO UNIwersytetu Ekonomicznego w Katowicach

ul. 1 Maja 50, 40-287 Katowice, tel.: +48 32 257-76-35, faks: +48 32 257-76-43
www.wydawnictwo.ue.katowice.pl e-mail: wydawnictwo@ue.katowice.pl

SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
Marcin Baron, Artur Ochojski	
POTENCJAŁ WSPÓŁPRACY TRANSGRANICZNEJ – DIAGNOZA I REKOMENDACJE	11
Summary	35
Tomasz Bartuś	
WDRAŻANIE SYSTEMÓW ZARZĄDZANIA RELACJAMI Z KLIENTAMI W ORGANIZACJACH	37
Summary	46
Kornelia Batko, Grażyna Billewicz	
E-USŁUGI W BIZNESIE I ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ	47
Summary	63
Katarzyna Czech	
POZYCJA KONKURENCYJNA GOSPODARKI A REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH WSKAŹNIKÓW W KRAJACH UNII EUROPEJSKIEJ	65
Summary	76
Monika Hadaś-Dyduch	
WSPÓŁCZESNE FORMY GOSPODAROWANIA KAPITAŁEM WOBEK EKONOMICZNYCH ZJAWISK KRYZYSOWYCH	77
Summary	86
Małgorzata Fronczek	
NIEMCY JAKO PARTNER HANDLOWY POLSKI W LATACH 1995-2010	87
Summary	101

Arkadiusz Halama	
OCENA EFEKTYWNOŚCI EKONOMICZNEJ ZBIORNIKA RETENCYJNEGO „SŁUPSKO”	103
Summary	111
Magdalena Jaciow	
POLSKI SKLEPY INTERNETOWE NA RYNKU EUROPEJSKIM.....	113
Summary	128
Karolina Lubieniecka-Kocoń	
SPOŁECZNO-EKONOMICZNY WYMIAR ZMIAN WYWOŁANYCH REALIZACJĄ PROGRAMU TEN-T W POLSCE.....	129
Summary	138
Paweł Kocoń	
UKRYTE PROGRAMY JAKO ELEMENT KULTURY ORGANIZACYJNEJ.....	139
Summary	148
Barbara Kos	
KIERUNKI POPRAWY EFEKTYWNOŚCI ZARZĄDZANIA SIECIĄ DROGOWĄ W POLSCE	149
Summary	163
Teresa Kraśnicka	
INNOWACYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW – UWARUNKOWANIA ORGANIZACYJNE.....	165
Summary	179
Dominika Bochańczyk-Kupka	
ROLA PAŃSTWA W GOSPODARCE WSPÓŁCZESNEJ JAPONII	181
Summary	192
Anna Lipka, Alicja Winnicka-Wejs	
DYNAMIKA LOJALNOŚCI PRACOWNIKÓW A DEPRECJACJA KAPITAŁU LUDZKIEGO ORGANIZACJI	193
Summary	208
Grzegorz Maciejewski	
GOSPODARSTWA DOMOWE W EPOCE POSTMODERNIZMU	209
Summary	217

Anita Mutwil

STRUKTURA PRZEWÓZÓW TOWAROWYCH A TURBULENTNE OTOCZENIE

FIRMY KOLEJOWEJ 219

Summary 229

Celina M. Olszak

ORGANIZACJA OPARTA NA BUSINESS INTELLIGENCE – WYBRANE WYNIKI

BADAŃ EMPIRYCZNYCH 231

Summary 244

Iwona Pawlas

SPOŁECZNO-EKONOMICZNY ROZWÓJ KRAJÓW ASEAN+3 – ANALIZA

PORÓWNAWCZA..... 245

Summary 256

Sylvia Słupik

STRATEGIA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W DZIAŁALNOŚCI

PRZEDSIĘBIORSTW ENERGETYCZNYCH W POLSCE 257

Summary 265

Agnieszka Sobol

DESIGN W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ W KONTEKŚCIE ZRÓWNOWAŻONEGO

ROZWOJU 267

Summary 277

Ewa Stachura

WPLYW PROCESU TRANSFORMACJI NA KSZTAŁTOWANIE ŚRODOWISKA

MIESZKANIOWEGO W POLSCE..... 279

Summary 288

WSTĘP

Wydział Ekonomii tworzy 14 katedr, których działalność naukowo-badawcza koncentruje się wokół problemów teoretycznych i praktycznych w zakresie ekonomii i zarządzania. Realizowane zadania badawcze powiązane są z kierunkami i specjalnościami kształcenia na Wydziale. W badaniach tych dominuje problematyka procesów społeczno-gospodarczych krajowych i międzynarodowych, szeroko rozumianych przemian globalizacyjnych na świecie, zrównoważonego rozwoju na poziomie przedsiębiorstwa, samorządu gminnego, regionalnego i kraju, technologii informatycznych, a zwłaszcza technologii internetowych, ekonomicznych problemów funkcjonowania i rozwoju współczesnego transportu, wpływu procesów demograficznych na rynki społeczno-gospodarcze, ewaluacji przedsiębiorczości i konkurencyjności regionu, zmian przestrzennych i funkcji małych miast w obszarach metropolitalnych w okresie transformacji, aspektów teoretycznych i praktycznych zarządzania publicznego w koncepcji rozwoju społecznego. Badania interdyscyplinarne, łączące dorobek dyscypliny ekonomii z naukami o zarządzaniu, to w szczególności związane z zarządzaniem strategicznym, zarządzaniem publicznym, zarządzaniem projektami, zarządzaniem usługami, zarządzaniem środowiskiem i zarządzaniem zasobami ludzkimi oraz zastosowaniem informatycznych narzędzi wspomagających zarządzanie. Mają one istotne znaczenie z punktu widzenia gospodarczego, społecznego i edukacyjnego, dotyczą bowiem aktualnych przemian i procesów, często jeszcze mało rozpoznanych i zbadanych.

„Studia Ekonomiczne” 136 to zbiór dwudziestu jeden artykułów obejmujących problematykę wybranych obszarów badawczych pracowników Wydziału Ekonomii. W szczególności tematyka opracowań koncentruje się wokół takich problemów, jak diagnoza potencjału współpracy transgranicznej, pozycja konkurencyjna gospodarki a realizacja celów zrównoważonego rozwoju na przykładzie wybranych wskaźników w krajach Unii Europejskiej, współpraca handlowa polsko-niemiecka, rola państwa w gospodarce współczesnej Japonii, społeczno-ekonomiczny rozwój krajów ASEAN+3 oraz współczesnych form gospodarowania kapitałem wobec ekonomicznych zjawisk kryzysowych, wdrażanie systemów zarządzania relacjami z klientami w organizacjach, innowacyjności przedsiębiorstw, dynamiki lojalności pracowników a deprecjacji kapitału

ludzkiego organizacji, strategii społecznej odpowiedzialności biznesu w działalności przedsiębiorstw. W artykułach ujęto ponadto zagadnienia związane z wpływem procesu transformacji na kształtowanie środowiska mieszkaniowego w Polsce, e-usługami w biznesie i administracji publicznej, polskimi sklepami internetowymi na rynku europejskim, kierunkami poprawy efektywności zarządzania siecią drogową w Polsce, strukturą kolejowych przewozów towarowych oraz społeczno-ekonomicznym wymiarem zmian wywołanych realizacją programu TEN-T w Polsce.

Barbara Kos

Marcin Baron
Artur Ochojski

POTENCJAŁ WSPÓŁPRACY TRANSGRANICZNEJ – DIAGNOZA I REKOMENDACJE

Wprowadzenie

Warunki prawne stworzone na poziomie Komisji Europejskiej i Parlamentu Europejskiego w związku z okresem programowania europejskiej Polityki Spójności na lata 2007-2013 otworzyły przed regionami europejskimi nową szansę instytucjonalizowania współpracy partnerskiej. Wynika ona z utworzenia instrumentu o nazwie Europejskie Ugrupowanie Współpracy Terytorialnej¹. Rozwiązanie to pozwala na stabilizowanie realizacji przedsięwzięć w obszarach przygranicznych na uzgodnionej podstawie prawa europejskiego, w zgodzie z uregulowaniami krajowymi. Wykracza to poza dotychczasową praktykę współpracy bazującej w głównej mierze na realizacji krótko- i średniookresowych projektów. Daje także możliwość nowego sposobu zarządzania środkami o charakterze pomocowym, wspierającymi działania wzdłuż granic krajów członkowskich. Mając to na uwadze, w województwie śląskim konsekwentnie podejmowane są kolejne inicjatywy zmierzające do pełniejszego umocowania współpracy na styku Polski, Czech i Słowacji². Najważniejszą z nich jest tworzenie Europejskiego Ugrupowania Współpracy Terytorialnej TRITIA łączącego województwa śląskie i opolskie oraz kraj morawsko-śląski (Czechy) i kraj żyliński (Słowacja). Tego typu działania podejmowane w sferze realnej zostały poprzedzone studium diagnostycznym prowadzonym w ramach warsztatu strategicznych badań regionalnych. Postawiono tezę, że opisywany obszar po-

¹ Zob. Rozporządzenie (WE) Nr 1082/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 5 lipca 2006 r. w sprawie europejskiego ugrupowania współpracy terytorialnej (EUWT).

² Wśród nich wskazać można m.in. realizację partnerskiego projektu 7. Programu Ramowego „Central European Research and Development Area”, w którym uczestniczył również Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. Zob. M. Baron, A. Ochojski: Kreowanie regionów wiedzy. Metodyka i praktyka – studium przypadku CERADA (środkowoeuropejskiej przestrzeni badawczo-rozwojowej). W: Transformacja gospodarki – poziom krajowy i międzynarodowy. Red. B. Kos. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2011, s. 21-33.

tencjalnego EUWT można traktować w kategoriach regionu funkcjonalnego. Za cel niniejszego artykułu uznaje się syntetyczne podsumowanie w pierwszej kolejności prac diagnostycznych towarzyszących opisanym powyżej procesom. Komplementarnym ujęciem jest podejście normatywne w ramach przedstawionego zbioru rekomendacji.

Obszar diagnozy rozumieć można dwojako; w kontekście terytorialnym i w perspektywie dziedzinowej. Układ terytorialny dotyczy województwa śląskiego oraz kraju morawsko-śląskiego. Natomiast w układzie dziedzinowym przyjęto wskazane przez władze samorządowe główne dziedziny współpracy w ramach EUWT TRITIA, tj. transport, ruch turystyczny, funkcje gospodarcze, energetykę, oraz dziedziny uzupełniające, tj. kulturę, kapitał ludzki wraz z edukacją i współpracą szkół wyższych, a także środowiska naturalne. Wybór tak rozumianego obszaru został a priori narzucony na skutek uzgodnień politycznych. Diagnozą objęto wspólne dla analizowanych regionów inicjatywy o charakterze transgranicznym oraz zasoby i rodzaje aktywności województwa śląskiego stwarzające potencjał współpracy w układzie transgranicznym³.

1. Diagnoza w dziedzinie transportu

Zagadnienia transportowe w obszarze transgranicznym dotyczą dwóch typów przedsięwzięć o różnej skali. Są nimi z jednej strony duże rozwiązania infratechniczne o znaczeniu krajowym, a jeszcze częściej europejskim, z drugiej zaś rozwiązania lokalne usprawniające mobilność społeczności w ruchu przygranicznym.

Analizowany obszar to terytorium, przez które przebiega ślad VI Europejskiego Korytarza Transportowego, łączącego Skandynawię z południem Europy. Nawiązuje on do przebiegu historycznego szlaku bursztynowego, obejmując współcześnie po stronie polskiej przede wszystkim oś linií kolejowych E65 oraz C-E65 (Gdynia/Gdańsk-Katowice-południowa granica kraju) oraz autostrady A1 (Gdańsk-Katowice-granica z Czechami). Wraz z inwestycjami drogowymi związanymi z rozbudową krajowej drogi ekspresowej S1, szlaki te objęte są w dużej mierze projektami Transeuropejskiej Sieci Transportowej TEN-T. Mając na względzie konieczność zacieśnienia współpracy pomiędzy regionami położonymi wzdłuż trasy przebiegu VI EKT, na rzecz tworzenia

³ Prace diagnostyczne realizowane były przez autorów na przełomie lat 2010/2011, w ramach projektu „Strategie systemowej współpracy instytucji publicznych kraju morawsko-śląskiego, województwa śląskiego i opolskiego” prowadzonego w ramach Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007-2013 przez władze samorządowe wymienionych regionów.

optymalnych warunków jego rozwoju, doszło w 2010 roku do podpisania listu intencyjnego pomiędzy samorządami województw: pomorskiego, kujawsko-pomorskiego, warmińsko-mazurskiego, mazowieckiego, łódzkiego, śląskiego i wielkopolskiego. Sygnatariusze listu wyrazili wolę wspólnego kreowania strefy rozwojowej korytarza równoległe z poziomem wszystkich polskich województw leżących w strefie oddziaływania. Podobnego porozumienia, zapewniającego koordynację prac na południowym pograniczu Polski, nie zidentyfikowano ani w odniesieniu do relacji z regionami czeskimi, ani słowackimi. Trzeba jednocześnie mieć świadomość istnienia konkurencyjnej koncepcji rozwoju Środkowoeuropejskiego Korytarza Transportowego (Ystad-Zagrzeb), którą lansują: Skania, województwa: zachodniopomorskie, lubuskie, dolnośląskie, kraj hradecki oraz kraj bratysławski.

Nowy układ komunikacji drogowej pomiędzy województwem śląskim a krajem morawsko-śląskim wytwarza się dzięki dużym projektom rozbudowy autostrad A1-D1 oraz dróg ekspresowych S1-R48. W dużej mierze projekty te pokrywają się z dotychczasowymi szlakami dróg krajowych i regionalnych, jednak cechują się znaczącą poprawą parametrów, a co za tym idzie kategorii poszczególnych odcinków. Autostrada A1 leżąca w ciągu międzynarodowej trasy E75 jest jedyną polską autostradą o przebiegu południkowym. Łączy Trójmiasto z Toruniem (oraz docelowo) z Łodzią, obszarem Aglomeracji Górnośląskiej (w tym lotniskiem Katowice-Pyrzowice) oraz południową granicą kraju, gdzie w okolicy Wodzisławia Śląskiego i czeskiego Bohumina łączy się z czeską autostradą D1, biegnącą od granicy polskiej przez Ostrawę i Brno do Pragi. Dzięki węzłom w Strykowie i Gliwicach autostrada A1 łączy się z polskimi autostradami wschód-zachód, czyli odpowiednio A2 i A4 (przebiegającą m.in. przez obszar województwa opolskiego). Polska droga ekspresowa S1, leżąca w ciągu międzynarodowej trasy E462, położona jest na obszarze województwa śląskiego. Docelowo połączy Pyrzowice (lotnisko oraz węzeł z autostradą A1) z wschodnią częścią Aglomeracji Górnośląskiej, Bielskiem-Białą i granicą z Czechami w Cieszynie-Boguszowicach oraz czeską drogą ekspresową R48. Ta z kolei zapewnia połączenie Czeskiego Cieszyna z miastem Frýdek-Místek, a w dalszej kolejności z autostradą D1 na węźle Běltoin.

Linia kolejowa E65 biegnie od Trójmiasta przez Warszawę do Katowic, a na południe od tego miasta prowadzi do kolejowego przejścia granicznego z Republiką Czeską w Zebrzydowicach/Petrovice u Karviné (a dalej do Ostrawy i Brna) lub kolejowego przejścia granicznego ze Słowacją w Zwardoniu/Skalité. Linia kolejowa C-E65 odgałęzia się od E65 w Tczewie, prowadząc do Bydgoszczy i na powrót łączy się w Katowicach z linią E65. Obecnie większość szlaku linii E65 i C-E65 podlega pracom modernizacyjnym. Nowoczesne rozwiązania techniczne zastosowane w trakcie modernizacji i rozbudowy linii po-

zwolą na spełnienie europejskich wymagań interoperacyjności zgodnie z Technicznymi Specyfikacjami Interoperacyjności (TSI), co w konsekwencji będzie miało znaczący wpływ na poprawę standardu i czasu podróży. Trudno jest natomiast obecnie mówić o dobrych połączeniach kolejowych między Katowicami i Ostrawą. W analizowanym okresie w systemie PKP istniało dziewięć dziennych połączeń w tej relacji, przy czym na cztery bezpośrednie trzy były obsługiwane przez pociągi Eurocity i jedynie te połączenia realizowane były w czasie krótszym niż 2 godziny. Bezpośrednie połączenie Ostrawa-Katowice (1 kurs dziennie) oferują także koleje czeskie. W przypadku Bielska-Białej dostępna była większa ilość połączeń z Ostrawą, jednak z czasem podróży wynoszącym minimum 2 godziny i 20 minut oraz co najmniej jedną przesiadką. Wart podkreślenia jest fakt, że w opiniach niektórych polskich ekspertów kolejowych węzeł kolejowy w przygranicznym czeskim Bohuminie mógłby także pełnić ważną rolę w realizowaniu połączeń wschód-zachód pomiędzy polskimi województwami: małopolskim-śląskim-opolskim. Za przyczyny utrudnień w transgranicznym ruchu kolejowym pomiędzy województwami śląskim i opolskim oraz krajem morawsko-śląskim uznaje się problem integracji taryfowej oraz złe skomunikowania połączeń pośrednich i brak integracji transportu kolejowego z systemem miejskiej i regionalnej komunikacji publicznej. W konsekwencji podróże samochodowe oznaczają w przewozach pasażerskich znacznie szybsze dotarcie do celu niż z wykorzystaniem kolei.

Na trójstyku województw śląskiego, opolskiego oraz kraju morawsko-śląskiego nie powstały także inicjatywy związane z integracją (w tym taryfową, biletową) systemów komunikacji publicznej kolejowej i autobusowej. Wydaje się, iż nie ma istotnych przeszkód, by na tym obszarze implementować rozwiązanie zbliżone do biletu Euro-Nysa. Bilet ten upoważnia do jazdy pociągami spółek Przewozy Regionalne i Koleje Dolnośląskie od Bolesławca do Görlitz i Jeleniej Góry oraz od Jeleniej Góry do Harrachova. Po stronie niemieckiej można korzystać z całej oferty Związku Komunikacyjnego Górnych Łużyc i Dolnego Śląska (ZVON). Bilet jest także ważny w całym kraju libereckim.

W trakcie prac diagnostycznych nie zidentyfikowano studiów komunikacyjnych związanych z ruchem pojazdów w obszarze przygranicznym ani z przemieszczaniem się pomiędzy Aglomeracją Górnośląską a Aglomeracją Ostrawską. Prace studialne tego rodzaju nie są także prowadzone przez samorząd regionalny województwa śląskiego. Nie zidentyfikowano także projektów ani grup zadaniowych, które ze względu na miejsce i charakter prac nastawione byłyby na analizę lub wspieranie zagadnień z zakresu rozwiązań komunikacyjnych i transportowych. Pojedyncze przedsięwzięcia w tym zakresie wykazywane są jedynie przez Euroregion Śląsk Cieszyński-Těšínské Slezsko.

Możliwości dodatkowego wsparcia rozwoju infrastruktury transportowej o znaczeniu transgranicznym pojawiły się w okresie przedakcesyjnym w programach PHARE CBC, a po akcesji w Programie Inicjatywy Wspólnotowej INTERREG IIIA Czechy-Polska oraz jego następcy Programie Operacyjnym Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007-2013. Projekty realizowane w okresie przedakcesyjnym zostały opisane kompleksowo w raportach zamknięcia programów⁴. Charakterystyka programów wdrażanych po akcesji sprzyjała realizacji niedużych, lokalnych projektów, takich jak np. Modernizacja mostu przy ulicy Wczasowej w Buczkowicach (INTERREG IIIA) lub Wzmocnienie dostępności komunikacyjnej Cieszyna i Czeskiego Cieszyna (POWT RCz-RP 2007-2013). Zrealizowane projekty⁵ (zdiagnozowano 9) w niewielkim stopniu zdecydowały o faktycznej zmianie dostępności oraz mobilności na obszarach pogranicza. Stworzyły raczej szansę na zminimalizowanie lokalnych deficytów infrastrukturalnych.

W aspekcie przewozu towarów obserwowany jest powrót do lansowania koncepcji wykorzystania Odrzańskiej Drogi Wodnej (drogi wodnej E30). Jest to zagadnienie terytorialnie dotyczące zarówno województw śląskiego i opolskiego, jak i kraju morawsko-śląskiego. Wydaje się jednak, że nie znajdzie się ono w głównym nurcie polityki prowadzonej przez te trzy regiony (mimo faktu, że Plan zagospodarowania przestrzennego województwa śląskiego uwzględnia taką opcję rozwoju). Deklaracją polityczną dotyczącą omawianej kwestii było polsko-czeskie Memorandum o współpracy przy przygotowaniu realizacji Odrzańskiej Drogi Wodnej z 2000 roku. Promotorzy koncepcji uznają, że pierwszym etapem nowego kształtowania tej drogi wodnej powinno być połączenie Koźła z Ostrawą, czyli przedłużenie istniejącej drogi wodnej o 55 km w kierunku południowym. Jej budowę postrzegają jako działanie na rzecz kształtowania docelowego systemu dróg wodnych w Europie Środkowo-Wschodniej, co jest echem kreowanej w latach siedemdziesiątych XX wieku inicjatywy budowy Kanału Odra-Dunaj, a nawet połączenia Odra-Dunaj-Laba. W aspekcie współpracy transgranicznej funkcjonowanie takiego projektu rozpatrywane jest jako szansa dla inicjatyw gospodarczych, takich jak np. port w Raciborzu bądź Międzynarodowe Centrum Logistyczne Gorzyczki-Věrnovice obsługujące przemysł Aglomeracji Górnośląskiej i Aglomeracji Ostrawskiej. Wszystkie te koncepcje wydają się jednak uzasadnione jedynie w sytuacji uzyskania europejskiego konsensusu co do przyszłości systemu śródlądowych wód żeglownych na całym kontynencie.

⁴ Raporty na stronie internetowej Władzy Wdrażającej Programy Europejskie. [http://www.wppe.gov.pl/index.php?params\[section_id\]=8¶ms\[category_id\]=71](http://www.wppe.gov.pl/index.php?params[section_id]=8¶ms[category_id]=71)

⁵ Dane ze strony internetowej Inicjatywy. <http://www.interreg3a.cz> oraz z list beneficjentów dofinansowania POWT RCz-RP 2007-2013.

Ponadto, specyficzne relacje na obszarze transgranicznym występują w obsłudze ruchu lotniczego. Zapewniana jest ona przez dwa lotniska wykorzystywane przez samoloty rejsowe, tj. przez katowicki port lotniczy Pyrzowice oraz port lotniczy Ostrawa Mošnov. (Nie bez znaczenia pozostają także – przez wzgląd na dobre skomunikowanie autostradą A4 – lotniska w Krakowie i Wrocławiu, jednak nie zostały one poddane dalszej analizie). Należy jednak uwzględnić, że przez wzgląd na lokalizację lotniska Pyrzowice na północ od Aglomeracji Górnośląskiej, dla wielu obszarów południowej części województwa śląskiego lokalizacja lotniska ostrawskiego jest równie dogodna. Według statystyk publikowanych przez operatorów portów lotniczych, w 2009 roku na lotnisku katowickim obsłużono 2,4 mln pasażerów, a ostrawskim 0,3 mln. Z Katowic w okresie objętym diagnozą oferowane były połączenia do miast: Birmingham, Bruksela, Barcelona, Burgas, Chania, Cork, Doncaster, Dortmund, Dublin, Dusseldorf, Eindhoven, Frankfurt, Frankfurt/Hahn, Forlì, Heraklion, Kijów, Kolonia, Kalabria, Liverpool, Londyn, Malmö, Monachium, Madryt, Mediolan, Oslo, Pafos, Paryż, Rzym, Saloniki, Sztokholm, Tel Aviv, Turyn, Warszawa, a także połączenia czarterowe do innych ośrodków turystycznych. Port ostrawski oferował stałe loty do Pragi i Wiednia oraz połączenia czarterowe do miejscowości turystycznych. Ruch cargo wyniósł odpowiednio 9,2 tys. ton w Pyrzowicach i 1,8 tys. ton w Ostrawie.

2. Diagnoza w dziedzinie ruchu turystycznego

Ruch turystyczny na obszarze kraju morawsko-śląskiego oraz województw śląskiego i opolskiego generowany jest w związku z potencjałem turystycznym całego terytorium. Uwarunkowania historyczno-kulturowe, przyrodnicze oraz gospodarcze województwa śląskiego wpływają na specyfikę terytorialną województwa tworząc kilka obszarów o dominujących, choć nie jedynych „typach” turystyki.

Baza noclegowa dla ruchu turystycznego w województwie jest najbardziej rozbudowana w powiatach przy południowym pasie granicznym (powiaty cieszyński, żywiecki, bielski, miasto Bielsko-Biała) i stanowi ponad 50% ogólnej liczby takich obiektów. W 2008 roku w samych obiektach noclegowych powiatu cieszyńskiego zatrzymało się prawie pół mln osób, co było wynikiem najwyższym w skali województwa i stanowiło ponad 1/4 liczby osób w obiektach zbiorowego zakwaterowania województwa. Średnio, co dziesiąty odwiedzający część południową województwa był turystą zagranicznym. Struktura krajów po-

chodzenia⁶ osób, które są najliczniej odwiedzającymi województwo śląskie w ruchu turystycznym jest silnie zdywersyfikowana. Podstawową grupą turystów korzystających z noclegów byli obywatele Niemiec i Włoch oraz Czech i Francji (łącznie ok. 50%, w tym Czech ok. 6%). Drugą grupę stanowili mieszkańcy Łotwy, Rosji, Wielkiej Brytanii, Litwy, Słowacji, Ukrainy, Holandii, Austrii, Hiszpanii, Szwecji, Białorusi i Belgii (ok. 35%, w tym Łotwy, Rosji, Litwy – ok. 13%, Słowacji – ok. 2,5%, Wielkiej Brytanii – ok. 4,5%). Liczby te nie uwzględniały ruchu turystów niekorzystających z noclegu i należy je ostrożnie interpretować ze względu na strukturalny charakter.

Południe województwa, które swoim zasięgiem obejmuje pasmo Beskidów (Beskidu Śląskiego, Żywieckiego, Małego i Średniego), charakteryzuje się ukształtowaniem powierzchni sprzyjającym różnym formom turystyki górskiej. Turystyka piesza może być realizowana na ponad 1200 km szlaków wraz z infrastrukturą schronisk turystycznych. Głównym produktem dla ruchu turystycznego jest turystyka aktywna i specjalistyczna o relatywnie wysokim poziomie popytu sezonowego skoncentrowana m.in. wokół narciarstwa zjazdowego, trekkingu, wspinaczki górskiej oraz różnych form sportów rowerowych, sportów wodnych, paralotniarstwa i sportów szybowcowych. Nie bez znaczenia pozostaje także turystyka biznesowa, uzdrowiskowa i zdrowotna. Obszar południowy województwa charakteryzują procesy stałej poprawy zagospodarowania turystycznego zarówno dla turystyki kulturowej, uprzystępniania ofert dziedzictwa historycznego oraz sakralnego, jak i różnych form agroturystyki wiejskiej. Niewątpliwie obszar ten, w kontekście swojego granicznego położenia, pełni ważną funkcję ponadregionalną, umożliwiającą udostępnianie ofert dla potrzeb turystyki przygranicznej i turystyki tranzytowej. Częścią integralną relatywnie wysokiego poziomu atrakcyjności oferty turystyki tranzytowej i przygranicznej jest dostępność komunikacyjna w pasie przygranicznym oraz łączalność z dużymi ośrodkami w kraju i przestrzeni europejskiej. Mając na uwadze bliskość granicy, odnotować warto fakt ruchu turystycznego mieszkańców z wyraźnym zaznaczeniem się popytu na realizację zakupów przez gospodarstwa domowe po jednej i po drugiej stronie granicy polskiej i czeskiej. Do innych produktów towarzyszących ruchowi turystycznemu w tej części województwa zaliczyć można ofertę produktów gastronomii i kuchni regionalnej. Jednym z podmiotów zajmujących się kształtowaniem współpracy w ramach ruchu turystycznego są euroregiony, w tym Euroregion Beskidy (promocja regionu, działalność sportowa i rekreacyjna) i Euroregion Śląsk Cieszyński (modernizacja dróg, systemy informacyjne, promocja na imprezach targowo-wystawienniczych, szlaki dziedzictwa kultury i inne).

⁶ Opracowano na podstawie: Turystyka w województwie śląskim w 2008 r. Urząd Statystyczny, Katowice 2009.

Ruch turystyczny w centralnej części województwa jest w dużym stopniu generowany przez jego przemysłowy charakter. Historyczne przypisywanie Aglomeracji Górnośląskiej przemysłowego i mocno zurbanizowanego zagospodarowania przestrzeni nadal wpływa na zewnętrzne postrzeganie jego produktów turystycznych. Niemniej jednak tendencja ta ulega odkształcaniu ze względu na proces dywersyfikacji i ubogacania oferty turystycznej. Turystyka industrialna oferująca wydarzenia i imprezy wpisane w m.in. Szlak Zabytków Techniki staje się jednym z nowych symboli Górnego Śląska. Poprzemysłowa historia miast, przestrzenie metropolii wyposażone w zabytki architektury i autentyczne bogactwo techniki, kreują nowe subprodukty dla wzmacniania turystyki biznesowej i są dobrze wykorzystywaną szansą na realizację przedsięwzięć produktów sektora kultury, w tym teatru, muzyki, tańca, designu, filmu itd. Produkty turystyki w tej części województwa wzbogacone są dzięki dostępności różnorodnych form rekreacji miejskiej. Jest to dziedzina turystyki, która w ostatnim czasie odnotowuje duże ożywienie i zyskuje nowe możliwości m.in. dzięki procesom rewitalizacyjnym i wzbogacaniu, a także koncentracji oferty gastronomicznej. Niemniej jednak przykłady wizytówkowych przestrzeni turystyki miejskiej, jak choćby ulica Stodolni w Ostrawie, nie mają w zasadzie swoich odpowiedników. Jest to niewątpliwie duża dysfunkcja w ponad dwumilionowej metropolii. Podejmowane są próby ożywienia różnych przestrzeni miejskich (m.in. ul. Mariacka w Katowicach).

Miasta aglomeracyjne mają szansę na wzbogacenie wizerunku przyjaznych przestrzeni, kreowanego głównie poprzez funkcje rekreacyjne dostępne jako miejskie parki, skwery i ogólnie dostępne obszary zielone czy obszary nadjeziorne w strefach podmiejskich. Na obszarze centralnym województwa występują zagospodarowywane rekreacyjnie zbiorniki wodne (m.in. Dąbrowa Górnicza, Tychy, Pszczyna) wraz ze strefami przybrzeżnymi wykorzystywane do sportów wodnych, konnych, agroturystyki oraz turystyki rowerowej. Ważne podkreślenia są rozwijane w tej części województwa nowoczesne produkty turystyki biznesowej, obejmujące m.in. zorganizowane imprezy biznesowe i kulturalne w przestrzeniach industrialnych, pola golfowe, przeloty widokowe i inne. Szczególnie cennym obszarem tej części województwa jest część pszczyńska, która dobrze wykorzystuje dla ruchu turystycznego swoje walory przyrodnicze i historyczno-kulturowe. Wysoki poziom lesistości, a przede wszystkim dostępność i rozpoznawana marka dobrze zakomponowanego zespołu parkowo-pałacowego umożliwia realizowanie wydarzeń kulturalnych także o znaczeniu międzynarodowym.

Obszar zachodni to przede wszystkim ziemie rybnicka i raciborska. Turystyka tej części województwa koncentruje się wokół czterech czynników. Kluczowe dla tego obszaru są bogate kompleksy leśne będące częścią Parku Krajo-

brazowego „Cysterskie Kompozycje Rud Wielkich” (drugi pod względem obszaru park województwa śląskiego). Jednocześnie tradycje przemysłowe (m.in. górnictwo, energetyka) są przyczyną znacznego przekształcenia przestrzeni i procesów urbanizacyjnych. Kolejnym ważnym walorem tej części województwa są zabytkowe układy urbanistyczne. Jeśliby przyjąć, że część południowa i centralna cechują się wysokim poziomem zagospodarowania turystycznego, to część zachodnia jest pod tym względem relatywnie słabo rozwinięta. Nie jest to cecha negatywna przesądzająca o niskim potencjale tego miejsca. Dzieje się tak ze względu na silną tożsamość kulturową i bardzo prężny rozwój lokalnej oferty skierowanej głównie do „własnych” użytkowników (w tym zarówno miast, jak i obszarów wiejskich). Czwartym czynnikiem jest przygraniczne położenie. Za podstawę oferty turystycznej tej części województwa przyjąć należy głównie wydarzenia kulturalne, aktywność dotyczącą turystyki rekreacyjnej i sportowej wynikającą ze współpracy instytucjonalnej i pozainstytucjonalnej oraz produkty turystyki miejskiej. Natomiast przygraniczne położenie, którego przejawem są powiązania społeczno-gospodarcze z Krajem Morawsko-Śląskim, wskazuje na znaczenie produktów tzw. turystyki przygranicznej oraz ruchu turystycznego tranzytowego. Wydarzenia kulturalne w Rybniku, Żorach i innych miastach wskazują nie tylko na stałą grupę lokalnych odbiorców, ale i utrwalają się w powszechnym odbiorze nabierając charakteru międzynarodowego (festiwal kabaretów, Festiwal Orkiestr Dętych, muzyczne warsztaty dla dzieci, wydarzenia jazzowe). Kreowanie nowej pozycji konkurencyjnej Rybnika wokół funkcji akademickiej i orientacji władz samorządowych na nowe rodzaje działalności miasta, w tym m.in. sektor samochodowy i lotniczy, a także stała obecność Raciborza w powiązaniach kooperacyjnych z Czechami, Niemcami, Belgią i Holandią, mogą stać się w dalszej kolejności podstawą do kreowania produktów turystyki biznesowej. Jednym z ważniejszych podmiotów realizujących zadania współpracy transgranicznej jest Euroregion Silesia – Stowarzyszenie Gmin Dorzecza Górnej Odry (m.in. promujący osobistości i instytucje miast przygranicznych, niwelujący bariery językowe, kulturowe, obyczajowe, wspierający inicjatywy lokalne i mikroprojekty).

Północny obszar województwa śląskiego jest miejscem rozpoznawalnym ze względu na aspekt turystyki sakralnej. Częstochowa jest jednym z największych sanktuariów maryjnych w Europie. Warto zauważyć, że obszar ten oferuje również inne atrakcje turystyczne związane z Częstochową i jej okolicą – w szczególności kulturą, historią i zabytkami. Ze względu na bogate walory środowiskowe (m.in. Park Krajobrazowy „Orlich Gniazd” – największy w województwie śląskim park krajobrazowy z częścią małopolską, Próg Lelowski), rozwój cyklicznych ofert i wydarzeń (np. pokazy pirotechniczne w Olsztynie

k/Częstochowy), rozbudowę bazy hotelarsko-gastronomicznej w ciekawej okolicy, obszar ten ma potencjał, aby rozwinąć turystykę biznesową. Dużym potencjałem tej części województwa jest także agroturystyka.

3. Diagnoza w dziedzinie funkcji gospodarczych

Gospodarka województwa śląskiego w diagnozowanym okresie charakteryzuje się specyfiką zróżnicowania przestrzennego. Wynika ona z przestrzennego rozmieszczenia oraz koncentracji niektórych rodzajów aktywności gospodarczej w województwie. Rolnictwo dominujące w północnej części regionu jest uzupełniane przez aktywność tego sektora w pasie południowym województwa. Sektor przemysłu koncentruje się w centralnej części regionu, a uzupełnia go aktywność podmiotów zlokalizowanych w podregionach przygranicznych. Sektor usług, choć silnie ukształtowany w zasadzie we wszystkich częściach województwa, najlepiej pełni funkcję gospodarczego „motoru” i dynamiki zmian w podregionie katowickim (NUTS3).

Dokonując szczegółowego rozpoznania zatrudnienia, w skali województwa w latach 2000-2009 można mówić o jego wzroście we wszystkich rodzajach aktywności ekonomicznej klasyfikacji NACE. Porównując województwo śląskie i kraj morawsko-śląski zauważalne są podobieństwa zmian i ogólnych tendencji na obu obszarach. Różnice zaś odnoszą się w mniejszym stopniu do typów zmian, a głównie ich poziomu. W województwie śląskim przyrost ludności zatrudnionej wynosi w ostatnich dziesięciu latach ok. 9%, zaś w kraju morawsko-śląskim ok. 4% (dla porównania w województwie opolskim zmiana miała także charakter wzrostowy i wynosiła ok. 3%). Można odnotować znaczący spadek zatrudnienia w rolnictwie obu regionów, który w 2009 roku oznaczał spadki o ok. 44% zatrudnionych w stosunku do 2000 w województwie śląskim i ok. 36% liczby zatrudnionych z 2000 w kraju morawsko-śląskim. Udział zatrudnienia w rolnictwie w liczbie zatrudnionych ogółem wynosi ok. 2,4%, zaś w kraju morawsko-śląskim jest to niespełna 2%. Nastąpiły też znaczne przekształcenia w przemyśle (bez budownictwa), głównie związane z restrukturyzacją tradycyjnych sektorów gospodarczych. W województwie śląskim w ostatecznym bilansie nie przyniosło to zmniejszenia liczby zatrudnionych w przemyśle, zaś w kraju morawsko-śląskim odnotowano nieznaczny spadek. Województwo śląskie w latach 2000-2009 odnotowało 17% wzrost zatrudnienia w przemyśle sięgający do poziomu ok. 600 tys. ludzi w 2009 roku, zaś w kraju morawsko-śląskim nastąpił spadek do poziomu 183 tys., co oznacza ok. 3% mniej niż w 2000 roku. Struktura zatrudnienia w przemyśle na obu obszarach jest bardzo zbliżona i wynosi ok. 32% ogółem zatrudnionych. Dalej, na obydwu obszarach odnotować można wzrost liczby zatrudnionych w budownictwie, który odpo-

wiednio w latach 2000-2009 wynosił ok. 20% w kraju morawsko-śląskim i ok. 34% w województwie śląskim. Liczba zatrudnionych w 2009 roku w budownictwie w poszczególnych regionach przedstawia się następująco: ok. 52 tys. w kraju morawsko-śląskim i ok. 151 tys. w województwie śląskim. Wielkości te, relatywizując je do poziomu zatrudnienia w poszczególnych krajach, osiągają zbliżoną wartość, tj. ok. 8-9% ogólnej liczby zatrudnionych. W kraju morawsko-śląskim wskaźnik ten jest minimalnie większy. Na obydwu obszarach zauważyć można znaczący wzrost liczby zatrudnionych w usługach. Wzrostowy charakter zmian w okresie 2000-2009 miał miejsce zarówno w województwie śląskim, jak i w kraju morawsko-śląskim. W pierwszym regionie odnotowano wzrost liczby zatrudnionych do ok. 1 mln, co oznacza dodatkowe niemalże 400 tys. nowych miejsc pracy w sektorze usług. W kraju morawsko-śląskim, wzrost ten wyniósł ok. 30 tys. miejsc pracy. W obu regionach obserwuje się zbliżoną wielkość zatrudnienia w usługach w porównaniu do zatrudnienia ogółem. Wskaźniki te wynoszą odpowiednio: 56% dla kraju morawsko-śląskiego i 57% dla województwa śląskiego. Wewnętrzna struktura w ramach sektora usług wskazuje na większy udział usług nierynkowych w kraju morawsko-śląskim w porównaniu do województwa śląskiego. Różnica ta jest jednak niewielka i wynosi ok. 4% i kształtuje się na poziomie 33-36% ogółu zatrudnionych w usługach. Na uwagę zasługuje relatywnie większa liczba zatrudnionych w obsłudze rynku nieruchomości w województwie śląskim, choć może to być spowodowane wielkością obszaru województwa i liczbą gospodarstw domowych. Niemniej jednak jest to jedna z większych różnic pomiędzy regionami. W województwie śląskim zatrudnienie w tego typu usługach znajduje ok. 3% wszystkich zatrudnionych w usługach, zaś w kraju morawsko-śląskim niespełna 1,5%. Sztuka, rekreacja i rozrywka są usługami zatrudniającymi odpowiednio ok. 50 tys. ludzi w województwie śląskim i 25 tys. w kraju morawsko-śląskim. Wielkości te odpowiadają 8 i 4,5% całkowitego poziomu zatrudnienia w usługach w wymienionych regionach.

Mając na uwadze powyższe aspekty gospodarcze w układzie transgranicznym i wewnątrzregionalnym, a także identyfikując specyfikę przedstawionych czynników strukturalnych gospodarki w kontekście współpracy transgranicznej, warto zwrócić uwagę na następujące hipotezy w zakresie tendencji w gospodarce województwa śląskiego i kraju morawsko-śląskiego:

- na obu obszarach można mówić o zjawisku przestrzennej koncentracji producentów globalnych koncernów samochodów i ich podwykonawców/dostawców, co tworzy podstawy uzyskiwania korzyści typu aglomeracyjnego,
- oba obszary uzyskały impuls gospodarczy dzięki wysokiemu poziomowi za-inwestowania korporacji międzynarodowych, w tym firm branży samochodowej; jednocześnie konkurencja o inwestorów i możliwość tworzenia wokół nich sieci dostaw, jest jedną z najpoważniejszych barier współpracy gospodarczej regionów,

- na obszarach województwa śląskiego i kraju morawsko-śląskiego działalność w zakresie produkcji i przetwórstwa stali bazuje na wieloletnich tradycjach w bezpośrednim kontakcie z nowymi zasileniami inwestorskimi potentatów globalnych,
- rynki lokalne otwierają się i ulegają dynamizacji dzięki dostępności kapitału ludzkiego, wyposażonego w umiejętności i kwalifikacje zawodowe, a także wiedzę i doświadczenie akademickie rozwijane dzięki stale rozwijanej ofercie uczelni wyższych,
- wsparcie działań biznesu, w tym nowych firm i aktywności przedsiębiorczej osób młodych, jest możliwe dzięki inicjatywom i instytucjom otoczenia biznesu, w tym inicjatywom transgranicznym,
- tworzone inicjatywy klastrowe koncentrują aktywność podmiotów biznesowych wokół kooperacji wewnątrz grupy i konkurencji wobec otoczenia; inicjatywy takie obejmują m.in. sektor lotniczy, samochodowy, ICT, medyczny, plastiku – są to obszary szans współpracy wykraczającej poza granice terytorialne,
- istniejący potencjał ludzki i infrastrukturalny oraz sukcesy w zakresie wdrożeń i badań związanych z technologiami materiałowymi, przemysłem samochodowym i lotniczym tworzą perspektywę możliwych pól współpracy, z założeniem uwzględnienia bariery ochrony rynku i własności intelektualnej chronionej przez duże korporacje,
- istniejące instytucje otoczenia biznesu wykazują zbyt dużą tendencję do angażowania się w krótkookresowe, finansowane ze środków publicznych i komercyjnie nieaplikowalne działania, redukując pożądany w regionach wiedzy poziom współdziałania instytucjonalnego i kooperacji międzysektorowej,
- partnerskie relacje regionów Europy Środkowo-Wschodniej budowane na porozumieniu politycznym mogą mieć pozytywne implikacje gospodarcze pod warunkiem zwiększenia wspólnego zaangażowania w realizację konkretnych rozwiązań infrastrukturalnych lub organizacyjnych o znaczeniu europejskim (nie wyklucza to lokalności, jeśli korzyści przyjmują efekt mnożnikowy),
- wysoki udział sektora usług, w tym usług rynkowych nie tworzy efektu dźwigni w postaci rozpoznawalnych, światowych, technologicznie zaawansowanych produktów i marek kojarzonych z danym obszarem i tworzących podstawę budowania konkurencyjnej gospodarki w Europie Środkowej.

4. Diagnoza w dziedzinie energetyki

Istotnym obszarem diagnostycznym dla współpracy kraju morawsko-śląskiego oraz województwa śląskiego są zagadnienia związane z energetyką. Wynika to przede wszystkim z dwóch ściśle powiązanych ze sobą czynników. Pierwszym z nich jest historycznie rozwinięte silne zaplecze energetyczne, powstałe w wyniku eksploatacji złóż węgla od Zagłębia Dąbrowskiego przez Katowice i sąsiadujące z nimi miasta Górnego Śląska, obszar nadwiślański i ziemię rybnicką, po Ostrawę i Frýdek-Místek. Drugim z nich jest, powstałe w wyniku kumulacji zatrudnienia w tradycyjnych przemysłach, duże skupisko ludności zamieszkującej tereny intensywnie zurbanizowane, na których znaczące jest zapotrzebowanie na energię zarówno do celów przemysłowych, jak i komunalnych.

Podmioty zlokalizowane w obszarze współpracy są największymi europejskimi producentami węgla kamiennego. Wydobywanie węgla kamiennego przez Kompanię Węglową (42,2 Mt w 2009 roku; 1 pozycja w Europie), Katowicki Holding Węglowy (12,9 Mt; 3 pozycja), Jastrzębską Spółkę Węglową (11,4 Mt; 4 pozycja) oraz Ostravsko-karvinské doly (11,0 Mt; 5 pozycja), czyni ten obszar największym czynnym zagłębiem węglowym w Europie⁷. Wszystkie przedsiębiorstwa górnicze podlegają ciągłej restrukturyzacji; nieustannie trwa również debata dotycząca ich przyszłości. Opinie „umieścić” można na continuum od postulatów szybkiego ograniczania wydobycia i zatrudnienia oraz likwidacji kopalń (ze względów ekonomicznych, politycznych bądź środowiskowych), po próby ponownego uruchamiania nieczynnych kopalń. Istotnym elementem tej debaty stają się obecnie relacje transgraniczne, gdyż czeskie przedsiębiorstwa skłonne są do inwestowania w kopalnie ulokowane po polskiej stronie granicy (Energetický a Průmyslový Holding w kopalnię Silesia, Ostravsko-karvinské doly w kopalnię Děbínsko). Głośne jest także zainteresowanie zakupem innych zakładów lub firm wydobywczych przez kapitał czeski.

Energetyka zarówno polska, jak i czeska bazują na węglu kamiennym, natomiast w strukturze produkcji energii w Republice Czeskiej istotna jest także produkcja energii z paliw jądrowych (w dwóch elektrowniach ulokowanych w południowej części kraju). Republika Czeska w swej strategii energetycznej nastawia się na bycie eksporterem energii, w tym do Polski. U podstaw tej strategii leży przewidywanie, że produkcja energii węglowej w Polsce załame się w okresie 2015-2050 ze względu na niemożliwość spełnienia kryteriów ekolo-

⁷ Dane firm wydobywczych.

gicznych (przede wszystkim NOx)⁸. Jednakże w okresie diagnozy bilans wymiany jest zdecydowanie odmienny, gdyż Polska eksportuje do Republiki Czeskiej nieproporcjonalnie więcej energii niż importuje (2008: eksport Polski – 6.912 GWh, import z Czech – 28 GWh, 2009: eksport – 6.870 GWh, import – 128 GWh)⁹. Niezależnie od tych relacji, w perspektywie strategicznego kreowania jednolitego rynku energii w Unii Europejskiej Polska i Czechy należą do wspólnych inicjatyw regionalnych. W zakresie energii elektrycznej jest to inicjatywa regionu środkowo-wschodniego¹⁰. W zakresie dostaw gazu istnieją obecnie dwie koncepcje: regionu południowo-wschodniego bądź regionu środkowo-wschodniego. Oznacza to, że w niedalekiej przyszłości postępować będą prace nad organizacyjną i infrastrukturalną koordynacją systemów dostaw energii i gazu oraz tzw. alokacją mocy transgranicznych. Podobnie jak w przypadku wydobycia węgla kamiennego, w zakresie produkcji i dostaw energii w relacjach polsko-czeskich zaobserwować można ekspansję firm czeskich na rynek polski. Wśród nich na terenie województwa śląskiego za najważniejszy uznać można zakup większościowego pakietu udziałów w Elektrociepłowni Chorzów Elcho sp. z o.o. przez CEZ Chorzów B.V. – spółkę zależną ČEZ, a. s. (największego producenta energii w RC). Głośne stało się także zainteresowanie ČEZ zakupem mającego siedzibę w Katowicach Tauronu S.A. Ostatecznie to Tauron uruchomił spółkę zależną Tauron Czech Energy, przez którą zamierza rozwijać handel hurtowy oraz detaliczny energią. W Bielsku-Białej z kolei siedzibę rejestrową ma firma Dalkia Powerline, w 100% należąca do grupy Dalkia Česka Republika, a.s. W zakres jej działania wchodzi: obrót energią elektryczną na rynku polskim, wymiana międzysystemowa z RCz, dystrybucja energii elektrycznej do RCz własną linią transgraniczną oraz dystrybucja energii elektrycznej na terenie gmin Zebrzydowice i Hażlach.

Odminną formułę przyjmować może kształtowanie się relacji transgranicznych w obszarze współpracy w zakresie odnawialnych źródeł energii. Zagadnienia z nimi związane mają bowiem charakter mniej strategiczny (nie tworzą obecnie sektora dużego zatrudnienia, zabezpieczającego potrzeby energetyczne gospodarki narodowej) i mniej kapitałochłonny niż ma to miejsce w przypadku energetyki zawodowej i jej powiązań. Stąd też w kwestii odnawialnych źródeł energii możliwe jest animowanie programów wymiany dobrych praktyk, współpracy technicznej, działań promocyjnych i świadomości-

⁸ Wystąpienie wiceministra RC ds. Przemysłu i Handlu Tomasza Hunera, Czesko-Polskie Forum Energetyczno-Inwestycyjne, Warszawa 4 listopada 2010.

⁹ Dane Urzędu Regulacji Energetyki na podstawie wskazań PSE – Operator S.A.

¹⁰ Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego i Rady. Przyszła rola inicjatyw regionalnych. KOM(2010) 721; From Regional Markets to a Single European Market. Final Report, Everis, Mercados, 28.04.2010.

wych. W województwie śląskim w 2005 roku zakończono prace nad Programem Wykorzystania Odnawialnych Źródeł Energii¹¹. Istotną częścią tego programu było dokonanie oceny potencjału tychże źródeł w regionie. Ocena ta nie jest szczególnie korzystna dla regionu. Niemniej, w perspektywie prowadzonej diagnozy, należy zwrócić uwagę na fakt, że ani w ramach funkcjonującej w latach 2004-2006 Programu Inicjatywy Wspólnotowej INTERREG IIIA Czecho-Polska, ani w ramach obowiązującego od 2007 roku Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007-2013 nie zostały podjęte projekty współpracy w dziedzinie wykorzystywania odnawialnych źródeł energii.

Na obszarze współpracy zidentyfikować można inicjatywy klastrowe o profilu związanym z energetyką. W województwie śląskim swoje znaczenie ugruntował Klaster Technologii Energooszczędnych „Euro-Centrum” (przy Parku Przemysłowym i Parku Naukowo-Technologicznym „Euro-Centrum” w Katowicach). 21 podmiotów grupuje z kolei Polski Klaster Budownictwa Pasywnego i Energooszczędnego, którego koordynatorem jest Górnośląski Park Przemysłowy. Najnowszą inicjatywą klastrową w tej dziedzinie na terenie województwa śląskiego jest Klaster Energetyczny. Przedsięwzięcie to jest animowane przez Regionalną Izbę Handlu i Przemysłu w Bielsku-Białej, Regionalną Izbę Gospodarczą w Katowicach oraz Cech Rzemiosł Różnych i Przedsiębiorczości w Andrychowie. Funkcje administracyjne pełni Regionalna Izba Handlu i Przemysłu w Bielsku-Białej. Natomiast nie zidentyfikowano form współpracy inicjatyw klastrowych zlokalizowanych w województwie śląskim z „klastrami energetycznymi” kraju morawsko-śląskiego (Envicrack, Moravskoslezský energetický klastr).

Potencjalnym zagadnieniem dla współdziałania samorządów lokalnych na obszarze zarządzania energią i odnawialnych źródeł energii może być także funkcjonowanie w ramach tzw. Porozumienia Burmistrzów (Covenant of Mayors). Stowarzyszone miasta zobowiązują się do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla w podlegających im jednostkach terytorialnych o co najmniej 20%, dzięki wdrożeniu planu działań na rzecz zrównoważonej energii w dziedzinach wchodzących w zakres ich kompetencji. W momencie opracowywania niniejszej diagnozy jedynym członkiem Porozumienia Burmistrzów pochodzącym z województwa śląskiego było Bielsko-Biała. Nie odnotowano podmiotów z kraju morawsko-śląskiego. Należy jednak zwrócić uwagę, że w 2011 roku do grona sygnatariuszy dołączyła Ostrawa oraz kilka gmin z okolic Bielska-Białej.

¹¹ Dane ze strony internetowej województwa śląskiego. http://www.slaskie.pl/strona_n.php?jezyk=pl&grupa=3&dzi=1248432639&id_menu=122

5. Diagnoza w dziedzinie kultury

Aktywność województwa śląskiego w dziedzinie kultury w głównej mierze koncentruje się wokół teatru, muzyki, opery, tańca i jest wspierana przez sektor filmowy oraz design. Na szczególną uwagę zasługują te działania, które ze względu na swój międzynarodowy charakter gromadzą odbiorców spoza regionu lub jako oferta udostępniane są dla publiczności w kraju i na świecie.

Najbardziej rozpoznawanymi wydarzeniami stanowiącymi ofertę województwa śląskiego o randze międzynarodowej są m.in. Festiwal Sztuki Kameralnej Ars Cameralis, Tauron Nowa Muzyka, Off Festiwal, Przegląd Filmowy Kino Na Granicy, Cykl: Jazz i Okolice, Bielska Zadymka Jazzowa, Śląska Jesień Gitarowa, Rawa Blues Festiwal, Tydzień Kultury Beskidzkiej, Międzynarodowy Konkurs Dyrygentów im. Fitelberga czy duże wydarzenia muzyczne organizowane na Stadionie Śląskim. Nie umniejsza to znaczenia i roli wielu innych rodzajów działalności kulturalnych prowadzonych na terenie województwa, których repertuar ma charakter lokalny lub regionalny. W latach poprzedzających wykonanie diagnozy współpraca międzynarodowa i transgraniczna w zakresie takich dziedzin, jak teatr, muzyka i opera obejmowała m.in. wymianę artystów muzyków, orkiestr i zespołów kameralnych, kompozytorów, solistów i dyrygentów, wymianę ich artystycznych i warsztatowych doświadczeń. Można tutaj podać przykłady m.in. Teatru Śląskiego w Katowicach współpracującego z teatrami w Ostrawie, Zespołu Pieśni i Tańca Śląsk współpracującego z Teatrem Cieszyńskim w Czeskim Cieszynie oraz Opery Śląskiej w Bytomiu współpracującej z Teatrem Narodowym w Opawie i jej solistów prowadzących współpracę z Operą w Ostrawie. Współpraca prowadzona przez Śląskie Centrum Dziedzictwa Kulturowego w Katowicach realizowana jest z bardzo wieloma podmiotami i obejmuje przede wszystkim działania dokumentacyjno-badawcze, wystawiennicze, popularyzatorskie oraz wydawnicze. Muzeum „Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie” prowadzi wzajemną wymianę doświadczeń i rozwiązań organizacyjnych. Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrze podpisało z Muzeum górniczym w Ostrawie umowę „O wspólnej prezentacji historii śląskiego górnictwa”. Dotyczyła ona współpracy przy organizowaniu przedsięwzięć związanych z górniczymi tradycjami, wspólnych prezentacji górniczych tradycji i historii wydobywania w zagłębiu górnośląskim. Muzeum Górnośląskie w Bytomiu prowadzi wymianę wydawniczą z partnerami czeskimi. Muzeum Śląskie w Katowicach współpracuje z Muzeum Śląskim w Opawie. Muzeum w Bielsku-Białej realizuje projekty o profilu archeologicznym z jednostkami badawczymi i muzeami z Czech. Muzeum Zamkowe w Pszczynie

prowadzi współpracę wystawienniczą oraz projektową z podmiotami Kraju Morawsko-Śląskiego. Regionalny Ośrodek Kultury w Bielsku-Białej jest organizatorem Tygodnia Kultury Beskidzkiej, w ramach którego prezentują się m.in. zespoły czeskie i polskie z Zaolzia.

6. Diagnoza w dziedzinie kapitału ludzkiego wraz z edukacją i współpracą szkół wyższych

Województwo śląskie jest obszarem zamieszkałym przez ok. 4.640 tys. ludzi. 3.034 tys. ludzi stanowi, według kryterium statystycznego, ludność w wieku produkcyjnym (65,4%), zaś ludność w wieku poprodukcyjnym stanowi około 17% ludności ogółem. W 2009 roku¹² w województwie śląskim ogółem zatrudnionych było niespełna 1.900 tys. osób, co stanowi około 40% ludności województwa. W porównywalnym okresie w kraju morawsko-śląskim zatrudnionych było niespełna 45% ludności. Zmiana liczby zatrudnionych w województwie śląskim w stosunku do roku 1999 wynosi +5% (35% w 1999 roku), zaś w kraju morawsko-śląskim udział ludności zatrudnionej do ludności ogółem wynosił 41,5% (zmiana +3,5%). Ludność pozostająca bez zatrudnienia i rejestrowana jako osoby bezrobotne¹³ w okresie ostatnich dziesięciu lat uległa zmniejszeniu, choć odnotować można różnice pomiędzy województwem śląskim i krajem morawsko-śląskim. W 2009 roku wskaźnik osób bezrobotnych w województwie śląskim wynosił 5,5%, zaś w kraju morawsko-śląskim 8,6%. Wskaźniki te w porównaniu do 1999 roku, kiedy odnotowano na tych obszarach odpowiednio 9,6% i 10,6% zmniejszyły się, choć w kraju morawsko-śląskim w 2008 roku wskaźnik ten wynosił już 6,7%.

Kształcenie na poziomie wyższym w województwie śląskim w głównej mierze ma charakter regionalny. Największa liczba studentów studiów stacjonarnych i niestacjonarnych przypada na kierunki ekonomiczne i administracyjne (ponad 48 tys. w 2008 roku) pedagogiczne i społeczne (ok. 43 tys.) oraz inżynierjno-techniczne i przetwórstwo (ok. 27 tys.). Ze względu na skalę, istotne jest także kształcenie w zakresie kierunków medycznych i informatycznych, które wynosi odpowiednio około 13 i 10 tys. studentów. Ogólna liczba studentów kształcących się w województwie śląskim zmniejszyła się w ostatnich pięciu latach o ok. 7%.

¹² Na podstawie danych Eurostatu. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/region_cities/regional_statistics/data/database

¹³ Przyjęto według danych statystycznych Eurostat osoby bezrobotne powyżej 25 roku życia.

Dokonując rozpoznania w zakresie edukacji na poziomie ponadgimnazjalnym¹⁴, wyrażonej jako procentowy udział kształcących się do liczby osób w regionie w wieku 15-24, zauważyć można odmienne tendencje w województwie śląskim i kraju morawsko-śląskim. O ile w województwie śląskim odnotowano w latach 2001-2009 spadek liczby osób kształcących się w tej grupie z ok. 44% do 39%, o tyle w kraju morawsko-śląskim odnotowuje się wzrost liczby osób kształcących się w tej grupie. W 2001 roku wskaźnik ten wynosił 33,5%, zaś w 2009 41,5%. W analogicznym okresie kształcenie na poziomie wyższym przyniosło zmiany wzrostowe w obu regionach; odpowiednio w 2001 roku 26% i w 2009 55,4% w kraju morawsko-śląskim oraz w analogicznych okresach 48,4% i 55,4% w województwie śląskim.

Mając na uwadze mobilność osób młodych w województwie śląskim oraz bliskość kraju morawsko-śląskiego, poprawiająca się łączalność z jego przygranicznymi miastami może być traktowana jako znaczący czynnik dla przyszłego kształtowania potencjalnego transgranicznego rynku pracy (hipoteza). Warto obserwować, czy i w jakim stopniu kształcenie na poziomie ponadgimnazjalnym technicznym i zawodowym oraz na poziomie wyższym jest elementem oddziałującym na rynek pracy w układzie ponadregionalnym. Dotyczy to w zarówno tradycyjnych przemysłów (górnictwo, energetyka, hutnictwo), jak i nowych rodzajów aktywności bazowej miast śląskich (motoryzacja, awionika, przemysły precyzyjne) czy indywidualnej przedsiębiorczości. Jeśli uwzględnić istniejące powiązania kooperacyjne firm, bogatą współpracę placówek dydaktycznych i kształcenia zawodowego realizowaną w ramach projektów Leonardo da Vinci, Comenius i innych, można spodziewać się, w połączeniu z rozwijającą się siecią powiązań instytucji naukowych, poszukiwania szans zatrudnienia i startu działalności biznesowej na „poszerzonym” rynku pracy obejmującym województwo śląskie i kraj morawsko-śląski.

Od wielu lat silnie ukształtowana jest współpraca naukowa szkół wyższych działających w obszarze pogranicza polsko-czeskiego. Praktycznie wszystkie uczelnie publiczne województwa śląskiego i opolskiego współpracują z uczelniami publicznymi kraju morawsko-śląskiego. Generalny profil współpracy obejmuje wymianę naukową i wspólną realizację badań naukowych i międzyrządowych projektów współpracy bilateralnej w zespołach grupujących przedstawicieli różnych uczelni. Ewentualne międzyuczelniane porozumienia ramowe wypełniane są treścią dzięki zainteresowaniom poszczególnych zespołów, realizujących definiowane przez siebie projekty naukowe – w tym współfinansowane ze środków UE, np. Programu Ramowego. Po obu stronach granicy identyfikować można liczne wydarzenia środowiskowe (np. cykliczne konferencje, seminaria, itp.), które od wielu lat organizowane są w partnerstwie (lub przy stałym udziale) uczelni polskich i czeskich. Swoistą formułą instytucjonalizacji współ-

¹⁴ Dane za Eurostat. ISCED 3-4: Upper Secondary i Post-secondary non Tertiary.

pracy transgranicznej uczelni wyższych stało się powołanie w 2002 roku Konferencji Rektorów Uniwersytetów Śląskich. Natomiast w 2011 roku zostało utworzone transgraniczne konsorcjum uczelni polskich, czeskich i słowackich – zorientowane na innowacje i transfer technologii – pod nazwą PROGRES3.

7. Diagnoza w dziedzinie środowiska naturalnego

Województwo śląskie z uwagi na swoją specyfikę, tj. największe w kraju uprzemysłowienie, dużą gęstość zaludnienia oraz urbanizację, należy do regionów o największej antropopresji. Specyfika regionu związana jest także w występowaniem surowców mineralnych (głównie węgla kamiennego), które przez kilka wieków napędzały rozwój przemysłu. Negatywnym skutkiem tego rozwoju była znaczna degradacja środowiska. Województwo śląskie należy do regionów o największej w Polsce emisji zanieczyszczeń pyłowych i gazowych z zakładów szczególnie uciążliwych. W województwie śląskim wytwarza się największą w Polsce ilość ścieków przemysłowych i komunalnych. Problem w regionie stanowi także największa ilość odpadów przemysłowych, a ilość odpadów komunalnych powstających w województwie stawia je na drugiej pozycji co do ilości wytwarzanych w kraju. Z uwagi na niewielkie zasoby wodne, problem racjonalnej gospodarki wodno-ściekowej staje się priorytetem w działaniu wszystkich służb odpowiedzialnych za zarządzanie jakością środowiska i korzystanie z jego zasobów. Województwo śląskie charakteryzuje się lesistością rzędu 31,7% powierzchni regionu. Ze względu na walory przyrodnicze i krajobrazowe w obrębie województwa śląskiego wyznaczono 8 parków krajobrazowych o powierzchni stanowiącej około 20% powierzchni województwa, 64 rezerваты zajmujące powierzchnię ponad 4076,7 ha, a także wyodrębniono obszary Natura 2000 (o powierzchni ponad 1479,66 km²)¹⁵.

Najbardziej rozbudowanym przedsięwzięciem odnoszącym się do środowiska naturalnego w wymiarze przygranicznym jest realizowany w ramach POWT RCz-PL 2007-2013 przez VŠB Uniwersytet Techniczny w Ostrawie wraz z Instytutem Ekologii Terenów Uprzemysłowionych projekt „Polepszenie jakości powietrza w regionie przygranicznym Czechy-Polska”. Jako główny cel autorzy wyznaczyli wykonanie oceny roli emisji zanieczyszczeń powietrza ze źródeł komunalnych w kształtowaniu poziomów stężeń w gminach obszaru nadgranicznego. Badania prowadzi się, aby wskazać obszary o podwyższonym narażeniu mieszkańców na szkodliwe oddziaływanie ponadnormatywnych stężeń pyłu PM10 i PM2,5. Projekt skutkuje rekomendacjami prowadzącymi do po-

¹⁵ Program Ochrony Środowiska dla Województwa Śląskiego do roku 2013 z uwzględnieniem perspektywy do roku 2018. Materiał dostępny na stronie internetowej województwa śląskiego. www.slaskie.pl

prawy jakości powietrza w wybranych gminach po stronie polskiej i czeskiej. Projekt obejmuje po stronie czeskiej pięć krajów: liberecki, hradecki, pardubicki, ołomuniecki oraz morawsko-śląski, a po stronie polskiej cztery podregiony: jeleniogórsko-wałbrzyski, opolski, rybnicko-jastrzębski, bielsko-bialski oraz powiat pszczyński.

W województwie śląskim obowiązuje Program Ochrony Środowiska do 2013 roku z uwzględnieniem perspektywy do 2018. W Programie ujęto analizę uwarunkowań wynikających z polityki ekologicznej państwa oraz pozostałych dokumentów strategicznych krajowych i wojewódzkich. Program zawiera również ocenę stanu środowiska województwa śląskiego z uwzględnieniem prognozowanych danych oraz wskaźników ilościowych charakteryzujących poszczególne komponenty środowiska w latach 2010-2013. W zapisach Programu stwierdza się, że „Obszar pogranicza czesko-słowacko-polskiego charakteryzuje się dużą ilością atrakcji przyrodniczych oraz różnorodnością gatunkową z istotnym potencjałem zasługującym na ochronę. Niestety w ostatnich dziesięcioleciach nastąpiło obniżenie walorów przyrodniczych i krajobrazowych w rejonach przemysłowych oraz dużych ośrodkach aglomeracyjnych. Z tego względu na znacznej części obszaru pogranicza ochroną objęte są przyroda i krajobraz, zarówno w formie parków narodowych, obszarów chronionego krajobrazu czy Natura 2000. Ponadto m.in. Polska, Czechy oraz Słowacja przyjęły Ramową Konwencję o ochronie i zrównoważonym rozwoju Karpat, która weszła w życie dnia 4 stycznia 2006 r.”. Za kluczowe problemy obszarów pogranicza uznaje się: niewystarczająco rozwinięty system sieci kanalizacyjnych i oczyszczalni ścieków, niezadowalającą jakość wód powierzchniowych, wzrost zanieczyszczeń powietrza szczególnie w dużych miastach oraz w pobliżu obciążonych dróg, a także występowanie zagrożeń przemysłowych i komunikacyjnych. Wobec tego formułuje się cel długoterminowy Programu Ochrony Środowiska do roku 2018: Rozwój współpracy międzynarodowej w dziedzinie ochrony środowiska, na który składają się cele krótkoterminowe do 2013 roku. Są nim:

1. Współpraca i wzajemna pomoc w przypadku katastrof, klęsk żywiołowych i innych poważnych wypadków z Republiką Czeską oraz Republiką Słowacką.

2. Dalsze budowanie relacji, wymiana doświadczeń oraz wspólne projekty w sferze ochrony środowiska.

Do celów tych przypisany jest katalog przykładowych potencjalnych działań.

Równoległe do Programu Ochrony Środowiska, w 2010 roku został w województwie śląskim stworzony Program Ochrony Powietrza. Dokument ten przygotowano w celu określenia działań, których realizacja ma doprowadzić do osiągnięcia wartości dopuszczalnych i docelowych substancji w powietrzu.

W dokumencie tym uwzględnia się wpływ tzw. emisji napływowej z kraju morawsko-śląskiego na stan powietrza w poszczególnych strefach, na które podzielono zostało województwo śląskie. Jednocześnie rozpoczynane są prace nad opracowaniem wspólnego transgranicznego programu ochrony powietrza.

Podsumowanie i rekomendacje

Współpraca transgraniczna na terenie województwa śląskiego i kraju morawsko-śląskiego jest realizowana w następujących wymiarach:

- samorządowym, obejmującym współpracę regionów, w tym plany utworzenia Europejskiego Ugrupowania Współpracy Terytorialnej, współpracę jednostek samorządu lokalnego oraz działania podejmowane na pograniczu polskim i czeskim w ramach euroregionów: Śląsk Cieszyński i Silesia oraz Beskidy w ramach pogranicza polsko-czesko-słowackiego,
- edukacyjnym, obejmującym wszystkie poziomy edukacji,
- naukowo-technicznym, realizowanym w ramach grup, konsorcjów, projektów prowadzonych przez uczelnie wyższe i instytuty badawcze,
- kultury i związanego z nią ruchu turystycznego realizowanego przez lokalne, ponadlokalne i regionalne podmioty kultury w dziedzinach: teatr, opera, muzyka, taniec, muzealnictwo, sztuka filmowa i design,
- wydobywania i energetyki, uwzględniając wieloletnie tradycje i historię gospodarki regionów,
- ochrony środowiska, uwzględniając działania koordynacyjne agend władz publicznych oraz współpracę instytutów badawczych i uczelni wyższych,
- transportu, który zapewnia międzynarodową (transeuropejską) łączalność regionu transgranicznego, integruje subregionalne rynki pracy oraz poprawia warunki prowadzenia biznesu,
- gospodarczym, poprzez wsparcie przez instytucje samorządu gospodarczego i instytucji otoczenia biznesu, ale także współpracę indywidualną podmiotów prywatnych.

Dalsze rozwijanie współpracy transgranicznej powinno odbywać się z wykorzystaniem dotychczasowych doświadczeń opisanych w diagnozie. Nowe możliwości współpracy warunkowane będą przede wszystkim kształtem europejskiej Polityki Spójności na lata 2014-2020 (w tym zaktualizowanymi wytycznymi dotyczącymi Europejskich Ugrupowań Współpracy Terytorialnej) oraz przewidywanymi rozwiązaniami dotyczącymi europejskiej polityki naukowej i innowacyjnej formułowanej w programie Horyzont 2020, a w konsekwencji podporządkowanym im dokumentom strategicznym w regionach. Trzecim ważnym filarem jest kondycja finansowa gospodarki i skłonność – przede wszystkim biznesu – do alokowania środków na aktywności w tym obszarze.

Mając na uwadze wyniki diagnozy oraz uzgodnienia podejmowane w regionach przez różnorodnych aktorów współpracy transgranicznej – w kontekście tworzenia EUWT TRITIA – za istotną uznać należy realizację wskazanych niżej przedsięwzięć flagowych (tabela 1). W ramach przedsięwzięć flagowych wskazano najistotniejsze projekty i zadania do realizacji.

Tabela 1

Przedsięwzięcia flagowe i ich składowe

Przedsięwzięcie flagowe	Projekty/zadania
1	2
Utworzenie środkowo-europejskiej platformy logistycznej	Realizacja działań projektowych i badawczych w zakresie ICT dla potrzeb transportu i logistyki. Realizacja działań projektowych i badawczych w zakresie automatyzacji obsługi towarów. Wdrażanie programów uniwersyteckich dotyczących logistyki i transportu; szkolenia zawodowe w zakresie logistyki i transportu. Utworzenie wspólnej oferty. Uczestnictwo w wydarzeniach branżowych, targach itd.
Opracowanie transgranicznych rozwiązań w zakresie transportu publicznego	Powołanie grupy zadaniowej ds. kolejowej i autobusowej transgranicznej komunikacji publicznej. Przeprowadzenie badań rynkowych związanych z popytem na transgraniczną komunikację publiczną ze szczególnym uwzględnieniem wyznaczenia tras oraz częstotliwości połączeń. Opracowanie studium wykonalności rozwoju kolejowej i autobusowej transgranicznej komunikacji publicznej. Zawijazywanie porozumień instytucji samorządowych lub instytucji samorządowych i partnerów prywatnych; wybór schematów zarządzania połączeniami i ich operatorów.
Tworzenie wspólnego instrumentarium rozwoju klastrów i sieci współpracy	Wspólna analiza obszarów strategicznych funkcjonowania klastrów i ich aktywności innowacyjnej. Ocena pozycji konkurencyjnej klastrów regionu transgranicznego w kontekście europejskim i globalnym oraz tworzenie wspólnych strategii globalnych. Tworzenie wspólnego instrumentarium rozwoju transgranicznych klastrów i sieci współpracy.
Promowanie doskonałości biznesowej małych i średnich firm	Kreowanie i promowanie wydarzeń stanowiących o renomie obszaru EUWT TRITIA jako nowoczesnego regionu innowacyjnego. Inspirowanie do kreatywności i innowacyjności w regionie poprzez pokazywanie ludzi i firm odnoszących sukcesy w skali międzynarodowej, ich produktów i technologii.

cd. tabeli 1

1	2
Rozwój edukacji regionalnej w obszarze transgranicznym	Utworzenie systemu edukacji regionalnej w obszarze transgranicznym. Realizacja pilotażowych ścieżek i programów kształcenia. Stworzenie funduszu małych grantów na wspólne działania edukacyjne i mobilność uczniów i studentów w obszarze transgranicznym.
Upowszechnienie dostępu do informacji o działaniach innowacyjnych na rzecz internacjonalizacji biznesu	Usprawnienie portali i aplikacji internetowych zawierających informacje na temat ofert współpracy technologicznej oraz możliwości finansowych i infrastrukturalnych. Promowanie ofert współpracy w ramach międzynarodowych sieci innowacji i transferu technologii. Kreowanie internetowych forów dyskusyjnych tematycznych i zadaniowych w dziedzinach kluczowych dla gospodarki obszaru transgranicznego.
Prowadzenie foresightu technologicznego	Tworzenie regionalnych i międzyregionalnych „sojuszy wiedzy” i think-tanków. Tworzenie międzyregionalnych programów prognozowania technologicznego dla potrzeb polityki gospodarczej. Wspieranie funkcjonowania nowych i istniejących kierunków badawczych i edukacyjnych o profilu technicznym na uczelniach obszaru CERADA / EUWT TRITIA. Stworzenie rekomendacji i priorytetów dla działalności technologicznej i innowacyjnej w regionach CERADA / EUWT TRITIA.
Śledzenie i przewidywanie dynamiki transgranicznego rynku pracy	Prowadzenie badań z zakresu popytu i podaży na pracę oraz pomiaru dynamiki gospodarki w obszarze transgranicznym. Wykonywanie analiz komercyjnych dla klastrów, firm w łańcuchach wartości, MŚP wchodzących na rynek międzynarodowy itd. Upowszechnianie wyników prac obserwatorium w społeczeństwie wpływające na modyfikację systemów szkolenia i profili edukacyjnych.
Wzmacnianie współpracy naukowej i dydaktycznej uczelni wyższych	Komunikacja w sieci uczelni. Programy mobilności doktorantów lub wspólnych studiów doktoranckich w obszarze transgranicznym. Organizacja dorocznej konferencji: forum naukowo-gospodarcze regionu transgranicznego.
Realizację programów transferu technologii ze sfery nauki do przemysłu	Stworzenie platformy informacyjnej wspierającej wspólne występowanie o granty zewnętrzne na prowadzenie wspólnych badań podstawowych i prac badawczo-wdrożeniowych. Powolywanie interdyscyplinarnych grup tematycznych i zadaniowych w dziedzinach kluczowych dla gospodarki obszaru transgranicznego.

cd. tabeli 1

1	2
Uruchomienie funduszu małych grantów badawczo-wdrożeniowych	Wybór operatora funduszu małych grantów i jego zasilenie finansowe. Opracowanie regulaminu uzyskiwania i rozliczania grantów. Promocja funduszu. Dyseminacja wyników.
Upowszechnianie informacji połączone z pakietyzacją usług turystycznych	Rozwój i stała modernizacja infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form turystyki na obszarach przygranicznych. Promocja Euroregionów: „Silesia”, „Beskidy”, „Śląsk Cieszyński” jako obszarów bogatych w walory turystyczne. Odświeżona informacja turystyczna i/lub oznakowanie atrakcji turystycznych na szlakach, w miastach i miasteczkach, a także głównych drogach tranzytowych. Wzmocnienie systemu informacji turystycznej. Pakietyzacja usług gmin i obszarów turystyki przygranicznej.
Promowanie rozwiązań zapewniających efektywność energetyczną oraz niski poziom emisji w mieszkalnictwie, transporcie i przemyśle	Badania związane z komponentami systemów energii odnawialnej. Działania pilotażowe w mieszkalnictwie. Działania pilotażowe w obiektach użyteczności publicznej. Działania pilotażowe w zakładach przemysłowych. Działania pilotażowe w systemach transportu. Testowanie działających systemów. Prototypy dla branży samochodowej. Programy uczelniane, związane z zastosowaniem rozwiązań niskoemisyjnych w mieszkalnictwie, transporcie i przemyśle. Szkolenia zawodowe związane z zastosowaniem rozwiązań niskoemisyjnych w mieszkalnictwie, transporcie i przemyśle.

Przed wszystkim jednak należy nieustannie podkreślać znaczenie wspólnego podejścia do realizacji przedsięwzięć flagowych, angażujących w pełny i jednolity sposób partnerów po dwóch (trzech – wraz ze Słowacją) stronach granicy i odpowiadających na istotne, strategiczne wyzwania całego obszaru, a nie pojedynczych regionów czy środowisk lokalnych.

Literatura

- Baron M., Ochojski A.: Kreowanie regionów wiedzy. Metodyka i praktyka – studium przypadku CERADA (środkowoeuropejskiej przestrzeni badawczo-rozwojowej). W: Transformacja gospodarki – poziom krajowy i międzynarodowy. Red. B. Kos. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2011.
- Dane Urzędu Regulacji Energetyki na podstawie wskazań PSE – Operator S.A.
- Dane za Eurostat. ISCED 3-4: Upper Secondary i Post-secondary non Tertiary.
- Dane ze strony internetowej Inicjatywy. <http://www.interreg3a.cz> oraz z list beneficjentów dofinansowania POWT RCz-RP 2007-2013.
- Dane ze strony internetowej województwa śląskiego. http://www.slaskie.pl/strona_n.php?jezyk=pl&grupa=3&dzi=1248432639&id_menu=122
- http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/region_cities/regional_statistics/data/database
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego i Rady. Przyszła rola inicjatyw regionalnych. KOM(2010) 721; From Regional Markets to a Single European Market. Final Report, Everis, Mercados, 28.04.2010.
- Program Ochrony Środowiska dla Województwa Śląskiego do roku 2013 z uwzględnieniem perspektywy do roku 2018. Materiał dostępny na stronie internetowej województwa śląskiego. www.slaskie.pl
- Raporty na stronie internetowej Władzy Wdrażającej Programy Europejskie. [http://www.wpe.gov.pl/index.php?params\[section_id\]=8¶ms\[category_id\]=71](http://www.wpe.gov.pl/index.php?params[section_id]=8¶ms[category_id]=71)
- Rozporządzenie (WE) Nr 1082/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 5 lipca 2006 r. w sprawie europejskiego ugrupowania współpracy terytorialnej (EUWT).
- Turystyka w województwie śląskim w 2008 r. Urząd Statystyczny, Katowice 2009.
- Wystąpienie wiceministra RC ds. Przemysłu i Handlu Tomasza Hunera, Czesko-Polskie Forum Energetyczno-Inwestycyjne, Warszawa 4 listopada 2010.

CROSS-BORDER COOPERATION POTENTIAL – DIAGNOSIS AND RECOMMENDATIONS

Summary

Polish regions bordering with regions of the other EU Member States are currently facing new development challenges. Inter alia a perspective of joint activities within the European Groupings of Territorial Cooperation is wide open. In this setting the article presents experiences of a study over cross-border cooperation potential concerning Silesia Region (Poland) and Moravian-Silesian Region (The Czech Republic). The areas under scrutiny are: transportation, tourism, economy, energy sector, culture, human capital linked to education and HEI cooperation, environment.

Tomasz Bartuś

WDRAŻANIE SYSTEMÓW ZARZĄDZANIA RELACJAMI Z KLIENTAMI W ORGANIZACJACH

Wprowadzenie

Praktycy i teoretycy wielokrotnie wykazali, że klienci są jednym z najważniejszych zasobów organizacji. Pewien z autorów¹ idzie o krok dalej i mówi, że relacje z klientami stają się dla organizacji najcenniejszymi aktywami. Jego zdaniem istotne jest zatem, żeby relacje z klientami traktować jako aktywa lub inwestycje, które muszą być czynnie zarządzane w celu maksymalizacji wartości organizacji. Koncepcją zgodną z tym podejściem jest zarządzanie relacjami z klientami (Customer Relationship Managemet – CRM).

Zapewnienie właściwej obsługi klienta, bez względu na wybrane kanały sprzedaży, wymusza na organizacji pracę ze zintegrowanymi danymi, które powinny dotyczyć klientów, wskaźników konsumpcyjnych oraz stylu ich życia i preferencji. Klasyczne systemy informatyczne jedynie w wycinkowy sposób umożliwiają wspomaganie zarządzania relacjami z klientami, natomiast systemy klasy CRM pozwalają organizacji na kompleksowe zarządzanie nimi. Ciągła ewolucja tych systemów pozwoliła na wzrost stopnia integracji funkcji, jakie one oferują (np. obsługa klienta, zarządzanie kluczowymi klientami, akcje marketingowe, serwis, wielowymiarowa analiza danych) oraz różnorodność wykorzystanych przez nie technologii (bazy danych, narzędzia analityczne, serwisy WWW, Call Center, technologie mobilne).

1. Charakterystyka terminu zarządzania relacjami z klientami

Ponieważ definiując CRM wciąż można napotykać różne punkty widzenia na temat tego, czym jest CRM, czego on dotyczy, niżej przytoczono proponowane w literaturze jego charakterystyki:

¹ M. Gneiser: Value-Based CRM. „Business & Information Systems Engineering” 2010, No. 2(2).

1. Celem (CRM) jest nie tylko zaoferowanie doskonałych produktów i usług, ale pozyskanie, zachowanie i rozwijanie najlepszych klientów².

2. CRM jest główną strategią biznesową, która integruje wewnętrzne procesy i funkcje z zewnętrznym otoczeniem organizacji w celu kreowania i dostarczania wartości (produktów lub usług) konkretnemu klientowi, przez co organizacja czerpać będzie korzyści. Realizacja tej strategii wymaga korzystania przez organizację z wysokiej jakości danych charakteryzujących klienta oraz technologii informatycznej³.

3. CRM jest strategią budowy, zarządzania oraz umacniania lojalności i utrzymywania długofalowych relacji z klientem. CRM powinien być postrzegany jako podejście scentralizowane na kliencie pozwalającym identyfikować i zrozumieć ich różnorodne potrzeby preferencje i zachowania⁴.

4. CRM definiowany jest jako zorientowana na klienta oraz bazująca na technologii informatycznej koncepcja zarządzania, której celem jest kreowanie długofalowych i lukratywnych relacji z klientem⁵.

5. CRM należy postrzegać jako strategię przechodzącą przez całą organizację (wszystkie jej struktury), która zmierza do aktywowania wszystkich klientów w celu zwiększania ich wartości. Dodatkowo autorzy wskazują, aby narzędzia tej strategii były nacechowane nowymi technologiami⁶.

6. CRM jest strategią tworzenia relacji z klientem i wydobycia z niej maksimum korzyści dla organizacji. Autorzy dodają także, że system CRM usposabia organizację do jednoczenia pracowników, procesów biznesowych oraz komponentów technologicznych⁷.

7. CRM to strategia optymalizacji długotrwałej wartości klientów⁸.

Zdaniem wielu autorów⁹, CRM może zdynamizować organizację do wprowadzania zmian, które pozwolą na poprawę zadowolenia klienta. Poprzez CRM organizacje identyfikują i zachowują swoich najlepszych klientów, a także sprawiają, że proces współpracy między organizacją a klientami jest rozwijany podczas każdego kontaktu.

² P. Kotler, G. Armstrong: *Marketing: An Introduction*. 2004.

³ F. Buttle: *Customer Relationship Management*. Butterworth-Heinemann, 2009.

⁴ K. Tsipitsis, A. Chorianopoulos: *Data Mining Techniques in CRM Inside Customer Segmentation*. John Wiley & Sons, Chichester 2009.

⁵ S. Wilde: *Improving Customer Relationship Through Knowledge Application*. Springer, New York 2011.

⁶ D. Peppers, M. Rogers: *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. John Wiley & Sons, New Jersey 2011.

⁷ S. Kostojohn, M. Johnson, B. Paulen: *CRM Fundamentals*. Apress, New York 2011.

⁸ Ch. Todman: *Projektowanie hurtowni danych. Zarządzanie relacjami z klientami*. WNT, Warszawa 2011.

⁹ S. Kostojohn, M. Johnson, B. Paulen: *Op. cit.*

Charakteryzując CRM można powiedzieć, że:

- koncentruje się on na marketingu i sprzedaży dla klientów,
- organizacja jest inicjatorem i kontrolerem większości dialogów,
- interakcje stają się bezpośrednie i formalne,
- rola klienta w relacjach nabiera dynamizmu¹⁰.

Przytoczone definicje wydają się tak ogólne, jak to tylko możliwe. Prawdopodobnie spowodowane jest to tradycyjnym podejściem do CRM, jako operacyjnego, wręcz transakcyjnego nastawienia do zarządzania relacjami z klientami. Charakteryzuje się ono tym, że CRM zostaje skupiony głównie wokół klientów, a postrzegany jest z perspektywy działów sprzedaży, marketingu i obsługi klientów (obsługa gwarancyjna i pogwarancyjna – serwis). Powyższe definicje łączy to, że celem CRM jest pozyskanie (zidentyfikować i nabyć), utrzymanie (służyć i zachować) i motywowanie do dalszej współpracy klientów.

2. Charakterystyka systemu CRM

Patrząc na CRM przez pryzmat systemu informatycznego, można go zobrazować jako interfejs łączący organizację z jej klientami, kontrahentami i kooperantami. Istota systemu CRM zakłada, że przeznaczony jest on do budowania długoterminowych relacji z klientami w celu zacieśniania kontaktów z nimi oraz poprawy zyskowności organizacji i redukcji kosztów. Głównym celem systemu CRM jest poznanie i zrozumienie klientów. Jednak trudno wskazać jeden uniwersalny sposób, aby został on osiągnięty. Zarówno teoretycy, jak i praktycy w ramach systemu CRM identyfikują trzy podstawowe jego formy, takie jak 1) interakcyjny (kooperacyjny), 2) operacyjny i 3) analityczny¹¹.

Warto zaznaczyć, że o ile operacyjny oraz analityczny CRM wymieniane i charakteryzowane bywają w większości opracowań, o tyle interakcyjny CRM często bywa pomijany. Co więcej, wydaje się, że niektórzy z autorów np. w ramach charakterystyki CRM słusznie dodają strategiczny CRM, który parametryzuje system CRM i spaja go wraz z działalnością organizacji¹². W takim układzie zadaniem strategicznego CRM jest wypracowanie strategii biznesowej

¹⁰ Ibid.

¹¹ S. Shanmugasundaram Customer Relationship Management: Modern Trends And Perspectives, PHI Learning Pvt. Ltd., 2010; S. Wilde: Op. cit.; D. Peppers, M., Rogers: Op. cit.

¹² D. Aurelie, B. Laid: The Alignment between Customer Relationship Management and IT Strategy. Proceedings of the Southern Association for Information Systems Conference. Richmond, VA, USA March 13th-15th, 2008; A. Payne and P. Frow: A Strategic Framework for Customer Relationship Management. „Journal of Marketing” 2005, No. 69.

organizacji pokrywającej się ze strategią klientów. Jeden z autorów¹³ proponuje, aby dokonać tego przez spojrzenie na CRM typu top-down, które postrzeganie CRM rozpoczyna od nakierowania strategii biznesowej całkowicie na klientów. Jego zdaniem, poprzez takie podejście możliwe jest pozyskiwanie i utrzymywanie klientów przynoszących dochody.

Charakteryzując interakcyjny lub kooperacyjny CRM można powiedzieć, że dąży on do doskonalenia procesu komunikacji organizacji z klientami, dostawcami oraz partnerami biznesowymi w celu wypracowania długofalowej współpracy. Realizowane jest to m.in. przez ograniczanie czasu trwania oraz częstotliwość bezpośredniej interakcji pomiędzy klientami a organizacją i minimalizowanie lub zastępowanie jej przez zautomatyzowaną interakcję pasywną. Do komunikacji wykorzystuje się łączność telefoniczną, SMS, pocztę tradycyjną i elektroniczną, faksy oraz aplikacje głosowe. Ogólnie można przyjąć, że jest to zbiór technologii wspomagających pozyskanie, przepływ i dostęp do informacji dla organizacji oraz jej klientów. Jego zaletą jest to, że poprzez bezpośrednio zaangażowanie klientów organizacja może pozyskać konkretne informacje¹⁴.

Z kolei operacyjny CRM wspiera obsługę procesów biznesowych, odpowiedzialnych za bezpośredni kontakt klientów z organizacją. Ma na celu usprawnienie obustronnych relacji oraz pozyskanie informacji, które są z nimi związane. Zadaniem operacyjnego CRM jest automatyzacja procesów na styku kontaktów klientów z organizacją¹⁵. Zbiór różnych aplikacji pozwala realizować (w tym także automatyzować) działania działów marketingu, sprzedaży oraz serwisu.

Analityczny CRM skupia się na gromadzeniu, przetwarzaniu i analizowaniu danych klienta za pomocą aplikacji analitycznych. Analityczny CRM uznawany jest za ważny element skutecznego wdrażania CRM. Trafność działań podejmowanych w ramach operacyjnego CRM okazuje się niewystarczająca. To dzięki informacjom pochodzącym z analitycznego CRM organizacje poznają wartość klientów, na podstawie której podejmowane są różne decyzje w ramach operacyjnego CRM. Podejmowane są one na podstawie analiz odpowiadających na następujące pytania:

Do których klientów warto skierować konkretną ofertę?

Jaki jest względny priorytet (np. według norm przyjętych w organizacji, gdy na linii w danym momencie jest kilku klientów, to w pierwszej kolejności zostanie obsłużony klient o wyższym priorytecie, następnie obsłużeni zostaną klienci z przypisanymi niższymi priorytetami) dla klientów oczekujących na linii oraz jaki poziom usług należy im zaoferować?

¹³ F. Buttler: Op. cit.

¹⁴ A. Kracklauer, D. Mills, D. Seifert: Collaborative Customer Relationship Management: Taking CRM to the Next Level. Springer, Heidelberg 2004; S. Wilde: Op. cit.

¹⁵ Ibid.; F. Buttler: Op. cit.

Jaki obszar wymaga/wart jest wzmocnienia działań w obszarze marketingu oraz sprzedaży?

Najczęściej analityczny CRM pozwala sporządzać analizy biznesowe i raporty operacyjne (np. dotyczące sprzedaży, badań marketingowych) oraz prognozy (np. przyszłe zachowania klientów, rynku). Analizy te stanowią podstawę planowania strategii przyszłej sprzedaży, akcji marketingowych, identyfikowania potrzeb i zachowań klientów oraz – dla określonego przedziału czasu – szacowania kosztów utrzymania i pozyskania klientów¹⁶.

Na rynku oferowanych jest wiele systemów klasy CRM. Swoje produkty proponują m.in. takie firmy, jak Microsoft¹⁷, Oracle¹⁸, SAP¹⁹ oraz Teradata²⁰. Systemy tych dostawców charakteryzuje znaczne zaawansowanie funkcjonalności pożądaných przez strategię CRM, które zaimplementowane są w dziesiątkach różnych formularzy zgrupowanych w modułach. Ofertę rynku systemów CRM uzupełnią także firmy działające lokalnie (np. BPSC – Impuls 5²¹, Teta – CRM.Net²²). Oferta tego typu dostawców jest o tyle ciekawa, że mogą oni zapewnić (lub dostosować) funkcjonalność systemu na takim poziomie, jakiego oczekuje konkretny klient (użytkownik systemu CRM). Poza komercyjnymi (płatnymi) systemami CRM, ciekawie wygląda również oferta systemów CRM typu open-source. Na rynku największym powodzeniem cieszą się systemy SugarCRM²³ oraz vTiger²⁴.

3. Wdrażanie koncepcji oraz systemu zarządzania relacjami z klientami w organizacji

Doświadczenia wielu firm²⁵ pokazują, że wdrożenie koncepcji CRM i systemu CRM w organizacji wymaga wypracowania stosownej metodyki zarządzania relacjami z klientami, według której będzie ona realizowana. Ciekawym rozwiązaniem w tym zakresie jest propozycja Gartner Group, będąca swego rodzaju mapą CRM²⁶. Składa się ona z kilku elementów tworzących kompleksową

¹⁶ Ibid.; S. Wilde: Op. cit.

¹⁷ www.microsoft.com/dynamics/pl/pl/default.aspx

¹⁸ www.oracle.com/us/products/applications/crmondemand/index.html

¹⁹ www.sap.com/poland/solutions/business-suite/crm/index.epx

²⁰ www.teradata.com/business-needs/customer-relationship-management

²¹ www.bpsc.com.pl

²² www.teta.com.pl

²³ www.sugarcrm.com

²⁴ www.vtiger.com

²⁵ BPSC SA z Chorzowa oraz klienci tej firmy (np. OSM w Piątnicy, Ekoplón). <http://www.bpsc.com.pl/index.php?CIDA=23>

²⁶ 8 Building Block of CRM. Gartner Group, 2006.

koncepcję CRM. Zalicza się do nich: 1) wizję CRM, 2) strategię CRM, 3) wartość doświadczeń klienta, 4) współpracę w organizacji i proces CRM, 5) informacje CRM, 6) technologie CRM, 7) ocenę CRM.

Przedstawiona mapa CRM jest pomocna zarówno w opracowaniu całościowego obrazu koncepcji zarządzania relacjami z klientami w organizacji, jak też na etapie jej wdrażania. Pomaga nakreślić całościowy obraz organizacji, opracować analizę biznesową oraz plan przyszłego wdrożenia. Ułatwia również oszacowanie aktualnych i przyszłych strat i korzyści organizacji w zakresie wdrożenia oraz eksploataowania systemu CRM. Może też być pomocna przy opracowywaniu przyszłej strategii, oszacowaniu aktualnych i przyszłych możliwości organizacji, jak również w zrozumieniu jej aktualnej pozycji na rynku.

Pierwszym krokiem skutecznego projektu CRM jest wypracowanie przez organizację jasnej wizji strategii CRM, będącej „kamieniem węgielnym”²⁷. Na tym etapie należy określić: a) kierunek, w jakim organizacja chce podążać, a także co będzie oferować, b) klientów lub grupy klientów, z którymi należy aktualnie oraz w przyszłości rozwijać współpracę, c) znaczenie CRM w strategii organizacji oraz korzyści, jakie się z nim wiążą, d) charakter pożądanych przez klienta przeżyć oraz doświadczeń (które zostały celowo wytworzone przez organizację)²⁸.

Drugi element obejmuje strategię CRM. Strategia CRM powinna zostać przepleciona lub wręcz połączona ze strategią marketingową i wskazywać dalszy kierunek strategii zarządzania zasobami ludzkimi (HR), zarządzania zasobami informatycznymi (IT) oraz produkcją. Z połączenia wyżej wymienionych strategii uzyskuje się ogólną strategię biznesową organizacji. Strategia CRM powinna określać cele działania organizacji, segmenty rynku, do których będzie skierowana, a także zasady współpracy organizacji z otoczeniem.

Ocena przeżyć klienta jest trzecim elementem CRM w organizacji. Na tym etapie istotna staje się ocena doświadczeń i przeżyć, które klienci zdobywają podczas współpracy z organizacją. Pozytywne doświadczenia klientów²⁹ dają im satysfakcję, podnoszą ich zaufanie i lojalność wobec niej. Niekorzystne przeżycia natomiast osłabiają jakość relacji z obecnymi oraz przyszłymi klientami i zazwyczaj pogarszają jej pozycję na rynku.

Współpraca w organizacji i procesy CRM to czwarty element CRM. Dotyczą one operacji realizowanych wewnątrz organizacji oraz na poziomie kontaktów z partnerami biznesowymi i kontrahentami. W organizacji należy przeprowadzić zmiany w strukturze organizacji, jej procesach, kwalifikacjach pracowników, ich motywowaniu i wynagrodzeniach. Z kolei pod kątem procesów

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

CRM etap ten skupia się na poznaniu cyklu życia klienta (customer life cycle) i sterowaniu nim. Wymaga to często wprowadzenia nowych procesów biznesowych w organizacji lub usprawnienia procesów już istniejących. Można powiedzieć, że skuteczny reinżyniering nastawiony na klienta powinien zmierzać w kierunku wypracowania procesów oczekiwanych przez klientów i tym samym przyczyniających się do polepszenia wartości doświadczeń klienta³⁰.

Informacje CRM znajdują się na piątym miejscu w hierarchii proponowanej metodyki. Sprawą niezwykle istotną jest wypracowanie efektywnych wzorców zarządzania niematerialnymi zasobami, jakimi są dane, informacja i wiedza³¹. Praktyka pokazuje, że często organizacje nie dysponują jasnym i przemyślanym planem zarządzania informacją i wiedzą oraz zasobami informatycznymi. W swojej działalności wykorzystują one różne systemy informatyczne, które nie są ze sobą powiązane, wskutek czego nie istnieje możliwość pełnego przepływu informacji między nimi. Sprawny CRM wymaga określenia danych, w tym danych o klientach, które należy pozyskać w celu opisanie ich sylwetki oraz usprawnienia przyszłych kontaktów między nimi a organizacją.

Analizując technologie CRM pod kątem wdrożenia CRM w organizacji zauważyć można, że często proces ten sprowadza się jedynie do zaimplementowania systemu informatycznego zgodnie z jego architekturą oraz z niezbędną infrastrukturą sprzętową. Tego typu podejście daje jedynie częściowy efekt wdrożenia strategii CRM w organizacji. Technologia jest ważnym składnikiem strategii CRM, skupiającym trzy obszary: aplikacji lub systemu CRM, architektury oraz stopnia ich integracji³². Podczas wdrożenia technologii CRM organizacje skupiają się na implementacji wybranego systemu CRM. Aspekt jego integracji z pozostałymi zasobami informacyjnymi początkowo bywa zepchnięty na dalszy plan, gdyż wymaga znacznych nakładów finansowych i czasowych. Kłopotliwe jest również to, że systemy wykorzystywane w CRM dotyczą różnych obszarów, w związku z czym część z nich wymaga wysokiej specjalizacji. Aby jednak przedsięwzięcie CRM mogło przynieść dla organizacji i jej klientów korzyści, konieczna staje się integracja systemów informatycznych oraz ich infrastruktury z procesami dokonującymi się w organizacji celem usprawnienia zarządzania relacjami z klientami. W osiągnięciu takiego stanu pożądana jest integracja kanałów komunikacyjnych z poszczególnymi jednostkami biznesowymi organizacji. Integracja ta powinna przebiegać zgodnie z opracowaną architekturą systemu CRM oraz określonymi potrzebami jednostek organizacji. Należy również opracować politykę bezpieczeństwa dostępu do zasobów informacyjnych oraz określić sposób i czas ich aktualizacji w repozytoriach danych. Dlatego też

³⁰ Ibid.

³¹ J. Dyche: CRM. Relacje z klientami. Helion, Gliwice 2002.

³² Gartner Group..., op. cit.

warto znać odpowiedź na pytanie: „Dlaczego integracja w CRM jest tak istotna?”. Wynika to bowiem z różnorodności wykorzystywanych w organizacji technik i narzędzi ICT, takich jak:

- sprzęt informatyczny (serwery, komputery osobiste, sieci komputerowe, urządzenia mobilne),
- specjalistyczne oprogramowanie (systemy CRM, MRPII, ERP, zarządzania łańcuchem dostaw, a także coraz częściej oprogramowaniem dostawców i partnerów biznesowych),
- umiejętności i doświadczenie pracowników, którzy są niezbędni do efektywnego wykorzystania wyżej wymienionych zasobów i narzędzi ICT³³.

Praktyka wskazuje, iż wdrożenie samej technologii informatycznej jest tylko jednym z ważnych, ale nie kluczowych czynników wpływających na poprawę relacji między klientem a organizacją. Słusznie zauważają H. Grudzewski i I. Hejduk, że CRM należy traktować jako strategię biznesową, która wymusza zmiany w procesach organizacyjnych, co pociąga za sobą zastosowanie technologii informacyjnej. Odwrotne podejście do tego zagadnienia, czyli rozpoczęcie zmian od technologii do strategii, spowoduje, że zakończy się ono porażką³⁴.

Proponowaną metodykę CRM zamyka etap oceny. Wiąże się on z określeniem spodziewanych efektów zarządzania relacjami z klientami i sposobów jego badania oraz monitorowania. Stymuluje to organizację do rozwijania wdrażanej strategii CRM oraz poprawy jakości przeżyć i doświadczeń klientów. Trudno wskazać uniwersalny zbiór wskaźników, które można wykorzystać do sprawdzenia jakości oraz efektów jego wdrożenia. Organizacje powinny wypracować własny – właściwy dla nich zbiór wskaźników, zgodny z ich potrzebami. W tym celu pomocna może okazać się koncepcja SMART będąca zbiorem pięciu postulatów dotyczących cech, którymi powinien charakteryzować się poprawnie opracowany plan ocen. Koncepcja SMART³⁵ sprawdza się w prawidłowym wyznaczaniu celów CRM i ich ocenie, co z kolei zwiększa szansę na pozytywne wdrożenie CRM w organizacji. Rozwinięciem akronimu SMART³⁶, są odpowiednio: 1) Suitable – odpowiedni, 2) Measurable – mierzalny, 3) Acceptable – akceptowalny, 4) Reasonable – rozsądny, 5) Timeable – określony w czasie.

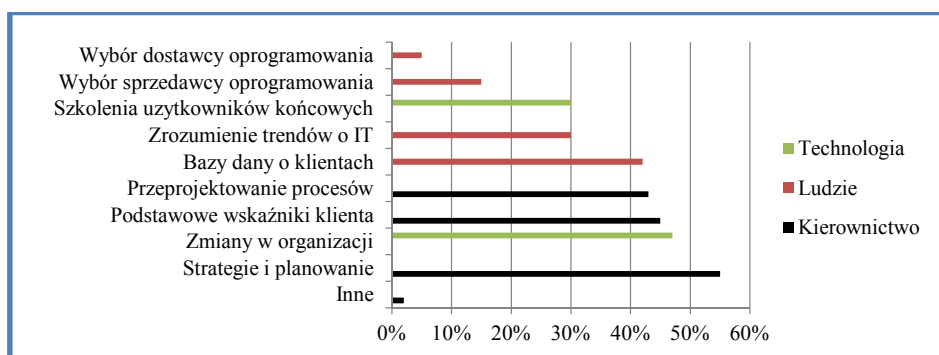
Powodzenie wdrożenia koncepcji CRM w organizacji zależy od wielu czynników. Ich zestawienie, uwzględniające badania amerykańskie, przedstawiono na rys. 1.

³³ Ibid.; F. Newell: *Loyalty.com Customer Relationship Management in the New Era of Internet Marketing*. McGraw-Hill Education, New York 2000; J. Dyche: *Op. cit.*

³⁴ W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk: *Metody projektowania systemów zarządzania*. Difin, Warszawa 2004.

³⁵ E. Thomsen: *OLAP Solution Building Multidimensional Information Systems*. John Wiley & Sons, New York 2002. http://pl.wikipedia.org/wiki/S.M.A.R.T._%28zarz%C4%85danie%29.

³⁶ Ibid.; Gartner Group..., *op. cit.*



Rys. 1. Działania wspierające pozytywne zakończenia wdrożeń systemów CRM

Źródło: B. Thompson: Successful CRM. Turning Customer Loyalty into Profitability. RightNow Technologies, 2010. http://www.optimaitconsulting.com/menu/CRM/Successful_CRM_Turning%20Customer%20Loyalty%20Into%20Profitability.pdf

Podsumowanie

Warto zaznaczyć, że zanim w organizacji podjęte zostaną prace dotyczące wyboru dostawcy systemu CRM i wdrażanie samego systemu, konieczne jest zbudowanie przez organizację metodyki wdrożenia zarządzania relacjami z klientami, a nie tylko samego systemu CRM. Przedstawiona metodyka budowy i wdrażania koncepcji CRM pokazuje, że jest to proces złożony, wieloaspektowy, o długim horyzoncie czasowym. Wymaga koordynacji wielu zadań, zaangażowania pracowników, klientów i kontrahentów. Na CRM należy patrzeć kompleksowo, poprzez opracowanie ogólnej wizji i strategii organizacji z wyznaczeniem oczekiwanych korzyści. Umożliwi to w przyszłości sprawdzenie, czy zakładany stan został już osiągnięty.

Literatura

- Buttle F.: Customer Relationship Management. Butterworth-Heinemann, 2009.
 Dyche J.: CRM. Relacje z klientami. Helion, Gliwice 2002.
 Gneiser M.: Value-Based CRM. „Business & Information Systems Engineering” 2010, No. 2(2).
 Grudzewski W.M., Hejduk I.K.: Metody projektowania systemów zarządzania. Difin, Warszawa 2004.
http://www.optimaitconsulting.com/menu/CRM/Successful_CRM_Turning%20Customer%20Loyalty%20Into%20Profitability.pdf
 Kostojohn S., Johnson M., Paulen B.: CRM Fundamentals. Apress, New York 2011.
 Kotler P., Armstrong G.: Marketing: An Introduction. 2004.

- Kracklauer A., Mills D., Seifert D.: Collaborative Customer Relationship Management: Taking CRM to the Next Level. Springer, Heidelberg 2004.
- Newell F.: Loyalty.com Customer Relationship Management in the New Era of Internet Marketing. McGraw-Hill Education, New York 2000.
- Payne A. and Frow P.: A Strategic Framework for Customer Relationship Management. „Journal of Marketing” 2005, No. 69.
- Peppers D., Rogers M.: Managing Customer Relationships: A Strategic Framework. John Wiley & Sons, New Jersey 2011.
- pl.wikipedia.org/wiki/S.M.A.R.T._%28zarz%C4%85dzanie%29
- Shanmugasundaram S. Customer Relationship Management: Modern Trends And Perspectives. PHI Learning Pvt. Ltd., 2010.
- The Gartner Group, 8 Building Block of CRM, www.gartner.com, 2008.
- Thompson B.: Successful CRM. Turning Customer Loyalty into Profitability. RightNow Technologies, 2010.
- Thomsen E.: OLAP Solution Building Multidimensional Information Systems. John Wiley & Sons, New York 2002.
- Todman Ch.: Projektowanie hurtowni danych. Zarządzanie relacjami z klientami. WNT, Warszawa 2011.
- Tsiptsis K., Chorianopoulos A.: Data Mining Techniques in CRM Inside Customer Segmentation. John Wiley & Sons, Chichester 2009.
- Wilde S.: Improving Customer Relationship Through Knowledge Application. Springer, New York 2011.
- www.bpsc.com.pl
- www.microsoft.com/dynamics/pl/pl/default.aspx
- www.oracle.com/us/products/applications/crmondemand/index.html
- www.sap.com/poland/solutions/business-suite/crm/index.epx
- www.sugarcrm.com
- www.teradata.com/business-needs/customer-relationship-management
- www.teta.com.pl
- www.vtiger.com

THE IMPLEMENTATION OF THE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEMS IN ORGANIZATIONS

Summary

The aim of the paper was to present the possibility of using information technologies in the processing of knowledge about customers on electronic market. General description of CRM (Customer Relationship Management) system functionality was made. Subsequently, the strategic customer-centric analysis, performed by analytical CRM supporting knowledge about customers on electronic market were described. The obtained results may be useful for improving the processing of knowledge about customers with using of analytical CRM system.

Kornelia Batko

Grażyna Billewicz

E-USŁUGI W BIZNESIE I ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ

Wprowadzenie

Żyjemy w społeczeństwie informacyjnym, w którym Internet stał się medium determinującym prawie każdą sferę działalności człowieka¹. Ma wpływ na prowadzenie biznesu, załatwianie spraw urzędowych, spędzanie wolnego czasu, a nawet na kształtowanie się relacji międzyludzkich. Z perspektywy biznesowej zauważalne jest, że Internet sprzyja kreowaniu nowych dziedzin biznesu wykorzystujących wirtualny rynek. Przez Internet można oferować wiele usług, często takich, które wcześniej nie miały swojego odpowiednika w realnym świecie. Ponadto, dzięki rozpowszechnieniu się stron internetowych, narzędzi ICT oraz zaawansowanych technologii informatycznych duża część z tych usług jest wykonywana automatycznie, bez udziału człowieka. Usługi takie określa się jako e-usługi, którym poświęcone jest niniejsze opracowanie. Głównym celem artykułu jest prezentacja istoty e-usług, technologii wykorzystywanych w dostarczaniu e-usług, a także sektorów (obszarów) wdrażania e-usług. W artykule dokonano analizy podmiotów realizujących e-usługi, a zwłaszcza zachodzące relacje między nimi, poparte przykładami z biznesu i administracji oraz statystykami. Na zakończenie omówiono bariery rozwoju e-usług w Polsce.

¹ Współczesny człowiek stoi przed wyzwaniem społeczeństwa postindustrialnego (D. Bell: *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Basic Books, New York 1973), społeczeństwa pokapitalistycznego (P.F. Drucker: *Spółeczeństwo postkapitalistyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999), zwanego także społeczeństwem trzeciej fali (A. Toffler: *The Third Wave*, Bantam Books, New York 1980; Idem: *Trzecia fala*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2001) albo inaczej społeczeństwem informacyjnym (M. Gołiński: *Spółeczeństwo informacyjne – problemy definicyjne i problemy pomiaru*, W: *Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego: dylematy cywilizacyjno-kulturowe*, Red. W. Haber, <http://winntbg.bg.agh.edu.pl/skrypty/0037/cz0-r11.pdf>, Kraków (odczyt 24.08.2012; *Spółeczeństwo informacyjne*, Red. J. Papińska-Kasparek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008).

1. Istota e-usług i technologie wykorzystywane w ich dostarczaniu

W literaturze przedmiotu występuje bardzo wiele definicji e-usług. Wydaje się wręcz niemożliwe jednoznaczne wyznaczenie granic e-usługi ze względu na dynamiczny charakter środowiska, w którym się ona tworzy i rozwija. Konsekwencją tego jest trudność w jednoznacznym określeniu, czy dana aktywność internetowa jest e-usługą czy też nie. E-usługę można świadczyć za pośrednictwem: Internetu, urządzeń mobilnych, telewizji satelitarnej i cyfrowej.

W związku z trudnościami definicyjnymi, e-usługa jest identyfikowana i rozumiana jako usługa, która spełnia następujące warunki:

- jest świadczona w sposób częściowo lub całkowicie zautomatyzowany przez technologię informacyjną,
- jest realizowana w Internecie i za pośrednictwem Internetu,
- jest zindywidualizowana względem odbiorcy (personalizowana),
- strony świadczonej usługi znajdują się w różnych miejscach (usługa zdalna)².

Zatem e-usługi to takie usługi, których świadczenie odbywa się za pomocą Internetu, jest zautomatyzowane (może wymagać niewielkiego udziału człowieka) i zdalne. Od usługi w formie tradycyjnej e-usługę odróżnia zazwyczaj brak udziału człowieka po drugiej stronie i świadczenie usługi na odległość. E-usługi powinny być dostarczane za pomocą systemu informatycznego, np. aplikacji internetowej, serwisu internetowego i świadczone na żądanie usługobiorcy (o każdej porze i w różnej formie).

W literaturze przedmiotu można znaleźć także szersze rozumienie terminu e-usługa. Podejście takie zaprezentowane zostało m.in. w publikacji „E-usługi a społeczeństwo informacyjne”, w której e-usługi są rozumiane jako nowa forma świadczenia usług przy wykorzystaniu Internetu, od momentu kontaktowania się firmy z klientem celem przedstawienia oferty poprzez zamówienie usługi, jej świadczenie i kontakt z klientem po wykonaniu usługi³. Definicję elektronicznej usługi podano także w Rozporządzeniu Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 29 stycznia 2009 roku (Dz.U. 2009, nr 21, poz. 115)⁴.

W ostatnich latach obserwujemy ciągły rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych, co sprzyja także rozwojowi i ciągłemu doskonaleniu e-usług. W związku z ewolucją mającą na celu przejście z usług świadczonych w sposób

² M. Śliwiński: Modele biznesowe e-usług. <http://parp.gov.pl> (2008).

³ A. Dąbrowska, M. Janoś-Kreso, A. Wódkowski: E-usługi a społeczeństwo informacyjne. Difin, Warszawa 2009, s. 41.

⁴ Dz.U. 2009, nr 29, poz. 115 – zmieniające rozporządzenie w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej na wspieranie tworzenia i rozwoju gospodarki elektronicznej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013.

tradycyjnych w kierunku e-usług, należy zdefiniować pewne standardy, jakie powinny spełniać e-usługi. Innymi słowy, powinno się wyspecyfikować cechy charakterystyczne dla e-usług. Zatem, e-usługi powinny się charakteryzować:

- prostotą, oznaczającą łatwość i intuicyjność korzystania z usług przez użytkownika,
- oryginalnością, a zatem e-usługa powinna stanowić coś nowego, czego dotąd nie było na rynku lub nowe rozwiązanie oparte na istniejących w gospodarce trendach,
- indywidualizacją i personalizacją, czyli dostosowaniem usługi do użytkownika i jego preferencji, przez co użytkownik odnosi wrażenie, że usługa jest skierowana bezpośrednio do niego,
- mobilnością, rozszerzeniem tradycyjnych e-usług oferowanych jako strony internetowe o nowe kanały dystrybucji, czyli rozwiązania na urządzenia mobilne (np. smart fonów, tablety) dedykowane dla telewizji satelitarnej lub cyfrowej,
- otwartością kodu, czyli dostępem do kodu źródłowego usługi, który może być modyfikowany na bieżąco przez społeczność internetową pracująca nad ulepszeniami,
- uspołecznieniem, możliwością stworzenia e-społeczności wokół danej usługi,
- możliwością świadczenia w formie cloud computing lub rozwiązań webowych, co pozwala na redukcję problemów z kompatybilnością systemów operacyjnych czy back up'em danych; dzięki tym technologiom potrzebne programy znajdują się na serwerach dostawcy: klient po swojej stronie ma dostęp do interfejsu (na ogół w postaci ujednoliconego środowiska pracy) poprzez program – klienta, np. przeglądarkę internetową⁵.

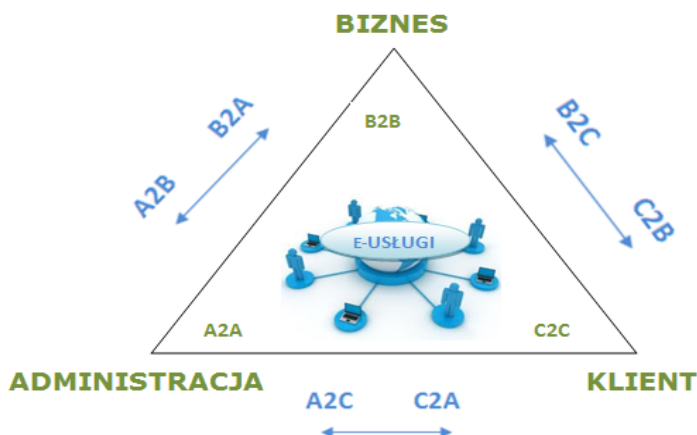
Warto podkreślić, że e-usługi, poza niewątpliwym ułatwieniem przebiegu transakcji, dają nowe możliwości, do których można zaliczyć:

- nowy sposób dostarczania usług – e-usługi pozwalają na płynne przesyłanie danych pomiędzy różnymi platformami, monitorowanie i utrzymanie urządzeń oraz podzespołów; firmy mogą sprawniej działać, jednocześnie zatrudniając mniejszą liczbę pracowników nadzorujących system, procesy i różne urządzenia,
- postrzeganie informacji jako nowego źródła wartości – e-usługi pozwalają na dokonywanie operacji na podstawie decyzji w tych gałęziach przemysłu, w których nawet niewielkie zmiany trendów zewnętrznych czy wydarzeń mają istotne znaczenie; głównie chodzi tu o transport, energię czy usługi finansowe,

⁵ S. Komorowski, M. Koralewski, A. Kośmider, M. Kraska, J. Langer, K. Nowaczyk, J. Pucher: Rozwój sektora e-usług na świecie. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). <http://parp.gov.pl> (2010).

- zorientowanie usług na klienta – nie ma ograniczeń co do ilości e-usług,
- e-usługi są bardziej zorientowane na indywidualizację obsługi, a klient bierze czynny udział w ich współtworzeniu,
- oferowanie mikrousług na żądanie – przewiduje się, że w niedalekiej przyszłości e-usługi będą dostępne na każde żądanie⁶.

Bardzo ważnym zagadnieniem, jeżeli chodzi o świadczenie e-usług, jest rozpoznanie modeli biznesowych świadczenia e-usług (rys. 1). W gospodarce elektronicznej nowe reguły przedsiębiorczości oraz nowe technologie pozostają ze sobą w ścisłych relacjach, wzajemnie się przenikając i warunkując. Przy opisywaniu modeli e-biznesowych wyróżnia się trzy najważniejsze podmioty e-gospodarki: przedsiębiorstwa, klientów i administrację.



Rys. 1. Relacje (modele) świadczenia e-usług

E-usługi mogą być świadczone pomiędzy wszystkimi trzema podmiotami gospodarki wymienionymi wyżej. Relacje te zawsze powinny być dwukierunkowe. Wśród tych relacji sprzyjającymi kreacji e-usług można wyróżnić relacje: B2B (business-to-business), czyli relacje biznes-biznes, B2C (business-to-consumer), czyli relacje biznes-klient (konsument), C2B (consumer-to-business), czyli relacje klient (konsument)-biznes, C2C (consumer-to-consumer), czyli relacje klient-klient, B2A (business-to-administration), czyli relacje biznes-administracja, A2B (administration-to-business), czyli relacje administracja-biznes, C2A (consumer-to-administration), czyli relacje obywatel-administracja, A2C (administration-to-consumer), czyli relacje administracja-obywatel, A2A (administration-to administration), czyli relacje administracja-administracja.

⁶ A. Dąbrowska, M. Janoś-Kreso, A. Wódkowski: Op. cit., s. 41-42.

2. Obszary e-usług

Dokonując analizy e-usług należy zwrócić szczególną uwagę na obszary ich wdrożeń. Dynamiczny rozwój e-usług można zaobserwować w takich obszarach, jak komunikacja, administracja, handel, bankowość, ochrona zdrowia, finanse, nauka, turystyka, kultura.

Wdrożenie technologii informacyjno-komunikacyjnych w tych obszarach określa się kolejno mianem:

- e-komunikacji, czyli wykorzystaniem kanałów internetowych do komunikacji, np. komunikatory internetowe, fora czy usługi wideofoniczne (np. Skype),
- e-administracji, czyli ciągłym procesem doskonalenia jakości rządzenia i świadczenia usług administracyjnych poprzez przekształcanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych z wykorzystaniem Internetu i nowoczesnych środków komunikacji,
- e-handlu, czyli procesu sprzedawania i kupowania produktów i usług, a więc zawierania transakcji handlowych z wykorzystaniem środków elektronicznych, prowadzonych za pośrednictwem Internetu; najczęściej spotykana forma to sklepy on-line, aukcje internetowe,
- e-bankowości (bankowości internetowej), obsługi bankowej poprzez sieć w zakresie usług finansowych i doradczych, obsługi rachunków, kart płatniczych,
- e-zdrowia, obejmującym wszelkie zastosowania technologii teleinformatycznych w zapobieganiu chorobom, diagnostyce, leczeniu, kontroli oraz prowadzeniu zdrowego trybu życia; narzędzia e-zdrowia służą m.in. komunikacji między pacjentem a usługodawcami z branży opieki zdrowotnej, przekazywaniu danych pomiędzy poszczególnymi instytucjami oraz bezpośrednim kontaktom zarówno między pacjentami, jak i pracownikami służby zdrowia,
- e-finansów, czyli usług związanych przede wszystkim z dostępem do aktualnych informacji finansowych, obsługą własnych portfeli finansowych, zakupem usług finansowych i ubezpieczeniowych, doradztwem inwestycyjnym,
- e-pracy (telepracy), czyli pracy zdalnej wykonywanej poza siedzibą firmy z wykorzystaniem łączów internetowych oraz innych zdobyczy techniki: telefonu, faksu, komputera, które umożliwiają pracę na odległość; w ramach tej usługi wyróżnia się także możliwość elektronicznej aplikacji o pracę oraz wyszukiwanie ofert pracy,
- e-nauki (e-learning), czyli techniki szkoleń na odległość wykorzystujące wszelkie dostępne media: Internet, intranet, taśmy audio-wideo, cd-rom, przekazy satelitarne, telewizję, radio,

- e-turystyki, czyli wykorzystania Internetu w prowadzeniu działalności turystycznej, który nie tylko jest wykorzystany do promocji produktu turystycznego ale również do obrotu nim,
- e-kultury, czyli procesu udostępniania światowego dziedzictwa kulturowego poprzez nowoczesne kanały przekazu od telewizji, aż po Internet⁷.

Rodzaje i przykłady e-usług w podziale na wymienione powyżej obszary (sektory) prezentuje tabela 1.

Tabela 1

Rodzaje i przykłady e-usług w podziale na obszary wykorzystania

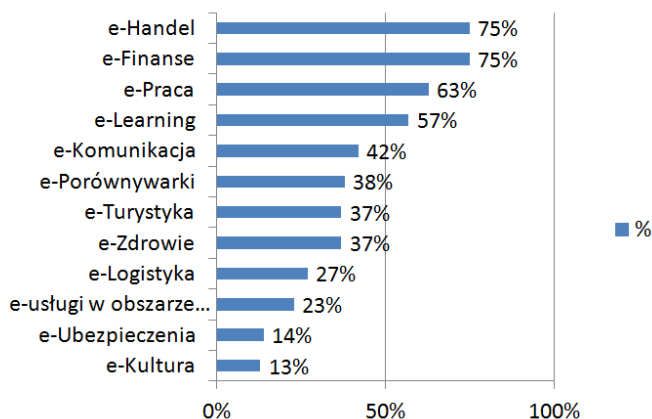
Obszar	Rodzaj e-usługi	Przykład
1	2	3
Komunikacja	Komunikatory i wideofony (C2C)	Skype, gg, tlen
	Fora i grupy dyskusyjne (C2C)	groups.google.com
	Portale społecznościowe (C2C)	facebook.pl, linkedin.pl
Administracja	Ogólnokrajowe platformy e-administracji	epuap.pl
	Regionalne platformy e-administracji	sekap.pl
	Portale umożliwiające przesyłanie dokumentów np. rozliczeń podatkowych	e-deklaracje.gov.pl
Handel	portale świadczące usługi księgowe, finansowe, marketingowe i podatkowe (B2B)	taxcare.pl, bankier.pl
Bankowość	Portale świadczące usługi bankowości elektronicznej (B2B, B2C)	pekao24.pl, ING BankOnLine
Ochrona zdrowia	Portale medyczne, które umożliwiają rezerwację wizyt i wybór lekarza (B2C)	osoz.pl
	Portale medyczne, pełniące rolę portalów społecznościowych, które umożliwiają wymianę opinii (C2C)	tacyjaka.pl
	Portale oferujące obsługę aptek (B2C)	i-apteka.pl
Finanse	Serwisy aukcyjne (B2B/C2C/B2C/C2B)	ebay.pl, allegro.pl
	Porównywarki cenowe (B2C)	ceneo.pl, nokaut.pl
	Serwisy internetowe prezentujące informacje finansowe, oferujące różnego rodzaju kalkulatory finansowe (B2C)	bankier.pl, money.pl
Nauka	Portale z bieżącymi informacjami, słowniki, encyklopedie, biblioteki cyfrowe, translatory językowe (B2C/C2C)	Portal Wiedzy PWN, ling.pl
	E-learning- portale szkoleniowe, np. w ramach uczelni (B2C)	netakademia.pl, moodle.ue.katowice.pl
	Portale rekrutacyjne dla studentów (B2C)	Internetowy system rekrutacyjny UE w Katowicach: isr.ue.katowice.pl

⁷ Ibid.

cd. tabeli 1

1	2	3
Turystyka	Portale wyszukujące oferty wyjazdów oferowanych przez biura podróży (B2C)	wakacje.pl, itaka.pl
	Portale umożliwiające wirtualne spacery po muzeach, miastach itp. (B2C)	wirtualnespacery.yum.pl
	Auto mapy i lokalizatory miejsc (B2C)	maps.google.pl
Kultura	Serwisy informacyjne on-line udostępniające kanały wideo i kanały radiowe (B2C)	radio.biz.pl, youtube.pl, itelewizja.com
	Serwisy umożliwiające zakup biletów i rezerwacje miejsc na przedstawienia teatralne, koncert itp. (B2C)	ebilet.pl
Praca	e-recruitment, czyli te portale, które służą do poszukiwania pracy (B2C)	gowork.pl, pracuj.pl
	e-learning- portale szkoleniowe dla kandydatów szukających pracy i dla pracowników (B2C, B2C)	szkolenia24h.pl, kursy24h.pl
	serwisy skupiające specjalistów z danej branży czy z wielu branż – tzw. profesjonalistów (C2C)	goldenline.pl

Rozważając perspektywy rozwoju sektora e-usług warto przytoczyć wyniki badań ekspertów (członkowie zespołu Ekspertów Zewnętrznych Narodowego Programu Foresight „Polska 2020”), według których największe szanse rozwoju mają e-usługi w obszarze handlu, finansów i pracy (rys. 2)⁸.



Rys. 2. Rozwój e-usług w Polsce do 2020 roku

Źródło: J. Szut: E-usługi w Polsce – sytuacja bieżąca i perspektywy. W: R. Flis, J. Szut, B. Mazurek-Kucharska, J. Kucuński: E-usługi – definicja i przykłady. <http://parp.gov.pl> (2011).

⁸ J. Szut: E-usługi w Polsce – sytuacja bieżąca i perspektywy. W: R. Flis, J. Szut, B. Mazurek-Kucharska, J. Kucuński: E-usługi – definicja i przykłady. <http://parp.gov.pl> (2011).

Zdecydowanie mniejszy potencjał rozwojowy upatrywany jest w e-usługach wdrażanych na potrzeby ubezpieczeń czy kultury.

3. E-usługi w biznesie

Z badań i megatrendów wynika, że do najbardziej dynamicznie rozwijających się dziedzin biznesu, w których e-usługi będą odgrywać kluczową rolę należą:

- obsługa firm (profesjonalne usługi biznesowe, pośrednictwo finansowe),
- obsługa bankowości elektronicznej,
- cloud computing i rozwiązania webowe,
- handel elektroniczny,
- szkolenia i podnoszenie kwalifikacji pracowników (e-learning)⁹.

Wszystkie wymienione wyżej rodzaje aktywności związane są przede wszystkim z koniecznością ograniczania kosztów oraz oszczędności czasu. Firmom zależy na tym, aby uzyskiwać profesjonalną obsługę w zakresie księgowości, rozliczeń podatkowych, doradztwa inwestycyjnego jak najszybciej i bez konieczności opuszczania siedziby, dlatego coraz częściej te usługi pozyskują drogą elektroniczną. Przedsiębiorstwa w coraz większym stopniu wykorzystują potencjał bankowości elektronicznej. Poprzez sieć internetową prowadzą zarówno bieżącą obsługę rachunków bankowych, jak i inwestują pieniądze.

Warto także zauważyć, iż coraz więcej zarówno małych, średnich, jak i dużych przedsiębiorstw korzysta z walorów, jakie daje dzierżawa oprogramowania lub nawet całej infrastruktury informatycznej. Dlatego coraz większym powodzeniem cieszą się usługi zwane cloud computing i rozwiązania webowe. W tej formie można uzyskać dostęp do:

- infrastruktury informatycznej, czyli sprzętu, oprogramowania oraz serwisowania (IaaS-Infrastructure as a Service),
- kompletu aplikacji (często personalizowanych), bez konieczności zakupu sprzętu ani instalacji oprogramowania, gdyż potrzebne programy znajdują się na serwerach dostawcy, a klient po swojej stronie ma dostęp do interfejsu zazwyczaj poprzez przeglądarkę internetową (PaaS-Platform as a Service),
- konkretnych funkcjonalnych narzędzi i oprogramowania (SaaS-Software as a service).

Rozwiązanie to eliminuje konieczność zakupu licencji oprogramowania oraz konieczność instalowania i administracji oprogramowania. Konsument płaci za użytkowanie określonej usługi i nie musi dokonywać zakupu sprzętu ani oprogramowania.

⁹ Społeczeństwo informacyjne w liczbach. Red. V. Szymanek. Departament Społeczeństwa Informatycznego, Warszawa 2012.

Ważnym kanałem zbytu dla przedsiębiorstw handlowych staje się sieć internetowa. Coraz częściej oferują swoje produkty zarówno drogą tradycyjną, jak również poprzez sklepy i aukcje internetowe. Część firm w ogóle rezygnuje z handlu tradycyjnego, ze względu na wysokie koszty rozpoczęcia i prowadzenia tego typu działalności. Stąd potencjał e-usług w tym obszarze jest tak wysoki.

W coraz większym stopniu przedsiębiorstwa starają się także zapewnić rozwój swoich pracowników poprzez udostępnianie im systemów szkoleń oraz elektronicznych baz wiedzy (systemy e-learningu). Ważnym elementem współpracy wewnątrz organizacji jest komunikacja, która coraz częściej jest realizowana w sposób elektroniczny z wykorzystaniem poczty elektronicznej, komunikatorów czy wideokonferencji. Przykłady e-usług dla biznesu prezentuje tabela 2.

Tabela 2

E-usługi w obszarze biznesu

Rodzaj e-usługi	Przykład
1	2
Portal wspomagający prowadzenie biznesu za pośrednictwem Internetu m.in. w e-handlu i e-usługach, będący odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na usługi doradcze (model B2B)	biznes-firma.pl
Serwis zajmujący się digitalizacją i archiwizacją zasobów – coraz ważniejszą dziedziną prowadzenia działalności przedsiębiorstw (model B2B)	scientific.pl, ctera.pl.
Sprzedaży audio i e-booków oraz czasopism w wersji elektronicznej wraz z wydawnictwem Internetowym, który wyrósł z klasycznego wydawnictwa (model B2C)	ibuk.pl
Księgowość internetowa dla osób prowadzących własną działalność gospodarczą (model B2B)	bookkeeper.pl, infakt.pl
Portal ułatwiający tworzenie ankiet wraz z analizą wyników, pomocny w budowaniu serwisów umożliwiających porównywanie i ocenę produktów, usług, osób i zjawisk (model mieszany B2C/B2B)	webankieta.pl
Kreator ułatwiający tworzenie stron www – coraz bardziej niezbędne narzędzie internetowe, pozwalające na rozwój aktywności ludzkiej w Internecie (model mieszany B2C/B2B)	mywebsite.land1.pl
Serwis ułatwiający organizowanie konferencji, będący typowym portalem świadczącym usługi profesjonalne (model B2B)	conrego.pl
Portal rankingowy, w którym użytkownicy i twórcy portalu tworzą rankingi na temat osób i zjawisk, a cała społeczność rozbudowuje bazy wiedzy (model C2C)	ocenwszystko.pl
Porównywarka cenowa – typowe i często spotykane narzędzie, które pozwala odnaleźć wybrany towar po korzystnej cenie i zapoznać się z opiniami innych nabywców (model B2C)	ceneo.pl, skapiec.pl, nokaut.pl
Serwisy internetowe prezentujące informacje finansowe, oferujące różnego rodzaju kalkulatory finansowe	bankier.pl, money.pl

cd. tabeli 2

1	2
Serwis pomagający optymalizować wydatki klienta w branżach takich jak telekomunikacja, telewizja cyfrowa, kredyty i GSM (model B2C)	comperia.pl

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: R. Flis, J. Szut, B. Mazurek-Kucharska, J. Kuciński: Op. cit.; M. Śliwiński: Modele biznesowe e-usług. <http://parp.gov.pl> (2008); S. Komorowski, M. Koralewski, A. Kośmider, M. Kraska, J. Langer, K. Nowaczyk, J. Pucher: Rozwój sektora e-usług na świecie. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). <http://parp.gov.pl> (2010).

4. E-usługi w administracji publicznej

Jednym z kluczowych czynników rozwoju e-usług jest sprawnie funkcjonująca administracja publiczna. Wymaga to zwiększenia roli ICT w zarządzaniu publicznym oraz budowy i rozwoju elektronicznej administracji publicznej obejmującej relacje:

- w obrębie urzędów administracji publicznej (A2A),
- współdziałanie urzędów administracji publicznej i przedsiębiorstw (A2B, B2A),
- pomiędzy urzędami administracji publicznej i obywatelami (A2C, C2A).

W zależności od sposobu kontaktu na liniach administracja publiczna-obywatel i administracja publiczna-przedsiębiorstwo wyróżnia się cztery poziomy dojrzałości usług e-administracji:

- poziom informacyjny – urzędy publikują informacje w sieci WWW, a obywatele i przedsiębiorcy uzyskują potrzebne informacje przeglądając serwisy internetowe urzędów na komputerach lub w specjalnych kioskach informacyjnych,
- poziom interakcyjny – obywatele i przedsiębiorcy komunikują się drogą elektroniczną z pojedynczymi urzędami, ale urzędy niekoniecznie komunikują się z nimi drogą elektroniczną,
- poziom transakcyjny – obywatele i przedsiębiorcy komunikują się drogą elektroniczną z pojedynczymi urzędami, a urzędy również elektronicznie im odpowiadają,
- poziom integracyjny – portale internetowe udostępniają informacje z różnych urzędów i umożliwiają realizację relacji na poziomie transakcyjnym¹⁰.

Warunkiem koniecznym rozwoju usług e-administracji na poziomie integracyjnym jest zdefiniowanie:

- procedur załatwiania spraw administracyjnych (baza procedur),
- repozytorium formularzy wejściowych i wyjściowych (baza formularzy),

¹⁰ A. Jezierska: System informatyczny w urzędzie. „Gazeta Prawna” 2006, nr 82; M. Sikora: Polska droga do e-administracji. Uwagi na temat procesu tworzenia administracji elektronicznej. W: Obywatel w lokalnej społeczności. Studia i szkice socjologiczne. WSZiNS i Uniwersytet Opolski, Tychy-Opole 2004.

- zbioru aktów prawnych stanowiących podstawę realizacji procedur (baza aktów prawnych),
- typów organów i podmiotów korzystających z systemu elektronicznej administracji (baza typów organów)¹¹.

Projektowanie i wdrażanie systemów teleinformatycznych wspomagających usługi świadczone przez jednostki administracji publicznej jest zagadnieniem skomplikowanym, ze względu na konieczność zmian organizacyjno-prawnych oraz konieczność zdefiniowania i wdrożenia standardów obejmujących wszystkie współuczestniczące w projekcie jednostki. Dobrą praktyką świadczenia usług administracji publicznej w sposób elektroniczny jest System Elektronicznej Administracji Publicznej (SEKAP) wdrożony w województwie śląskim, dostępny pod adresem www.sekap.pl.

W ramach systemu SEKAP uzgodnione i zestandaryzowane zostały procedury załatwiania spraw administracyjnych, zaprojektowano spójne repozytorium formularzy dokumentów oraz system ich obiegu, a także system weryfikacji podpisów elektronicznych. Rozbudowane moduły systemu SEKAP gwarantują bezpieczeństwo transmisji i płatności, identyfikację petenta¹². Na poziomie regionalnym wiele jest satysfakcjonujących przykładów, jednak w dalszym ciągu nierozwiązany pozostaje problem integracji tych platform na różnych poziomach administracji publicznej¹³.

Zakładając docelową powszechność usług publicznych realizowanych drogą elektroniczną należy przyjąć, że pośrednio będą one znacząco wpływać, a nawet kształtować relacje: B2B, B2C, C2B oraz C2C, stąd też warto przytoczyć wybrane statystyki rozwoju e-administracji na przykładzie województwa śląskiego¹⁴.

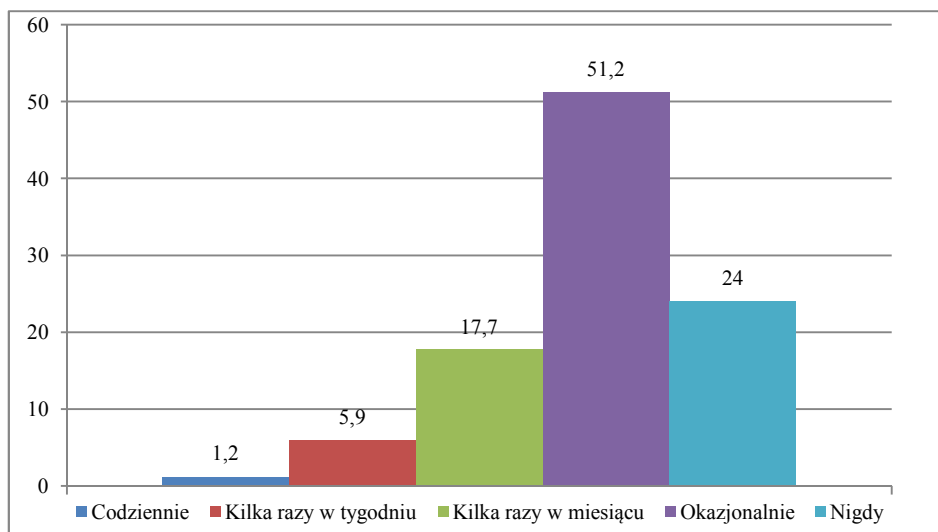
Ponad połowa respondentów okazjonalnie wykorzystuje Internet do załatwienia sprawy urzędowej, a co piąta robi to kilka razy w miesiącu. Co czwarta badana osoba nigdy nie korzysta z Internetu, by załatwić sprawę urzędową (rys. 3).

¹¹ R.A. Grytner: Zintegrowane Biblioteki procedur narzędzie do budowy taniej, sprawnej i nowoczesnej administracji publicznej. „Elektroniczna Administracja”, nr 2(3).

¹² Charakterystykę regionalnej platformy na przykładzie systemu SEKAP przedstawiono m.in. w pracy: G. Billewicz, C.M. Olszak, E. Ziemia: Administracja publiczna wobec wyzwań społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy. W: Kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy w świetle śląskich uwarunkowań regionalnych. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2010, a także w: G. Billewicz: Analiza platformy SEKAP w aspekcie Zintegrowanych Bibliotek Procedur. W: Informatyka w zarządzaniu. Red. J. Sobieska-Karpińska. Uniwersytet Wrocławski, Wrocław 2010.

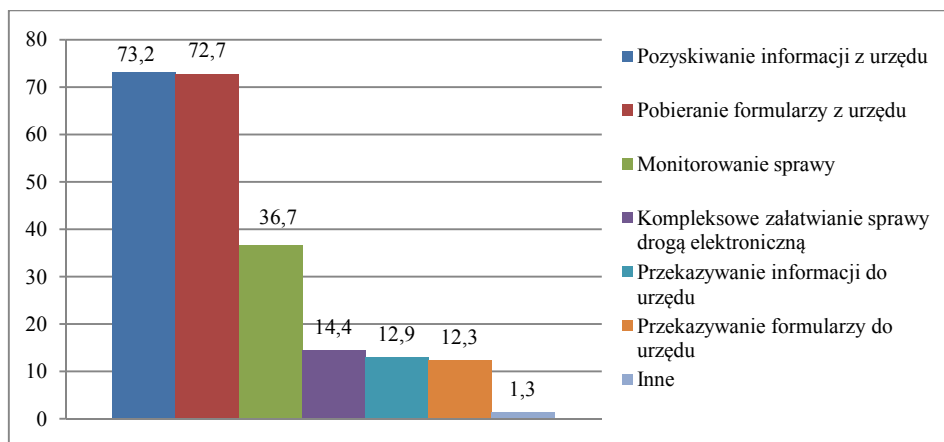
¹³ Społeczeństwo informacyjne. Op. cit.

¹⁴ Prezentowane statystyki dotyczą wykorzystania ICT przez gospodarstwa domowe i są wynikiem badań przeprowadzonych w ramach Grantu Rektorskiego: Kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy w świetle śląskich uwarunkowań regionalnych, 2008-2010. Kierownik: C.M. Olszak. Na podstawie przeprowadzonych badań została wydana książka: Kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy w świetle śląskich uwarunkowań regionalnych. Red. C.M. Olszak, E. Ziemia. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2010.



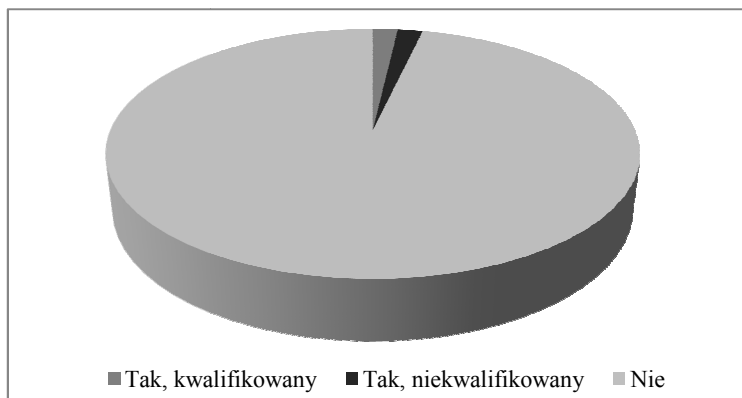
Rys. 3. Częstotliwość wykorzystania Internetu do załatwiania spraw urzędowych w województwie śląskim w 2010 roku (w %)

Prawie 3/4 osób wykorzystujących Internet do załatwienia sprawy urzędowej pozyskuje w ten sposób informacje z urzędu bądź pobiera formularze. Prawie 40% respondentów przez Internet monitoruje załatwianie sprawy przez urząd. Tylko co szósta badana osoba kompleksowo załatwia sprawy w urzędzie drogą elektroniczną (rys. 4).



Rys. 4. Czynności urzędowe załatwiane przez Internet w województwie śląskim w 2010 roku (w %)

Zdecydowana większość respondentów nie posiada podpisu elektronicznego. Tylko niespełna 2% badanych osób ma kwalifikowany lub niekwalifikowany e-podpis, co przedstawiono na rys. 5.

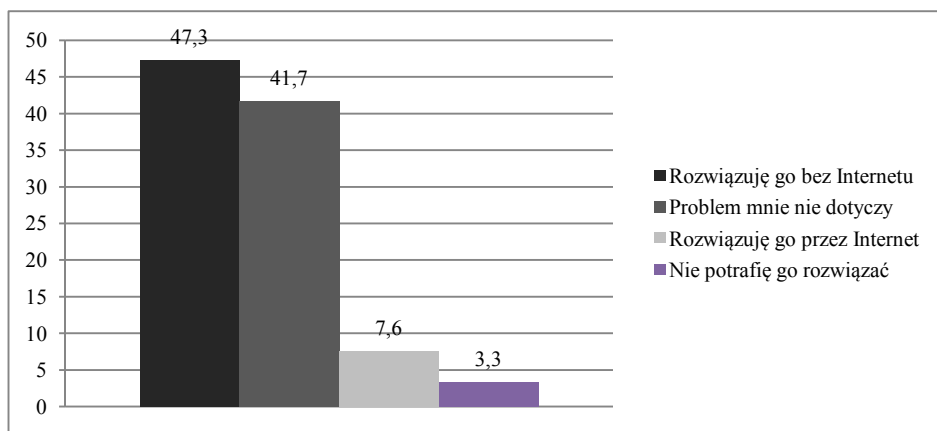


Rys. 5. Posiadanie podpisu elektronicznego w województwie śląskim w 2010 roku (w %)

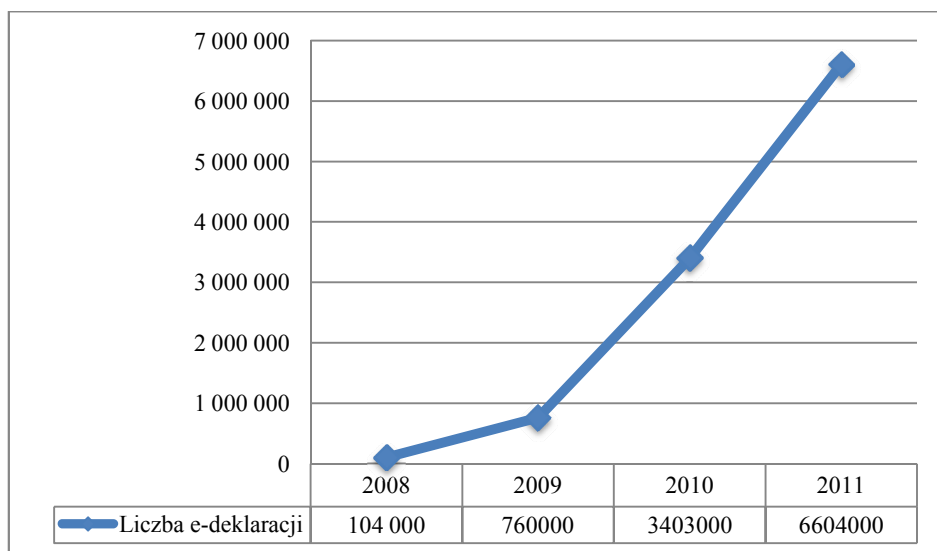
Wśród respondentów, którzy posiadają podpis elektroniczny niespełna 65% z nich posługuje się nim. Zdecydowana większość respondentów nie posiada podpisu elektronicznego z uwagi na brak takiej potrzeby (prawie 90%). Co szósty badany jako przyczynę braku posiadania e-podpisu wskazał małą powszechność w stosowaniu takiego podpisu, a dla niespełna 7% respondentów przyczyną są zbyt wysokie koszty uzyskania podpisu elektronicznego.

Prawie połowa respondentów problemy związane z kontaktami osobistymi z urzędami administracji publicznej rozwiązuje bez wykorzystania Internetu. Tylko niespełna 8% badanych używa do tego sieci WWW. Nieco ponad 40% respondentów problem ten nie dotyczy. Problemy związane z kontaktami osobistymi z urzędami administracji publicznej przedstawiono na rys. 6.

Dynamiczny rozwój technologii internetowych oraz postępująca komputeryzacja społeczeństwa znajdują odzwierciedlenie także we wprowadzaniu e-usług w sferze podatkowej. Wyrazistym przykładem obrazującym ten proces jest w szczególności możliwość składania deklaracji i zeznań podatkowych drogą elektroniczną. Wydaje się zatem, iż istotnym wskaźnikiem rozwoju e-usług jest stale rosnąca liczba różnego rodzaju deklaracji podatkowych (m.in. PIT, CIT, VAT) przesyłanych drogą elektroniczną (rys. 7).



Rys. 6. Problemy związane z kontaktami osobistymi z urzędami administracji publicznej w województwie śląskim w 2010 roku (w %)



Rys. 7. Liczba deklaracji podatkowych przesyłanych drogą elektroniczną w Polsce w latach 2008-2011

Źródło: Dane Ministerstwa Finansów.

Polacy mają możliwość składania deklaracji podatkowych drogą elektroniczną od 1 stycznia 2008 roku. Warto zauważyć, że od tego czasu liczba deklaracji składanych elektronicznie wzrasta bardzo dynamicznie. Wzrost w 2011 roku w stosunku do 2010 to prawie 50%.

Podsumowanie

Podjmując próbę nakreślenia kierunków rozwoju e-usług warto zauważyć, że będą one następstwem eliminowania barier (technicznych, społecznych, kulturowych) rozwoju występujących w tym obszarze, m.in. takich, jak:

- wykluczenie cyfrowe części społeczeństwa,
- brak powszechności podpisu elektronicznego,
- niski poziom wiedzy na temat technologii informacyjnych, zarówno wśród indywidualnych odbiorców, jak i wśród pracowników przedsiębiorstw,
- system prawny, który nie nadąża za zmianami technologicznymi.
- brak zaufania społeczeństwa do elektronicznej komunikacji i korzystania z e-usług,
- podwójny obieg dokumentów.

Bariery te powodują, że w Polsce e-usługi zarówno w biznesie, jak i administracji publicznej nie są jeszcze wykorzystywane powszechnie. Należy jednak zauważyć, że są one sukcesywnie pokonywane, o czym świadczy chociażby coraz bardziej powszechny dostęp do Internetu szerokopasmowego, rozwijające się platformy e-usług, w niektórych przypadkach możliwość korzystania z bezpłatnego podpisu elektronicznego, a także zmieniająca się mentalność użytkowników sieci. Warto także podkreślić znaczenie różnego rodzaju projektów i szkoleń realizowanych w ramach działań przeciw wykluczeniu cyfrowemu, często istotnie dofinansowanych ze środków finansowych Unii Europejskiej.

Pokonywanie wielu barier wdrażania e-usług w biznesie i administracji publicznej powoduje:

- pojawianie się nowych obszarów i dziedzin biznesu wykorzystujących wirtualny rynek,
- oferowanie wielu usług, często takich, które wcześniej nie miały swojego odpowiednika w realnym świecie,
- rozwój społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy.

W ostatnim czasie obserwuje się ewolucję wielu rozwiązań, które istotnie wspomagają rozwój e-usług, jak np.:

- książki ewoluują w kierunku e-książek,
- prasa ewoluuje w kierunku prenumeraty gazet i czasopism online,
- muzyka sprzedawana dotychczas na nośnikach (np. płyty), jest udostępniana w Internecie i pobierana online,
- filmy produkowano najpierw na nośniku (płyty, blue-ray), natomiast przyszłość należy do streamingu,
- fizyczne lokalizacje wypożyczalni filmów zastępowane są przez serwisy internetowe, stacje telewizji cyfrowej, oferujące wideo na żądanie,

- gry produkowane na różnych nośnikach (płyty CD/DVD) wypierane są przez te dostępne online, umożliwiające rywalizowanie w skupionej społeczności graczy,
- mapa została wyparta przez mapę cyfrową,
- listy zostały zastąpione prawie w pełni przez e-maile, a teraz e-mail przegrywa rywalizację z wiadomościami wysyłanymi w serwisach społecznościowych¹⁵.

Trudno przewidzieć jakie e-usługi zdominują biznes, natomiast lista usług docelowo realizowanych elektronicznie w administracji została ustalona i konsekwentnie powinna być realizowana¹⁶.

Literatura

- Bell D.: *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Basic Books, New York 1973.
- Billewicz G., Olszak C.M., Ziemia E.: *Administracja publiczna wobec wyzwań społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy*. W: *Kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy w świetle śląskich uwarunkowań regionalnych*. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2010.
- Billewicz G.: *Analiza platformy SEKAP w aspekcie Zintegrowanych Bibliotek Procedur*. W: *Informatyka w zarządzaniu*. Red. J. Sobieska-Karpińska. Uniwersytet Wrocławski, Wrocław 2010.
- Dąbrowska A., Janoś-Kreso M., Wódkowski A.: *E-usługi a społeczeństwo informacyjne*. Difin, Warszawa 2009.
- Drucker P.F.: *Spółeczeństwo postkapitalistyczne*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Dz.U. 2009, nr 29, poz. 115 – zmieniające rozporządzenie w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej na wspieranie tworzenia i rozwoju gospodarki elektronicznej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013.
- Flis R., Szut J., Mazurek-Kucharska B., Kucuński J.: *E-usługi – definicja i przykłady*. <http://parp.gov.pl> (2011).
- Goliński M.: *Spółeczeństwo informacyjne – problemy definicyjne i problemy pomiaru*. W: *Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego: dyalematy cywilizacyjno-kulturowe*. Red. W. Haber. <http://winntbg.bg.agh.edu.pl/skrypty/0037/cz0-r11.pdf>, Kraków.
- Grytner R.A.: *Zintegrowane Biblioteki procedur narzędzie do budowy taniej, sprawnej i nowoczesnej administracji publicznej*. „Elektroniczna Administracja”, nr 2(3).

¹⁵ S. Komorowski, M. Koralewski, A. Kośmider, M. Kraska, J. Langer, K. Nowaczyk, J. Pucher: Op. cit.

¹⁶ G. Billewicz, C.M. Olszak, E. Ziemia: Op. cit.

- Jezierska A.: System informatyczny w urzędzie. „Gazeta Prawna” 2006, nr 82.
- Kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy w świetle śląskich uwarunkowań regionalnych. Red. C.M. Olszak, E. Ziemia. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2010.
- Komorowski S., Koralewski M., Kośmider A., Kraska M., Langer J., Nowaczyk K., Pucher J.: Rozwój sektora e-usług na świecie. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). <http://parp.gov.pl> (2010).
- Sikora M.: Polska droga do e-administracji. Uwagi na temat procesu tworzenia administracji elektronicznej. W: Obywatel w lokalnej społeczności. Studia i szkice socjologiczne. WSZiNS i Uniwersytet Opolski, Tychy-Opole 2004.
- Spółeczeństwo informacyjne w liczbach. Red. V. Szymanek. Departament Społeczeństwa Informacyjnego, Warszawa 2012.
- Spółeczeństwo informacyjne. Red. J. Papińska-Kasperek. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Szut J.: E-usługi w Polsce – sytuacja bieżąca i perspektywy. W: R. Flis, J. Szut, B. Mazurek-Kucharska, J. Kucuński: E-usługi – definicja i przykłady. <http://parp.gov.pl> (2011).
- Śliwiński M.: Modele biznesowe e-usług. <http://parp.gov.pl> (2008).
- Toffler A.: The Third Wave. Bantam Books, New York 1980.
- Toffler A.: Trzecia fala. Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2001.

E-SERVICES IN BUSINESS AND ADMINISTRATION AREA

Summary

This paper is devoted to the development of e-services in business and administration. The essence e-services, areas (sectors) of e-services and technologies used to provide e-services were presented in the paper. Moreover, the aim of the study was the analysis of e-services stakeholders and relationships between them, supported by examples from business and administration and also by statistics. In conclusion the barriers of e-services development in Poland were discussed.

Katarzyna Czech

POZYCJA KONKURENCYJNA GOSPODARKI A REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH WSKAŹNIKÓW W KRAJACH UNII EUROPEJSKIEJ

Wprowadzenie

Kryzys finansowy ostatnich lat po raz kolejny zwrócił uwagę na zagrożenia związane ze znaczącym spadkiem koniunktury gospodarczej. Coraz większe emocje budzą także decyzje agencji ratingowych krytycznie odnoszące się do oceny ryzyka kredytowego krajów traktowanych dotychczas jako najbardziej stabilne i oferujące bezpieczeństwo transakcji finansowych. Znajduje to odzwierciedlenie w często krytykowanych, lecz wciąż obserwowanych i analizowanych, rankingów określających pozycję konkurencyjną poszczególnych gospodarek narodowych przed podjęciem decyzji inwestycyjnych, zwracających uwagę na mocne i słabe strony ich konkurencyjności.

W tym kontekście coraz większą uwagę przywiązuje się do wdrażania rozwoju o zrównoważonym charakterze. Według jednej z wielu definicji tego pojęcia można je określić jako taki sposób eksploatacji zasobów naturalnych, realizacji inwestycji, tworzenia techniki i technologii, który będzie pomnażał gospodarcze, przyrodnicze i społeczne podstawy zaspokojenia potrzeb obecnego i przyszłych pokoleń ludzi. W tej definicji zrównoważony rozwój (ZR) określony jest jako rozwój gospodarczy pożądaný społecznie, uzasadniony ekonomicznie i dopuszczalny ekologicznie¹.

¹ K. Dubel: Przyrodnicze uwarunkowania rozwoju zrównoważonego na przykładzie regionu. Materiały Interdyscyplinarnej Konferencji Naukowej nt. „Mechanizmy i uwarunkowania ekorozwoju”, Białystok 1996, s. 7-14.

Celem opracowania jest próba oceny zależności między pozycją konkurencją gospodarek narodowych w wybranych rankingach konkurencyjności a realizacją postulatów rozwoju zrównoważonego mierzoną w krajach UE odpowiednimi wskaźnikami. Zasadniczą tezą jest stwierdzenie, że realizacja ZR wyrażająca się w korzystnym kształtowaniu się monitorowanych dla jego oceny wskaźników sprzyja uzyskiwaniu wysokiej pozycji konkurencyjnej krajów.

W opracowaniu wykorzystano analizę opisową oraz porównawczą, a także systematyzację informacji statystycznych oraz obserwację wybranych wskaźników zrównoważonego rozwoju w krajach UE. Analizą objęto zasadniczo okres 2008-2012².

1. Wybrane metody oceny międzynarodowej konkurencyjności gospodarek narodowych

Konkurencyjność gospodarki narodowej, czyli tzw. konkurencyjność w ujęciu makro, jest pojęciem niejednoznacznym, czego konsekwencją jest brak jednolitej definicji tego pojęcia³. Najczęściej w jej ramach wymienia się pozycję konkurencyjną, czyli tzw. konkurencyjność wynikową, i zdolność konkurencyjną, czyli tzw. konkurencyjność czynnikową. Kompleksowa ocena konkurencyjności gospodarki wymaga jednak uwzględnienia zarówno konkurencyjności wynikowej, czyli osiągniętego przez państwo poziomu rozwoju gospodarczego określanego m.in. przez poziom PKB, poziom efektywności wykorzystania czynników wytwórczych oraz pozycję w handlu międzynarodowym, jak i czynnikowej, opisywanej m.in. przez system społeczno-ekonomiczny, politykę rządu czy też międzynarodowe otoczenie gospodarcze⁴.

2. Konkurencyjność krajów UE na przykładzie rankingów międzynarodowej konkurencyjności

Zróznicowana ocena konkurencyjności poszczególnych krajów znajduje odzwierciedlenie m.in. w tworzeniu rankingów szeregujących gospodarki według przyjętych kryteriów. Istnienie kilku rankingów międzynarodowej konku-

² W niektórych przypadkach ze względu na brak danych za 2011 i 2012 rok wykorzystano najnowsze dostępne dane.

³ Wskaźniki zrównoważonego rozwoju. Red. T. Borys. Ekonomia i Środowisko, Warszawa-Białystok 2005; S. Pangsy-Kania: Konkurencyjność polskiej gospodarki przez pryzmat międzynarodowych rankingów. <http://www.konferencja.edu.pl/ref8/pdf/pl/pangsy-kania-gdansk.pdf> (20.06.2012).

⁴ M.J. Radło: Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki. Uwagi na temat definicji, czynników i miar. SGH, Warszawa 2008. <http://radlo.org/mkg.pdf>, s. 7 (10.05.2012).

rencyjności stanowi potwierdzenie niejednoznaczności czynników branych pod uwagę w procesie oceny konkurencyjności poszczególnych gospodarek narodowych. Każdy z nich uwzględnia bowiem zestaw determinant decydujących w największym stopniu, zdaniem jego autorów, o określonej pozycji konkurencyjnej gospodarek narodowych w gospodarce globalnej⁵. Rankingi te należy więc traktować komplementarnie.

Najstarszym rankingiem, w którym dokonuje się analizy porównawczej konkurencyjności krajów jest ranking tworzony od 1989 roku przez Instytut Rozwoju Ekonomicznego IMD w Lozannie. W jego ramach analizie poddawanych jest obecnie blisko 60 gospodarek wybranych z punktu widzenia ich roli w gospodarce światowej oraz dostępność wiarygodnych i porównywalnych danych zarówno statystycznych, jak i ankietowych⁶. W raporcie IMD zwraca się uwagę, że konkurencyjność jednych krajów oparta jest jedynie na zasobach naturalnych czy też demograficznych, a innych na organizacji czy też systemie ekonomicznym. Chociaż więc IMD w swoim raporcie nie odróżnia konkurencyjności o charakterze wynikowym od zdolności konkurencyjnej kompleksowo ujmując on problematykę, a Word Competitiveness Yearbook (WCY) jest traktowany jako istotna informacja o sytuacji kraju na tle pozostałych⁷.

Inne ujęcie proponuje Word Economic Forum, wykorzystując Indeks Wzrostu Konkurencyjności (GCI) odpowiadający zasadniczo kategorii zdolności konkurencyjnej. Obejmuje on potencjał technologiczny, a także jakość instytucji i polityki gospodarczej. Analizowana w jego ramach otwartość gospodarki jest traktowana także jako element analizy wynikowej⁸.

Według WCY, członkami UE, o najwyższej wartości ogólnego wskaźnika pozycji konkurencyjnej monitorowanego przez IMD, były w 2008 roku Luksemburg, Dania i Szwecja, w 2009 Dania, Szwecja, Finlandia, w 2010 Szwecja, Luksemburg i Holandia, w 2011 Szwecja, Niemcy i Luksemburg, a w 2012 Szwecja, Niemcy i Holandia. Zestawienie to wskazuje na stabilność wysokiej pozycji konkurencyjnej wybranych krajów w całym analizowanym okresie, co potwierdzają dane zawarte w tabeli 1. Również według rankingu Światowego Forum Ekonomicznego grupa krajów członkowskich o najwyższym wskaźniku GCI nie zmienia się i w całym analizowanym okresie należały do nich Szwecja, Niemcy, Holandia, Finlandia i Dania. Mimo różnej metodologii i uwzględniania zróżnicowanej listy czynników, obydwa wzięte pod uwagę rankingi najwyższe noty przyznały tej samej grupie krajów członkowskich UE.

⁵ W analizowanych w opracowaniu rankingach uwzględniono zarówno elementy wynikowe, jak i czynnikowe.

⁶ J. Bossak: Systemy gospodarcze a globalna konkurencja. SGH, Warszawa 2006, s. 131.

⁷ www.imd.org/research/publications/wcy

⁸ www.weforum.org/reports

Tabela 1

Klasyfikacja krajów UE według wybranych rankingów konkurencyjności międzynarodowej gospodarek narodowych w latach 2008-2012

Kraj	Pozycja w rankingu WCY według IMD wśród krajów UE					Pozycja w rankingu GCI według WEF wśród krajów UE			
	2008	2009	2010	2011	2012	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Austria	6	7	5	7	9	7	7	8	10
Belgia	11	10	11	9	10	9	8	9	11
Bułgaria	20	18	23	23	23	27	27	26	25
Cypr	–	–	–	–	–	15	13	15	19
Czechy	13	12	12	12	13	14	11	13	14
Dania	2	1	4	4	5	1	2	5	5
Estonia	10	17	14	13	12	13	14	12	12
Finlandia	7	3	7	6	6	3	3	3	2
Francja	12	11	10	11	11	8	6	7	8
Grecja	21	23	20	24	24	25	26	27	27
Hiszpania	16	19	15	15	16	12	12	16	13
Holandia	4	4	3	5	3	5	5	4	4
Irlandia	5	8	8	10	8	10	11	11	11
Litwa	17	13	19	18	15	18	20	19	19
Luksemburg	1	5	2	3	4	11	9	10	1
Łotwa	–	–	–	–	–	23	25	25	23
Malta	–	–	–	–	–	21	20	21	21
Niemcy	8	6	6	2	2	4	4	2	3
Polska	22	20	13	14	14	22	17	14	15
Portugalia	18	16	16	16	18	17	16	18	18
Rumunia	23	24	24	21	22	26	24	24	26
Słowacja	14	15	21	20	20	19	18	23	24
Słowenia	15	14	22	22	21	15	15	17	22
Szwecja	3	2	1	1	1	2	1	1	1
Węgry	19	21	18	19	19	24)	22	22	20
W. Brytania	9	9	9	8	7	6)	6)	6)	6)
Włochy	24	22	17	17	17	20)	19)	20)	16)

Źródło: www.imd.org/research/publications/wcy; www.weforum.org/reports

Jednocześnie należy odnotować, że wysoka pozycja konkurencyjna wymienionych krajów UE nie ma jedynie charakteru regionalnego. Według IMD, w 2012 roku Szwecja i Niemcy znalazły się wśród 10 najbardziej konkurencyjnych gospodarek na świecie, a Światowe Forum Ekonomiczne w rankingu na lata 2011-2012 aż pięć krajów członkowskich UE sklasyfikowało w pierwszej dziesiątce światowego rankingu.

3. Realizacja Zrównoważonego Rozwoju w krajach UE – próba oceny na podstawie wybranych wskaźników

W polityce Unii Europejskiej ZR stanowi „[...] pozytywną, długoterminową wizję społeczeństwa, które jest zamożniejsze i bardziej sprawiedliwe i które obiecuje czystsze, zdrowsze i bezpieczniejsze środowisko, społeczeństwo, które zapewnia lepszą jakość życia nam, naszym dzieciom i naszym wnukom”⁹. To odzwierciedlenie polityki i strategii ciągłego rozwoju gospodarczego i społecznego bez szkody dla środowiska i zasobów naturalnych¹⁰.

Wieloznaczność w definiowaniu zakresu pojęcia zrównoważonego rozwoju powoduje jednak trudności dotyczące pomiaru stopnia jego realizacji. Na potrzeby monitorowania postępu w wypełnianiu sformułowanej w 2001 i odnowionej w 2006 roku Strategii Zrównoważonego Rozwoju Unii Europejskiej (SZR UE) Komisja Europejska przyjęła zestaw ponad 100 wskaźników. Ponadto, od 2010 roku w ramach Strategii Europa 2020 wyznaczono zestaw ośmiu wskaźników i określono ich poziom, którego osiągnięcie do 2020 roku powinno stać się gwarantem wykonania założeń strategii w UE jako całości¹¹.

4. Wskaźniki monitorujące zrównoważony rozwój w krajach Unii Europejskiej

Klasyfikacja wskaźników ZR odnosi się do kluczowych wyzwań i celów SZR UE. Do obszarów tematycznych podlegających ocenie należą: rozwój społeczno-gospodarczy, zrównoważona produkcja i konsumpcja, włączenie społeczne, zmiany demograficzne, zdrowie publiczne, zmiany klimatu oraz energia, zrównoważony transport, zasoby naturalne, partnerstwo globalne, dobre zarządzanie¹².

W opracowaniu analizę ograniczono do wybranych wskaźników nadrzędnych obecnie funkcjonujących pod nazwą Headline Indicators.

Z punktu widzenia analizy tempa wzrostu PKB per capita należy uwzględnić konsekwencje trwającego kryzysu 2008+ związanego z nieuniknionym spadkiem analizowanej wielkości, zwłaszcza w krajach najaktywniej zaangażo-

⁹ Zrównoważona Europa dla lepszego świata. Strategia zrównoważonego rozwoju Unii Europejskiej, COM(2001)264 finał, Bruksela 15.05.2001, s. 2.

¹⁰ http://europa.eu/legislation_summaries/environment/sustainable_development/index_fr.htm

¹¹ Emisja gazów cieplarnianych i udział źródeł odnawialnych są obserwowane od lat w ramach SRZ i od 2010 r. i obecnie także w ramach Europa 2020.

¹² <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/sdi/indicators> (15.02.2012).

wanych w międzynarodowy podział pracy oraz o znaczącej pozycji w międzynarodowych przepływach gospodarczych. Tym bardziej na uwagę zasługuje wysoka wartość tego wskaźnika odnotowana w 2010 i 2011 dla Niemiec, Finlandii i Szwecji. Należy jednak podkreślić, że równie wysokie, a nawet wyższe tempo wzrostu PKB odnotowano w analizowanym okresie dla niektórych z grupy tzw. nowych krajów członkowskich, takich jak Estonia, Łotwa oraz Słowacja w 2011 roku oraz Litwa i Polska w 2010 i 2011 roku. Wynikało to z pewnością z istotnych różnic w poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego i mniejszej skali powiązań tych gospodarek z gospodarką światową, a tym samym ograniczonego wpływu kryzysu na tempo wzrostu ich PKB w analizowanym okresie.

Wskaźnik produktywności zasobów monitorowany w ramach zrównoważonej produkcji i konsumpcji na najwyższym poziomie kształtował się w Holandii, Luksemburgu, W. Brytanii, Francji oraz w Niemczech i w Szwecji, a także na Malcie. Najmniejszy odsetek osób zagrożonych ubóstwem odnotowano natomiast w 2010 roku w Szwecji, Holandii i Finlandii oraz w Czechach. Natomiast stopa zatrudnienia osób w wieku 55-64 także była najwyższa w analogicznym okresie w Szwecji oraz Niemczech, Danii i Finlandii, co potwierdzają dane zawarte w tabeli 2.

Tabela 2

Nadrzędne wskaźniki oceny realizacji SRZ

Kraj	Wzrost PKB per capita 2010 i 2011 w %		Produktywność zasobów 2009	Osoby zagrożone ubóstwem w % 2010	Stopa zatrudnienia osób w wieku 55-64 2011	Kraj	Wzrost PKB per capita w 2010 i 2011 w %		Produktywność zasobów 2009	Osoby zagrożone ubóstwem w % 2010	Stopa zatrudnienia osób w wieku 55-64 2011
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Austria	2,0	2,3	1,38	16,6	41,5	Luksemburg	0,8	-0,7	3,41	17,1	39,3
Belgia	1,4	1,0	1,75	20,8	38,7	Łotwa	0,4	7,7	0,39	38,1	51,1
Bułgaria	0,8	2,7	0,22	41,6	43,9	Malta	2,4	1,4	3,33	20,6	31,7
Cypr	0,7	-2,1	0,6	24,0	55,2	Niemcy	3,8	3,0	1,84	19,7	59,9
Czechy	2,5	1,4	0,66	14,4	47,6	Polska	3,9	4,3	0,47	27,8	36,9
Dania	0,9	0,4	1,69	18,3	59,5	Portugalia	1,3	-1,8	0,76	25,3	47,9
Estonia	2,3	7,6	0,35	21,7	57,2	Rumunia	-1,5	2,9	0,35	41,4	40,0
Finlandia	3,3	2,3	0,86	16,9	57,0	Słowacja	4,0	3,1	0,63	20,6	41,4

cd. tabeli 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Francja	0,9	1,1	2,1	19,3	41,4	Słowenia	1,0	-0,4	0,89	18,3	31,2
Grecja	-3,7	-6,9	1,23	27,7	39,4	Szwecja	4,7	3,2	1,66	15,0	72,3
Hiszpania	-0,4	0,6	1,47	25,5	44,5	Węgry	1,5	1,9	0,8	29,9	35,8
Holandia	1,2	0,7	3,47	15,1	56,1	W. Brytania	1,5	0,0	2,9	23,1	56,7
Irlandia	-0,6	-	0,77	29,9	50,0	Włochy	1,0	0,0	2,01	24,5	37,9
Litwa	3,1	8,0	0,61	33,4	50,5						

Źródło: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/sdi/indicators>

Analizowane wskaźniki dla pierwszych trzech obszarów tematycznych kształtują się więc na najkorzystniejszych poziomach właśnie dla krajów o najwyższej pozycji konkurencyjnej we wspomnianych rankingach.

Ocena realizacji RZ na podstawie kluczowych wskaźników w obszarze zdrowie publiczne z jednej strony potwierdza związek między wysoką pozycją konkurencyjną gospodarki narodowej a wyróżniającym się na tle UE poziomem kształtowania monitorowanego wskaźnika na przykładzie pozycji Szwecji, z drugiej jednak jest on na wysokim poziomie w krajach o najniższej pozycji konkurencyjnej w UE, takich jak Grecja, co może być spowodowane mniejszą skalą zagrożeń chorobami cywilizacyjnymi (tabela 3). Równie zróżnicowany jest poziom wskaźników monitorowanych w ramach zmian klimatu i energii. Emisja gazów cieplarnianych, w stosunku do 1990 roku, była najniższa na Litwie, Łotwie w Rumunii i w Bułgarii, co jest związane ze stosunkowo niskim poziomem rozwoju gospodarczego tych krajów. Należy jednak także odnotować spadek ich emisji obserwowany w Szwecji, Francji, Danii i Niemiec oraz w Luksemburgu. Udział źródeł odnawialnych był natomiast najwyższy w Szwecji i Finlandii, a także na Łotwie i w Austrii. Energochłonność transportu jako % PKB była zaś najniższa w Szwecji, W. Brytanii, Niemczech oraz we Francji, czyli w grupie liderów europejskiej konkurencyjności, co potwierdzają dane zawarte w tabeli 3.

Tabela 3

Nadrzędne wskaźniki oceny realizacji SRZ cd.

Kraj	Liczba lat zdrowego życia i średnia długość życia w chwili urodzenia według płci w 2010		Emisja gazów cieplarnianych 2010	Udział źródeł odnawialnych w całkowitym zużyciu energii 2010	Energochłonność transportu w stosunku do PKB 2010	Kraj	Liczba lat zdrowego życia i średnia długość życia w chwili urodzenia według płci w 2010		Emisja gazów cieplarnianych 2010	Udział źródeł odnawialnych w całkowitym zużyciu energii 2010	Energochłonność transportu w stosunku do PKB 2010
	K	M					K	M			
Austria	60,7	59,3	108	30,1	107,5	Luksemburg	66	64,5	94	2,8	103,8
Belgia	63,7	64	92	5,1	92,8	Łotwa	56,5	53	45	32,6	113,6
Bułgaria	67,2	63	54	13,8	100,5	Malta	71,6	70,2	149	0,4	86,7
Cypr	66,4	65,3	168	4,8	93	Niemcy	58,6	57,9	75	11	85,6
Czechy	64,6	62,2	71	9,2	102,6	Polska	62,2	58,5	88	9,4	122
Dania	61,9	62,3	89	22,2	101,5	Portugalia	56,6	59,2	118	24,6	105,8
Estonia	58,1	54	50	24,3	96,8	Rumunia	61,7	59,8	48	23,4	100,5
Finlandia	57,8	58,5	106	32,2	95,7	Słowacja	52,1	52,3	64	9,8	96,8
Francja	63,5	61,9	93	12,9	88,7	Słowenia	54,5	53,2	106	19,8	111,8
Grecja	67,6	66,4	113	9,2	91,8	Szwecja	71,5	71,7	91	47,9	86,7
Hiszpania	63,7	64,3	126	13,8	92,5	Węgry	58,6	56,4	70	8,7	110,7
Holandia	60,2	61,1	99	3,8	92,1	W. Brytania	66	65,1	77	3,2	85,9
Irlandia	66,9	65,9	111	5,5	91,7	Włochy	62,5	63,4	97	10,1	94,6
Litwa	62,3	57,7	42	19,7	94,5						

Źródło: Ibid.

Wielkości analizowane w kolejnym obszarze również kształtują się najkorzystniej dla wymienionych krajów. Poziom pomocy publicznej jako % PNB był najwyższy w Luksemburgu, Szwecji, Holandii i Danii. Z punktu widzenia analizowanych zależności trudna jest natomiast ocena wielkości kształtowania się tzw. indeksu ptaków wspólnych¹³. Trudno jest także jednoznacznie ocenić udział opłat środowiskowych jako odsetek dochodów z podatków, gdyż jego wysokość zależy od wielu czynników co powoduje, że podobny wynik zanotowano dla krajów o bardzo zróżnicowanych parametrach ekonomicznych, takich jak Bułgaria i Holandia, co potwierdzają dane zawarte w tabeli 4.

¹³ Jest to zagregowany indeks integracji liczebności populacji oraz różnorodność wybranych (36) wspólnych gatunków ptaków związanych z określonym środowiskiem, w tym przypadku polem. Rzadkie gatunki są wyłączone.

Tabela 4

Wskaźniki oceny realizacji SRZ cd.

Kraj	Pomoc publiczna jako % PNB 2010	Indeks piaków wspólnych na podstawie 36 wspólnych gatun- ków 2008	Udział opłat środowiskowych jako % dochodów z podatków* 2010	Kraj	Pomoc publiczna jako % PNB 2010	Indeks piaków wspólnych na podstawie 36 wspólnych gatun- ków 2008	Udział opłat środowiskowych jako % dochodów z podatków* 2010
Austria	0,32	77,4	5,64	Luksemburg	1,09	b.d	6,41
Belgia	0,64	90,8	4,71	Łotwa	0,06	115,2	8,81
Bułgaria	0,09	b.d	10,66	Malta	0,11	b.d	9,22
Cypr	0,2	b.d	8,17	Niemcy	0,38	75,7	5,79
Czechy	0,12	97,3	7,07	Polska	0,08	99,3	8,13
Dania	0,9	79,2	8,42	Portugalia	0,29	b.d	7,91
Estonia	0,1	b.d	8,72	Rumunia	0,07	b.d	7,53
Finlandia	0,55	107,6	6,55	Słowacja	0,09	b.d	6,65
Francja	0,5	96,2	4,16	Słowenia	0,13	b.d	9,6
Grecja	0,17	b.d	7,79	Szwecja	0,97	86,4	6,02
Hiszpania	0,43	84,2	5,16	Węgry	0,09	105,3	6,95
Holandia	0,81	92,3	10,32	W. Brytania	0,56	83,4	7,36
Irlandia	0,53	92,4	8,4	Włochy	0,15	104,6	6,14
Litwa	0,1	b.d	6,87				

* W obszarze Dobre Zarządzanie ze względu na brak wskaźnika nadrzędnego wzięto pod uwagę wskaźnik na poziomie celów operacyjnych monitorowany w ramach instrumentów ekonomicznych

Źródło: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/sdi/indicators>

5. Strategia Europa 2020 – nowy wymiar realizacji zrównoważonego rozwoju w Unii Europejskiej

Z punktu widzenia bieżącej realizacji RZ na poziomie UE istotna jest także „Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu Europa 2020”, identyfikowana jako unijna strategia wzrostu na lata 2010-2020¹⁴.

¹⁴ Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu. KOM(2010)2020 (wersja ostateczna).

Analiza kształtowania się wskaźników strategii Europa 2020, związana z osiąganiem zamierzonych w niej celów, wskazuje, że opisujące ją wskaźniki najczęściej najkorzystniej kształtowały się dla Szwecji, Finlandii, Danii oraz W. Brytanii (tabele 3 i 5).

Tabela 5

Wybrane wskaźniki strategii Europa 2020 (2010 lub 2011)

Kraj	Stopa zatrudnienia (20-64) 2011	Wydatki na BiR jako % PKB 2010	Energo- chłonność gospodarki* w mln t 2010	Osoby przed- wcześnie kończące szkołę 2011	Udział osób w wieku 30-34 z wyższym wykształ- ceniem w % 2011	Stopa zagrożenia ubóstwem** 2010
1	2	3	4	5	6	7
Austria	75,2	2,76	32 753	8,3	23,8	16,6
Belgia	67,3	1,99	53 911	12,3	42,6	20,8
Bułgaria	76	0,6	17 388	12,8	27,3	41,6
Cypr	73,8	0,5	2 634	11,2	45,8	23,6
Czechy	75	1,56	42 003	4,9	23,8	14,4
Dania	80	3,06	19 056	9,6	41,2	18,3
Estonia	70,4	1,62	6064	10,9	40,3	21,7
Finlandia	73,8	3,87	35 339	9,8	46	16,9
Francja	69,1	2,26	256 580	12	43,4	19,2
Grecja	59,9	b.d	27 733	13,1	28,9	27,7
Hiszpania	61,6	1,39	123 194	26,5	40,6	25,5
Holandia	77	1,83	71 445	9,1	41,1	15,1
Irlandia	64,1	1,79	14 835	10,6	49,4	29,9
Litwa	67,2	0,79	6 150	7,9	45,4	33,4
Luksemburg	70,1	1,63	4 641	6,2	48,2	17,1
Łotwa	67,2	0,6	4 465	11,8	35,7	38,1
Malta	61,5	0,63	902	33,5	21,1	20,6
Niemcy	77	2,82	306 356	11,5	30,7	19,7
Polska	64,8	0,74	96 929	5,6	36,9	27,8
Portugalia	69,1	1,59	22 633	23,2	26,1	25,3
Rumunia	62,8	0,47	33 985	17,5	20,4	41,4
Słowacja	65,1	0,63	16 881	5,0	23,4	20,6
Słowenia	68,4	2,11	7 057	4,2	37,9	18,3
Szwecja	80	3,42	49 347	6,6	47,5	15
Węgry	60,7	1,16	24 002	11,2	28,1	29,9

cd. tabeli 5

1	2	3	4	5	6	7
W. Brytania	73,6	1,77	204 544	15	45,8	23,1
Włochy	61,2	1,26	165 955	18,2	20,3	24,5

* W przeliczeniu na mln t zużywanych paliw.

** % ludności dysponujący dochodem do dyspozycji poniżej 60% w odniesieniu do narodowej mediany.

Źródło: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/europe_2020_indicators/headline_indicators

Analiza danych zawartych w tabeli 5 potwierdza więc, że wysokiej pozycji konkurencyjnej sprzyja relatywnie korzystne kształtowanie się także tych wskaźników ZR wskazanych w strategii Europa 2020.

Podsumowanie

Istnieje kilka rankingów szeregujących kraje pod względem różnorodnych wskaźników, które, zdaniem ich autorów, świadczą o poziomie konkurencyjności krajów. Pozycja konkurencyjna kraju, odnotowana w rankingu, często decyduje o postrzeganiu jego roli w systemie gospodarki globalnej, wpływając na decyzje inwestycyjne. Jednak zmiany klimatyczne, niszczenie zróżnicowanych ekosystemów, bieda i wzrost liczby ludności przyczyniają się do coraz rozleglejszego braku równowagi. Społeczność międzynarodowa nie zwraca obecnie należytej uwagi na zależności istniejące między tymi zagrożeniami, co może doprowadzić do nieodwracalnych konsekwencji dla ludzkości¹⁵. Zapobiec postępowi tej degradacji powinna więc konsekwencja w realizacji zrównoważonego rozwoju w skali poszczególnych krajów i regionów oraz gospodarki światowej jako całości.

Na podstawie przeprowadzonej analizy można stwierdzić, że kraje osiągające najlepsze rezultaty w kształtowaniu się większości wskaźników RZ monitorowanych na terenie UE są sklasyfikowane na najwyższych miejscach w rankingach pozycji konkurencyjnej. Dotyczy to Szwecji, a także Niemiec, Danii, Luksemburga czy Finlandii.

Nie ma więc sprzeczności w realizacji RZ, rozumianego jako osiągnięcie pożądaných wielkości wskaźników RZ a pozycją konkurencyjną gospodarek krajów UE. Można też wnioskować o pozytywnym wpływie realizacji RZ dla osiągniętej wysokiej pozycji konkurencyjnej, co w długim okresie powinno przyczynić się do ograniczenia skali zagrożeń obserwowanych we współczesnej gospodarce przy utrzymaniu jej trwałego rozwoju.

¹⁵ <http://www.pik-potsdam.de/research/sustainable-solutions>

Literatura

- Bossak J.: Systemy gospodarcze a globalna konkurencja. SGH, Warszawa 2006.
- Dubel K.: Przyrodnicze uwarunkowania rozwoju zrównoważonego na przykładzie regionu. Materiały Interdyscyplinarnej Konferencji Naukowej nt. „Mechanizmy i uwarunkowania ekorozwoju”, Białystok 1996.
- <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/sdi/indicators> (15.02.2012).
- http://europa.eu/legislation_summaries/environment/sustainable_development/index_fr.htm
- <http://www.pik-potsdam.de/research/sustainable-solutions>
- Pangsy-Kania S.: Konkurencyjność polskiej gospodarki przez pryzmat międzynarodowych rankingów. <http://www.konferencja.edu.pl/ref8/pdf/pl/pangsy-kania-gdansk.pdf> (20.06.2012).
- Radło M.J. : Międzynarodowa konkurencyjność gospodarki. Uwagi na temat definicji, czynników i miar. SGH, Warszawa 2008. <http://radlo.org/mkg.pdf>, (10.05.2012).
- Wskaźniki zrównoważonego rozwoju. Red. T. Borys. Ekonomia i Środowisko, Warszawa-Białystok 2005.
- www.imd.org/research/publications/wcy
- www.weforum.org/reports
- Zrównoważona Europa dla lepszego świata. Strategia zrównoważonego rozwoju Unii Europejskiej, COM(2001)264 finał, Bruksela 15.05.2001, s. 2.

THE COMPETITIVE POSITION OF THE ECONOMY AND THE IMPLEMENTATION OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS ON THE EXAMPLE OF SELECTED INDICATORS IN THE EUROPEAN UNION COUNTRIES

Summary

The competitive position of the economy is an important aspect of her perception from the perspective of investors. At the same time an increasing importance is being paid to the implementation of sustainable development (SD) as a response to the ongoing process of imbalance observed in the modern world economy.

The analysis proves the lack of contradiction between the achievement of the goals of SD, understood as the attainment of desired levels of SD indicators and the competitive position of EU economies. It can also be concluded about the positive effects of the implementation of the SD on the achievement of a high competitive position, which in the long run should help reducing the scale of threats to the SD of the world economy.

Monika Hadaś-Dyduch

WSPÓŁCZESNE FORMY GOSPODAROWANIA KAPITAŁEM WOBEC EKONOMICZNYCH ZJAWISK KRYZYSOWYCH

1. Produkty strukturyzowane w Polsce

Rynek inwestycji alternatywnych, czyli inwestycji, których pozytywny wynik nie zależy od ciągłych, pozytywnych wzrostów na rynkach akcji¹, rozwija się w Polsce dynamicznie, czego przykładem są dane zestawione na wykresie 1, dotyczące produktów strukturyzowanych. Przykładowo, w pierwszych dwóch kwartałach 2011 roku sprzedaż produktów strukturyzowanych wyniosła 5,3-5,4 mld zł.² Sprzedaż ta była kilkanaście procent lepsza od analogicznego okresu w 2010 roku. Wówczas sprzedaż produktów strukturyzowanych była na poziomie 4,7 mld zł. W okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012 najwięcej subskrypcji produktów strukturyzowanych rozpoczęło się we wrześniu.

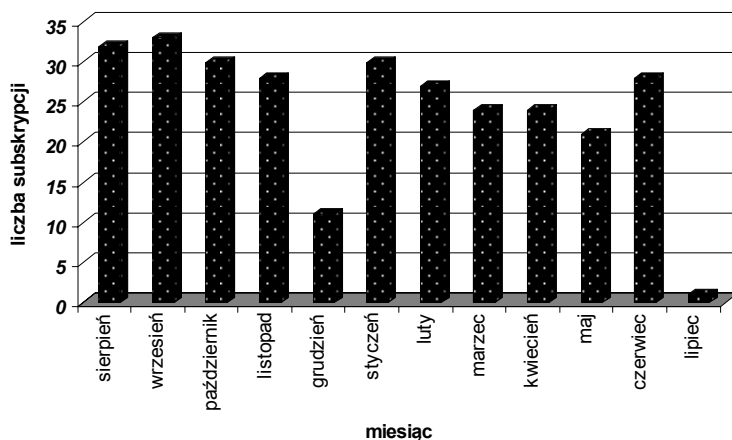
Jednakże analizując tylko 2011 rok dominującym miesiącem w rozpoczynających się subskrypcjach był marzec. Odnotowano wówczas 47 subskrypcje. Należy w tym miejscu wspomnieć, że analogicznie do 2011 roku w latach wcześniejszych, tj. w 2009 i 2010, najwięcej subskrypcji miało miejsce w marcu. Najmniej owocnymi miesiącami I półrocza 2011 roku były luty i czerwiec. W lutym odbyły się 27 subskrypcje, a w czerwcu 30. W minionym roku, tj. w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012, najmniej subskrypcji produktów strukturyzowanych miało miejsce w grudniu, bo zaledwie 11.

¹ W obecnym czasie inwestycje alternatywne stanowią uzupełnienie lub wręcz zastępują bardziej tradycyjne inwestowanie w akcje, obligacje oraz lokaty.

² Podawanie wyniku sprzedaży w przedziale wynika z niechęci części instytucji do udostępniania szczegółowych danych sprzedażowych i w związku z tym przyjęcia danych szacunkowych.

Wykres 1

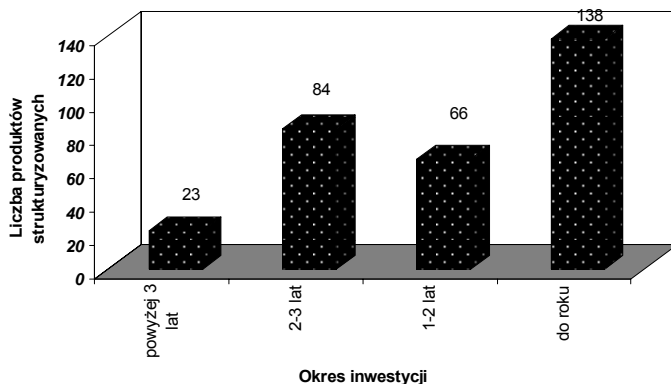
Liczba produktów strukturyzowanych oferowanych w ostatnich dwunastu miesiącach, tj. w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012



Należy nadmienić, że mimo powyższych, optymistycznych statystyk kryzys odbił się znacząco na podejmowaniu decyzji przez inwestorów. W ostatnim roku najczęściej wybierali oni produkty krótkoterminowe, tzn. o okresie inwestycji mniejszym niż rok (wykres 2). Świadczyć to może o dużej ostrożności inwestorów w lokowaniu kapitału w produkty strukturyzowane, mogącej być wynikiem kryzysu i nieprzewidywalności sytuacji gospodarczej i politycznej kraju, która odbija się na rynkach finansowych.

Wykres 2

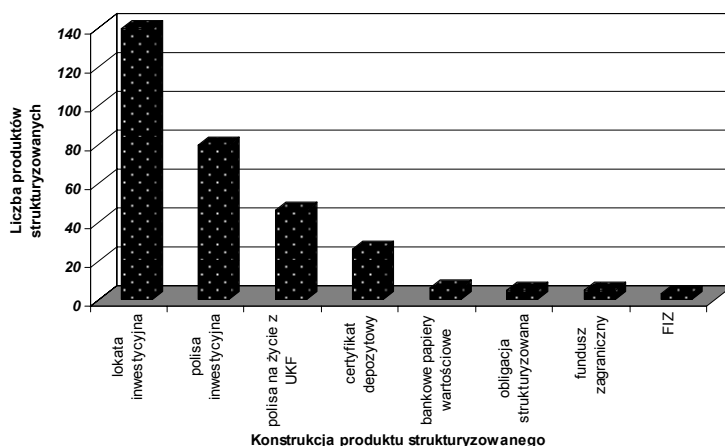
Liczba produktów strukturyzowanych w zależności od czasu trwania inwestycji w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012



Inwestorzy, oprócz ostrożności czasowej, zachowywali w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012 również dużą ostrożność co do formy produktu strukturyzowanego. 45% inwestycji w produkty strukturyzowane dotyczyła produktów w formie lokaty strukturyzowanej, 25,72% w formie polisy inwestycyjnej, natomiast 14,79% inwestycji była w formie polisy na życie z UKF, a 8,36% w certyfikatach depozytowych (wykres 3). Inwestorzy niechętnie inwestowali swój kapitał w produkty strukturyzowane o konstrukcji bankowych papierów wartościowych, obligacji strukturyzowanych, funduszy zagranicznych, funduszy inwestycyjnych zagranicznych – stanowiły one poniżej 2% ogółu inwestycji.

Wykres 3

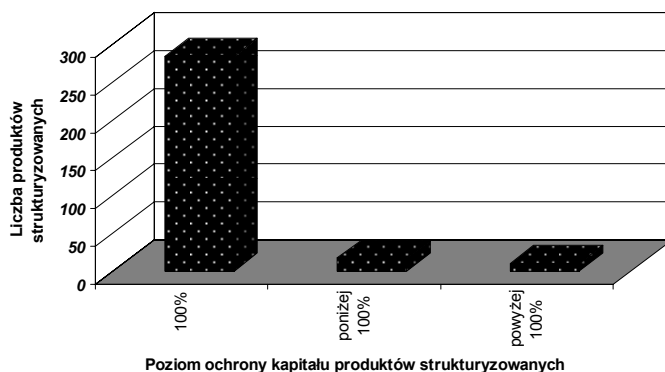
Liczba produktów strukturyzowanych w zależności od konstrukcji produktu w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012



Opcją, która najbardziej przyciąga inwestorów do inwestycji w produkty strukturyzowane jest ochrona kapitału. Najczęściej inwestorzy wybierali produkty strukturyzowane pozbawione ryzyka utraty kapitału, czyli produkty z 100% ochroną zainwestowanego kapitału. Jedynie 5,47% inwestycji była obciążona dużym ryzykiem, ponieważ nie oferowała pełnej ochrony zainwestowanego przez inwestora kapitału (wykres 4).

Wykres 4

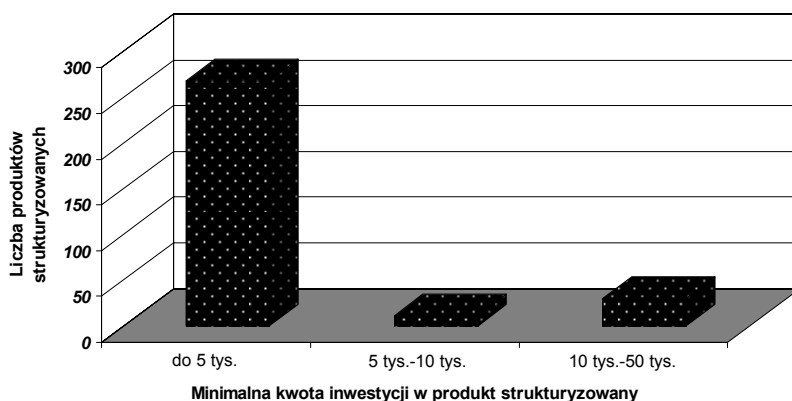
Liczba produktów strukturyzowanych w zależności od poziomu ochrony kapitału produktów strukturyzowanych w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012



Większość inwestorów, mimo znacznej awersji do ryzyka, jak pokazują wyżej zestawione dane, wybiera na inwestycję produkty o kwocie inwestycji poniżej 5000 zł. Tylko 9,97% inwestorów zdecydowało się w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012 na jednorazową inwestycję kwoty w przedziale od 10 000 zł do 50 000 zł.

Wykres 5

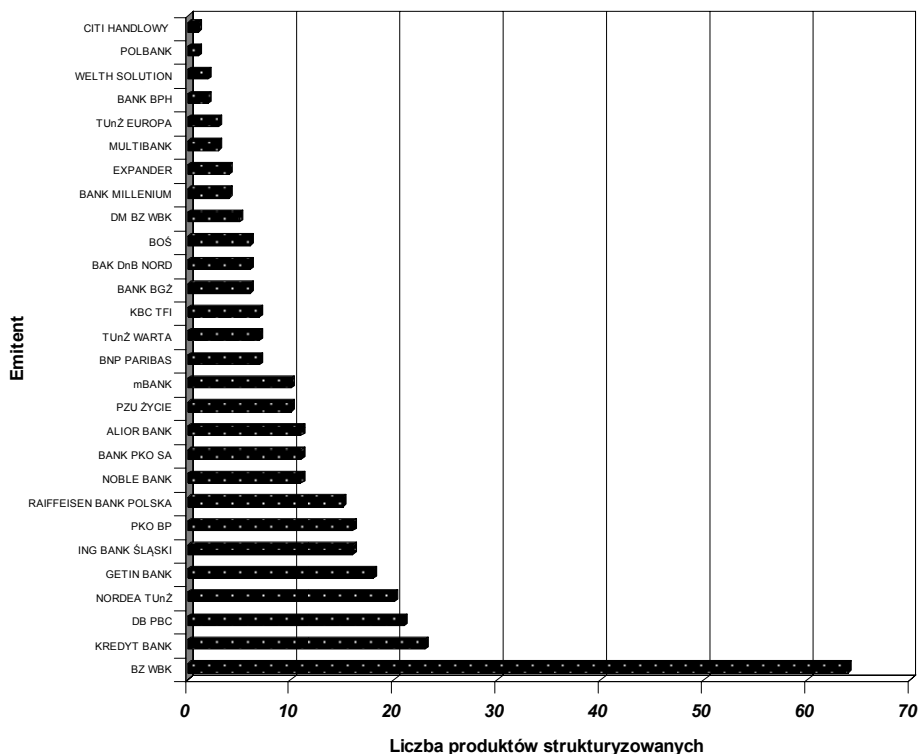
Liczba produktów strukturyzowanych w zależności od minimalnej kwoty inwestycji w produktach strukturyzowanych w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012



20% produktów strukturyzowanych jest emitowanych przez BZ WBK, a 7% przez Kredyt Bank. Natomiast zaledwie 0,3% produktów strukturyzowanych jest emitowanych przez Citi Bank Handlowy (wykres 6).

Wykres 6

Liczba produktów strukturyzowanych w zależności od emitenta produktów strukturyzowanych w okresie od 02.07.2011 do 02.07.2012



2. Charakterystyka instrumentu finansowego przyjętego do wyceny

Instrumentem finansowym przyjętym do wyceny jest produkt strukturyzowany. Istnieje kilka rodzajów produktów strukturyzowanych, jednakże do wyceny przyjęto produkt w formie lokaty, ponieważ jest to najczęstsza forma inwestycji w produkty strukturyzowane przez inwestorów. Lokata strukturyzowana jest złożona z części bardzo bezpiecznej oraz bardzo ryzykownej. Lokata strukturyzowana to inwestycja złożona w blisko 85% z bezpiecznych obligacji

lub lokaty bankowej, zaś do max. 15% z opcji, czyli bardziej ryzykownego instrumentu, na którym można wielokrotnie pomnożyć kapitał albo stracić wszystko. Lokata strukturyzowana jest to więc forma lokaty kapitału, która z jednej strony daje szansę uzyskania sporego zysku, a z drugiej gwarantuje zwrot określonej części lub całości zainwestowanych pieniędzy. Inwestycja w lokatę strukturyzowaną to zazwyczaj inwestycja na długi okres. Zdarzają się lokaty strukturyzowane, z których można wypłacić pieniądze w każdej chwili, ale najczęściej trzeba zablokować pieniądze na okres od dwóch do czterech lat. Najczęściej spotykane to polisa na życie (wtedy zyski są zwolnione z tzw. podatku Belki), ale zdarzają się też lokaty sprzedawane jako certyfikaty funduszy inwestycyjnych lub obligacje. Dobre opcje, które dają szansę na duże zyski, zwykle nie są tanie. Instytucje finansowe stoją więc przed dylematem: stanąć po stronie klienta i kupić droższą opcję czy postawić na tańszą (a więc dającą mniejszą szansę na wysoki zysk), a zaoszczędzone pieniądze zabrać dla siebie na prowizję? Są lokaty, w których najwyższe możliwe zyski to np. 30% w ciągu czterech lat³.

Skonstruowana do analizy lokata strukturyzowana to połączenie standardowej lokaty bankowej z nabyciem przez klienta opcji na indeksy rynku kapitałowego⁴. Końcowy zysk z lokaty uzależniony jest od zmian wartości koszyka indeksów, który składa się w 50% z WIG20 oraz w 50% z kursu wymiany EUR/PLN.

Podstawowe parametry lokaty ustrukturyzowanej to:

- okres subskrypcji lokaty – 29 września-30 października 2008 roku (tabela 1),
- termin lokaty – 3 lata – od 31 października 2008 – DR do 30 października 2011 – DZ,
- odsetki gwarantowane – 4% za cały okres lokaty,
- zysk całkowity – 30% wzrostu koszyka, jednak nie mniej niż stopa gwarantowana – za cały okres lokaty,
- kwota lokaty – nie mniej niż 200 zł i wielokrotność 100 zł,
- współczynnik partycypacji – 80%.

Tabela 1

Parametry lokaty

Okres subskrypcji	29 września-30 października 2008
Dzień rozpoczęcia lokaty	31 października 2008
Dzień zakończenia lokaty	30 października 2011
Dzień rozliczenia lokaty	6 listopada 2011

³ <http://lokat.pl/lokaty/lokata-strukturyzowana>

⁴ Nabycie odbywa się w „tle”, jako operacja finansowa banku, której klient nie widzi.

Stopa zwrotu na koniec lokaty to 4% – odsetki gwarantowane lub więcej niż 4%, jeśli nastąpi 30% wzrostu koszyka.

Stopa zwrotu znana jest dzień po zakończeniu lokaty i wypłacana w dniu rozliczenia lokaty, czyli czwarty dzień roboczy po dniu zakończenia inwestycji.

3. Wycena

Wycenę produktu strukturyzowanego można przedstawić w trzech głównych etapach:

1. Zakup opcji oraz oszacowanie kosztów zakupu przez emitenta obligacji zerokuponowej.

2. Kalkulacja marży. Marża banku (M) kalkulowana jest automatycznie, tutaj przyjmujemy, że jest to wynik działania $M = N - K_P - C_K$ gdzie: M – marża emitenta (w %), N – kwota wpłacona przez klienta, K_P – wartość kapitału pracującego, C_K – cena kupna opcji.

3. Oszacowanie zysku z inwestycji. Poziom wypłaty zysku – tutaj jest szacowany na podstawie zależności: $K_L \times [\text{Max}[4\%, 0, 3 \cdot W_K]]$, gdzie: K_L – kwota lokaty wnoszona przez klienta, Max – funkcja wyboru wartości wyższej z danego zbioru wartości, w przypadku lokaty funkcja powoduje przyjęcie do obliczeń wartości wyższej ze zbioru dwóch wartości, W_K – wzrost koszyka indeksów w okresie między dniem rozpoczęcia lokaty a dniem zakończenia lokaty w ujęciu procentowym; W_K oznacza różnicę między poziomem koszyka w dniu rozpoczęcia lokaty a poziomem koszyka w dniu zakończenia lokaty.

Do wyznaczenia wartości koszyka, a właściwie do oszacowania przyszłych wartości składowych koszyka, wykorzystujemy autorski model oparty na analizie falkowej i sieciach neuronowych. Model ten można opisać skrótowo w czterech etapach:

I. Podział badanego szeregu na podszeregi 8-elementowe.

II. Transformata falkowa podszeregów.

Analiza Falkowa polega na dekompozycji sygnału przy użyciu falek otrzymanych poprzez translację i dylatację falki podstawowej (mother wavelet). Transformata falkowa ma wiele interesujących własności, m.in.:

- funkcje bazowe otrzymane poprzez translację i dylatację dopuszczalnej funkcji wyjściowej,
- bazę lokalną – stałą liczbę oscylacji,
- szerokość funkcji bazowej malejącą wraz z rosnącą częstotliwością,
- zmienną rozdzielczość czasowo-częstotliwościową,

- umożliwia analizę sygnałów posiadających zarówno krótkotrwale składowe wysokoczęstotliwościowe, jak i składowe długookresowe.
 - I. Generowanie współczynników falkowych dla kolejnych chwil czasowych, czyli dla chwil prognozowanych przy użyciu sztucznej sieci neuronowej.
 - II. Odwrotna transformata falkowa – efekt – wartości kursu EUR/PLN oraz indeksu WIG20 dla prognozowanych chwil czasowych⁵.

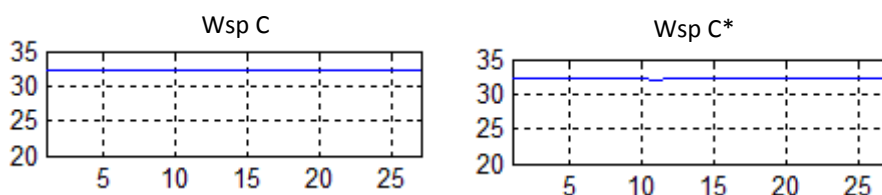
4. Wyniki

Zysk z inwestycji w analizowany produkt strukturyzowany zależny jest od kształtowania się kursu EUR/PLN oraz indeksu WIG20. W tym celu, aby oszacować ewentualny zysk z inwestycji w lokatę strukturyzowaną, należało właściwie oszacować tylko wartość kursu EUR/PLN oraz indeksu WIG20 na 30.10.2011, gdyż zysk inwestora zależy od kształtowania się właśnie tego koszyka 30.10.2011.

Wartość kursu EUR/PLN i indeksu WIG20 uzyskiwana jest na podstawie zastosowanego modelu (Etap I-IV). Wartości kursu EUR/PLN i indeksu WIG20 są wygenerowane w ostatnim etapie przez odwrotną transformatę falkową i wynoszą odpowiednio 30.10.2011 dla EUR/PLN – 4,001, natomiast dla indeksu WIG20 – 2813,45.

Otrzymane na podstawie modelu (Etap I-IV) wyniki można uznać za wiarygodne, ponieważ analizując współczynniki falkowe wygenerowane przez transformatę falkową dla wejściowego szeregu 8-elementowego, tzw. współczynniki C, i współczynniki otrzymane w wyniku zastosowania odwrotnej transformaty Falkowej, tzw. współczynniki C* (rys. 1) widać, że współczynniki C* uzyskane w wyniku opisywanego algorytmu są bardzo zbliżone, wręcz identyczne do współczynników C wygenerowanych dla sprawdzenia z transformaty falkowej, zatem obciążona bardzo małym błędem. Zatem, przedstawiony algorytm (Etap 3.1-3.4) jest skutecznym narzędziem w prognozowaniu analizowanych szeregów czasowych.

⁵ Model szczegółowo opisano w pracy: M. Dyduch: Współczynniki transformaty falkowej jako narzędzie generujące prognozę przedziałową szeregów czasowych. W: Modelowanie preferencji a ryzyko'10. Red. T. Trzaskalik. AE, Katowice 2010.



Rys. 1. Współczynniki C i C*

Analizując wyniki z oszacowania lokaty, zamieszczone w tabeli 2, widać wyraźnie, że inwestor osiągnie zysk z inwestycji w wysokości $8,08\% \times$ zainwestowany kapitał. Natomiast emitent zyska: $6,02008\% \times$ zainwestowany kapitał, na co składa się:

- marża pobrana na początku inwestycji: $M = N - K_P - C_K = 4\% \times$ zainwestowany kapitał
- $20\% \times 10,1004\% \times$ zainwestowany kapitał.

Tabela 2

Szacowanie zysku z lokaty

Wyszczególnienie		WIG 20	EUR/PLN
Początek lokaty	Wartość I_P	1825,84	3,533
Koniec lokaty	Wartość I_K	2813,45	4,001
	Koszyk K_K	1,33668	

Z przedstawionego oszacowania lokaty strukturyzowanej wynika, że inwestor osiągnie większy zysk niż emitent w przybliżeniu o 2%. Należy wspomnieć, że przedstawiony w pracy model wyceny produktów strukturyzowanych, a w szczególności prognozy szeregów prezentujących kurs wymiany EUR/PLN oraz WIG20, dał wyniki obarczone niewielkim błędem, co pozwala wnioskować, że wycena produktu jest również obciążona bardzo małym błędem.

Podsumowanie

W krajach starej Unii Europejskiej produkty strukturyzowane są popularne. W zależności od kraju, ich emisje mają różne parametry preferencji. Daje się zauważyć pewną zależność, im kraj bardziej zamożny, tym okres inwestycji w strukturyzowane papiery wartościowe jest dłuższy.

W Polsce rynek ten jest w trakcie rozwoju, trudno jest też jednoznacznie stwierdzić, kto tak naprawdę go zapoczątkował. Na początku 2000 roku dwa banki: WBK i BPH równocześnie rozpoczęły emisje lokat inwestycyjnych, później dołączały inne instytucje. Emisje tych papierów na początku kierowane były tylko i wyłącznie w postaci Private Placement (do ściśle wybranych grup klientów), dlatego też trudno jest jednoznacznie stwierdzić, jaka skala emisji została przeprowadzona. Jednak można uznać, że bankami, które dominują w tego typu publicznych emisjach dla wszystkich inwestorów detalicznych są Bank BPH, KBC, DB oraz Bank Milenium.

Literatura

- Dyduch M.: Współczynniki transformaty falkowej jako narzędzie generujące prognozę przedziałową szeregów czasowych. W: Modelowanie preferencji a ryzyko'10. Red. T. Trzaskalik. AE, Katowice 2010.
- GPW w Warszawie, <http://www.gpw.pl>.
- <http://lokat.pl/lokaty/lokata-strukturyzowana>
- Krzywdą M.: Produkty strukturyzowane w praktyce. Wydawnictwo Złote Myśli, Gliwice 2010.
- Zaremba: Produkty strukturyzowane. Inwestycje nowych czasów. Helion, Gliwice 2009.

CONTEMPORARY FORMS OF MANAGEMENT CAPITAL TO ECONOMIC CRISIS PHENOMENA

Summary

Experts say the financial crisis was, is and will be. The task is, therefore, investors look for such forms of investment which in the most convenient way for the investor shall ensure the protection of capital and the expected rate of return on investment. Examples of such investments in times of crisis are alternative investments, ie investments that are alternative to the numerous groups of instruments dependent on stock market fluctuations as stocks, mutual funds.

The paper presents the development of the possible forms of alternative investments namely structured products the Polish capital market behavior with variants of the product in the context of modern effective management of capital. It also presents an example of structured product valuation.

Małgorzata Fronczek

NIEMCY JAKO PARTNER HANDLOWY POLSKI W LATACH 1995-2010

Wprowadzenie

W końcu XX wieku zapoczątkowany został proces zmian politycznych – transformacja ustrojowa państw socjalistycznych, którego skutkiem było głębokie przeobrażenie w strukturze gospodarczej tych państw i przejście z systemu gospodarki centralnie planowanej do gospodarki rynkowej. Towarzysząca tym procesom liberalizacja warunków handlu międzynarodowego umożliwiła pełniejsze włączenie się europejskich byłych państw socjalistycznych w wymianę w skali światowej.

Celem niniejszej pracy jest przedstawienie zmian jakie nastąpiły w handlu zagranicznym Polski oraz analiza naszej wymiany z Niemcami, które od wielu lat są naszym największym partnerem handlowym. Szczególną uwagę zwrócono na poziom penetracji polskiego rynku przez produkty przywożone z tego państwa.

W pracy wykorzystano dane pochodzące z Głównego Urzędu Statystycznego (GUS). W przypadku struktury towarowej wykorzystana została klasyfikacja PKWiU. Ze względu na zmiany wprowadzone w tej klasyfikacji w 2008 roku, dane za lata 2009-2010 zamieszczono w oddzielnych tabelach¹. Analiza objęła lata 1995-2010.

1. Potencjał gospodarczy Niemiec jako partnera handlowego Polski

Potencjał gospodarki można mierzyć wieloma zróżnicowanymi miernikami. Dla potrzeb tej pracy ograniczono się do zaprezentowania kilku podstawowych: wartości PKB ogółem, PKB per capita, rocznej zmiany PKB oraz udziału w handlu światowym.

¹ Uwagi metodologiczne zamieszczono w załączniku.

W badanym okresie PKB Niemiec rosło przeciętnie o 1,3% rocznie, a wartość PKB² wzrosła o około 67%. Dla porównania, w tym czasie gospodarka Polski rozwijała się bardziej dynamicznie. Nasze PKB rosło średnio o 4,6% rocznie, a jego wartość wzrosła ponad 2,5-krotnie³. Na początku badanego okresu wartość PKB Niemiec była ponad 6-krotnie wyższa niż wartość PKB Polski. W ciągu 14 lat ta różnica się zmniejszała. W 2010 roku nasze PKB było nadal mniejsze niż PKB Niemiec, ale już 4-krotnie⁴. Dane zabrano w tabeli 1.

Tabela 1

Kształtowanie się PKB Niemiec i Polski
w latach 1995-2010

	PKB (w mld USD)		PKB per capita (w USD)		Roczna zmiana PKB (w %)	
	Polska	Niemcy	Polska	Niemcy	Polska	Niemcy
1995	286,4	1836,8	7483	22493	7,0	1,9
2000	404,3	2133,0	10568	25952	4,3	3,2
2005	526,1	2586,5	13786	31366	3,6	0,8
2008	688,5	3052,5	18062	33963	5,1	1,0
2009	722,0	2974,7	18925	33373	1,7	-4,7
2010	754,1	3071,3	19747	37567	3,8	3,6

Źródło: OECD Factbooks 2010. OECD, 25 maja 2011. www.oecd.org (6.04.2011); OECD Factbooks 2011-2012. OECD, 7 grudnia 2011. www.oecd.org (6.05.2012).

Biorąc pod uwagę możliwości rozwoju handlu ważnym wskaźnikiem jest PKB per capita. Jego porównanie w dwóch badanych krajach pokazuje, że możliwości nabywcze polskich obywateli są dużo mniejsze niż Niemców. W przeliczeniu na mieszkańca PKB Polski było w całym badanym czasie 2-, 3-krotnie mniejsze niż PKB Niemiec, ale różnica ta stopniowo się zmniejsza. Można więc wnioskować, że Niemcy są atrakcyjnym, ale również wymagającym rynkiem zbytu dla naszych towarów. Dodatkowymi atutami Niemiec, jako partnera handlowego naszego kraju, są bliskość geograficzna i brak barier w wymianie, wynikające z członkostwa obu krajów w Unii Europejskiej.

O potencjale gospodarczym świadczy także udział w handlu międzynarodowym. Niemcy to znaczący uczestnik wymiany międzynarodowej. W badanym okresie zajmowały bowiem czołowe pozycje zarówno na liście największych eksporterów, jak i importerów światowych. Dane zawiera tabela 2.

² Wartość PKB podano w cenach bieżących.

³ OECD Factbooks 2010. <http://stats.oecd.org>, 6.04.2011. Obliczenia własne.

⁴ Ibid.

Tabela 2

Udział Niemiec i Polski w handlu światowym
w latach 1995-2010

	1995	2000	2005	2008	2009	2010
w mld USD						
Eksport światowy	5 033,0	6 364,0	10 431,0	16 070,0	12 490,0	15 237,0
w tym:						
Polska	22,5	31,7	89,3	168,0	134,0	156,0
Niemcy	508,5	551,5	969,9	1 461,9	1 126,0	1 269,0
Import światowy	5 170,0	6 669,0	10 783,0	16 422,0	12 682,0	15 402,0
w tym:						
Polska	30,0	48,9	101,0	204,3	147,0	174,0
Niemcy	443,2	502,8	773,8	1203,8	938,0	1 067,0
Udział w %						
Eksport światowy	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
w tym:						
Polska	0,4	0,5	0,9	1,0	1,1	1,0
Niemcy	10,1	8,7	9,3	9,1	9,0	8,3
Import światowy	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
w tym:						
Polska	0,6	0,7	0,9	1,2	1,2	1,1
Niemcy	8,6	7,5	7,2	7,3	7,4	6,9

Źródło: International Trade Statistics. WTO, Genewa 1996-2011.

W odniesieniu do eksportu w 1995 i 2000 roku Niemcy wyprzedzane były jedynie przez Stany Zjednoczone. W 2005 roku Niemcy były już największym eksporterem towarów na świecie i tę pozycję utrzymały także w 2008 roku. Niemcy są także bardzo dużym rynkiem zbytu dla towarów pochodzących z innych państw. W badanym czasie zajmowały drugie miejsce na liście światowych importerów dóbr⁵. Sytuacja zmieniła się w 2009 i 2010 roku. Niemcy znalazły się na trzeciej pozycji na liście eksporterów i importerów. Przed nimi uplasowały się Stany Zjednoczone i Chiny.

Na tym tle pozycja Polski jest zdecydowanie niższa. Udział Polski w światowym eksporcie i imporcie wzrósł nieco w badanych latach z poziomu 0,4-0,6% do 1,0-1,2%. Plasowało to jednak nasz kraj w 1995 roku na 34 miejscu na światowej liście eksporterów i na 33 miejscu na liście importerów. W 2010 roku znaleźliśmy się na 28 miejscu na liście eksporterów oraz na 24 miejscu wśród importerów⁶. Dysproporcja jest zatem wyraźnie widoczna.

⁵ Ibid.

⁶ Ibid.

2. Miejsce Niemiec w obrotach handlowych Polski z zagranicą

Niemcy zajmują najważniejsze miejsce wśród polskich partnerów handlowych. W układzie geograficznym w naszej wymianie towarowej dominują obroty z krajami rozwiniętymi, do których zalicza się również Niemcy.

Do krajów rozwiniętych sprzedano w 2010 roku 85% wyeksportowanych z Polski dóbr, a przywieziono z nich prawie 67% importowanych do naszego kraju produktów. Wśród tej grupy państw najważniejszymi partnerami handlowymi naszego kraju są państwa członkowskie Unii Europejskiej, a szczególnie Niemcy na które przypada 21-25% naszych zagranicznych obrotów handlowych. Dokładniejsze dane liczbowe prezentuje tabela 3.

Tabela 3

Struktura geograficzna handlu zagranicznego Polski
w latach 1995-2010 (w %)

	Eksport						Import					
	1995	2000	2005	2008	2009	2010	1995	2000	2005	2008	2009	2010
Kraje rozwinięte	75,0	76,3	83,6	83,0	85,6	84,9	74,3	70,9	73,3	69,3	69,1	67,2
W tym:												
EWG/UE	70,0	69,9	77,2	77,8	79,6	79,1	64,6	61,2	65,6	61,9	61,9	59,5
W tym Niemcy	38,3	34,9	28,2	25,1	26,1	26,2	26,6	23,9	24,7	23,1	22,3	21,9
EFTA	1,6	1,9	3,0	2,5	2,8	2,3	3,1	2,2	2,7	2,4	2,3	2,4
Kraje ESW	17,3	17,3	10,0	10,3	7,5	8,0	15,4	18,5	11,6	11,6	10,0	11,8
Kraje rozwijające się	7,7	6,3	6,4	6,7	6,9	7,1	10,3	10,6	15,1	19,1	20,9	21,0

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 1996-2011.

W badanych okresie wartość eksportu⁷ naszego kraju wzrosła z niecałych 23 mld USD do ponad 159 mld USD. W tym eksport do Niemiec zwiększył się prawie pięciokrotnie z 8,7 mld USD do ponad 41 mld USD⁸. W tym samym czasie wartość polskiego importu wzrosła z 29 mld USD w 1995 roku do 178 mld USD w 2010. Przy tym wartość towarów przywożonych z Niemiec wzrosła ponad pięciokrotnie: z 7,7 mld USD do 39 mld USD. Bardziej szczegółowe informacje w tym zakresie zostały zawarte w tabeli 4.

⁷ Wartość obrotów podana jest w cenach bieżących.

⁸ Wartość w cenach bieżących.

Tabela 4

Wartość handlu zagranicznego Polski z Niemcami
w latach 1995-2010 (w mln USD)

Lata	Eksport		Import	
	ogółem	do Niemiec	ogółem	z Niemiec
1995	22 894,9	8 777,5	29 049,7	7 736,6
2000	31 651,3	11 043,0	48 940,2	11 701,1
2005	89 378,1	25 224,7	101 538,8	25 053,4
2008	171 859,9	43 104,5	210 478,5	48 555,4
2009	136 641,3	35 679,6	149 569,8	33 418,5
2010	159 757,6	41 786,3	178 062,9	39 015,7

Źródło: Ibid.

3. Struktura towarowa polskich obrotów towarowych z Niemcami

W polskim handlu zagranicznym dominują produkty przemysłowe (tabele 5 i 6). Stanowią one ponad 97% importu i ponad 98% eksportu. Produkty rolnictwa, leśnictwa i rybołówstwa to zaledwie około 2,5% importu i 1,7% eksportu.

Tabela 5

Struktura handlu zagranicznego Polski według PKWiU
w latach 1995-2008 (w %)

Dział PKWiU	Nazwa*	1995		2000		2005		2008	
		EX	IM	EX	IM	EX	IM	EX	IM
01-05	rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	3,0	5,1	1,5	2,9	1,9	2,5	1,6	2,5
10-41	produkty przemysłowe, w tym:	97,0	94,9	98,5	97,1	98,1	97,5	98,4	97,5
10-14	górnictwo i kopalnictwo	6,4	8,9	2,8	9,8	2,0	8,9	1,0	8,7
15-37	przetwórstwo przemysłowe	89,8	85,6	95,0	87,0	95,2	88,2	96,8	85,5
	pozostałe produkty**	0,8	0,4	0,8	0,4	0,9	0,3	0,6	3,2
Ogółem		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Oznaczenia według PKWiU 1997 i PKWiU 2004.

** Produkty przemysłowe gdzie indziej niesklasyfikowane (np. antyki, dzieła sztuki, energia elektryczna, ciepła woda).

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 1996-2009.

Tabela 6

Struktura handlu zagranicznego Polski według PKWiU
w latach 2009-2010 (w %)

Dział PKWiU	Nazwa*	2009		2010	
		EX	IM	EX	IM
01-03	rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	2,1	2,7	1,7	2,7
05-99	produkty przemysłowe, w tym:	97,9	97,3	98,3	97,3
05-08	górnictwo i kopalnictwo	0,8	7,0	0,9	8,9
10-32	przetwórstwo przemysłowe	95,4	87,1	95,6	85,5
	pozostałe produkty**	1,7	3,2	1,8	2,9
Ogółem		100,0	100,0	100,0	100,0

* Oznaczenia według PKWiU 2008.

** Produkty przemysłowe gdzie indziej niesklasyfikowane (np. antyki, dzieła sztuki, energia elektryczna, ciepła woda).

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 2010-2011.

Większość dóbr przemysłowych stanowiących przedmiot polskiej wymiany z zagranicą to produkty przetwórstwa przemysłowego: prawie cały eksport i ponad 87% przywożonych do kraju dóbr.

Ze względu na główny cel niniejszego artykułu, którym jest zaprezentowanie wskaźnika penetracji importowej polskiego rynku przez towary przywożone z Niemiec, pominięto w dalszej części dokładną analizę struktury towarowej eksportu.

Tabele 7 i 8 zawierają dane pokazujące strukturę towarową dóbr importowanych przez Polskę z Niemiec. Prawie wszystkie towary przywożone do Polski z analizowanego państwa to produkty przemysłowe (produkty rolnictwa, leśnictwa i rybołówstwa stanowią nieco ponad 1% przywożonych z tego kraju towarów).

Największą grupą dóbr przemysłowych, które są importowane z Niemiec jest sprzęt transportowy. W 1995 roku miał on 6,5% udział w tym imporcie i było to około 25% ogólnego importu tych dóbr do Polski. W 2010 roku było to już ponad 15% importu z tego kraju, a równocześnie 29% ogółu takich dóbr przywożonych na polski rynek.

Tabela 7

Import z Niemiec według PKWiU w latach 1995-2008 (w %)

Dział PKWiU	Nazwa	1995		2000		2005		2008	
		Struktura w %	Udział w IM*	Struktura w %	Udział w IM*	Struktura w %	Udział w IM*	Struktura w %	Udział w IM*
01-05	rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	1,1	5,8	0,9	7,1	1,0	9,6	1,4	11,8
10-14	górnictwo i kopalnictwo	0,5	1,6	1,1	2,7	0,8	2,2	0,4	0,9
15-37	przetwórstwo przemysłowe, w tym:	98,4	30,0	97,9	26,6	98,2	26,8	97,3	25,0
15-16	produkty spożywcze, napoje i wyroby tytoniowe	5,4	21,7	3,4	19,3	3,8	19,1	5,6	24,6
17-18	wyroby włókiennicze i odzież	14,8	45,5	5,9	23,5	3,8	19,1	2,4	13,3
19	skóry wyprawione i wyroby z nich	1,1	24,4	0,8	17,1	0,6	12,8	0,3	7,5
20	drewno i wyroby z drewna	0,7	30,2	1,0	30,1	1,2	31,7	1,2	31,6
21-22	masa celulozowa, papier, wyroby z papieru; zarejestrowane nośniki informacji	5,5	30,9	4,8	30,5	4,4	33,9	4,0	34,4
23	koks i produkty rafinacji ropy naftowej	0,7	8,6	1,5	17,9	2,4	17,7	3,3	22,8
24	wyroby chemiczne	14,0	25,8	13,8	24,6	14,1	25,4	14,2	25,7
25	wyroby gumowe i z tworzyw sztucznych	5,5	34,2	7,0	38,2	7,1	37,0	6,3	33,9
26	wyroby z surowców nie-metalicznych pozostałych	2,0	22,5	2,6	28,4	1,7	26,0	2,0	27,9
27-28	metale i podstawowe wyroby z metali	9,6	32,7	11,5	31,3	15,0	32,4	14,9	28,7
29	maszyny i urządzenia	19,9	40,1	17,6	36,5	16,1	34,6	15,5	32,7
30-33	urządzenia elektryczne i optyczne	10,9	22,8	12,5	19,0	11,0	18,5	8,7	12,7
34-35	sprzęt transportowy	6,5	25,7	13,8	27,0	15,5	30,0	17,8	30,5
36-37	produkty wytworzone gdzie indziej nie sklasyfikowane	1,9	27,7	1,7	22,2	1,6	22,2	1,2	15,9
	Pozostałe produkty**	0,0	2,1	0,1	4,1	0,0	0,6	0,9	6,1
Ogółem		100	26,2	100	23,6	100	24,1	100	22,0

* Udział w imporcie dóbr danej grupy ogółem; w obliczeniach uwzględniono strumienie importu o wartości co najmniej 50 tys. USD.

** Produkty przemysłowe gdzie indziej niesklasyfikowane (np. antyki, dzieła sztuki, energia elektryczna, ciepła woda).

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 1996-2009.

Tabela 8

Import z Niemiec według PKWiU w latach 2009-2010 (w %)

Dział PKWiU	Nazwa	2009		2010	
		Struktura w %	Udział w IM*	Struktura w %	Udział w IM*
01-03	rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	1,1	8,7	1,0	7,9
05-08	górnictwo i wydobywanie	0,4	1,1	0,3	0,7
10-32	przetwórstwo przemysłowe w tym:	95,7	24,5	96,1	24,4
10-12	produkty spożywcze, napoje i wyroby tytoniowe	7,5	27,5	7,0	26,0
13-14	wyroby tekstylne i odzież	2,5	12,3	2,4	12,3
15	skóry i wyroby skórzane	0,3	7,9	0,3	7,7
16	produkcja drewna i wyrobów z drewna	1,0	31,0	0,9	29,3
17-18	papier, wyroby z drewna, korka, słomy, wikliny, papieru; poligrafia i zapisane nośniki informacji	4,2	35,2	4,4	35,6
19	koks i produkty rafinacji ropy naftowej	3,1	25,1	2,7	22,5
20-21	chemikalia, wyroby farmaceutyczne	15,1	26,0	15,6	25,6
22	wyroby z gumy i tworzyw sztucznych	6,8	35,1	6,7	35,0
23	wyroby z pozostałych surowców niemetalicznych	2,0	30,7	1,9	30,0
24-25	metale i wyroby z metali	14,1	32,4	14,9	31,3
26-28	komputery, wyroby elektroniczne, optyczne, maszyny i urządzenia	22,6	18,6	22,4	18,6
29-30	sprzęt transportowy	14,5	28,1	15,2	29,2
31-32	pozostałe produkty	2,0	18,2	1,7	17,3
35-38	wytwarzanie i dostarczanie energii elektrycznej, wody, gazu	1,4	53,2	1,4	55,8
33, 58-99	produkty przemysłowe niesklasyfikowane gdzie indziej**	1,5	12,6	1,2	11,2
Ogółem przemysł		100,0	22,3	100,0	21,7

* Udział w imporcie dóbr danej grupy ogółem; w obliczeniach uwzględniono strumienie importu o wartości co najmniej 50 tys. USD.

** Produkty przemysłowe gdzie indziej niesklasyfikowane (np. antyki, dzieła sztuki, energia elektryczna, ciepła woda).

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 2010-2011.

Niemcy są także znaczącym dostawcą maszyn i urządzeń (w tym komputerów) dla Polski. W 2010 roku było to 22% produktów, a jednocześnie prawie 18,6% ogólnego importu maszyn i urządzeń. Dodatkowo, w tym samym czasie z Niemiec pochodziło około 25% wszystkich wyrobów chemicznych importowanych przez Polskę oraz prawie 31% metali i wyrobów z metali.

Ogółem produkty przetwórstwa przemysłowego to 96% produktów importowanych z analizowanego kraju. Stanowiły one w 2010 roku niemal 25% takich dóbr przywożonych do Polski łącznie.

4. Wskaźnik penetracji importowej polskiego rynku przez towary pochodzące z Niemiec

Wskaźnik penetracji importowej informuje o tym, jaka część krajowego popytu zaspokajana jest przez importowane produkty. Dla potrzeb niniejszej pracy przeprowadzono obliczenia, które pokazują jaką część polskiego popytu na dobra przemysłowe zaspokajają produkty pochodzące z Niemiec. Ze względu na dominującą pozycję dóbr przemysłowych w naszej wymianie zagranicznej, dalsza analiza polsko-niemieckich obrotów handlowych została poświęcona głównie importowi tej właśnie grupy produktów.

Tabela 9 prezentuje wyniki obliczeń obrazujące poziom penetracji importowej polskiego rynku w podziale na kierunki geograficzne wymiany⁹. Importowane produkty zaspokajają coraz większą część naszego popytu. W 1995 roku pokrywały około 25% polskiego popytu, a w 2010 już ponad 48%. W największym stopniu zapotrzebowanie na dobra zaspokajają w Polsce produkty przywożone z krajów rozwiniętych (36,1%), w tym w 1995 roku towary pochodzące z Niemiec zaspokajały 6,6% polskiego popytu, w 2010 już ponad 10%.

Tabela 9

Wskaźnik penetracji importowej polskiego rynku według kierunków geograficznych w latach 1995-2010 (w %)

Lata	1995	2000	2005	2008	2009	2010
1	2	3	4	5	6	7
Kraje rozwinięte	18,6	25,3	30,8	31,8	35,2	36,1
w tym: EWG/UE	16,2	21,8	27,5	28,4	31,8	32,4

⁹ Obliczenia dotyczą wszystkich rodzajów dóbr według PKWiU.

cd. tabeli 9

1	2	3	4	5	6	7
w tym Niemcy	6,6	8,4	10,1	10,1	10,2	10,4
EFTA	0,8	0,8	1,1	1,1	1,1	1,2
Kraje ESW	3,9	6,6	4,9	5,3	4,8	5,9
Kraje rozwijające się	2,6	3,8	6,4	8,8	9,5	10,0
Ogółem	25,1	35,7	42,0	45,9	46,7	48,7

* Udział importu w zaspokajaniu wewnętrznego popytu; $Wpim = IM / (Pp - EX + IM)$ gdzie: $Wpim$ – wskaźnik penetracji importowej; IM – import, Pp – produkcja sprzedana (przemysł), produkcja towarowa (rolnictwo), EX – eksport, w obliczeniach uwzględniono wartość produkcji sprzedanej przemysłu i wartość produkcji towarowej rolnictwa łącznie.

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego, GUS, Warszawa 1996-2011; Rocznik Statystyczny Przemysłu, GUS, Warszawa 1996-2011; Rocznik Statystyczny Rolnictwa, GUS, Warszawa 1996-2011; obliczenia własne.

Warto w tym kontekście przyjrzeć się, jak kształtuje się poziom penetracji importowej polskiego rynku w podziale na poszczególne grupy towarów przemysłowych. Wyniki przeprowadzonych obliczeń zebrano w tabelach 10 i 11.

Wskaźnik penetracji polskiego rynku dóbr przemysłowych wzrósł w badanych latach z 26% do 49,5%. Towary pochodzące z Niemiec zaspokajały w 1995 roku polski popyt na produkty przemysłowe w 7%, a w 2010 poziom ten wzrósł do 11%.

W poszczególnych grupach dóbr sytuacja jest jednak bardzo zróżnicowana. Biorąc pod uwagę cały polski import, najwyższe wartości wskaźnika można zaobserwować w odniesieniu do: urządzeń elektrycznych i optycznych (99,2%), sprzętu transportowego (84%), wyrobów tekstylnych (99,5%), skór (91,1%) oraz wyrobów chemicznych (78,6%).

Tabela 10

Penetracja importowa polskiego rynku przez towary z Niemiec według PKWiU w latach 1995-2008 (w %)

Dział PKWiU	Nazwa	1995		2000		2005		2008	
		ogółem	Niemcy	ogółem	Niemcy	ogółem	Niemcy	ogółem	Niemcy
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10-14	Górnictwo i kopalnictwo	28,1	0,4	47,2	1,3	50,2	1,1	51,5	0,5
15-37	Przetwórstwo przemysłowe,	28,6	8,6	39,7	10,6	47,9	12,8	51,0	12,8
15-16	w tym: produkty spożywcze, napoje i wyroby tytoniowe	9,4	2,0	9,8	1,9	13,5	2,6	17,9	4,4

cd. tabeli 10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17-18	wyroby włókiennicze i odzież	50,9	23,2	67,1	15,8	74,3	14,2	79,9	10,7
19	skóry wyprawione i wyroby z nich	31,3	7,6	59,7	10,2	80,6	10,3	77,2	5,8
20	drewno i wyroby z drewna	8,0	2,4	13,0	3,9	19,5	6,2	19,3	6,1
21-22	masa celulozowa, papier, wyroby z papieru; zarejestrowane nośniki informacji	23,9	7,4	26,3	8,0	28,7	9,7	29,4	10,1
23	koks i produkty rafinacji ropy naftowej	13,5	1,2	15,5	2,8	30,2	5,3	26,0	5,9
24	wyroby chemiczne	45,1	11,6	59,9	14,7	64,9	16,5	72,9	18,8
25	wyroby gumowe i z tworzyw sztucznych	31,4	10,7	39,7	15,2	42,4	15,7	44,9	15,2
26	wyroby z surowców nie-metalicznych pozostałych	17,8	4,0	19,3	5,5	19,6	5,1	18,6	5,2
27-28	metale i podstawowe wyroby z metali	25,3	8,3	39,4	12,3	51,0	16,5	50,9	14,6
29	maszyny i urządzenia	46,6	18,7	64,5	23,6	73,6	25,4	69,8	22,8
30-33	urządzenia elektryczne i optyczne	50,1	11,4	68,9	13,1	80,0	14,8	93,8	11,9
34-35	sprzęt transportowy	34,6	8,9	60,5	16,3	77,2	23,2	78,3	23,9
36-37	produkty wytworzone gdzie indziej nie sklasyfikowane	20,4	5,6	30,9	6,9	36,2	8,0	37,6	6,0
Pozostałe produkty*		0,1	0,0	0,2	0,1	0,4	0,0	1,6	0,9
Ogółem przemysł		26,0	7,1	37,0	8,9	43,5	10,6	47,5	10,5

* Produkty przemysłowe gdzie indziej niesklasyfikowane (np.: antyki, dzieła sztuki, energia elektryczna, ciepła woda).

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego, GUS, Warszawa 1996-2009; Rocznik Statystyczny Przemysłu, GUS, Warszawa 1996-2009; Rocznik Statystyczny Rolnictwa, GUS, Warszawa 1996-2009; obliczenia własne.

W 2010 roku produkty przywożone z Niemiec pokrywały w największym stopniu nasz popyt na maszyny i urządzenia (18,5% wewnętrznego zapotrzebowania), sprzęt transportowy (prawie 24,5%), wyroby chemiczne (20%).

Tabela 11

Penetracja importowa polskiego rynku przez towary z Niemiec według PKWiU w latach 2009-2010 (w %)

Dział PKWiU	Nazwa	2009		2010	
		ogółem	Niemcy	ogółem	Niemcy
1	2	3	4	5	6
05-08	górnictwo i wydobywanie	44,1	0,5	50,0	0,4

cd. tabeli 11

1	2	3	4	5	6
10-32	przetwórstwo przemysłowe w tym:	54,8	13,4	56,8	13,8
10-12	produkty spożywcze, napoje i wyroby tytoniowe	18,8	5,2	20,8	5,4
13-14	wyroby tekstylne i odzież	92,0	11,3	99,5	12,2
15	skóry i wyroby skórzane	82,1	6,5	91,1	7,0
16	produkcja drewna i wyrobów z drewna	17,4	5,4	17,8	5,2
17-18	papier, wyroby z drewna, korka, słomy, wikliny, papieru; poli- grafia i zapisane nośniki infor- macji	39,8	14,0	38,9	13,9
19	koks i produkty rafinacji ropy naftowej	24,0	6,0	23,1	5,2
20-21	chemikalia, wyroby farmaceu- tyczne	75,5	19,6	78,6	20,1
22	wyroby z gumy i tworzyw sztucznych	44,7	15,7	44,2	15,5
23	wyroby z pozostałych surowców niemetalicznych	18,4	5,7	19,1	5,7
24-25	metale i wyroby z metali	52,9	17,1	55,2	17,3
26-28	komputery, wyroby elektro- niczne, optyczne, maszyny i urządzenia	96,1	17,9	99,2	18,5
29-30	sprzęt transportowy	91,5	25,7	84,0	24,5
31-32	pozostałe produkty	52,3	9,5	61,2	10,6
35-38	wytwarzanie i dostarczanie energii elektrycznej, wody, gazu	2,4	1,3	2,5	1,4
33, 58-99	produkty przemysłowe nie- sklasyfikowane gdzie indziej	42,5	5,3	38,9	4,3
Ogółem przemysł		47,5	10,7	49,5	10,9

Źródło: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 2010-2011; Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 2010-2011; Rocznik Statystyczny Rolnictwa. GUS, Warszawa 2010-2011; obliczenia własne.

Podsumowanie

Import z Niemiec ogranicza się w zasadzie do produktów przetwórstwa przemysłowego. Są to w szczególności: sprzęt transportowy, maszyny i urządzenia dla przemysłu, komputery, wyroby chemiczne, wyroby z metali. Łącznie stanowią one niemal 70% importu z tego kraju.

Zauważyć można, że istnieje dość wyraźna zależność pomiędzy udziałem grupy towarów w imporcie z Niemiec a poziomem penetracji rynku. Zależność ta polega na tym, że wartość wskaźnika penetracji importowej przez produkty

z danej grupy można w około 64% wytłumaczyć ich udziałem w imporcie z Niemiec¹⁰.

Jednocześnie inne obliczenia wskazują, że nie ma wyraźnej zależności pomiędzy udziałem niemieckich dóbr w polskim imporcie poszczególnych grup towarów a poziomem penetracji importowej naszego rynku przez produkty pochodzące z badanego kraju. Te produkty, które mają duży udział w imporcie do Polski podobnych dóbr niekoniecznie w znacznym stopniu pokrywają także zapotrzebowanie na nie konsumentów¹¹.

Przeprowadzona analiza wskazuje, że z uwagi na wartość PKB ogółem oraz PKB per capita Niemcy są atrakcyjnym rynkiem zbytu dla polskich towarów. Jednocześnie są także znaczącym źródłem dostaw dla polskich konsumentów i producentów. Wprawdzie ich rola jako partnera handlowego naszego kraju wydaje się nieco zmniejszać (świadczy o tym zmniejszający się udział w polskim imporcie i eksporcie ogółem), to jednak Niemcy od wielu lat znajdują się na pierwszym miejscu na liście zagranicznych odbiorców polskich towarów oraz dostawców do naszego kraju. W najbliższym czasie raczej nie należy spodziewać się zmiany tej sytuacji, chociaż nie wolno zapominać o bardzo dynamicznie rozwijającym się konkurencie na rynku światowym – Chinach, których towary już teraz wypierają niektóre rodzaje produktów importowanych przez Polskę z innych państw.

Załącznik

Uwagi metodologiczne

W obliczeniach dotyczących struktury towarowej importu z Niemiec oraz wskaźnika penetracji importowej wykorzystano dane Głównego Urzędu Statystycznego. Posłużono się w tym celu Polską Klasyfikacją Wyrobów i Usług (PKWiU), Polską Klasyfikacją działalności (PKD) oraz Polską Scaloną Nomenklaturą Celną (PCN) zgodnie z obowiązującymi kluczami powiązań.

¹⁰ Współczynnik determinacji poziomu penetracji importowej rynku według grup towarów przez udział w imporcie z Niemiec, według grup towarowych wynosi ok. 63,8%. Obliczenia własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 2010-2011; Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 2010-2011; Rocznik Statystyczny Rolnictwa. GUS, Warszawa 2010-2011.

¹¹ Współczynnik determinacji poziomu penetracji importowej rynku według grup towarów przez udział w imporcie Polski według grup towarowych wynosi ok. 5,1%.

Polska Klasyfikacja Działalności (PKD) została wprowadzona w 1997 roku¹². Opracowano ją na podstawie Europejskiej Klasyfikacji Działalności¹³ (EKD). W 2004 roku PKD została zmieniona¹⁴, a obecnie obowiązuje wersja z 2007 roku tzw. PKD 2007¹⁵.

Klasyfikacja PKWiU jest oparta na PKD. Została wprowadzona 1 lipca 1997 roku¹⁶ i zastąpiła obowiązującą do tego momentu klasyfikację SWW. W kwietniu 2004 roku opublikowano nową klasyfikację PKWiU¹⁷, która następnie 1 stycznia 2009 roku została zastąpiona przez PKWiU 2008¹⁸.

W pracy wykorzystano grupowanie według PKWiU 1997 (dla lat 1995 i 2000), PKWiU 2004 (dla lat 2005, 2008) oraz PKWiU 2008 (dla lat 2009, 2010). Dane dotyczące importu gromadzone przez GUS według czterocyfrowych kodów PCN zostały przypisane do odpowiednich działów PKWiU zgodnie z obowiązującym w danym roku kluczem powiązań.

Ostatnie ze wspomnianych zmian w klasyfikacji PKWiU w 2009 roku spowodowały przesunięcie niektórych produktów do innych działów. W związku z tym, dane dotyczące wartości handlu zagranicznego oraz produkcji sprzedanej przemysłu (według PKWiU 2008) stały się nieporównywalne z latami wcześniejszymi. Wprowadzono przy tym nowy klucz powiązań pomiędzy PKWiU/PKD a kodami PCN. Z tego też względu dane z lat 2009-2010, wykorzystujące klasyfikację PKWiU 2008, zamieszczono w oddzielnych tabelach.

W przypadku niektórych towarów, dla przeprowadzenia obliczeń konieczne było także zastosowanie sumowania wartości eksportu, importu i produkcji sprzedanej produktów zaklasyfikowanych do dwóch lub więcej działów PKWiU/PKD.

Literatura

International Trade Statistics. WTO, Genewa 1996-2011.

OECD Factbooks 2010. <http://stats.oecd.org>, 6.04.2011.

¹² Rozporządzenie Rady Ministrów z 7 października 1997 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności. Dz.U. 1997, nr 128, poz. 829.

¹³ Official Journal of the European Communities nr L 293 z 1990 roku.

¹⁴ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 20 stycznia 2004 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności. Dz.U. 2004, nr 33, poz. 289.

¹⁵ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności. Dz.U. 2007, nr 251, poz. 1885.

¹⁶ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 18 marca 1997 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług. Dz.U. 1997, nr 42, poz. 264.

¹⁷ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 6 kwietnia 2004 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług. Dz.U. 2004, nr 89, poz. 844.

¹⁸ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 29 października 2008 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług. Dz.U. 2008, nr 207, poz. 1293.

- OECD Factbooks 2010. OECD, 25 maja 2011. www.oecd.org (6.04.2011); OECD Factbooks 2011-2012. OECD, 7 grudnia 2011. www.oecd.org (6.05.2012).
- Official Journal of the European Communities nr L 293 z 1990 roku.
- Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 1996-2011.
- Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 1996-2009.
- Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 1996-2009.
- Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 1996-2011.
- Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego. GUS, Warszawa 2010-2011.
- Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 1996-2009.
- Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 1996-2011.
- Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 2010-2011.
- Rocznik Statystyczny Rolnictwa. GUS, Warszawa 1996-2009.
- Rocznik Statystyczny Rolnictwa. GUS, Warszawa 1996-2011.
- Rocznik Statystyczny Rolnictwa. GUS, Warszawa 2010-2011.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z 7 października 1997 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności. Dz.U. 1997, nr 128, poz. 829.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 18 marca 1997 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług. Dz.U. 1997, nr 42, poz. 264.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 20 stycznia 2004 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności. Dz.U. 2004, nr 33, poz. 289.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności. Dz.U. 2007, nr 251, poz. 1885.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 29 października 2008 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług. Dz.U. 2008, nr 207, poz. 1293.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 6 kwietnia 2004 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług. Dz.U. 2004, nr 89, poz. 844.

GERMANY AS THE POLAND'S FOREIGN TRADE PARTNER IN YEARS 1995-2010

Summary

The paper aims to discuss the changes in Poland's foreign trade with Germany between 1995 and 2010. It also attempts to analyze the level of import penetration rate of the Polish market by German goods. The data quoted in the paper indicate that Germany are our main supplier of the commodities. In researched period, share of this country in Polish imports and exports maintains at the similar level 25-30%. Generally, about 11% Poland's total demand for the industrial products in 2010 was supplied with commodities imported from Germany. The most important goods imported from this country are: transport equipment, machinery, chemicals, basic metals and fabricated metal products. Also the import penetration rate is the highest for these groups of products (transport equipment – 24,5%, machinery – 18,5%, chemicals – 20,1%).

The high import penetration rate seems to be correlated with the share of a particular commodity group in imports from Germany. Value of this rate can be in 64% explained by the share of the commodity group in the Poland's imports from the researched country.

Arkadiusz Halama

OCENA EFEKTYWNOŚCI EKONOMICZNEJ EKSPLOATACJI ZBIORNIKA RETENCYJNEGO „SŁUPSKO”

Wprowadzenie

Od początku istnienia człowiek był nierozdzielnie związany z wodą, która warunkowała jego egzystencję, a z biegiem czasu zaczęła zaspokajać także inne potrzeby. W teorii ekonomii woda była uważana za dobro wolne, z którego korzystanie nie wymagało ponoszenia jakichkolwiek nakładów. Rewolucja przemysłowa i rozwój gospodarczy, a wraz z nimi ograniczona dostępność i wzrastające zanieczyszczenie wód spowodowały, że woda stała się dobrem ekonomicznym. Korzystanie z niej wymaga pobrania, uzdatnienia i doprowadzenia do odbiorcy (końcowego użytkownika), co wymaga ponoszenia nakładów. Częstym zjawiskiem są okresowe niedobory (deficyty) wody – susze, ale także jej nadmiar, czego efektem są powodzie, a także wysokie straty ekonomiczne.

Zasoby wodne Polski są jednymi z najmniejszych w Europie i cechują się znacznymi wahaniami. Ważne jest zatem efektywne wydatkowanie dostępnych zasobów w gospodarce wodnej. Mając na uwadze powyższe przeprowadzono przykładową analizę i ocenę efektywności ekonomicznej budowy i eksploatacji małego zbiornika retencyjnego „Słupsko”. Przeprowadzono ocenę metodą analizy kosztów i korzyści (AKK) znaną także jako CBA (cost benefit analysis) z zastosowaniem okresu i stopy zwrotu nakładów inwestycyjnych oraz wskaźników NPV i IRR.

1. Obiekt badań i metodyka

Przedmiotem analizy i oceny efektywności ekonomicznej jest zbiornik retencyjny „Słupsko”, administrowany przez Śląski Zarząd Melioracji i Urządzeń

Wodnych w Katowicach. Za jego wyborem, jako przedmiotu badań, przemawiają następujące argumenty:

- jest to mały, pełniący kilka funkcji zbiornik retencyjny – jego objętość nie przekracza 5 mln m³,
- w porównaniu z dużymi zbiorkami retencyjnymi (zwanymi potocznie zaporami) jest stosunkowo tani w budowie oraz zwykle nie budzi dużego sprzeciwu ekologów, zatem takie inwestycje są realizowane znacznie częściej,
- jest finansowany z wielu źródeł.

Wybrano analizę kosztów i korzyści AKK (lub CBA cost-benefit analysis), która jest jedną z najczęściej wykorzystywanych metod analiz ekonomicznych. Znajduje ona zastosowanie w przypadku dużych projektów wykorzystujących zasoby naturalne oraz wpływających na środowisko naturalne. Opisywana metoda została zarekomendowana (po pewnych modyfikacjach) do powszechnego stosowania przez OECD i UNIDO, w wydany w 1972 roku poradniku analiz projektów przemysłowych.

Zaproponowana metoda analizy kosztów i korzyści składa się z następujących etapów (kroków):

- identyfikacji wszystkich efektów będących następstwem realizacji inwestycji jaką jest mały zbiornik retencyjny (małe zbiorniki retencyjne pełnią różnorakie funkcje oraz generują wiele efektów ekonomicznych, ekologicznych i społecznych, o różnorodnym charakterze bezpośrednim i pośrednim),
- waloryzacji efektów, czyli nadania im wartości pieniężnej,
- zastosowania wybranych wskaźników ekonomicznych do oceny efektywności ekonomicznej z uwzględnieniem efektu ekologicznego.

W ramach AKK stosowanych jest wiele różnych metod oceny ekonomicznej. W niniejszej pracy zastosowano metody proste, tj. okres i stopę zwrotu nakładów inwestycyjnych, oraz dyskontowe, takie jak wartość zaktualizowana netto (net present value – NPV) i wewnętrzna stopa zwrotu (internal rate of return – IRR).

2. Szczegółowe założenia analizy ekonomicznej

Analizy efektywności ekonomicznej dokonano przyjmując wartości założone dla inwestycji w sektorze gospodarka wodna i ochrona środowiska:

- stopę dyskonta na poziomie 5%,
- horyzont czasowy 30 lat¹,

¹ Analiza kosztów i korzyści projektów inwestycyjnych. Przewodnik (Fundusz Strukturalny – EFRR, Fundusz Spójności i ISPA), s. 31, 139.

- współczynnik wzrostu cen (inflację na poziomie 2%),
- coroczny wzrost kosztów obsługi (ogółem) – 1,5 %,
- amortyzację na poziomie – 2,5% (analogicznie jak dla budynków i budowli),
- ceny netto z 2004 roku (tj. oddania do eksploatacji zbiornika retencyjnego).

3. Charakterystyka zbiornika „Słupsko”

Budowa zbiornika „Słupsko” została ujęta w „Programie rozwoju małej retencji województwa katowickiego”. Inwestycja została rozpoczęta w 1997 roku. Zbiornik „Słupsko” zlokalizowany jest na potoku toszeckim w południowo zachodniej części Wyżyny Śląskiej. Zbiornik zlokalizowany jest na terenach gmin Toszek i Rudziniec. Parametry zbiornika przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

Parametry zbiornika „Słupsko”

Lp.	Wyszczególnienie	Jednostka	Wartość
1	Lokalizacja zbiornika według kilometrażu rzeki	km	2+700
2	Powierzchnia zlewni do przekroju zbiornika	km ²	56,6
3	Wysokość zapory	m	6,95
4	Długość zapory	m	472
5	Szerokość korony zapory	m	4
6	Klasa budowli	–	III
8	Maksymalny poziom piętrzenia (MPP)	m n.p.m.	208,00
9	Normalny poziom piętrzenia (NPP)	m n.p.m.	207,35
10	Pojemność użytkowa	tys. m ³	685
11	Powierzchnia zbiornika przy NPP	ha	35,2
12	Całkowity koszt budowy	tys. zł	7 815
13	Wskaźnikowy koszt budowy	zł/m ³	11,40

Źródło: Opinia efektywności ekologicznej i ekonomicznej zadania inwestycyjnego Budowa zbiornika retencyjnego „Słupsko”. HYDROconsult, 1999, s. 5. Materiały niepublikowane.

Do podstawowych zadań zbiornika retencyjnego „Słupsko” miały należeć:

- retencja wody dla nawadniania około 40 ha pastwisk kwaterowych w Słupsku,
- ochrona terenów rolniczych doliny potoku toszeckiego i zabudowań gminy Niewiesie przed powodzią,
- wyrównanie odpływu i podniesienie przepływów biologicznych potoku toszeckiego poniżej zapory, szczególnie w okresie występowania przepływów niszówkowych,

- możliwość ujęcia wody dla projektowanych hodowlanych stawów rybnych w Słupsku o powierzchni 7 ha,
- magazynowanie wody do celów przeciwpożarowych².

Wpływ zbiornika „Słupsko” na otoczenie przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2

Wpływ zbiornika Słupsko na otoczenie

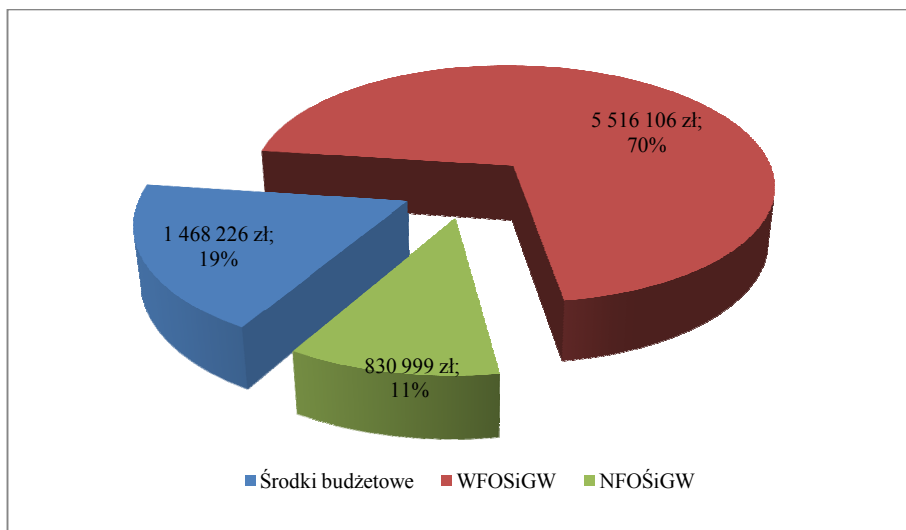
Lp.	Elementy	Oddziaływania niekorzystne						Oddziaływania korzystne					
		Z	N	K	D	L	R	Z	N	K	D	L	R
Ekologiczne (przyrodnicze)													
1	Formy ochrony przyrody							O					
2	Krajobraz								O		X	X	
3	Świat roślin (flora)							X					X
4	Świat zwierząt (fauna)							X					X
5	Wody powierzchniowe												
6	Wody gruntowe i podziemne	X			X	X							
7	Lokalny klimat							O				X	
8	Jakość powietrza												
9	Klimat akustyczny		O										
10	Nadzwyczajne zagrożenia środowiska (NZŚ)		X										
Społeczno-gospodarcze i zdrowotne													
11	Zdrowie i samopoczucie ludzi							O					
12	Infrastruktura techniczna terenu												
13	Aktywizacja gospodarcza i kulturalna regionu							X					
14	Rekreacja												
15	Zatrudnienie							O					
16	Nawadnianie upraw							X			X	X	
17	Ochrona przeciwpożarowa												
18	Ochrona przeciw-powodziowa							X			X	X	
19	Gospodarka rybacka							O				X	

Z – znaczące, N – nieznaczące, K – krótkotrwałe, D – długotrwałe, L – lokalne, R – regionalne; X – występuje, O – pomijalnie małe.

² Opinia efektywności ekologicznej i ekonomicznej zadania inwestycyjnego Budowa zbiornika retencyjnego „Słupsko”. HYDROconsult, 1999, s. 5. Materiały niepublikowane.

4. Źródła finansowania inwestycji

Planowany koszt budowy wynosił 6 811 105 zł³. Inwestycja była finansowana ze środków budżetowych 1 468 225 zł, Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Katowicach – 5 516 106,48 zł i Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska w kwocie 830 999,04 zł. Ogółem koszt inwestycji (po zakończeniu zadania) wyniósł 7 815 331 zł⁴. Graficznie przedstawiono to na rys. 1.



Rys. 1. Źródła finansowania inwestycji zbiornika „Słupsko” w tys. zł

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z uzyskanych od Śląskiego Zarządu Melioracji i Urzędzeń Wodnych w Katowicach.

Zbiornik został oddany do użytkowania w 2004 roku. Jego wykorzystanie, w stosunku do planowanego, zostało znacznie ograniczone. Na terenie gminy Rudziniec nie jest prowadzona produkcja zwierzęca⁵. Firma, która miała wykorzystywać nawadniane przez zbiornik łąki zaprzestała działalności. Projektowane stawy rybne (dla produkcji karpia) nie zostały wykonane. Zbiornik nie będzie pełnił funkcji rekreacyjnych, gdyż na terenie gminy zlokalizowany jest przewidziany do pełnienia tej funkcji zbiornik „Pławniowice”.

Plan zagospodarowania przestrzennego (uchwalony w 2004 roku) nie przewidywał jakichkolwiek inwestycji powyżej zapory. Otoczeniem zbiornika miały być tereny leśne oraz tereny zieleni niskiej i wysokiej, bez możliwości zabudo-

³ Ibid., s. 20.

⁴ Dane uzyskane od Śląskiego Zarządu Melioracji i Urzędzeń Wodnych w Katowicach.

⁵ Dane uzyskane w wywiadzie ustnym gminie Rudziniec.

wy. Poniżej zapory rozciągają się zabudowania i pola uprawne. Zbiornik chroni przed następstwami powodzi zabudowania wsi Niewiesie, łąki, pastwiska i tereny rolnicze.

5. Efektywność ekonomiczna inwestycji

W celu oszacowania efektywności inwestycji należy określić wszelkie koszty i korzyści związane z funkcjonowaniem zbiornika. Po oddaniu do eksploatacji wszystkie efekty ekonomiczne (korzyści) miały charakter typowych efektów zewnętrznych. Są to:

- ochrona przeciwpowodziowa,
- ochrona przeciwpożarowa.

Hipotetyczne efekty ekonomiczne możliwe do uzyskania:

- zwiększenie pogłowia bydła poprzez nawadnianie okolicznych pastwisk,
- korzyści osiągnięte z hodowli karpia w projektowanych stawach,
- nawadnianie okolicznych łąk i upraw.

6. Ochrona przeciwpowodziowa

Na terenie zalewowym (dla prawdopodobieństwa wystąpienia fali powodziowej $Q_{\max 1\%}$) zlokalizowany jest budynek mieszkalny wielorodzinny, o powierzchni ok. 552 m² oraz 50 ha powierzchni łąk i upraw pszenicy – koszt odszkodowania przy podtopieniu budynku oszacowano na 164 275,00 zł⁶.

Efekty wyniku z podtopienia upraw oszacowano w następujący sposób:

- 40 ha łąk przy wydajności 10 ton/ha⁷ i cenie 200 zł/tonę daje 80 000 zł,
- 10 ha upraw pszenicy przy wydajności 3 tony/ha i cenie 400 zł/tonę daje 12 000 zł.

Ogółem wartość strat unikniętych dzięki działalności zbiornika retencyjnego oszacowano na 256 000 zł. Biorąc pod uwagę prawdopodobieństwo wystąpienia przepływu powodziowego $Q_{\max 1\%}$, które wynosi 1%, roczne efekty wyniku z ochrony przeciwpowodziowej to 2,5 tys. zł rocznie.

⁶ Opinia..., op. cit., s. 15.

⁷ M. Trybała: Gospodarka wodna w rolnictwie. Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne, Warszawa 1996, s. 136, 130.

7. Ochrona przeciwpożarowa

W bezpośrednim sąsiedztwie zbiornika zlokalizowane jest ok. 75 ha lasów i terenów zakwalifikowanych jako zieleń niska i wysoka. Prawdopodobieństwo spalenia lasu oszacowano na poziomie 0,5% na podstawie:

- parametrów kwalifikacyjnych zagrożenia pożarowego⁸,
- kategoryzacji nadleśnictw województwa śląskiego⁹,
- obowiązujących przepisów¹⁰,
- powierzchni lasów¹¹.

Przyjmując cenę 1 ha lasu na poziomie 10 494 zł/ha, korzyści z ochrony przeciwpożarowej wynoszą 3935 zł/rok.

8. Korzyści z hodowli karpi

Uwzględniając powierzchnię stawów – 7 ha i zysk jednostkowy z hodowli karpia 6140 zł/ha (obliczonego na podstawie m.in. wydajności stawu¹², kosztów zarybienia¹³, pasz oraz cen sprzedaży), obliczono całkowite korzyści z hodowli karpia wynoszące 42 980 zł/rok.

9. Korzyści wynikłe z nawadniania 40 ha łąk i 10 ha upraw pszenicy

Przyrost ilości siana możliwego do pozyskania z łąk to 100 ton, a pszenicy – 8 ton. Cena siana wynosi 200 zł/t¹⁴, natomiast średnia cena pszenicy – 400 zł/t. Ogółem daje to korzyść w wysokości 23,2 tys. zł netto.

⁸ Pożary lasu w Polsce w roku 2004 – analiza. Samodzielna Pracownia Ochrony Przeciwpożarowej Lasu. http://www.ibles.waw.pl/index_p.html

⁹ Opracowanie własne na podstawie: <http://www.lasykatowice.com.pl>

¹⁰ Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 16 czerwca 2003 r. w sprawie ochrony przeciwpożarowej budynków, innych obiektów budowlanych i terenów. Dz.U., nr 121, poz. 1138.

¹¹ Informacje i Opracowania Statystyczne „Ochrona Środowiska 2004”. Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2004.

¹² J. Guziur: Rybactwo w małych zbiornikach śródlądowych. Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne, Warszawa 1991, s. 59.

¹³ Rybactwo śródlądowe. Red. J.A. Szczerbowski. Instytut Rybactwa Śródlądowego im. Stanisława Sakowicza, Olsztyn 1993, s. 357.

¹⁴ Wywiad ustny.

Efekty ekonomiczne wynikłe z eksploatacji zbiornika zestawiono w tabeli 3, zaś obliczone na ich bazie wskaźniki ekonomiczne w tabeli 4.

Tabela 3

Zestawienie wszystkich efektów ekonomicznych w skali roku (w tys. zł)

Lp.	Określenie efektu	Zewnętrzny (rzeczywisty)	Produkcyjny (możliwy do osiągnięcia)
1	Ochrona przeciwpowodziowa	2,5	
2	Ochrona przeciwpozarowa	3,9	
3	Hodowla karpia		42,9
4	Nawadnianie okolicznych pól		23,2
5	Ekologiczny (starty pożarowe pośrednie)	23,4	
6	Razem	29,8	66,1

Tabela 4

Zestawienie wskaźników ekonomicznych dla zbiornika „Słupsko”

Wariant	Efekty ekologiczne (bez efektów produkcyjnych)	Tylko efekty produkcyjne	Maksymalny (wszystkie efekty)
Okres zwrotu (lata)	36,2	31,02	27,74
Stopa zwrotu (%)	2,8%	3,2%	3,6%
NPV	-3 891 996	-3 365 027	-2 932 419

Podsumowanie

Realizacja omawianej inwestycji wiąże się z możliwością wystąpienia rozmaitych efektów gospodarczych oraz natury ekologicznej (o charakterze zewnętrznym). Dominują efekty wynikłe z ochrony przeciwpozarowej oraz przeciwpowodziowej. Biorąc pod uwagę wszystkie możliwe efekty (produkcyjne i zewnętrzne) można stwierdzić, że budowa zbiornika „Słupsko” nie była w pełni uzasadniona.

Rozpatrywane efekty produkcyjne wystąpią tylko wtedy, gdy zbiornik będzie wykorzystywany gospodarczo. Dzięki odpowiedniemu wykorzystaniu, zbiornik powinien generować mniejsze straty.

Dyskusyjna jest polityka przestrzenna gmin na obszarach sąsiadujących ze zbiornikiem. Bezpośrednio po wybudowaniu zbiornika nie poczyniono żadnych przedsięwzięć w celu ich wykorzystania, co dodatkowo uniemożliwiało uchwalo-

ny miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego. Z tego powodu nie można było prowadzić racjonalnej i długofalowej polityki związanej z wykorzystaniem terenów otaczających zbiornik.

Pełne wykorzystanie funkcji zbiornika powinno generować wiele korzystnych dodatkowych efektów, nieuwzględnionych w przeprowadzonej analizie kosztów i korzyści z powodu trudności w ich waloryzacji. Mogą to być efekty natury społecznej, takie jak np. nowe miejsca pracy, wzrost jakości życia itp.

Literatura

- Analiza kosztów i korzyści projektów inwestycyjnych. Przewodnik (Fundusz Strukturalny – EFRR, Fundusz Spójności i ISPA).
- Guziur J.: Rybactwo w małych zbiornikach śródlądowych. Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne, Warszawa 1991.
- <http://www.lasykatowice.com.pl>
- Informacje i Opracowania Statystyczne „Ochrona Środowiska 2004”. Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2004.
- Opinia efektywności ekologicznej i ekonomicznej zadania inwestycyjnego Budowa zbiornika retencyjnego „Słupsko”. HYDROconsult, 1999. Materiały niepublikowane.
- Pożary lasu w Polsce w roku 2004 – analiza. Samodzielna Pracownia Ochrony Przeciwpowodziowej Lasu. http://www.ibles.waw.pl/index_p.html
- Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 16 czerwca 2003 r. w sprawie ochrony przeciwpożarowej budynków, innych obiektów budowlanych i terenów. Dz.U., nr 121, poz. 1138.
- Rybactwo śródlądowe. Red. J.A. Szczerbowski. Instytut Rybactwa Śródlądowego im. Stanisława Sakowicza, Olsztyn 1993.
- Trybała M.: Gospodarka wodna w rolnictwie. Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne, Warszawa 1996.

EVALUATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF EXPLOITATION WATER RESERVOIRS „SŁUPSKO”

Summary

The main objective of this article is evaluation of effectiveness of small water reservoir „Słupsko”. The main subject of study was man-made small water reservoir located in Silesia region. Based on this study, analysis of economic efficiency was made.

The cost benefit analysis (CBA) was used, relaying on identification and evaluation of economic effects related with exploitation of this water reservoir „Słupsko”. Economical effectiveness was calculated based on time and rate of return as well as NPV indicator.

Magdalena Jaciow

POLSKIE SKLEPY INTERNETOWE NA RYNKU EUROPEJSKIM

Wprowadzenie

W literaturze przedmiotu e-handel określany jest synonimami handel elektroniczny, handel online, handel internetowy oraz e-commerce lub electronic commerce. Nie ma zgody, czy handel elektroniczny powinien być postrzegany jako nowy sposób prowadzenia handlu z powodu zastosowania nowej technologii komunikacyjnej jaką jest Internet czy też jako innowacja w handlu tradycyjnym.

Jedną z pierwszych definicji handlu elektronicznego, bazującą na elektronicznej wymianie informacji (EDI)¹, zaproponował Ph.K. Sokol: „[...] handel elektroniczny to współdzielenie się informacją przy użyciu różnych dostępnych technologii teleinformatycznych, pomiędzy organizacjami prowadzącymi transakcje wymiany dóbr i/lub usług”².

Obecnie handlem elektronicznym określa się procesy kupna-sprzedaży wspierane przez urządzenia elektroniczne³. E. Turban postrzega e-commerce jako pojęcie opisujące proces kupna, sprzedaży lub wymiany produktów, usług i informacji przez sieci komputerowe, włączając w to Internet⁴. W naukach o zarządzaniu handel elektroniczny jest postrzegany jako:

- medium komunikacyjne umożliwiające dostarczanie produktów, usług, informacji oraz realizację płatności przez Internet,
- interfejs obejmujący różne informacje i transakcje wymiany pomiędzy uczestnikami rynku elektronicznego,

¹ EDI pozwala zastąpić tradycyjny obieg dokumentów handlowych obiegiem elektronicznym przy zastosowaniu np. sieci usług dodanych (VAN – Value Added Network).

² Ph.K. Sokol: EDI: The Competitive Edge, Intertext Publications, McGraw-Hill Book Company, New York 1989.

³ Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong: Marketing. Podręcznik europejski. PWE, Warszawa 2002, s. 1055.

⁴ E. Turban, D. King, J. Lee, D. Viehland: Electronic Commerce: A Managerial Perspective, Prentice-Hall 2004, s. 3.

- procesy biznesowe, do których zalicza się produkcję, magazynowanie oraz, w przypadku relacji pomiędzy przedsiębiorstwami, tworzenie wzajemnego łańcucha wartości,
- środowisko elektroniczne, które umożliwia prowadzenie przez Internet wymiany handlowej produktami o charakterze materialnym i niematerialnym,
- struktura obejmująca dane, tekst, strony WWW, telefonię internetową oraz wideo,
- globalna sieć biznesowa,
- narzędzie pozwalające na świadczenie szeroko rozumianych usług edukacyjnych poprzez Internet,
- platformy współpracy wewnętrznej i zewnętrznej przedsiębiorstw,
- wspólnota, która pozwala jej członkom na edukację, prowadzenie transakcji handlowych oraz współpracę⁵.

E-handel opiera się na relacjach pomiędzy podmiotami reprezentującymi pięć głównych grup odbiorców-dostawców:

- business to business (B2B), ogół transakcji i wymiana informacji odbywa się pomiędzy przedsiębiorstwami; handel ten można utożsamiać z handlem hurtowym,
- business to consumer (B2C) oznaczający handel na płaszczyźnie przedsiębiorstwo-klient indywidualny, który odpowiada swoim zakresem handlowi detalicznemu,
- consumer to consumer (C2C), który odnosi się do ogółu transakcji pomiędzy klientami indywidualnymi,
- business to employee (B2E) dotyczący sprzedaży przez przedsiębiorstwo różnego rodzaju uprawnień, towarów i usług pracownikom, w celu świadczenia usług lub dalszej odsprzedaży towarów,
- business to government lub public administration (B2G or PA) odnoszący się do wymiany informacji i ogółu transakcji prowadzonych pomiędzy przedsiębiorstwami a instytucjami publicznymi.

E-commerce obejmuje kupno oraz sprzedaż towarów i usług w Internecie (strony internetowe z katalogami i ofertami, elektroniczne wspomaganie zakupów), przekazywanie zamówień i potwierdzeń oraz obsługę płatności bezgotówkowych. Nad tradycyjnymi kanałami dystrybucji góruje bogactwem asortymentu oraz dostępnością towarów 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. Za jego wyższością przemawia również łatwy dostęp do szerokiego wyboru towarów oraz nieograniczonej możliwości porównań wielu ofert przed podjęciem ostatecznej decyzji zakupu. Zaletą e-handlu jest:

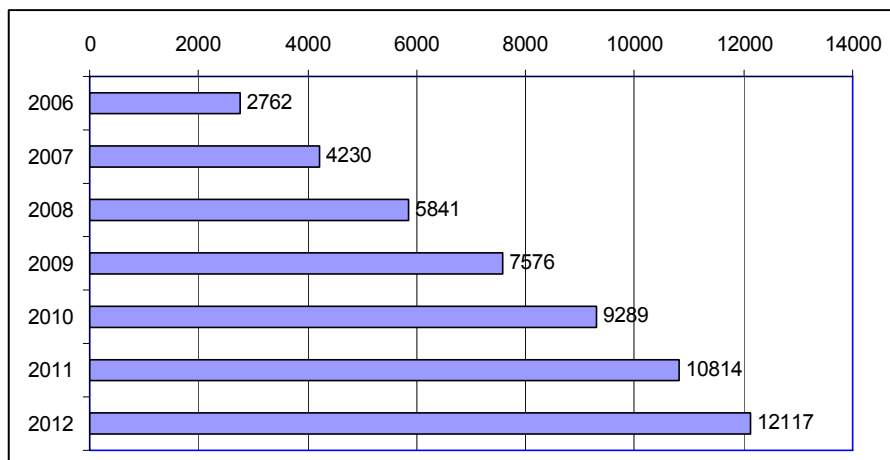
⁵ Ibid.; E.M. Awad: *Electronic Commerce from Vision to Fulfillment*. Prentice-Hall, 2004, s. 3.

- możliwość obniżenia kosztów funkcjonowania i wyposażenia biur, zmniejszenia liczby pracowników, skrócenie kanałów dystrybucji (uproszczenie obiegu dokumentacji), całkowitej lub częściowej rezygnacji z magazynów,
- skrócenie czasu potrzebnego na zawarcie transakcji,
- możliwość indywidualizacji kontaktu, rozumiana jako komunikacja z konkretnym odbiorcą (tzw. model one to one),
- interaktywność, czyli ułatwione zapamiętywanie prezentowanych treści, personalizacja oferty oraz łatwe osiągnięcie informacji zwrotnej od klientów,
- elastyczność, możliwość błyskawicznego zamieszczania informacji na stronach internetowych oraz stosunkowo niskie koszty budowy i przebudowy serwisów,
- możliwość monitorowania przebiegu transakcji zarówno przez dostawcę jak i odbiorcę.

Jeszcze kilka lat temu e-handel nie cieszył się dużym zainteresowaniem polskich przedsiębiorców, ponieważ Internet nie był tak rozpowszechniony i zaawansowany technologicznie, jak w krajach Europy Zachodniej. Obecnie w Polsce e-handel rozwija się w dynamicznym tempie i w niedługim czasie wiele firm będzie działało tylko w Internecie. Coraz większa liczba polskich przedsiębiorców postanawia rezygnować z tradycyjnej formy prowadzenia działalności gospodarczej wybierając Internet jako jedyny kanał relacji z klientem. Celem artykułu jest wskazane możliwości (stymulant rozwoju) oraz ograniczeń (wynikających przede wszystkim z uwarunkowań prawnych) prowadzenia przez polskie firmy e-handlu na rynku europejskim.

1. E-handel w Polsce

Rok 2010 był przełomowy dla branży e-commerce w Polsce. Według różnych szacunków liczba sklepów internetowych w Polsce osiągnęła 10 000. W 2012 roku było już ponad 12 tys. sklepów internetowych (o 10 tys. więcej niż w 2006) – rys. 1. Dynamika wzrostu liczby sklepów jest imponująca. W 2012 roku wskaźnik dynamiki w stosunku do roku poprzedniego wynosił 112,0, a w stosunku do 2006 aż 438,7. Pomimo trudniejszego czasu w gospodarce (kryzysu gospodarczego), co trzeci sklep internetowy zwiększył zyski, a aż dwie piąte podniosło obroty.



Rys. 1. Liczba sklepów internetowych w Polsce w latach 2006-2012

Źródło: Raport eHandel Polska 2012, wersja elektroniczna, s. 6.

Według prognoz, obroty e-commerce wzrosną w 2012 roku o około 24%. Polacy stali się świadomymi użytkownikami sieci potrafiącymi korzystać z jej zalet. Dziś Internet dla przeciętnego Polaka to nie tylko miejsce rozrywki. Według badań przeprowadzonych przez Gemius Polska, około 70% Internautów korzysta z możliwości internetowego dokonywania zakupów. Średnia oszczędność dzięki zakupom w Internecie wynosi około 25%, zrozumiąle jest więc rosnące zainteresowanie tego typu zakupami. Według Raportu Centre for Retail Research⁶ tylko w 2011 roku Polacy wydali na zakupy w sieci 4,5 mld euro. Obecny rok może zakończyć się obrotem wyższym nawet o 1,1 mld euro⁷.

Najpopularniejszymi trendami na rynku e-commerce w Polsce są rekomendacje, zakupy grupowe, porównywarki i serwisy z opiniami konsumentami. Poszerzyła się oferta dostawców przesyłek pocztowych i kurierskich. Najlepiej sprzedające się kategorie produktów w sklepach internetowych to: multimedia, odzież, biżuteria i dodatki, sprzęt RTV, AGD i komputerowy oraz wyposażenie domu i ogrodu. Najpopularniejsze produkty kupowane na aukcjach internetowych to: odzież, biżuteria i dodatki, multimedia, sprzęt GSM, części samochodowe oraz artykuły RTV/AGD⁸.

⁶ <http://www.retailresearch.org/onlineretailing.php> (30.08.2012).

⁷ <http://www.egospodarka.pl/83923,E-handel-w-Polsce-I-VI-2012,1,39,1.html> (30.08.2012).

⁸ Raport Internet Standard „e-commerce 2011”, wrzesień 2011, wersja elektroniczna.pdf

Wybór produktu, jakiego dokonuje e-konsument w Internecie, uwarunkowany jest wieloma czynnikami. Poza głównymi determinantami wyboru produktów, takimi jak cena, jakość, przyzwyczajenie, cechy użytkowe produktu, promocje, marka, kraj pochodzenia produktu, opakowanie, reklama, moda, e-konsumenci wskazują wiele innych, którymi kierują się przy wyborze określonych produktów, tj.:

- potrzebę zakupu produktu (wynikającą z okoliczności, np. wesele, wymiany sprzętu, konieczności zakupu, np. prezent, zapotrzebowania, chwilowego impulsu/nastroju w danej chwili),
- przydatność produktu (cel wykorzystania, funkcjonalność produktu, praktyczność, użyteczność i uniwersalność produktu),
- opinie o produkcie (polecenie/rekomendacje przez przyjaciół, znajomych, rodzinę, internautów, oceny/komentarze o produkcie innych użytkowników/kupujących, ekspertów i specjalistów),
- dostępność produktu (dostępność w sklepach, łatwość pozyskania, czas poświęcony na zakupy, szerokość i głębokość asortymentu, lokalizacja placówki handlowej),
- obsługę klienta (profesjonalizm obsługi, zachowanie i kompetencje sprzedawcy, odpowiednie traktowanie klienta, gwarancja i serwis pogwarancyjny, atmosfera w miejscu sprzedaży),
- warunki dostawy i przesyłki,
- zainteresowania, upodobania, preferencje, gusta (wynikające z hobby, pasji, trybu życia, pracy)⁹.

Na szybki wzrost wartości sprzedaży w Internecie i rosnącą liczbę e-sklepów niewątpliwie największy wpływ ma coraz większe przekonanie Polaków do kupowania w sieci. Dostrzegają oni ogromne możliwości e-handlu, nie zapominając o niebezpieczeństwach. E-zakupy dla polskich e-konsumentów są korzystniejsze w stosunku do zakupów tradycyjnych ze względu na niższą cenę produktów w e-sklepach, wygodę związaną z oszczędnością czasu na zakupy, możliwością porównania produktów różnych producentów ze względu na wybrane cechy i funkcje produktu oraz szeroką ofertą produktową e-sklepów (tabela 1). Dla 1/4 e-konsumentów zaletą zakupów online jest fakt, że nie trzeba wychodzić z domu lub pracy oraz brak ograniczeń czasowych w otwarciu sklepów (możliwość dokonywania transakcji 24 godziny na dobę). Poza tym zakupy w Internecie są bardziej przemyślane, nie kupuje się pod wpływem impulsu.

⁹ M. Jaciow, R. Wolny: *Polski e-konsument. Typologia, zachowania*. Onepress, Gliwice 2011, s. 134.

Na wygodę dokonywania zakupów online, związaną z możliwością porównywania produktów, brakiem konieczności wychodzenia za dom, dostępnością produktów w sklepach 24 godziny na dobę, dogodną formą płatności, częściej zwracają uwagę kobiety. Mężczyźni częściej niż kobiety dokonując zakupów przez Internet kierują się oszczędnością czasu i pieniędzy, szeroką ofertą i szczegółowymi informacjami o produkcie.

Tabela 1

Zalety zakupów w Internecie opinii polskich e-konsumentów (w % wskazań)

Wyszczególnienie	Ogółem	Respondenci według			
		płci		wieku	
		K	M	do 24 lat	25 i więcej
Niższa cena oferowanych produktów	59,6	58,5	60,7	57,7	60,8
Oszczędność czasu	52,2	48,6	55,9	51,1	52,9
Szeroka oferta towarowa – duży wybór	47,0	43,7	50,2	49,3	45,5
Możliwość porównywania produktów różnych producentów pod względem ceny i parametrów technicznych	46,4	47,7	45,0	46,4	46,4
Wygoda dokonywania zakupu (nie muszą wychodzić z domu/pracy)	25,2	28,3	22,1	23,3	26,3
Godziny otwarcia – możliwość zakupu 24 godzin/dobę	23,9	25,8	21,9	22,7	24,6
Przemyślane zakupy	15,4	14,5	16,3	19,6	12,9
Dogodna forma płatności	9,6	10,5	8,6	11,7	8,2
Szczegółowe informacje o produktach	4,7	4,0	5,3	3,1	5,6
Dostępność produktów, których nie ma w sklepach tradycyjnych	0,7	0,7	0,7	1,0	0,6

Źródło: Badania własne w ramach projektu MNiSW „Polski e-konsument – typologia zachowania” (2008-2011).

E-zakupy są również ryzykowne, głównie ze względu na możliwość otrzymania towaru niezgodnego z zamówieniem, oszustwami podczas dokonywania e-płatności oraz brakiem możliwości obejrzenia produktu w rzeczywistości (tabela 2).

Tabela 2

Wady zakupów w Internecie w opinii e-konsumentów (w % wskazań)

Wyszczególnienie	Ogółem	Respondenci według			
		płci		wieku	
		K	M	do 24 lat	25 i więcej
Ryzyko otrzymania towaru niezgodnego z zamówieniem	46,6	45,2	47,9	48,3	45,5
Ryzyko oszustw związanych z płatnościami	37,9	40,0	35,8	44,4	33,9
Brak możliwości obejrzenia towaru	37,7	39,7	35,6	40,7	35,8
Brak bezpieczeństwa danych osobowych	16,5	17,8	15,3	20,5	14,1
Brak bezpośredniego kontaktu ze sprzedawcą	11,5	9,5	13,5	14,1	9,9
Zakupione towary w Internecie otrzymuje się z opóźnieniem	6,1	3,7	8,5	8,0	4,9
Zakupy w Internecie są skomplikowane	1,1	1,0	1,2	0,8	1,3
Inne	1,3	1,0	1,6	1,8	1,1

Źródło: Ibid.

W stosunku do wyników z lat poprzednich zaobserwowano dość dynamiczny wzrost liczby osób deklarujących zakupy online. Rok 2010 przyniósł wzrost odsetka kupujących online z 67% do 74% internautów. Korzystanie z aukcji deklaruje 80% kupujących w sieci (o 2% więcej niż w 2009), a w sklepach kupuje 68% tej grupy (wzrost o 7%).

Ponad 50% kupujących w sieci korzysta zarówno ze sklepów, jak i z aukcji internetowych. Niespełna 33% kupujących deklaruje zaś, że „przygody” z e-commerce ogranicza do korzystania z aukcji internetowych¹⁰.

2. E-handel w Europie

W 2011 roku Europejczycy wydali na zakupy w sklepach internetowych 200,52 mld euro. To o 18,2% więcej w porównaniu z rokiem 2010 – wynika z raportu przygotowanego przez ośrodek badawczy Centre for Retail Research¹¹. W 2011 roku najwięcej w sieci wydali mieszkańcy Wielkiej Brytanii

¹⁰ Ibid.

¹¹ <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/europejczycy-wydali-200-mld-euro-na-zakupy-online-w-2011-polacy-4-5-mld-euro>

(59,42 mld), Niemiec (45,07 mld euro) i Francji (38,66 mld euro), a najmniej Polski (4,51 mld euro), Norwegii (4,88 mld euro) i Danii (5,21 mld euro).

Statystyczny Europejczyk robiący zakupy online wydał w 2011 roku w Internecie 1221 euro i kupił 25 produktów, płacąc za każdy z nich 50 euro. Pod względem wydatków na pierwszym miejscu znalazła się Dania (średnio 1897 euro), przed Norwegią (1734 euro) i Wielką Brytanią (1693 euro), a na ostatnim Polska (458 euro), wyprzedzona przez kraje Beneluksu (869 euro) i Hiszpanię (893 euro). Największą liczbę produktów kupili Brytyjczycy (średnio 39), a najmniejszą Polacy (15). Z kolei za jeden kupiony w sieci produkt najwięcej płacili Norwegowie (średnio 82,57 euro), a najmniej Polacy (30,51 euro). Z raportu wynika, że wydatki na zakupy online stanowiły w zeszłym roku 7,8% całkowitej wartości handlu na naszym kontynencie (prognoza na 2012 rok – 8,8%). Najwyższe wskaźniki odnotowano kolejno w Wielkiej Brytanii (12%), Niemczech (9%), Szwajcarii (8,7%) i Norwegii (8,1%), a najniższe we Włoszech (1,3%), Polsce (3,1%) i Hiszpanii (3,5%) – tabela 3.

Tabela 3

Zakupy online w wybranych krajach Europy – wybrane charakterystyki

Wyszczególnienie	Średnioroczna wartość zakupów online na 1 e-klienta (w euro)		Średnia ilość zakupionych produktów przez 1 e-klienta	
	2011	2012*	2011	2012*
Dania	1897	1967	31	32
Norwegia	1733	1766	21	24
Wielka Brytania	1693	1741	39	43
Szwajcaria	1539	1552	28	33
Francja	1440	1688	28	32
Włochy	1261	1399	22	26
Szwecja	1068	1098	26	28
Niemcy	991	1031	25	28
Hiszpania	892	946	17	19
Benelux	868	870	20	25
Polska	457	523	15	18
Średnia	1221	1298	25	28

* Prognoza, szacunki.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/europejczycy-wydali-200-mld-euro-na-zakupy-online-w-2011-polacy-4-5-mld-euro>

Polska wyróżniła się za to, jeśli chodzi o wzrost wartości rynku e-commerce, który w okresie 2010-2011 sięgnął 33,5%. To najwyższy wskaźnik w Europie. Prognozy wskazują, że w 2012 roku europejscy konsumenci przeznaczą na internetowe zakupy 232,76 mld euro – o 16% więcej niż w 2011. Ze wzrostem o 24%, z 4,51 do 5,59 mld euro najszybciej rozwijającym się rynkiem znów ma być Polska.

Polskie sklepy internetowe coraz częściej obsługują zagraniczne zamówienia. W 2008 roku 47%, w 2009 – 58%, a w 2010 – 75% sklepów prowadziło sprzedaż za granicę (rys. 2). Głównym motywem rozszerzania oferty dla zagranicznych klientów jest chęć zwiększenia obrotów i zysków. Na międzynarodowej platformie eBay zarejestrowanych jest ponad 200 mln użytkowników z całego świata. Ponadto, bardzo często cena oferowanych produktów skierowanych do bogatszych od Polski krajów jest o wiele wyższa. Komunikacja internetowa zmniejsza dystans pomiędzy sprzedawcą a nabywcą, a 24-godzinny dostęp do oferty sklepu umożliwia dostęp do dowolnego rynku zagranicznego¹².

Tabela 2

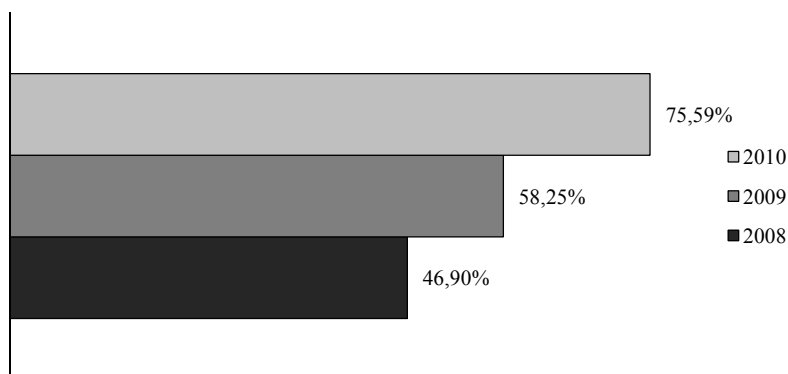
Wartość zakupów online w wybranych krajach Europy w latach 2009-2012

Wyszczególnienie	Wartość zakupów online (w mln euro)				Wzrost wartości zakupów online (w %)		
	2009	2010	2011	2012*	2010/2009	2011/2010	2012/2011*
Wielka Brytania	44,86	52,13	59,42	67,74	16,2	14,0	14,0
Niemcy	34,34	39,19	45,07	50,92	14,1	15,0	13,0
Francja	24,75	31,18	38,66	47,17	26,0	24,0	22,0
Benelux	8,31	10,17	12,25	13,96	22,4	20,4	14,0
Włochy	6,60	7,98	9,96	11,76	21,0	24,8	18,0
Hiszpania	6,31	7,87	9,37	10,87	24,8	19,0	16,0
Dania	3,83	4,49	5,21	5,94	17,3	16,0	14,0
Szwecja	3,82	4,70	5,74	6,78	23,1	22,1	18,0
Szwajcaria	3,82	4,55	5,45	6,32	19,1	19,8	16,0
Norwegia	3,26	4,00	4,88	5,71	22,8	22,0	17,0
Polska	2,51	3,37	4,51	5,59	34,4	33,5	24,0
Średnia	142,41	169,61	200,52	232,76	19,1	18,2	16,1

* Prognoza, szacunki.

Źródło: Ibid.

¹² Raport e-handel Polska 2010. Badanie polskich sklepów internetowych i konsumentów. Wersja elektroniczna pdf.



Rys. 2. Odsetek e-sklepów w Polsce realizujących zamówienia zagraniczne

Źródło: Raport e-handel Polska 2010. Badanie polskich sklepów internetowych i konsumentów. Wersja elektroniczna.pdf.

Różna jest ilość transakcji z klientami zagranicznymi realizowana w ciągu roku. Co piąty polski sklep internetowy w 2010 roku obsłużył jedynie od 1 do 5 zamówień zagranicznych. Ponad 80% sklepów obsługujących klientów zagranicznych prowadzi sprzedaż na portalach aukcyjnych, gdzie najprawdopodobniej zostały dokonane zagraniczne transakcje. Prawie 19% e-sklepów prowadzi stałą sprzedaż zagraniczną, obsługując ponad 50 zamówień rocznie. Charakterystyczna dla tych firm jest liczna kadra pracownicza, 73% zatrudnia do obsługi ponad 5 osób, a dwie trzecie posiada w ofercie handlowej ponad 5 tys. produktów. Niewiele ponad 17% sklepów obsługuje od 6 do 10 zagranicznych transakcji, a powyżej 20 już tylko niecałe 8%¹³.

Rozszerzenie działań na rynki zagraniczne wiąże się z koniecznością podjęcia działań adaptacyjnych związanych z dostosowaniem strony internetowej do klienta zagranicznego. Większość sklepów działających na rynkach zagranicznych powinna zaimplementować odpowiednią wersję językową platformy handlowej w języku obowiązującym na rynku docelowym. Blisko co szósty polski sklep internetowy udostępnia również wersję anglojęzyczną swojej witryny. Wiele sklepów nie przygotowuje własnej wersji strony w języku obcym, lecz korzysta z translatorów Google. Badania pokazują, że różne wersje językowe dostępnej oferty wprowadzają przede wszystkim sklepy funkcjonujące na rynku od ponad 10 lat. Ponad połowa tych sklepów prezentuje ofertę również w języku angielskim, a blisko co piąty sklep w języku niemieckim lub rosyjskim. Prezentacja oferty produktowej w różnych wersjach językowych jest domeną sklepów,

¹³ Ibid.

które prowadzą działalność również poza Internetem. Wśród tych przedsiębiorstw przeważa wersja anglojęzyczna. Jednak największa dysproporcja występuje w przypadku prezentowania oferty w języku niemieckim, którą wprowadził blisko co dziesiąty sklep funkcjonujący również poza Internetem i tylko nieco ponad 3% sklepów działających wyłącznie w sieci¹⁴.

Polskie sklepy internetowe będą musiały dostosować się do jednolitych zasad, które będą obowiązywać w UE. Państwa członkowskie mają 2 lata na wdrożenie unijnej dyrektywy przyjętej w 2011 roku, która ujednolici zasady zakupów online we wszystkich krajach. Prawa konsumenta w krajach członkowskich Unii Europejskiej są chronione, ale w każdym inaczej. Wprowadzana dyrektywa rozszerzy dotychczasową ochronę, która w regulacjach w Kodeksie Cywilnym czy w poszczególnych ustawach ochrony konsumenckiej obecnie istnieje. Dyrektywa ujednolici te zasady w całej UE: począwszy od okresu na odstąpienie od umowy (wszędzie ten okres będzie wynosił 14 dni), poprzez poszczególne obowiązki, np. zwrot kosztów przesyłki towarów czy określony termin na dokonanie tego zwrotu. Ponadto, w całej UE będzie jednakowy formularz odstąpienia od umowy. Wyeliminowane zostaną również opłaty za korzystanie z kart kredytowych i infolinii prowadzonych przez przedsiębiorców. Ujednolicenie zasad spowoduje, że konkurencja na polskim rynku stanie się silniejsza, ale jednocześnie europejskie rynki będą łatwiej dostępne dla polskich e-sklepów¹⁵.

Ujednolicenie zasad handlu online na wszystkich rynkach europejskich jest szansą zarówno dla polskich e-sklepów, jak i polskich e-konsumentów. Polskie sklepy internetowe rozszerzą zasięg działania, pozyskają nowych klientów, zwiększą zyski. Polscy e-konsumenci uzyskają dostęp do tańszej zagranicznej oferty dostępnej na takich samych zasadach jak w Polsce. Pojawia się także szansa na rozwój nowych pomysłów na biznes, np. porównywarek europejskich lub porównywarek dotychczas istniejących w wersjach językowych odpowiadających językom ojczystym państw UE. Poza nowymi możliwościami dyrektywa generuje dla przedsiębiorców dodatkowe koszty, związane z dostosowaniem regulaminów, formularzy zamówień, zwrotami kosztów przesyłki. Zainteresowani europejskim rynkiem będą musieli zainwestować w tłumaczenie stron internetowych oraz obsługę kurierską¹⁶.

W opinii Komisji Europejskiej przyjęta dyrektywa, ma za zadanie zwiększyć ochronę konsumentów w sieci, ale też pobudzić transgraniczny handel w sieci. Mimo że zakupy online stają się coraz popularniejsze, tylko 6% konsu-

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Zakupy online w zagranicznych sklepach będą łatwiejsze 01.03.2012. <http://inwestycje.pl/ecommerce/Zakupy-online-w-zagranicznych-sklepach-beda-latwiejsze;158701;0.html>

¹⁶ Ibid.

mentów w UE decyduje się na zakup w internetowym sklepie zagranicznym. Najczęstszą przyczyną niedokonywania zakupów w zagranicznych sklepach internetowych są obawy o wiarygodność sprzedawcy. Raport „Online Cross-Border Mystery Shopping – State of the e-Union” prezentuje wnioski z 305 transakcji online dokonanych w 28 krajach Europy¹⁷.

Jak wynika z raportu, 94% zamówionych towarów zostało dostarczonych. W 2003 roku, gdy przeprowadzono podobne badanie, było to tylko 66%. To potwierdza wcześniejsze wyniki badań Komisji Europejskiej (IP/11/280), które wskazywały, że dostawa produktów zamówionych przez Internet w innym kraju UE jest tak samo, a nawet bardziej, niezawodna jak w przypadku krajowych e-zakupów (towar nie dotarł w 5% przypadków zakupów ponadgranicznych i odpowiednio 6% zakupów krajowych). Z badań wynika również, że tylko 1% dostarczonych towarów było wadliwych (np. książka ze zniszczoną okładką) lub niezgodnych z zamówieniem (np. inny kolor). W 90% przypadków kupujący otrzymywali zwrot pieniędzy po skorzystaniu z prawa do odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Jednak 57% z nich miało problem z uzyskaniem zwrotu pierwotnych kosztów za przesyłkę, co należy im się zgodnie z prawem unijnym. Ponadto, niektórzy sprzedawcy niezgodnie z prawem informowali klientów, że nie mogą zrezygnować z zamówienia. Według przepisów obowiązujących w UE, konsument ma prawo odstąpić od umowy zawartej przez Internet bez podawania przyczyny w ciągu 7 dni roboczych od otrzymania przesyłki (w niektórych krajach więcej, w Polsce – 10 dni). Wystarczy, by przesłał sprzedawcy oświadczenie o rezygnacji i odesłał produkt (koszty dostarczenia paczki z powrotem do sprzedawcy ponosi konsument). Badacze wytypowali do testu strony e-sklepów z krajów UE na podstawie minimalnych kryteriów „przyjazności” wobec odbiorców z innych państw członkowskich (tj. kierowanie oferty do zagranicznych odbiorców, odpowiedni system płatności, strona w kilku wersjach językowych). Okazało się jednak, że 60% z tych witryn faktycznie uniemożliwia dokonanie zakupu zagranicznemu konsumentowi (np. dostawa do kraju zamawiającego nie była możliwa). W 2009 roku badania przeprowadzone przez Komisję Europejską także pokazały, że 60% zakupów internetowych pomiędzy krajami UE nie doszło do skutku (IP/09/1564), ponieważ sprzedawca nie prowadził wysyłki produktu do ich kraju lub nie oferował odpowiednich możliwości dokonania płatności transgranicznej¹⁸.

Dla polskich e-konsumentów zakupy w zagranicznych sklepach internetowych są atrakcyjne ze względu na dostępność niektórych produktów oraz niższą

¹⁷ http://ec.europa.eu/consumers/ecc/consumer_reports_en.htm

¹⁸ Czy e-zakupy za granicą są bezpieczne? (18.10.2011). Budżet domowy. www.egospodarka.pl

cenę. Wiele produktów elektronicznych, filmów, płyt muzycznych, anglojęzycznych książek oraz wyrobów nietypowych, jak przedmioty kolekcjonerskie (figurki, komiksy, pamiątki), meble czy ubrania, nie jest dostępnych w Polsce, a jeśli znajdują się w polskich sklepach, to ich oferta może być znacznie uboższa niż w sklepach zagranicznych. Do tego ceny wielu produktów są nawet o 30-40% wyższe od tych, które oferowane są za granicą. Największe różnice w cenie na korzyść sklepów zagranicznych obserwuje się w ofercie laptopów, telefonów komórkowych, artykułów elektronicznych czy odtwarzaczy MP3.

Najpopularniejszym rynkiem zagranicznym, na którym polscy e-konsumenty robią zakupy są Niemcy. Co druga transakcja zagraniczna realizowana była w niemieckim sklepie internetowym (52%), 17% Polskich e-konsumentów kupuje w USA, co dziesiąty w sklepach Wielkiej Brytanii, 4% we Francji, a 3% we Włoszech.

Coraz więcej dużych sklepów funkcjonujących za granicą rezygnuje z opłat za wysyłkę zamówionego towaru. Za darmo towar do Polski przysyła np. Puma (przy zamówieniu powyżej 20 euro) i sklep z ubraniami Asos (bez względu na wartość zamówienia). Większość sklepów jednak wciąż pobiera opłaty. W brytyjskich koszt standardowej wysyłki do Polski wynosi od 5 do 7 funtów. Niemieckie, francuskie i włoskie doliczają za dostawę od kilku do kilkunastu euro.

Towary zamówione online w krajach Unii Europejskiej muszą zostać dostarczone w terminie do 30 dni i nie płaci się za nie cła ani podatku VAT. Do Polski wysyłają towary również sklepy amerykańskie pobierając opłaty: koszt niewielkiej wysyłki to od 3,99 dol. do 9,99 dol., a do tego na paczkę czeka się od 2 do 5 tygodni. Szybsza jest dostawa drobnych zakupów za pośrednictwem kuriera, ale kosztuje standardowo od 19,99 do 29,99 dol. Dodatkowo, kupując w USA należy się liczyć z koniecznością zapłaty VAT i w przypadku niektórych towarów cła.

Coraz więcej e-sklepów i platform aukcyjnych działających na terenie Unii Europejskiej nie pobiera opłat za wysłanie zamówionych towarów do Polski. Za internetowe zakupy zrobione w USA ciągle trzeba jednak zapłacić minimum 4 dolary. O ile już co trzeci Polak kupował w sieci, to zaledwie 3% zdecydowało się na nie w zagranicznych sklepach internetowych lub platformach aukcyjnych. Odstraszają od nich obawy o bezpieczeństwo oraz wysokie koszty przesyłki. Tymczasem zakupy online za granicą nie muszą być ani droższe, ani bardziej skomplikowane od tych w kraju. Oszczędności wynikające z niższych cen pokrywają często koszty wysyłki¹⁹.

¹⁹ Kiedy opłaca się robić e-zakupy za granicą. http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/516315,kiedy_oplaca_sie_robic_e_zakupy_za_granica.html

Podsumowanie

Podczas gdy handel tradycyjny skupia się na dość standardowej ofercie, e-handel dzięki swojej wirtualności daje możliwość dotarcia z niestandardową ofertą wszędzie, gdzie ludzie korzystają z Internetu. Sklep internetowy może być prowadzony z dowolnego miejsca i zapewnia działalność w skali całego kraju. Rozwój w sieci to szansa dla lokalnych sklepów, często zlokalizowanych na obszarach pozamiejskich. W sytuacji, gdy duże sieci handlowe eliminują niewielkie sklepy, Internet może stać się szansą dla sklepów hobbystycznych. Branża e-commerce to miejsce zarówno dla sportowych zapaleńców, którzy korzystając z doświadczenia doradzają w wyborze profesjonalnego sprzętu, jak i sprzedawców ręcznie robionej biżuterii czy specjalistycznego sprzętu medycznego.

Kolejną zaletą prowadzenia e-handlu jest możliwość precyzyjnej weryfikacji działań promocyjnych. W Internecie bardzo dokładnie można zmierzyć nakłady na reklamę i zwrot z takiej inwestycji²⁰.

E-handel daje duże możliwości rozwoju wielu firmom. Sprzedawcy dążą do stałego usprawniania swoich działań i dostosowywania do potrzeb i preferencji klientów. Do działań strategicznych polskich sklepów internetowych, których celem jest rozwój i podnoszenie poziomu zysku należą:

- poprawa oferty sklepu bez względu na aktualnie oferowaną liczbę produktów (73% sklepów podejmuje takie działania),
- zwiększanie funkcjonalności platformy sklepowej (63% e-sklepów deklaruje takie działania); obecnie co trzeci sklep z tej grupy nie posiada zintegrowanego forum internetowego, co drugi nie umożliwia oceny i opiniowania produktów, a ponad połowa nie gromadzi fanów na portalach społecznościowych,
- uatrakcyjnienie prezentacji własnej oferty (60%),
- zwiększenie zakresu działań marketingowych (55%),
- poprawa obsługi klientów (34%) i infrastruktury informatycznej (30%); na zapleczu sprzętowym skupią się firmy, spośród których co piąta funkcjonuje na darmowym oprogramowaniu, a co trzecia na własnym, wykorzystując głównie serwery wirtualne i dedykowane,
- wdrożenie lub usprawnienie istniejących form sprzedaży ratalnej (7%),
- usprawnienie obsługi logistycznej (18%),
- poprawa obsługi płatności internetowych (16%)²¹.

²⁰ <http://www.ecommerce.edu.pl/inne/raporty/shoper-przedstawia-ranking-atrakcyjnosci-branz-w-e-commerce.html>

²¹ Raport e-handel Polska 2010. Op. cit.

Wprowadzenie planowanych zmian przyczyni się do rozwoju e-handlu nie tylko polskiej, ale także w perspektywie europejskiej.

Istotne jest, aby przedsiębiorcy prowadzący sklepy internetowe byli świadomi co determinuje sukces firm w Internecie.

Literatura

- Czy e-zakupy za granicą są bezpieczne? (18.10.2011). Budżet domowy. www.egospodarka.pl
- E.M. Awad: Electronic Commerce from Vision to Fulfillment. Prentice-Hall, 2004.
http://ec.europa.eu/consumers/ecc/consumer_reports_en.htm
<http://www.ecommerce.edu.pl/inne/raporty/shoper-przedstawia-ranking-atrakcyjnosci-branz-w-e-commerce.html>
<http://www.egospodarka.pl/83923,E-handel-w-Polsce-I-VI-2012,1,39,1.html>
(30.08.2012).
- <http://www.retailresearch.org/onlinereetailing.php> (30.08.2012).
- <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/europejczycy-wydali-200-mld-euro-na-zakupy-online-w-2011-polacy-4-5-mld-euro>
- Jaciow M., Wolny R.: Polski e-konsument. Typologia, zachowania. Onepress, Gliwice 2011.
- Kiedy opłaca się robić e-zakupy za granicą. http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/516315,kiedy_oplaca_sie_robic_e_zakupy_za_granica.html
- Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V.: Marketing. Podręcznik europejski. PWE, Warszawa 2002.
- Raport e-handel Polska 2010. Badanie polskich sklepów internetowych i konsumentów, wersja elektroniczna PDF.
- Raport eHandel Polska 2012, wersja elektroniczna.
- Raport Internet Standard „e-commerce 2011”, wrzesień 2011, wersja elektroniczna.pdf
- Sokol Ph.K.: EDI: The Competitive Edge, Intertext Publications. McGraw-Hill Book Company, New York 1989.
- Turban E., King D., Lee J., Viehland D.: Electronic Commerce: A Managerial Perspective, Prentice-Hall, 2004.
- Zakupy online w zagranicznych sklepach będą łatwiejsze 01.03.2012. <http://inwestycje.pl/ecommerce/Zakupy-online-w-zagranicznych-sklepach-beda-latwiejsze;158701;0.html>

POLISH INTERNET SHOPS ON THE EUROPEAN MARKET

Summary

This article is an empirical study which presents the results of studies made on the basis of Polish and foreign secondary sources of information. The article includes basic characteristics and determinants of e-commerce development in Poland and Europe. E-commerce in Poland has a very high growth prospects, the best in Europe. It is important that businessman's running internet stores are aware of what determines the success of the companies on the Internet. Internet expands the spatial extent of many companies.

Foreign markets are attractive to many companies. The article indicates success factors of Polish online stores in terms of communication with a foreign customer: available websites language versions, abroad delivery conditions, terms of payment for overseas customers, other requirements of the international transaction.

Karolina Lubieniecka-Kocoń

SPOŁECZNO-EKONOMICZNY WYMIAR ZMIAN WYWOŁYWANYCH REALIZACJĄ PROGRAMU TEN-T W POLSCE

Wprowadzenie

Rozpatrując kwestie budowy, rozbudowy czy rozwoju infrastruktury transportowej, często najczęściej uwagi poświęca się sprawom formalnym lub też technicznym, takim jak obrót dokumentów potrzebnych do uzyskania pozwolenia na rozszerzenie siatki transportowej czy też badanie bezpośredniego wpływu danej inwestycji transportowej na najbliższe otoczenie, rozumiejąc pod tym terminem środowisko, florę i faunę.

Nie da się zaprzeczyć, iż są to sprawy najwyższej wagi, umożliwiające rozwój infrastruktury, a także dbające o korzystne wpisanie tych inwestycji w istniejące otoczenie, zarówno to tworzone od podstaw przez człowieka, jak i to przez niego w danym obszarze zastane. Wydaje się jednak, iż warto przyrzeć się także, jaki wpływ wywierają realizowane inwestycje infrastrukturalne na ludzi mieszkających w jego bezpośrednim otoczeniu, będących potencjalnymi użytkownikami planowanych działań. Najczęściej przyjmuje się po prostu, iż wpływ ten będzie pozytywny, nie poświęcając już zbyt wiele czasu na próbę dookreślenia, w jaki sposób planowana inwestycja ma lub może zmieniać sposób życia mieszkających w jej sąsiedztwie ludzi. Niniejszy tekst podejmuje próbę uszczegółowienia tego założenia, które koncentrując się na społeczno-ekonomicznym wymiarze wpływu, jaki inwestycje w infrastrukturę transportową mają na mieszkańców regionów scalanych siatką połączeń TEN-T.

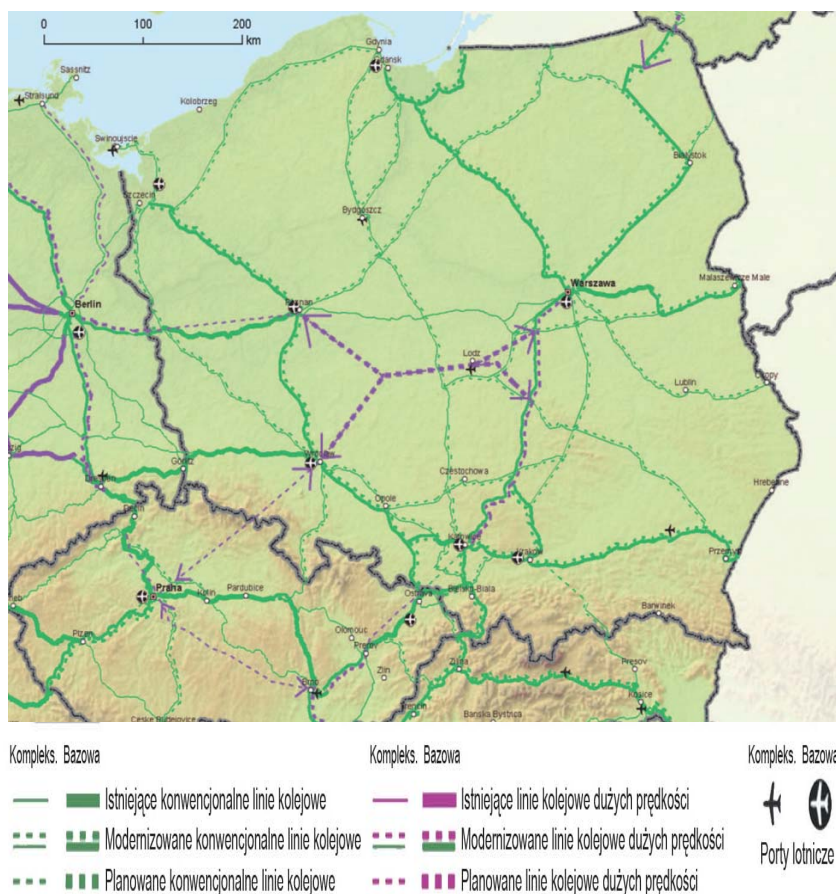
1. Trans-European Network-Transport

Program transeuropejskiej sieci transportowej TEN-T to uzgodniony na konferencjach pan-Europejskich w Pradze w 1991, na Krecie w 1994 oraz w Helsinkach w 1997¹, program powołany w ramach wspólnotowej polityki

¹ Portal europejskich aktów prawnych eur-lex.europa.eu/pl/treaties/dat/11986U/word/11986U.doc

transportowej, który ma za zadanie wspomagać tworzenie nowoczesnej, wydajnej infrastruktury na terenie UE, umożliwiającej jak najbardziej komfortową podróż nie tylko w ramach członkowskiego kraju, ale przede wszystkim w całej wspólnocie.

Wdrażanie założeń unijnej polityki transportowej następuje poprzez wiele inicjatyw i działań, które usprawniają swobodny przepływ ludzi oraz towarów. Do takich działań należy np. likwidacja tzw. wąskich gardeł, przeprowadzanie modernizacji taboru kolejowego, koordynacja wprowadzeń multimodalnych systemów sterowania ruchem czy poprawa jakości połączeń transportowych. Sieć TEN-T w Polsce zaprezentowana została na rys. 1 i 2.



Rys. 1. Linie kolejowe i porty lotnicze wchodzące w skład TEN-T w Polsce

Źródło: Wniosek Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie unijnych wytycznych dotyczących rozwoju transeuropejskiej sieci transportowej. KOM (2011) 650, za: T. Dyr: Strategia rozwoju transeuropejskiej sieci transportowej. „TTS” 2012, nr 1-2, s. 24.

Zieloną, ciągłą linią oznaczono istniejące konwencjonalne linie kolejowe, zieloną podwójną linią górną przerywaną, a dolną ciągłą, oznaczono modernizowane konwencjonalne linie kolejowe, zieloną przerywaną – planowane konwencjonalne linie kolejowe. Fioletowa ciągła linia oznacza istniejące linie kolejowe dużych prędkości, linią podwójną, górną fioletową przerywaną i dolną zieloną ciągłą, oznaczono modernizowane linie kolejowe dużych prędkości, a fioletową przerywaną linią – planowane linie kolejowe dużych prędkości. Zarówno w przypadku konwencjonalnych linii, jak i kolei dużych prędkości gruba linia oznacza szlak bazowy, a cienka – kompleksową.

Na rys. 2 przedstawiono drogi, porty, terminale kolejowo-drogowe i porty lotnicze, wchodzące w skład sieci TEN-T na terenie Polski.



Rys. 2. Drogi, porty, terminale kolejowo-drogowe i porty lotnicze, wchodzące w skład kompleksowej i bazowej sieci TEN-T w Polsce

Źródło: Ibid., s. 25.

Czerwoną, ciągłą linią oznaczono istniejące drogi, linią podwójną, górną przerywaną, dolną ciągłą – drogi modernizowane, a samą przerywaną – drogi planowane. Kotwicą oznaczone zostały porty, a zielonym okręgiem – terminale kolejowo-drogowe. Na mapie ujęto także wchodzące w skład programu porty lotnicze.

Aby określić jak planowany rozwój sieci infrastruktury gospodarczej wpłynąć może na rozwój zrównoważony rozwój danego obszaru, regionu czy kraju, stosuje się wskaźniki określające ład społeczny, gospodarczy, środowiskowy oraz instytucjonalno-polityczny². Biorąc pod uwagę ład społeczny i gospodarczy, należy wziąć pod uwagę następujące wskaźniki:

1. Ład społeczny:

- zmiany demograficzne,
- zdrowie publiczne,
- integrację społeczną,
- edukację,
- dostęp do rynku pracy,
- bezpieczeństwo publiczne,
- zrównoważone wzorce konsumpcji.

2. Ład gospodarczy:

- rozwój gospodarczy,
- zatrudnienie,
- innowacyjność,
- transport,
- zrównoważone wzorce produkcji.

Każdy z wymienionych wskaźników świadczy o rozwoju gospodarczym badanego obszaru. Biorąc pod uwagę takie wskaźniki, jak dostęp do rynku pracy, rozwój gospodarczy, zatrudnienie oraz innowacyjność, można odnieść się bezpośrednio do tych elementów, na który wpływ ma rozwijająca się na danym terenie infrastruktura transportowa. Do wyżej wymienionych warto dodać jeszcze tzw. liveability, rozumiane jako poziom odczuwalnej satysfakcji z życia na danym terenie ze względu na cechy, jakie dane miejsce posiada³.

W przypadku rozwoju gospodarczego, urząd statystyczny bierze pod uwagę m.in. transportochłonność PKB, zarówno w transporcie towarowym, jak i pasażerskim, oraz energochłonność transportu w relacji do PKB⁴. Z kolei zatrud-

² Wskaźniki zrównoważonego rozwoju Polski. Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Katowicach, Katowice 2011, s. 17.

³ Victorian Competition and Efficiency Commission. www.vcec.vic.gov.au

⁴ Wskaźniki zrównoważonego rozwoju Polski..., op. cit., s. 72.

nienie obliczane jest w grupach wiekowych. Obliczany jest także średni wiek dezaktywizacji zawodowej. Jeżeli chodzi o innowacyjność, ważne są następujące czynniki:

- produkty innowacyjne,
- zasoby ludzkie dla nauki i techniki,
- wydajność pracy,
- nakłady na działalność badawczo-rozwojową w relacji do PKB⁵.

Dostęp do rynku pracy określa m.in. stopę bezrobocia, w tym także długotrwałego.

2. Inwestycje na terenie objętym TEN-T

Jak na ład społeczny i gospodarczy danego obszaru wpływają inwestycje w ramach projektu TEN-T? Poprawiona sieć infrastruktury oznacza łatwiejszy dojazd do placówek medycznych, zapewniając krótszy czas reakcji oraz szybszy dowóz osób ciężko chorych do szpitali, zwiększając tym samym ich szansę na odzyskanie zdrowia. Łatwiejszy dojazd do miejscowości oznacza zwiększenia możliwości studiowania w ośrodku akademickim umiejscowionym w innym mieście (kiedy korzysta się z codziennych dojazdów, wracając po zajęciach do swojego miejsca zamieszkania). Jest to opcja wciąż tańsza, tym samym bardziej dostępna dla osób o mniejszym budżecie domowym.

Poprawia to także integrację społeczną – znacznie łatwiej jest utrzymać kontakty z przyjaciółmi czy rodziną żyjącą w miejscu, do którego dostęp możliwy jest więcej niż jednym środkiem transportu, szczególnie w przypadkach, kiedy mieszkańcy nie dysponują własnym środkiem transportu. Ważne jest w takim przypadku również zwiększone bezpieczeństwo publiczne, jako że lepsza infrastruktura transportowa przekłada się także na czas, jaki potrzebny jest patrolowi policji na dotarcie na miejsce zgłaszanej interwencji, a to z kolei, zgodnie z polityką „wybitej szyby”, rozumianej tutaj jako świadomość szybkiej i nieuchronnej kary w przypadku naruszenia prawa, daje prewencyjny skutek w przypadku wielu z nękających społeczeństwo drobnych wybryków chuligańskich czy też wykroczeń o poważniejszym charakterze.

Jeżeli chodzi o ład gospodarczy, rozwój gospodarczy danego obszaru jest ściśle powiązany z rozwojem infrastruktury danego miejsca. Projekty rozwoju infrastruktury oddziałują na gospodarkę regionu już w momencie powsta-

⁵ Ibid.

wania, oferując dodatkowe miejsca pracy przy budowie lub rozbudowie ciągów dróg lub trakcji kolejowej, nie wspominając o lotniskach czy portach. Co więcej, projekty rozwoju infrastruktury w danym regionie przekładają się na liczbę osób zatrudnionych nie tylko w sektorze transportu – poprawa jakości sieci infrastruktury zwiększa zainteresowanie inwestorów danym obszarem. Przykładem takiego typu rozwoju może być Katowicka Specjalna Strefa Ekonomiczna (KSSE), która rozwija się prężnie m.in. dzięki bardzo dobremu systemowi połączeń z resztą kraju oraz Europą i stale postępującej rozbudowie i usprawnieniom już istniejącej sieci dróg i sieci kolei, a także likwidacji tzw. wąskich gardeł. Likwidacja tych ostatnich przyczynia się nie tylko do wzrostu konkurencyjności danego obszaru, ale też zwiększa poziom odczuwalnej satysfakcji z życia mieszkańców danego terenu.

Innym przykładem takiej inwestycji jest przebudowa dróg krajowych łączących dwa ośrodki Polski wschodniej: Białystok oraz Lublin z Warszawą, podnosząca ich parametry do poziomu dróg ekspresowych. Chodzi tutaj o drogi S8 oraz S17. Poprawa jakości tych dróg została wybrana jako projekt priorytetowy ze względu na fakt, iż łączą one trzy bardzo ważne dla Polski miasta, a także dlatego, iż wspomniane trasy znajdują się w sieci TEN-T jako część korytarzy transportowych, przebiegających przez teren kraju⁶. Przebudowa ta znacząco wpłynie na możliwości komunikacyjne oraz na podniesienie poziomu komfortu oraz czasu podróżowania pomiędzy tymi ośrodkami. Pozwoli także na silniejsze powiązanie wschodniej części kraju z jego częścią centralną, ułatwiając przepływ ludzi, w tym także tych szukających pracy w stolicy oraz towarów.

Opisane przykłady odnoszą się do jeszcze jednej kwestii charakterystycznej dla zrównoważonego rozwoju, mianowicie do zatrudnienia. Dogodny dostęp do infrastruktury transportowej jest jednym z czynników przyczyniających się do spadku bezrobocia na danym terenie. Dokładniej rzecz ujmując, chodzi o dystans możliwy do pokonania w akceptowalnym czasie podróży do i z pracy. Średni czas dojazdów do pracy w Polsce to 44,9 minut⁷. Z kolei maksymalny czas, jaki Polacy deklarują, iż są gotowi spędzić na podróżowaniu do lub z pracy, to 120 minut⁸. Biorąc pod uwagę deklarowany czas oraz fakt, iż dzięki poprawie infrastruktury transportowej potrzebny jest krótszy czas na pokonanie tego samego dystansu, można wysnuć wniosek, iż jeśli deklarowany czas podróży

⁶ Szczegółowy opis projektów: Program Infrastruktura i Środowisko. www.pois.gov.pl/Dokumenty/Lists/.../SzOP_POliS_v_3_2_30909.pdf

⁷ K. Brzeziński: Dojazdy do pracy Polaków a ich zadowolenie z życia. „Studencki Przegląd Ekonomiczno-Społeczny” 2011, s. 9.

⁸ Ibid.

do i z pracy pozostanie bez zmian, przy poprawie możliwości dojazdu zwiększa się dystans, który można w danym czasie pokonać. To z kolei oznacza, iż zwiększa się promień okręgu, wśród którego poszukujący pracy będzie starał się o zatrudnienie. Tym samym, dostęp do dobrej infrastruktury transportowej wpływa na możliwości szukania pracy, a dokładniej, zasięgu obszaru, w którym zatrudnienie jest poszukiwane. O ile nie można stwierdzić, iż rozwój infrastruktury jest jedynym czynnikiem mającym wpływ na poziom zwalczania bezrobocia, o tyle można określić, iż dostęp do oferowanych stanowisk zwiększa się, kiedy zwiększa się również możliwość stosunkowo bezproblemowego dojazdu do nich.

Tym samym, dostęp do rozwijającej się infrastruktury transportu będzie miał wpływ na najbardziej ogólną kategorię, określoną tutaj jako „liveability”. Przedstawiana już wcześniej definicja liveability szczegółowo określa następujące elementy składowe tego pojęcia⁹, którymi są:

- partycypacja: takie warunki polityczne i społeczne, które umożliwiają branie udziału w podejmowaniu decyzji ich dotyczących,
- siła ekonomiczna, rozumiana jako zbiór czynników ekonomicznych, które ułatwiają uzyskanie dobrobytu ekonomicznego, możliwości zatrudnienia oraz godnego życia wszystkich mieszkańców,
- społeczne włączenie, rozumiane jako sytuacja, w której wszyscy mieszkańcy mają możliwość w pełni uczestniczyć w życiu swojej społeczności,
- infrastruktura, taka jak szpitale, centra edukacyjne, biblioteki, sieci telekomunikacyjne oraz sieci transportowe – każde z wymienionych wybudowane oraz utrzymane w dobrym stanie,
- infrastruktura społeczna, rozumiana jako organizacje społeczne, kluby, sztuka,
- środowisko: działania, celem których jest utrzymanie naturalnego środowiska dla obecnych i przyszłych pokoleń,
- transport, postrzegany jako mobilność populacji oraz dystrybucja dóbr, ułatwioną poprzez wybór środków transportu¹⁰.

Poczucie szczęścia oraz zadowolenia z życia to zjawisko trudno mierzalne, bo subiektywne. Jednakże nawet w przypadku tak subiektywnego odczucia udało się wypracować wiele bardziej obiektywnych jego elementów składowych. Warto zauważyć, że transport wymieniany jest w nim dwukrotnie – co nie ma miejsca w żadnym innym przypadku – raz w kontekście możliwości wyboru środka transportu, a raz – bezpośrednio w kwestii infrastruktury transportu. Tę

⁹ Victorian Competition..., op. cit.

¹⁰ Ibid.

ostatnią kwestię, analizowaną z perspektywy liveability właśnie, należy tu rozumieć jako dobrze utrzymaną oraz rozwijaną infrastrukturę, czyli taką, jaka powinna się stawać w ramach projektu TEN-T.

Tak postrzegana infrastruktura (w kontekście liveability) oznaczać powinna nie tyle możliwy, jak to było w kontekście maksymalnego akceptowalnego czasu dojazdu do pracy, ale łatwiejszy sposób poruszania się na stałych dla mieszkańca trasach, takich jak praca-dom, ale także praca-szkoła dziecka-dom, czy praca-zakupy-dom, praca-ośrodek sportu-dom i tym podobne. To możliwość omijania wspominanych już wąskich gardeł, brak stania w korkach, a jeśli już, to w jak najkrótszym możliwym czasie. To możliwość skorzystania z autostrady, obwodnicy miasta lub drogi szybkiego ruchu lub też drogi alternatywnej do płatnego odcinka obwodnicy. To także możliwość skrócenia czasu dojazdu do i z pracy, właśnie dzięki istniejącej alternatywie poruszania się.

Oczywiście, liveability w tym kontekście to także możliwość wyboru środka transportu. Mieszkańcy danego rejonu powinni mieć możliwość skorzystania nie tylko z dobrze utrzymanych dróg i autostrad, ale także z sieci kolejowej czy tramwajowej. O ile tramwaje nie wchodzą w skład typów pojazdów wymienianych w transporcie korytarzy TEN-T, o tyle kolej jest uznawana za jeden z najistotniejszych środków transportu, zarówno ludzi, jak i dóbr. Dlatego też infrastruktura kolejowa, o ile oczywiście utrzymana jest w dobrym stanie i rozwijana tak, by zaspokoić potrzeby mieszkańców, jest kluczowa do zrównoważonego rozwoju regionu. Łączy się to nie tylko z czasem trwania podróży, ale także z jej komfortem oraz z kosztem: konkurencja przewoźników, umożliwiona rozwiniętą infrastrukturą transportową, powinna wymusić zarówno obniżenie cen przejazdu, jak i zwiększenie komfortu jazdy.

Nie można zapominać o jeszcze jednym, bardzo istotnym aspekcie, powiązanym zarówno z liveability, jak i walką z bezrobociem, na który wskazywano wcześniej. Chodzi mianowicie o spojrzenie na infrastrukturę transportu z punktu widzenia nie pracownika, ale pracodawcy. Wspomniane zwiększenie zainteresowania przedsiębiorców dobrze skomunikowanym obszarem pozwala na zwiększenie poziomu zatrudnienia oraz zwiększenia możliwości wyboru ścieżki kariery, tym samym przyczyniając się nie tylko do zwiększenia poziomu zadowolenia mieszkańców, ale przede wszystkim do zwiększenia poziomu bogactwa regionu, rozwijania gospodarki czy – pośrednio – całego kraju.

Podsumowanie

Wspólna polityka transportowa Unii Europejskiej jest jednym z najstarszych wspólnie przyjętych kierunków rozwoju przez zrzeszane przez nią kraje. W trakcie formowania tej polityki wiele czynników ulegało zmianie, wymuszając przyjmowanie jako najlepsze coraz to innych rozwiązań. Niemniej jednak, w trakcie przygotowywania założeń oraz ich aktualizacji nigdy nie zapomniano, iż polityka transportowa ma służyć jej użytkownikom, pomagając rozwijać cały europejski obszar i poszczególne rejony Europy.

Program TEN-T od lat kształtuje korytarze transportowe na terenie Unii, pozwalając porządkować i nadzorować, a przynajmniej dążyć do zrównoważonego rozwoju różnych środków transportu. Dzięki takiej organizacji ogólny poziom infrastruktury transportu stale rośnie, ułatwiając korzystanie z niej zarówno pojedynczym ludziom, jak i firmom.

Infrastruktura transportowa nie jest jednak bytem oderwanym od innych działów gospodarki, wręcz przeciwnie – jest istotną składową rozwoju kraju czy obszaru. Co więcej, jest nie tylko składową rozwoju gospodarki, ale przede wszystkim bardzo istotnym elementem, pozostającym nie bez wpływu nie tylko na stricte ekonomiczne aspekty rozwoju danego obszaru, ale również aspekty społeczne. Infrastruktura transportu ma swój znaczący wkład w tempo rozwoju gospodarczego, w tempo i miejsce znajdowania zatrudnienia, poczucia bezpieczeństwa w danym obszarze, realny dostęp do edukacji czy wreszcie odczuwalne zadowolenie z mieszkania w tym, a nie innym rejonie kraju bądź mieście.

Rozwój i utrzymanie infrastruktury transportu wiąże się ze znacznymi wydatkami. Obecnie jednak Unia Europejska przejęła znaczny odsetek kosztów finansowanych inwestycji z tego zakresu w wielu krajach członkowskich.

Polska jest największym beneficjentem unijnej polityki spójności w okresie 2007-2013¹¹ i dysponuje blisko 1/5 środków przeznaczonych na realizację jej celów w państwach członkowskich UE. Dwadzieścia siedem procent¹² tej kwoty zostało przeznaczone na inwestycje związane z transportem. Co więcej, w budżecie unijnym na okres 2014-2020 Polska również jest określana jako główny beneficjent. W projekcie Komisji Europejskiej środki na politykę spójności rosną, a udział Polski w tych środkach zwiększy się z obecnych prawie 68 do 80 mld euro¹³.

¹¹ Business Centre Club. www.bcc.org.pl/...(2011.07.05)_Nowy_budzet_UE_na_lata_2014-2020

¹² Fundusze Europejskie. <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/>

¹³ Business Centre Club. Op. cit.

Środki z unijnej polityki spójności, a także inne źródła finansowania rozwoju infrastruktury transportowej, różne programy unijne czy wreszcie osobny budżet programu TEN-T sprawiają, iż Polska posiada obecnie duże możliwości zmian w kształcie sieci infrastruktury transportowej oraz w potencjale, jakie jej wykorzystanie oferuje. Społeczno-ekonomiczny wymiar tych rozważań każe zastanowić się, jak silnie oraz w jaki sposób postępujące zmiany w rozwoju infrastruktury transportowej przyczynią się do oczekiwanej poprawy kondycji poszczególnych miast i regionów.

Literatura

- Brzeziński K.: Dojazdy do pracy Polaków a ich zadowolenie z życia. „Studencki Przegląd Ekonomiczno-Społeczny” 2011.
- Dyr T.: Strategia rozwoju transeuropejskiej sieci transportowej. „TTS” 2012, nr 1-2.
- Portal europejskich aktów prawnych eur-lex.europa.eu/pl/treaties/dat/11986U/word/11986U.doc
- Szczegółowy opis projektów: Program Infrastruktura i Środowisko. www.pois.gov.pl/Dokumenty/Lists/.../SzOP_POLiS_v_3_2_30909.pdf
- Victorian Competition and Efficiency Commission. www.vcec.vic.gov.au
- Wskaźniki zrównoważonego rozwoju Polski. Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Katowicach, Katowice 2011

SOCIO-ECONOMIC DIMENSION OF CHANGES EVOKED BY THE REALIZATION OF THE TEN-T PROGRAM IN POLAND

Summary

Since the time the investments in infrastructure are realized in Poland within the common transport policy, the changes in this area of Polish economy have been profound. The TEN-T program defines the investments, determining priorities among chosen roads and routes. nonetheless, the changes within transport infrastructure do not leave other economy branches unchanged. On the contrary, they boost the development of the areas they are implemented. The hereby article tries to define and to present the type and the dimension of changes created under the influence of the changing transport conditions in Poland.

Paweł Kocoń

UKRYTE PROGRAMY JAKO ELEMENT KULTURY ORGANIZACYJNEJ

Wprowadzenie

Kultura organizacyjna jest pojęciem zaczerpniętym z wielu dziedzin nauki, szczególnie z zakresu nauk społecznych – socjologii, psychologii i zarządzania.

Badania kultury organizacyjnej są jednym z ważniejszych zadań jakie postawiono przed naukami społecznymi. Można powiedzieć, że kultury organizacyjne są jednym z ważniejszych zjawisk kierujących ludzkim działaniem. Nie są one bowiem domeną jedynie firm, ale także szkół, urzędów szpitali czy nawet zakładów karnych. Człowiek w każdej niemal czynności swojego życia styka się z kulturą organizacyjną tak często, jak styka się z organizacjami. Styczności te są bezpośrednie, gdy osoba pracuje w organizacji lub jest jej innego rodzaju interesariuszem, ale także pośrednio, gdy człowiek odbiera przekazy reklamowe czy public relations.

Pojawia się zatem potrzeba dogłębnego badania kultur organizacyjnych. Potrzeba ta ma źródła poznawcze – zjawisko kultury organizacyjnej jest niezwykle istotne dla rozwoju teorii socjologii i zarządzania oraz źródła praktyczne – kultura organizacyjna wpływ na poziom motywacji pracowników do pracy, a także – pośrednio motywacji klientów i innych interesariuszy.

Ukryty program jest pojęciem wykorzystywanym w różnych dziedzinach i dyscyplinach naukowych, także szczególnie w m.in. w socjologii, psychologii oraz edukacji. Jest to pojęcie dotyczące zdobywania wiedzy i socjalizacji.

Jakie miejsce zajmują w kulturze organizacyjnej ukryte programy? Jakie są przyczyny ich powstawania? Czy ich istnienie jest nieuniknione? To są pytania, na które ma naszkicować odpowiedzi niniejszy artykuł. Zastosowaną metodą będą studia literaturowe.

1. Podstawowe pojęcia – rozstrzygnięcia teoretyczne

Kultura organizacyjna zostanie w tym miejscu zdefiniowana przez Czesława Sikorskiego jako: „[...] system wzorów myślenia i działania, które są utrwalone w środowisku społecznym organizacji i mają znaczenie dla realizacji jej formalnych celów”¹.

Można ją też definiować za Bogdanem Nogalskim jako „[...] normy społeczne i systemy wartości stymulujące pracowników, właściwy klimat organizacyjny, sposób zarządzania, podzielane znaczenia i symbole, schematy poznawcze, wymogi zachowania”² lub przyjąć definicję Geerta Hofstede, który rozumie kulturę organizacyjną jako „[...] zbiorowe zaprogramowanie umysłu, odróżniające członków jednej organizacji od członków innej”³. Według Edgara Scheina „[...] kultura jest całością fundamentalnych założeń, które dana grupa wymyśliła, odkryła lub stworzyła, ucząc się rozwiązywania problemów adaptacji do środowiska i integracji wewnętrznej”⁴.

Według Lidii Zbiegień-Maciąg, wyróżnikami kultury organizacyjnej są:

- organizacyjny scenariusz, wywodzący się ze scenariuszy fundatorów, założycieli firmy czy dominujących liderów,
- filozofia, która kieruje polityką organizacji,
- rdzeń wartości, które określają filozofię lub misję firmy,
- klimat organizacyjny, nastawienie do pracy, stopień osobistej odpowiedzialności za pracę,
- zasady „gry”, osiągania postępów w organizacji,
- zwyczajowe i tradycyjne sposoby myślenia i działania⁵.

Kultura organizacyjna nie jest zjawiskiem jednorodnym, istnieją różne kultury organizacyjne, rozmaicie poklasyfikowane.

Charles Handy wyodrębnia 4 kulturowe orientacje (rzadko istniejące w formie czystej), będące w istocie typami kultury organizacyjnej:

- orientację na władzę,
- orientację na rolę,
- orientację na zadanie,
- orientację na osobę⁶.

¹ Cz. Sikorski: *Kultura organizacyjna*. C.H. Beck, Warszawa 2002, s. 4.

² B. Nogalski: *Kultura organizacyjna. Duch organizacji*. Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego, Bydgoszcz 1998, s. 105.

³ G. Hofstede: *Kultury i organizacje*. PWE, Warszawa 2000, s. 375.

⁴ *Zarządzanie Teoria i praktyka*. Red. A. Koźmiński, W. Piotrowski. PWE, Warszawa 1995, s. 302.

⁵ L. Zbiegień-Maciąg: *Kultura w organizacji. Identyfikacja kultur znanych firm*. PWE, Warszawa 1999, s. 14.

⁶ *Ibid.*, s. 63.

Firma preferująca kulturę władzy ma strukturę hierarchiczną, gdzie pozycje hierarchii są zróżnicowane pod kątem zakresu władzy i dostępu do dóbr. Bez względu na konkurencyjność oferuje małe bezpieczeństwo, zwłaszcza osobom stojącym niżej w hierarchii.

Firma orientująca się na kulturę roli opiera się na procedurach i aktach prawnych. Firma tego typu jest stabilna, a procedury jasno określone. Cenione jest porozumienie i przestrzeganie reguł wewnątrzorganizacyjnych.

W firmie o dominującej kulturze zadania najważniejsza jest koncentracja na pracy nad określonym celem. Ceniony jest tutaj ciągły rozwój.

Firma, w której dominuje kultura osoby nie koncentruje się na sposobach wykonywania zadań czy władzy, ale na swoich pracownikach. Są oni równi i tak samo ponoszą konsekwencję porażki, jak i są wynagradzani za sukcesy⁷.

Różnorodność kultur organizacyjnych jest dostrzegana przez innych autorów, m.in. Geert Hofstede wyróżnił cztery wymiary kulturowe, dzięki którym wyróżnił typy kultur organizacyjnych:

- dystans władzy,
- indywidualizm vs. kolektywizm,
- męskość i kobiecość,
- unikanie niepewności, czyli konfucjański dynamizm⁸.

Wymienione wyżej typy kultur nie są jedynymi, znane są także m.in. model kultur organizacyjnych Thomasa Petersa⁹ czy klasyfikacja Terrence Deala i Alana Kennedygo¹⁰.

Nie ma jednak miejsca, by tu je opisać. Dla omawianej tematyki istotne jest ukazanie różnorodności kultur organizacyjnych. Kultura organizacyjna nie jest jednorodna. Różne propozycje jej prezentacji skupiają się, w zależności od paradygmatu prezentowanego przez badacza, na ukazywaniu budowy wewnętrznej bądź jej przejawów. Schemat budowy wewnętrznej kultury organizacyjnej opiera się na definicji kultury autorstwa Edgara Scheina i zaczerpnięty został z książki pod redakcją Bohdana Nogalskiego¹¹.

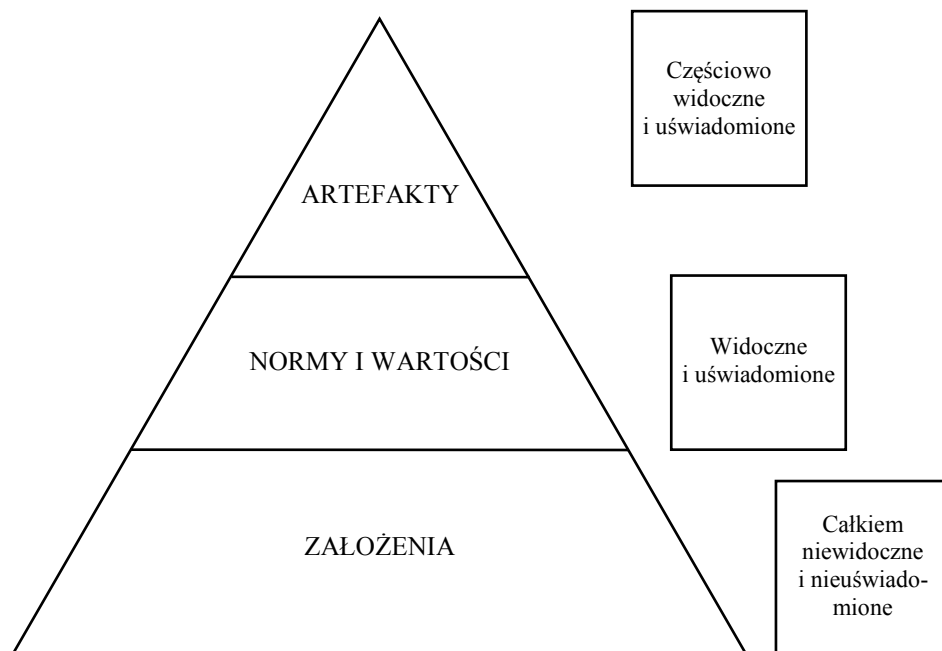
⁷ Ibid., s. 63-64.

⁸ G. Hofstede: Op. cit., s. 66-115.

⁹ T.J. Peters, R.H. Waterman: In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies. Harper Business, Boston 2004.

¹⁰ T.E. Deal, A. Kennedy: A Corporate Culture. The Rites and Rituals of Corporate Life Reading. Maas, Massachusetts 1982.

¹¹ Kultura organizacyjna. Duch organizacji. Red. B. Nogalski. Bydgoszcz, TNoiK 1998, s. 424.



Rys. 1. Schemat budowy wewnętrznej kultury organizacyjnej.

Źródło: Kultura organizacyjna. Duch organizacji. Red. B. Nogalski. TNoiK, Bydgoszcz 1998, s. 424.

Najbardziej widoczne artefakty dzielą się na¹²:

- językowe, czyli slang organizacji, jej mity i anegdoty,
- behawioralne to obyczaje i rytuały,
- fizyczne, czyli budowle i inne przedmioty – ich kształt i kolor¹³.

Normy deklarowane są zapisane w różnorodnych kodeksach, a normy przestrzegane dotyczą tego, co rzeczywiście jest ważne w organizacji (może to być serwilizm, władza, a może uczciwość zamiast deklarowanej walki „po trupach do celu”). Wartości i normy odświętne zwykle są podobne do tych deklarowanych, chociaż wartością odświętną może być zabawa, ale nie w czasie codziennych dni roboczych. Podstawowe założenia kulturowe są niewidocznym i nieuświadamianym poziomem kultury organizacyjnej. Zwykle kryją się za nimi osobowości twórców organizacji. Odnoszą się one do:

- natury człowieka,
- relacji międzyludzkich,

¹² Ibid., s. 108.

¹³ Ibid., s. 109.

- samej organizacji,
- natury otoczenia,
- relacji organizacji z otoczeniem¹⁴.

Pojęcie ukrytego programu sformułował w latach sześćdziesiątych Philip Jackson w swojej pracy „Life in the Classrooms” z 1968 roku. Określa on jego istotę następująco: „[...] istotą programu ukrytego jest to, co szkoła czyni (wpa-ja, uczy, daje) młodym ludziom do niej uczęszczającym, mimo że to wcale nie zostało zaplanowane”¹⁵.

Tak więc ukryty program „[...] to wszystko, czego uczniowie uczą się, co poznają i czego doświadczają w szkole, a co jest poza oficjalnym programem nauczania, poza oficjalnymi celami nauczania, poza tym, czego świadomie chce nauczyć nauczyciel, a co jest niezmiernie ważne dla efektów uczenia się dzieci w szkole”¹⁶.

Można też ukryty program definiować za Agatą Wesołowską jako „[...] zespół kompetencji, umiejętności, wzorców zachowań, wartości i postaw nabytych podczas pobytu w szkole, ale przyswojonych poza czy też obok programu formalnego”¹⁷.

Należy w tym miejscu dodać że, jak pisze Wiktor Żłobicki: „[...] ukryty program istnieje nie tylko w szkole, ale również w każdej instytucji lub jakiejś grupie ludzi, co każe – PKJ go traktować jako element otaczającej nas rzeczywistości”¹⁸. Oznacza to, że ukryty program istnieje w różnym stopniu w każdej organizacji albowiem każda organizacja socjalizuje swoich członków.

Definicje te oznaczają, że ukryty program to zespół treści, które są przy-
swajane nieoficjalnie. Zarówno władze, jak i inni aktorzy przekazują intencjo-
nalnie lub nieintencjonalnie treści, których oficjalne przekazanie byłoby dla nich
szkodliwe. Nauczyciel nie może przyznać, że chwalenie go przez uczniów po-
woduje, iż chwalący dostają lepsze oceny. Tak samo kierownik czy dyrektor,
pomimo zresztą faktu, że ingracja jest jedną z podstawowych praktyk interak-
cyjnych. Władze uniwersytetu nie będą otwarcie przyznawać, że uniwersytet
jest wspólnotą, ale stworzą bariery architektoniczne, które utrudnią lub uniemoż-
liwią tworzenie wspólnoty¹⁹.

¹⁴ Ibid., s. 111.

¹⁵ A. Janowski: *Uczeń w teatrze życia szkolnego*. WSiP, Warszawa 1989, s. 63.

¹⁶ J. Lenkiewicz: Czym są „ukryte programy” szkoły? „Edukacja i Dialog” 1994, nr 6.

¹⁷ A. Wesołowska: Ukryty program szkoły jako przejaw władzy symbolicznej w koncepcji Pierre’a Bourdieu. „Dialogi Polityczne” 2003, nr 1.

¹⁸ W. Żłobicki: Ukryty program w edukacji. Między niewiedzą a manipulacją. Impuls, Kraków 2002, s. 21.

¹⁹ M. Pryszmont-Ciesielska: Ukryty program fizycznej pozadydaktycznej przestrzeni uniwersyte-
tu. „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2009, t. V, nr 2.

Ukryty program jest więc „drugim życiem” organizacji, jej ukrytą twarzą. Ukryty program nie jest jednorodny. Jak pisze Agnieszka Dziemianowicz: „Elementami ukrytego programu są wiedza, przekonania, normy przekazywane w szkole i innych środowiskach edukacyjnych, które nie są uświadamiane ani przez uczniów, ani przez nauczycieli i często pozostają w sprzeczności z oficjalnym programem nauczania oraz z deklarowanymi, na przykład przez władze oświatowe, celami edukacji”²⁰.

Ukryty program nie opiera się jedynie na wiedzy, według Mariusza Zemło: „[...] w refleksji nad ukrytym programem edukacji, istotne są zarówno czynniki o charakterze podmiotowym (nauczyciel, uczeń), jak i czynniki przedmiotowe (formy przestrzenne, architektura, zagospodarowanie)”²¹.

Podsumowując, ukryty program opiera się na przysłowiowym „mówi jedno, czyni drugie”, czyli oznacza niezgodność oficjalnych deklaracji, planów działań i zadań z realizowanymi czynnościami i efektami działań.

2. Ukryty program – skutki działania i identyfikacja źródeł

Skutki istnienia ukrytego programu są wielorakie. Ukryty program choć wszechobecny nie bierze się „z nikąd”. W tym miejscu omówione zostaną jego skutki i źródła.

Jak działa ukryty program? Anita Lewandowska i Maria Perykasza wymieniają skutki ukrytego programu w szkole:

- ukryty program czyni z wychowanków „ludzi instytucji”,
- szkoła nie wpływa na twórczy rozwój dziecka,
- zmusza uczniów do wypracowywania pewnych strategii zachowań nastawionych na przetrwanie w warunkach szkoły (oczekiwanie, nuda, uzależnienie od nauczyciela, ograniczenia czasowe itp.),
- odnosi się głównie do wychowania moralnego,
- sprawia, że wychowankowie stykają się z selekcją ludzi ze względu na płeć, wiek, osiągnięcia²².

Jak już wspomniano, ukryte programy nie są jedynie domeną szkoły. Edukacja, socjalizacja czy nawet wychowanie dawno już wyszły poza obręb instytucji edukacyjnych. Zakłady pracy stają się instytucjami socjalizacji poprzez za-

²⁰ <http://www.mimoszkolnie.pl/2011/03/agnieszka-dziemianowicz-bak-pozawspolnote-educacyjne-strategie-wykluczania/> (10.07.12).

²¹ M. Zemło: Ukryty program szkoły. „Studia Socjologiczne” 1996, nr 1.

²² A. Lewandowska, M. Perykasza: Zły wpływ ukrytego programu. „Edukacja i Dialog” 2001, nr 2.

również oddziaływania formalne, takie jak szkolenia, jak i pozaformalne, których rodzajem są ukryte programy. Z powyższych powodów analogicznie można wyróżnić ujemne skutki ukrytego programu w organizacji niebędącej szkołą:

- ukryty program czyni z wychowanków „ludzi instytucji”,
- organizacja hamuje rozwój pracownika,
- organizacja zmusza pracowników do wypracowywania pewnych strategii zachowań nastawionych na przetrwanie w różnych warunkach,
- odnosi się głównie do wtórnej socjalizacji etycznej, tj. to, co nazywano przed organizacją oszustwem, staje się wywieraniem wpływu itp.,
- sprawia, że pracownicy stykają się z selekcją ludzi ze względu na płeć, wiek, zamożność itp.

Reasumując, ukryty program ma negatywny wpływ na pracowników.

Pewnym błędem, który wydaje się przewijać w dyskusji o programach ukrytych jest to, że nie przypisuje się im żadnych pozytywnych skutków. Tymczasem można wysnuć hipotezę, że ukryte programy:

- integrują, zwłaszcza grupy marginalizowane i wykluczone w organizacji,
- minimalizują użycie siły (kar) przez kierownictwo organizacji,
- pozwalają na realizację działań niepopularnych czy wstydliwych takich jak walka o pozycję i zasoby wewnątrz organizacji,
- przystosowują pracowników do pracy dla organizacji.

Ukryte programy mają wiele różnorodnych skutków, są więc ważnym elementem badań kultury organizacyjnej.

Źródła ukrytych programów są wielorakie. Jako pierwsze należy wymienić różnorodność kultur organizacyjnych. W sytuacji przejęcia firmy bądź stworzenia trustu pojawia się chęć unifikacji kultur organizacyjnych przy jednoczesnej deklaracji braku zmian bądź też deklaracji innego kierunku zmian niż rzeczywisty. Wtedy pojawia się ukryty program jako będący utajnionymi działaniami organizacji dominującej wobec organizacji zdominowanej. Sytuacja taka ma szczególnie miejsce w przypadku, gdy obydwie firmy różnią się rodzajem kultury organizacyjnej.

Programy ukryte mają swoje przyczyny przede wszystkim wewnątrz organizacji. Jedną z przyczyn powstawania ukrytych programów jest wewnętrzna różnorodność organizacji przy jednoczesnym deklarowaniu standaryzacji. Powoduje, że choć jawny program mówi o równości wewnątrz organizacji, mamy do czynienia z różnym traktowaniem wewnętrznych interesariuszy. Takiemu programowi sprzyja istnienie wielu hierarchii wewnątrzorganizacyjnych. Obok hierarchii służbowej, będącej programem jawnym, istnieją hierarchie rynku, w których wyższe miejsca zajmują osoby poszukiwane na rynku pracy, hierarchie nieformalnych liderów i wiele innych.

Niejawne hierarchie, zwłaszcza te ogniskujące się wokół jakiś niepowtarzalnych umiejętności, skupiają ludzi w subkultury. Podobnie w subkulturze skupiają się pracownicy o najniższych kwalifikacjach i niskim statusie w „Słowniku socjologii i nauk społecznych” napisano: „[...] subkultury mogą być formą symbolicznego oporu [...] w różnego rodzaju instytucjach lub tworzyć pewne formy konsolidacji i integracji społecznej dla grup wykluczonych”²³.

Subkultury socjalizują swoich członków często niezgodnie z kierownictwem, tym samym wytwarzają ukryte programy.

Na głębszym poziomie składowych kultury źródłem ukrytych programów wydaje się niezgodność artefaktów z wartościami oraz normami i założeniami kulturowymi. Tak jak w szkole, która w założeniu ma rozwijać uczniów, a uczy ich konformizmu, tak w organizacji bardzo często mamy do czynienia z konfliktem norm i np. języka. Także ukryte założenia dotyczące relacji międzyludzkich mogą stać w jawnej sprzeczności z ustanowionymi pod wpływem np. mody rytuałami.

Ukryty program może być też owocem konfliktu norm. Normy deklarowane są zapisane w różnorodnych kodeksach, a normy przestrzegane dotyczą tego, co rzeczywiście jest ważne w organizacji – wyłania się tu konflikt wymagający ukrycia działań odnoszących się do norm przestrzeganych, a nie deklarowanych. To buduje programy ukryte.

Wartości i normy odświętne przestrzegane są incydentalnie raczej stawiąc pewnego rodzaju „wentyl”, a więc utrudniają powstawanie programów ukrytych.

Na jeszcze głębszym poziomie źródłem ukrytych programów wydaje się konflikt założeń dotyczących natury organizacji z narzuconymi zewnętrznymi normami dotyczącymi, np. społecznej odpowiedzialności biznesu.

Podsumowanie

W prezentowanym tekście rozszerzono pojęcie ukrytego programu na inne instytucje socjalizujące. Firma czy urząd oraz organizacja pozarządowa, a nawet związek wyznaniowy mają ukryte programy realizowane przez swoich pracowników, a niezgodne z ich misją.

W artykule zaprezentowano ukryty program jako nie tylko treść socjalizacji nieoficjalnej i niepożądaną, ale i jako zjawisko mające cechy pozytywne dla organizacji.

²³ Hasło subkultura. Słownik socjologii i nauk społecznych. 2004.

Ukryte programy są nierozzerwalnie związane z kulturami organizacyjnymi:

- 1) istnieją w organizacjach,
- 2) opierają się na relacjach między elementami kultury organizacyjnej (relacje te są przede wszystkim konfliktowe),
- 3) są związane tak jak kultury organizacyjne z procesami uczenia się.

Niniejszy artykuł powinien stanowić podstawę do dalszych badań empirycznych nad życiem organizacyjnym.

Literatura

- Deal T.E., Kennedy A.: *A Corporate Culture. The Rites and Rituals of Corporate Life* Reading, Maas, Massachusetts 1982.
- Hasło subkultura. *Słownik socjologii i nauk społecznych*. 2004.
- Hofstede G.: *Kultury i organizacje*. PWE, Warszawa 2000.
- <http://www.mimoszkolnie.pl/2011/03/agnieszka-dziemianowicz-bak-pozza-wspolnote-educacyjne-strategie-wykluczania/> (10.07.12).
- Janowski A.: *Uczeń w teatrze życia szkolnego*. WSiP, Warszawa 1989.
- Kultura organizacyjna. *Duch organizacji*. Red. B Nogalski. Bydgoszcz, TNoiK 1998.
- Lenkiewicz J.: Czym są „ukryte programy” szkoły? „*Edukacja i Dialog*” 1994, nr 6.
- Lewandowska A., Perykaszka M.: Zły wpływ ukrytego programu. „*Edukacja i Dialog*” 2001, nr 2.
- Nogalski B.: *Kultura organizacyjna. Duch organizacji*. Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego, Bydgoszcz 1998.
- Peters T.J., Waterman R.H.: *In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*. Harper Business, Boston 2004.
- Pryszmont-Ciesielska M.: Ukryty program fizycznej pozadydaktycznej przestrzeni uniwersytetu. „*Przegląd Socjologii Jakościowej*” 2009, t. V, nr 2.
- Sikorski Cz.: *Kultura organizacyjna*. C.H. Beck, Warszawa 2002.
- Wesołowska A.: Ukryty program szkoły jako przejaw władzy symbolicznej w koncepcji Pierre'a Bourdieu. „*Dialogi Polityczne*” 2003, nr 1.
- Zarządzanie Teoria i praktyka. Red. A. Koźmiński, W. Piotrowski. PWE, Warszawa 1995.
- Zbiegień-Maciąg L.: *Kultura w organizacji. Identyfikacja kultur znanych firm*. PWE, Warszawa 1999.
- Zemło M.: Ukryty program szkoły. „*Studia Socjologiczne*” 1996, nr 1.
- Żłobicki W.: *Ukryty program w edukacji. Między niewiedzą a manipulacją*. Impuls, Kraków 2002, s. 21.

THE HIDDEN PROGRAMS AS THE ELEMENT OF THE ORGANIZATION CULTURE

Summary

The text concerns the problem of the hidden program and its relation with the organization culture. In the first part there has been made the attempt to define the notions of the organization culture and of the hidden program within the context of the interesting study area. In order to achieve that, some chosen descriptions of this topic have been quoted. The second part of the article is the analysis of the issues described. The conclusion shall include ideas being the attempt to best answer the research questions.

Barbara Kos

KIERUNKI POPRAWY EFEKTYWNOŚCI ZARZĄDZANIA SIECIĄ DROGOWĄ W POLSCE

Wprowadzenie

Systematycznie w Polsce zwiększa się zapotrzebowanie na transport, w tym transport drogowy¹. Wynika to z wielu czynników – wymienić można wzrost wielkości produkcji, wzrost wymiany międzynarodowej, koncentrację działalności produkcyjnej i usługowej – uzyskuje się korzyści skali i w ich efekcie obniżkę kosztów jednostkowych działalności. Nie bez znaczenia też jest zmiana stylu życia i związany z tym wzrost mobilności ludności. Zwiększające się zapotrzebowanie na transport wymaga dostosowywania do niego infrastruktury transportowej, przede wszystkim infrastruktury liniowej.

Infrastruktura transportowa, w tym infrastruktura transportu drogowego jako gałąź o największej dostępności, powinna tworzyć warunki rozwoju gospodarczego, sprawnego, bezpiecznego i minimalizującego koszty zewnętrzne – przemieszczania osób i przewozu ładunków. Znaczący przyrost pojazdów samochodowych oraz ruchu na drogach, jak również powstawanie nowych źródeł i celów ruchu, wymaga ilościowego rozwoju sieci drogowej (budowy nowych odcinków dróg), ale przede wszystkim zmian jakościowych, w tym przyrostu autostrad, czyli dróg zapewniających szybkie i bezpieczne przemieszczanie się pomiędzy bardziej odległymi miejscami. Niezależnie od budowy nowych dróg oraz modernizacji istniejących, coraz istotniejszego znaczenia nabiera wykorzystanie nowoczesnych technologii telematycznych w zarządzaniu istniejącą siecią dróg. Rozwój informatyki oraz technologii bezprzewodowego przesyłu danych pozwala na bieżąco monitorować obciążenie dróg, warunki ruchu na drogach i informować o nich planujących przejazdy oraz zarządzać systemami

¹ J. Burnewicz: Prognoza zapotrzebowania na transport w Polsce do 2012 i 2020 roku. Uniwersytet Gdański, Sopot 2004; Idem: Wizja struktury transportu oraz rozwoju sieci transportowych do roku 2033 ze szczególnym uwzględnieniem docelowej struktury modelowej transportu. W: Ekspertyzy do koncepcji przestrzennego zagospodarowania kraju 2008-2033. Tom II. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2008.

informowania i sterowania ruchem na samych drogach. Można stwierdzić, że w ciągu ostatnich dziesięcioleci w Polsce rozwój transportu drogowego był ekstensywny, przybywało pojazdów oraz z różnym powodzeniem skupiano się przede wszystkim na budowie nowych dróg, a nie na poprawie wykorzystania istniejących szlaków komunikacyjnych. W tym kontekście dość istotne staje się poszukiwanie rozwiązań, które pozwolą na bardziej efektywne wykorzystanie istniejącej już sieci, m.in. poprzez zarządzanie siecią dróg i ruchem drogowym.

1. Infrastruktura drogowa a liczba pojazdów oraz przewozy

Praktycznie od momentu rozpoczęcia na skalę wielkoseryjną lub masową produkcji pojazdów samochodowych, co miało miejsce w Stanach Zjednoczonych w pierwszej i drugiej dekadzie lat XX wieku liczba samochodów rośnie. Przyrost ten w różnych krajach jest różny, w Polsce można przyjąć, że masowa motoryzacja rozpoczyna się od lat siedemdziesiątych ubiegłego stulecia. Przyrost liczby samochodów osobowych, ciężarowych ogółem oraz w przeliczeniu na 1 mieszkańca w latach 1950-2010 przedstawia tabela 1.

Tabela 1

Liczba samochodów osobowych, samochodów ciężarowych i ciągników siodłowych zarejestrowanych w Polsce (w tys.) oraz liczba zarejestrowanych samochodów osobowych na 1000 mieszkańców

Lata	1950	1960	1970	1980	1990	1992	1995	2000	2005	2010
Wyszczególnienie										
Zarejestrowane samochody osobowe w tys. sztuk	40,1	117	479	2383	5261	6505	7517	9991	12339	17240
Zarejestrowane samochody ciężarowe i ciągniki siodłowe w tys. sztuk	43,6	130	274	618	1045	1212	1354	1879	2305	2982
Zarejestrowane samochody osobowe na 1000 mieszkańców	1,6	3,9	14,7	66,7	138	169	196	261	323	451

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2011. GUS, Warszawa 2012, s. 54-64; Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 1994. GUS, Warszawa 1995, s. 74-84.

Koncentrując się na zmianach mających miejsce po 1990 roku, a zatem po zmianie ustroju gospodarczego, urynkowieniu gospodarki oraz urealnieniu danych opisujących procesy gospodarowania, należy stwierdzić, że znaczący jest

przyrost pojazdów samochodowych w Polsce. Liczba zarejestrowanych pojazdów samochodowych i ciągników ogółem w latach 1992-2010 wzrosła ponad dwukrotnie, z 10,2 mln w 1992 roku do ponad 23 mln w 2010. W tym czasie liczba samochodów osobowych wzrosła z 6,5 mln do ponad 17,2 mln, tj. o 165%, autobusów z 86 tys. do 97 tys., tj. o 13%, samochodów ciężarowych i ciągników siodłowych z 1,2 mln do niemal 3 mln, tj. o 146%².

W analizowanym okresie, tj. w latach 1992-2010, zwiększają się przewozy transportem drogowym. W 1992 roku transportem drogowym przewieziono 1,12 mld ton ładunków, podczas gdy w 2010 1,55 mld ton, co oznacza wzrost o 38%. Praca przewozowa wykonana w tym okresie w transporcie drogowym wzrosła ponad pięciokrotnie, z 42 mld tonokilometrów w roku 1992 do 223 mld tonokilometrów w 2010. Znacząco większy wzrost pracy przewozowej mierzonej liczbą tkm, w odniesieniu do o wiele niższego wzrostu wielkości przewozów mierzonego liczbą przewiezionych ton, oznacza wzrost średniej odległości przewozów z 37,5 km do 143,9 km, tj. o 284%, a tym samym wzrost zapotrzebowania na drogi wyższej klasy, czyli drogi przenoszące ruch odbywający się na większe odległości. W okresie od 1992 do 2010 roku wzrósł udział transportu drogowego w obsłudze ładunków w Polsce mierzony liczbą tkm z 13,8% w 1992 roku do 70,4% w 2010. W 1992 roku transportem drogowym wykonano 42 mld tkm, a ogółem wszystkim gałęziami – 305 mld tkm, natomiast w 2010 roku transportem drogowym przewieziono 223 mld tkm, a ogółem 317 tkm³.

Od 1992 do 2010 roku Produkt Krajowy Brutto (liczony w cenach stałych) wzrósł z poziomu 555,6 mld zł do 1237,8 mld zł, tj. o 122,8%⁴. Na tej podstawie widać, że wzrost wielkości przewozów ładunków transportem drogowym (tkm) w latach 1992-2010 był kilkakrotnie większy niż wzrost PKB (rys. 1).

W latach 1992-2010 pasażerskie przewozy transportem samochodowym odnotowały znaczący spadek. W 1992 przewozy pasażerskie transportem samochodowym (bez komunikacji miejskiej) wyniosły 1,5 mld pasażerów, podczas gdy w 2010 tylko 569 mln pasażerów, co oznacza spadek o 62,4%. Analogicznie w 1992 roku praca przewozowa wyniosła 39 mld pkm, a w 2010 roku 21,6 mld, co oznacza spadek o 44,6%⁵. Wiąże się to przede wszystkim z rozwojem motoryzacji indywidualnej i wzrostem przemieszczeń realizowanych samochodami osobowymi (transportem indywidualnym), gdyż praca przewozowa (pkm) łącz-

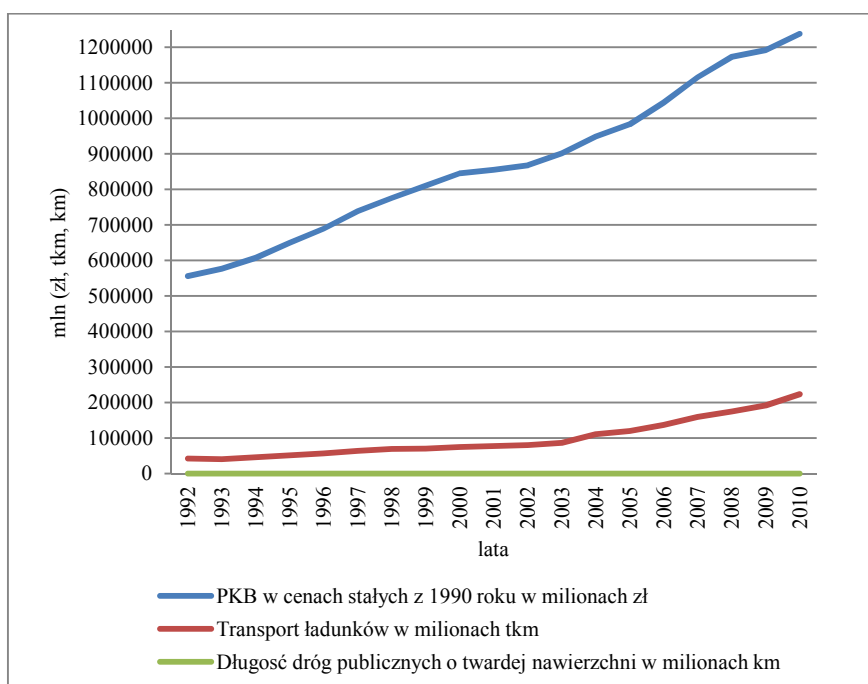
² Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2011. GUS, Warszawa 2012, s. 531; Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 1994. GUS, Warszawa 1995, s. 414.

³ Ibid.

⁴ StatExtracts. OECD. <http://stats.oecd.org> (28.08.2012).

⁵ Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2011. Op. cit., s. 531; Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 1994. Op. cit., s. 414.

nie komunikacji autobusowej i motoryzacji indywidualnej rośnie⁶. Oznacza to znaczący przyrost obciążeń dróg, co zresztą jest widoczne w wynikach kolejnych generalnych pomiarów ruchu organizowanych przez Generalną Dyрекcję Dróg Krajowych i Autostrad. Według danych z pomiarów w latach 1995 oraz 2000 średnie natężenie ruchu na sieci dróg krajowych wzrosło z 5350 w 1995 roku do 7009 pojazdów na dobę w 2000, tj. o 31% (+5,55% rocznie), przy czym na sieci dróg międzynarodowych wzrosło z 8543 do 11 448 pojazdów na dobę (+6,03% rocznie)⁷. W latach od 2000 do 2005 wzrost ruchu na sieci dróg krajowych wyniósł 18%, a w latach od 2005 do 2010 o 22%⁸.



Rys. 1. PKB w cenach stałych, praca przewozowa w drogowym transporcie ładunków oraz długość dróg publicznych o nawierzchni utwardzone w Polsce w latach 1992-2010

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Statistics. OECD. StatExtracts. <http://stats.oecd.org> (28.08.2012); Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2011. GUS, Warszawa 2012, s. 54-55; Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2003. GUS, Warszawa 1995, s. 52-53.

⁶ J. Burniewicz: Ocena Wstępnego Programu Operacyjnego „Konkurencyjność transportu” w ramach Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013, Sopot 2005, s. 10 oraz Idem: Prognoza zapotrzebowania..., op. cit.

⁷ Idem: Ocena Wstępnego Programu Operacyjnego „Infrastruktura drogowa” w ramach Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013. Sopot 2005, s. 10.

⁸ K. Opoczyński: Synteza wyników GPR. Witryna Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad.

W latach 1992-2010, pomimo znaczącego wzrostu liczby pojazdów samochodowych, przewozów i w rezultacie również ruchu na drogach, nie nastąpił oczekiwany przyrost sieci drogowej. W latach 1992-2010, czyli w okresie 18 lat, długość sieci dróg utwardzonych wzrosła w Polsce jedynie z 229 tys. km w 1992 roku do 274 tys. km w 2010, tj. o 19,6%. Jednocześnie w strukturze dróg utwardzonych dominują drogi o najniższych parametrach jakościowych, czyli drogi gminne i powiatowe, które w 2010 roku stanowiły 82,8% całej sieci drogowej. Drogi krajowe to zaledwie 6,8% całej sieci w Polsce, a drogi wojewódzkie 10,4%. W 2010 roku sieć autostrad w Polsce liczyła 857,4 km, co stanowi zaledwie 4,6% dróg krajowych, podczas gdy sieć dróg ekspresowych liczyła 674,7 km, czyli 3,6% dróg krajowych⁹. Zanotowano znaczący przyrost, gdyż jeszcze w 2003 roku autostrad w Polsce było 405,1 km, a dróg ekspresowych 225,6 km¹⁰.

Z przedstawionych danych wynika, że w latach od 1992 do 2010 doszło do sytuacji, w której wielkość przewozów transportem drogowym oraz samo natężenie ruchu na drogach wzrosły niewspółmiernie do przyrostu ilościowego oraz jakościowego sieci drogowej. Pomimo wielu deklaracji podejmowania przedsięwzięć mających na celu przesunięcie części przewozów na inne gałęzie transportu, przede wszystkim transport kolejowy oraz wodny, nie wydaje się, że zajdą tu znaczące zmiany. Już bowiem wielokrotnie w dokumentach opisujących politykę transportową zakładano wzrost udziału transportu kolejowego i wodnego w przewozach, jednak w praktyce okazało się to trudne do wykonania. Niezadowolające są również rezultaty w zakresie tzw. decouplingu pomiędzy PKB a wielkością przewozów, dotychczas jest dość silna korelacja pomiędzy wymienionymi wielkościami, a wielkość przewozów transportem drogowym w Polsce rośnie zdecydowanie szybciej niż PKB. Można zatem zakładać, że w sytuacji, gdy uda się utrzymać rozwój gospodarczy i rosnące PKB, problem ten będzie narastał, gdyż zapotrzebowanie na usługi transportu drogowego będzie wówczas wzrastało, chyba że w sposób niespotykany dotąd pojawią się komplikacje z zaopatrzeniem w paliwa płynne, tj. ropę naftową. Ropa naftowa w nadchodzących dziesięcioleciach stanie się bowiem zasobem coraz bardziej deficytowym, pochodzącym od coraz mniej pewnych dostawców¹¹.

Pomimo w ostatnich latach istotnego zdynamizowania inwestycji drogowych, zwłaszcza w grupie dróg krajowych, w tym autostrad, Polska nadal nie posiada kompletnego autostradowego połączenia ani w układzie północ-południe, ani w układzie wschód-zachód (stan wrzesień 2012). Oczywiście w ciągu

⁹ Transport wyniki działalności w 2010 roku. GUS, Warszawa 2011, s. 119.

¹⁰ Transport wyniki działalności w 2003 roku. GUS, Warszawa 2004, s. 68.

¹¹ Plan utworzenia jednolitego europejskiego obszaru transportu – dążenie do osiągnięcia konkurencyjnego i zasobooszczędnego systemu transportu. Biała Księga. Bruksela, 29 marzec 2011.

ostatnich kilku lat nakłady na budowę dróg były znaczące, co związane było głównie z realizacją programów Unii Europejskiej dotyczących projektów infrastrukturalnych oraz organizacją Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012. Niemniej jednak infrastruktura drogowa jest niewystarczająco rozwinięta w stosunku do coraz wyższych oczekiwań. Szybsze, niezawodne, bezpieczne przemieszczanie ładunków to oprócz innych korzyści także bardziej efektywne wykorzystanie potencjału przewozowego podmiotów transportowych i logistycznych, to wzrost wydajności i przyspieszenie obrotu ładunków w łańcuchach dostaw. To także skrócenie czasu przemieszczeń pasażerów, czy to transportem zbiorowym czy indywidualnymi środkami przewozowymi.

Zapewnienie odpowiednich warunków ruchu to nie tylko kwestia budowy nowych dróg, nawet tych o najwyższych parametrach. Zwraca uwagę fakt, że inwestycje drogowe są bardzo kapitałochłonne, a także czasochłonne, co wynika z konfliktów w trakcie ustalania przebiegu trasy, kwestii własności gruntów, procedur wyłaniania wykonawców czy też problemów z dotrzymaniem przez wykonawców przyjętych harmonogramów. Na to nałożą się w kolejnych latach problemy finansowe – ograniczenia wydatków sektora publicznego, a także braku zainteresowania takimi przedsięwzięciami ze strony przedsiębiorstw prywatnych oraz małej popularności realizacji inwestycji w formule partnerstwa publiczno-prywatnego. Dlatego też powinno się podejmować działania mające na celu lepsze wykorzystanie istniejących dróg, w tym poprzez właściwe zarządzanie samymi drogami oraz ruchem na drogach.

2. Współdziałanie zarządzających drogami oraz ruchem drogowym

Sieć drogowa przenosi różne rodzaje ruchu, przede wszystkim pod względem odległości przemieszczeń, a także z punktu widzenia znaczenia dla danego obszaru, np. ruch tranzytowy, ruch mający swoje źródło lub cel w danym obszarze lub ruch zamykający się w danym obszarze – mieście, województwie, kraju, mający tam zarówno swoje źródło, jak i cel. Dlatego też drogi mają zróżnicowane parametry, a są również zarządzane i finansowane przez różne szczeble administracji publicznej. Odzwierciedla to jeden z podziałów dróg w Polsce

- drogi ze względu na realizowane funkcje dzieli się na:
- drogi krajowe, istotne z punktu widzenia państwa, które przenoszą głównie ruch o znaczeniu krajowym i międzynarodowym, o najwyższym standardzie prędkości i najwyższych parametrach,

- drogi wojewódzkie, mające istotne znaczenie z punktu widzenia funkcjonowania regionów, województw, stanowiące połączenie między miastami, posiadające parametry niższe od parametrów dróg krajowych,
- drogi powiatowe, o parametrach niepozwalających zaliczyć ich do dróg krajowych i wojewódzkich, stanowiące połączenia miast będących siedzibami powiatów z siedzibami gmin i siedzib gmin między sobą,
- drogi gminne o znaczeniu lokalnym, niezaliczone do innej kategorii, stanowiące uzupełniającą sieć dróg służących głównie miejscowym potrzebom, z wyłączeniem dróg wewnętrznych¹².

Drogi mają różnych właścicieli oraz zarządzających – właścicielem dróg krajowych jest Skarb Państwa, a drogi wojewódzkie, powiatowe i gminne stanowią własność właściwego samorządu terytorialnego. Odpowiednio zarządzającymi drogami są administracja rządowa, poprzez Generalnego Dyrektora Dróg Publicznych i Autostrad w przypadku dróg krajowych, z wyjątkiem dróg krajowych niebędących autostradami i drogami ekspresowymi w miastach na prawach powiatów oraz przekazanych innym podmiotom. Zarządzanie autostradami może bowiem być przekazane innemu podmiotowi – zarządcy, który przykładowo będzie zarządzał wybudowanym już odcinkiem autostrady lub który przykładowo w drodze stosownej umowy o partnerstwie publiczno-prywatnym wybuduje i później będzie przez określony okres zarządzał autostradą. Również drogi krajowe mogą być zarządzane przez drogową spółkę specjalnego przeznaczenia w przypadku powołania takiej spółki. Zarządcami dróg wojewódzkich są zarządy właściwych województw, dróg powiatowych – zarządy powiatów, a dróg gminnych – wójt (burmistrz, prezydent miasta). W granicach miast na prawach powiatu zarządcą wszystkich dróg publicznych, z wyjątkiem autostrad i dróg ekspresowych, jest prezydent miasta¹³.

Zarządzanie drogami realizowane jest przez powołane jednostki. W przypadku dróg podległych administracji samorządowej, mogą być one organizacyjnie wyodrębnione lub znajdować się bezpośrednio w strukturach urzędów gmin, powiatów lub województw, natomiast w sytuacji braku wydzielonej jednostki zarządzającej drogami, zadania dotyczące dróg są najczęściej podzielone pomiędzy różne wydziały urzędów – np. wydział dróg, wydział inwestycji, gospodarki komunalnej czy też zamówień publicznych. W przypadku miast, które nie posiadają statusu miast na prawach powiatu, gdzie dla części sieci zarządcą jest Generalny Dyrektor Dróg Krajowych i Autostrad, występują też drogi wojewódzkie, powiatowe oraz gminne¹⁴.

¹² Ustawa z 21 marca 1985 roku o drogach publicznych. Dz.U. 1985, nr 14 poz. 60 wraz późn. zm., s. 1-3 oraz A. Austen, G. Dydkowski: Zarządzanie usługami użyteczności publicznej. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2012, s. 110-111.

¹³ Ibid., s. 111-113.

¹⁴ Ibid.

Podobnie jak w przypadku zarządzania drogami, również zarządzanie ruchem na drogach jest rozdzielone. W zależności od rodzaju drogi organami zarządzającymi ruchem na drogach są:

- Generalny Dyrektor Dróg Krajowych i Autostrad w przypadku dróg krajowych, z wyjątkiem dróg położonych w miastach na prawach powiatu, jednak wyjątku nie stosuje się w przypadku, gdy są to drogi ekspresowe lub autostrady,
- marszałek województwa w przypadku dróg wojewódzkich, z wyjątkiem dróg wojewódzkich w miastach na prawach powiatu,
- starosta w przypadku dróg powiatowych i gminnych, z wyjątkiem dróg w miastach na prawach powiatu,
- prezydent miasta w przypadku dróg publicznych położonych w miastach na prawach powiatu, z wyjątkiem autostrad i dróg ekspresowych¹⁵.

Wymieniona klasyfikacja dróg – podział ze względu na funkcje, różnych właścicieli i zarządzających jest przykładem poszanowania zasady subsydialności, w ramach której zadania wykonywane są przez możliwie najniższy szczebel administracji publicznej odpowiedni do wykonywania danego zadania w taki sposób, aby sprawami lokalnymi zajmowały się samorządy lokalne, ważnymi dla regionów – samorządy regionalne (wojewódzkie), a sprawami istotnymi dla kraju – administracja rządowa.

Jednak wielu zarządców dróg to najogólniej najczęściej różne standardy usług związanych z utrzymaniem i przejezdnością dróg, to zmiana standardów przy przekraczaniu granic będących w gestii różnych zarządców, to także słabsza koordynacja prac na drogach. Problemem jest też wdrażanie systemów zarządzania ruchem na drogach – systemy te najczęściej dotyczą kategorii dróg będących w dyspozycji jednego zarządzającego, np. dróg krajowych, dróg wojewódzkich w danym województwie albo dróg miejskich w konkretnym mieście, podczas gdy przemieszczenia pojazdami dokonywane są w taki sposób, że korzysta się z różnych rodzajów dróg, mających różnych zarządców drogi i ruchu drogowego. W rezultacie podczas przemieszczeń już w Polsce spotyka się różne systemy poboru opłat za drogi, nie mówiąc o ruchu międzynarodowym. Systemy informowania o utrudnieniach lub obciążeniach dotyczą wybranych kategorii dróg, podobnie systemy sterowania sygnalizacjami. Dość trudno jest też ocenić, na ile wielu zarządzających drogami i ruchem powoduje lub nie podniesienie samych kosztów zarządzania. Pewnym rozwiązaniem jest możliwość przekazywania zarządzania wybranymi odcinkami dróg pomiędzy zarządcami w trybie

¹⁵ Ustawa z 20 czerwca 1997 r. Prawo o ruchu drogowym. Dz.U. 2005, nr 108, poz. 908 z późn. zm. oraz A. Austen, G. Dydkowski: Op. cit., s. 125.

porozumienia, regulującego w szczególności wzajemne rozliczenia finansowe. Ma to na celu zmniejszenie liczby zarządzających drogami w wybranych obszarach czy też doprowadzenie do sytuacji jednego zarządzającego siecią dróg w wybranym obszarze.

Przykładem wielu zarządców jednej drogi może być Drogowa Trasa Średnicowa – droga szybkiego ruchu licząca obecnie 20,5 km, która łączy pięć miast centralnej części województwa śląskiego, tj. Katowice, Chorzów, Świętochłowice, Rudę Śląską i Zabrze (w ciągu najbliższych kilku lat zostaną wybudowane kolejne odcinki DTŚ w Zabrze i Gliwicach). Drogową Trasą Średnicową (DTŚ) zarządza obecnie pięć gmin, przez które przebiega i które są jej właścicielami. Od kilku lat prowadzone są rozmowy w celu wspólnego wykonywania części prac na DTŚ, np. prac związanych z utrzymaniem drogi tak, aby ujednolicić standard utrzymania drogi i także obniżyć związane z tym koszty.

Poprawa koordynacji zarządzania drogami i ruchem w sieciach złożonych z dróg różnej kategorii to również jedno z głównych i pilnych zadań Państwa wskazywanych w dokumentach strategicznych. Szczególne znaczenie przypisuje się współpracy zarządców dróg krajowych i wojewódzkich z władzami miejskimi w zakresie planowania i realizacji zadań inwestycyjnych. Szczególną uwagę w tym kontekście zwraca się na fakt, że największe natężenia ruchu drogowego i, co z tym związane, potrzeby w zakresie rozwoju i modernizacji sieci występują w miastach i otoczeniu miast. W sytuacji braku spójności sieci drogowej w Polsce i utrudnień wynikających z podziału dróg na cztery kategorie koniecznością staje się usprawnienie procesu planowania i zarządzania infrastrukturą przez określenie zasad współpracy zarządców dróg krajowych i samorządów terytorialnych różnych szczebli¹⁶.

Wśród działań, które warunkują prawidłowy rozwój transportu drogowego w kolejnych latach wymienia się usprawnienie metod zarządzania ruchem drogowym, w szczególności na tych drogach, które charakteryzują się dużym natężeniem ruchu, zarówno krajowych, jak i samorządowych. Szczególną rolę przywiązuje się tu do tzw. Inteligentnych Systemów Transportowych (ITS – Intelligent Transportation Systems), które planuje się coraz powszechniej wdrażać, a które przyczynią się do nie tylko do usprawnienia warunków ruchu, ale również do zwiększenia bezpieczeństwa na drogach¹⁷.

¹⁶ Polityka Transportowa Państwa na lata 2006-2025. Ministerstwo Infrastruktury, Warszawa 2005, s. 18-19.

¹⁷ Strategia rozwoju transportu do 2020 roku (z perspektywą do 2030 roku). Projekt. Ministerstwo Infrastruktury, Warszawa 2011, s. 50-51.

3. Inteligentne Systemy Transportowe jako narzędzie wspomagające zarządzanie drogami i ruchem drogowym

Konieczność poprawy współdziałania zarządzających drogami oraz ruchem drogowym, wykorzystanie w zarządzaniu coraz bardziej zaawansowanych narzędzi informatycznych i przesyłu danych zostało zauważone w dokumentach określających politykę i strategię rozwoju systemu transportowego Polski. Dostrzega się bowiem brak równowagi pomiędzy działaniami skierowanymi na przedsięwzięcia budowy lub modernizacji dróg a działaniami związanymi z zarządzaniem ruchem. Konieczne jest zwiększenie aktywności administracji drogowej w dziedzinie wdrażania tzw. Inteligentnych Systemów Transportowych, gdyż w naszym kraju są znaczące opóźnienia w porównaniu z innymi krajami europejskimi¹⁸. Osiągnięcie celów polityki transportowej może być przyspieszone przez wykorzystanie szans stwarzanych przez postęp techniczny oraz w organizowaniu i zarządzaniu transportem¹⁹. Wśród efektywnych sposobów podnoszenia sprawności i jakości systemu transportowego wymienia się stosowanie zaawansowanych rozwiązań technologiczno-organizacyjnych określanych terminem Inteligentne Systemy Transportowe. Zalicza się do nich:

- zaawansowane metody zarządzania ruchem drogowym, kolejowym, transportem zbiorowym, lotniczym i statków,
- zarządzanie flotą i transportem ładunków,
- zaawansowane systemy wspomagania kierowania pojazdem,
- automatyczne systemy pobierania opłat,
- automatyczne kontrole przestrzegania przepisów,
- systemy dynamicznego informowania użytkowników²⁰.

Rozwiązania z dziedziny ITS są od wielu lat promowane przez Komisję Europejską. W Polsce stosowane są dotychczas w niewielkim stopniu, pomimo że mogą się one w istotny sposób przyczynić się do lepszego wykorzystania infrastruktury, zwiększenia efektywności i jakości systemów transportowych, poprawy bezpieczeństwa ruchu oraz ograniczenia negatywnego oddziaływania transportu na środowisko²¹.

Jednak coraz silniej zwraca się uwagę na fakt, że w rozwoju ITS należy widzieć możliwość znacznie efektywniejszego, bardziej ekonomicznego i bezpieczniejszego wykorzystania już istniejącej infrastruktury, pozwalającego skuteczniej wspomagać i chronić użytkowników transportu, redukować negatywne

¹⁸ Polityka Transportowa Państwa na lata 2006-2025. Ministerstwo Infrastruktury, Warszawa 2005, s. 18-19 oraz Strategia rozwoju transportu..., op. cit.

¹⁹ Polityka Transportowa Państwa..., op. cit., s. 18.

²⁰ Ibid., s. 31.

²¹ Ibid.

oddziaływania na środowisko, kształtować dalszy rozwój branży transportowej z uwzględnieniem współczesnych trendów i możliwości informatyzacyjnych²².

Stworzenie warunków dla bardziej dynamicznego rozwoju technologii ITS mają m.in. zapewnić postanowienia dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/40/UE z dnia 7 lipca 2010 roku w sprawie ram wdrażania inteligentnych systemów transportowych w obszarze transportu drogowego oraz interfejsów z innymi rodzajami transportu oraz w regulacjach polskich wprowadzone zmiany do ustawy z 21 marca 1985 roku o drogach publicznych.

Dyrektywa jest aktem prawnym o charakterze ramowym, ustalającym tzw. obszary priorytetowe, tj.:

- 1) optymalne wykorzystanie danych o drogach, ruchu i podróży,
- 2) ciągłość usług ITS związanych z zarządzaniem ruchem i przewozami towarowymi,
- 3) aplikacje ITS związane z bezpieczeństwem i ochroną ruchu drogowego,
- 4) powiązanie pojazdu z infrastrukturą transportową, dla których Komisja Europejska, opracuje specyfikacje ITS oraz zainicjuje powstanie niezbędnych norm, mających na celu zapewnienie interoperacyjności funkcjonujących i wdrażanych w państwach członkowskich usług i aplikacji ITS²³.

Przyjęta nowelizacja ustawy z 21 marca 1985 roku o drogach publicznych w zakresie implementacji do krajowego porządku prawnego dyrektywy 2010/40/UE dotyczy organów administracji realizujących funkcje budowy, rozbudowy i modernizacji sieci drogowych różnych kategorii (zarządców dróg), jak również jednostek realizujących zadania z zakresu zarządzania ruchem oraz bezpieczeństwa ruchu drogowego, ratownictwa i łączności, jak Policja, Główny Inspektorat Transportu Drogowego, Centra Powiadamiania Ratunkowego, Państwowa Straż Pożarna i Ochotnicza Straż Pożarna. Dotyczy w szczególności instytucji i jednostek sektora usług transportowych, które uczestniczą w tworzeniu, rozpowszechnianiu bądź wykorzystaniu informacji o drogach i ruchu. Są to zarządcy dróg publicznych, użytkownicy końcowi usług informacyjnych i telekomunikacyjnych dotyczących transportu i ruchu drogowego, w tym uczestnicy ruchu drogowego jako klienci korzystający z usług świadczonych przez zarządców dróg, jednostki zarządzające taborem transportowym, organy administracji łączności, operatorzy sieci telekomunikacyjnych, podmioty posiadające prawo do wykorzystania częstotliwości, dostawcy sprzętu i usług wykorzystujących

²² Strategia rozwoju transportu..., op. cit., s. 9 oraz 71-76.

²³ Uzasadnienie do projektu zmiany ustawy z dnia 21 marca 1985 o drogach publicznych. Witryna internetowa Biuletynu Informacji Publicznej Ministerstwa Transportu i Gospodarki Morskiej. http://bip.transport.gov.pl/pl/bip/projekty_aktow_prawnych/projekty_inne/zalozenia_dr_publ/px_proj_zal_proj_ust_dr_publicz.pdf

rozwiązania ITS oraz Generalny Inspektor Danych Osobowych. Rozwiązanie to służyć będzie wdrażaniu interoperacyjnych rozwiązań na drogach publicznych²⁴.

Oczekuje się, że przyjęte zmiany w ustawie z 21 marca 1985 roku o drogach publicznych stworzą podstawy długofalowego współdziałania ze sobą zarządców dróg (sieci drogowe różnych kategorii) oraz innych organów administracji różnych szczebli, w celu ułatwienia skoordynowanego wdrażania i wykorzystania rozwiązań ITS. Kolejnym pożądanym efektem będzie lepsze współdziałanie wymienionej grupy jednostek z przedsiębiorstwami sektora prywatnego świadczącymi usługi informacyjno-telekomunikacyjne i transportowe (jak operatorzy taboru transportowego), w celu wdrażania i efektywnego wykorzystania rozwiązań ITS. W rezultacie spodziewana jest (wynikowo) poprawa jakości usług transportowych i funkcjonowania transportu drogowego²⁵.

Zakładanie wielu korzyści możliwych do uzyskania w wyniku stworzenia ram prawnych, wynika z doświadczeń krajów bardziej niż Polska rozwiniętych gospodarczo, w których dynamiczny rozwój transportu drogowego miał miejsce znacząco wcześniej niż w Polsce. Korzyści wynikające z zastosowań rozwiązań ITS leżą zarówno po stronie sektora publicznego, jak i prywatnego. ITS stosuje się z jednej strony w celu zaspokojenia potrzeb użytkowników systemu, z drugiej w celu obniżenia kosztów związanych z obsługą podróży oraz negatywnym wpływem ruchu na środowisko naturalne. Można wymienić następujące korzyści, które niesie ze sobą zastosowanie ITS:

- zwiększenie przepustowości sieci ulic o 20-25%,
- poprawę bezpieczeństwa ruchu drogowego (zmniejszenie liczby wypadków o 40-80%),
- zmniejszenie czasów podróży i zużycia energii (o 45-70%),
- poprawę komfortu podróżowania i warunków ruchu kierowców, podróżujących transportem zbiorowym oraz pieszych,
- redukcję kosztów zarządzania taborom drogowym,
- redukcję kosztów związanych z utrzymaniem i renowacją nawierzchni,
- poprawę jakości środowiska naturalnego (redukcja emisji spalin o 30-50%),
- zwiększenie korzyści ekonomicznych w regionie²⁶.

Bardzo istotnym czynnikiem przemawiającym za zasadnością stosowania systemów ITS jest ich efektywność. Już w pierwszym, ewentualnie drugim roku

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

²⁶ J. Oskarbski, K. Jamroz, M. Litwin: Inteligentne systemy transportu – zaawansowane systemy zarządzania ruchem. www.pkid.org.pl, za: Proper, T. Allen: Intelligent Transportation System Benefits: 2000 Update. U.S. Department of Transportation Washington D.C., 2001. M. Litwin: The Role of Intelligent Transportation System (ITS) National Architecture and Standards – the Canadian Experience. W: IV Konferencja Naukowo-Techniczna „Problemy komunikacyjne miast w warunkach zatłoczenia motoryzacyjnego”. Poznań, Będlewo 2003.

funkcjonowania systemu oszczędności finansowe przekraczają koszty jego wykonania. W przypadku systemów zamiejskich, stosunek zysków do kosztów liczony w ciągu 10 lat wynosi od 1,7-8,5, przy czym największą rentownością wykazują się systemy zarządzania prędkością i systemy zarządzania ruchem na wjazdach. W przypadku systemów miejskich stosunek zysków do kosztów liczony w ciągu 10 lat wynosi od 1,7-34,0, przy czym największą rentownością wykazują się systemy sterowania ruchem na skrzyżowaniach i obszarach centralnych miast²⁷. Szacunki w innych źródłach wprowadzania rozwiązań telematycznych w transporcie specyfikują następujące korzyści:

- poprawę bezpieczeństwa o ok. 30-40%,
- zmniejszenie zanieczyszczeń środowiska ok. 10%,
- zwiększenie efektywności działania transportu o ok. 20% (kosztów zarządzania taborom drogowym, kosztów utrzymania i renowacji nawierzchni, zużycia paliwa itp.),
- lepsze wykorzystanie infrastruktury (np. 20-25% zwiększenie przepustowości ulic),
- ułatwienie, a nawet umożliwienie integracji różnych rodzajów transportu oraz połączenia z innymi systemami (granice, bezpieczeństwo publiczne) z usprawnieniem ich działania,
- zwiększenie ogólnogospodarczych korzyści poszczególnych krajów i regionów²⁸.

Na tej podstawie widoczne jest, że ITS oprócz innych korzyści pozwala na zwiększenie przepustowości dróg o około 20%, poza tym nie bez znaczenia są też inne korzyści dla użytkowników – zmniejszenie zanieczyszczeń czy poprawa bezpieczeństwa, które często są uzasadnieniem budowy nowych dróg. Na tej podstawie można sądzić że rozwiązania ITS mogą być w części przypadków substytucyjne, ale i komplementarne z budową i modernizacją dróg.

Podsumowanie

W okresie ostatnich kilkunastu lat znacząco wzrosło zapotrzebowanie na infrastrukturę drogową, zwiększyła się liczba pojazdów samochodowych, a także wielkość realizowanych przewozów transportem drogowym. Jednocześnie, pomimo znacznego zaangażowania administracji w rozbudowę układu drogowego, rozwój ilościowy i jakościowy infrastruktury drogowej oraz jej stan nie są

²⁷ Ibid.

²⁸ Strategia rozwoju transportu..., op. cit., s. 76, za: K.B. Wydro: Koncepcja rozwoju inteligentnych systemów transportowych i sposób ich ujęcia w opracowywanej strategii rozwoju transportu. Warszawa 2010 (ekspertyza dla Ministerstwa Infrastruktury).

adekwatne do oczekiwań oraz pozycji Polski w Europie. Co więcej, nie ma przesłanek pozwalających na prognozę poprawy sytuacji. Rozwój infrastruktury drogowej będzie coraz trudniejszy, budowanie nowych dróg to nie tylko znaczące nakłady inwestycyjne, to także często trudne do akceptacji przeobrażanie i zajmowanie terenów, które ma i będzie miało swoje granice. Konieczne staje się zatem lepsze wykorzystanie istniejącej infrastruktury drogowej.

Wymienić można dwa podstawowe kierunki poprawy wykorzystania dróg – ściślejsze współdziałanie zarządców dróg i zarządzających ruchem na drogach, przede wszystkim w wyniku uzgodnień, zawierania porozumień czy też wręcz przekazywania pomiędzy jednostkami zarządzania odcinkami dróg. Oczywiście powinno to być ukierunkowane na uzyskanie konkretnych efektów, m.in. w postaci sprawniejszego zarządzania siecią i efektywniejszego wydatkowania środków na drogi. Drugim kierunkiem jest wdrażanie narzędzi informatycznych, zaliczanych do ITS, umożliwiających uzyskanie znaczących korzyści, w tym także w zakresie zwiększenia przepustowości sieci, poprawy bezpieczeństwa, komfortu podróżowania z jednej strony, a z drugiej będących platformami współdziałania zarządców dróg, służb ratowniczych, podmiotów transportowych, podmiotów gospodarczych świadczących usługi mieszczące się w zakresie czynności zarządzania drogami lub zarządzania ruchem na drogach, a także indywidualnych użytkowników dróg. Wymagane jest tu wspólne podejście do sieci drogowej w danym obszarze lub na danych ciągach pomiędzy wybranymi źródłami i celami ruchu, a nie rozdzielane sieci na poszczególne odcinki, będące w gestii różnych zarządców.

Literatura

- Austen A., Dydkowski G.: Zarządzanie usługami użyteczności publicznej. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2012.
- Burnewicz J.: Ocena Wstępnego Programu Operacyjnego „Konkurencyjność transportu” w ramach Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013, Sopot 2005.
- Burnewicz J.: Prognoza zapotrzebowania na transport w Polsce do 2012 i 2020 roku. Uniwersytet Gdański, Sopot 2004.
- Burnewicz J.: Wizja struktury transportu oraz rozwoju sieci transportowych do roku 2033 ze szczególnym uwzględnieniem docelowej struktury modelowej transportu. W: Ekspertyzy do koncepcji przestrzennego zagospodarowania kraju 2008-2033. Tom II. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2008.
- Litwin M.: The Role of Intelligent Transportation System (ITS) National Architecture and Standards – the Canadian Experience. W: IV Konferencja Naukowo-Techniczna „Problemy komunikacyjne miast w warunkach zatłoczenia motoryzacyjnego”. Poznań, Będlewo 2003.

- Opoczyński K.: Synteza wyników GPR. Witryna Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad.
- Oskarbski J., Jamroz K., Litwin M.: Inteligentne systemy transportu – zaawansowane systemy zarządzania ruchem. www.pkd.org.pl, za: Proper, T. Allen: Intelligent Transportation System Benefits: 2000 Update. U.S. Department of Transportation Washington D.C., 2001.
- Plan utworzenia jednolitego europejskiego obszaru transportu – dążenie do osiągnięcia konkurencyjnego i zasobooszczędnego systemu transportu. Biała Księga. Bruksela, 29 marzec 2011.
- Polityka Transportowa Państwa na lata 2006-2025. Ministerstwo Infrastruktury, Warszawa 2005.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 1994. GUS, Warszawa 1995.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2003. GUS, Warszawa 1995.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2011. GUS, Warszawa 2012.
- StatExtracts. OECD. <http://stats.oecd.org> (28.08.2012).
- Statistics. OECD. StatExtracts. <http://stats.oecd.org> (28.08.2012).
- Strategia rozwoju transportu do 2020 roku (z perspektywą do 2030 roku). Projekt. Ministerstwo Infrastruktury, Warszawa 2011.
- Transport wyniki działalności w 2003 roku. GUS, Warszawa 2004.
- Transport wyniki działalności w 2010 roku. GUS, Warszawa 2011.
- Ustawa z 20 czerwca 1997 r. Prawo o ruchu drogowym. Dz.U. 2005, nr 108, poz. 908 z późn. zm.
- Ustawa z 21 marca 1985 roku o drogach publicznych. Dz.U. 1985, nr 14 poz. 60 wraz z późn. zm.
- Uzasadnienie do projektu zmiany ustawy z dnia 21 marca 1985 o drogach publicznych. Witryna internetowa Biuletynu Informacji Publicznej Ministerstwa Transportu i Gospodarki Morskiej, http://bip.transport.gov.pl/pl/bip/projekty_aktow_prawnych/projekty_inne/zalozenia_dr_publ/px_proj_zal_proj__ust_dr_publicz.pdf
- Wydro K.B.: Koncepcja rozwoju inteligentnych systemów transportowych i sposób ich ujęcia w opracowywanej strategii rozwoju transportu. Warszawa 2010 (ekspertyza dla Ministerstwa Infrastruktury).

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF ROAD NETWORK MANAGEMENT IN POLAND

Summary

Transport infrastructure plays a vital role in the economic development of the country. The increase in passenger and freight transport increases the demand for quality and quantity infrastructure. The purpose of this article is to provide guidelines for improving

the efficiency of road network management in Poland. The importance of modern telematics technology in the management of the existing road networks and the need for cooperation of transport infrastructure management bodies have been pointed out.

Teresa Kraśnicka

INNOWACYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW – UWARUNKOWANIA ORGANIZACYJNE

Wprowadzenie

Relatywnie niska innowacyjność polskich przedsiębiorstw, jak i całej gospodarki na tle innych krajów Unii Europejskiej sprawia, że problem ten wciąż jest atrakcyjnym przedmiotem badań naukowych, w których badacze starają się dociekać przyczyn takiego stanu rzeczy. Przedmiotem zaprezentowanych niżej rozważań są wybrane uwarunkowania organizacyjne innowacyjności polskich przedsiębiorstw, w szczególności małych i średnich (MŚP), które dominują w gospodarce polskiej i innych krajów UE. Celem artykułu jest analiza wpływu takich czynników, jak wielkość firmy, jej profil działania oraz forma organizacyjno-prawna na innowacyjność przedsiębiorstw. W zaprezentowanych wynikach badań, zrealizowanych w 2011 roku, przyjęto liczbę innowacji jako miarę innowacyjności przedsiębiorstw.

1. Pojęcie innowacyjności przedsiębiorstw w kontekście innowacyjności gospodarki

Analiza literatury przedmiotu potwierdza, iż zarówno pojęcie innowacji, jak i innowacyjności są różnie rozumiane. W definiowaniu innowacji prezentowane są zarówno podejścia wąsko, jak i szeroko ujmujące ich istotę¹, choć zdaje się dominować to drugie, zainspirowane prawie 100 lat temu przez Schumpetera. W definiowaniu innowacji wyraźne są też dwa nurty, a mianowicie jeden, w którym kładzie się nacisk na proces (innowacja jako proces, sekwencja czynności) oraz drugi, gdzie podkreśla się rezultat – nowe rozwiązania. Zatem wielu auto-

¹ M. Zastempowski: Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw. UMK, Toruń 2010, s. 55-60.

rów postrzega innowacje jako wprowadzanie pewnych idei, działań, systemów, strategii, programów, urządzeń, procesów, produktów czy usług, które są nowe dla organizacji². Innowacje wyjaśnia się jako proces twórczego wykorzystania wiedzy, transformacji wiedzy posiadanej przez organizację czy pozyskiwanej z zewnątrz – w nowe produkty, usługi czy procesy³. Aspekt procesowy szczególnie wyraźnie eksponują Tidd i Bessant: „[...] innowacja jest procesem w wyniku, którego dostrzeżona okazja staje się nowym pomysłem, a ten znajduje powszechne praktyczne zastosowanie”⁴. Innowacja to ciąg zdarzeń, który ostatecznie powinien poprzez wdrożenie nowego rozwiązania przynieść korzyści organizacji⁵.

Współcześnie coraz częściej zwraca się uwagę nie tylko na korzyści dla firmy, ale na „nowe wartości” dla klienta⁶ lub szerzej – dla interesariuszy, co m.in. znajduje odzwierciedlenie w tzw. Criteria for Performance Excellence National Institute of Standard and Technology z 2008 roku. Tam innowacje rozumie się jako wprowadzanie znaczących zmian, które usprawniają produkty/usługi danej organizacji, jej procesy, procedury i model biznesu, dostarczając tym samym nowej wartości interesariuszom⁷. D. Smith przytacza z kolei wiele definicji, w których przede wszystkim podkreśla się, że innowacja to nowa idea, praktyka czy przedmiot⁸. Uwagi powyższe potwierdzają, że w opracowaniach naukowych znajdujemy liczne zarówno jednowymiarowe, jak i wielowymiarowe koncepcje innowacji⁹.

Dla celów badawczych i analiz porównawczych rekomendowana jest definicja (i klasyfikacja zarazem) innowacji zaproponowana przez specjalistów OECD, zawarta w tzw. Podręczniku Oslo (Oslo Manual), którą wykorzystano w przeprowadzonych badaniach empirycznych, zaprezentowanych w niniejszym opracowaniu. Definiuje się w nim innowację jako wdrożenie nowego lub zna-

² F. Damanpour: Organizational Size and Innovation. „Organization Studies” 1992, Vol. 13, No. 3, s. 375-402.

³ D. Cavagnoli: A Conceptual Framework For Innovation: An Application to Human Resource Management Policies in Australia. „Innovation: Management, Policy & Practice” 2011, Vol. 13, April, s. 111.

⁴ J. Tidd, J. Bessant: Managing Innovation. Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley & Sons, Ltd. England 2009, s. 16.

⁵ Ibid., s. 19.

⁶ D.O'Sullivan, L. Dooley: Applying Innovation. SAGE, California 2009, s. 5.

⁷ J.C. Timmerman: A Systematic Approach for Making Innovation a Core Competency. „The Journal for Quality and Participation” 2009, January, Vol. 31, No. 4, s. 6.

⁸ D. Smith: Exploring Innovation. McGraw-Hill Education, UK, 2006, s. 6.

⁹ R. Garcia, R. Calantone: A Critical Look at Technological Innovation Typology and Innovativeness Terminology: A Literature Review. „The Journal of Product Innovation Management” 2002, Vol. 19, s. 110-132; H. Salavou: The Concept of Innovativeness: Should we Need to Focus? „European Journal of Innovation Management” 2004, Vol. 7, No. 1, s. 33-44.

cząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem¹⁰. W Podręczniku Oslo wyodrębnia się cztery typy innowacji, obejmujące szeroki zakres zmian w działalności przedsiębiorstw: innowacje produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe¹¹. Zatem założenia podręcznika Oslo uwzględniają szerokie rozumienie innowacji, podobnie jak inne koncepcje innowacji, w których zwraca się uwagę nie tylko na innowacje technologiczne (produktowe i procesowe), ale także nie-technologiczne. Przykładem może tu być typologia innowacji, zaproponowana przez Francisa i Bessanta. Wyróżniają oni następujące typy innowacji w przedsiębiorstwie: wprowadzenie nowego produktu lub jego ulepszenie; wprowadzenie nowego procesu lub jego ulepszenie, definiowanie lub redefiniowanie pozycji firmy lub produktu oraz definiowanie lub redefiniowanie dominującego paradygmatu firmy¹².

Przedmiotem zainteresowania w niniejszym artykule jest innowacyjność przedsiębiorstwa, przy czym przez wielu badaczy pojęcie to jest utożsamiane z pojęciem innowacji¹³. Wydaje się jednak, że przeważają poglądy dotyczące tego terminu, w których innowacyjność wyraźnie traktowana jest jako pewien atrybut przedsiębiorstwa, jego zdolność do wprowadzania innowacji, którą można mierzyć i oceniać. Jest to zdolność do tworzenia czegoś nowego lub wprowadzania znaczących zmian, działanie w sposób, który wykorzystuje tę zdolność¹⁴.

Prezentowane w literaturze przedmiotu analizy poglądów na ten temat pozwalają stwierdzić, iż innowacyjność postrzega się jako zdolność do wprowadzania nowych produktów na rynek, otwarcie nowego rynku poprzez kombinację orientacji strategicznej z innowacyjnymi zachowaniami i procesami¹⁵. C.B. Dobni podkreśla, że innowacyjność organizacji może być jeszcze szerzej definiowana i obejmować chęci (skłonność) do bycia innowacyjnym oraz zdolności do wprowadzania nowych produktów, usług czy idei, aż po ich wdrażanie,

¹⁰ Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji. OECD/ Wspólnoty Europejskie 2005. PARP, Warszawa 2008, s. 48.

¹¹ Ibid., s. 49.

¹² Managing Innovation and Change. Ed. D. Mayle. SAGE Publications, London 2006, s. 202.

¹³ Hee-Jae Cho, V. Pucik: Relationship between Innovativeness, Quality, Growth, Profitability, and Market Value. „Strategic Management Journal” 2005, Vol. 26, s. 556.

¹⁴ M.F. Hilami, T. Ramayah, Y. Mustapha, S. Pawanchik: Product and Process Innovativeness: Evidence from Malaysian SMEs. „European Journal of Social Science” 2010, Vol. 16, No. 4, s. 557.

¹⁵ E. Danneels, E.J. Kleinschmidt: Product Innovativeness from the Firm's Perspective: Its Dimensions and their Impact on Project Selection and Performance (Rev 1/2000), Institute for the Study of Business Markets, The Pennsylvania State University, ISBM Report 4-2000.

które prowadzi do poprawy wyników biznesowych¹⁶. W literaturze polskiej spotykamy podobne zróżnicowanie podejść do innowacyjności, ale wydaje się, że dominuje traktowanie innowacyjności jako skłonności i zdolności firmy do wprowadzania innowacji¹⁷. W nawiązaniu do takiego podejścia B. Pichlak wyodrębnia aż trzy wymiary innowacyjności organizacyjnej: skłonność do generowania (adaptacji) innowacji, zdolność do generowania innowacji oraz gotowość do podjęcia ryzyka związanego z wdrażaniem innowacji¹⁸.

Dla celów badań empirycznych zwykle przyjmuje się, iż innowacyjność przedsiębiorstwa wyraża skłonność i zdolność do wdrażania nowych rozwiązań zarówno o charakterze technologicznym (innowacje produktowe i procesowe), jak i nietechnologicznym (innowacje organizacyjne i marketingowe)¹⁹. Badanie innowacyjności organizacji, niezależnie od kontekstu, wiąże się z pomiarem tego atrybutu, a więc wykorzystaniem określonych mierników. Pomiar innowacyjności przedsiębiorstwa napotyka na wiele trudności związanych z doбором miar, a jednocześnie jest uznawany zarówno przez teoretyków, jak i praktyków za kluczowy, co ostatecznie przekłada się na wiele istniejących podejść do tego zagadnienia²⁰. H. Salavou zestawia najbardziej powszechnie stosowane miary innowacyjności organizacyjnej: czas jaki potrzebny jest do wdrożenia, dychotomiczna miara (zmienna): zastosowanie (adaptacja) lub niezastosowanie innowacji, poziom wydatków na B+R, ekonomiczną wartość innowacji, liczba wdrożonych innowacji i subiektywne miary²¹. Wydaje się, że te ostatnie stosowane są szczególnie często w prezentowanych wynikach badań, prowadzonych zarówno na świecie²², jak i w Polsce²³.

Kwestia pomiaru innowacyjności organizacyjnej (w szczególności przedsiębiorstw) ściśle wiąże się z problematyką pomiaru innowacyjności gospodarek i regionów. Podobnie jak w przypadku przedsiębiorstw, można mówić o innowacyjności gospodarek i regionów, rozumianej jako ich skłonność i zdolność do realizacji innowacji, której składowymi są pozostające do dyspozycji zasoby

¹⁶ C.B. Dobni: The Relationship Between an Innovation Orientation and Competitive Strategy. „International Journal of Innovation Management” 2010, Vol. 14, No. 2, s. 334.

¹⁷ Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa. Red. R. Nowacki. Difin, Warszawa 2010, s. 30.

¹⁸ M. Pichlak: Uwarunkowania innowacyjności organizacji. Studium teoretyczne i wyniki badań. Difin Warszawa 2012, s. 36.

¹⁹ Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa. Op. cit., s. 30.

²⁰ R. Adams, J. Bessant, R. Phelps: Innovation Management Measurement: A Review. „International Journal of Management Reviews” 2006, Vol. 8, No. 1.

²¹ H. Salavou: The Concept of Innovativeness: Should we Need to Focus? „European Journal of Innovation Management” 2004, Vol. 7, No. 1.

²² M.F. Hilami, T. Ramayah, Y. Mustapha, S. Pawanchik: Op. cit.; Hee-Jae Cho, V. Pucik: Op. cit.

²³ M. Zastempowski: Op. cit.; M. Pichlak: Op. cit.

oraz metody²⁴. Do pomiaru innowacyjności gospodarki stosuje się również wiele miar, ale większość z nich opiera się na pomiarze innowacyjności przedsiębiorstw (w tym MŚP). Popularnym wskaźnikiem innowacyjności gospodarki²⁵ jest udział w badanej populacji przedsiębiorstw przemysłowych, które w ostatnich 3 latach wprowadziły innowacje techniczne. Ponadto, wykorzystuje się takie wskaźniki, jak wielkość wydatków na działalność innowacyjną ponoszonych przez przedsiębiorstwa przemysłowe. Inne stosowane mierniki innowacyjności gospodarki to wskaźnik udziału nakładów brutto na badania i rozwój w PKB, handel wyrobami wysokiej techniki gospodarki danego kraju z zagranicą, liczba wynalazków zgłoszonych do ochrony i struktura produkcji sprzedanej w sekcji przetwórstwo przemysłowe według poziomów techniki (wysoka technika, średniowysoka, średnioniska, niska).

Stosowane są także wskaźniki syntetyczne oceniające innowacyjność gospodarki, których metodologię wypracowały organizacje międzynarodowe (np. OECD, Bank Światowy czy UE). Najbardziej znanym tego typu wskaźnikiem jest Sumary Innovation Index (SII) stworzony na podstawie ponad 20 wskaźników szczegółowych, dotyczących wykształcenia, wydatków na B+R, patentów, innowacyjności MŚP czy finansowania innowacji. Tego rodzaju wskaźniki służą często do tworzenia rankingów państw/gospodarek, w których Polska zwykle zajmuje dalekie miejsce. W ostatnim opublikowanym w 2011 roku opracowaniu Innovation Union Scoreboard prezentowane są wielkości wskaźnika SII, który obliczono na podstawie czterech kategorii wskaźników szczegółowych, dotyczących m.in. zasobów ludzkich, inwestycji, współpracy i przedsiębiorczości, innowacyjności²⁶.

Należy podkreślić, że znacząca część wskaźników dotyczy przedsiębiorstw kwalifikowanych do MŚP. W skład wskaźnika SII wchodzi % MŚP, które wdrażają innowacje, % MŚP, które wdrażają innowacje we współpracy z innymi podmiotami, % MŚP, które wdrażają innowacje produktowe i procesowe, % MŚP, które wdrażają innowacje organizacyjne i marketingowe²⁷. Według tej metodologii, wyniki oceny innowacyjności 27 państw członkowskich UE pokazują cztery kategorie krajów. Są to liderzy innowacyjności (Innovation Leaders), do których m.in. należą Niemcy, Szwecja czy Dania, dalej – „doganiający” (Innovation Followers), takie kraje, jak Austria, Belgia czy Francja. Kolejną kategorię stanowią umiarkowani innowatorzy (Moderate Innovators),

²⁴ Innowacyjność w zarządzaniu..., op. cit., s. 30.

²⁵ Kierunki zwiększania innowacyjności gospodarki na lata 2007-2013. Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2006, s. 20-32.

²⁶ Innovation Union Scoreboard 2011. European Union. PRO INNO EUROPE. Belgium 2012.

²⁷ Ibid., s. 10-11.

wśród których znalazła się Polska oraz takie np. kraje, jak Włochy, Portugalia, Czechy, przy czym wskaźnik dla Polski jest najniższy w tej kategorii. Wreszcie kraje o najniższym wskaźniku innowacyjności tzw. Modest Innovators, obejmujące Bułgarię, Litwę czy Rumunię²⁸. W ocenie innowacyjności gospodarek i tworzeniu na podstawie takich ocen rankingów stosuje się nie tylko SII, ale także inne wskaźniki, np. liczbę uzyskanych patentów²⁹.

Z powyższych uwag wynika, że problem pomiaru innowacyjności przedsiębiorstw jest ważny, gdyż innowacyjność gospodarek oceniana jest w głównej mierze na podstawie miar innowacyjności firm, co inspiruje do doskonalenia i poszukiwania takich mierników.

2. Uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw

Badanie uwarunkowań innowacyjności przedsiębiorstw stanowi jeden z ważniejszych kierunków badań w tym obszarze. Wynika to ze znaczenia problematyki dotyczącej poszukiwania odpowiedzi na fundamentalne pytanie: od czego uzależnione jest prowadzenie działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa, w szczególności zaś od czego zależy skuteczne wdrażanie innowacji. Generalnie uwarunkowania te rozważane są na dwóch płaszczyznach – jako determinanty zewnętrzne (np. polityka państwa, dostęp do kapitału) i wewnętrzne, czyli te związane z funkcjonowaniem organizacji. Istnieje wiele propozycji typologii uwarunkowań innowacyjności, w których zwraca się uwagę na: zasoby organizacji, strukturę organizacyjną, kulturę organizacyjną, system komunikacji, styl przywództwa, cechy zarządzających, system komunikacji, kompetencje tworzenia więzi międzyorganizacyjnych, cechy zarządzających³⁰.

W licznych badaniach determinanty innowacyjności wiąże się z posiadanym przez organizację i wykorzystywanym przez nią potencjałem innowacyjności. Potencjał ten jest postrzegany jako wielowymiarowy konstrukt obejmujący innowacyjność produktową, procesową, rynkową, strategiczną i be-

²⁸ Ibid., s. 12.

²⁹ Dane Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO) z 2010 roku pokazują, że organizacja ta objęła ochroną patentową 164 tys. wynalazków. Ponad 27% z nich pochodziło z USA. Japończycy uzyskali ponad 32 tys. patentów (19,6%), a trzecie pod tym względem Niemcy 17,6 tys. (10,7%). Polska znalazła się na 31 miejscu tego rankingu. Z Polski pochodzi zaledwie 199 patentów, czyli 0,12% dorobku światowego. Dane z portalu: Forsal.pl

³⁰ M. Pichlak: Op. cit., s. 72-123.

hawioralną³¹. Ciekawe podejście do potencjału innowacyjnego o charakterze kulturowym prezentuje C.B. Dobni, wyodrębniając skłonność (intention) do innowacji, infrastrukturę innowacyjną, orientację rynkową oraz środowisko dla wdrażania innowacji³².

W polskiej literaturze przedmiotu potencjał innowacyjny postrzegany jest zwykle jako zbiór czterech kluczowych elementów, takich jak potencjał finansowy, ludzki, rzeczowy i wiedza³³, traktowanych jako potencjał wewnętrzny. Większość podejść do potencjału innowacyjnego prezentowanych w rodzimej literaturze przedmiotu uwzględnia także potencjał zewnętrzny, związany z wpływem czynników otoczenia przedsiębiorstwa³⁴.

Ważnym czynnikiem innowacyjności przedsiębiorstw wydaje się ich wielkość, zwłaszcza że niekiedy prezentowane są skrajne poglądy: o wysokiej innowacyjności małych firm i przeciwstawne do nich – o wysokiej innowacyjności dużych przedsiębiorstw. Przegląd literatury z tego zakresu potwierdza, że wielkość firmy, mierzona najczęściej liczbą zatrudnionych, jest przedmiotem badań podejmowanych także w kontekście innowacyjności przedsiębiorstw, zwłaszcza produkcyjnych. H. Forsman i H. Rantanen, na podstawie przeprowadzonych, obszernych studiów literaturowych, stwierdzają, że prezentowane wyniki badań dotyczące związków szeroko rozumianego rozwoju innowacji z rozmiarami przedsiębiorstw nie przynoszą rozstrzygających wniosków³⁵. Przytaczają oni wiele wyników badań naukowych, które odbiegają od najbardziej utartych sądów, np. relacjonują badania, z których wynika, iż małe i duże firmy są bardziej innowacyjne niż przedsiębiorstwa średniej wielkości³⁶.

Zarysowany stan badań, ale także istniejąca struktura podmiotów gospodarczych, zdominowana przez małe i średnie przedsiębiorstwa³⁷ (które stanowią 99% ogółu podmiotów), zainspirowały do uwzględnienia w badaniach dotyczących uwarunkowań innowacyjności przedsiębiorstw w Polsce ich wielkości, a także związanej z nią formy organizacyjno-prawnej oraz profilu działalności.

³¹ C.L. Wang, P.K. Ahmed: The Development and Validation of the Organisational Innovativeness Construct Using Confirmatory Factor Analysis. „European Journal of Innovation Management” 2004, Vol. 7, No. 4, s. 303-313.

³² C.B. Dobni: Measuring Innovation Culture in Organizations. „European Journal of Innovation Management” 2008, Vol. 11, No. 4, s. 540-541.

³³ M. Zastempowski: Op. cit., s. 114-115.

³⁴ Ibid., s. 116-117.

³⁵ H. Forsman, H. Rantanen: Small Manufacturing and Service Enterprises as Innovators. A Comparison by Size. „European Journal of Innovation Management” 2011, Vol. 14, No. 1, s. 28.

³⁶ Ibid.

³⁷ Definiowane zgodnie z Ustawą z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej. Dz.U. 2004, nr 173, poz. 1807.

3. Metodyka badań

Zaprezentowane niżej wyniki badań odnoszą się do zaledwie części przeprowadzonych obszernych badań dotyczących m.in. uwarunkowań i pomiaru innowacyjności przedsiębiorstw³⁸. Badania zostały przeprowadzone metodą wywiadu kwestionariuszowego³⁹, wśród 250 przedsiębiorstw działających na terenie województwa śląskiego. Badaniami objęto głównie małe firmy (zatrudniające od 10 do 49 pracowników), które stanowiły prawie 77% ogólnej liczby podmiotów, co wynika z istniejącej struktury przedsiębiorstw w Polsce i Europie. Z kolei średnie firmy (zatrudniające 50-249 osób)⁴⁰, stanowiły 14% badanych podmiotów, zaś przedsiębiorstw powyżej 250 osób, uczestniczących w badaniach było niespełna 9%. Należy zauważyć, że w badaniach pominięto mikrofirmy (czyli zatrudniające do 9 osób). Wśród badanych przedsiębiorstw 77 prowadziło działalność handlową (30,8%), 74 – usługową (29,6%), 60 – mieszaną (24%) i 39 – produkcyjną (15,6%). Zdecydowana większość, bo aż 209 badanych przedsiębiorstw (83,6%), osiągnęła dodatnie wyniki finansowe w 2010 roku, pozostałe 29 prowadziło działalność na granicy opłacalności lub odnotowało straty (4,8%). Podobnie większość firm (82,4%) deklarowała posiadanie pełnej płynności finansowej.

Na pytania zawarte w kwestionariuszu odpowiadali głównie przedstawiciele kierownictwa wyższego szczebla lub średniego (88,8%); pozostali respondenci zatrudnieni byli na innych stanowiskach.

4. Wyniki badań

W badaniach przyjęto dwa mierniki poziomu innowacyjności przedsiębiorstw, ale w prezentowanej niniejszym opracowaniu analizie ograniczono się tylko do jednego z nich, tzn. liczby innowacji, z podziałem na cztery ich katego-

³⁸ Badania zostały przeprowadzone przez zespół pracowników Katedry Przedsiębiorczości i Zarządzania Innowacyjnego Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, pod kier. prof. UE dr hab. Teresy Kraśnickiej, w składzie: dr Grzegorz Głód, dr Tomasz Ingram, mgr Wojciech Głód oraz mgr Martyna Wronka. Badania zostały przeprowadzone w trzecim kwartale 2011 roku. Były to badania związane z rozwojem potencjału badawczego Katedry nt. Innowacyjność przedsiębiorstw – koncepcje, uwarunkowania i pomiar. Etap I. Koncepcje i uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw.

³⁹ Rzetelność narzędzia badawczego sprawdzono wykorzystując współczynnik alfa Cronbacha, który wahał się od 0,61 do 0,89 dla poszczególnych części kwestionariusza.

⁴⁰ Średnie firmy zatrudniające od 50 do 249 osób analizowano uwzględniając ich podział na dwie kategorie: zatrudniające od 50 do 100 osób oraz od 101 do 249 osób, gdyż przedział ten jest znacznie szerszy aniżeli małych firm.

rie (produktowe, procesowe, organizacyjne i marketingowe), przy czym innowacje produktowe i procesowe połączono w jedną kategorię innowacji technologicznych⁴¹. Biorąc pod uwagę poziom innowacyjności, uwzględniający liczbę wprowadzonych innowacji w ostatnich 3 latach, największy odsetek przedsiębiorstw z ponad 32% stanowią te podmioty, które wprowadziły od 1 do 3 innowacji produktowych lub procesowych, zaś ponad 18% firm wprowadziło od 4 do 6 innowacji tego typu. Razem te przedsiębiorstwa stanowią nieco ponad 30% badanej populacji firm. Prawie 23% badanych podmiotów nie wprowadziło żadnych nowych rozwiązań w tym zakresie. Warto pokreślić, że najliczniej reprezentowaną kategorią innowacji były innowacje produktowe. Średnio na jedno przedsiębiorstwo przypadło nieco powyżej 10 innowacji, przy czym należy pamiętać, że rozpatrywany był okres 3 lat. Drugą kategorią innowacji według liczebności stanowiły innowacje marketingowe. Badane przedsiębiorstwa wdrożyły natomiast najmniej innowacji organizacyjnych. Z kolei własna ocena zdolności przedsiębiorstwa do wprowadzania innowacji, w porównaniu do innych firm w tej samej branży, w badanej próbie, przedstawiała się następująco:

- jesteśmy zdecydowanie bardziej innowacyjni niż nasi konkurenci – 11,6% respondentów,
- jesteśmy raczej bardziej innowacyjni niż nasi konkurenci – 26,8%,
- jesteśmy tak samo innowacyjni jak nasi konkurenci – 33,6%,
- jesteśmy raczej mniej innowacyjni niż nasi konkurenci – 12,8,
- jesteśmy zdecydowanie mniej innowacyjni niż nasi konkurenci – 4,4%,
- trudno powiedzieć – 10,8%.

Z powyższego zestawienia wynika, że około 38% respondentów oceniło poziom innowacyjności firmy – w stosunku do konkurentów – jako zdecydowanie wyższy lub raczej wyższy. Jeśli do tego dodać odsetek ocen „jesteśmy tak samo innowacyjni jak konkurenci” to z badań wynika, iż respondenci w zdecydowanej większości firm (72%) mają co najmniej umiarkowanie optymistyczny obraz innowacyjności swojej firmy.

Dalszym przedmiotem badań była zależność pomiędzy liczbą wdrożonych innowacji w okresie 3 lat a wielkością przedsiębiorstw, ich profilem działalności (rozumianym jako przedmiot działalności) oraz formą organizacyjno-prawną. Zestawienie szczegółowych danych obrazujących powyższe kwestie przedstawiono w tabelach 1, 2 i 3⁴².

⁴¹ Drugą miarą była subiektywna ocena innowacyjności firmy w stosunku do konkurentów.

⁴² Przedstawione wyniki badań dotyczą 249 firm; rzetelność jednego z kwestionariuszy budziła wątpliwości, dlatego został odrzucony.

Tabela 1

Innowacje wdrożone w badanych firmach (według ich wielkości)

Typy firm według wielkości zatrudnienia	Liczba firm danego typu	Liczba innowacji PP	%	Liczba innowacji M	%	Liczba innowacji O	%
10-49 osób	191	1350	53,23	762	58,62	525	62,35
50-100 osób	21	357	14,08	86	6,62	93	11,05
101-249 osób	15	291	11,47	98	7,54	57	6,77
250 i więcej	22	538	21,21	354	27,23	167	19,83
Suma	249	2536	100,00	1300	100,00	842	100,00

Z analizy danych zaprezentowanych w tabeli 1 wynika, że najwięcej innowacji technologicznych, czyli produktowych i procesowych (PP), zadeklarowanych przez respondentów, tzn. ponad połowa z ogólnej ich liczby, przypada na firmy małe (10-49 zatrudnionych). Podobnie jest w przypadku innowacji marketingowych (M), z których blisko 60% także przypada na firmy małe oraz innowacji organizacyjnych (O) – 64%. Trzeba jednak pamiętać o liczbie podmiotów poszczególnych kategorii i jeśli obliczyć średnią liczbę innowacji przypadających na jedną firmę danego typu, to wraz ze wzrostem wielkości firmy ta liczba rośnie. Przykładowo, innowacji technologicznych przypada średnio (w zaokrągleniu):

- 7 – na małą firmę (10-49 zatrudnionych) – w ciągu 3 lat,
- 19 – na firmę zatrudniającą 101-249 osób,
- 24 – na firmę dużą (250 i więcej zatrudnionych).

Kolejną kwestią stanowiącą przedmiot badań był rozkład innowacji w zależności od profilu firmy. Dane zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2

Innowacje wdrożone w badanych firmach (według ich profilu)

Rodzaje firm według profilu działalności	Liczba firm	Liczba innowacji PP	%	Liczba innowacji M	%	Liczba innowacji O	%
Produkcyjne	38	466	18,38	117	9,00	117	13,90
Handlowe	77	832	32,81	417	32,08	267	31,71
Usługowe	74	775	30,56	524	40,31	276	32,78
Mieszanym	60	463	18,26	242	18,62	182	21,62
Suma	249	2536	100,00	1300	100,00	842	100,00

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 2 najwięcej innowacji poszczególnych typów (PP/M/O) przypada na firmy handlowe i usługowe (powyżej 30% każdego typu). Jeśli analizować średnią liczbę innowacji danego typu przypada-

jąca na jedną firmę, to dość podobna liczba innowacji technologicznych i organizacyjnych przypada zarówno na jedną firmę produkcyjną, handlową, jak i usługową. Stwierdzono jedynie nieznaczną przewagę innowacji produktowych i procesowych (PP), przypadających na jedną firmę produkcyjną (12 innowacji, w porównaniu z ponad 10 przypadającymi średnio na jedną firmę handlową i usługową). Nieco większe różnice stwierdzono w przypadku innowacji marketingowych (M), których najwięcej przypada na jedną firmę usługową (7), najmniej zaś na firmę produkcyjną (3).

Przedmiotem analizy była również zależność pomiędzy formą organizacyjno-prawną a liczbą innowacji (tabela 3).

Tabela 3

Innowacje wdrożone w badanych firmach (według formy organizacyjno-prawnej)

Rodzaje firm według formy organizacyjno-prawnej	Liczba firm tego typu	Liczba innowacji (PP)	%	Liczba innowacji (M)	%	Liczba innowacji (O)	%
Indywidualna działalność gospodarcza	88	368	14,51	324	24,92	187	22,21
Spółka cywilna	29	112	4,42	86	6,62	73	8,67
Spółka z o.o.	83	1333	52,56	389	29,92	316	37,53
Spółka akcyjna	26	344	13,94	380	29,23	171	20,31
Inna forma	23	379	14,94	121	9,31	95	11,28
Suma	249	2536	100,00	1300	100,00	842	100,00

Odnosząc się do danych zawartych w tabeli 3 trzeba zauważyć, że w przypadku innowacji technologicznych największa ich łączna liczba została wdrożona w firmach działających jako spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Również najwięcej, bo aż średnio 16 innowacji, przypadło na jedną firmę tego typu, podczas gdy na firmę prowadzoną przez osoby fizyczne (indywidualna działalność gospodarcza) oraz spółki cywilne przypadają zaledwie 4 innowacje technologiczne. W przypadku innowacji marketingowych najwięcej innowacji wdrażanych było w spółkach prawa handlowego (z o.o. oraz akcyjnych), przy czym najwięcej innowacji przypadło na jedną spółkę akcyjną (blisko 7), a na firmę prowadzoną jako indywidualna działalność gospodarcza przypadały średnio zaledwie 2 innowacje tego typu (w ciągu trzech lat). Najwięcej innowacji organizacyjnych wdrażały spółki z o.o., ale najwięcej innowacji w przeliczeniu średnio na jedną firmę wdrażanych było w spółkach akcyjnych (ponad 14), podczas gdy na jedną spółkę cywilną przypadały zaledwie 3 innowacje.

Aby uzupełnić obraz innowacyjności badanych firm w powiązaniu z wybranymi uwarunkowaniami organizacyjnymi wdrażania innowacji, warto zwrócić uwagę na bariery innowacyjności wskazane przez respondentów, ze szczególnym uwzględnieniem barier o charakterze wewnątrzorganizacyjnym (tabela 4).

Tabela 4

Bariery innowacyjności i siła ich oddziaływania (w skali 1-5)

Lp.	Rodzaj bariery	Ocena
1	Wysokie koszty wdrażania	3,31
2	Brak środków finansowych	2,90
3	Niskie korzyści finansowe z innowacji	2,84
4	Brak uznania w oczach klientów	2,64
5	Ryzyko niepowodzenia i inne	2,48

Ocena barier innowacyjności w badanych przedsiębiorstwach została przez respondentów dość znacznie uśredniona. Z badań wynika, iż nie istnieją bariery, które bardzo silnie (ocena 5) lub silnie (ocena 4) ograniczają innowacyjność firmy. Według respondentów, najpoważniejszą barierą spośród zestawionych w kwestionariuszu są wysokie koszty wdrożenia, ale średnia nie przekroczyła wartości „4” (ocena wyniosła 3,31). Siłę oddziaływania wszystkich pozostałych barier oceniono jako słabą lub umiarkowaną.

Podsumowanie

Przedstawione w niniejszym artykule wyniki badań pozwalają sformułować następujące wnioski:

1. Wraz ze wzrostem wielkości firmy rośnie jej innowacyjność, mierzona liczbą innowacji wdrożonych w ostatnich trzech latach.

2. Forma organizacyjno-prawna, związana dość ściśle z wielkością przedsiębiorstwa, wpływa na innowacyjność przedsiębiorstwa; spółki kapitałowe – akcyjne i z o.o. charakteryzują się wyższym poziomem innowacyjności mierzonej liczbą innowacji przypadających na jedną firmę.

3. Profil działalności nie wpływa znacząco na wdrażanie liczby innowacji technologicznych (PP) i organizacyjnych (O); tylko w przypadku innowacji marketingowych stwierdzono pewne zróżnicowanie (stwierdzono wyższą innowacyjność firm usługowych i handlowych mierzoną liczbą innowacji przypadającą na jedną firmę).

4. Żadna z barier innowacyjności nie została oceniona jako silna lub bardzo silna.

Uzyskane wyniki badań, dotyczące zwłaszcza wielkości firmy i jej związku z poziomem innowacyjności, są w dużej części zgodne z innymi wynikami badań i analiz prowadzonych zarówno w Polsce, jak i na świecie. Z badań M. Pichlak wynika jednoznacznie, że wraz ze wzrostem wielkości firmy rośnie jej innowacyjność oraz że rodzaj prowadzonej działalności wywiera istotny wpływ na poziom innowacyjności (firmy produkcyjne w tych badaniach były zdecydowanie bardziej innowacyjne niż usługowe)⁴³. Podobne wyniki prezentowane są w raportach innowacyjności przedsiębiorstw opracowywanych na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Z danych zawartych w raporcie dotyczącym przedsiębiorstw przemysłowych (stan na 2010 rok) wynika, że im większe firmy, tym częściej prowadzą działalność innowacyjną⁴⁴. Z kolei badania H. Forsman i H. Rantanena nie dostarczają tak jednoznacznych wyników. Otóż z ich badań empirycznych przeprowadzonych wśród małych firm produkcyjnych i usługowych (zatrudniających mniej niż 50 osób, podzielonych na cztery kategorie wielkości: poniżej 5 osób, 5-9 osób, 10-19 osób i 20-49 osób) wynika, że relacje pomiędzy wprowadzaniem innowacji a wielkością nie mają charakteru liniowego. Związek pomiędzy wzrostem rozmiarów firmy a innowacyjnością stwierdzono jedynie w przypadku firm produkcyjnych⁴⁵.

Zaprezentowane wyniki badań empirycznych dostarczają potwierdzenia pozytywnego związku pomiędzy wielkością firmy a jej innowacyjnością – im większa firma, tym wyższy poziom jej innowacyjności (mierzony liczbą innowacji). Głoszone czasami opinie o wysokiej innowacyjności małych przedsiębiorstw należy zatem raczej odnosić do ich relatywnie wysokiej elastyczności, szybkości wprowadzania zmian adaptacyjnych, co jednak nie jest tożsame z wprowadzaniem nowych, innowacyjnych rozwiązań.

Posiadany potencjał innowacyjny, którym dysponują małe przedsiębiorstwa (oceniony w prezentowanych tu badaniach jako przeciętny) może stanowić jedną z przyczyn umiarkowanego poziomu innowacyjności badanych przedsiębiorstw w województwie śląskim. Jednocześnie analizując ocenę barier innowacyjności dokonaną przez respondentów nasuwa się wniosek, iż nie dostrzegają oni silnych barier dla wdrażania innowacji. Z tego można wnioskować, że relatywnie niski poziom innowacji, zwłaszcza małych firm, może wynikać z braku motywacji przedsiębiorców (braku potrzeby wdrażania), oceny wysokiego ryzyka,

⁴³ M. Pichlak: Op. cit., s. 179-180.

⁴⁴ Innowacyjność 2010. Raport przygotowany pod kierunkiem A. Wilmańskiej. PARP, Warszawa 2010.

⁴⁵ H. Forsman, H. Rantanen: Op. cit., s. 44.

a więc niechęci inwestowania środków w tego typu przedsięwzięcia bądź innych jeszcze przyczyn, które mogą być przedmiotem dalszych badań. Wydaje się, iż warto kontynuować badania na temat motywacji do podejmowania działalności innowacyjnej przez przedsiębiorców (w MŚP) oraz ich gotowości do podejmowania ryzyka związanego zwłaszcza z bardziej zaawansowanymi technologicznie innowacjami.

Przeprowadzone badania mają swoje ograniczenia, spośród których chyba najpoważniejsze polega na przyjętych miarach innowacyjności w postaci liczby wdrożonych innowacji (miary zresztą dość powszechnie stosowanej). W dalszych badaniach dotyczących poziomu innowacyjności przedsiębiorstw, w szczególności innowacji produktowych i procesowych, konieczne jest bardziej pogłębione podejście i uwzględnienie np. zakresu nowości, podziału na innowacje radykalne i inkrementalne, co wiąże się z podjęciem badań jakościowych.

Polityka państwa, w tym także na poziomie samorządowym, powinna być ukierunkowana na odbiurokratyzowanie przedsiębiorczości i tworzenie sprzyjających warunków do prowadzenia działalności gospodarczej takich, które silniej motywowałyby nie tylko do zakładania nowych podmiotów, ale przede wszystkim do rozwijania działalności, inwestowania, aby małe firmy mogły się rozwijać i zwiększać swoje rozmiary, a tym samym potencjał innowacyjny.

Literatura

- Adams R., Bessant J., Phelps R.: Innovation Management Measurement: A Review. „International Journal of Management Reviews” 2006, Vol. 8, No. 1.
- Cavagnoli D.: A Conceptual Framework For Innovation: An Application to Human Resource Management Policies in Australia. „Innovation: Management, Policy & Practice” 2011, Vol. 13, April.
- Damanpour F.: Organizational Size and Innovation. „Organization Studies” 1992, Vol. 13, No. 3.
- Danneels E., Kleinschmidt E.J.: Product Innovativeness from the Firm's Perspective: Its Dimensions and their Impact on Project Selection and Performance (Rev 1/2000), Institute for the Study of Business Markets, The Pennsylvania State University, ISBM Report 4-2000.
- Dobni C.B.: Measuring Innovation Culture in Organizations. „European Journal of Innovation Management” 2008, Vol. 11, No. 4.
- Dobni C.B.: The Relationship Between an Innovation Orientation and Competitive Strategy. „International Journal of Innovation Management” 2010, Vol. 14, No. 2.
- Garcia R., Calantone R.: A Critical Look at Technological Innovation Typology and Innovativeness Terminology: A Literature Review. „The Journal of Product Innovation Management” 2002, Vol. 19.

- Hee-Jae Cho, Pucik V.: Relationship between Innovativeness, Quality, Growth, Profitability, and Market Value. „Strategic Management Journal” 2005, Vol. 26.
- Hilami M.F., Ramayah T., Mustapha Y., Pawanchik S.: Product and Process Innovativeness: Evidence from Malaysian SMEs. „European Journal of Social Science” 2010, Vol. 16, No. 4.
- Innowacyjność 2010. Raport przygotowany pod kierunkiem A. Wilmańskiej. PARP, Warszawa 2010.
- Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa. Red. R. Nowacki. Difin, Warszawa 2010.
- Managing Innovation and Change. Ed. D. Mayle. SAGE Publications, London 2006.
- O’Sullivan D., Dooley L.: Applying Innovation. SAGE, California 2009.
- Pichlak M.: Uwarunkowania innowacyjności organizacji. Studium teoretyczne i wyniki badań. Difin, Warszawa 2012.
- Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji. OECD/Wspólnoty Europejskie 2005. PARP, Warszawa 2008.
- Salavou H.: The Concept of Innovativeness: Should we Need to Focus? „European Journal of Innovation Management” 2004, Vol. 7, No. 1.
- Salavou H.: The Concept of Innovativeness: Should we Need to Focus? „European Journal of Innovation Management” 2004, Vol. 7, No. 1.
- Smith D.: Exploring Innovation. McGraw-Hill Education, UK, 2006.
- Tidd J., Bessant J.: Managing Innovation. Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley & Sons, Ltd. England 2009.
- Timmerman J.C.: A Systematic Approach for Making Innovation a Core Competency. „The Journal for Quality and Participation” 2009, January, Vol. 31, No. 4.
- Wang C.L., Ahmed P.K.: The Development and Validation of the Organisational Innovativeness Construct Using Confirmatory Factor Analysis. „European Journal of Innovation Management” 2004, Vol. 7, No. 4.
- Zastempowski M.: Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw. UMK, Toruń 2010.

ENTERPRISE INNOVATIONS – ORGANIZATIONAL DETERMINANTS

Summary

The paper aims at presenting deliberations explaining the concept of innovation and its measurement issues in relation to both enterprises and economy. The level of enterprise innovation depends on several factors, particularly internal, related to the functioning of the organization. The paper presents the results of empirical studies on the effects of selected variables, such as size of the company, its profile and the organizational and legal form, on the level of innovation. These interrelations are considered in the context of the barriers to innovation rated as moderate, or with no strong impact on innovation implementation.

Dominika Bochańczyk-Kupka

ROLA PAŃSTWA W GOSPODARCE WSPÓŁCZESNEJ JAPONII

Wprowadzenie

Populacja Japonii liczy obecnie ponad 127 mln osób, PKB per capita w 2010 roku wynosiło 41 820 USD i stanowiło 5,82% światowego PKB (PPP)¹. Międzynarodowy Fundusz Walutowy szacuje, że w 2012 roku udział ten wzrósł o 2%, a w 2013 o 1,7%².

Rola Japonii w gospodarce światowej jest nadal duża, choć kraj ten znacznie zmienił się w ciągu ostatnich dwudziestu lat. Proces zmian został zapoczątkowany już pod koniec lat osiemdziesiątych gdy dynamiczny rozwój gospodarki japońskiej oparty na ekspansji inwestycyjnej, rozwoju wysoko zaawansowanych technologicznie wyrobów przemysłowych oraz rosnącej nadwyżce finansowej zakończył się i Japonia stopniowo przekształcała się w wielkiego eksportera kapitału i technologii. Sprzyjały temu procesowi zmiany w strukturze gospodarczej oraz reformy instytucjonalne. Na konieczność tych zmian w znacznym stopniu wpłynęły trzy wydarzenia: pęknięcie bańki spekulacyjnej w 1993 roku, azjatycki kryzys finansowy z lat 1997-1998, a także trzęsienie ziemi z 11 marca 2011 roku oraz następująca po nim fala tsunami³.

¹ Global Competitiveness Report 2012. World Economic Forum, Lozanna 2011-2012, s. 218.

² World Economic Outlook: Growth Resuming, Danger Remain. IMF 2012, s. 2.

³ Uważa się, że kryzys finansowy z 2008 roku nie wywarł na gospodarce japońskiej silnego negatywnego wpływu z uwagi na stosunkowo niewielką ilość „złych kredytów”. Wręcz przeciwnie, stał się sygnałem do ekspansji zagranicznej banków japońskich polegającej na ekspansji na rynki azjatyckie (m.in. największy bank inwestycyjny Nomura wykupił azjatyckie i bliskowschodnie oddziały Lehman Brothers, Mitsubishi UFJ Financial Group zakupiło w 2009 roku 20% pakiet akcji Morgan Stanley oraz pakiet kontrolny Union Bank of Kalifornia). Dodatkowo stopień umiędzynarodowienia japońskich korporacji był znacznie mniejszy niż amerykańskich czy europejskich co sprawiło, iż w Japonii polityka gospodarcza państwa i korporacji w relatywnie większym stopniu była kształtowana pod wpływem czynników wewnętrznych niż w innych wysoko uprzemysłowionych krajach. J. Bossak: Japonia a globalny kryzys gospodarczy. W: Państwa narodowe wobec kryzysu ekonomicznego. SGH, Warszawa 2010, s. 22.

Długotrwały kryzys wymusił procesy liberalizacji gospodarki i odejście od planowania długookresowego⁴. Jednocześnie jednak gwałtownie rósł deficyt budżetowy i dług publiczny. Dlatego też interesująca wydaje się próba omówienia niektórych aspektów roli państwa w gospodarce współczesnej Japonii.

Celem artykułu jest pokazanie wybranych obszarów w gospodarce japońskiej, w których to rola państwa uległa w ostatnich latach modyfikacji⁵. Dotyczą one: prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych, zmiany znaczenia agencji rządowych w rozwoju przemysłu oraz roli banku centralnego w gospodarce. Pokazany zostanie również udział państwa we wspomaganiu rozwoju regionalnego i rozwoju innowacji na przykładzie klastrów.

1. Zmiany w gospodarce

Jeszcze w latach osiemdziesiątych XX wieku gospodarka Japonii była przez ekonomistów z całego świata traktowana jako wzór do naśladowania. Trwający od lat sześćdziesiątych „cud gospodarczy” był napędzany głównie poprzez produkcję i eksport. Szczególnie koniec lat osiemdziesiątych był dla tej gospodarki bardzo korzystny. Gospodarkę japońską w okresie od II wojny światowej do lat osiemdziesiątych traktowano jako „[...] kierowaną gospodarką rynkową typu keynesowskiego”⁶, której priorytetem była ekspansja eksportowa. System ten często był określany jako Japan Inc., czyli państwo korporatystyczne oparte na współpracy rządu z biznesem, w którym rząd odgrywał istotną rolę we wspieraniu wzrostu gospodarczego⁷. Układ sił w gospodarce nazywano „żelaznym trójkątem władzy”, w którym funkcjonowały jednocześnie biurokracja rządowa, partia rządząca (LDP) oraz wielkie grupy przedsiębiorstw – keiretsu. Związki tych podmiotów były szczególnie z uwagi na wzajemne zaufanie i szacunek oraz bardzo bliską współpracę⁸.

⁴ W okresie od 1956 do 1980 roku zrealizowanych zostało siedem planów: plan ekonomicznej samowystarczalności (1956-1960), nowy plan długookresowy (1958-1962), podwojenie PKB (1961-1970), średniookresowy plan (1964-1968), ekonomiczny i socjalny plan rozwoju (1970-1975), podstawowy plan ekonomiczny i socjalny (1973-1977) oraz ekonomiczny plan (1976-1980). W ciągu tych okresów stopa wzrostu PKB wynosiła odpowiednio: 8,8%, 9,7%, 11,6%, 10,1%, 5,1%, 3,5% oraz 4,5%. Natomiast stopa inflacji w kolejnych okresach wynosiła: 1,8%, 3,4%, 5,7%, 5,0%, 11,1%, 12,9% oraz 6,4%. T. Kowalik: *Systemy gospodarcze. Efekty i defekty reform i zmian ustrojowych*. Fundacja Innowacja, Warszawa 2005, s. 182, tabela 5.

⁵ Zagadnienie to jest bardzo obszerne i dlatego do niniejszego artykułu zostało wybranych zaledwie kilka aspektów ukazujących zmiany w roli państwa w gospodarce. Wybrane przykłady wydają się istotne, gdyż pokazują ogólny kierunek zmian w sposobie rozumienia roli państwa w Japonii.

⁶ H. Samaryna: *Deflacja w Japonii*. PWE, Warszawa 2010, s. 48.

⁷ Ibid.

⁸ J. Bossak: *Strategia rozwoju w punkcie zwrotnym*. PWN, Warszawa 1990, s. 66.

Załamanie się gospodarki w wyniku pęknięcia „bańki mydlanej” spowodowało utratę zaufania do gospodarki i do rządu⁹. Sytuacja była tak poważna, iż rządząca od 1955 roku partia LDP po raz pierwszy straciła władzę¹⁰. Kolejne lata były bardzo trudne: gwałtowny wzrost kursu jena, deflacja oraz rosnące wydatki publiczne zwiększające dług publiczny to tylko niektóre z problemów. Kryzys oraz przedłużająca się stagnacja gospodarcza doprowadziły do konieczności zmian w tradycyjnie pojmowanej roli państwa. Za motto tamtych czasów można uznać często powtarzane słowa byłego premiera Japonii Junichiro Koizumi: „[...] wszystko co sektor prywatny może zrobić lepiej niż państwo powinno być robione przez sektor prywatny”¹¹.

Początkowo rząd japoński próbował walczyć z problemami gospodarczymi za pomocą tradycyjnego narzędzia, czyli zwiększania wydatków publicznych. Od 1992 roku wdrażano różnego typu programy stymulujące jednocześnie obniżając podatki. Równocześnie przyznano bardzo dużą pomoc finansową dla banków i mniejszych przedsiębiorstw¹². Mimo że podjęte działania przyczyniały się do wzmacniania wzrostu gospodarczego, to nie udało się odbudować zaufania społecznego do instytucji rządowych. Konieczne stało się więc ponowne zdefiniowanie roli państwa w gospodarce. W tym celu podjęto wiele działań, m.in. dokonano prywatyzacji części przedsiębiorstw, zmianie uległa rola agencji rządowych oraz banku centralnego w planowaniu i sterowaniu gospodarką. Ogromne środki przeznaczono także na wspieranie rozwoju regionów (głównie klastrów) poprzez inwestycje w innowacje.

2. Reforma FILP i polityka fiskalna

Zmianom w polityce gospodarczej państwa towarzyszyła reforma instytucjonalna. Związana była ona z reformą Zaito (Fiscal Investment and Loan Program – FILP) oraz prywatyzacją poczty. Zaito był programem wspierania kapitałowego krajowych przedsiębiorstw i przemysłów finansowanym za po-

⁹ W wyniku pęknięcia banki spekulacyjnej ceny akcji i nieruchomości spadły prawie o 60%. Wartość indeksu giełdowego NIKKEI225 spadła o ponad 60% z 38 900 punktów pod koniec 1989 roku do prawie 15 000 punktów w 1992. M. Zaleska: Kryzys w japońskim systemie bankowym. „Bank i Kredyt” 2001, nr 9, s. 53.

¹⁰ C. Andressen: Krótka historia Japonii. Wydawnictwo Akademickie Dialog, Warszawa 2009, s. 152.

¹¹ I. Tselichtchev, P. Debroux: Asia's Turning Point. John Wiley and Sons, Singapore 2009, s. 49.

¹² W 1992 roku rząd w przeznaczył 84 mld USD na programy stymulujące gospodarkę, w 1993 119 mld USD, w 1994 150 mld USD, w 1995 75 mld USD, w 1998 123 mld USD, a w 1999 137 mld USD. Dofinansowanie banków było bardzo istotnym celem, a rozmiar długów i zagmatwane procedury doprowadziły do powołania nowej jednostki nadzorującej pracę banków – powstał „bank pomostowy”, który miał przejąć 540 mld USD długów bankowych. C. Andressen: Op. cit., s. 156.

mocą Japan Post Network (określano go często mianem drugiego budżetu). Poczta w Japonii oprócz tradycyjnej roli działała jako instytucja finansowa gromadząca oszczędności ludności na rachunkach depozytowych. Fundusze w ten sposób uzyskiwane były wykorzystywane przez Ministerstwo Finansów do wspierania inwestycji i udzielania niskooprocentowanych pożyczek przedsiębiorstwom państwowym i państwowym instytucjom finansowym, takim jak Japan Development Bank, Small Business Finance Corporation, Agriculture, Forestry and Fisheries Finance Corporation, Japan Bank for International Cooperation. Zaito był więc potężnym i bardzo skutecznym narzędziem polityki przemysłowej i praktycznie każda gałąź przemysłu została przez niego doinwestowana. Od lat siedemdziesiątych FILP skupił się na finansowaniu małych i średnich przedsiębiorstw oraz rolnictwa, leśnictwa i rybołówstwa, projektów infrastrukturalnych, przedsięwzięć komunalnych oraz skierował swoją pomoc do słabiej gospodarczo rozwiniętych regionów kraju. W latach dziewięćdziesiątych pomoc instytucji wspomaganych przez ten program stanowiła około jednej trzeciej całkowitej sumy wszystkich pożyczek udzielanych przez japońskie instytucje finansowe przedsiębiorstwom¹³. W 2001 roku program został zlikwidowany, a przedsiębiorstwa państwowe i inne firmy wspomagane przez FILP zostały zobligowane do szukania wsparcia finansowego bezpośrednio na rynku finansowym poprzez emisję akcji i obligacji.

W 2005 roku rząd Japonii rozpoczął proces prywatyzacji systemu pocztowego. W 2008 roku Japan Development Bank stał się korporacją, której proces urynkowienia ma trwać do 7 lat. Natomiast pozostałe instytucje finansowe wchodzące w skład FILP zostały przekształcone w Japan Finance Corporation, która docelowo ma pozostać jedyną państwową instytucją finansową w Japonii.

Oprócz programu FILP państwo wykorzystywała w polityce fiskalnej tradycyjne instrumenty takie jak stawki podatkowe i wydatki budżetowe. Do końca lat osiemdziesiątych Japonia prowadziła restrykcyjną politykę fiskalną, wydatki budżetowe były niskie (około 32% PKB), gdyż utrzymanie nadwyżki budżetowej było jednym z priorytetów polityki gospodarczej (wysokie stawki podatkowe gwarantowały duże wpływy budżetowe). Dług publiczny do 1989 roku utrzymywał się na stabilnym poziomie około 55% PKB¹⁴. Restrykcyjna polityka fiskalna doprowadziła jednakże do spadku popytu konsumpcyjnego i zwiększenia skłonności do oszczędzania co negatywnie wpłynęło na sytuację gospodarki japońskiej w latach dziewięćdziesiątych oraz na początku XXI wieku.

¹³ J. Młodawska: Kryzys systemu bankowego i finansowego w Japonii – drogi wyjścia. „Bank i Kredyt” 2003, s. 49. W 1989 roku wielkość funduszy FILP stanowiła 8% PKB i 53% budżetu Japonii. J. Grabowicki: Japonia. Powojenna dynamika i równowaga gospodarcza. SGH, Warszawa 2000 s.148.

¹⁴ H. Samaryna: Op. cit., s. 68-69.

W tym okresie niski poziom konsumpcji tłumaczono stratami gospodarstw domowych po pęknięciu bańki spekulacyjnej, wzrostem realnego zadłużenia na skutek deflacji, zwolnieniami oraz pesymizmem społeczeństwa. Prowadzona w latach dziewięćdziesiątych polityka monetarna okazała się nieskuteczna i ekonomiści zalecali Japonii skoncentrowanie się na ekspansywnej polityce fiskalnej w celu pokonania inflacji i recesji w gospodarce. Aby wywołać wzrost cen, zgodnie z teorią ekonomii, należało obniżyć stawki podatkowe i zwiększyć wydatki publiczne. W celu uniknięcia narastania deficytu budżetowego wydatki mające stymulować gospodarkę ujęto w tzw. pakietach fiskalnych, które nie były wliczane do budżetu centralnego. Niestety w latach 1990-1996 wydatki budżetowe zwiększyły się o 14%, co spowodowało wzrost deficytu budżetowego z 1,5% PKB w 1990 roku do 4,6% PKB w 1996. Rok później rząd znacznie zredukował wydatki konsumpcyjne, zwiększył stawkę podatku konsumpcyjnego z 3% do 5% oraz stawkę na ubezpieczenia społeczne oraz zniósł część ulg podatkowych. Działania te przyniosły negatywny efekt. Dlatego też w 1998 roku rząd zredukował stawki podatku dochodowego od osób fizycznych i prawnych, uruchomił kolejne pakiety stymulacyjne oraz przerwał realizację reformy systemu fiskalnego. W kolejnych latach celami ekspansywnej polityki fiskalnej było zwiększanie popytu konsumpcyjnego przez wprowadzanie ulg i zwolnień podatkowych, tworzenie zachęt do powstawania nowych miejsc pracy, zachęcanie do inwestycji, wspieranie rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. W latach 1992-2005 udało się zahamować spadek dochodów podmiotów gospodarczych oraz ożywić popyt inwestycyjny przedsiębiorstw ale kosztem wysokiego deficytu budżetowego oraz najwyższego na świecie długu publicznego¹⁵.

Obecnie deficyt budżetowy w Japonii jest ogromny, a dług publiczny jest największy wśród krajów wysoko rozwiniętych¹⁶.

3. Rola agencji rządowych

Charakterystyczną cechą państwa prorozwojowego (developmental state) jest koncentracja kompetencji i państwowej biurokracji w wyspecjalizowanych agencjach rządowych odpowiedzialnych za wzrost gospodarki¹⁷. Podział kompetencji w Japonii do końca lat osiemdziesiątych wyglądał następująco: Minis-

¹⁵ Ibid., s. 133.

¹⁶ W 2011 roku relacja całkowitego długu publicznego do PKB w Japonii wynosiła 211,7% i szacuje się, że w 2012 roku wyniesie 219,1%. Natomiast relacja deficytu finansów publicznych do PKB w 2011 roku wynosiła -8,9% i szacuje się, że w 2012 również wyniesie -8,9%. OECD Economic Outlook 90, listopad 2011. www.oecd.org

¹⁷ A. Ząbkowicz: Instytucje i wzrost gospodarki Japonii. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 54.

terstwo Finansów prowadziło politykę makroekonomiczną (polityka fiskalna i monetarna), Ministerstwo Handlu Zagranicznego i Przemysłu (MITI) było odpowiedzialne za politykę przemysłową oraz budowało długookresowe ogólne plany rozwoju przemysłu i handlu. Analogiczne plany dla rolnictwa wyznaczała Narodowa Agencja Rolna (NLA). Ważna była również Agencja Planowania Gospodarczego (EPA) odpowiedzialna za sporządzanie średniookresowych prognoz i planów dla całej gospodarki¹⁸. Japoński system gospodarczy stanowił specyficzne połączenie niezależnych przedsiębiorstw ze znacznym stopniem kontroli ze strony państwa (podkreślić należy, że w gospodarce dominowały w tym okresie prywatne przedsiębiorstwa). Proces formułowania i realizowania polityki przemysłowej zachodził w ramach polityczno-instytucjonalnej struktury, w której organizacją wiodącą było MITI. Ministerstwo to stosując różnego rodzaju narzędzia, w tym zachęty podatkowe, niskooprocentowane kredyty i inne bodźce finansowe, było również odpowiedzialne za dostarczanie środków finansowych dla wybranych, preferowanych gałęzi przemysłu. Zostało ono także uprawnione do zapewniania licencji oraz patentów, mogło zawieszać ustawy antymonopolowe i tworzyć kartele¹⁹. Usytuowanie w układzie administracyjnym pozwalało MITI na monitorowanie realizacji planów poprzez sieć instytucji mediacji między rządem a przemysłem, a także dzięki pośredniej kontroli nad alokacją kapitału finansowego. Jednak rola MITI w gospodarce zmieniała się wraz z upływem czasu. W okresie cudu gospodarczego Japonię postrzegano jako „[...] monolit, niepodlegający żadnym wewnętrznym sprzecznościom, nastawiony na maksymalne osiągnięcie celu pod wodzą MITI”²⁰. Pod koniec lat sześćdziesiątych koordynacja między MITI a Ministerstwem Finansów stała się problematyczna (obydwa Ministerstwa chciały dominować), a od końca lat siedemdziesiątych pozycja MITI w rządzie uległa znacznemu osłabieniu. W 2001 roku w Japonii dokonano zasadniczej reformy systemu administracji publicznej. Jednym z najistotniejszych posunięć było przekształcenie Ministerstwa Handlu Zagranicznego i Przemysłu w Ministerstwo Gospodarki i Przemysłu (METI). Obecnie rola METI w gospodarce japońskiej jest również istotna i jednym z aspektów działania tego ministerstwa jest wspieranie rozwoju klastrów.

¹⁸ J. Młodawska: Japonia. Państwo a sektor prywatny. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 112.

¹⁹ S.G. Kozowski: Systemy ekonomiczne. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004, s. 175.

²⁰ J. Młodawska: Japonia. ..., op. cit., s. 120.

4. Wspieranie rozwoju klastrów

Jednym ze współczesnych aspektów aktywnej (ale selektywnej) roli państwa w gospodarce jest finansowanie przez nie wybranych regionów poprzez wspieranie rozwoju innowacji. W 2001 roku METI (Ministry of Economy, Trade and Industry – Ministerstwo Gospodarki, Handlu i Przemysłu) rozpoczęło realizację programu Projekt Klastrow Przemysłowy (industrial cluster plan) mającego na celu ożywienie wybranych regionów przez wspieranie innowacji²¹. Projekt zapewniał kompleksową obsługę i promocję powstających nowych firm, a tym samym rozwój nowych sieci współpracy pomiędzy uczelniami, przedsiębiorstwami i sektorem publicznym. Okres finansowania tego projektu wynosił 5 lat, a budżet programu 5 mln euro rocznie oraz zapewniał preferencyjny dostęp do funduszy rządu 350 mln euro²². Realizacja polityki klastrowej miała głównie wzmocnić konkurencyjność Japonii na arenie międzynarodowej.

Program został podzielony na trzy fazy²³. W fazie pierwszej powstało 19 projektów klastrowych, a w samym 2004 roku przeznaczono 680 mln jenów na promocję tworzenia klastrów²⁴. Dzięki Projektowi Klastrow Przemysłowy do końca 2005 roku utworzono 40 000 nowych firm. Opracowano także „Nowy System Wspierania Współpracy” zainicjowany przez Japońską Agencję Małych i Średnich Przedsiębiorstw (SMEA) w 2005 roku. Stanowił on wsparcie dla nowych projektów partnerskich.

W okresie od 1 kwietnia 2006 roku do 31 marca 2011 zaplanowano utworzenie kolejnych 40 000 nowych przedsiębiorstw. Podjęto także wysiłki na rzecz budowy projektu „Clearly Visible Networks”. Równocześnie trwały zaawansowane prace nad koordynacją pracy ministerstw i agencji odpowiedzialnych za pomoc w promowaniu działalności zagranicznej, jak i samowystarczalności i niezależności klastrów.

²¹ Misją klastra przemysłowego jest promowanie innowacji, tworzenie nowych przedsiębiorstw, zgodnie z krajowymi strategiami oraz osiągnięcie efektów synergicznych w lokalnej promocji przemysłu. Podstawową zasadą funkcjonowania japońskich klastrów przemysłowych jest szacunek dla realizacji priorytetowych działań oraz strategiczne wykorzystanie możliwości i środków, w tym środków generowanych przez sektor małych i średnich przedsiębiorstw.

²² Wykorzystanie koncepcji klastrów dla kształtowania polityki innowacyjnej i technologicznej państwa. Rekomendacje dla polityki stymulowania rozwoju klastrów w Polsce. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2009, s. 18.

²³ W fazie I, obejmującej lata 2001-2005, METI promowało wraz z samorządami w sumie 20 projektów. W fazie II (obejmującej lata 2006-2010) następował rozwój klastrów przemysłowych promujący wybrane przemysły. Szczególny nacisk kładziono na promocję innowacji w dziedzinie zarządzania oraz tworzenie nowych przedsięwzięć. Następnie dokonano przeglądu projektów i poprawiono istniejące. Natomiast w fazie III (lata 2011-2020) powinien nastąpić dalszy autonomiczny rozwój klastrów przemysłowych, które powinny się finansowo usamodzielniać i stać się samowystarczalne. Report on Industrial Cluster Programme. METI 2005 oraz Reviews of Regional Innovation: Competitive Regional Clusters. OECD, Paris 2007, s. 232.

²⁴ Ibid.

Równolegle od 2002 roku w Japonii realizowany jest stworzony i koordynowany przez MEXT (Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology – Ministerstwo Edukacji, Kultury, Sportu, Nauki i Techniki) program mający na celu wsparcie transferu technologii w regionach. Nacisk kładziony był przede wszystkim na powstawanie nowych klastrów, zwanych klastrami wiedzy (knowledge clusters) w przemysłach przyszłości²⁵. Programem tym zostało objętych 18 małych miejskich regionów (głównie miast)²⁶. Powstające grona skupiały się wokół ośrodków uniwersyteckich i instytutów badawczych, tworząc wirtualne centra doskonałości. Rozwijana technologia ściśle była związana ze specjalizacją naukową danego uniwersytetu. Zakres pomocy obejmował wsparcie zaawansowanych badań naukowych, dostęp do specjalistycznych usług i infrastruktury badawczej. Okres finansowania projektu również trwał 5 lat, średnio na inicjatywę przeznaczono 3,8 mln euro, natomiast budżet programu wynosił 70 mln euro rocznie²⁷.

5. Bank centralny i rynek finansowy

Nieodłącznym elementem każdego systemu bankowego jest bank centralny. Jest to instytucja nadzorująca i koordynująca cały system. Bank centralny jest organem państwowym, pełniącym wiele istotnych funkcji w gospodarce. W Japonii centralnym bankiem państwa jest Bank Japonii (Bank of Japan), powstały jako prywatna spółka z 55% udziałem Skarbu Państwa w 1882 roku. Działalność Banku Japonii była w okresie powojennym podporządkowana polityce gospodarczej i realizacji jej celów²⁸. Bezpośrednio po II wojnie światowej rząd wprowadził ostre ograniczenia w systemie finansowym. Z powodu słabości instytucji bankowych zdecydowano się na ich ochronę, jednocześnie kontrolując przepływ funduszy w kierunku ważnych i wybranych dziedzin gospodarki²⁹. Ogromne zasoby materialne oraz silna pozycja gospodarcza wymusiły w kolejnych dekadach stopniową liberalizację rynku finansowego. Wszelkie ograniczenia zmian stóp

²⁵ B. Ganne, Y. Lecer: *Asian Industrial Clusters, Global Competitiveness and New Policy Initiatives*. World Scientific Publishing 2009, s. 16.

²⁶ *Reviews of Regional...*, op. cit., s. 232.

²⁷ B. Mikołajczyk, A. Kurczewska, J. Fila: *Op. cit.*, s. 116-117.

²⁸ J. Młodawska: *Japonia...*, op. cit., s. 94-101.

²⁹ Na podstawie Ustawy o Banku Japonii bank centralny musiał wspierać politykę wysokiego wzrostu PKB i wykorzystania pełnego potencjału gospodarczego kraju kosztem stabilności cenowej. Nowa ustawa przywróciła główny cel polityki pieniężnej, choć w przypadku długotrwałej inflacji trudnym okazało się określenie pojęcia i zakresu stabilności cenowej. Więcej w: T. Ito, F.S. Mishkin: *Two Decades of Japanese Monetary Policy and The Deflation Problem*. NBER, Working Papers nr 10878.

procentowych zostały zniesione już w 1994 roku, a w 1996 rząd ogłosił plan drastycznej deregulacji systemu finansowego do 2001 roku (tzw. japoński Big Bang)³⁰.

Wprowadzona w kwietniu 1998 roku nowa Ustawa o Banku Japonii zapewniła bankowi centralnemu większą niezależność³¹. Ustawa nr 89, która weszła w życie 1 kwietnia 1998 roku określiła zarówno nowe zadania Banku Japonii, jak i cele kształtowanej przez niego polityki pieniężnej³². W ustawie mówi się o autonomii banku centralnego w prowadzeniu polityki pieniężnej, lecz jednocześnie stanowi ona, że Bank powinien utrzymywać ścisły kontakt z rządem i wymieniać z nim poglądy dotyczące sytuacji gospodarczej. Oznacza to, że w praktyce autonomia Banku jest mniejsza od tej, jaką cieszy się np. System Rezerwy Federalnej w Stanach Zjednoczonych czy Europejski Bank Centralny w strefie euro³³. Podstawowym celem polityki pieniężnej Banku Japonii jest stabilność cen, dlatego też zarówno deflacja, jak i inflacja są postrzegane jako zjawiska niekorzystne dla gospodarki. W 2006 roku Bank Japonii doprecyzował pojęcie stabilności cen rozumiejąc je jako sytuację, w której gospodarstwa domowe oraz przedsiębiorstwa mogą podejmować decyzję o konsumpcji i inwestycjach bez konieczności brania pod uwagę inflacji.

Na rynku finansowym oprócz Big Bangu istotne było powołanie w 1996 roku Agencji Nadzoru Finansowego oraz likwidacja w 2001 roku Komisji Odbudowy Finansowej, co znacznie zmniejszyło kompetencje Ministerstwa Finansów w zakresie oddziaływania na rynek finansowy. Do najistotniejszych reform należy zaliczyć także: reorganizację Korporacji Ubezpieczenia Depozytów z 1996 roku, wprowadzenie przepisów ostrożnościowych dotyczących poziomu wypłacalności banków z 1998 roku, dokapitalizowanie banków w latach 1998-1999, pakiet reform z 2001 roku, w tym pozbycie się złych kredytów, restrukturyzacja aktywów bankowych, wzmocnienie kontroli zdolności kredytowej podmiotów gospodarczych. Do końca 2003 roku zniesiono wszystkie bariery i ograniczenia systemu finansowego i uwolniło go od administracyjnych metod kontroli.

³⁰ J. Młodawska: Kryzys systemu bankowego..., op. cit. oraz H. Samaryna: Op. cit., s. 140.

³¹ Ograniczoną niezależność banku centralnego w Japonii potwierdza również fakt, iż niemal całość wydatków w budżecie Banku Japonii podlega akceptacji Ministerstwa Finansów.

³² Artykuł 1 ustawy stanowi, że zadaniem Banku jest emisja banknotów oraz regulacja obiegu pieniężnego, a także zapewnienie sprawnego funkcjonowania rozliczeń między bankami oraz innymi instytucjami finansowymi, niezbędnymi do utrzymania dobrze funkcjonującego systemu finansowego kraju. Natomiast w art. 2 głosi, że regulowanie obiegu pieniężnego, poprzez zapewnienie stabilności cen, powinno przyczyniać się do zdrowego rozwoju gospodarki narodowej.

³³ L. Oręziak: Bank centralny Japonii. www.bankikredyt.nbp.pl/content/2006/2006_10/BIKW_10_2006.pdf

Podsumowanie

Współczesny system gospodarczy Japonii postrzegany jest jako system liberalny, choć rola państwa jest w nim ciągle istotna. Model ten jest specyficzną mieszanką wolnego rynku i rządowego interwencjonizmu.

W rankingu Heritage Foundation w 2011 roku Japonia została sklasyfikowana na 20 pozycji³⁴. Również biorąc pod uwagę ranking Doing Business, Indeks wolności gospodarczej Fraser Institute oraz Corruption Perceptions Index można zauważyć stabilność systemu gospodarczego Japonii³⁵. Według Indeksu Wolności Gospodarczej Japonia została w 2012 roku sklasyfikowana na 22 pozycji i znalazła się w grupie krajów prawie wolnych (mostly free) bezpośrednio za Szwecją, ale przed m.in. Niemcami i Francją³⁶.

Podsumowując trzeba zaznaczyć, że kryzys azjatycki lat dziewięćdziesiątych przyspieszył procesy transformacji roli państwa w gospodarce japońskiej. Zmianie uległy stosunki pomiędzy rządem a sektorem biznesu. W czasach cudu gospodarczego państwo wspierało, wyznaczało cele oraz chroniło przedsiębiorstwa krajowe ustanawiając bardzo ściśle więzy współpracy z wybranymi przemysłami, przedsiębiorstwami, konglomeratami i bankami. Duże przedsiębiorstwa i grupy przedsiębiorstw posiadały praktycznie bezpośrednie gwarancje pomocy finansowej. Obecnie te praktyki zostały znacznie zmniejszone lub całkowicie zaniechane. Zmniejszeniu uległa również rola rządu jako kreatora, promotora i protektora wybranych przemysłów. Alokacja zasobów powoli zaczyna dokonywać się za pomocą rynku, a nie na skutek zaleceń rządów.

Obecnie istotnym zadaniem rządów jest promocja innowacji oraz rozwój regionów. Nie tylko poprzez wsparcie finansowe, ale również działalność informacyjną i konsultingową, tworzenie właściwej infrastruktury, koordynację działalności różnych przedsiębiorstw, tworzenie centrów badań, promocję rozwoju klastrów oraz inwestycje w rozwój zasobów ludzkich.

³⁴ W latach 1995-2010 wartość współczynnika wolności gospodarczej tego państwa wahała się w granicach 64,3 (2004) a 75,0 (1995). W 2011 roku wartość ta wyniosła 72,8. Dane dotyczące miejsca w rankingu. <http://www.heritage.org/>

³⁵ W rankingu Doing Business w 2010 roku Japonia zajęła 19 pozycję, a rok później 18. Wartość indeksu wolności gospodarczej według Fraser Institute wahała się w latach 1990-2008 pomiędzy 7,08 (2001) a 7,49 (2007). Według Transparency International w latach 1996-2009 Japonia zajmowała miejsca pomiędzy pozycją 17 a 25. Informacje dostępne na stronach internetowych Doing Business dostępnych pod adresem: www.doingbusiness.org, Instytutu Frasera pod adresem: www.fraserinstitute.org oraz Transparency International pod adresem: www.transparency.org

³⁶ Index of Economic Freedom 2012. Heritage Foundation 2012. Dostępne na stronie internetowej Heritage Foundation pod adresem: <http://www.heritage.org>

W niniejszym artykule starano się zasygnalizować niektóre zmiany, które miały miejsce w systemie gospodarczym Japonii w ostatnich latach. Część z nich była głęboka i zmieniła układ sił na rynku (reforma FILP, liberalizacja rynku finansowego), inne zmiany były de facto niewielkie (przekształcenie MITI w METI), a ich celem była odbudowa zaufania społecznego do instytucji. Jeszcze inne były istotne z punktu widzenia liberalizacji gospodarki, ale nie wpłynęły znacząco na realne aspekty gospodarowania (reforma banku centralnego).

Zmiany, które zaszły w systemie instytucjonalnym zostały zaakceptowane przez społeczeństwo. Równowaga gospodarcza została przywrócona, choć wiele problemów nie zostało rozwiązanych. Wydaje się bowiem, że najistotniejszy wpływ na rolę państwa w Japonii ma tradycja i kultura, a nie perturbacje na rynkach. System w pełni liberalny nie mógłby zostać zaakceptowany w tym społeczeństwie choćby z uwagi na całkowicie odmienne pojmowanie roli jednostki w społeczeństwie i drugorzędne znaczenie motywu zysku.

Podsumowując, trudno odpowiedzieć jednoznacznie na pytanie, czy faktycznie w ciągu ostatnich dwudziestu lat zmniejszyła się znacznie rola państwa w gospodarce Japonii. Na pewno uległa ona zmianie. Wydaje się jednak, że stosowane obecnie narzędzia są po prostu bardziej nowoczesne i nie mają tak bezpośredniego charakteru jak w przeszłości. Państwo jest ciągle jednak bardzo istotnym podmiotem w gospodarce japońskiej.

Literatura

- Ganne B., Lecter Y.: Asian Industrial Clusters, Global Competitiveness and New Policy Initiatives. World Scientific Publishing 2009.
<http://www.heritage.org/>
Index of Economic Freedom 2012. Heritage Foundation 2012. Dostępne na stronie internetowej Heritage Foundation pod adresem: <http://www.heritage.org>
Ito T., Mishkin F.S.: Two Decades of Japanese Monetary Policy and The Deflation Problem. NBER, Working Papers nr 10878.
Młodawska J.: Japonia. Państwo a sektor prywatny. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
Młodawska J.: Kryzys systemu bankowego i finansowego w Japonii – drogi wyjścia. „Bank i Kredyt” 2003.
Oręziak L.: Bank centralny Japonii. www.bankikredyt.nbp.pl/content/2006/2006_10/BIKW_10_2006.pdf
www.transparency.org

THE ROLE OF STATE IN MODERN JAPAN

Summary

While the role of modern Japan in world's economy is still very important, it has been changed a lot during last two decades. The process started during late 80's when rapid development of Japanese finished. The golden years based on investment expansion, development of high tech products and growing financial surplus. Then Japan evolved into capital and technology exporter. Changes in economic structure and institutional reforms accelerated this process.

The main aim of the article is to described some areas in Japanese economy where the role of state has been changed in last two decades. It focuses on: privatization of state enterprises, changes in importance of some Ministries, role of central bank and financial market. The state support in the development of regions is show in case of clusters.

Anna Lipka

Alicja Winnicka-Wejs

DYNAMIKA LOJALNOŚCI PRACOWNIKÓW A DEPREJCJACJA KAPITAŁU LUDZKIEGO ORGANIZACJI

Wprowadzenie

Deprecjacja, rozumiana jako obniżanie wartości, może dotyczyć utraty znaczenia czegoś bądź działań do takiej utraty prowadzących (np. do utraty wartości etycznych)¹. W ekonomii przez deprecjację rozumie się również ogólnie obniżanie wartości, a jako przykład najczęściej podaje deprecjację wywołaną przez inflację, czyli spadek wartości nabywczej pieniądza oznaczający spadek jego wartości². Rządziej³ mówi się o deprecjacji (obniżaniu wartości) kapitału ludzkiego, rozumianego jako następujący zbiór⁴:

Kapitał ludzki (organizacji) = {wiedza, umiejętności, zdolności, zdrowie,
motywacja, postawy, wartości}

¹ <http://slovníki.gazeta.pl/pl/deprecjacja> (25.05.2012); Nowy słownik języka polskiego. Red. E. Sobol. Warszawa 2003, s. 127; Słownik współczesnego języka polskiego. Red. A. Sikorska-Michalak, O. Wojniłko. Wilga, Warszawa 1996, s. 166.

² H. Zadora: Wartość pieniądza i pieniądz jako wartość. W: Wartość w naukach ekonomicznych. Red. H. Zadora. Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2004, s. 54.

³ A. Giegel: Deprecjacja kapitału ludzkiego a efekty histerezy bezrobocia w Polsce. Uniwersytet w Białymstoku. <http://mikroekonomia.net/system/publication-files/235/original/3.pdf?1314948749> (01.06.2012); M. Heninborch-Buhaj: Deprecjacja i odtworzenie kapitału ludzkiego. „Przedsiębiorstwo Przyszłości” 2012, nr 1 (10), s. 71-77; T. Kowalski: Zmiany w kapitale ludzkim a działania jednostek samorządu terytorialnego. PWSZ IPiA Studia Lubuskie. Tom VI. Sulechów 2010, s. 296; F. Wronowska: Bariery rozwoju i absorpcji kapitału ludzkiego w Polsce w kontekście rozwoju gospodarki opartej na wiedzy, s. 333. www.instytut.info/images/stories/ksiazki/01-ue-sl-gow/r22.pdf (01.06.2012).

⁴ H. Król: Kapitał ludzki w organizacji. W: Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji. Red. H. Król, A. Ludwiczynski. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 97.

Wystarczy obniżenie się jednej ze składowych kapitału ludzkiego (np. motywacji), przy pozostałych składowych stałych, by wartość tegoż kapitału zmalała. Może być to efektem realizacji określonej strategii personalnej⁵, np. strategii określanej właśnie strategią obniżania wartości kapitału ludzkiego czy strategii zorientowanej na „wyjście”, gdyż oprócz komponentu jakościowego, kapitał ludzki konstituuje komponent ilościowy, a wzrost zatrudnienia traktowany jest jako jedna z miar sukcesu firmy. Realizowanie tychże strategii ogranicza się do określonych warunków (np. wychodzenia z rynku, ograniczania bądź przeprofilowywania działalności). Przedsiębiorstwa dążą zatem, realizując swoją misję, do wzrostu i rozwoju, także kapitału ludzkiego, stosując strategię zorientowaną na „wejście” lub strategię maksymalizowania wartości tegoż kapitału lub przynajmniej do utrzymania status quo, realizując strategię optymalizowania erozji wiedzy bądź strategię kompensowania utraty wiedzy. Oprócz utraty wiedzy („procesie moralnego zużywania się kapitału ludzkiego”, który współcześnie podlega akceleracji), o stratach na wartości kapitału ludzkiego mówi się najczęściej w kontekście zdrowia zatrudnionych (na którego poprawę w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki na lata 2007-2013 przeznaczono notabene tylko 1% Funduszu⁶), mając na myśli nie tylko straty na wartości odwracalne, ale też częściowo lub w ogóle nieodwracalne (tabela 1).

Tabela 1

Deprecjacja kapitału ludzkiego

	Utrata zdolności do pracy	Przyczyny	Wyniki
Deprecjacja	Przejęciowa	Naturalna reakcja organizmu ludzkiego na poniesiony bieżący wysiłek fizyczny i psychiczny (zmęczenie)	Całkowicie odwracalna pod warunkiem zapewnienia właściwego pożywienia i odpoczynku
	Częściowa	Biologiczny proces starzenia się organizmu; choroby i wypadki	Wyrównanie ubytku – trudne, niekiedy – niemożliwe
	Całkowita	J.w.	Pozbawienie możliwości świadczenia pracy

Źródło: K. Makowski: Zarządzanie kapitałem ludzkim w przedsiębiorstwie. Red. M. Rybak, SGH, Warszawa 2000, s. 11-12; M. Heninborch-Buhaj: Deprecjacja i odtworzenie kapitału ludzkiego. „Przedsiębiorstwo Przyszłości” 2012, nr 1 (10), s. 73.

⁵ Typologia i opis strategii personalnych w: A. Lipka: Ryzyko niekoherencji motywowania autotelecznego i strategii personalnych. W: A. Lipka, M. Król, S. Waszczak, A. Winnicka-Wejs: Kształtowanie motywacji wewnętrznej. Koszty jakości i ryzyko. Difin, Warszawa 2010, s. 27-34.

⁶ Szczegółowy Opis Priorytetów Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2009, s. 58-66.

Straty odwracalne to te, które niwelowane są po wdrożeniu odpowiedniejszego planowania i wykorzystania czasu pracy oraz czasu poza pracą. Straty częściowo lub w ogóle nieodwracalne wynikają:

- z biologicznych procesów starzenia się (np. ze znacznego pogorszenia słuchu oraz upośledzenia wzroku u osób po sześćdziesiątym roku życia)⁷,
- z wypadków przy pracy (zdaniem MOP liczba śmiertelnych wypadków przy pracy w krajach UE w ostatniej dekadzie każdego roku maleje, ale wyjątkiem są Polska i Litwa, gdzie każdego roku liczba wypadków wzrasta⁸).

Z punktu widzenia organizacji straty te można częściowo zniwelować poprzez:

- realokację pracowników (indywidualne dostosowywanie wymagań pracy do zmian profilu zdolności do pracy),
- inwestycje w warunki bhp i szkolenia z tego zakresu,
- procesy wymiany pracowników i odtwarzania kapitału ludzkiego.

Planując realokację trzeba jednak pamiętać o mechanizmie substytucji niektórych składowych kapitału ludzkiego. Wydawałoby się, iż stanowiąca przedmiot niniejszego opracowania deprecjacja kapitału ludzkiego organizacji wskutek nielojalności pracowników, czyli (zmian) ich postaw (lojalność traktowana jako postawa i/lub zachowanie) ma mniejsze znaczenie niż ta spowodowana stratami na innych składowych kapitału ludzkiego. Jest tak z pewnością z punktu widzenia pracobiorcy. Natomiast dla pracodawcy strata spowodowana utratą wartości którejkolwiek ze składowych kapitału ludzkiego ma zróżnicowany wymiar etyczno-społeczny, ale podobny wymiar ekonomiczny, implikując potrzebę odtworzenia kapitału. Celem opracowania⁹ jest – po prezentacji kluczowego pojęcia, tj. lojalności i jej ekonomicznego znaczenia:

- pokazanie rodzajów utraconych korzyści/strat łączonych z nielojalnością pracowników,
- przedstawienie przykładowych kierunków dynamiki lojalności pracowniczej prowadzących do deprecjacji kapitału ludzkiego oraz metod interwencji.

⁷ M. Świłała: *Zachowania konsumpcyjne ludzi w wieku starszym*. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2011, s. 73.

⁸ Według GUS w 2011 roku w Polsce doszło do 97 223 wypadków przy pracy, z czego aż 1000 stanowiły wypadki ciężkie i śmiertelne.

⁹ Opracowanie stanowi poszerzenie treści przedstawionych w czterech pierwszych (napisanych przez dwóch pierwszych współautorów) rozdziałach książki: A. Lipka, A. Winnicka-Wejs, J. Acedański: *Lojalność pracownicza. Od diagnozy typów lojalności pracowników do Zarządzania Relacjami z Pracownikami (Employee Relationship Management)*. Difin, Warszawa 2012 o: wpływ lojalności na deprecjację kapitału ludzkiego, rodzaje możliwych strat i niewykorzystanych korzyści spowodowanych nielojalnością, przykłady interwencji zapobiegających niepożądanym dynamice lojalności pracowników.

Trzeba wyraźnie zaznaczyć – mając na względzie sytuację na polskim rynku pracy na początku 2012 roku – że chodzi tu o lojalność tzw. MVE (Most Value Employees), ewentualnie MGE (Most Growable Employees), a nie o lojalność BZE (Below Zero Employees).

1. Pojęcie i ekonomiczne znaczenie lojalności pracowniczej

Pojęcie lojalności nie jest jednoznaczne, gdyż może oznaczać:

- cechę określającą zgodność z obowiązującym prawem, akceptację przepisów, rozporządzeń itp.,
- postawę konformistyczną, oportunistyczną,
- cechę oznaczającą pozostawanie wiernym, oddanym, prawym, uczciwym, tj. postępowanie zgodne z przyjętymi uprzednio założeniami¹⁰.

Na przestrzeni lat ewoluowało ono, wzbogacając się o nowe treści i interpretacje w różnych dziedzinach wiedzy i życia, ujawniając tym samym swoisty polimorfizm¹¹. Jednym z rodzajów lojalności jest lojalność pracownicza rozumiana tu jako lojalność wobec organizacji (wierność pracodawcy), a nie jako lojalność wobec zawodu, przełożonego, współpracowników, które to stanowią inne rodzaje lojalności w środowisku pracy. Można ją zdefiniować jako: „[...] (postrzegane) prawdopodobieństwo kontynuowania przez pracownika z większym lub mniejszym zaangażowaniem emocjonalnym pracy w organizacji – darzonej, bez względu na jej ewentualną utratę wizerunku na rynku pracy, stałymi i pozytywnymi uczuciami – ze względu na uzyskiwanie przez niego samego wartości lub dobro innych osób zatrudnionych w organizacji bądź ze względu na brak innych możliwości lub wysokie koszty zmiany pracodawcy”¹².

Lojalność pracowników wobec organizacji zawiera w sobie zarówno bierność (niedopuszczanie organizacji), jak i konstruktywność (dotrzymywanie prawnych i moralnych zobowiązań, kontraktu psychologicznego z organizacją, mimo otrzymywania konkurencyjnych propozycji pracy). Przy tym lojalność nie jest tożsama z zadowoleniem z pracy, co oznacza, iż można być lojalnym pracownikiem nawet wtedy, gdy jest się niezadowolonym z pracy oraz niełojalnym, mimo satysfakcji z pracy (co nie implikuje niestosowania – obok innych metod

¹⁰ Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny. Red. H. Zgólkowa. Wydawnictwo Kurpisz, Poznań 1998, tom 19, s. 280-282.

¹¹ A. Winnicka-Wejs: Polimorfizm lojalności. W: A. Lipka, A. Winnicka-Wejs, J. Acedański, Op. cit., s. 13-20.

¹² A. Lipka: Pojęcie i ekonomiczna wartość lojalności pracowników. W: A. Lipka, A. Winnicka-Wejs, J. Acedański: Op. cit., s. 20.

– analiz satysfakcji z pracy przy diagnozie lojalności). Lojalność podlega gradacji. Wyróżnia się lojalność niepodzielną (wyłączną) i podzielną (pracę wieloetatową), zwaną inaczej multilojalnością¹³. W literaturze przedmiotu¹⁴ wyróżniany jest zewnętrzny (behawioralny) oraz wewnętrzny (emocjonalny) wymiar lojalności pracownika. Zewnętrzny przejawia się m.in. w odrzucaniu innych ofert pracy oraz rekomendowaniu własnej organizacji, zaś wewnętrzny m.in. w utożsamianiu się z organizacją.

Lojalność pracownicza traktowana jest – obok m.in. zaufania czy kreatywności – jako behawioralna dźwignia (behavior outcomes) wartości (kapitału ludzkiego) organizacji, generująca dla niej wyższe przychody¹⁵. Będąc dźwignią efektów firmy, lojalność wpływa na efektywność finansową organizacji, stanowiąc jej „ukrytą siłę rozwojową”¹⁶, a odpowiednio ukształtowana – przyczynia się do uzyskiwania pożądanej pozycji konkurencyjnej¹⁷. Z przeprowadzonych analiz¹⁸ wynika zresztą, iż jest uwzględniana w niektórych metodach wyceny kapitału ludzkiego organizacji, np. w metodzie zdyskontowanych strumieni przychodów (E.G. Flamholtz). Szczegółowe korzyści ekonomiczne z lojalności pracowniczej stanowią odwrócenie możliwych strat/niewykorzystanych korzyści spowodowanych nielojalnością (tabela 2).

2. Uwarunkowania, rodzaje i ekonomiczne implikacje ryzyka lojalnościowego

Jeśli reprezentowana przez znaczący odsetek pracowników firmy lojalność sytuuje się na kontinuum lojalności blisko całkowitego braku lojalności, a nie lojalności wyłącznej bądź na tego rodzaju kontinuum w pobliżu lojalności pozornej (cechującej się brakiem przychylnego nastawienia do firmy), a nie blisko jej drugiego bieguna – lojalności prawdziwej – z pozytywnym nastawieniem wobec firmy, to należy się spodziewać deprecjacji kapitału ludzkiego wskutek

¹³ Ibid., s. 21-23.

¹⁴ R. Krupski, K. Piórkowska-Wojciechowska: Theoretical Basics of Employee Loyalty. „Management” 2005, Vol. 9, No. 1, s. 46.

¹⁵ S. Borkowska: ZZL dźwignią innowacyjności przedsiębiorstw. W: Rola ZZL w kreowaniu innowacyjności organizacji. Red. S. Borkowska. C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 46.

¹⁶ F.F. Reichheld, T. Teal: The Loyalty Effect. The Hidden Force Behind Growth, Profits and Lasting Value. Harvard Business School Press, Boston 1996.

¹⁷ E. Lawler: Talent. Making People Your Competitive Advantage. Jossey-Bass, San Francisco 2008, s. 7.

¹⁸ A. Winnicka-Wejs: Lojalność w wybranych metodach wyceny kapitału ludzkiego (w) organizacji. W: A. Lipka, A. Winnicka-Wejs, J. Acedański: Op. cit., s. 34-47.

takiego natężenia lojalności u większości pracowników, zwłaszcza reprezentujących kategorię MVE (tabela 2 pokazuje przykładowe rodzaje niewykorzystanych korzyści/strat z tym związanych).

Tabela 2

Możliwe straty / niewykorzystane korzyści spowodowane nielojalnością

Rodzaje strat	Charakterystyka
1	2
Personalna, a nawet ekonomiczna destabilizacja organizacji	Nielojalność pracowników utrudnia planowanie (np. podziału pracy); stabilny poziom stanu i struktury zatrudnienia umożliwia (A. Poczowski, 2009, s. 11), a destabilizacja – utrudnia realizację procesów biznesowych.
Lojalnościowa spirala	Satysfakcja pracowników odgrywa dużą rolę w budowaniu satysfakcji i lojalności klienta zewnętrznego (A. Czerw, 2008, s. 12; A. Dejnaka, 2007, s. 97), a lojalność pracowników pozytywnie oddziałuje na lojalność klientów (A.M. Schüller, G. Fuchs, 2005, s. 23). Nielojalność klienta wewnętrznego pociągać może za sobą nielojalność klienta zewnętrznego.
Jakość obsługi	Większość lojalnych pracowników obsługuje klientów powyżej postawionych im wymagań (S. Rogala-Marciniak, 2011, s. 58). Nie czynią tego nielojalni pracownicy.
Poziom wydajności pracy	Wraz z nabywaniem doświadczenia, dłuższym pozostawianiem w organizacji, wzrasta wydajność pracy (A.M. Schüller, G. Fuchs, 2005, s. 189). Jej wzrost nie nastąpi, gdy pracownicy przed uzyskaniem odpowiedniej sprawności odchodzą z organizacji.
Możliwości rozwoju unikalnej wiedzy	Dłużej pracujący w organizacji – w przeciwieństwie do krócej pracujących (szybko odchodzących z firmy) – dysponują unikalną wiedzą na temat preferencji klientów, cech produktu/usługi, co wpływa na ich kreatywność i poziom generowanych przez nich zysków dla organizacji.
Koszty utrzymania pracowników w organizacji	Nielojalni pracownicy, w przeciwieństwie do lojalnych, są bardziej wrażliwi na konieczne „zamrożenie” lub nawet obniżenie płac (R. Buchanan, C. Gelles, 1990), a zatem ich utrzymywanie w firmie może się łączyć z wyższymi nakładami.
Koszty rozwoju pracowników	Nielojalni pracownicy są mniej niż lojalni skłonni do wyrzeczeń i do samodzielnie finansowanych inwestycji przyczyniających się do rozwoju firmy (Świątek-Barylska, 2000, s. 30). Osoby dłużej pracujące uczestniczą jedynie w szkoleniach „odświeżających” i/lub rozszerzających/pogłębiających wiedzę i/lub umiejętności, a nie w całych cyklach szkoleniowych.
Koszty wymiany pracowników	Nielojalni pracownicy są mniej, a lojalni – bardziej odporni na oferty pracy z konkurencyjnych firm (N. Hill, J. Alexander, 2003, s. 27-28). Nielojalność implikuje zatem wyższe koszty wymiany pracowników.
Morale, zachowania organizacyjne	Lojalność nie powoduje permanentnego niedoboru pracowników skutkującego spadkiem morale osób pozostających w organizacji i ich mniejszym zaangażowaniem w pracę (S. Taylor, 2006, s. 23). Inaczej jest w przypadku nielojalności.
Korzyści interesariuszy	Istnieje zależność pomiędzy poziomem wskaźnika zaangażowania w firmie a stopą całkowitego zwrotu dla akcjonariuszy (M. Wójcik, 2010, s. 78). Nielojalność (której jednym z mechanizmów wewnętrznych jest poziom zaangażowania) może mieć zatem wpływ na korzyści interesariuszy.

cd. tabeli 2

1	2
Nakłady na kontrolę	Wysoki odsetek lojalnych pracowników w firmie „pozwala rozluźnić system kontrolny” (W. Śmid, 2003, s. 141). W przypadku nielojalności – brak zaufania (jeden z trzech jej mechanizmów wewnętrznych, który w tym przypadku nie jest ekwiwalentem kontroli) powodować może konieczność ponoszenia wyższych nakładów na kontrolę w ramach nakładów na zarządzanie.
Wdrażanie nowoczesnych koncepcji zarządzania	Wzrost lojalności współgra z realizacją koncepcji systemów wysoko efektywnej pracy – High Involvement Work Practices/Systems (S. Borkowska, 2010, s. 367). Spadek lojalności może, jak należy przypuszczać, ten proces nawet w dużym stopniu utrudnić.
Wizerunek organizacji	Lojalni pracownicy stanowią wiarygodne źródło pozytywnych opinii o organizacji oraz tworzenia jej odpowiedniego wizerunku. Cenne są ich rekomendacje (A.M. Schüller, 2010, s. 49). Nielojalni pracownicy, zwłaszcza ci z zaangażowaniem negatywnym, szkodzą wizerunkowi organizacji.

Źródło: A. Poczowski: Podstawowe pojęcia. W: Procesy płynności i retencji zatrudnienia w organizacji. Red. A. Poczowski. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2009; A. Czerw: Satysfakcja i lojalność klienta na rynku farmaceutycznym. CeDeWu Wydawnictwo Fachowe, Warszawa 2008; A. Dejnaka: Budowanie lojalności klientów. One Press, Gliwice 2007; A.M. Schüller, G. Fuchs: Marketing lojalnościowy. Total Loyalty Marketing. Jak z zadowolonymi klientami i lojalnymi pracownikami osiągnąć sukces firmy. Akademia Sukcesu – HDT Consulting, Warszawa 2005; S. Rogala-Marciniak: Bezpieczna przestrzeń. Prozdrowotna kultura organizacyjna jako czynnik wzmacniający lojalność pracowników. „Personel i Zarządzanie” 2011, nr 6; R. Buchanan, C. Gilles: Value Manager Relationship: The Key to Customer Retention and Profit-ability. „European Management Journal” 1990, Vol. 8, No. 4; I. Świątek-Barylska: Lojalność pracownicza – mit czy rzeczywistość? W: Zarządzanie personelem dziś i jutro. Uniwersytet Łódzki, Łódź 2000; N. Hill, J. Alexander: Pomiar satysfakcji i lojalności klientów. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003; S. Taylor: Płynność zatrudnienia. Jak zatrzymać pracowników w firmie. Wolters Kluwer Polska, Kraków 2006; M. Wójcik: Zaangażowanie i wsparcie pracowników. Ludzie, czyli kapitał nie do skopiowania. „Personelplus” 2010, nr 07-08; W. Śmid: Psychologia i socjologia zarządzania. Słownik terminów. Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu, Sosnowiec 2003; S. Borkowska: ZZL dźwignią innowacyjności przedsiębiorstw. W: Rola ZZL w kreowaniu innowacyjności organizacji. Red. S. Borkowska, C.H. Beck, Warszawa 2010; A.M. Schüller: Kunden mit Wertschätzung und Respekt verwöhnen. „Io New Management” 2010, Nr. 10.

Lojalność pracowników, podobnie zresztą jak lojalność klientów, ma wymiary rzutujące na strukturę i siłę związku: pracownik-organizacja oraz generowane przezeń przychody. Analizując i oceniając długookresowe relacje z pracownikami należy zwrócić szczególną uwagę na wymiar – trwałość związku, gdyż nietrwałość oznacza deprecjację kapitału ludzkiego organizacji. Na tempo rozwoju tego zjawiska mają wpływ trendy w otoczeniu organizacji implikujące różne rodzaje ryzyka personalnego, w tym mające wpływ na lojalność pracowników (tabela 3).

Tabela 3

Lojalność pracownicza a trendy i rodzaje ryzyka personalnego

	Trendy	Rodzaje ryzyka
Demografia	Zmniejszenie się liczby ludności i proces starzenia się Wzrost udziału mniejszości etnicznych	Potencjał (m.in. „walka o talenty”, zdrowie) Integracja (m.in. prewencja konfliktów) Kierowanie
Konkurencja	Internacjonalizacja rynków pozyskiwania surowców oraz rynków zbytu Intensyfikacja konkurencji na rynku krajowym i zagranicznym Nacisk na kreatywność/innowacyjność/elastyczność	Kompetencje/Kwalifikacje Elastyczność reakcji
Transformacja wartości	Zróżnicowanie/pluralizm form życia, zwrot ku indywidualizacji Potrzeba równowagi: praca – życie Ustawodawstwo antydykryminacyjne	Przywiązanie/Lojalność Motywacja Partycypacja

Źródło: M. Klaffke: Strategisches Management von Personalrisiken. Konzepte, Instrumente, Best Practices. Gabler, Wiesbaden 2009, s. 146.

Można wyróżnić różne rodzaje ryzyka lojalnościowego. Oprócz ryzyka związanego z wpływem na pozycję konkurencyjną organizacji (wymienione w tabeli 2 rodzaje potencjalnych strat można potraktować jako cząstkowe rodzaje ryzyka dotyczącego tej kwestii) można wyodrębnić:

- ryzyko diagnozy lojalności (m.in. ryzyko diagnozy uwarunkowań, typów i faz lojalności oraz wyboru metod jej analizy i oceny),
- ryzyko strategii i taktyki retencyjnej (np. ryzyko wyboru metod analizy strategicznej lojalności, ryzyko (nie)ekwiwalentności wymiany: pracownik – organizacja, ryzyko natężenia lojalności, ryzyko (nie)skuteczności procesów retencyjnych, ryzyko (nie)efektywności procesów retencyjnych, ryzyko (nie)odzyskania pracowników, którzy kiedyś odeszli z firmy),
- ryzyko pracowniczych programów lojalnościowych (jak ryzyko niewspierania przez program strategii prolojalnościowej, ryzyko ustalenia wiązki korzyści dla adresatów, ryzyko implementacyjne, ryzyko opłacalności i inne)¹⁹.

Ryzyko lojalnościowe implikuje deprecjację kapitału ludzkiego organizacji. Aby zmniejszyć jego destrukcyjne oddziaływanie, należy dokładniej przyjrzeć się typom lojalności. Tabela 4 prezentuje wybrane typy wyróżnione na podstawie mechanizmów wewnętrznych lojalności w analogii do typów konsumentów.

¹⁹ W. Hap: Ryzyko lojalnościowe – ze szczególnym uwzględnieniem jego oceny i pomiaru. „Edukacja Ekonomistów i Menedżerów. Problemy. Innowacje. Projekty” 2012, nr 1 (23), s. 166-168.

Tabela 4

Wybrane typy lojalności pracowniczej

Nazwa typu lojalności	Opis	Zaufanie	Przyzwyczajenie	Zaangażowanie organizacyjne
Lojalność świadoma	Występuje tylko zaufanie (świadomy wybór firmy).	+	–	brak
Lojalność z rozsądku	Pracownik nie jest zaangażowany w sprawy organizacji, ale jest do niej przyzwyczajony oraz ma zaufanie (gdyż oczekiwania pracownika spełnione są na akceptowalnym poziomie).	+	+	brak
Lojalność zaangażowana	Zaspokajanie potrzeb ekonomicznych i społecznych pracownika implikuje jego zaufanie i zaangażowanie pozytywne.	+	–	pozytywne
Lojalność partnerska	Najgłębsza forma lojalności.	+	+	pozytywne
Lojalność z rutyny	Występuje tylko przyzwyczajenie. Poziom zaufania jest niski. Pracownik ma wysoką tolerancję na przymus pozostawania w firmie.	–	+	brak
Nieakceptowana lojalność z przymusu	Pracownik nie ma zaufania, szkodzi swymi działaniami firmie (zaangażowanie negatywne), w której pozostaje tylko ze względu na brak innych możliwości.	–	–	negatywne
Bezradna lojalność z przymusu	Istnieje zewnętrzny przymus pozostawania w firmie.	–	+	negatywne
Lojalność wyrozumiała	Mimo zaufania i przyzwyczajenia pracownik szkodzi interesom firmy.	+	+	negatywne
Lojalność warunkowa	Pracownik grozi, iż nieusunięcie wskazanych przez niego problemów w firmie spowoduje jego odejście.	+	–	negatywne

Źródło: W. Urban, D. Siemieniako: Lojalność klientów. Modele, motywacja i pomiar. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 87-95.

Powyższe tabelaryczne przedstawienie pozwala wyodrębnić:

- rozwój lojalności o pożądanej, tj. powodującej wzrost wartości kapitału ludzkiego organizacji dynamice, czego przykładem może być następująca sekwencja: lojalność świadoma, lojalność zaangażowana, lojalność partnerska, odpowiadająca jej następującym fazom rozwoju: poznania, przekonania, działania,
- nieakceptowaną, związaną z deprecjacją kapitału ludzkiego organizacji, dynamikę, której ilustracją może być następująca dynamika lojalności: lojalność zaangażowana (faza zauroczenia; pracownik ma zaufanie do organizacji i przejawia pozytywne zaangażowanie organizacyjne), lojalność warunkowa (faza działania; pracownik ma dalej zaufanie do firmy, jednak jego zaangażowanie przekształca się w negatywnie, stawia warunki pracodawcy, grożąc, iż ich niespełnienie spowoduje odejście z firmy), nieakceptowana lojalność z przymusu (faza poznawcza – redefinicja wcześniejszej wiedzy o organizacji skutkująca utratą zaufania, ale pozostaniem w organizacji z braku możliwości pracy gdzie indziej).

Wynika stąd, iż w warunkach deprecjacji kapitału ludzkiego organizacji nie ma mowy o następującej dynamice lojalności²⁰:

Lojalność poznawcza (poznanie) -> Lojalność emocjonalna (zauroczenie) ->
Lojalność motywacyjna (przekonanie) -> Lojalność behawioralna (działanie).

3. Działania przeciwdziałające deprecjacji kapitału ludzkiego wskutek niepożądanego dynamiki lojalności pracowniczej

Działania przeciwdziałające deprecjacji to działania zorientowane na maksymalizację wartości życiowej pracownika LTV (Worker Lifetime Value), wyznaczaną według formuły dyskontowej²¹

$$LTV = -K + \frac{P_1}{(1+k)} + \frac{P_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{P_n}{(1+k)^n}$$

²⁰ R.L. Oliver: Whence Consumer Loyalty? „Journal of Marketing” Vol. 63, Is. 4, October, s. 33-34.

²¹ G. Urbanek: Koncepcja kapitału marki. „Marketing i Rynek” 2000, nr 5, s. 11.

gdzie:

K – koszty związane z zatrudnieniem pracownika w organizacji,

p – przepływy gotówkowe na stanowisku,

k – koszt kapitału.

Planując je trzeba zwrócić uwagę na czynniki ją determinujące²² (czas trwania związku pracowników z organizacją, jakość pozyskanych pracowników w sensie ich przydatności do realizacji strategii firmy, inwestycje w kapitał ludzki, stopień złożoności wykonywanych przez pracowników zadań pracy, koszty związane z zatrudnianiem pracowników, zyski z tytułu rekomendacji ze strony pracowników), a także na wartość LTV skorygowaną o ryzyko, czyli RALTV, zależną od:

- sumy dochodów generowanych przez pracownika w całym jego okresie funkcjonowania w firmie,
- kosztów związanych z zatrudnianiem pracownika,
- stopy zwrotu z inwestycji w pracownika,
- stosunku wielkości przychodów generowanych przez pracownika do wielkości strumienia przychodów generowanych przez portfel pracowników, tj. ich grupę wykonującą zbliżone pod względem wymagań i treści – zadania pracy (włącznie z tym pracownikiem)²³.

Działania te mogą w szczególności dotyczyć np.:

- badania kandydatów do pracy pod względem lojalności, nieutożsamianej z lojalizmem,
- przyspieszania karier pracowników gotowych już do podejmowania zadań pracy o wyższej złożoności,
- podejmowania uzasadnionych osiągnięciami pracownika i skalkulowanych (pod kątem RALTV) podwyżek płacowych, czyli podwyżek dla pracowników, w przypadku których strumień generowanych przychodów zmienia się szybciej od generowanego przez portfel pracowników,
- wydłużania cyklu życia pracowników w organizacji poprzez inwestycje re-alokacyjne oraz w warunki bhp,
- gratyfikowania pracowników, którzy rekomendując firmę (nie mylić: z zatrudnianiem po znajomości) przyczynili się do wzrostu jakości i wartości jej kapitału ludzkiego.

Najlepiej byłoby, gdyby były one celowane na kierunek dynamiki lokalności grożący deprecjacją kapitału ludzkiego (tabela 5).

²² F.F. Reichheld, T. Teal: Op. cit., s. 55.

²³ M. Cichosz: Życiowa wartość klienta i jej znaczenie dla firmy. „Marketing i Rynek” 2005, nr 12, s. 12.

Tabela 5

Przykłady interwencji zapobiegających niepożądaney dynamice lojalności

Lojalność w początkowym momencie diagnozy	Lojalność, w którą może się przekształcić zdiagnozowana lojalność	Działanie przeciwdziałające przekształceniu (deprecjacji kapitału ludzkiego) – przykład
Lojalność wyrozumiała	Bezradna lojalność z przymusu	Spełnienie obietnic danych pracownikowi
Lojalność warunkowa	Nieakceptowana lojalność z przymusu	Spełnienie roszczeń pracownika pod warunkiem zaniechania przez niego szkodenia firmie
Bezradna lojalność z przymusu	Nieakceptowana lojalność z przymusu	Działania wzmacniające więzi ze współpracownikami
Lojalność z rutyny	Bezradna lojalność z przymusu	Udział w zyskach
Lojalność z rutyny	Lojalność wyrozumiała	Intensyfikacja szkoleń wizerunkowych
Lojalność świadoma	Lojalność warunkowa	Wynagrodzenie odroczone
Lojalność z rozsądku	Lojalność wyrozumiała	Reakcja odpowiednia do wyników analizy punktów zwrotnych w relacjach: pracownik-organizacja
Lojalność zaangażowana	Lojalność świadoma	Awans na stanowisko związane z wyższą odpowiedzialnością
Lojalność partnerska	Lojalność z rozsądku	Przeciwdziałanie wypaleniu zawodowemu

Powyższe działania nie mogą mieć charakteru akcyjnego. Ich waga, spowodowana względami ekonomicznymi i demograficznymi, powoduje, iż niektórzy autorzy²⁴ wyodrębniają ERM – Employee Relationship Management jako etap w rozwoju funkcji personalnej – realizacji gospodarowania kapitałem ludzkim na poziomie organizacji, który ma nastąpić po etapie przedsiębiorczości, strategicznego zarządzania.

Podsumowanie

Jak zauważa D. Dobija: „Immanentną cechą kapitału jest dążenie do pomnażania się w odpowiednim tempie, bowiem jeśli kapitał nie osiąga odpowiednio wysokiego tempa wzrostu, wartość aktywów, w których jest ulokowany, obniża się poniżej jego kosztów nabycia lub wytworzenia. Następuje deprecjacja

²⁴ W. Stotz: Employee Relationship Management. Der Weg zu engagierten und effizienten Mitarbeitern. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München 2007, s. 5-14.

kapitału”²⁵. Dotyczy to również kapitału ludzkiego – na poziomie makro- i – tu rozpatrywanym – mikroekonomicznym. Pozytywne zmiany dotyczące kapitału ludzkiego (np. poprawa warunków pracy, wdrożenie programów równowagi: praca-życie) powodują jego rozwój oraz wzrost jakości i wartości, zaś negatywne (np. wdrażanie systemów demotywujących do dzielenia się wiedzą, niewykorzystanie przyspieszonych ścieżek awansu) prowadzą do obniżenia jego jakości i deprecjacji. Przy tym prawdopodobieństwo wzrostu wartości kapitału ludzkiego podwyższa się, a prawdopodobieństwo deprecjacji maleje, gdy następuje wzrost inwestycji w kapitał ludzki²⁶.

W opracowaniu zwrócono uwagę na problem deprecjacji kapitału ludzkiego organizacji w wyniku niepożądanego dla organizacji rozwoju postaw lokalnościowych pracowników. Nie należy ona do deprecjacji biologicznej (fizycznej), związanej z całkowitą, przejściową lub częściową utratą zdolności do pracy. Trudno ją też przypisać do deprecjacji moralnej, gdyż to określenie wiąże się „[...] z dezaktualizacją nabytych umiejętności, wiedzy, itd., które w zmieniających się otoczeniu należy ciągle uzupełniać, aktualizować”²⁷. Należałoby zatem zaproponować utworzenie jeszcze innej nazwy np. – deprecjacji społecznej, która obejmowałaby niepożądaną z punktu widzenia organizacji dynamikę postaw, a także dynamikę reprezentowanych przez pracowników wartości, a zatem mogłaby odnosić się do dwóch spośród siedmiu wymienionych na wstępie składowych konstytuujących wartość kapitału ludzkiego. W opracowaniu dokonano specyfikacji związanych z dynamiką lojalności utraconych korzyści oraz strat. Przedstawiono nie tylko przykład kierunku dynamiki lojalności pracowniczej prowadzącej do wzrostu wartości kapitału ludzkiego organizacji, ale też przykłady prowadzące do obniżenia tej wartości. Dla tych ostatnich wskazano przykłady metod interwencji. Możliwość taka nie istniałaby bez diagnoz typów lojalności pracowników (wyszczególnionych na podstawie jej mechanizmów wewnętrznych: zaufania, przyzwyczajenia oraz zaangażowania) nad którymi warto (m.in. ze względu na wskazane względy praktyczne) prowadzić dalsze, ukierunkowane na cele metodyczne, prace badawcze.

²⁵ D. Dobija: *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003, s. 163.

²⁶ T. Kowalski: *Op. cit.*, s. 297-298.

²⁷ *Ibid.*, za K. Makowski: *Zarządzanie kapitałem ludzkim w przedsiębiorstwie*. Red. M. Rybak. SGH, Warszawa 2000, s. 11-12.

Literatura

- Borkowska S.: ZZL dźwignią innowacyjności przedsiębiorstw. W: Rola ZZL w kreowaniu innowacyjności organizacji. Red. S. Borkowska. C.H. Beck, Warszawa 2010.
- Buchanan R., Gilles C.: Value Manager Relationship: The Key to Customer Retention and Profit-ability. „European Management Journal” 1990, Vol. 8, No. 4.
- Cichosz M.: Życiowa wartość klienta i jej znaczenie dla firmy. „Marketing i Rynek” 2005, nr 12.
- Czerw A.: Satysfakcja i lojalność klienta na rynku farmaceutycznym. CeDeWu Wydawnictwo Fachowe, Warszawa 2008.
- Dejnaka A.: Budowanie lojalności klientów. One Press, Gliwice 2007.
- Dobija D.: Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003.
- Giegel A.: Deprecjacja kapitału ludzkiego a efekty histerezy bezrobocia w Polsce. Uniwersytet w Białymstoku. <http://mikroekonomia.net/system/publication-files/235/original/3.pdf?1314948749> (01.06.2012).
- Hap W.: Ryzyko lojalnościowe – ze szczególnym uwzględnieniem jego oceny i pomiaru. „Edukacja Ekonomistów i Menedżerów. Problemy. Innowacje. Projekty” 2012, nr 1 (23).
- Heninborch-Buhaj M.: Deprecjacja i odtworzenie kapitału ludzkiego. „Przedsiębiorstwo Przyszłości” 2012, nr 1 (10).
- Heninborch-Buhaj M.: Deprecjacja i odtworzenie kapitału ludzkiego. „Przedsiębiorstwo Przyszłości” 2012, nr 1 (10).
- Hill N., Alexander J.: Pomiar satysfakcji i lojalności klientów. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.
- <http://slowniki.gazeta.pl/pl/deprecjacja> (25.05.2012).
- Klauffke M.: Strategisches Management von Personalrisiken. Konzepte. Instrumente, Best Practices. Gabler, Wiesbaden 2009.
- Kowalski T.: Zmiany w kapitale ludzkim a działania jednostek samorządu terytorialnego. PWSZ IPiA Studia Lubuskie. Tom VI. Sulechów 2010.
- Król H.: Kapitał ludzki w organizacji. W: Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji. Red. H. Król, A. Ludwiczynski. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Krupski R., Piórkowska-Wojciechowska K.: Theoretical Basics of Employee Loyalty. „Management” 2005, Vol. 9, No. 1.
- Lawler E.: Talent. Making People Your Competitive Advantage. Jossey-Bass, San Francisco 2008.
- Lipka A., Winnicka-Wejs A., Acedański J.: Lojalność pracownicza. Od diagnozy typów lojalności pracowników do Zarządzania Relacjami z Pracownikami (Employee Relationship Management). Difin, Warszawa 2012.
- Lipka A.: Ryzyko niekoherencji motywowania autotelicznego i strategii personalnych. W: A. Lipka, M. Król, S. Waszczak, A. Winnicka-Wejs: Kształtowanie motywacji wewnętrznej. Koszty jakości i ryzyko. Difin, Warszawa 2010.

- Makowski K.: Zarządzanie kapitałem ludzkim w przedsiębiorstwie. Red. M. Rybak. SGH, Warszawa 2000.
- Nowy słownik języka polskiego. Red. E. Sobol. Warszawa 2003.
- Oliver R.L.: Whence Consumer Loyalty? „Journal of Marketing” Vol. 63, Is. 4, October.
- Pocztowski A.: Podstawowe pojęcia. W: Procesy płynności i retencji zatrudnienia w organizacji. Red. A. Pocztowski. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2009.
- Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny. Red. H. Zgólkowa. Wydawnictwo Kurpisz, Poznań 1998, tom 19.
- Reichheld F.F., Teal T.: The Loyalty Effect. The Hidden Force Behind Growth, Profits and Lasting Value. Harvard Business School Press, Boston 1996.
- Rogała-Marciniak S.: Bezpieczna przestrzeń. Prozdrowotna kultura organizacyjna jako czynnik wzmacniający lojalność pracowników. „Personel i Zarządzanie” 2011, nr 6.
- Schüller A.M., Fuchs G.: Marketing lojalnościowy. Total Loyalty Marketing. Jak z zadowolonymi klientami i lojalnymi pracownikami osiągnąć sukces firmy. Akademia Sukcesu – HDT Consulting, Warszawa 2005.
- Schüller A.M.: Kunden mit Wertschätzung und Respekt verwöhnen. „Io New Management” 2010, Nr. 10.
- Słownik współczesnego języka polskiego. Red. A. Sikorska-Michalak, O. Wojniłko. Wilga, Warszawa 1996.
- Šmid W.: Psychologia i socjologia zarządzania. Słownik terminów. Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu, Sosnowiec 2003.
- Stotz W.: Employee Relationship Management. Der Weg zu engagierten und effizienten Mitarbeitern. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München 2007.
- Szczegółowy Opis Priorytetów Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2009.
- Świątek-Barylska I.: Lojalność pracownicza – mit czy rzeczywistość? W: Zarządzanie personelem dziś i jutro. Uniwersytet Łódzki, Łódź 2000.
- Świtała M.: Zachowania konsumpcyjne ludzi w wieku starszym. Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice 2011.
- Taylor S.: Płynność zatrudnienia. Jak zatrzymać pracowników w firmie. Wolters Kluwer Polska, Kraków 2006.
- Urban W., Siemieniako D.: Lojalność klientów. Modele, motywacja i pomiar. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Urbanek G.: Koncepcja kapitału marki. „Marketing i Rynek” 2000, nr 5.
- Winnicka-Wejs A.: Lojalność w wybranych metodach wyceny kapitału ludzkiego (w) organizacji.
- Wójcik M.: Zaangażowanie i wsparcie pracowników. Ludzie, czyli kapitał nie do skopowania. „Personelplus” 2010, nr 07-08.
- Wronowska F.: Bariery rozwoju i absorpcji kapitału ludzkiego w Polsce w kontekście rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. www.instytut.info/images/stories/książki/01-ue-sl-gow/r22.pdf (01.06.2012).
- Zadora H.: Wartość pieniądza i pieniądz jako wartość. W: Wartość w naukach ekonomicznych. Red. H. Zadora. Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2004.

DYNAMICS OF EMPLOYEE LOYALTY AND DEPRECIATION OF ORGANISATION'S HUMAN CAPITAL

Summary

The subject of the article is the depreciation of an organization's human capital caused by employees' disloyalty, or, in other words, (transformation of) their attitudes. To some extent the study develops ideas presented in the book: „Employee Loyalty. From the Diagnosis of Employee Loyalty Types to Employee Relationship Management”.

In the article key notions, i.e. employee loyalty and its economic meaning, were defined. The specification of lost benefits / losses associated with employee disloyalty was made. Conditions, types and economic implications of loyalty risk were characterized. Sample directions of employee loyalty dynamics leading to the depreciation of human capital as well as intervention methods were presented.

Additionally, the term „social depreciation” was suggested. It would refer to the dynamics of attitudes, unwanted from the point of view of the organisation, as well as to the dynamics of the values represented by employees. It was emphasized that, taking into account practical aspects, it is worth conducting further research, focused on methodological objectives, exploring the types of employee loyalty (listed basing on its internal mechanisms: trust, habit and involvement).

Grzegorz Maciejewski

GOSPODARSTWA DOMOWE W EPOCE POSTMODERNIZMU

Wprowadzenie

Widoczne w pierwszej dekadzie XXI wieku zmiany społeczne i ekonomiczne prowadzą do wniosku, że przejście z czasów nowoczesnych do ponowoczesnych staje się faktem. Obecna epoka jest pozbawiona dominującej ideologii, za to charakteryzujące się pluralizmem stylów, tolerancją, globalizacją, paradoksalnymi zestawieniami przeciwieństw i pomieszaniem czy brakiem hierarchii. Elementy ponowoczesne zauważyć można niemalże w każdej ludzkiej aktywności: architekturze, sztuce, muzyce, kinie, ale także i w konsumpcji. Społeczeństwo z kapitalistycznego przekształca się w globalne, w którym o pozycji danego człowieka decyduje nie tyle stan posiadanych przez niego dóbr materialnych, co wiedza i zasób informacji. Proletariat, czyli robotników fabrycznych, zastępuje kognitariat, określany przez F. van Raaija paraklasą urzędników, menedżerów, biurokratów, badaczy, prawników, informatyków, maklerów giełdowych, pracowników towarzystw ubezpieczeniowych – jednym słowem wszystkich zajmujących się informacją¹.

Celem prezentowanego artykułu jest spojrzenie na polskie gospodarstwa domowe pierwszej dekady XXI wieku przez pryzmat zmian ich zachowań ekonomicznych, wywołanych wpływem wartości postmodernistycznych.

Przedstawione rozważania przeprowadzone zostały przy wykorzystaniu metod wnioskowania logicznego, krytycznej analizy przedmiotu oraz wniosków z wieloletnich badań nad społeczno-ekonomiczną sytuacją polskich gospodarstw domowych. Konkluzje wynikające z przedstawionych dociekań mogą być przydatne przedsiębiorstwom w procesie budowania ich przewagi konkurencyjnej na rynku, wynikającej z zaspokojenia oczekiwań i potrzeb współczesnych gospodarstw domowych.

¹ F. van Raaij: Konsumpcja postmodernistyczna. W: Zachowania konsumenta. Koncepcje i badania europejskie. Red. M. Lambkin, G. Foxall, F. van Raaij, B. Heilbrunn. Wydawnictwo PWN, Warszawa 2001, s. 325.

1. W jakiej epoce dziś żyjemy?

Szukając odpowiedzi na powyższe pytanie warto przyrzeć się koncepcji trzech fal amerykańskiego futurologa A. Tofflera opisanej przez samego autora m.in. w pracy pt. „The Third Wave”². A. Toffler, jako jeden z pierwszych, zwrócił uwagę, że historię ewolucji społeczno-gospodarczej ludzkości można nakreślić, wyodrębniając trzy charakterystyczne etapy w jej przebiegu, nazywane przez autora następującymi po sobie „falami” rozwoju cywilizacji. Były nimi rewolucja rolnicza, rewolucja przemysłowa i rewolucja informatyczna.

Pierwsza fala – agrarna – skończyła się wraz z nadejściem rewolucji przemysłowej. Wynalezienie maszyny parowej, umasowienie produkcji, jej standaryzacja i niewyobrażalne wcześniej korzyści skali spowodowały drastyczne zmiany w mentalności tak producentów, jak i konsumentów – członków gospodarstw domowych. To właśnie od czasów przemian technologicznych XIX wieku rozwijał się schemat funkcjonowania człowieka w gospodarstwie domowym, pracy, gospodarce i społeczeństwie, jaki wciąż jest jeszcze udziałem większości ludzi. A. Toffler określa ten model mianem drugiej fali. Słowami kluczowymi w tej epoce są pojęcia takie, jak standaryzacja, specjalizacja, synchronizacja, maksymalizacja, koncentracja, integracja. Taka masa, w pewnym sensie abstrakcyjnych, pojęć jest zastosowana przez autora również w celu uwypuklenia charakterystyki czasów drugiej fali. Międzynarodowe korporacje, dążące do maksymalizacji zysków, synchronizacji i specjalizacji sił produkcyjnych, które z kolei w sposób zsynchronizowany wytwarzają produkty adresowane do gospodarstw domowych. Wszystko to odbywa się z pominięciem duchowej sfery człowieka, różnorodności preferencji odbiorców produktów, społecznych aspektów zatrudnienia, ekologicznych skutków produkcji masowej i roli ludzkości w coraz bardziej zautomatyzowanym świecie. Zdaniem A. Tofflera, obecnie nadszedł już czas trzeciej fali, czas stworzenia nowego ładu, który pozwoli usprawnić procesy decyzyjne, uwzględniając wolę mniejszości, zróżnicowanie społeczne i gospodarcze państw.

Ch. Jencks, opierając się na koncepcji trzech fal, rozwój społeczno-ekonomiczny ludzkości przedstawił na osi czasu, wyodrębniając trzy jego etapy:

- przedmodernizm (rok 1000 p.n.e – około 1450 roku n.e),
- modernizm (od roku około 1450 do roku 1960),
- postmodernizm (od roku około 1960 po czasy obecne)³.

² A. Toffler: Trzecia fala. Wydawnictwo Kurpisz, Poznań 2006.

³ Ch. Jencks: What is Post-Modernism? Academy Editions, London 1996. Rok 1960 jako początek epoki postmodernizmu nie jest datą przypadkową. Według US Census Bureau pod koniec lat pięćdziesiątych XX wieku w USA po raz pierwszy liczba pracowników umysłowych przekroczyła liczbę pracowników fizycznych i do końca lat siedemdziesiątych XX wieku społeczeństwo amerykańskie stało się społeczeństwem informacyjnym.

Postmodernizm, a więc czas obecny, jest czasem informacji, pracowników biurowych, zróżnicowanych struktur, globalizacji i rozczłonkowanej kultury. Jest okresem w rozwoju społeczno-ekonomicznym ludzkości, w którym występuje wzrost znaczenia informacji, zróżnicowanie struktur czy wielość orientacji w działaniach podmiotów rynku. Postmodernizm jest też epoką utraconych utopii i kresem dominujących ideologii, jak np. faszyzm czy komunizm. Dla I. Hassana, przez wielu uznawanego za rzecznika postmodernizmu, obecna epoka to nieciągłość, nieokreśloność, samoistość⁴.

Na tle wartości modernistycznych, takich jak praca, postęp, rozum, nauka, uniwersalizm, wolność, moralność, naród zaczynają się jawić wartości nowe, takie jak wielokulturowość pluralizm, eklektyzm i pragmatyzm, dekonstrukcja, nonkonformizm, brak hierarchii czy indywidualizm⁵. Wartości te w ostatniej dekadzie zaczęły wywierać coraz większy wpływ na funkcjonowanie gospodarstw domowych.

2. Gospodarstwo domowe początku XXI wieku

Cytowany już w tym artykule F. van Raaij napisał: „Ponowoczesne gospodarstwo domowe ma mniejszą liczbę członków, przy czym coraz więcej jest gospodarstw jednoosobowych. Większa liczba konsumentów decyduje o swojej własnej konsumpcji i coraz więcej wyrobów używają pojedyncze osoby. Wiele rodzinnych dóbr konsumpcyjnych staje się dobrami indywidualnymi. [...] Rodziny dwusamochodowe nie są już niczym wyjątkowym. Radio stało się osobistym środkiem przekazu. Wiele dzieci ma własny sprzęt hi-fi i telewizor w swoim pokoju”⁶. Współczesnym gospodarstwom domowym przyszło żyć i funkcjonować, jak pisze B. Jung, w warunkach kapitalizmu postmodernistycznego, charakteryzującego się recesją i prawie zerowym wzrostem gospodarczym, powodującym istotne społeczne zmiany strukturalne. Zamiast spodziewanego postindustrializmu, zdominowanego przez sektor usług, z rosnącą ilością czasu wolnego, pojawiła się nowa fala kapitalizmu nazywanego kapitalizmem zdeorganizowanym⁷. Zdaniem Z. Bauman, nastąpiło przejście od konsumpcji do konsumpcjonizmu, czyli konsumpcja znalazła się w centrum ludzkiego życia,

⁴ I. Hassan: *The Question of Postmodernism*. W: *Romanticism, Modernism, Postmodernism*. Red. H.R. Garvin. Bucknell University Press, Lewisburg PA 1980, s. 117-126.

⁵ K. Mazurek-Łopacińska: *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*. PWE, Warszawa 2003, s. 47-57.

⁶ F. van Raaij: *Op. cit.*, s. 331.

⁷ B. Jung: *Kapitalizm postmodernistyczny*. „*Ekonomista*” 1997, nr 5-6, s. 715-735 cyt. za. T. Słaby: *Konsumpcja. Eseje statystyczne*. Difin, Warszawa 2006, s. 14.

stając się szczególnie ważną, o ile nie najważniejszą wartością większości ludzi⁸. Obecnie ideologia ta, jak zauważa F. Byłok, jest powszechna we wszystkich rodzajach społeczeństw, zarówno w wysoko rozwiniętych, jak i rozwijających się. Jej cechą charakterystyczną są wartości konsumpcyjne, które zajmują centralne miejsce w systemie wartości społecznych⁹. W ponowoczesnym etapie rozwoju społeczeństwo nie potrzebuje specjalnie ani masowej siły roboczej, ani pochodzącej z wyboru armii. Potrzebuje natomiast swych członków jako konsumentów. Sposób, w jaki kształtowani są przez współczesne państwo jego obywatele podporządkowany jest przede wszystkim roli konsumenta. Z kolei przedmioty konsumpcji są wykorzystywane jako konstrukty indywidualnej tożsamości. Można zatem zgodzić się z tezą K. Polanyi, że konsumpcja nie jest już tylko „dodatkiem” do produkcji, lecz wartością samą w sobie¹⁰.

Powstaje zatem pytanie, czym jest gospodarstwo domowe w epoce postmodernizmu? Jakie jest polskie gospodarstwo domowe w epoce postmodernizmu?

Według GUS, na początku XXI wieku w Polsce było 13 337 tys. gospodarstw domowych, które skupiały niemal całą ludność kraju (98,9%)¹¹. Najwięcej było gospodarstw 1 oraz 2 osobowych (odpowiednio 24,8% i 23,2%). Obniżyła się tym samym średnia liczebność osób w gospodarstwie domowym z 3,1 w 1988 roku do 2,8 w 2002. Dalej dominującymi gospodarstwami domowymi są gospodarstwa domowe rodzinne (69,0%), choć ich przewaga nad innymi typami gospodarstw nie jest już tak wyraźna, jak pod koniec XX wieku. W strukturze gospodarstw domowych zmniejszył się wyraźnie odsetek gospodarstw domowych pracowników (o 13,1 punktu procentowego) – zwiększył: emerytów i rencistów (o 12,5 punktu procentowego).

Dochody rozporządzalne i wydatki gospodarstw domowych w pierwszej dekadzie XXI wieku rosły, wynosząc w 2010 roku odpowiednio: 1192,82 zł i 991,44 zł na osobę w gospodarstwie domowym (w przypadku dochodów zanotowano zatem wzrost w stosunku do 2001 roku o 85%, a w przypadku wydatków o blisko 63%). Można zatem mówić o spadku skłonności do konsumpcji polskich gospodarstw domowych w pierwszej dekadzie XXI wieku.

⁸ Z. Bauman: *Konsumując życie*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s. 34.

⁹ F. Byłok: *Konsumeryzm jako ideologia współczesnych konsumentów*. W: *Studia i Materiały Polskiego Towarzystwa Zarządzania Wiedzą*. Tom 51. Red. A. Burlita. Bydgoszcz 2011, s. 67.

¹⁰ F. Byłok: *Op. cit.*, s. 68.

¹¹ Zamieszczone w tym punkcie artykułu dane GUS pochodzą z Budżetów Gospodarstw Domowych publikowanych przez GUS w latach 2000-2010 oraz z NSP z 1988 i 2002 roku (niestety w momencie pisania artykułu dane z NSP z 2011 roku na temat gospodarstw domowych nie były jeszcze dostępne).

Tak na początku, jak i na końcu pierwszej dekady XXI wieku gospodarstwa domowe w Polsce najwięcej swoich środków przeznaczają na żywność i napoje bezalkoholowe, użytkowanie mieszkania i nośników energii oraz na transport. W 2010 roku w stosunku do 2001 na uwagę zasługuje spadek w strukturze wydatków gospodarstw domowych środków przeznaczanych na żywność i napoje o 6 punktów procentowych (z 30,8% do 24,8%), a wzrost udziału wydatków na użytkowanie mieszkania i nośniki energii – o 2,3 punktu procentowego (z 17,9% do 20,2%).

Jeśli chodzi o wyposażenie w dobra trwałego użytku, w latach 2000-2010 ponad 95% gospodarstw domowych w Polsce wyposażonych było w chłodziarkę lub zamrażarkę, odbiornik telewizyjny, pralkę – wirówkę elektryczną lub automat pralniczy oraz odkurzacz elektryczny. Największy wzrost wyposażenia gospodarstw domowych w ciągu pierwszej dekady XXI wieku zaobserwowano w przypadku komputerów z dostępem do Internetu (o 54,5 punktu procentowego), kuchenek mikrofalowych (wzrost o 35,6 punktu procentowego), urządzeń do odbioru TV satelitarnej/kablowej (o 16,4 punktu procentowego) oraz zmywarek do naczyń (o 13,9 punktu procentowego). Warto także zwrócić uwagę na zmiany w wyposażeniu gospodarstw domowych w sprzęt na początku XXI wieku nieobecny bądź obecny stosunkowo rzadko. W 2010 roku 88,8% polskich gospodarstw domowych wyposażonych było w przynajmniej jeden telefon komórkowy, 54,2% w DVD, 49,6% w aparat cyfrowy, 29,1% w odtwarzacz mp3, a 28,3% w laptop.

Wobec przedstawionych danych GUS zauważyć zatem można, że polskich gospodarstw domowych przybywa, ale są one mniej liczne niż pod koniec lat osiemdziesiątych XX wieku i rzadziej opierają się na więzach formalnych. Rosną wydatki gospodarstw domowych, ale rosną także ich dochody. Wyraźnie widoczny jest wzrost wyposażenia gospodarstw domowych w nowoczesne dobra trwałego użytku, które usprawniają prace domowe i oszczędzają czas członkom gospodarstw domowych, a także tych, które służą ich rozrywce i komunikacji z otoczeniem. Jakie inne zmiany można jeszcze zaobserwować?

3. Kierunki zmian postmodernistycznych w zachowaniach ekonomicznych gospodarstw domowych

Główne kierunki zmian postmodernistycznych mają charakter społeczny i techniczny. Wśród zmian natury społecznej wymienić można indywidualizację konsumpcji, rozcłunkowanie oraz paradoksalne zestawienia przeciwieństw. Wśród zmian o charakterze technicznym wskazać w pierwszej kolejności należy

nadrzeczywistość środków przekazu i symulacji, urzeczywistnianie wartości oraz złożoność¹².

Indywidualizacja konsumpcji staje się główną tendencją zachodzących przemian. Jak to już zostało zauważone, postmodernistyczne gospodarstwa domowe mają coraz mniejszą liczbę członków, przy czym coraz więcej jest gospodarstw jednoosobowych (w Polsce już na początku XXI stanowiły one najliczniejszą grupę gospodarstw domowych, wyniki NSP 2011 zapewne ukażą dalszy wzrost jej liczebności). Wiele tzw. rodzinnych dóbr konsumpcyjnych, jak telefon, radio, odbiornik telewizyjny czy ostatnio nawet samochód staje się dobrami indywidualnymi: telefon komórkowy, odtwarzacze mp3, multiroomy, gospodarstwa domowe posiadające 2 i więcej samochodów. Producenci i usługodawcy w swych spotach reklamowych muszą nadszarpnąć za zmienionymi wzorcami ról pracujących zawodowo kobiet i mężczyzn – coraz częściej gospodarzy domowych będących np. na urlopie tacierzyńskim czy prowadzącym dom ze względu na mniej absorbujące obowiązki zawodowe.

Inna zmiana o charakterze społecznym polega na rozczłonkowaniu, który to termin nosi w sobie wiele znaczeń. Przejawami rozczłonkowania są m.in. sentymentalizacja rynku (konsumenci żyją chwilą, obecnym stanem ducha, poddają się swoim nastrojom) oraz odosobnione doświadczenia. Konsumenci – członkowie gospodarstw domowych, zachęceni ogromną ilością komunikatów promocyjnych (reklamowych, merchandisingowych) grają różne role skrywając swoje prawdziwe „ja”, w zależności od tego, jakich produktów aktualnie używają. Są bowiem kreatywnymi menedżerami (po klaśnięciu w ręce i spożyciu batonika Kinder Bueno), pomysłowymi panami domu (po zamontowaniu kabiny prysznicowej kupionej w Leroy Merlin), troskliwymi matkami (podającymi cudowny lek na każdy ból swojego małego króliczka), wspianymi kochankami (przynoszącymi do łóżka kawę Jacobs Krönung) czy kucharzami – smakoszami z „Pomysłem na ...”. Przejawem rozczłonkowania jest także produkcja segmentowa, czyli tzw. kotlerowska „masowa indywidualizacja”. Decyzja o zakupie produktu pojawia się coraz częściej jeszcze przed samym wyprodukowaniem wyrobu, co widoczne jest choćby na takich rynkach, jak meblarski czy samochodowy (pierwotny). W opisywaną zmianę wpisują się także rozczłonkowane środki przekazu. Na rynku widoczny jest rozwój czasopism specjalistycznych oraz telewizyjnych kanałów tematycznych, których celem jest dostarczenie odbiorcy ekscytującej i sensacyjnej stymulacji. Krwawe morderstwa w serialu przeplatane są reklamami gum do żucia, po mydlanej operze o treści seksualnej emitowane są programy religijne. Nikogo nie dziwi konferansjer ubrany jednocześnie w T-shirt i frak zapowiadający kolejny występ w telewizyjnej rewii.

¹² F. van Raaij: Op. cit., s. 331-342.

Ostatni przykład dotyczyć może także kolejnej zmiany o charakterze społecznym, a mianowicie paradoksalnych zestawień przeciwieństw: cokolwiek może zostać połączony z czymkolwiek innym i przeciwstawiony cemukolwiek innemu. Nie ma autorytetów – nie ma więc jednego obowiązującego stylu. Wszechobecny pluralizm i tolerancja dopuszczają wszelkie style. Obserwowane jest przejście od niewielu stylów do wielu gatunków. Niespotykane dotąd połączenia i zestawiane ze sobą przeciwieństwa tworzą coraz to nowe, alternatywne style, gatunki, formy.

Wśród zmian o charakterze technicznym na pierwszym planie pojawia się nadrzeczywistość środków przekazu i stymulacji. Konsumenci – członkowie gospodarstw domowych mogą za pomocą mediów i środków technicznych stworzyć swój własny, alternatywny świat i odgrywać w nim powierzone sobie role. Przykładem może być rzeczywistość wirtualna, a więc społecznościowe gry komputerowe, fora, portale tematyczne, w których każdy może być kim chce i istnieć w gronie internetowych przyjaciół. Innym przykładem może być przestrzeń cybernetyczna: dostępne w każdym parku rozrywki stymulatory lotów, gry PS3 z walkami „na żywo”, projekcje filmowe w kinach 3, 4, 5, a nawet 6D. Nadrzeczywistość widoczna jest także w rozwoju tzw. filmów i czasopism ucieczkowych, gdzie gatunek jest obrazem, a konsument bohaterem. Coraz powszechniej nadrzeczywistość obecna jest i w reklamie, w której obraz nie tylko reprezentuje wyrób, ale wyrób reprezentuje obraz – nie wystarczy już bowiem ukazać odbiorcy wszystkich walorów produktu, by konsument zainteresował się wyrobem trzeba z użytkownika produktu zrobić super bohatera (np. emitowana w 2012 roku seria reklam marketu Leroy Merlin „zostań bohaterem w swoim domu”).

Do innych zmian o charakterze technicznym zaliczyć należy tzw. urzeczywistnianie wartości. W epoce postmodernizmu konsumpcja staje się ważniejsza od wytwarzania. Ludzie coraz częściej określają swoją tożsamość nie przez to kim są, jaki wykonują zawód, z kim się spotykają, ale przez to, co kupują i konsumują (użytkują). Współczesny człowiek staje się tym, co kupuje i co potrafi obsługiwać. Wartość przestaje być właściwością wyrobu, a staje się właściwością wykreowanego obrazu.

Łatwo daje się zaobserwować zjawisko odwrócenia produkcji i konsumpcji, które wywołane jest kolejną zmianą o charakterze technicznym – złożonością. Konsumenci są w stanie pojąć znaczenia i wartości jakie komunikują wyroby dopiero wówczas, gdy zaczynają ich używać. Wszystko to powoduje, że głównym celem postmodernistycznych gospodarstw domowych staje się dążenie do „panowania nad”. Ale czy czasami i same produkty oraz ich twórcy nie mają takiego celu? Coraz bowiem bardziej widoczna jest ponowoczesna dekoncentracja podmiotu, czyli inaczej: pomieszanie podmiotu i przedmiotu. Produkty wydają

się coraz częściej wyznaczać warunki i sposoby konsumpcji. Członkowie gospodarstw domowych muszą postępować zgodnie z instrukcjami dołączanymi do produktów, aby osiągnąć korzyści i uniknąć kłopotów. W pomieszczenie przedmiotu i podmiotu wpisuje się także tzw. samoopakowanie i samomarketing ludzi. Uprzedmiotowanie i przekształcenie w artykuł handlowy własnego ciała i własnego „ja” pozwala coraz większej liczbie ludzi być „konsumowanym” przez innych, tak jak wyroby dostępne i oferowane na rynku. Dobrym przykładem mogą tu być mniejsze lub większe serialowe „gwiazdki” czy celebryci, a więc osoby znane z tego, że są znane.

Podsumowanie

Pod wpływem wartości postmodernistycznych współczesne gospodarstwa domowe ulegają wyraźnym przemianom. Wzrasta liczba gospodarstw domowych, ale maleje średnia liczba tworzących je osób. Więzy krwi, więzy formalne łączące członków gospodarstw domowych zastępowane są coraz częściej więziami partnerskimi, nieformalnymi. Zanika sztywny podział ról pomiędzy poszczególnymi członkami gospodarstw domowych (kobietami-mężczyznami, matką-ojcem, rodzicami-dziećmi). Rośnie autonomia jednostek tworzących gospodarstwo domowe oraz liczba i obszar tzw. decyzji wspólnych. Obserwowane jest coraz częściej wzajemne przenikanie się funkcji zaopatrzeniowo-wytwórczej oraz konsumpcyjnej gospodarstwa domowego. Przededefiniowania wymaga termin „prosumpcja”, który w epoce postmodernizmu oznacza współuczestniczenie gospodarstw domowych w produkcji, tworzeniu, przygotowaniu produktu zgodnie z nowym paradygmatem¹³ głoszącym, że przedsiębiorstwo i gospodarstwo domowe współtworzą wartość w punktach interakcji.

Literatura

- Bauman Z.: Konsumując życie. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
- Byłok F.: Konsumeryzm jako ideologia współczesnych konsumentów. W: *Studia i Materiały Polskiego Towarzystwa Zarządzania Wiedzą*. Tom 51. Red. A. Burlita. Bydgoszcz 2011.
- Hassan I.: *The Question of Postmodernism*. W: *Romanticism, Modernism, Postmodernism*. Red. H.R. Garvin. Bucknell University Press, Lewisburg PA 1980.

¹³ C.K. Prahalad, V. Ramaswamy: *Przyszłość konkurencji*. PWE, Warszawa 2005, s. 8.

- Hassan I.: The Question of Postmodernism. W: Romanticism, Modernism, Postmodernism. Red. H.R. Garvin. Bucknell University Press, Lewisberg PA 1980.
- Jencks Ch.: What is Post-Modernism? Academy Editions, London 1996.
- Jung B.: Kapitalizm postmodernistyczny. „Ekonomista” 1997, nr 5-6.
- Mazurek-Łopacińska K.: Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe. PWE, Warszawa 2003.
- Prahaland C.K., Ramaswamy V.: Przyszłość konkurencji. PWE, Warszawa 2005.
- Słaby T.: Konsumpcja. Eseje statystyczne. Difin, Warszawa 2006.
- Toffler A.: Trzecia fala. Wydawnictwo Kurpisz, Poznań 2006.
- van Raaij F.: Konsumpcja postmodernistyczna. W: Zachowania konsumenta. Koncepcje i badania europejskie. Red. M. Lambkin, G. Foxall, F. van Raaij, B. Heilbrunn. Wydawnictwo PWN, Warszawa 2001.

HOUSEHOLD IN THE EPOCH OF POSTMODERNISM

Summary

The article discusses socio-economic situation of Polish households in the first decade of XXI century and the influence of postmodernism on their economic behaviour. Social and technical changes shall be recognized as major reasons for postmodernistic changes. Among changes of social nature, the individualization of consumption, dismemberment and paradoxical combinations deserve special attention. Whereas among the changes of technical nature: complexity, realisation of value and hyperreality.

Anita Mutwil

STRUKTURA PRZEWOZÓW TOWAROWYCH A TURBULENTNE OTOCZENIE FIRMY KOLEJOWEJ

Wprowadzenie

Osiągnięcie sukcesu rynkowego jest rezultatem sprostania wymaganiom, jakie stawia w obecnych warunkach makro i mikrootoczenie. W środowisku otaczającym podmiot istnieją pewne mechanizmy, które w sposób pośredni bądź bezpośredni wpływają na poziom efektywności i formułowanie planów przyszłościowych firmy.

System transportowy poddany jest również oddziaływaniu takiego otoczenia. Retrospektywnie ujmując relacje otoczenie-system można stwierdzić, iż otoczenie podmiotów transportowych oddziaływało na podejście do zarządzania w tym dziale gospodarki narodowej. Elementy otoczenia rzutowały na prosperity lub impas podmiotu. Emirycznym zobrazowaniem będzie PKP Linia Hutnicza Szerokotorowa Sp. z o.o.

1. Charakterystyka otoczenia

Otoczenie przedsiębiorstwa można zinterpretować jako stale zmieniające się zjawiska, procesy, czynniki oraz instytucje, które konstruują wzajemne relacje, warunki sprzedaży, obszary funkcjonalności i perspektywiczne możliwości rozwojowe¹. Otoczenie przedsiębiorstwa transportowego P. Niedzielski definiuje jako: „[...] zbiór elementów mających wpływ na funkcjonowanie

¹ J. Penc: Strategie zarządzania – perspektywiczne myślenie, systemowe działanie. Placet, Warszawa 1995, s. 21.

przedsiębiorstwa transportowego”². Natomiast A. Pomykalski określa otoczenie jako: „[...] zbiór składników (pieniądze, materiały, ludzie, energia, informacje), których nie zalicza się do składników samej organizacji, ale ich bezpośrednie oddziaływanie lub zmiana właściwości może spowodować zmianę samej organizacji”³.

Każda firma funkcjonuje w określonych warunkach, czyli w otoczeniu, które daje możliwości przetrwania i rozwoju, ale jednocześnie stwarza określone zagrożenia. Dynamika rozwoju i przetrwania na rynku zależy więc od bieżących i przyszłych warunków zewnętrznych, w których działa podmiot i organizuje cały proces obsługi klientów⁴. Można zatem zrekapitulować, iż zachowanie organizacji jest kształtowane przez jej otoczenie.

W literaturze przedmiotu istnieją różne klasyfikacje rodzajów otoczenia. Syntezę klasyfikacji przedstawia A. Szewczuk. Przedstawiona typologia pozwala na wyróżnienie:

- makrootoczenia i mikrootoczenia,
- otoczenia niezależnego i zależnego oraz bliższego i dalszego,
- otoczenia krajowego i międzynarodowego,
- otoczenia spokojnego – luźno współzależnego, otoczenia spokojnego – zwanego, otoczenia niespokojnego – reagującego i otoczenia burzliwego,
- otoczenia stabilnego, zmiennego i burzliwego,
- otoczenia podmiotowego⁵.

Najczęściej spotykaną w publikacjach systematyką otoczenia jest jego podział na:

- makrootoczenie nazywane również otoczeniem ogólnym lub dalszym,
- mikrootoczenie nazywane również otoczeniem bliższym lub bezpośrednim (związane z rynkiem produktów i dostawców firmy)⁶ – rys. 1.

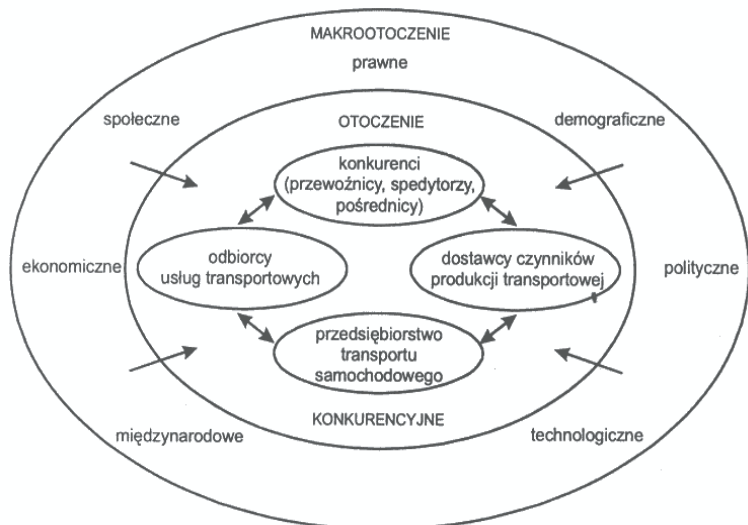
² P. Niedzielski: *Polityka innowacyjna w transporcie*. Rozprawy i Studia. T. (DXXXVI) 462, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2003, s. 160.

³ A. Pomykalski: *Innowacje*. Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2001, s. 56.

⁴ I. Penc-Pietrzak: *Strategie biznesu i marketingu*. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998, s. 60.

⁵ A. Szewczuk: *Zachowania przedsiębiorstw transportu samochodowego w konkurencyjnym otoczeniu*. Instytut Transportu Samochodowego, Warszawa 2001, s. 30-34.

⁶ A. Pomykalski: *Nowoczesne strategie marketingowe*. Infor, Warszawa 2003, s. 74.



Rys. 1. Zależności między makrootoczeniem, otoczeniem konkurencyjnym a przedsiębiorstwem transportowym

Źródło: A. Szewczuk: Zachowania przedsiębiorstw transportu samochodowego w konkurencyjnym otoczeniu. Instytut Transportu Samochodowego, Warszawa 2001, s. 31.

2. Linia Hutnicza Szerokotorowa

Linia Hutniczo-Siarkowa powstała do obsługi importu rudy żelaza z Krzywego Rogu do Huty Katowice i jednocześnie eksportu polskiej siarki i węgla do ZSRR w latach 1976-1979. Została oddana do użytku 30.11.1979 roku. W wyniku przemian polityczno-ekonomicznych i po rozpadzie ZSRR linia przeżywała kryzys przewozowy. Do momentu, gdy w 2001 roku została przekazana pod zarząd PKP LHS.

W Grupie PKP jest ona obok PKP Cargo drugą ze spółek oferujących przewozy towarowe, która funkcjonuje na rynku od 1 lipca 2001 roku. Spółka ta oprócz działalności przewozowej wykonuje zadania zarządcy kolei na jedynej w Polsce linii szerokotorowej (1520 mm) o długości ok. 400 km, przebiegającej od granicy z Ukrainą (przejście Izow/Hrubieszów) do Sławkowa⁷. Linia ta umożli-

⁷ Komisja Europejska podjęła decyzję, zgodnie z którą PKP LHS ma zostać włączona w proces liberalizacji europejskiego rynku kolejowego. Oznacza to, że przewoźnik nie może być jednocześnie przewoźnikiem i zarządcą szerokotorowej linii kolejowej.

liwia komunikację z krajami WNP, Ukrainą, Kazachstanem i Chinami (Nowy Jedwabny Szlak). Stacje, przez które przebiega linia stanowią stacje styczne do linii normalnotorowych, wyposażone w infrastrukturę magazynową i przeładunkową.

Zgodnie ze swoją ofertą spółka realizuje:

- przewozy przesyłek całopociągowych ładunków masowych, artykułów chemicznych, materiałów budowlanych, ładunków niebezpiecznych,
- przewozy intermodalne – kontenery, naczepy samochodowe,
- przewozy po liniach normalnotorowych i szerokotorowych za jednym listem przewozowym,
- operacje załadunkowe, wyładunkowe i przeładunkowe,
- obsługę spedycyjną towarów,
- prace manewrowe⁸.

Majątek trwały wniesiony aportem do Spółki PKP Linia Hutnicza Szerokotorowa Sp. z o.o. w 2003 roku składał się z lokomotyw spalinowych, wagonów oraz innych maszyn i urządzeń. Reszta majątku w postaci linii kolejowej oraz nieruchomości niezbędnych do prowadzenia działalności Spółka użytkowała na podstawie umów dzierżawy z właściwymi spółkami PKP. Na koniec 2010 roku wartość księgowa brutto majątku wynosiła 663 153,4 tys. PLN⁹. Wybrane składniki majątku przedstawia tabela 1.

Tabela 1

Składniki majątku PKP LHS Sp. z o.o. w 2010 roku

Wyszczególnienie	Stan ilościowy
Lokomotywy ST 44	44 sztuki
Lokomotywy SM 48	9 sztuk
Lokomotywy pozostałe	2 sztuki
Wagony Hopper Dozator	38 sztuk
Wagony platformy	34 sztuki
Wagony kryte	13 sztuk
Linia kolejowa szerokotorowa	394,650 km

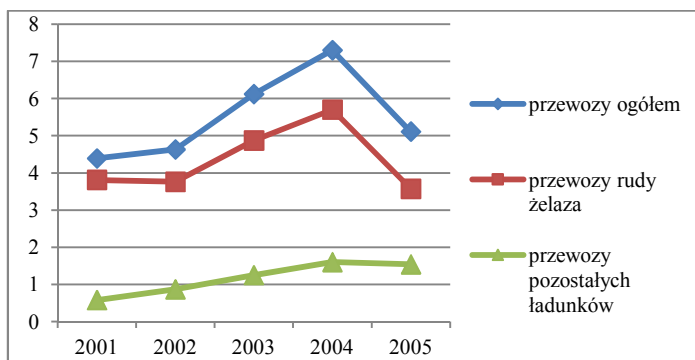
Źródło: Raport Roczny Grupy PKP 2010, s. 95.

Pierwsze lata funkcjonowania firmy wiązały się z realizacją celu, dla którego została wybudowana linia kolejowa. Realizowano przewozy całopociągowe dla głównego odbiorcy Kombinat Metalurgicznego Huta Katowice. Zmiany

⁸ http://www.lhs.com.pl/l/pl/oferta/swiadczone_uslugi

⁹ http://www.lhs.com.pl/files/raport_2010_pkp_lhs.pdf

rynkowe związane z restrukturyzacją gospodarki, a zwłaszcza hutnictwa oraz spadek wielkości popytu na wyroby hutnicze doprowadziły do gwałtownego spadku wolumenu ładunków przewożonych przez Spółkę – rys. 2. Zmiany w makro- i mikrootoczeniu wpłynęły na sytuację analizowanego podmiotu.



Rys. 2. Struktura wolumenu masy towarowej przewiezianej przez PKP LHS w latach 2001-2005 w mln ton

Źródło: http://www.lhs.com.pl/l/pl/ofirmie/struktura_przewozow/przewozy

Reakcją na zmiany w turbulentnym otoczeniu firmy było podjęcie przez nią starań zmierzających do zmiany struktury przewozów, aby uniezależnić się od głównego klienta. Firma nakierowała swoje działania na zróżnicowanie struktury nadawanych i przyjmowanych ładunków. Strategia PKP LHS Spółka z o.o. zakłada koncentrację do 2020 roku na dwóch celach: inwestycjach zmierzających do zwiększenia przepustowości linii o 50% oraz na zwiększeniu zdolności przewozowej do ok. 13 mln ton w skali roku¹⁰. Firma stawia również na dywersyfikację przewożonych towarów, widząc przyszłość w przewozach kontenerów. Można zaobserwować znaczący wzrost transportu kontenerów na LHS¹¹. W 2010 roku firma, w porównaniu do 2008 odnotowała 40% wzrost (z ok. 25 tys. ton do niecałych 50 tys. ton) masy towarowej przewożonej w kontenerach¹².

¹⁰ PKP LHS dla samorządów? <http://www.rynekinfrastruktury.pl/artukul/72/1/pkp-lhs-dla-samorzadow.html>

¹¹ PKP LHS – stabilna spółka w zmiennym otoczeniu. http://www.rynek-kolejowy.pl/27352/PKP_LHS_stabilna_spolka_w_zmiennym_otoczeniu_.htm

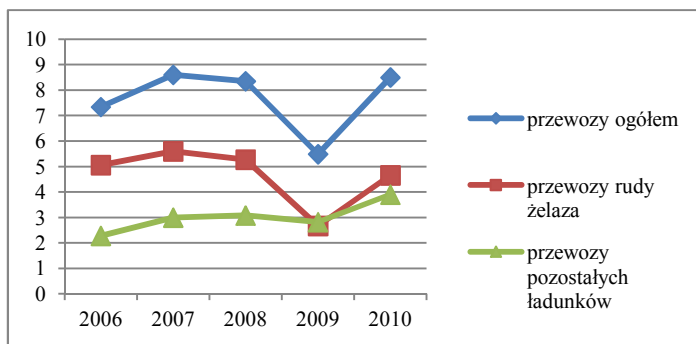
¹² PKP LHS stawia na dywersyfikację. http://www.rynek-kolejowy.pl/27399/PKP_LHS_stawia_na_dywersyfikacje.htm

Wzrost liczby klientów firmy i ich zróżnicowane potrzeby spowodowały podjęcie przez firmę działań inwestycyjnych w zakresie zwiększenia możliwości przeładunkowych oraz działań modernizacyjnych. Podjęte zostały także działania związane z informatyzacją spółki¹³.

Poziom nakładów inwestycyjnych firmy w latach 2001-2010 kształtował się na poziomie ponad 380 mln PLN. Wydatki na remonty w tym okresie wyniosły ok. 420 mln PLN. Wszystkie fundusze pochodziły ze środków własnych spółki, dzięki czemu z powodzeniem dostosowuje się ona do zmiennych warunków rynkowych¹⁴.

O rozwijaniu działalności Spółki świadczy też stan zatrudnienia. Na koniec 2003 roku w Spółce były zatrudnione 1154 osoby¹⁵. W kolejnych latach stan zatrudnienia ulegał niewielkim wahaniom in plus lub in minus, aby w 2010 roku ukształtował się na poziomie 1236 etatów¹⁶. Wzrost był pochodną kilku czynników, związanych m.in. z wielkością przewozów, utworzeniem nowych komórek w Spółce (Działy Marketingu w Lublinie i Katowicach) oraz uruchomieniem Terminalu Przeładunkowego w Szczepieszynie¹⁷.

Strategia zmierzająca do dywersyfikacji struktury przewożonych ładunków sprawiła, iż w 2009 roku – kolejne załamanie wielkości przewozów, kiedy główny klient Arcelor Mittal zawiesił odbiór rudy żelaza – udział pozostałych towarów w przewozach na LHS był prawie dwukrotnie wyższy niż w 2005 roku – rys. 3.



Rys. 3. Struktura wolumenu masy towarowej przewiezionej przez PKP LHS w latach 2006-2010 w mln ton

Źródło: Ibid.

¹³ Wdrożenie Info-LHS (system śledzenia i rozliczania przewozów towarowych), systemu eBS z elementami ERP, wymiana radiotelefonów, zakup licencji i wdrożenie PDP – Przeglądarki Danych Przestrzennych oraz paszportyzacja infrastruktury kolejowej linii nr 65.

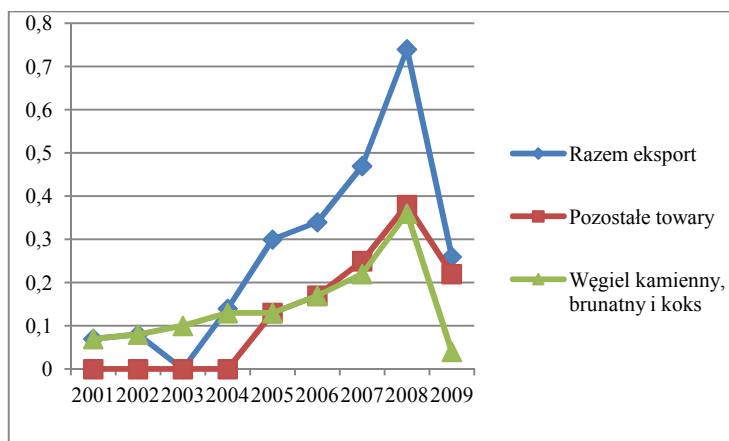
¹⁴ Ibid.

¹⁵ Raport Roczny Grupy PKP 2003, s. 59.

¹⁶ Raport Roczny Grupy PKP 2010, s. 99.

¹⁷ Ibid., s. 94.

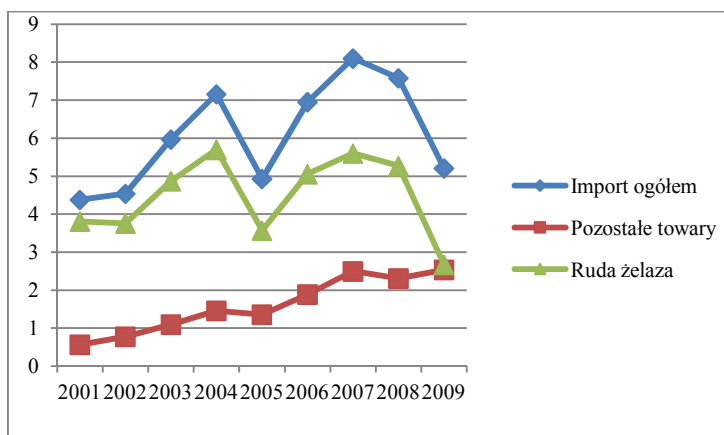
Spółka realizuje przede wszystkim przewozy w imporcie i eksporcie. Charakterystykę tych przewozów przedstawiają rys. 4-5.



Rys. 4. Struktura wolumenu towarów w eksporcie w latach 2001-2009 w mln ton

Źródło: http://www.lhs.com.pl/pl/ofirmie/struktura_przewozow/eksport

Początkowo eksport towarów na wschód był niewielki, jednak systematycznie wzrasta, dzięki dogodnym warunkom finansowym oferowanym przez LHS swoim klientom.



Rys. 5. Struktura wolumenu towarów w imporcie w latach 2001-2009 w mln ton

Źródło: http://www.lhs.com.pl/pl/ofirmie/struktura_przewozow/import

Prowadzone działania związane z unowocześnianiem spółki umożliwiły dywersyfikację przewozów. W 2001 roku przewozy rudy żelaza stanowiły 85%, a jedynie w 15% były to inne towary. W 2009 roku było to już odpowiednio 51 i 49%, rok później – już 55 i 45%, natomiast w 2011 roku udział w wielkości przewozu rudy żelaza kształtował się na poziomie poniżej 40%¹⁸.

Pogorszenie sytuacji makroekonomicznej wynikające z oddziaływania skutków globalnego kryzysu finansowo-gospodarczego spowodowało, iż spółka podjęła działania, których celem miało być utrzymanie współpracy z dotychczasowymi kontrahentami oraz pozyskanie nowych klientów. Prowadzone działania pozwoliły firmie utrzymać stabilną sytuację ekonomiczno-finansową (wynik finansowy netto w porównaniu z 2008 rokiem obniżył się z 19 591,7 mln PLN do 17 092,7 mln PLN)¹⁹. Firma rozpoczęła także rozpoznania w zakresie obszarów, które pozwoliłyby na wzrost firmy.

Zmniejszenie popytu na przewozy kolejowe w efekcie kryzysu spowodowało spadek wielkości przewozów o ponad 34% i spadek przychodów ze sprzedaży o ponad 33% w porównaniu z rokiem poprzednim.

Prowadzona strategia pozwoliła firmie w 2010 roku na osiągnięcie zysku netto w wysokości 26 656,9 mln PLN i wzrost przychodów ze sprzedaży o prawie 46% w porównaniu z 2009 rokiem²⁰.

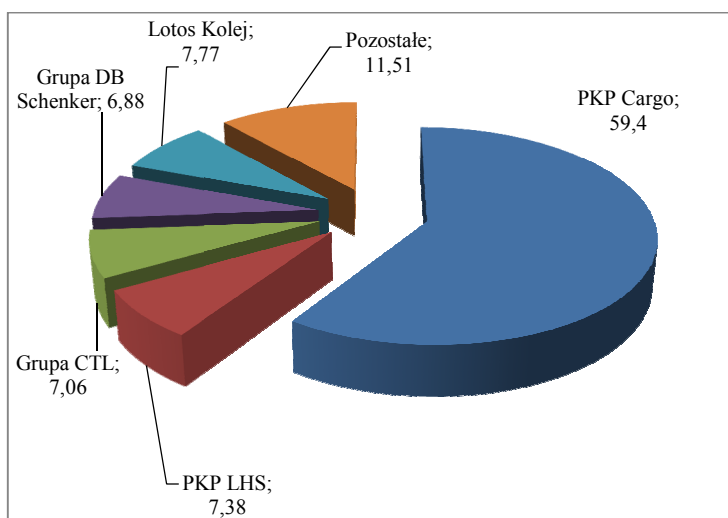
O potencjale firmy świadczy zajęcie drugiego miejsca w 2009 roku w rankingu firm TSL w kategorii transport kolejowy, jako główne źródło przychodów.

Alokację firmy na rynku można uznać za zadowalającą zarówno pod względem wykonanej pracy przewozowej, jaki i przewiezionej masy towarowej – rys. 6-7. Sytuacja ta może ulec zmianie ze względu na ogólny trend spadku wielkości przewozów kolejowych, na który wskazują analizy przeprowadzone przez Urząd Transportu Kolejowego.

¹⁸ PKP LHS stawia na dywersyfikację. Op. cit.

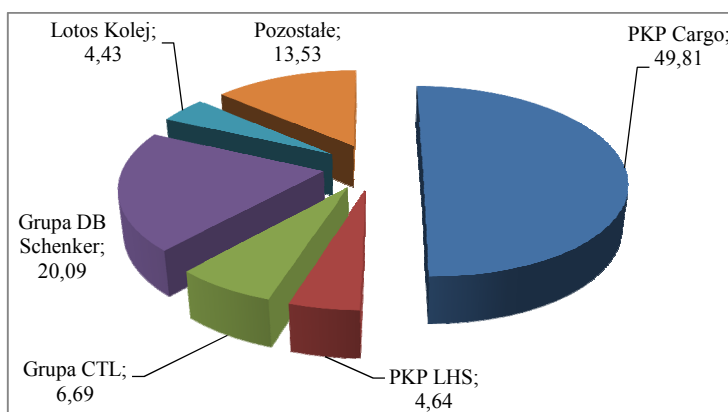
¹⁹ <http://www.lhs.com.pl/files/raport2009.pdf>

²⁰ Raport Roczny Grupy PKP 2010, s. 91-92.



Rys. 6. Udział przewoźników według wykonanej pracy przewozowej styczeń-czerwiec 2012 roku (udział > 0,5%)

Źródło: <http://kurierkolejowy.eu/aktualnosci/7891/Lotos-Kolej-na-2-pozycji-po-PKP-Cargo.html>



Rys. 7. Udział przewoźników według przewiezionej masy towarów styczeń-czerwiec 2012 roku (udział > 0,5%)

Źródło: http://www.utk.gov.pl/porta1/pl/243/1220/Przewozy_towarowe.html

Podsumowanie

Spółka od momentu utworzenia notuje zysk i stawia na dywersyfikację swojej działalności. Stawia także na sukcesywną modernizację infrastruktury i taboru, realizując te inwestycje ze środków własnych. Dzięki inwestycjom, udało się znacząco poprawić parametry eksploatacyjne na LHS. Łącznie w trakcie 10 lat działalności firmy, przewiozła ona 64 mln ton towarów po szerokim torze, dzięki czemu uzyskała 2 mld 460 mln PLN przychodów i wykazała 240 mln PLN zysku netto.

Kontynuacja trendu prosperity firmy będzie możliwa w sytuacji utrzymania dobrej koniunktury gospodarczej w Polsce, a także uzyskania funduszy z UE, zachowania obecnej formuły funkcjonowania spółki, jako zarządcy i przewoźnika.

Najbliższy okres może jednak okazać się trudny dla PKP LHS. Powiązane to jest z prognozami trendów wielkości przewozów (według analiz UTK) oraz kwestią formuły funkcjonowania Spółki. Może okazać się, że formuła ta może być niezgodna z prawem europejskim. Firma została utworzona najpierw jako zarządca, a dopiero później jako przewoźnik. Nie zastosowano wobec niej wymogu rozdzielenia działalności przewozowej od zarządcy infrastruktury, ponieważ według dyrektywy 91/440/EWG z 29 lipca 1991 roku nie dotyczy to podmiotów, które świadczą usługi miejskie, podmiejskie lub o zasięgu regionalnym. Rozdział działalności firmy zgodnie z dyrektywą może przyczynić się do pogorszenia sytuacji firmy.

Literatura

- <http://kurierkolejowy.eu/aktualnosci/7891/Lotos-Kolej-na-2-pozycji-po-PKP-Cargo.html>
http://www.lhs.com.pl/files/raport_2010_pkp_lhs.pdf
<http://www.lhs.com.pl/files/raport2009.pdf>
http://www.lhs.com.pl/pl/oferta/swiadczone_uslugi
http://www.lhs.com.pl/pl/ofirmie/struktura_przewozow/eksport
http://www.lhs.com.pl/pl/ofirmie/struktura_przewozow/import
http://www.lhs.com.pl/pl/ofirmie/struktura_przewozow/przewozy
http://www.utk.gov.pl/portal/pl/243/1220/Przewozy_towarowe.html
Niedzielski P.: Polityka innowacyjna w transporcie. Rozprawy i Studia. T. (DXXXVI) 462, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2003.
Penc J.: Strategie zarządzania – perspektywiczne myślenie, systemowe działanie. Placet, Warszawa 1995.
Penc-Pietrzak I.: Strategie biznesu i marketingu. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998.

- PKP LHS – stabilna spółka w zmiennym otoczeniu. http://www.rynek-kolejowy.pl/27352/PKP_LHS__stabilna_spolka_w_zmiennym_otoczeniu_.htm
- PKP LHS dla samorządów? <http://www.rynekinfrastruktury.pl/artukul/72/1/pkp-lhs-dla-samorzadow.html>
- PKP LHS stawia na dywersyfikację. http://www.rynek-kolejowy.pl/27399/PKP_LHS__stawia_na_dywersyfikacje.htm
- Pomykalski A.: Innowacje. Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2001.
- Pomykalski A.: Nowoczesne strategie marketingowe. Infor, Warszawa 2003.
- Raport Roczny Grupy PKP 2003.
- Raport Roczny Grupy PKP 2010.
- Szewczuk A.: Zachowania przedsiębiorstw transportu samochodowego w konkurencyjnym otoczeniu. Instytut Transportu Samochodowego, Warszawa 2001.

FREIGHT STRUCTURE AND TURBULENT ENVIRONMENT OF A RAILWAY COMPANY

Summary

This paper discusses the issues related to the activity of the company in changing environment. Practical example of this activity is presented on the basis of PKP LHS Sp. z o.o., which is trying to transform its business – the structure of imported goods in order to find its position in the changing market.

Celina M. Olszak

ORGANIZACJA OPARTA NA BUSINESS INTELLIGENCE – WYBRANE WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Wprowadzenie

Współczesne organizacje konkurują w otoczeniu, które charakteryzuje masowy przepływ informacji¹. Coraz częściej czynnikiem decydującym o ich sukcesie jest zdolność do umiejętnego wykorzystywania zasobów informacyjnych². To wyzwanie staje się jednak trudne w realizowaniu, w związku ze stale rosnącą ilością informacji, ich dużym rozproszeniem oraz słabo ustrukturalizowanym charakterem³. W takim dynamicznym otoczeniu Business Intelligence (BI) wydaje się rozwiązaniem, które umożliwia wykorzystywanie potencjału tkwiącego w zasobach informacyjnych. Skutkuje to tym, że organizacje mogą podejmować efektywniejsze decyzje, sprawniej monitorować działania konkurencji, śledzić zachowania klientów, a także optymalizować koszty, procesy wewnętrzne oraz prognozować trendy na rynku.

Chociaż problematyka BI rozwija się od ponad 20 lat, to cały czas niewiele organizacji jest w stanie uczynić z BI efektywne narzędzie do podejmowania decyzji i uzyskiwania przewagi konkurencyjnej⁴. W tej sytuacji prowadzenie pogłębionych badań nad sposobami włączenia BI w procesy biznesowe i działalność organizacji wydaje się cały czas aktualne i niezwykle istotne.

¹ A. Schick, M. Frolick, T. Ariyachandra: Competing with BI and Analytics at Monster Worldwide. Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Sciences, 2011.

² W.F. Cody, J.T. Kreulen, V. Krishna, W.S. Spanler: The Integration of Business Intelligence and Knowledge Management. „IBM Systems Journal” 2002, Vol. 41, No. 4, s. 697-713.

³ J. Jordan, C. Ellen: Business Need, Data and Business Intelligence. „Journal of Digital Asset Management” 2009, Vol. 5, No. 1, s. 10-20.

⁴ H.J. Watson, B.H. Wixom: The Current State of Business Intelligence. „IEEE Computer” 2007, Vol. 40, No. 9, s. 96-99.

Koncepcja organizacji opartej na BI ilustruje sposób całościowego włączania narzędzi BI w różne obszary aktywności biznesowej. W niniejszym opracowaniu starano się udzielić odpowiedzi m.in. na pytania: jakie możliwości oferuje model organizacji opartej na BI, jak uzyskiwać wysoki stopień dojrzałości w zakresie BI, a w konsekwencji osiągać korzyści biznesowe. Struktura artykułu została podporządkowana odpowiedziom na niniejsze pytania. Na wstępie dokonano przeglądu literatury przedmiotu na temat BI. Następnie zaprezentowano podstawowe założenia leżące u podstaw idei organizacji opartej na BI. W dalszej kolejności omówiono zagadnienie modeli dojrzałości BI. Na koniec, wykorzystując metodę wywiadu pogłębionego, opisano wyniki z analizy dwudziestu firm stosujących systemy BI.

1. Business Intelligence

Termin Business Intelligence (BI) po raz pierwszy został użyty w 1958 roku przez H.P. Luhna⁵ i był utożsamiany z narzędziami służącymi do analizy danych⁶. Wielu autorów jest jednak zdania, że termin ten został po raz pierwszy zaproponowany przez H. Dresnera, analityka firmy Gartner, do opisu koncepcji i metodologii służących poprawie procesu podejmowaniu decyzji, przy wykorzystywaniu informacji pochodzącej z różnych systemów informacyjnych⁷.

Trudno nie zgodzić się z opinią, że od tego czasu terminologia BI w znaczący sposób ewoluowała, tak jak zmieniała się rola i sposób oddziaływania BI na organizacje. Z prostych, statycznych analitycznych aplikacji zostały przekształcone one w rozwiązania, które mogą być wykorzystywane w planowaniu strategicznym, prognozowaniu, modelowaniu zjawisk gospodarczych, monitorowaniu procesów i operacji biznesowych, analizie zyskowności produktów, analizie kosztów itp.⁸.

⁵ H.P. Luhn: A Business Intelligence Systems. „IBM Journal of Research and Development” 1958, Vol. 2, No. 4, s. 314-319.

⁶ M.A. Anandarajan, C.A. Srinivasan: Business Intelligence Techniques – A Perspective from Accounting and Finance. Springer, Berlin 2004.

⁷ D.J. Power: A Brief History of Decision Support Systems. <http://dssresources.com/history/dsshstory.html>, 2007.

⁸ S. Negash, P. Gray: Business Intelligence. In: Decision Support Systems. Ed. F. Burstein and C.W. Holsapple. Springer, Berlin 2008, s. 175-193; T.H. Davenport, J.G. Harris: Competing on Analytics. The New Science on Winning. Harvard Business School Press, Boston Massachusetts 2007.

Analiza literatury przedmiotu potwierdza, że chociaż termin BI jest często stosowany, to nie ma jednoznaczności w jego interpretacji⁹. Najczęściej utożsamiany jest on z:

- narzędziami, technologiami oraz produktami software¹⁰; na BI składają się głównie takie elementy, jak hurtownie danych, narzędzia do drążenia danych oraz analizy wielowymiarowej OLAP¹¹,
- zarządzaniem wiedzą; BI jest zdolnością organizacji do wyjaśniania, planowania, predykcji i rozwiązywania problemów oraz uczenia się, aby powiększać zasoby wiedzy w organizacji¹²,
- systemem wspomagania decyzji; BI uważane jest za nową generację systemów wspomagania decyzji, różniącą się od poprzednich przede wszystkim szerszym zakresem funkcjonalnym, wielowymiarową analizą danych i ich prezentacją w różnych układach¹³,
- kokpitami menedżerskimi (dashboards); kokpity menedżerskie stały się preferowaną metodą dostarczania i prezentowania treści BI użytkownikom, są one bardziej wizualne i intuicyjne od poprzednich technik prezentacji danych¹⁴,
- nową kulturą pracy z informacją; BI reprezentuje ważny przełom w technikach pracy z informacją¹⁵ i oznacza swoistą filozofię oraz metodologię, która odnosi się do pracy z informacją i wiedzą, otwartej komunikacji oraz dzielenia się wiedzą,

⁹ P.R. Clavier, H. Lotriet, J. Loggerenberger: Business Intelligence Challenges in the Context of Goods-and Service-Domain Logic, 45th Hawaii International Conference on System Science, IEEE Computer Society, 2012, s. 4138-4147.

¹⁰ J. Reinschmidt, A. Francoise: Business Intelligence Certification Guide. IBM, International Technical Support Organization, 2000.

¹¹ W.H. Inmon, D. Strauss, G. Neushloss: DW 2.0: The Architecture for the Next Generation of Data Warehousing. Elsevier Science, Amsterdam 2008; V.L. Sauter: Decision Support Systems for Business Intelligence. Wiley, New Jersey.

¹² D. Wells: Business Analytics – Getting the Point. <http://b-eye-network.com/view/7133>, 2008; S. Negash, P. Gray: Op. cit., s. 175-193.

¹³ J.A. O'Brien, G.M. Marakas: Introduction to Information Systems. McGraw-Hill, New York 2007; S. Negash: Business Intelligence. „Communications of Association for Information Systems” 2004, Vol. 13, s. 177-195; H. Baaras, H.G. Kemper: Management Support with Structured and Unstructured Data – An Integrated Business Intelligence Framework. „Information Systems Management” 2008, Vol. 25, No. 2, s. 132-148; C.M. Olszak, E. Ziemba: Business Intelligence Systems as a New Generation of Decision Support Systems. In: Proceedings of PISTA. Ed. J.V Carrasquero. International Conference on Politics and Information Systems: Technologies and Applications. The International Institute of Informatics and Systemics, Orlando 2004.

¹⁴ C. Ballard, D.M. Farrell, M. Gupta, C. Mazuela, S. Vohnik: Dimensional Modeling: In a Business Intelligence Environment. „IBM, International Technical Support Organization” 2006.

¹⁵ B. Liautaud, M. Hammond: E-Business Intelligence. Turning Information into Knowledge into Profit. McGraw-Hill, New York 2002.

- procesem; na proces BI składają się głównie takie czynności, jak zbieranie, selekcjonowanie, agregacja, analiza i dystrybucja informacji¹⁶,
- analityką; analityka oznacza szerokie wykorzystywanie danych, analizy statystycznej i ilościowej, modeli wyjaśniających i prognostycznych przy podejmowaniu decyzji¹⁷,
- Competitive Intelligence (CI); CI, stanowi podzbiór BI, a jej celem jest dostarczanie i analizowanie informacji głównie na temat konkurencji¹⁸.

Organizacja oparta na BI łączy wymienione obszary w jedną całość, gdzie problemy związane z techniczną implementacją narzędzi BI tracą na znaczeniu. W zamian za to poszukuje się sposobów na włączanie i dopasowywanie BI do potrzeb organizacji, aby m.in. w poprawiać konkurencyjność, procesy biznesowe oraz jakość podejmowanych decyzji.

2. Organizacja oparta na Business Intelligence

Do opisu organizacji w literaturze z zakresu zarządzania stosowane są różne metafory. Są nimi m.in. organizacja oparta na wiedzy, organizacja inteligentna, organizacja ucząca się. W ostatnim czasie, w związku z intensywnym rozwojem narzędzi BI, pojawiło się określenie „organizacja oparta na BI”. Najprawdopodobniej termin ten po raz pierwszy został użyty przez B.H. Wixom i H.J. Watson. Stosownie do opinii autorów, „BI has moved from being a contributor to organizational success to being a prerequisite for it; indeed for many firms, BI is a prerequisite for even competing in the marketplace. These firms are called BI-based organizations because of the critical role that BI plays”¹⁹. Rozwijając tę myśl należy dodać, że organizacja oparta na BI koncentruje się na przeprowadzaniu fundamentalnych zmian w prowadzeniu biznesu z wykorzystaniem ICT, a zwłaszcza narzędzi BI. Aby osiągnąć sukces i przewagę konkurencyjną na rynku, aktywnie monitoruje zarówno swoje wnętrze, jak i otoczenie. To pozwala jej na identyfikację okazji, zagrożeń, jakie mogą pojawić się podczas kooperacji z klientami, dostawcami i konkurencją. Model organizacji opartej na BI traktowany jest jako „wyzwalacz” (trigger) do podejmowania efektywniejszych decyzji i uzyskiwania coraz lepszych wyników biznesowych.

¹⁶ Z. Jourdan, R.K. Rainer, T. Marschall: Business Intelligence: An Analysis of the Literature. „Information Systems Management” 2007, Vol. 25, No. 2, s. 121-131.

¹⁷ T.H. Davenport, J.G. Harris: Competing on Analytics. The New Science on Winning. Harvard Business School Press, Boston Massachusetts 2007.

¹⁸ V.L. Sauter: Decision Support Systems for Business Intelligence. Wiley, New Jersey 2010.

¹⁹ B.H. Wixom, H.J. Watson: The BI-based organization. „International Journal of Business Intelligence Research” 2010, Vol. 1, No. 1, s. 13-28.

Powołując się na D.L. Goodhue, B.H. Wixom, H.J. Watson²⁰ można wyróżnić trzy cele, które organizacja może osiągnąć implementując BI:

1. Usprawnianie pracy poszczególnych działów, np. marketingu, sprzedaży, controllingu. W organizacjach tworzone są najczęściej minihurtownie danych, które służą do wspomagania określonych zadań, np. zarządzania kampaniami reklamowymi, analizy zyskowności poszczególnych produktów oraz zachowań użytkowników w Internecie.

2. Stworzenie infrastruktury informacyjnej, która zapewni efektywne zbieranie i oczyszczanie danych, ich integrowanie w hurtowni danych oraz analizowanie w różnych układach i perspektywach.

3. Przeprowadzanie transformacji w organizacji, tj. wprowadzanie nowego modelu biznesu ukierunkowanego na zarządzanie zmianą, zarządzanie wiedzą, zarządzanie relacjami z klientami itp. Zazwyczaj wiąże się to z inwestycjami w potężne korporacyjne hurtownie danych, które umożliwiają wspomaganie strategicznych celów organizacji.

Analiza różnych studiów przypadków potwierdza, że BI mogą być wykorzystywane w organizacjach do:

- poprawy efektywności w zakresie planowania strategicznego, taktycznego i operacyjnego, a przede wszystkim: a) modelowania różnych wariantów rozwoju firmy, b) informowania o realizacji strategii, celów i zadań organizacji, c) dostarczania informacji na temat rezultatów wprowadzania zmian w procesach biznesowych i realizacji planów, d) identyfikowania wąskich gardeł, e) dostarczania analiz „najlepszy” i „najgorszy” produkt, region, f) dostarczania informacji na temat otoczenia organizacji,
- tworzenia i poprawy relacji z klientami, głównie poprzez: a) dostarczanie sprzedawcom wiedzy na temat klientów tak, aby mogli oni szybko reagować na ich potrzeby, b) śledzenie poziomu satysfakcji klientów w powiązaniu z uzyskiwaną efektywnością, c) identyfikowanie trendów rynkowych,
- analizy i poprawy procesów biznesowych oraz efektywności operacyjnej organizacji poprzez: a) dostarczanie wiedzy i ekspertyz odnośnie do rozwoju i wprowadzania nowych produktów na rynek, b) dostarczanie wiedzy na temat kluczowych procesów biznesowych, c) wymianę wiedzy pomiędzy zespołami oraz poszczególnymi departamentami²¹.

²⁰ D.L. Goodhue, B.H. Wixom, H.J. Watson: Realizing Business Benefits through CRM: Hitting the Right Target in the Right Way. „MIS Quarterly Executive” 2002, Vol. 1, No. 2, s. 79-94.

²¹ T.H. Davenport, J.G. Harris, R. Morison: Analytics at Work: Smarter Decisions, Better Results, Harvard Business Press, Cambridge 2010; P. Hawking, S. Foster, A. Stein: The Adoption and Use of Business Intelligence Solutions in Australia. „International Journal of Intelligent Systems Technologies and Applications” 2008, Vol. 4, No. 1, s. 327-340; S. Chaudhary: Management Factors for Strategic BI Success. In: Business Intelligence in Digital Economy. Opportunities, Limitations and Risks. Ed. M.S. Raisinghani. IGI Global, Hershey 2004, s. 191-206.

Najbardziej spektakularne efekty ze stosowania BI zaobserwowano podczas tworzenia kampanii reklamowych, antycypacji sprzedaży i zachowań klientów, opracowywania polityki lojalnościowej oraz badania anomalii i defraudacji²².

Według C. Howson²³, do najbardziej znaczących miar sukcesu projektów BI zalicza się przede wszystkim: poprawę wydajności biznesowej, lepszy dostęp do danych, wspieranie kluczowych interesariuszy, poprawę percepcji użytkowników, wzrost z inwestycji, wzrost aktywności użytkowników, zmniejszenie kosztów przechowywania informacji.

3. Modele dojrzałości Business Intelligence

Efektywny rozwój organizacji opartej na BI wymaga wsparcia ze strony teorii naukowych. Wydaje się, że teoria modeli dojrzałości oferuje dobre podstawy w tym zakresie. Termin „dojrzałość” w literaturze przedmiotu opisywany jest jako stan idealny, perfekcyjny, kompletny, do którego należy dążyć²⁴. Osiągnięcie takiego stanu wiąże się zazwyczaj z przechodzeniem przez różne etapy rozwoju²⁵. Modele dojrzałości są stosowane, aby wspomagać taki proces transformacji. W założeniu modele dojrzałości BI powinny wskazywać, jak należy rozwijać systemy BI w organizacji, aby osiągać z ich pomocą wymierne i coraz większe korzyści²⁶.

W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele propozycji w zakresie modeli dojrzałości BI²⁷. Jednym z bardziej znanych modeli jest model firmy Gartner (Maturity Model for Business Intelligence and Performance Management). Dostarcza on wskazówek, w jaki sposób organizacje mogą zwiększać swoje kompetencje w zakresie BI i w konsekwencji osiągać coraz większe sukcesy biznesowe. W modelu nawiązuje się do trzech kluczowych obszarów oceny: lu-

²² C.M. Olszak, E. Ziemia: Business Intelligence Systems in the Holistic Infrastructure Development Supporting Decision-making in Organizations. „Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge and Management” 2006, Vol. 1, s. 47-58.

²³ C. Howson: Successful Business Intelligence: Secrets to Making BI a Killer Application. McGraw-Hill, New York 2008.

²⁴ G. Lahramnn, F. Marx, R. Winter, F. Wortmann: Business Intelligence Maturity: Development and Evaluation of a Theoretical Model. In: Proceedings of the 44 Hawaii International Conference on System Science, 2011.

²⁵ P. Fraser, J. Moultrie, M. Gregory: The Use of Maturity Models/Grids as a Tool in Assessing Product Development Capability. In: Proceedings of IEM, Cambridge 2002, s. 244-249.

²⁶ H.J. Watson, T. Ariyachandra, R.J. Matyska: Data Warehousing Stages of Growth. „Information Systems Management” 2011, Vol. 18, No. 3, s. 42-50.

²⁷ W.W. Eckerson: Gauge Your Data Warehousing Maturity. „DM Review” 2004, Vol. 14, No. 11, s. 34.

dzi, procesów oraz technologii²⁸. Są one ewaluowane z perspektywy następujących poziomów: niepewny (unware), taktyczny (tactical), zogniskowany (focused), strategiczny (strategic), przenikający (pervasive)²⁹. Poziom pierwszy, często określany jako anarchia informacyjna, charakteryzuje niekompletność i niespójność danych oraz brak wiedzy na temat możliwości ICT, a zwłaszcza BI. Drugi poziom oznacza, że firmy zaczynają inwestować w BI. Na poziomie pojedynczych departamentów stosowane są różnorodne wskaźniki do oceny kondycji finansowej, wydajności pracy itp. Użytkownicy nie są jednak wystarczająco wyszkoleni, aby w pełni wykorzystywać różne aplikacje BI. Z kolei poziom określany jako zogniskowany utożsamiany jest przede wszystkim z tworzeniem hurtowni danych dla wybranych departamentów oraz stosowaniem kokpitów menedżerskich. Organizacje osiągają pierwsze sukcesy i korzyści biznesowe z systemów BI, aczkolwiek nierozwiązany jest tutaj problem integracji danych w ramach całej organizacji. Z kolei firmy znajdujące się na poziomie strategicznym posiadają jasno sformułowaną strategię BI, a aplikacje BI wykorzystywane są na wszystkich szczeblach zarządzania. Ostatni poziom dojrzałości oznacza zintegrowanie BI z infrastrukturą klientów, dostawców i innych interesariuszy organizacji. BI traktowany jest jako czynnik sprzyjający wprowadzaniu istotnych zmian w organizacji, tworzeniu nowego sposobu prowadzenia biznesu oraz konkurowania.

Przechodzenie z jednego poziomu dojrzałości BI do kolejnego wymaga wprowadzania zmian we wszystkich charakterystykach opisujących poszczególne etapy. Dotyczy to zwłaszcza zmian w zakresie stylu zarządzania, zarządzania danymi, sponsoringu, systemu szkoleń itp.

4. Metodologia badań

Celem badania była ocena wykorzystania BI w dwudziestu celowo wybranych organizacjach oraz określenie czynników, które pozwalają firmom osiągać wysokie kompetencje w zakresie BI, a w konsekwencji osiągać sukcesy biznesowe. Badanie miało charakter jakościowy, zastosowano w nim metodę wywiadu pogłębionego. Pytania zadane respondentom wraz z odpowiedziami przedstawiono w tabeli 1. Badanie zostało przeprowadzone wśród firm z sektora

²⁸ B. Burton: Toolkit: Maturity Checklist for Business Intelligence and Performance Management. Gartner Inc. Research, 2009; I.H. Hribar-Rajteric: Overview of Business Intelligence Maturity Models, „Management” 2010, Vol. 15, No. 1, s. 47-67.

²⁹ N. Rayner: Maturity Model of Overview for Business Intelligence and Performance Management. Gartner Inc. Research, 2008, s. 2.

usług, mających doświadczenia w zakresie BI. Były to: telekomunikacja (T)-4, consulting (C)-4, bankowość (B)-4, ubezpieczenia (U)-4, agencje marketingowe (AM)-4. Za respondentów wybrano przedstawicieli naczelnego kierownictwa, kierowników działów oraz specjalistów ICT. Do oceny poziomu dojrzałości BI posłużono się modelem firmy Gartner.

5. Wybrane wyniki badań

Uzyskane wyniki potwierdziły, że stosowanie systemów BI w badanych firmach nie odbiega od opisów spotykanych w literaturze przedmiotu. W tabeli 1 przedstawiono wybrane odpowiedzi na zadane pytania. Ocenę dojrzałości BI, stosownie do modelu firmy Gartner, zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 1

Zadane pytania i uzyskane odpowiedzi

Nr	Zadane pytania	Odpowiedzi (ilość organizacji)
1	2	3
1	Jak rozumiany jest w Państwa organizacji termin BI?	Narzędzie do zarządzania informacją (9), hurtownia danych (5), aplikacje analityczne (4), nowy sposób robienia biznesu (2).
2	Do czego stosowane jest BI w Państwa organizacji (raportowanie, ad hoc raportowanie, analizy, ostrzeganie, predyktywne modelowanie, operacjonalizacja procesów, optymalizacja, aktywowanie itp.)?	Raportowanie (15), analizowanie (12) ostrzeganie (2), predyktywne modelowanie (2), optymalizacja (3), aktywowanie (2).
3	Czy w Państwa organizacji jest opracowana strategia BI?	Całościowa strategia (5), częściowo opracowana strategia BI (12), brak strategii BI (3).
4	Czy w Państwa organizacji są zdefiniowane procesy biznesowe?	Zdefiniowane podstawowe procesy biznesowe (15), zdefiniowane kluczowe procesy biznesowe (6), niezdefiniowane (5)
5	Czy w Państwa organizacji/ departamencie zdefiniowane są wskaźniki (finansowe, wydajnościowe itd.)?	Wskaźniki wydajnościowe dla wybranych departamentów (13), wskaźniki dla całej organizacji (4), brak zdefiniowanych wskaźników (3).
6	Ocena jakości danych stosowanych w organizacji (kompletne, poprawne, spójne); wysoka/średnia, słaba jakość danych itp.)	Wysoka jakość danych (6), średnia jakość danych (11), raczej słaba jakość danych (3).
7	Czy posiada Pan wystarczające umiejętności z zakresu BI, aby w pełni wykorzystywać możliwości systemu?	Wystarczające umiejętności (7), niewystarczające umiejętności (8), słabe umiejętności (5).
8	Czy stosujecie Państwo kokpity menedżerskie?	Kokpity menedżerskie w ograniczonym zakresie (14), kokpity menedżerskie w całej organizacji (4), nie stosuje się (2).

cd. tabeli 1

1	2	3
9	Czy BI ograniczone jest do wybranych działów organizacji?	BI ograniczone do wybranych działów organizacji (15), nieograniczone (5).
10	Czy jest Pan motywowany do wykorzystywania BI? (jak?).	Użytkownicy motywowanie poprzez szkolenia (8), motywowanie poprzez mechanizm bonusów (6), brak motywowania (6).
11	Czy BI stosowane jest do analizy informacji na temat klientów, dostawców, konkurencji oraz innych partnerów biznesowych.	BI stosowane jest do analizy informacji na temat klientów (17), dostawców (14), konkurencji (5), innych partnerów biznesowych (4).
12	Kto jest sponsorem BI w Państwa organizacji?	Dyrektor (3), kadra kierownicza (6), analitycy biznesowi (4), specjaliści ICT (7).
13	Jaki rodzaj software BI jest stosowany w Państwa organizacji?	Minihurtownie danych (7), scentralizowane hurtownie danych (7), operacyjne bazy danych (6).
14	Proszę podać (opisać) sukcesy i porażki (błędy) wynikające ze stosowania BI.	Sukces: pozyskanie nowych klientów (14), pozyskanie nowych dostawców (11), wzrost sprzedaży (8), wykrycie defraudacji (6), wprowadzenie nowych kanałów sprzedaży (3), wprowadzenie nowych produktów (3). Porażki: brak wiary w BI I (4), luka (przepaść) pomiędzy BI a biznesem (12), użytkownicy nie rozpoznają swoich danych po przetworzeniu (7), brak zdolności do podejmowania decyzji (6), BI jest kosztowne (5).
15	Proszę wskazać korzyści wynikające ze stosowania BI.	Lepszy dostęp do danych (13), skuteczniejsze decyzje (12), poprawa procesów biznesowych (9), poprawa wydajności (8), oszczędność kosztów (7), transparentność informacji (5), nowy sposób robienia biznesu (2).

6. Dyskusja

Uzyskane wyniki z badań pozwalają na stwierdzenie, że wśród dwudziestu przebadanych organizacji dwie organizacje mieszczą się w kategorii najwyższego poziomu dojrzałości BI. Należą do nich firma telekomunikacyjna oraz agencja marketingowa. Ich kompetencje BI wyraźnie ukierunkowane są na konkutowanie i osiąganie korzyści biznesowych, takich jak pozyskiwanie nowych klientów, wprowadzanie nowych produktów oraz nowych kanałów sprzedaży. W organizacjach tych promowana jest kultura pracy oparta na faktach i uczeniu się. Respondenci potwierdzali, że czynnikami, które przyczyniły się do uzyskania wysokiego poziomu dojrzałości BI było silne poparcie ze strony dyrekcji oraz wiara wszystkich pracowników w możliwości BI.

Tabela 2

Poziomy dojrzałości BI w badanych organizacjach

Poziom	Ludzie	Procesy	Wskaźniki i technologie	Zakres korzyści
1	2	3	4	5
Niepewny	Użytkownicy nie znają swoich potrzeb informacyjnych	Użytkownicy nie znają procesów biznesowych. Dane są niskiej jakości	Brakuje odpowiedniego sprzętu i software. Wskaźniki nie są zdefiniowane. Raportowanie jest stosowane sporadycznie	Brak korzyści
Taktyczny 2U, 2C, 1AM	Użytkownicy podejmują się pierwszych inicjatyw BI. Niskie poparcie ze strony kierownictwa	Zidentyfikowane podstawowe procesy biznesowe	Minihurtownie danych są budowane, analiza danych z przeszłości, pierwsze interaktywne narzędzia do raportowania; wskaźniki są stosowane w obrębie pojedynczych działów	Niewielkie korzyści ograniczone do małych grup użytkowników, lepszy dostęp do danych, statyczne raportowanie
Czynniki sukcesu: poparcie ze strony naczelnego kierownictwa, stosowanie odpowiednich narzędzi BI, zdefiniowane procesy biznesowe i najważniejsze wskaźniki (finansowe, wydajnościowe itp.)				
Skoncentrowany 2T, 1AM, 2C, 2U, 2B	Użytkownicy próbują optymalizować działalność poszczególnych departamentów poprzez BI	Standaryzacja procesów biznesowych, opracowywanie katalogu najlepszych praktyk biznesowych z zakresu BI	Stosowanie kokpitów menedżerskich, budowa scentralizowanych hurtowni danych, raportowane ad hoc, drążenie danych	Korzyści ograniczone do poszczególnych departamentów; poprawa wewnętrznych procesów biznesowych i podejmowania decyzji na poziomie operacyjnym
Czynniki sukcesu: rozwój korporacyjnej kultury opartej na faktach i uczeniu się, opracowana strategia B, wdrożony system szkoleń z zakresu BI				
Strategiczny 1 AM, 1 T, 2 B	Użytkownicy posiadają wysokie kompetencje w zakresie BI, jednak nie zawsze dopasowane do ról jakie pełnią w organizacjach	Zarządzanie procesami biznesowymi oparte na faktach	Wysoka jakość danych, posiadanie strategii BI, stosowanie złożonych narzędzi do predykcji i modelowania, drążenie danych	Korzyści dla całej organizacji; zintegrowane analizy finansowe, logistyczne, produkcyjne; poprawa podejmowania decyzji na wszystkich szczeblach zarządzania

cd. tabeli 2

1	2	3	4	5
Czynniki sukcesu: wsparcie dyrekcji i zarządu, wdrożony system motywacyjny				
Znaczący I T, I AM	Użytkownicy posiadają możliwości i czas na stosowanie BI, stałe szkolenia z zakresu BI, motywowanie do zbierania, analizowania i dzielenia się informacjami, dyrekcja wykazuje pasję i mocne poparcie dla BI	Kultura pracy oparta na podejściu procesowym, uczeniu się oraz dzieleniu się wiedzą	Korporacyjna architektura BI, spersonalizowane raportowanie, współdziałanie BI i biznesu	Korzyści dla całego otoczenia organizacji, konkutowanie na podstawie BI, nowe sposoby prowadzenia biznesu
Czynniki sukcesu: mocne poparcie dyrekcji i zarządu, efektywne HRM, wiara wszystkich użytkowników w możliwości BI				

Interesującą grupę stanowiły organizacje zaklasyfikowane do poziomu dojrzałości nazywanego strategicznym. Były to cztery firmy –jedna agencja reklamowa, jedna firma telekomunikacyjna oraz dwa banki. Wprawdzie nie konkurują one opierając się na BI, ale posiadają wysokie kompetencje w zakresie wykonywania różnych analiz BI (na wszystkich szczeblach zarządzania), takich jak analizy finansowe, segmentacja klientów, efektywność marketingowa. Wydaje się, że przejście tych firm na najwyższy poziom dojrzałości BI wymaga większego wsparcia ze strony naczelnego kierownictwa. Respondenci wskazywali także na potrzebę efektywniejszego motywowania pracowników do kolekcjonowania, analizowania i wykorzystywania informacji w praktycznym działaniu.

Badanie pokazało, że wśród analizowanych organizacji dziewięć stosuje BI na poziomie departamentów (najprawdopodobniej byłoby ich więcej w przypadkowej próbie). W tych organizacjach BI nie odgrywa strategicznej roli, a osiągnięte korzyści są stosunkowo ograniczone. BI stosowane jest głównie do raportowania ad hoc oraz śledzenia operacji w ramach poszczególnych departamentów, analizowania sprzedaży oraz kooperacji z klientami i dostawcami. BI i zarządzanie nie są skorelowane ze sobą. Respondenci zwracali uwagę na niski poziom wiedzy wśród pracowników na temat możliwości BI. Dlatego do najważniejszych zadań, mających na celu podniesienie kompetencji w zakresie BI, należy: opracowanie korporacyjnej kultury pracy opartej na faktach i uczeniu się, sformułowanie czytelnej strategii BI oraz wdrożenie ciągłego systemu szkoleń z zakresu BI.

Wśród badanych organizacji pięć z nich (2-U, 2-C, 1-AM) znajduje się na pozycji dojrzałości określonej taktyczną. Wiedza na temat BI w tych organizacjach jest raczej niska i kojarzona głównie z minihurtowniami danych lub operacyjnymi bazami danych. Respondenci podkreślali, że wielu użytkowników ma problemy z identyfikacją i rozpoznaniem swoich danych po ich przetworzeniu. Intelktualne zasoby analizowanych organizacji wydają się zbyt szczupłe, aby w najbliższym czasie stworzyć w nich zaawansowaną infrastrukturę BI i stosować ją do usprawnienia procesów biznesowych i podejmowania decyzji.

Podsumowując, obserwacja oraz przeprowadzone badania pozwalają na stwierdzenie, że do czynników, które przede wszystkim pozwoliły organizacjom osiągnąć wysoki poziom dojrzałości w zakresie BI należały: 1) silne poparcie ze strony kadry menedżerskiej, a zwłaszcza naczelnego kierownictwa, 2) opracowana kultura korporacyjna odwołująca się do efektywnego zarządzania zasobami informacyjnymi, 3) stosowanie odpowiednich technologii BI, 4) jasno określona strategia, misja i zadania organizacji, 5) opracowany system wskaźników np. pomiaru wydajności w organizacji), 6) zdefiniowane procesy biznesowe, 7) system zachęcający do zbierania, analizowania informacji oraz dzielenia się wiedzą, 8) odpowiednie zasoby finansowe, intelektualne, technologiczne), 9) szkolenia i edukacja na temat BI, 10) efektywne HRM.

Podsumowanie

Główną konkluzję płynącą z przeprowadzonych badań można zamknąć stwierdzeniem, że model organizacji opartej na BI może przyczyniać się do podejmowania efektywniejszych decyzji, poprawy procesów biznesowych, wydajności pracy, a nawet pozwalać konkurować opierając się na kompetencjach BI. Osiągnięcie przez organizację najwyższego poziomu w zakresie BI wymaga konsolidacji różnych zasobów organizacyjnych i technologicznych. Istotna rola przypada tutaj kadrze kierowniczej, aczkolwiek ważna także okazuje się właściwie opracowana strategia BI, korespondująca z procesami biznesowymi, a także sprawny system szkoleń z zakresu BI.

Literatura

- Anandarajan M.A., Srinivasan C.A.: *Business Intelligence Techniques – A Perspective from Accounting and Finance*. Springer, Berlin 2004.
- Baaras H., Kemper H.G.: *Management Support with Structured and Unstructured Data – An Integrated Business Intelligence Framework*. „Information Systems Management” 2008, Vol. 25, No. 2.

- Ballard C., Farrell D.M., Gupta M., Mazuela C., Vohnik S.: Dimensional Modeling: In a Business Intelligence Environment. „IBM, International Technical Support Organization” 2006.
- Burton B.: Toolkit: Maturity Checklist for Business Intelligence and Performance Management. Gartner Inc. Research, 2009.
- Chaudhary S.: Management Factors for Strategic BI Success. In: Business Intelligence in Digital Economy. Opportunities, Limitations and Risks. Ed. M.S. Raisinghani. IGI Global, Hershey 2004.
- Clavier P.R., Lotriet H., Loggerenberger J.: Business Intelligence Challenges in the Context of Goods-and Service-Domain Logic, 45th Hawaii International Conference on System Science, IEEE Computer Society, 2012.
- Cody W.F., Kreulen J.T., Krishna V., Spanler W.S.: The Integration of Business Intelligence and Knowledge Management. „IBM Systems Journal” 2002, Vol. 41, No. 4.
- Davenport T.H., Harris J.G., Morison R.: Analytics at Work: Smarter Decisions, Better Results, Harvard Business Press, Cambridge 2010.
- Davenport T.H., Harris J.G.: Competing on Analytics. The New Science on Winning. Harvard Business School Press, Boston Massachusetts 2007.
- Eckerson W.W.: Gauge Your Data Warehousing Maturity. „DM Review” 2004, Vol. 14, No. 11.
- Fraser P., Moultrie J., Gregory M.: The Use of Maturity Models/Grids as a Tool in Assessing Product Development Capability. In: Proceedings of IEM, Cambridge 2002.
- Goodhue D.L., Wixom B.H., Watson H.J.: Realizing Business Benefits through CRM: Hitting the Right Target in the Right Way. „MIS Quarterly Executive” 2002, Vol. 1, No. 2.
- Hawking P., Foster S., Stein A.: The Adoption and Use of Business Intelligence Solutions in Australia. „International Journal of Intelligent Systems Technologies and Applications” 2008, Vol. 4, No. 1.
- Howson C.: Successful Business Intelligence: Secrets to Making BI a Killer Application. McGraw-Hill, New York 2008.
- Hribar-Rajteric I.H.: Overview of Business Intelligence Maturity Models, „Management” 2010, Vol. 15, No. 1.
- Inmon W.H., Strauss D., Neushloss G.: DW 2.0: The Architecture for the Next Generation of Data Warehousing. Elsevier Science, Amsterdam 2008.
- Jordan J., Ellen C.: Business Need, Data and Business Intelligence. „Journal of Digital Asset Management” 2009, Vol. 5, No. 1.
- Jourdan Z., Rainer R.K., Marschall T.: Business Intelligence: An Analysis of the Literature. „Information Systems Management” 2007, Vol. 25, No. 2.
- Lahramnn G., Marx F., Winter R., Wortmann F.: Business Intelligence Maturity: Development and Evaluation of a Theoretical Model. In: Proceedings of the 44 Hawaii International Conference on System Science, 2011.
- Liautaud B., Hammond M.: E-Business Intelligence. Turning Information into Knowledge into Profit. McGraw-Hill, New York 2002.
- Luhn H.P.: A Business Intelligence systems. „IBM Journal of Research and Development” 1958, Vol. 2, No. 4.
- Negash S., Gray P.: Business Intelligence. In: Decision Support Systems. Ed. F. Burstein and C.W. Holsapple. Springer, Berlin 2008.
- O'Brien J.A., Marakas G.M.: Introduction to Information Systems. McGraw-Hill, New York 2007.

- Olszak C.M., Ziemba E.: Business Intelligence Systems as a New Generation of Decision Support Systems. In: Proceedings of PISTA. Ed. J.V Carrasquero. International Conference on Politics and Information Systems: Technologies and Applications. The International Institute of Informatics and Systemics, Orlando 2004.
- Olszak C.M., Ziemba E.: Business Intelligence Systems in the Holistic Infrastructure Development Supporting Decision-making in Organizations. „Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge and Management” 2006, Vol. 1.
- Power D.J.: A Brief History of Decision Support Systems. <http://dssresources.com/history/dsshistory.html>, 2007.
- Rayner N.: Maturity Model of Overview for Business Intelligence and Performance Management. Gartner Inc. Research, 2008
- Reinschmidt J., Francoise A.: Business Intelligence Certification Guide. IBM, International Technical Support Organization, 2000.
- Sauter V.L.: Decision Support Systems for Business Intelligence. Wiley, New Jersey 2010.
- Schick A., Frolick M., Ariyachandra T.: Competing with BI and Analytics at Monster Worldwide. Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Sciences, 2011.
- Watson H.J., Ariyachandra T., Matyska R.J.: Data Warehousing Stags of Growth. „Information Systems Management” 2011, Vol. 18, No. 3.
- Watson H.J., Wixom B.H.: The Current State of Business Intelligence. „IEEE Computer” 2007, Vol. 40, No. 9.
- Wells D.: Business Analytics – Getting the Point. <http://b-eye-network.com/view/7133>, 2008.
- Wixom B.H., Watson H.J.: The BI-based organization. „International Journal of Business Intelligence Research” 2010, Vol. 1, No. 1.

BUSINESS INTELLIGENCE ORGANIZATION – SELECTED EMPIRICAL RESULTS

Summary

The main goal of this paper is to present important assumptions underlying the idea of BI-based organization and to identify the factors that allow it to achieve the business success with BI. The structure of this paper and research methods have been subordinated to this goal. Firstly, an overview of subject literature on BI has been conducted. Then, the idea of BI-based organization has been described. Next, the issue of maturity models for BI has been presented. Using an in-depth interview method, the results from the analysis of twenty firms applying BI systems have been described. Finally, the most important factors that determine the business success with BI have been proposed.

Iwona Pawlas

SPOŁECZNO-EKONOMICZNY ROZWÓJ KRAJÓW ASEAN+3 – ANALIZA PORÓWNAWCZA

Wprowadzenie

Jedną z ważniejszych cech rozwoju współczesnej gospodarki światowej jest włączenie się wielu krajów Azji w międzynarodową współpracę. Szybki proces integracji tych gospodarek z systemem światowym oraz jednoczesny rozwój powiązań o charakterze wewnątrzregionalnym determinują rosnącą pozycję tego regionu w gospodarce światowej. W artykule przedstawiono wyniki analizy zróżnicowania wybranych krajów Azji pod względem rozwoju społeczno-ekonomicznego. Badaniem objęto kraje ASEAN+3, czyli dziesięć krajów tworzących Stowarzyszenie Narodów Azji Południowo-Wschodniej – ASEAN (Singapur, Brunei, Indonezję, Malezję, Birmę, Filipiny, Tajlandię, Wietnam, Laos, Kambodżę) oraz Chiny, Japonię i Koreę Południową¹.

Kondycję społeczno-ekonomiczną badanych podmiotów opisano za pomocą kilkunastu mierników. Uwzględniono w szczególności: dynamikę PKB, PKB per capita (według parytetu siły nabywczej), stopę inflacji, stopę bezrobocia, dynamikę eksportu, eksport per capita, napływ kapitału w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich, dług publiczny oraz stan budżetu jako % PKB, śmiertelność niemowląt na 1000 urodzeń żywych, stopień skolaryzacji, oczekiwaną liczbę lat w placówkach edukacyjnych, saldo migracji netto na 1000 mieszkańców, liczbę telefonów komórkowych na 100 mieszkańców.

Na wstępnym etapie badań sytuację poszczególnych krajów analizowano odrębnie w odniesieniu do każdego wskaźnika. Zasadniczą analizę porów-

¹ Szerzej na temat ASEAN oraz ASEAN+3: www.asean.org (15.08.2012); Integracja Azji Wschodniej. Mit czy rzeczywistość? Red. B. Skulska. „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2009, nr 67. Zob. także Procesy integracyjne w regionie Azji i Pacyfiku. Red. B. Drelich-Skulska. „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2008, nr 13.

nawczą społeczno-ekonomicznego rozwoju trzynastu krajów Azji przeprowadzono z zastosowaniem taksonomicznej miary rozwoju Z. Hellwiga². Badania przeprowadzono dla 2006 oraz 2009 roku³.

1. Prezentacja rezultatów badań

Analiza przeprowadzona na podstawie parametrów makroekonomicznych badanych trzynastu krajów zestawionych w tabelach 1 i 2 pozwoliła na wyśnięcie poniższych wniosków. W 2006 roku Brunei oraz Singapur to najbogatsze kraje spośród analizowanej trzynastki; PKB per capita w tych krajach według parytetu siły nabywczej (PPP) to blisko 50.000 US\$. PKB per capita Japonii był równy 31900 US\$, zaś Korei Płd. 24500 US\$. Zdecydowanie najbiedniejszym krajem była Birma, gdzie PKB per capita wynosił tylko 881 US\$. Stosunkowo niski poziom PKB per capita odnotowano także w przypadku: Laosu (1980 US\$), Wietnamu (2363 US\$), Filipin (3153 US\$) oraz Indonezji (3455 US\$)⁴.

Według oficjalnych danych, w 2006 roku poważniejszy problem bezrobocia występował tylko w Indonezji (10,5%) i na Filipinach (8%). W pozostałych krajach stopa bezrobocia nie przekraczała 5%. Największą inflację zaobserwowano w Birmie (18,9%) i Indonezji (13,1%), natomiast w przypadku Brunei oraz Japonii odnotowano minimalny wzrost cen na poziomie 0,1% i 0,3%, a w Singapurze stopa inflacji była równa 1%.

Tabela 1

Parametry makroekonomiczne krajów ASEAN+3 w 2006 roku

Kraj	Dynamika PKB (%)	PKB per capita według PPP (US\$)	Stopa inflacji (%)	Stopa bezrobocia (%)	Eksport per capita (US\$)
1	2	3	4	5	6
Brunei	4,39	49898,0	0,1	4	20082,76
Kambodża	10,77	1619,0	4,7	0,8	252,83

² Z. Hellwig: Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom rozwoju oraz zasoby i strukturę wykwalifikowanych kadr. „Przegląd Statystyczny” 1968, nr 4, s. 307-327; W. Pluta: Wielowymiarowa analiza porównawcza w modelowaniu ekonometrycznym. PWN, Warszawa 1986 oraz Idem: Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach ekonomicznych. Warszawa 1977, s. 19-24.

³ Pozyskanie kompletnego zestawu danych statystycznych dla 2010 roku okazało się niemożliwe.

⁴ Na temat kondycji krajów azjatyckich: Azja-Pacyfik. Obraz gospodarczy regionu. Red. B. Drelich-Skulska. AE, Wrocław 2007, s. 36.

cd. tabeli 1

1	2	3	4	5	6
Indonezja	5,51	3455,0	13,1	10,5	419,99
Laos	8,31	1980,0	3,1	1,3	62,92
Malezja	5,93	12536,0	3,6	3,3	5991,88
Birma	6,89	881,0	18,9	4	74,15
Filipiny	5,33	3153,0	6,3	8,1	529,72
Singapur	7,88	47426,0	1	2,7	60626,76
Tajlandia	5,11	7613,0	4,7	1,3	1935,05
Wietnam	8,17	2363,0	7,2	4,8	440,35
Chiny	10,7	7722,0	1,5	4,2	739
Japonia	2,2	31919,0	0,3	4,1	5089
Korea Płd.	4,8	24500,0	2,2	3,3	5894,39
Kraj	Dynamika eksportu (%)	Napływ kapitału w formie ZIB per capita (US\$)	Stan budżetu w relacji do PKB (%)	Stan bilansu obrotów bieżących (%)	Dług publiczny w relacji do PKB (%)
Brunei	19,6	1142,59	5,1	57,7	b.d.
Kambodża	13,7	34,76	-1,2	-0,4	b.d.
Indonezja	17,7	23,15	-0,6	2,7	43,8
Laos	131,3	29,28	-0,4	-1,3	b.d.
Malezja	11,9	230,93	-4,2	16,3	46,7
Birma	12,5	3,02	0	0	b.d.
Filipiny	14,9	26,2	0,1	4,4	61,6
Singapur	18,2	5369,51	0,6	27,5	100,6
Tajlandia	10,9	171,19	1,1	1,1	43,5
Wietnam	29,6	28,06	-0,6	-0,6	47,5
Chiny	29	55,67	-1,23	b.d.	22,1
Japonia	2,2	-51,05	-4,3	b.d.	176,2
Korea Płd.	15	99,92	b.d.	1,5	31,9

Źródło: ASEAN Statistics. <http://www.aseansec.org/18135.htm> (15.08.2012); <http://www.indexmundi.com/> (15.08.2012); Mały Rocznik statystyczny Polski 2009. GUS, Warszawa 2009.

We wszystkich analizowanych gospodarkach 2006 rok upłynął pod znakiem wzrostu gospodarczego, jego tempo było jednak zróżnicowane. Porównując sytuację gospodarczą w tak różnych podmiotach należy inaczej oceniać prawie 11% wzrost PKB Kambodży oraz Chin, niemal 8% wzrost PKB Singapuru i 8% dynamikę PKB Laosu czy Wietnamu. W Japonii w tym samym okresie odnotowano wzrost PKB o 2,2% (była to najniższa dynamika spośród całej trzynastki).

Niektóre z analizowanych krajów Azji postrzegane są jako bardzo atrakcyjna lokalizacja kapitału zagranicznego w formie inwestycji bezpośrednich (ZIB). W 2006 roku napływ kapitału w formie ZIB do Chin to ponad 72 mld US\$ (choć w przeliczeniu na mieszkańca to zaledwie 56 US\$). W tym samym okresie zagraniczni inwestorzy ulokowali w Singapurze 24 mld US\$ w formie ZIB (co oznacza inwestycje rzędu 5400 US\$ per capita). Bardzo wysokim poziomem napływu kapitału w formie ZIB per capita charakteryzowało się Brunei (1142,5 US\$). W zdecydowanie odmiennej sytuacji była Birma, gdzie poziom ZIB per capita wynosił 3 US\$. Uwagę zwraca także wycofanie kapitału w formie ZIB z Japonii – minus 6,5 mld US\$ (-51 US\$ per capita)⁵.

Część badanych krajów azjatyckich to ważni eksporterzy towarów. W 2006 roku wartość eksportu Chin osiągnęła poziom 969.682 mln US\$ (około 740 US\$ per capita). Także Singapur i Brunei to gospodarki o wyraźniej orientacji proeksportowej; eksport na mieszkańca Singapuru przekroczył 60.000 US\$, w przypadku Brunei – ponad 20.000 US\$. Uwagę zwraca bardzo wysoka dynamika eksportu niemal wszystkich badanych krajów w 2006 roku. Dla większości z nich był to wzrost o kilkanaście procent w porównaniu do roku poprzedniego, dla Chin – aż 29%, a dla Laosu 131%. Jedynym wyjątkiem była Japonia, której eksport zwiększył się w 2006 roku tylko o 2,2%⁶.

Tabela 2

Parametry makroekonomiczne krajów ASEAN+3 w 2009 roku

Kraj	Dynamika PKB (%)	PKB per capita według PPP (US\$)	Stopa inflacji (%)	Stopa bezrobocia (%)	Eksport per capita (US\$)
1	2	3	4	5	6
Brunei	-0,5	36177,4	1,9	3,7	17647,96
Kambodża	0,1	1787,6	5,3	1,6	333,32
Indonezja	4,5	4371,2	2,8	7,9	503,57
Laos	7,6	2250,0	8,5	1,3	208,91
Malezja	-1,7	12353,3	1,1	3,7	5542,68
Birma	4,8	1138,1	26,8	4,0	106,52
Filipiny	1,1	3591,8	4,4	7,1	415,66
Singapur	-1,3	52871,8	-0,6	4,0	54100,67
Tajlandia	-2,2	7943,5	3,5	1,0	2279,38
Wietnam	5,2	3123,8	6,9	4,6	649,91

⁵ ASEAN Foreign Direct Investment Statistics, <http://www.aseansec.org/18144.htm> (15.08.2012) oraz Mały Rocznik Statystyczny Polski 2011. GUS, Warszawa 2011.

⁶ ASEAN External Trade Statistics. <http://www.aseansec.org/18137.htm> (15.08.2012) oraz Mały Rocznik Statystyczny Polski 2011. Op. cit.

cd. tabeli 2

1	2	3	4	5	6
Chiny	9,2	6778,0	1,9	4,2	903,00
Japonia	-5,2	32477,0	2,0	4,7	4553,00
Korea Płd.	0,2	28100,0	2,8	3,7	7703,09
Kraj	Dynamika eksportu (%)	Napływ kapitału w formie ZIB per capita (US\$)	Stan budżetu w relacji do PKB (%)	Stan bilansu obrotów bieżących (%)	Dług publiczny w relacji do PKB (%)
Brunei	-30	910,14	0,4	b.d.	b.d.
Kambodża	-6	35,45	2,4	4,7	b.d.
Indonezja	-14	21,1	0,6	1,9	27,4
Laos	-5	53,8	b.d.	2,3	b.d.
Malezja	-21	48,79	2,8	16,5	53,3
Birma	-3	9,72	b.d.	b.d.	b.d.
Filipiny	-22	21,12	3,9	3,9	57,3
Singapur	-20	3370,14	0,3	19,1	110,0
Tajlandia	-14	74,37	4,4	6,1	44,9
Wietnam	-9	87,13	4,6	2,4	52,4
Chiny	-16	71,37	-0,4	6,0	16,9
Japonia	-26	93,27	-7,7*	b.d.	192,9
Korea Płd.	-14	154,63	1,2*	3,9	23,5

Źródło: Ibid.; CIA World Factbook, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (10.08.2012).

W 2006 roku deficyt budżetowy odnotowano tylko w części analizowanych państw. Najwyższy poziom deficytu budżetowego zaobserwowano w Malezji oraz Japonii – odpowiednio 4,2% i 4,3% PKB. Inne podmioty miały budżety zrównoważone (Filipiny, Singapur, Birma) bądź też notowały nadwyżkę budżetową (Tajlandia – około 1% PKB, Brunei – około 5% PKB). Uwagę zwraca wysoki poziom długu publicznego w relacji do PKB w takich państwach, jak Japonia (176,3% PKB) oraz Singapur (100,6% PKB). Natomiast w przypadku Chin było to tylko 22% PKB, a dla Korei Płd. 32% PKB. W pozostałych podmiotach odnotowano dług publiczny na poziomie czterdziestu kilku procent PKB. Dane dla Brunei, Kambodży, Laosu oraz Birmy nie były dostępne.

W 2009 roku badane kraje zostały w znacznym stopniu dotknięte przez światowy kryzys gospodarczy. Znalazło to odzwierciedlenie w części parametrów makroekonomicznych. Rok ten przyniósł spadek PKB w części podmiotów. Największy spadek PKB zaobserwowano w Japonii (-5,2%). Ujemna dynamika PKB była również udziałem następujących krajów: Malezji (-1,7%), Singapuru (-1,3%), Tajlandii (-2,2%), Brunei (-0,5%). W pozostałych gospodarkach zaznaczył się wzrost PKB. Najwyższy wzrost PKB wystąpił w Chinach

o 9,2%. Stosunkowo wysoki poziom wzrostu PKB zaobserwowano jeszcze w: Laosie (7,6%), Wietnamie (5,2%) oraz Indonezji (4,5%). PKB pozostałych podmiotów zwiększył się nieznacznie: Korei Płd. o 0,2%, Kambodży o 0,1%, Filipin o 1,1%.

Nadal występowały bardzo wyraźne były dysproporcje w PKB per capita według PPP: wskaźnik ten wahał się od 52871 US\$ w Singapurze do 1138 US\$ w Birmie. Bardzo wysoki poziom PKB per capita według PPP odnotowano także w Brunei (36177 US\$), Japonii (32477 US\$) i Korei Płd. (28100 US\$).

W 2009 roku analizowane gospodarki bardzo różniły się pod względem stopy bezrobocia, która wahała się od 1% w Tajlandii do 7% w Filipinach i 7,9% w Indonezji. W większości krajów oficjalne statystyki wskazywały na bezrobocie na poziomie 3,5-4,5% (taka sytuacja miała miejsce w Brunei, Malezji, Birmie, Singapurze, Wietnamie, Chinach, Japonii oraz Korei Płd.). W Kambodży oraz Laosie – według oficjalnych danych – stopa bezrobocia nieznacznie tylko przekraczała 1%.

Największy inflacyjny wzrost cen wystąpił w 2009 roku w Birmie (26,8%). W odmiennej sytuacji znalazła się Malezja (inflacja na poziomie 1,1%). Bardzo niski wskaźnik inflacyjnego wzrostu cen zaobserwowano także w Brunei, Chinach oraz Japonii (1,9-2,0%). Z kolei Singapur doświadczył deflacji rzędu 0,6%.

W 2009 roku we wszystkich badanych krajach światowy kryzys przyniósł spadek eksportu. Największe ograniczenie eksportu dotyczyło gospodarek: Brunei (-30%), Japonii (-26%), Filipin (-22%) oraz Singapuru (-20%). Ujemna dynamika eksportu na poziomie kilkunastu procent dotknęła także: Indonezję (-14%), Tajlandię (-14%), Koreę Płd. (-14%) i Chiny (-16%). W przypadku pozostałych podmiotów był to spadek o mniej niż 10% (najmniej o 3% w przypadku Birmy).

W 2009 roku wartość eksportu per capita wahała się od 54 100 US\$ w Singapurze do 106 US\$ w Birmie. Dla Brunei było to około 17 650 US\$, a w przypadku Korei Płd. – 7703 US\$. Na kolejnych miejscach znalazły się: Malezja oraz Japonia (odpowiednio 5542 US\$ i 4553 US\$).

Ze względu na światowe spowolnienie gospodarcze w 2009 roku zmniejszył się napływ kapitału w formie ZIB do większości analizowanych krajów. Największy poziom napływu ZIB per capita odnotowano w Singapurze – było to jednak tylko 3370 US\$, podczas gdy w 2006 roku aż 5369 US\$. Na drugim miejscu znalazło się ponownie Brunei (910 US\$, podczas gdy w 2006 roku – aż 1142 US\$). Najgorzej nadal prezentowała się pod tym względem Birma (9 US\$).

W 2009 roku poziom długu publicznego osiągnął 192% PKB Japonii i 110% PKB Singapuru. Dla Malezji, Filipin i Wietnamu było to ponad 50%, zaś dla Tajlandii – około 45% PKB. W przypadku Chin dług publiczny był równy

16,9% PKB. Korea Płd. i Indonezja odnotowały dług publiczny rządu 23,5% PKB i 27,4% PKB. Niedostępne były dane na temat zadłużenia publicznego Brunei, Kambodży, Laosu oraz Birmy.

Wybrane charakterystyki społeczne dowodzą także znacznego zróżnicowania analizowanych krajów azjatyckich pod względem oczekiwanej długości życia, wskaźnika skolaryzacji, śmiertelności niemowląt, użytkowania telefonów komórkowych oraz salda migracji (tabele 3 i 4).

Tabela 3

Parametry społeczne krajów ASEAN+3 w 2006 roku

Kraj	Oczekiwana długość życia (lata)	Wskaźnik skolaryzacji brutto (%)	Śmiertelność niemowląt na 1000 urodzeń żywych	Telefony komórkowe na 100 mieszkańców	Saldo migracji netto na 1000 mieszkańców
Brunei	76,9	78,5	12,2	90,7	3,31
Kambodża	58,6	58,7	68,8	18,5	0
Indonezja	70,1	68,2	34,4	27,2	0
Laos	63,7	59,6	83,3	8,2	0
Malezja	73,9	71,5	17,2	87,8	0
Birma	61,2	56,3	61,8	0,4	0
Filipiny	71,3	79,6	22,8	47,1	-1,48
Singapur	79,7	64,4	2,3	111,2	9,12
Tajlandia	70,0	78,0	19,5	60,4	0
Wietnam	74,0	62,3	25,1	24	-0,42
Chiny	72,6	68,7	23,1	33,3	-0,39
Japonia	81,2	86,6	3,2	79,3	0
Korea Płd.	77,0	98,5	6,2	83,9	0

Źródło: Human Development Report 2007/2008 (Human Development Indices). UNDP. New York 2007 oraz <http://www.indexmundi.com/> (20.08.2012).

Tabela 4

Parametry społeczne krajów ASEAN+3 w 2009 roku

Kraj	Oczekiwana długość życia (lata)	Przewidywana liczba lat w placówkach edukacyjnych	Śmiertelność niemowląt na 1000 urodzeń żywych	Telefony komórkowe na 100 mieszkańców	Saldo migracji netto na 1000 mieszkańców
1	2	3	4	5	6
Brunei	75,7	14,0	12,3	109,5	2,69
Kambodża	62,1	9,8	54,8	38,6	-0,2
Indonezja	70,8	12,7	30	66,3	-1,24
Laos	56,7	9,2	77,8	43,3	-0,6

cd. tabeli 4

1	2	3	4	5	6
Malezja	73,3	12,5	15,9	118,7	-0,4
Birma	63,4	9,2	47,6	1,0	-0,2
Filipiny	71,1	11,5	20,6	76,0	-1,34
Singapur	82	14,4	2,3	142,8	5,82
Tajlandia	73,1	13,5	17,6	126	0
Wietnam	71,6	10,4	22,9	112,9	-0,38
Chiny	73,5	11,4	20,2	55,8	-0,39
Japonia	82,1	15,1	2,8	90,4	0
Korea Płd.	78,7	16,9	4,3	98,8	-0,33

Źródło: Human Development Report 2011 (Human Development Indices). UNDP, New York 2011 oraz <http://www.indexmundi.com/> (20.08.2012).

W 2006 roku średnia oczekiwania długość życia wahała się od ponad 81 lat w Japonii do 58,6 lat w Kambodży. Wskaźnik skolaryzacji był również bardzo zróżnicowany: zdecydowanie najwyższy dla Korei Płd. – 98,5%, bardzo wysoki dla Japonii – 86,6%, dla Filipin, Brunei i Tajlandii 78-79,6 %, najniższy w przypadku Birmy, Kambodży, Laosu – 56-61%. Jeszcze większe dysproporcje zaobserwowano w przypadku śmiertelności niemowląt na 1000 urodzeń żywych. Wskaźnik ten był najniższy w Singapurze i Japonii (odpowiednio 2,3 i 3,2) oraz relatywnie niski w Korei Płd. (6,2). W pozostałych krajach sytuacja była znacznie gorsza. Śmiertelność niemowląt na 1000 urodzeń żywych była równa 12,2 w Brunei, 17,2 w Malezji, 19,5 w Tajlandii, ponad dwadzieścia w Chinach, Filipinach oraz Wietnamie. W przypadku Indonezji wskaźnik śmiertelności niemowląt to 34,4, dla Kambodży – blisko 69, zaś dla Laosu – aż 83,3.

Badane podmioty różniły się także pod względem salda migracji. Wprawdzie dla większości krajów oficjalne dane dla 2006 roku wskazują na saldo migracji na 1000 mieszkańców na poziomie 0 (tak było w 2006 roku w przypadku Kambodży, Indonezji, Laosu, Malezji, Birmy, Japonii oraz Korei Płd.), jednak w przypadku Singapuru było to plus 9,12, w przypadku Brunei plus 3,31, a dla Filipin, Wietnamu, Chin odnotowano ujemne saldo migracji (największe ujemne saldo migracji zaobserwowano wówczas dla Filipin – minus 1,48).

Bardzo duże wewnętrzne zróżnicowanie zaobserwowano również w odniesieniu do wyposażenia w telefony komórkowe. W 2006 roku liczba telefonów komórkowych na 100 mieszkańców w badanych krajach wahała się od 0,4 w Birmie do 111 w Singapurze. Stosunkowo duże nasycenie telefonami komórkowymi odnotowano jeszcze w Brunei (90,7), Malezji (87,8), Korei Płd. (83,9), Japonii (79,3) oraz Tajlandii (60,4). Natomiast bardzo niski poziom tego wskaźnika wystąpił w Laosie (8,2) oraz Kambodży (18,5).

Większość parametrów społecznych badanych krajów poprawiła się między 2006 i 2009 rokiem. W większości przypadków nie nastąpiły jednak większe zmiany pozycji analizowanych krajów wewnątrz badanej grupy. W 2009 roku oczekiwana długość życia wahała się od 82,1 lat w Japonii i 82 lat w Singapurze do 62,1 lat w Kambodży. Przewidywana liczba lat w placówkach edukacyjnych była najwyższa w Korei Płd., gdzie wynosiła prawie 17 lat. Bardzo dobry wynik osiągnęły jeszcze: Japonia (15 lat), Singapur (14,4 lat) i Brunei (14 lat). Natomiast najgorzej prezentowała się pod tym względem trójka podmiotów: Laos, Birma (9,2 lat) oraz Kambodża (9,8 lat).

Badane kraje nadal wyraźnie różniły się także pod względem śmiertelności niemowląt. Najlepsza sytuacja występowała w Singapurze oraz Japonii (2,3 oraz 2,8 na 1000 urodzeń żywych) i Korei Płd. (4,3 na 1000 urodzeń żywych). Najgorzej prezentowały się Laos i Kambodża (odpowiednio 77,6 i 54,8 na 1000 urodzeń żywych).

W 2009 roku tylko dwa kraje odnotowały dodatnie saldo migracji netto: Singapur – 5,82 na 1000 mieszkańców i Brunei – 2,69 na 1000 mieszkańców. W Tajlandii oraz Japonii wskaźnik ten osiągnął wartość zero, natomiast w pozostałych krajach zanotowano ujemny wskaźnik migracji netto.

Stopień telefonizacji badanych krajów mierzony liczbą telefonów komórkowych na 100 mieszkańców nadal charakteryzowały olbrzymie dysproporcje: wskaźnik ten był najwyższy w Singapurze (142,8), a najniższy w Birmie (1,0). Na drugim miejscu znalazła się Tajlandia (126). Jako trzecia została sklasyfikowana Malezja (118,7). W przypadku Wietnamu oraz Brunei wskaźnik ten także był wysoki (odpowiednio 112,9 oraz 109,5). W Korei Płd. było to 98,8, a w Japonii – 90,4.

Przystępując do wielowymiarowej analizy porównawczej zróżnicowania analizowanej grupy trzynastu krajów Azji pod względem rozwoju społeczno-gospodarczego wykorzystano metodę taksonomicznej miary rozwoju Z. Helwiga (TMR). Spośród zestawu zmiennych na tym etapie uwzględniono dwanaście cech diagnostycznych, w tym w szczególności: dynamikę PKB, wielkość PKB per capita według PPP, stopę inflacji, stopę bezrobocia, wartość eksportu per capita, dynamikę eksportu, wartość napływu kapitału w formie ZIB per capita, oczekiwaną długość życia, wskaźnik skolaryzacji lub przewidywaną liczbę lat w placówkach edukacyjnych, śmiertelność niemowląt na 1000 urodzeń żywych, liczbę telefonów komórkowych na 100 mieszkańców, saldo migracji netto na 1000 mieszkańców.

Większość uwzględnionych w opracowaniu cech diagnostycznych to stymulanty, jedynie stopa inflacji, stopa bezrobocia oraz śmiertelność niemowląt to cechy o charakterze destymulant. Cechy mają charakter względny, wykazują stosunkowo duże zróżnicowanie, nie występuje między nimi wyraźna korelacja, uznano więc iż można je wykorzystać do badania. Otrzymane rezultaty za prezentowano w tabeli 5.

Tabela 5

Ranking krajów ASEAN+3 ze względu na syntetyczną miarę rozwoju społeczno-gospodarczego

Lp.	2006 rok		2009 rok	
	Kraj	Wartość TMR	Kraj	Wartość TMR
1	Singapur	0.589	Singapur	0.659
2	Brunei	0.429	Brunei	0.437
3	Korea	0.332	Korea	0.392
4	Malezja	0.295	Tajlandia	0.322
5	Japonia	0.274	Malezja	0.298
6	Chiny	0.273	Japonia	0.293
7	Tajlandia	0.266	Chiny	0.287
8	Wietnam	0.226	Wietnam	0.282
9	Laos	0.208	Indonezja	0.214
10	Filipiny	0.198	Filipiny	0.190
11	Kambodża	0.149	Kambodża	0.186
12	Indonezja	0.138	Laos	0.142
13	Birma	0.076	Birma	0.094

W 2006 roku zdecydowanie najwyższym poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego mierzonym taksonomiczną miarą rozwoju (TMR) charakteryzował się Singapur (TMR równa 0,59). Kolejne miejsca zajęły Brunei oraz Korea Płd. TMR tych krajów wynosiło odpowiednio 0,43 oraz 0,33. Na pozycji czwartej znalazła się Malezja (TMR równa 0,29). Miejsce piąte zajęła Japonia (TMR równa 0,274). Wysoką, szóstą pozycję zajęły Chiny, których TMR była zbliżona do Japonii i równa 0,273. Najniższym wskaźnikiem TMR charakteryzowała się Birma (0,076). Miejsce przedostatnie zajęła Indonezja (TMR na poziomie 0,138). Nieco wyżej (na miejscach od jedenastego do ósmego odpowiednio) sklasyfikowane zostały Kambodża, Filipiny, Laos oraz Wietnam.

W 2009 roku liderem pozostał Singapur (TMR na poziomie 0,66). Nie nastąpiły również zmiany na miejscu drugim oraz trzecim; nadal zajmowały je Brunei (TMR równa 0,44) oraz Korea Płd. (TMR równa 0,39). Tajlandia awan-

sowała na miejsce czwarte, z kolei Malezja spadła na pozycję piątą. Spadek w rankingu odnotowano również w przypadku Japonii oraz Chin (odpowiednio na miejsca szóste oraz siódme). Ponownie ostatnie miejsce w rankingu zajęła Birma (TMR równa 0,09). Wśród krajów o najniższym poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego znalazły się jeszcze: Laos, Kambodża, Filipiny i Indonezja.

Należy pamiętać, iż analiza była prowadzona dla konkretnego zestawu cech diagnostycznych oraz konkretnego przedziału czasowego.

Podsumowanie

Chiny, Korea Płd. oraz część krajów ASEAN to podmioty gospodarki światowej, których znaczenie stopniowo i systematycznie rośnie. Z kolei Japonia, jako element Triady⁷, od dawna traktowana jest jako globalny gracz. Jak wykazały przeprowadzone studia literaturowe, analiza wskaźnikowa oraz badania taksonomiczne, a także lektura dostępnych raportów, gospodarki te są pod wieloma względami bardzo zróżnicowane. Zdecydowanie najwyższym poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego cechują się Singapur i Brunei. Kraje te zajęły czołowe lokaty ze względu na syntetyczny miernik rozwoju społeczno-gospodarczego wykorzystany w badaniach. O wysokim poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego można też mówić w przypadku Korei Płd., która zajęła trzecie miejsce zarówno w 2006, jak i 2009 roku. Zaznaczyć trzeba także poprawę pozycji Tajlandii z miejsca siódmego w 2006 roku na czwarte w 2009. Uwagę zwraca również wysokie miejsce Malezji (czwarte w 2006 roku i piąte w 2009). Japonia sklasyfikowana została odpowiednio na miejscu piątym i szóstym. Relatywnie wysoki poziom taksonomicznej miary rozwoju społeczno-gospodarczego osiągnęły jeszcze Chiny (miejsce szóste w 2006 i siódme w 2009 roku). Pozostałe kraje spośród analizowanej trzynastoelementowej grupy to podmioty o zdecydowanie niższym poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego. W obu badanych okresach najniżej sklasyfikowana została Birma.

Istotnym zagrożeniem dla dalszego rozwoju społeczno-gospodarczego analizowanych krajów jest niestabilność obserwowana w gospodarce światowej, począwszy od czasu kryzysu finansowego i ekonomicznego zapoczątkowanego w 2008 roku. Szansą są międzynarodowe powiązania tych podmiotów o charakterze handlowym, kapitałowym, technologicznym oraz inicjatywy integracyjne podejmowane w regionie Azji.

⁷ USA, Unia Europejska i Japonia.

Literatura

- ASEAN External Trade Statistics. <http://www.aseansec.org/18137.htm> (15.08.2012).
- ASEAN Foreign Direct Investment Statistics, <http://www.aseansec.org/18144.htm> (15.08.2012).
- ASEAN Statistics. <http://www.aseansec.org/18135.htm> (15.08.2012).
- Azja-Pacyfik. Obraz gospodarczy regionu. Red. B. Drelich-Skulska. AE, Wrocław 2007.
- CIA World Factbook. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (10.08.2012).
- Hellwig Z.: Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom rozwoju oraz zasoby i strukturę wykwalifikowanych kadr. „Przegląd Statystyczny” 1968, nr 4.
- Human Development Report 2007/2008 (Human Development Indices). UNDP. New York 2007.
- Human Development Report 2011 (Human Development Indices). UNDP, New York 2011.
- <http://www.indexmundi.com/> (15.08.2012).
- <http://www.indexmundi.com/> (20.08.2012).
- Integracja Azji Wschodniej. Mit czy rzeczywistość? Red. B. Skulska. „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2009, nr 67.
- Mały Rocznik statystyczny Polski 2009. GUS, Warszawa 2009.
- Mały Rocznik Statystyczny Polski 2011. GUS, Warszawa 2011.
- Pluta W.: Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach ekonomicznych. Warszawa 1977.
- Pluta W.: Wielowymiarowa analiza porównawcza w modelowaniu ekonometrycznym. PWN, Warszawa 1986.
- Procesy integracyjne w regionie Azji i Pacyfiku. Red. B. Drelich-Skulska. „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2008, nr 13.
- www.asean.org (15.08.2012).

SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF ASEAN+3 ECONOMIES – MULTIVARIATE COMPARATIVE ANALYSIS

Summary

One can observe growing importance of Asian economies in contemporary world economy. An attempt has been made in the paper to analyze socio-economic development of thirteen Asian countries, namely ASEAN countries, China, Japan and South Korea. Z. Hellwig's taxonomic measure of development has been applied for the analysis. Research has been made for the year 2006 and 2009.

Sylwia Słupik

STRATEGIA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW ENERGETYCZNYCH W POLSCE

Wprowadzenie

Przemiany zachodzące w gospodarce światowej, postępujące procesy konsolidacji i globalizacji wymagają ciągłego doskonalenia metod budowania przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw, działających na otwartym rynku. Obecnie funkcjonujące przedsiębiorstwa chcąc sprostać permanentnie rosnącym wymaganiom stawianym przez rynek, konkurencję, stowarzyszenia konsumencie czy organizacje proekologiczne dostrzegają, że obok celów ekonomicznych, muszą również uwzględniać cele społeczne. Dynamika otoczenia wymusza na nich wprowadzanie określonych zmian w sposobach działania i koncepcjach zarządzania. Dla zdobycia trwałej przewagi konkurencyjnej, przedsiębiorstwa sięgają po coraz to nowsze teorie i metody, które opierają się na zapewnieniu równowagi w procesie tworzenia wartości firmy z jej zobowiązaniami wobec właścicieli i wierzycieli (wartości ekonomiczne), wobec pracowników i społeczności lokalnej (wartości ekonomiczne i społeczne), wobec klientów (rynkowe i ekonomiczne), wobec środowiska naturalnego (ekologiczne)¹.

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (Corporate Social Responsibility – CSR), jako dobrowolne poszanowanie wartości ekologicznych i społecznych w podejmowaniu decyzji biznesowych, przy jednoczesnym uwzględnianiu oczekiwań wszystkich zainteresowanych stron, jednoznacznie wpisuje się w etykę biznesu i założenia zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego².

¹ M. Bielski: Podstawy teorii organizacji i zarządzania. C.H. Beck, Warszawa 2002, s. 66.

² Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility – Green Paper. Bruksela 2001, s. 6-8.

Kategoria zrównoważonego rozwoju ma współcześnie coraz większe znaczenie dla pojmowania CSR. W procesie obejmującym przemiany społeczne i gospodarcze, w którym – w celu równoważenia szans w dostępie do środowiska poszczególnych społeczeństw i ich obywateli, zarówno współczesnego, jak i przyszłych pokoleń – następuje integrowanie działań politycznych, gospodarczych i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości procesów przyrodniczych, koncepcja CSR sięga tworzenia społecznej wartości dodanej – inwestowania w środowisko i społeczność.

Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, obecnie często postrzegana jako sposób kreowania wizerunku, to nie tylko teoria i dyscyplina naukowa, ale również coraz bardziej rozpowszechniona praktyka. Implementacja koncepcji CSR staje się coraz bardziej powszechna dzięki polityce realizowanej przez Komisję Europejską, która uznała CSR za obszar strategiczny. Najpełniej świadczy o tym przyjęta w 2000 roku Strategia Lizbońska, której naczelnym celem stało się przekształcenie Wspólnoty Europejskiej w „[...] najbardziej konkurencyjną, opartą na wiedzy gospodarkę świata, zdolną do utrzymania zrównoważonego wzrostu gospodarczego, stworzenia większej liczby lepszych miejsc pracy oraz zachowania spójności społecznej”³. Ilość zaangażowanych środków, postępująca zmiana opinii co do roli i zakresu zadań korporacji w społeczeństwie, a także wzrastające w ostatnich czasach poczucie odpowiedzialności i wpływu biznesu na otoczenie, pozwala przypuszczać, że stanie się ona trwałym elementem strategii przedsiębiorstw.

Celem artykułu jest przedstawienie koncepcji oraz roli społecznej odpowiedzialności biznesu w tworzeniu strategii rozwoju przedsiębiorstw energetycznych.

1. Rola społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwach sektora energii

Energetyka jest najważniejszą siłą napędową współczesnej cywilizacji i jednym z kluczowych filarów gospodarki. Zmiany zachodzące w strukturze rynku energetycznego oraz globalne wyzwania, związane m.in. z bezpieczeństwem energetycznym i efektywnością energetyczną, pozostają stałym elementem międzynarodowej debaty. Równocześnie przedsiębiorstwa energetyczne, uczestniczące w procesie globalizacji i na Wspólnym Rynku same coraz bardziej

³ M.J. Radło: Wyzwanie konkurencyjności: Strategia Lizbońska w poszerzonej Unii Europejskiej. Fundacja Instytutu Spraw Publicznych, Warszawa 2003, s. 24; P. Hąbek: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jako koncepcja firmy zorientowanej na interesariuszy. „Organizacja i Zarządzanie” 2009, nr 2(6), s. 73.

zdają sobie sprawę z tego, że CSR może mieć bezpośrednie znaczenie ekonomiczne. Mimo że głównym zadaniem współczesnej firmy jest dbałość o wzrost jej wartości, to istnieje możliwość harmonizowania takiego celu o wymiarze ekonomicznym z osiągnięciem celów społecznych i ekologicznych, przez włączenie CSR jako ważnej inwestycji do swojej podstawowej strategii biznesowej, swoich instrumentów zarządzania oraz innych działań. Energia elektryczna, ciepło czy paliwa gazowe są dobrami podstawowymi. Głównie dzięki energii elektrycznej i paliwom gazowym możliwy jest rozwój gospodarczy, a zatem i społeczny. Kształt współczesnej energetyki zadecyduje w dużym stopniu o jakości życia przyszłych pokoleń. Na sektorze energetycznym spoczywa zatem szczególna odpowiedzialność za realizację podstawowej ich działalności, czyli wytwarzania, przesyłania, dystrybucji czy też obrotu energią i paliwami gazowymi. Przedsiębiorstwa energetyczne, ze względu na skalę obrotów, wyjątkowe produkty, które oferują oraz oddziaływanie na środowisko naturalne, mogą znacząco przyczynić się do ustanawiania standardów etycznych w biznesie i w swoim otoczeniu.

Ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko, poprawa efektywności energetycznej i ekonomicznej przedsiębiorstwa, oczekiwania społeczności lokalnej, wymagania klientów, współpraca z przedstawicielami władzy rządowej i samorządowej, wymagania stawiane inwestorom czy zmiany przemysłowe na dużą skalę to tylko niektóre czynniki powodujące zainteresowanie wdrażaniem zasad społecznej odpowiedzialności biznesu w firmach branży energetycznej. Implementacja CSR w przypadku przedsiębiorstw energetycznych wydaje się szczególnie pożądana, zwłaszcza wtedy, gdy kryteria społeczne coraz bardziej wpływają na decyzje biznesowe. Zwiększająca się świadomość wpływu działalności gospodarczej na środowisko, przyjęcie zasad przejrzystości inicjatyw gospodarczych oraz wykorzystywanie technologii informacyjno-komunikacyjnych powoduje rozwój firmy i zwiększenie jej wartości, jak również realizację celów społecznych i ekologicznych. Spójność tych działań stanowi w wielu przypadkach podstawę strategii biznesowej. Dzięki rzetelnej realizacji strategii obejmującej działania prospołeczne wśród klientów firm energetycznych rośnie świadomość pozytywów ekologicznych i ekonomicznych korzystania z ich usług, lojalność wobec firmy oraz rozpoznawalność jej marki. Realizacja założeń CSR powoduje również, że pracownicy firm w sposób znaczny identyfikują się z problemami klientów⁴.

⁴ A. Herbuś: Społeczna odpowiedzialność biznesu w energetyce. Przedsiębiorstwa energetyczne społecznie odpowiedzialne. Ekspertyza wykonana w ramach projektu FEWE „Doskonalenie poziomu edukacji w samorządach terytorialnych w zakresie zrównoważonego gospodarowania energią i ochrony klimatu Ziemi”. <http://www.energiaisrodowisko.pl>, s. 1-3.

Ponadto, organizacja implementująca zasady społecznej odpowiedzialności biznesu może skorzystać otrzymując specjalne zachęty podatkowe. W Polsce zachęty i ulgi podatkowe są przewidziane: na inwestycje w regionach słabo rozwiniętych, na inwestycje w „zielone fundusze” oraz „etyczne fundusze”, na innowacje i inwestycje w nowe linie technologiczne, na innowacje i inwestycje w zwiększenie efektywności budynków, dla firm korzystających z odnawialnych źródeł energii, dla firm zatrudniających nowych pracowników, dla firm zatrudniających niepełnosprawnych, na szkolenie dla pracowników, dla firm zapewniających swoim pracownikom dodatkowe zajęcia sportowe poprzez zakładowy fundusz świadczeń socjalnych, związane z przekazywaniem funduszy na cele charytatywne. Dostrzegany zostaje również możliwy wpływ działań z zakresu CSR na wyniki finansowe firm notowanych na giełdzie⁵. Indeks spółek odpowiedzialnych na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, tzw. Respect Index, zawiera obecnie 22 spółki, w tym 7 nowych⁶. Na liście spółek znajdujących się w Indeksie znajdują się dwa przedsiębiorstwa energetyczne: PGNiG SA oraz PGE Polska Grupa Energetyczna SA – nowa spółka w Indeksie⁷.

Idea CSR ma bardziej złożony charakter, a tworzenie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa wśród jego konsumentów i kontrahentów jest tylko jednym z elementów szerszej strategii. Z jednej strony jest to próba zdobycia zaufania społecznego i umocnienia pozycji na rynku przez kreowanie pozytywnego wizerunku firmy, z drugiej, celem takich działań może być rozwój wiedzy, innowacyjności czy też zdobycie nowych doświadczeń. Bezpośrednim zyskiem firmy stosującej rozwiązania z obszaru CSR jest nie tylko lojalność konsumentów, wzmocnienie relacji ze społecznością lokalną oraz poprawa skuteczności w zapobieganiu sytuacjom kryzysowym na rynku elektroenergetycznym. Bez efektywnej współpracy z władzami lokalnymi nie sposób wyobrazić sobie sku-

⁵ Decyzje inwestycyjne a społeczna odpowiedzialność firm. Raport z badania. Respect Index, Deloitte i Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie; decyzje inwestycyjne a CSR – raport. www.csrinfo.org

⁶ RESPECT Index obejmuje swoim portfelem polskie spółki z Głównego Rynku Giełdy Papierów Wartościowych, działające zgodnie z najlepszymi standardami zarządzania w zakresie ładu korporacyjnego, ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a także z uwzględnieniem i poszanowaniem czynników ekologicznych, społecznych i pracowniczych. Trafiają do niego spółki, które przechodzą trzy stopniową weryfikację prowadzoną przez GPW, w zakresie wyżej wymienionych obszarów, a także audyt prowadzony przez partnera projektu firmę Deloitte www.csrinfo.org

⁷ I. Figaszewska: Nowe instrumenty i inicjatywy społecznej odpowiedzialności biznesu. „Biuletyn URE” 2011, nr 3(77), s. 18; P. Jaroń, Ł. Wędrzyński: Korzyści dla przedsiębiorstw sektora energetycznego wynikające z implementacji zasad Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. „Biuletyn Urzędu Regulacji Energetyki” 2010, nr 2, s. 3-6.

tecznej walki operatorów z przerwami w dostarczaniu energii. W przyszłości przedsiębiorstwa stosujące zasady społecznej odpowiedzialności biznesu prawdopodobnie osiągną lepsze wyniki i bardziej stabilną pozycję na rynku niż te, które zrezygnowały z zaangażowania swoich sił i środków w działalność na rzecz dobra wspólnego.

2. CSR jako element strategii rozwoju przedsiębiorstw energetycznych

Prezes Urzędu Regulacji Energetyki, jako pierwszy organ administracji rządowej, rozpoczął w 2008 roku prace nad koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu energetycznego, wspieraniem odbiorcy wrażliwego społecznie i standardami efektywności energetycznej. Doceniając kluczowe znaczenie sektora energetycznego dla gospodarki i społeczeństwa, powołany przez Prezesa URE Zespół do Spraw Prac Badawczych nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych zaproponował koncepcję Społecznej Odpowiedzialności Biznesu w Energetyce, a jej propagowanie stało się jednym z priorytetów URE. Stworzona specjalnie na potrzeby sektora energetycznego definicja podkreśla harmonijne połączenie efektywności działania z etycznymi i ekologicznymi aspektami obecności przedsiębiorstwa funkcjonującego w przestrzeni społecznej. CSR to wkład biznesu w realizację polityki energetycznej państwa oraz taki sposób prowadzenia firmy, który nie nadużywa jej przewagi wobec odbiorcy energii elektrycznej, gazu czy ciepła. Zasadami działania powinny być jawność, przejrzystość oraz rzetelność, a także rezygnacja z nadużywania dominującej pozycji wobec kontrahentów, klientów i odbiorców energii⁸. Z danych URE wynika, że sytuacja odbiorców energii w Polsce (dotyczy to przede wszystkim odbiorców detalicznych) jest niestabilna, a ich pozycja wymaga wzmocnienia, zwłaszcza w sferze praw konsumenckich. Interesujące jest również podkreślenie w definicji znaczenia efektywności. Poprawa efektywności energetycznej stanowi bowiem priorytet polskiej (oraz unijnej) polityki energetycznej i jest jednym z podstawowych warunków zrównoważonego rozwoju – zakłada bowiem oszczędne, racjonalne i wydajne gospodarowanie zasobami energii. Wzrost efektywności przekłada się z kolei na obniżenie cen energii dla odbiorców finalnych.

⁸ Raport: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych. „Biuletyn URE” 2011, nr 3(77), s. 19.

Regulator rekomendując koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu energetycznego widzi w niej szansę na zaangażowanie się przedsiębiorstw energetycznych w dbałość o ich interesariuszy, w tym otaczanie szczególną troską odbiorców w gospodarstwach domowych – a zwłaszcza odbiorców wrażliwych społecznie, jak również w dążeniu do samoregulacji.

Efektem prac zespołu były m.in. publikacje raportów zamieszczonych w Biuletynach URE, będące wynikiem przeprowadzonych kompleksowych badań ankietowych wśród spółek energetycznych obejmujących problematykę CSR oraz zagadnienia związane z problemami, jakie dotyczą grup odbiorców wrażliwych. Z inicjatywy Urzędu Regulacji Energetyki polskie przedsiębiorstwa zostały zbadane pod kątem zaangażowania w CSR oraz postrzegania korzyści płynących z realizacji działań związanych z odpowiedzialnym biznesem. W badaniu udział wzięły zarówno przedsiębiorstwa elektroenergetyczne, gazownicze, jak i ciepłownicze. Badania te stanowią swoistą diagnozę stanu CSR w polskiej energetyce⁹.

Analiza wyników badań wykazuje wyraźne i rosnące zainteresowanie branży energetycznej tematyką społecznej odpowiedzialności biznesu. Zasady społecznej odpowiedzialności biznesu w coraz większym stopniu są obecne w sektorze energetycznym. Wśród 29 podmiotów objętych badaniem 93% przedsiębiorstw energetycznych deklaruje, że tematyka CSR jest przedmiotem rozmów na spotkaniach zarządu. Najczęściej omawiane przez zarządy kwestie dotyczą takich spraw, jak szeroko pojęty sponsoring i działalność charytatywna, sprawy związane z podstawową działalnością firmy i jej pracownikami, zapewnienie jakości i niezawodności dostaw mediów, ochrona środowiska, kwestie efektywności energetycznej, a także zagadnienia związane z niedyskryminacyjnym traktowaniem użytkowników systemu czy też sposoby doskonalenia działań w zakresie CSR oraz pozyskanie akceptacji społecznej dla prowadzonych inwestycji. Natomiast zainteresowanie CSR nie znajduje jeszcze pełnego odbicia w strategii firm. Zasady społecznej odpowiedzialności uwzględnione są w celach strategicznych 82% badanych, 7% wykazuje ich brak, a 11% respondentów deklaruje, że wprowadzenie CSR do strategii biznesowej jest w planach spółki. Największy postęp w ujmowaniu zasad i celów społecznych w strategii biznesowej widać w gazownictwie – wszystkie te przedsiębiorstwa podały, że posiadają zasady CSR w swoich strategiach. Ogółem więc 93% badanych dostrzega zasadność wprowadzenia zasad CSR na poziomie strategicznym¹⁰.

⁹ Raport: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych w świetle badań ankietowanych. „Biuletyn URE” 2009, nr 5; Raport: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych w świetle drugich badań ankietowych. „Biuletyn URE” 2010, nr 5; Raport: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych w świetle trzecich badań ankietowych. „Biuletyn URE” 2011, nr 3.

¹⁰ Ibid., s. 23-57.

Istotnym sprawdzianem zaangażowania firm w sprawy społecznej odpowiedzialności biznesu jest posiadanie specjalnej strategii – planu działań z zakresu społecznej odpowiedzialności w określonym horyzoncie czasowym. W tej kwestii wyniki kształtują się już mniej optymistycznie, gdyż jedynie 50% badanych przedsiębiorstw posiada taką strategię, przy czym w większości są to strategie długofalowe, które dotyczą takich aspektów, jak kodeksy etyczne, polityka środowiskowa oraz standardy obsługi klientów. Jak wynika z badań z 2011 roku, 21% ankietowanych nie ma strategii CSR, a 29% dopiero planuje ją wprowadzić. Spółki, które potwierdziły przyjęcie strategii, w większości określiły jej horyzont czasowy od trzech do sześciu lat. Badania wskazują, iż 86% przedsiębiorstw energetycznych wdrożyło tej pory różnego rodzaju procedury zarządcze (a 7% planuje ich wprowadzenie) związane ze społeczną odpowiedzialnością, m.in. systemy zarządzania środowiskiem (ISO 14001), jakością, ryzykiem oraz procedury działalności charytatywnej, kodeksy etyczne¹¹.

Z badań URE wynika, że koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu jest obecna w firmach energetycznych co najmniej na poziomie deklaratywnym. Jednakże implementacja tej polityki pozostawia wiele do życzenia. Nie zawsze istnieje osoba odpowiedzialna za tę część działania firmy, nie ma instrumentów samoregulacyjnych, jak Kodeks etyki, nie zawsze w działalności CSR firmy są obecne zagadnienia dotyczące łańcucha dostaw, praw człowieka czy przeciwdziałania korupcji. W stosunku do poprzednich edycji badań warto zwrócić uwagę na odnotowany w 2011 roku wyraźny postęp obecności zasad, celów i stosowanych narzędzi CSR w strategii biznesowej przedsiębiorstw elektroenergetycznych, które nadrabiają zaległości w stosunku do gazowniczych i ciepłowniczych.

Niestety, w odniesieniu do poprzednich lat, w kwestiach dotyczących stosunku przedsiębiorstw energetycznych do odbiorców wrażliwych, nastąpił znaczący regres. Obejmuje to w szczególności brak zdefiniowania odbiorcy wrażliwego w polityce firm i brak jakichkolwiek ich rejestrów, „intuicyjne” wycucie problemu odbiorcy wrażliwego powodujące pewne działania zapobiegające wstrzymaniu dostaw, zwłaszcza energii elektrycznej, co przeciwdziała wykluczeniu społecznemu, wprowadzanie programów pomocy bez definiowania beneficjentów, co oznacza, że pomoc ta udzielana jest w sposób uznaniowy. Zanoowano natomiast pewną poprawę w wykorzystaniu tzw. liczników przedpłatowych, chociaż nie ma twardych danych o ich użytkownikach. Powodem takiej sytuacji jest oczekiwanie przedsiębiorstw energetycznych na wprowadzenie rozwiązań i mechanizmów chroniących tego rodzaju odbiorców przede wszystkim przez państwo, poprzez ustawowe uregulowania.

¹¹ Ibid.

Podsumowanie

Współcześnie funkcjonowanie przedsiębiorstwa na rynkach światowych, jego rozwój oraz wzrost jego wartości w długim okresie zależy coraz częściej od sposobu zintegrowania polityki środowiskowej i polityki społecznej firmy z całym systemem zarządzania. Konieczna staje się społeczna akceptacja sposobów i efektów jego działalności zarówno przez otoczenie społeczne, jak i przez jego właścicieli, kadre zarządzającą i pracowników. Przedsiębiorstwo, które jest systemem złożonym, nie powinno koncentrować się tylko i wyłącznie na budowaniu strategii ekonomicznych, gdyż ze względu na jego wielostronne powiązanie ze środowiskiem naturalnym musi ponosić za nie odpowiedzialność. Dlatego też jedną z priorytetowych zasad przedsiębiorstw, które aktywnie wprowadzają w życie koncepcję społecznej odpowiedzialności, jest dbałość o środowisko naturalne.

Implementacja CSR w ramach strategii działania przedsiębiorstw energetycznych może być sposobem tworzenia przewagi konkurencyjnej nad innymi podmiotami działającymi na rynku. W chwili obecnej pracownicy i klienci coraz większą uwagę zwracają na pozaekonomiczne aspekty działalności przedsiębiorstwa. W przyszłości na w pełni uwolnionym rynku energii najpewniej znajdą się odbiorcy, którzy przy wyborze sprzedawcy energii będą zwracali uwagę na społecznie odpowiedzialne postępowanie firmy. Już dziś liczba zmian sprzedawców w gospodarstwach domowych rośnie, a wśród podejmujących decyzje o zmianie są też zainteresowani zakupem energii pochodzącej także ze źródeł odnawialnych.

Polska branża energetyczna stoi przed ogromnymi wyzwaniami, warunkowanymi branżowymi aktami prawnymi, krajowymi dokumentami strategicznymi oraz dyrektywami Unii Europejskiej. Zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego kraju, jak również poprawa efektywności przemysłu energetycznego oraz ograniczenie emisji gazów cieplarnianych do atmosfery, wymagają od nich szczególnej społecznej odpowiedzialności. W związku z powyższym, wszystkie firmy energetyczne w trybie pilnym powinny przygotować strategie nakierowane na rozwiązywanie problemów społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem działań proekologicznych. Wymaga to jednak przekonania, że zintensyfikowanie działań w obszarze Społecznej Odpowiedzialności Biznesu służy nie tylko społecznościom lokalnym, ale w perspektywie długoterminowej przede wszystkim firmie.

Literatura

- Bielski M.: Podstawy teorii organizacji i zarządzania. C.H. Beck, Warszawa 2002.
- Figaszewska I.: Nowe instrumenty i inicjatywy społecznej odpowiedzialności biznesu. „Biuletyn URE” 2011, nr 3(77).
- Hąbek P.: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jako koncepcja firmy zorientowanej na interesariuszy. „Organizacja i Zarządzanie” 2009, nr 2(6).
- Herbuś A.: Społeczna odpowiedzialność biznesu w energetyce. Przedsiębiorstwa energetyczne społecznie odpowiedzialne. Ekspertyza wykonana w ramach projektu FEWE „Doskonalenie poziomu edukacji w samorządach terytorialnych w zakresie zrównoważonego gospodarowania energią i ochrony klimatu Ziemi”. <http://www.energiaisrodowisko.pl>
- Jaroń P., Wędziński Ł.: Korzyści dla przedsiębiorstw sektora energetycznego wynikające z implementacji zasad Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. „Biuletyn Urzędu Regulacji Energetyki” 2010, nr 2.
- Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility – Green Paper. Bruksela 2001.
- Radło M.J.: Wyzwanie konkurencyjności: Strategia Lizbońska w poszerzonej Unii Europejskiej. Fundacja Instytutu Spraw Publicznych, Warszawa 2003.

THE STRATEGY OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN ENERGY COMPANIES ACTIVITY

Summary

This article analyses the main problems and challenges of corporate social responsibility in energy sector. Corporate social responsibility has emerged as a business approach for addressing the social and environmental impact of company activities. Development of socially responsible business in energy sector can provide for the implementation of sustainable energy development. The purpose of this article is to present the concept and the role of corporate social responsibility in the creation of development strategies of energy companies. The article investigates the key areas of CSR policies where energy companies are expected to make a positive contribution: improvements in environmental performance, development and governance.

Agnieszka Sobol

DESIGN W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ W KONTEKŚCIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Wprowadzenie

Pojęcie zrównoważonego rozwoju (sustainable development) staje się coraz bardziej interdyscyplinarne, a tym samym bardziej pojemne. Wkracza w coraz to nowe rewiry funkcjonowania człowieka. Nie omija także sfery kształtowania przestrzeni publicznej i miejskiego designu¹. Nie ma właściwie obszaru, w którym nie pojawiałby się hasła: zrównoważony, eko, zielony, odpowiedzialny, a wszystkie w mniej lub bardziej kompleksowy i bezpośredni sposób nawiązują do procesu zrównoważonego rozwoju. Jednak nowatorstwo projektów nie odnosi się wyłącznie do tego, jak przestrzeń czy jej poszczególne elementy wyglądają i jaką funkcję pełnią, lecz także w jaką relację wchodzi z otoczeniem. Współczesne projektowanie w coraz większym stopniu uwzględnia rozwiązania systemowe². Postęp cywilizacyjny, jego pozytywne i negatywne konsekwencje wpływają na sposób postrzegania świata, a świadomość zmian przyczynia się do stosowania nowych technologii, materiałów i form.

Od lat dziewięćdziesiątych XX wieku wraz ze zmianami cywilizacyjnymi rozumienie pojęcia zrównoważonego rozwoju poddawane jest ciągłej transformacji. W procesie tym akcent przesunął się od czynników środowiskowych, poprzez ekonomiczne na kwestie społeczne. Znamienne jest, iż podkreślanie roli czynnika ludzkiego wspólne jest dla różnych środowisk i grup zawodowych. W odniesieniu do projektowania przejawia się to w nurcie tzw. designu zrównoważonego, społecznie zaangażowanego czy odpowiedzialnego.

¹ W literaturze przedmiotu stosowana jest także spolszczona terminologia, tj. dizajn.

² P. Rojek-Adamek, G. Gawron: O designie w województwie śląskim. Opinie śląskich projektantów, przedsiębiorców i samorządów lokalnych. Zamek Cieszyn, Cieszyn 2011, s. 12-13.

Znaczenie czynników społecznych widoczne jest także w zrównoważonym kształtowaniu przestrzeni miejskiej. Akcent humanistyczny w tym przypadku odnosi się m.in. do mechanizmu uspołecznienia kształtowania przestrzeni miejskiej. Przestrzeń publiczna to bowiem przede wszystkim miejsce rozlicznych interakcji międzyludzkich, tych biernych i czynnych, zamierzonych i spontanicznych. W świetle zrównoważonego projektowania zmiany urbanistyczne i architektoniczne to nie jest wyłącznie zadanie dla ekspertów – urbanistów, architektów, projektantów. Wpływ na kształtowanie przestrzeni publicznej powinna mieć także zamieszkująca ją społeczność.

Aspekt społeczny wiąże się także z edukacyjną rolą poszczególnych projektów poprzez zawarte komunikaty uświadamiające i informujące mieszkańców. Design może zatem odgrywać rolę szerszą, aniżeli tylko poprzez tradycyjnie rozumiane atrybuty użytkowe. Może stanowić środek kreacji zmian stylów życia i postępu, a poszczególne elementy miejskiego designu mogą być źródłem oddziaływania społecznego poprzez treści edukacyjne i perswazję.

Na skalę ogólnopolską temat zrównoważonego kształtowania przestrzeni publicznej jest słabo rozpoznany. Znane są jednak przykłady „dobrych praktyk”, które w mniej lub bardziej wymierny sposób poprawiają estetykę oraz funkcjonalność otoczenia i przyczyniają się do poprawy jakości życia. Poszczególne miasta czy regiony dostrzegają wagę zrównoważonego designu w kształtowaniu ich wizerunku. Relatywnie dobre osiągnięcia, jak na polskie warunki, ma w tym zakresie województwo śląskie, które w 2005 roku powołało Zamek Cieszyn jako placówkę promującą design, wzornictwo i sztukę o profilu w dużym stopniu ukierunkowanym na zrównoważony rozwój. Zamek jest prężnie działającą instytucją, która jest już powszechnie rozpoznawalna m.in. przez konkurs „Śląska Rzecz”.

Celem artykułu jest wskazanie znaczenia projektowania przestrzeni publicznej oraz uspołecznienia tego procesu w kontekście lokalnego rozwoju zrównoważonego. Ponadto, biorąc pod uwagę liczne korzyści jakie przynosi zrównoważone projektowanie dla miast i jakości życia ich mieszkańców, ważne jest szersze rozpoznanie tematu i upowszechnianie dobrych praktyk z nim związanych.

1. Design zrównoważony

O projektowaniu zrównoważonym, jeszcze wówczas tak nienazywanym, pisał już w 1971 roku Victor Papanek w swojej słynnej pozycji: „Design dla prawdziwego świata: ekologia człowieka i społeczna zmiana” (V. Papanek: De-

sign for the real world: human ecology and social change. Pantheon Books, New York 1971). Publikacja ta prezentuje pionierskie poglądy wpisujące się w nurt zrównoważonego rozwoju, które pomimo upływu wielu lat nie straciły na znaczeniu. Rdzeniem wywodu Papanka jest człowiek i jego jakość życia. Akcent na aspekty społeczne, których ważność podkreślana jest aktualnie, po latach ewolucji teorii zrównoważonego rozwoju widoczny jest w jego motcie: „Jedynym ważnym aspektem projektowania jest to, jak odnosi się ono do człowieka”.

Na gruncie powiązania działalności projektowej i idei zrównoważonego rozwoju stworzony został termin design zrównoważony (sustainable design). Design zrównoważony łączony jest z takimi kwestiami, jak ochrona środowiska naturalnego i odpowiedzialność. Jest to filozofia projektowania, w której środowisko naturalne, człowiek i efekty jego działalności funkcjonują we wzajemnej symbiozie. Przejawem designu zrównoważonego jest minimalizacja wpływu człowieka na środowisko naturalne. Nie bez znaczenia są zatem takie kwestie, jak wpływ technologii na środowisko, stosowanie zasobów odnawialnych i materiałooszczędność, wodooszczędność, energooszczędność, forma transportu i odległość, gospodarka odpadami, toksyczność. Jednym z kierunków jest ponadto promocja idei demontażu.

Rozwój designu zrównoważonego jest odpowiedzią na zmiany w sferze społecznej i gospodarczej, bliższe naturze i człowiekowi rozumienie postępu cywilizacyjnego i kształtowanie się nowych wartości. Jego upowszechnianie postrzegać można jako reakcję na niszczenie ekosystemów i utratę bioróżnorodności, a także unifikację kultury.

Design zrównoważony stanowi przeciwwagę dla powszechnej standaryzacji kultury i promuje lokalność. Specyfika lokalna, kultura i historia danego miejsca mogą stanowić źródło inspiracji stymulujące nowe rozwiązania urbanistyczne, architektoniczne czy inżynierskie. Powiązanie projektu z lokalizacją przynosi złożone korzyści od wymiernych, np. ograniczenia transportu, po te niematerialne, np. nawiązanie do tradycji i budowanie tożsamości lokalnej.

Trend rozwoju designu zrównoważonego wskazuje, iż projekty z nim związane coraz rzadziej postrzegane są w kategoriach wytworów alternatywnych czy niszowych. Design zrównoważony staje się powoli równoprawnym stylem projektowania w stosunku do metod tradycyjnych. Różnica dla konsumenta czy użytkownika jest jednak znacząca. Produkty designu zrównoważonego, poza aspektami ekonomicznymi, tj. oszczędnym gospodarowaniem środkami finansowymi i związanym z tym zyskiem dla producenta, spełniają jednocześnie kryterium dbałości o środowisko naturalne oraz zdrowie i bezpieczeństwo ludzi. Żaden z powyższych aspektów nie może być pominięty. Ponieważ, jak pokazują

badania zespołu Ronalda Ingleharta³, w krajach rozwiniętych kategorii tzw. postmaterialne i wartości z nim związane nabierają na znaczeniu, to design zrównoważony staje się coraz bardziej popularny. Wzrost świadomości konsumentów, a w przypadku designu miejskiego mieszkańców, wpływa na zmiany strategii marketingowych i strategii miejskich.

Jednym z kluczowych atrybutów wytworów designu zrównoważonego jest trwałość. Trwałość rozumiana jest dwuaspektowo. Z jednej strony chodzi o możliwe najdłuższe, a nie celowe ograniczanie, użytkowanie danego produktu zgodnie z jego cechami, z drugiej natomiast chodzi o możliwie jak najdłuższe utrzymanie i przetrwanie zdrowych systemów społecznych, ekonomicznych i ekologicznych.

Projektowanie zgodne z ideą zrównoważonego rozwoju jest zatem działalnością wyjątkowo twórczą i kreatywną, wymagającą od projektanta analizy wieloaspektowych cech obiektów, procesów i systemów w całym cyklu życia. W zrównoważonym projektowaniu ważny jest zarówno proces tworzenia, jak i efekt końcowy. Relacje z użytkownikiem i powiązanie z otoczeniem determinuje sposób i formę wykonanego projektu. Projektowanie takie stanowi mechanizm innowacyjnej humanizacji technologii i postępu zgodnego ze zmianami cywilizacyjnymi. Uwzględnia ono następujące kategorie:

- etykę globalną – sprawiedliwość w relacji do populacji ogólnoswiatowej i dbałość o zasoby globalne,
- etykę społeczną – sprawiedliwość inter i intrageneracyjna, dbałość o bezpieczeństwo i zdrowie użytkownika,
- etykę kultury – wspieranie lokalnej specyfiki i różnorodności kulturowej,
- estetykę – dbałość o wykończenie i formę,
- ochronę środowiska – oszczędne gospodarowanie zasobami środowiska naturalnego, ochronę bioróżnorodności i minimalizację negatywnego wpływu na środowisko, recykling;
- trwałość – dbałość o jakość i maksymalizację czasu użytkowania.

Sukces w projektowaniu zrównoważonym zależy od zintegrowanego podejścia. Uwzględnione są zarówno wartości użytkowe, estetyka, bezpieczeństwo dla zdrowia i środowiska. W przypadku zrównoważonego projektowania przestrzeni publicznej podkreślane jest znaczenie kwestii bezpieczeństwa społecznego i minimalizacji przestępczości jako istotnych determinant jakości życia w mieście⁴.

³ Witryna internetowa międzynarodowych badań World Value Survey. <http://www.worldvaluesurvey.org/>

⁴ L. Gamman, A. Thorpe: Design against crime i społecznie odpowiedzialny dizajn dla przestrzeni publicznej. „Przedsiębiorczość i Dizajn” 2009, nr 7, s. 6-10.

W nurt zrównoważonego projektowania wpisuje się wiele rodzajów działalności. Dotyczy on zwłaszcza: urbanistyki, architektury, wzornictwa produktów konsumpcyjnych i artystycznych.

Ważna część przestrzeni publicznej w miastach jest dziełem urbanistów i architektów. Zrównoważona urbanistyka (sustainable urbanism) poza większością kryteriów odnoszących się do zrównoważonego projektowania dotyczy ponadto kwestii wielofunkcyjności przestrzeni jako kontry do „niezrównoważonej” monofunkcyjności. Z kolei zrównoważona architektura (sustainable architecture) odnosi się do stosowania świadomych ekologicznie i społecznie technik projektowych w dziedzinie architektury. Celem zrównoważonego projektowania architektonicznego jest tworzenie budynków przyjaznych dla środowiska naturalnego oraz zdrowia i komfortu ludzi przy zastosowaniu zintegrowanego podejścia do projektowania, planowania i budowy.

Nurtem w ramach zrównoważonego projektowania jest ponadto tzw. eko-projektowanie czy projektowanie dla środowiska (design for environment). Jest to terminologia stosowana przez branżę projektowania inżynierskiego w odniesieniu do produktów i usług, dla których podczas całego cyklu życia (life-cycle design) analizowany i minimalizowany jest wpływ na środowisko naturalne⁵.

Ocena cyklu życia (life-cycle assessment – LCA) stosowana jest przez ekonomistów i inżynierów w odniesieniu do analizy wpływu produktów i usług na otoczenie i rozpatrywanie działalności produkcyjnej, usługowej i twórczej jako ingerencji w naturalny przepływ energii i materii. Uwzględnianie naturalnych przepływów jest częścią koncepcji „od kołyski do grobu” (cradle to grave) i jej rozwinięcia, tj. koncepcji „od kołyski do kołyski” (cradle to cradle). „Od kołyski do kołyski” jest holistycznym modelem produkcji ukierunkowanym na eliminację odpadów. Model ten nie ogranicza się do produkcji i wzornictwa przemysłowego, lecz może być zaaplikowany do wielu różnych aspektów ludzkiej działalności.

Zrównoważone projektowanie przybrało formalny wymiar podczas EXPO w Hanowerze w 2000 roku. Przyjęty, wówczas dokument tzw. Zasady z Hanoweru (The Hannover Principles – William McDonough & Partners: Design for sustainability. William McDonough Architects, Charlottesville 1992) podkreśla znaczenie takich wartości, jak jakość życia, wspólnota, współlistnienie człowieka i środowiska naturalnego, sprawiedliwość międzypokoleniowa, trwałość. Działalność projektową rozpatruje jako element zmian w ramach systemu i w związku z tym stwierdza, iż musi być ona realizowana w kontekście całego cyklu życia.

⁵ K. Laskowska, A. Adamczyk, P. Grobelny: Design zrównoważony. Analiza dotycząca wpływu design zrównoważonego na wzrost konkurencyjności regionu wielkopolskiego na rynku europejskim. Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, Poznań 2009, s. 9.

2. Znaczenie przestrzeni publicznej i designu w zrównoważonym rozwoju

Jak mawiał John Ruskin, „Miarą każdej cywilizacji są jej miasta, a miarę wspaniałości miasta znajduje się w jakości przestrzeni publicznych”⁶. Dobrze zagospodarowane przestrzenie miejskie są jedną z głównych determinant konkurencyjności ośrodków miejskich. Przestrzenie publiczne kształtują wizerunek miast, przyciągają nowych mieszkańców, turystów i inwestorów. Są jednym z podstawowych elementów budowania marki miasta. Kwestie estetyki są co prawda dyskusyjne, jednak nie trudno o przykłady projektów, które podobają się większości i to spośród grona profesjonalistów zajmujących się designem i zwykłych mieszkańców. Do takich przykładów należy Centrum Nauki i Edukacji Muzycznej Symfonia w Katowicach. Budynek ten podziwiany jest za dobre wkomponowanie w otoczenie oraz wysoką jakość wykończenia⁷.

Przestrzeń publiczna nabiera na znaczeniu jako istotna determinanta wpływająca na jakość życia. Design miejski to nie tylko walory estetyczne i funkcjonalne. Dobrze zaprojektowana przestrzeń publiczna sprzyja wspólnemu spędzaniu wolnego czasu i wymiany myśli. Inspiruje, zachęca do wyjścia z domu i dzielenia się z innymi swoimi zainteresowaniami. Sprzyja budowaniu wspólnoty lokalnej. Wartości te są szczególnie istotne w kontekście lokalnego rozwoju zrównoważonego.

Przestrzeń publiczna ukierunkowana na wysoką jakość życia mieszkańców powinna sprzyjać zdrowiu psychicznemu i fizycznemu, być bezpieczna, uwzględniać potrzeby różnych grup społecznych, w tym osób niepełnosprawnych, starszych, rodzin z małymi dziećmi. Dobrze zaprojektowana przestrzeń publiczna sprzyja kontaktom międzyludzkim, ruchowi pieszemu i rowerowemu. To tylko podstawowe kryteria przestrzeni publicznej, które muszą zostać uwzględnione w procesie lokalnego rozwoju zrównoważonego.

3. Uspołecznienie rozwoju lokalnego w kształtowaniu przestrzeni publicznej

Zrównoważone kształtowanie przestrzeni miejskiej oznacza przykładanie dużej wagi do społecznych czynników rozwoju lokalnego. Akcent humanistyczny odnosi się m.in. do uspołecznienia procesu tworzenia przestrzeni miejskiej.

⁶ Start with the Park. Creating Sustainable Urban Green Spaces in Areas of Housing Growth and Renewal. Commission for Architecture & the Built Environment, London 2005, s. 7.

⁷ P. Rojek-Adamek, G. Gawron: Op. cit., s. 54.

W tradycyjnym rozumieniu ról w kształtowaniu przestrzeni publicznej władza lokalna jest zleceniodawcą usługi, projektant – zleceniobiorcą, a społeczność lokalna jedynie użytkownikiem projektowanych zmian, podczas gdy w procesie kreowania przestrzeni publicznej partnerami powinni być wszyscy aktorzy lokalni. Proces projektowy powinien odbywać się nie tylko dla mieszkańców, ale zwłaszcza z nimi. Jednak za decyzjami dotyczącymi przestrzeni publicznej w Polsce kryją się głównie eksperci, a ich projekty niekoniecznie poparte są oczekiwaniami ludzi. Coraz częściej jednakże mieszkańcy zaczynają postrzegać przestrzeń publiczną, nie jako „ziemię niczyją”, lecz jako ich współwłasność i swoje prawa z tym związane. Wyraża się to w podejmowanych projektach i rodzajach aktywności, które przynoszą wymierne i niewymierne korzyści o charakterze ekonomicznym, społecznym i środowiskowym.

Aspekt społeczny wiąże się ponadto z edukacyjną rolą poszczególnych projektów uświadamiając i informując mieszkańców. Design może pośrednio lub bezpośrednio zawierać komunikat. Poprzez wybór określonych materiałów czy form w przestrzeni miejskiej projekt może zawierać przekaz, który uświadamia ludzi i stanowi środek kreacji ich postaw. Zamiast nawołujących do konsumpcjonizmu reklam i wypełniających przestrzeń prokonsumpcyjnych billboardów możemy za pomocą designu wpływać na wzmocnienie wartości społecznych i środowiska naturalnego.

Jednym z trendów zrównoważonego projektowania jest zazielenianie przestrzeni publicznej. Dzieje się to jako kontra do unifikowania polskich miast i miasteczek, gdzie betonowe place postrzegane są często jako miara nowoczesności. Tworzenie skwerów, przydomowych ogródków czy chociażby zazielenianie dachów i balkonów jest działaniem, które wpisuje się w nurt zrównoważonego projektowania przestrzeni publicznej. Poza bezpośrednimi i czytelnymi efektami jakie zazielenianie wnosi do miejskiej przestrzeni publicznej, korzyści jest znacznie więcej. Proces projektowania, tworzenia i utrzymania może być realizowany wspólnymi siłami mieszkańców lub przy ich częściowym udziale. Kwestie te powinny być przedmiotem ustalenia z pozostałymi stronami, tj. władzą lokalną jako właścicielem przestrzeni publicznej i zawodowymi projektantami. Współpraca i współtworzenie swojego otoczenia przyczynia się do budowania wspólnoty, większej identyfikacji z sąsiadami i miejscem zamieszkania.

Znaczenie zazieleniania przestrzeni publicznej, jako elementu podnoszenia estetyki przestrzeni publicznej, wskazane zostało w badaniach jako priorytetowe działanie śląskich samorządów⁸. Najwięcej, tj. 32% odpowiedzi dotyczyło tworzenia i utrzymania zieleni miejskiej: parków, skwerów i kwietników⁹.

Zazielenianie i kontakt z naturą w przestrzeni zurbanizowanej widoczny jest także w coraz bardziej popularnym zjawisku, jakim jest tworzenie miejskich ogrodów warzywnych (urban gardening). Ogródki warzywne powstają na dachach biurowców, w wydzielonych fragmentach parków miejskich czy też specjalnie zaprojektowanych miejscach w mieście. Zazielenianie przestrzeni publicznej to aktywna forma wspólnego spędzania wolnego czasu i integracji z sąsiadami, a w przypadku ogródków warzywnych także alternatywa wobec żywności z supermarketów. Jedną z modelowych realizacji tego typu jest Urban Physic Garden który utworzony został w 2011 w Londynie¹⁰. Projektanci, ogrodnicy i wolontariusze stworzyli miejsce odnoszące się do tradycji siedemnastowiecznego ogrodu w Chelsea, w którym miłośnicy roślin i studenci mogą zapoznawać się z różnymi gatunkami roślin. Obecnie ogród ten to przestrzeń spotkań, warsztatów, pokazów filmowych oraz miejsce do dyskusji o designie, roślinach i zdrowym stylu życia. Podobne inicjatywy zaczynają pojawiać się także w Polsce, m.in. w pobliżu Zamku Ujazdowskiego w Warszawie w ramach projektu „Zielony Jazdów”¹¹.

Angażowaniu się w poprawę przestrzeni publicznej sprzyja rozwój technologii. Nie wszyscy bowiem mogą lub chcą bezpośrednio uczestniczyć w kształtowaniu przestrzeni swoich miast. Współcześnie nie jest już niezbędne osobiste uczestnictwo w akcjach społecznych, a swoją aktywność i pomysłowość można wyrazić przy użyciu nowoczesnych technik komunikacji. Poza portalami, na których zgłaszać można pomysły i opinie, współczesny świat oferuje wiele aplikacji na telefony. Za pomocą świata wirtualnego i stron typu: www.openideo.com czy www.socialdesignsite.com można włączać się w działania w realnym świecie i poprawiać miejską przestrzeń publiczną.

⁸ Badanie wykonano na zlecenie Zamku Cieszyn w ramach projektu Design Silesia 2011. Celem badań zrealizowanych na przełomie 2010 i 2011 roku na grupie przedstawicieli 25% śląskich samorządów lokalnych było uzyskanie informacji służących ocenie stanu rozwoju designu na terenie województwa śląskiego.

⁹ P. Rojek-Adamek, G. Gawron: Op. cit., s. 127.

¹⁰ Witryna internetowa Urban Physic Garden. <http://www.physicgarden.org.uk/>

¹¹ Witryna internetowa Centrum Sztuki współczesnej Zamek Ujazdowski. <http://csw.art.pl/>

Podsumowanie

„Współczesny świat jest coraz bardziej zaprojektowany”¹². Już coraz mniej przestrzeni ma charakter czysto naturalny, pozbawiony antropopresji. Ręka ludzka jest szczególnie widoczna na terenach zurbanizowanych, które zasadniczo pozbawione są przestrzeni „niezaprojektowanej”. Przestrzeń miejska, poza budynkami, elementami infrastruktury technicznej, małej architektury o atrybutach czysto użytkowych, wypełniana jest także projektami sztuki miejskiej sensu stricto. Przedmiotem projektowania przestrzeni miast jest ponadto zieleń stanowiąca w wielu przypadkach oazę natury w zabetonowanym i sztucznym środowisku.

Projektowanie zrównoważone stanowi immanentną część zrównoważonego rozwoju. Jest wyzwaniem dla współczesnych i przyszłych pokoleń architektów, urbanistów i projektantów chcących wpisać swoje projekty w nurt zrównoważonego modelu konsumpcji i produkcji.

Projektowanie zrównoważone to projektowanie w kontekście systemów i udoskonalanie tych systemów w celu ich harmonijnej koegzystencji. Trafne jest stwierdzenie, iż „[...] dobry design to zrównoważony design”¹³. Jego produkty wynikają nie tylko z cech obiektów, ale i powiązań z otoczeniem. Analizowane są pod względem estetycznym, funkcjonalnym i komercyjnym, poprawiając jakość życia ludzkiego i wywierając najmniejszy potencjalny wpływ na środowisko naturalne. Działalność twórcza nie jest zatem pozbawiona korzyści społecznych i dbałości o środowisko w imię wyłącznie zysku dla twórcy i producenta. Projekty designu zrównoważonego nie funkcjonują jednak w oderwaniu od rynku.

Stosowanie filozofii designu zrównoważonego na każdym etapie procesu projektowego wymusza decyzje, które mają na celu zredukowanie negatywnego wpływu na środowisko i zdrowie użytkowników czy mieszkańców bez uszczerbku dla korzyści ekonomicznych. Zrównoważony design poprzez kreowanie atrakcyjnych produktów i usług może pomóc w uświadamianiu konsumentów i wpływać na realizowany przez nich styl życia. Jest to holistyczne podejście, które stymuluje rynek w stronę zrównoważonego modelu konsumpcji i produkcji. Ponadto, zrównoważone projekty uwzględniają lokalny potencjał zarówno pod względem zasobowym, tj. wykorzystania lokalnego kapitału, materiałów, surowców, technologii, jak i pod względem inspiracji kulturowej i historycznej.

¹² P. Rojek-Adamek, G. Gawron: *Op. cit.*, s. 11.

¹³ K. Laskowska, A. Adamczyk, P. Grobelny: *Op. cit.*, s. 41.

Design jest istotnym narzędziem stymulowania zmian, w tym procesu rewitalizacji miast. Realizacji nowych projektów miejskich i rewitalizacji przestrzeni publicznej przyświecać powinien kontekst potrzeb mieszkańców. Realizowane są one bowiem przede wszystkim dla nich i powinny być na nich ukierunkowane (human – centered design approach)¹⁴. Generalnym celem tworzenia i rewitalizacji przestrzeni publicznej jest bowiem poprawa jakości życia mieszkańców. W związku z tym głos o jej kształcie należy się odbiorcom działań projektowych, czyli społeczności lokalnej. Przestrzeń publiczna stanowić powinna przyjazne miejsce interakcji międzyludzkich, spędzania wolnego czasu i rekreacji oraz realizacji usług publicznych. Ze względu na negatywne historyczne konotacje okresu komunistycznego, dobro wspólne, w tym przestrzeń publiczna, traktowana była w Polsce przez wiele lat jako niczyja. Działania podejmowane w ramach nurtu zrównoważonego projektowania nadają jej cechy „obywatelskości”.

Literatura

- Brown T.: Design Thinking. „Harvard Business Review” 2008.
- Gamman L., Thorpe A.: Design against crime i społecznie odpowiedzialny dizajn dla przestrzeni publicznej. „Przedsiębiorczość i Dizajn” 2009, nr 7.
- Laskowska K., Adamczyk A., Grobelny P.: Design zrównoważony. Analiza dotycząca wpływu design zrównoważonego na wzrost konkurencyjności regionu wielkopolskiego na rynku europejskim. Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, Poznań 2009.
- Rojek-Adamek P., Gawron G.: O designie w województwie śląskim. Opinie śląskich projektantów, przedsiębiorców i samorządów lokalnych. Zamek Cieszyn, Cieszyn 2011.
- Start with the Park. Creating Sustainable Urban Green Spaces in Areas of Housing Growth and Renewal. Commission for Architecture & the Built Environment, London 2005.
- Witryna internetowa Centrum Sztuki współczesnej Zamek Ujazdowski. <http://csw.art.pl/>
- Witryna internetowa międzynarodowych badań World Value Survey. <http://www.worldvaluessurvey.org/>
- Witryna internetowa Urban Physic Garden. <http://www.physicgarden.org.uk/>

¹⁴ T. Brown: Design Thinking. „Harvard Business Review” 2008, June, s. 84-92.

DESIGN IN PUBLIC SPACE IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Summary

The term sustainable development is getting more and more interdisciplinary. It also doesn't pass over the issues of shaping public spaces and city design. Dissemination of sustainable design is a reaction on fast economic growth and rapid growth of global population, loss of natural resources and also unification of culture. At the same time public space becomes more and more important as one of the key factors determining the quality of life. Sustainable design is a design in the system context to improve the systems in terms of their coexistence. Its results come from the environment as well as social needs. They are analysed in terms of esthetic, functional and commercial aspects improving quality of life and minimizing its potential negative impact on the natural environment.

Ewa Stachura

WPŁYW PROCESU TRANSFORMACJI NA KSZTAŁTOWANIE ŚRODOWISKA MIESZKANIOWEGO W POLSCE

Wprowadzenie

Rozpoczęty w 1989 roku w Polsce proces transformacji ustrojowej stworzył szansę na efektywny rozwój gospodarczy i społeczny. Szansę rozwoju otrzymała także architektura, a szczególnie środowisko mieszkaniowe. Po upływie ponad 20 lat powstały warunki do przedstawienia diagnozy zależności między zmianami w architekturze mieszkaniowej a zespołem czynników, który do tych zmian doprowadził. Można postawić tezę, że rozwój środowiska mieszkaniowego jest zależny zarówno od czynników architektonicznych i urbanistycznych, jak i tych pozostających w otoczeniu architektury. Poprzez „otoczenie architektury” rozumie się w tym przypadku procesy ekonomiczne i społeczne, które umożliwiają, stymulują i warunkują rozwój architektury. Otoczenie architektury ma charakter historyczny. W niniejszym artykule procesy ekonomiczne i społeczne warunkujące rozwój architektury są osadzone w wybranym do badań okresie transformacji w Polsce. „Przez pojęcie transformacji systemowej należy rozumieć przejście od gospodarki centralnie planowanej do gospodarki rynkowej obejmujące zmianę ustroju politycznego oraz tworzenie rynkowych warunków funkcjonowania wszystkich podmiotów gospodarczych, tj. przedsiębiorstw, jednostek budżetowych i gospodarstw domowych”¹.

Środowisko mieszkaniowe określa w poważnym stopniu jakość życia ludzi. Poprzez jakość środowiska mieszkaniowego należy rozumieć wysokie parametry cech, które je określają: architektoniczno-urbanistycznych, funkcjonalnych, technicznych, społecznych i ekologicznych².

¹ M. Nasilowski: Transformacja systemowa w Polsce. Key Text, Warszawa 1995, s. 17.

² Wybrane elementy facility management w architekturze. Red. E. Niezabitowska. Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2004, s. 71.

Wobec powyższych rozważań można zatem wymienić najważniejsze cele niniejszego artykułu. Są to:

1. Identyfikacja i opis wewnętrznych oraz zewnętrznych czynników determinujących kształt środowiska mieszkaniowego oraz ich wzajemnych interakcji. Ważna jest zarówno identyfikacja tych determinant, jak i ich charakterystyka oraz opis wzajemnych interakcji. Świadomość i znajomość procesów zachodzących w architekturze i jej otoczeniu pozwala na nie wpływać i nadawać im zamierzony kierunek.

2. Wskazanie kreatorów środowiska mieszkaniowego – decydentów w poszczególnych fazach procesu inwestycyjnego.

3. Prezentacja wybranych wyników badań preferencji Polaków w zakresie zamieszkiwania.

1. Determinanty rozwoju architektury mieszkaniowej i środowiska mieszkaniowego jako przedmiot badań

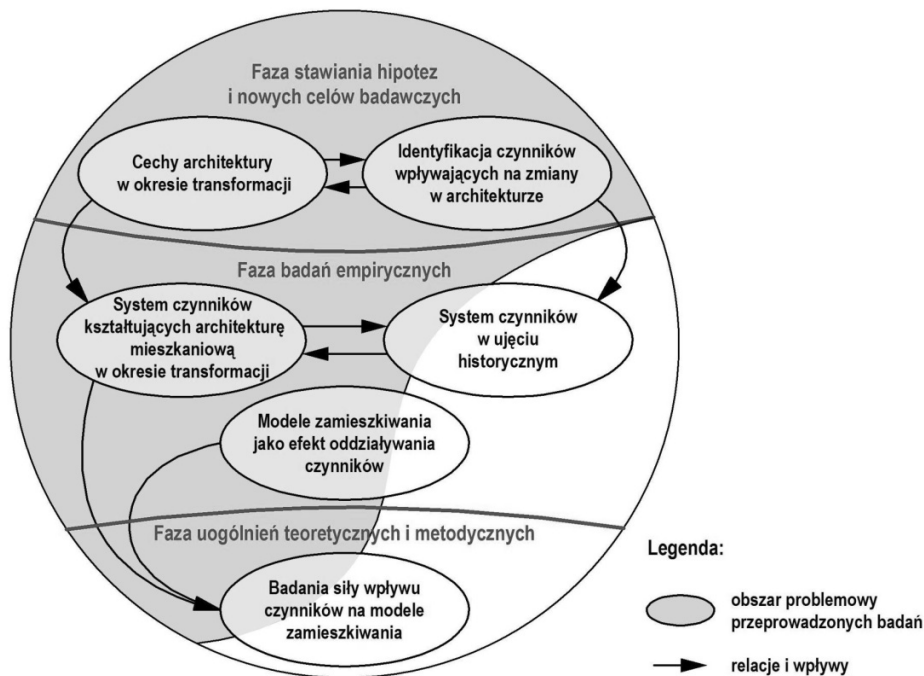
Na kształtowanie środowiska mieszkaniowego człowieka w nowych warunkach ustrojowych wpływa wiele powiązanych ze sobą czynników. Kształt środowiska mieszkaniowego jest odbiciem oddziaływania tych czynników. Należą one do czterech grup determinant: architektonicznych, urbanistycznych, ekonomiczno-prawnych i społeczno-kulturowych. Wszystkie te determinanty są ze sobą powiązane, wchodzą w rozmaite relacje, a stopień ich wpływu na zmiany w architekturze jest zróżnicowany. Jedne z nich to ważne dla istoty architektury determinanty ciągłości historycznej i kulturowej. Inne działają przede wszystkim progresywnie na procesy w architekturze. Jeszcze inne hamują i spowalniają zmiany.

W skład determinant architektonicznych wchodzić czynniki związane z dorobkiem architektury, rozumianym tu jako zbiór wartości intelektualnych, złożony z projektów studialnych, konkursowych, ze zrealizowanych obiektów i dorobku naukowego: prac badawczych, monografii i krytyki architektonicznej, a także wiedzy i zasad związanych z projektowaniem architektonicznym, respektujących ergonomiczne i psychologiczne potrzeby człowieka. Drugą grupą determinant są uwarunkowania urbanistyczne: techniczne i infrastrukturalne, o podobnej do architektonicznych strukturze. Także one składają się z bogatego dorobku urbanistyki jako gałęzi nauki, dyscypliny twórczej i zasad kształtowania układów przestrzennych. Wspomniane dwie grupy determinant bezpośrednio wiążą się z przestrzenią i wzajemnie na siebie oddziałują: istniejące układy prze-

strzenne i elementy infrastruktury tworzą uwarunkowania dla nowej zabudowy we wszystkich skalach. Kontekst ten wraz z postulatami projektowania zrównoważonego ogranicza bądź stymuluje nową architekturę, ale zawsze wyznacza określone ramy.

Środowisko mieszkaniowe i warunki jego rozwoju są szczególnie wrażliwe na oddziaływanie czynników ekonomiczno-prawnych. Pierwszym, najważniejszym z nich jest ustrój gospodarczy kraju, który determinuje zamożność zarówno inwestorów: państwa, samorządów, deweloperów, jak i obywateli – odbiorców domów i mieszkań. Drugim, także istotnym czynnikiem z grupy ekonomicznych, jest obowiązujący w państwie model polityki mieszkaniowej. To on określa, jaki będzie model inwestowania w nieruchomości mieszkaniowe oraz w jakim stopniu obywatele będą korzystali z pomocy państwa przy zaspokajaniu potrzeb mieszkaniowych. Na architekturę mieszkaniową wpływają również uwarunkowania rynkowe: gra podaży i popytu oraz związana z nimi cena domów i mieszkań na lokalnych rynkach, które warunkują zachowania konsumentów i weryfikują ich preferencje w zakresie zamieszkiwania. Istotne znaczenie ma także pakiet czynników prawnych, czyli zbiór ustaw i rozporządzeń, dotyczących procesu budowlanego oraz regulujących wykonywanie zawodu architekta.

Ważną grupę determinant stanowią uwarunkowania społeczno-kulturowe. Należą do nich m.in. prognozy struktury demograficznej kraju. Określają one bowiem obecne i przyszłe potrzeby mieszkaniowe oraz zmiany, jakie będą w nich zachodziły. Czynniki psychosocjologiczne w największym stopniu określają szeroko rozumiane potrzeby mieszkaniowe i ich zróżnicowanie w obrębie różnych grup społecznych. Szybkie tempo przemian społecznych to także duża dynamika zmian w potrzebach i aspiracjach mieszkaniowych obywateli. W społeczeństwie zaufanie obywateli do siebie nawzajem, do instytucji i organizacji związanych ze wznoszeniem nowej zabudowy mieszkaniowej wpływają na jakość zamieszkiwania. Stąd więc ramy jakościowe dla nowego środowiska mieszkaniowego są zdeterminowane w poważnym stopniu przez kapitał społeczny. Oczekiwania w stosunku do środowiska mieszkaniowego zależne są również od uwarunkowań kulturowych. Potrzeba poczucia ciągłości i tożsamości sprawia, że nawiązania do tradycji i inspiracje płynące z dorobku poprzednich pokoleń są w architekturze mieszkaniowej bardzo cenione. W globalnym społeczeństwie coraz większe znaczenie odgrywa kultura masowa z jej ponadnarodowym językiem wizualnym i zestawem wzorców.



Rys. 1. Proces badawczy determinant rozwoju architektury

Rysunek 1 pokazuje etapy procesu badawczego determinant rozwoju architektury. Etap stawiania hipotez i opracowania monograficznego architektury mieszkaniowej okresu transformacji poprzedza fazę, w ramach której powinna zostać dokonana identyfikacja i opis czynników warunkujących jakość środowiska mieszkaniowego w okresie transformacji. Na tej podstawie możliwe jest opracowanie modeli zamieszkiwania w Polsce, ale jedynie wówczas, gdy zbada- ne zostaną obecne warunki oraz preferencje mieszkaniowe Polaków. Przepro- wadzono takie badania w maju 2011 na grupie 900 respondentów w 11 polskich miastach. Miasta duże reprezentowały: Warszawa, Wrocław, Kraków, miasta średnie: Bielsko-Biała, Lublin, Szczecin, aglomerację śląską: Chorzów, Gliwice, Katowice, Sosnowiec i Zabrze.

2. Preferencje w zakresie wybranych cech środowiska mieszkaniowego w Polsce w świetle badań

2.1. Kreatorzy środowiska mieszkaniowego w Polsce

Decyzje projektowe dotyczące nowej zabudowy mieszkaniowej podejmowane są przez cztery grupy podmiotów. Określający wpływ na powstającą zabudowę mieszkaniową mają decyzje podejmowane przez władze samorządowe w fazie sporządzania planów miejscowych lub wydawania decyzji o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu. Stanowią one ważne przesłanki do projektowania w zakresie skali siedliska, wysokości zabudowy i w niektórych przypadkach także innych cech urbanistycznych, takich jak linia zabudowy czy jej ukształtowanie. Zakres ingerencji w kompozycję urbanistyczną i architektoniczną może być szerszy (np. w przypadku wartościowych z punktu widzenia historycznego centrów miast) lub węższy (np. w odniesieniu do terenów otwartych). Większość decyzji o urbanistycznych i architektonicznych właściwościach projektowanego środowiska mieszkaniowego podejmują deweloper i architekt. Deweloper wymaga od projektanta rozwiązania przestrzennego zapewniającego jak najlepszy efekt finansowy i dodatkowo przyczyniający się do utrzymania lub poprawy wizerunku firmy deweloperskiej. Oczekuje takiego rozwiązania urbanistycznego i architektonicznego, które zaspokoi aspiracje wybranego segmentu (lub segmentów) odbiorców, czyli zapewni satysfakcjonujący standard mieszkaniowy. Decyzja o standardzie jest podejmowana przez dewelopera na podstawie analizy cech lokalizacji, gry podaży i popytu na rynku mieszkaniowym w kwartałach poprzedzających decyzję inwestycyjną oraz własnych doświadczeń w zakresie inwestowania na rynku mieszkaniowym³.

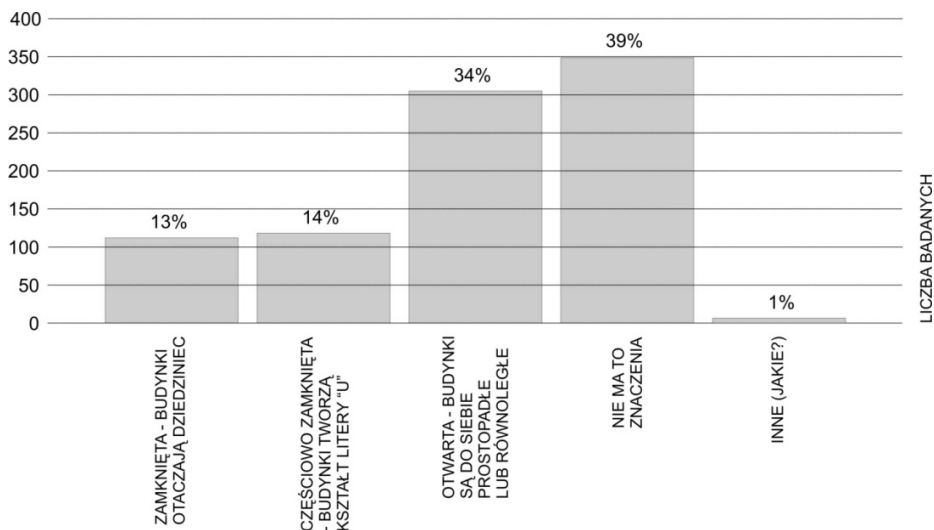
W opisanych uwarunkowaniach fazy projektowej procesu inwestycyjnego zakres autonomii architekta może być w niektórych aspektach ograniczony, np. deweloper może nie akceptować proponowanych przez architekta rozwiązań kompozycyjnych dotyczących urbanistyki lub architektury. Odpowiedzialność za poprawność rozwiązań gwarantujących wysoki standard przestrzenny siedliska we wszystkich jego aspektach spoczywa jednak zawsze na projektancie. Niewielki wpływ na powstające siedlisko mają przyszli mieszkańcy. W praktyce ogranicza się on do korekty ustawienia ścian działowych i rozplanowania niektórych instalacji we wnętrzu mieszkania, a później, już w ramach działalności wspólnoty mieszkaniowej, mogą być ewentualnie podejmowane korekty urządzenia terenu.

³ D. Robertson, P. McLaughlin: *Looking into Housing. A Practical Guide to Housing Research*. Chartered Institute of Housing, Coventry 1996, s. 215.

Przegląd decyzji związanych z nadaniem ostatecznego kształtu środowisku mieszkaniowemu w trakcie procesu inwestycyjnego pokazuje, że znajomość preferencji związanych z cechami jakościowymi środowiska mieszkaniowego jest konieczna w każdej fazie procesu inwestycyjnego i powinna być wykorzystywana przez wszystkie podmioty podejmujące decyzje w tym zakresie.

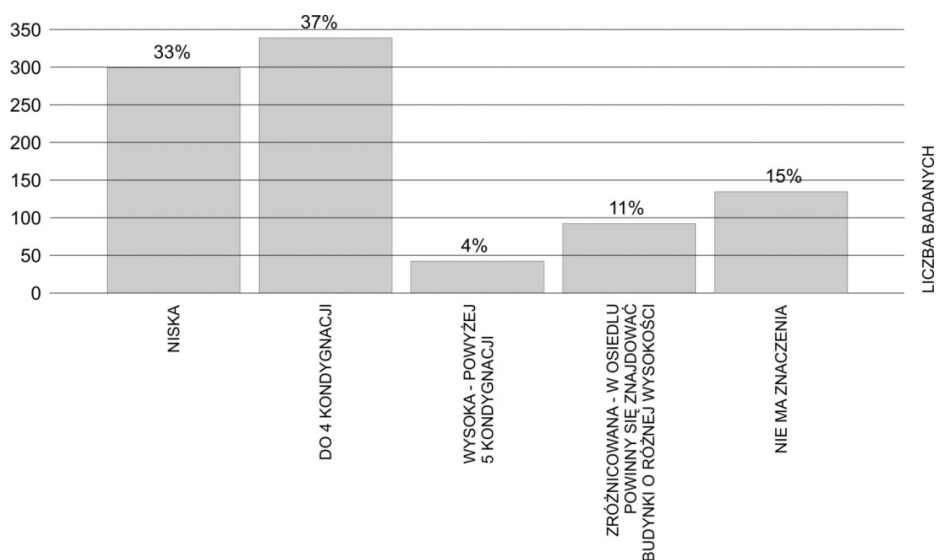
2.2. Aspiracje w zakresie ukształtowania formy urbanistycznej i architektonicznej współczesnego polskiego osiedla

Każdy człowiek reaguje emocjonalnie na formę i jej kompozycję. Ma to miejsce także w przestrzeni, w jej różnych skalach. Ludzie percypują formę urbanistyczną i może być ona dla nich zarówno źródłem satysfakcji, jak i dyskomfortu. Dlatego też zapytano respondentów o oczekiwania wobec ukształtowania budynków w osiedlu. W blokowiskach wzniesionych zgodnie z modernistycznym kanonem urbanistycznym budynki tworzyły zawsze formę otwartą: były do siebie równoległe bądź prostopadłe. Taką też formę uformowania osiedla wskazano jako preferowaną, a niemal 40% respondentów (największy odsetek wskazań) uznało układ urbanistyczny siedliska za nieważny. Zaledwie jedna czwarta respondentów preferuje formę zamkniętą osiedla (budynki obudowują całkowicie lub częściowo wewnętrzny dziedziniec), która w opinii współczesnych badaczy sprzyja relacjom sąsiedzkim, identyfikacji z miejscem i kreowaniu przestrzeni półpublicznej (rys. 2).



Rys. 2. Preferowana forma ukształtowania budynków w osiedlu/zespolu mieszkaniowym w świetle badań

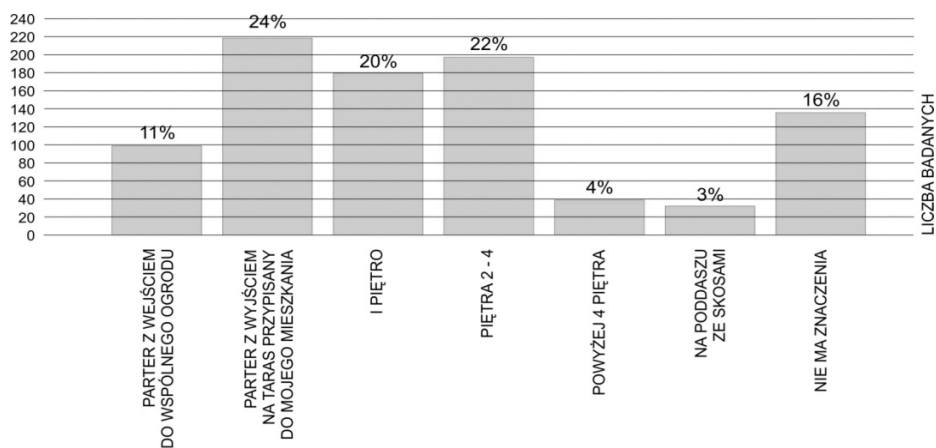
Badanych zapytano także o preferowaną wysokość zabudowy w osiedlu. Niemal 70% z nich wskazało zabudowę niską, do czterech kondygnacji (rys. 3). Odpowiedzi dotyczyły nie tylko wysokości budynku, w którym znajdować miałyby się mieszkanie respondenta ankiety, ale również pozostałych budynków w zespole mieszkaniowym. Taka struktura odpowiedzi potwierdza postawioną wyżej tezę o oczekiwanym kameralnym charakterze siedliska.



Rys. 3. Preferowana wysokość zabudowy w osiedlu/zespole mieszkaniowym w świetle badań

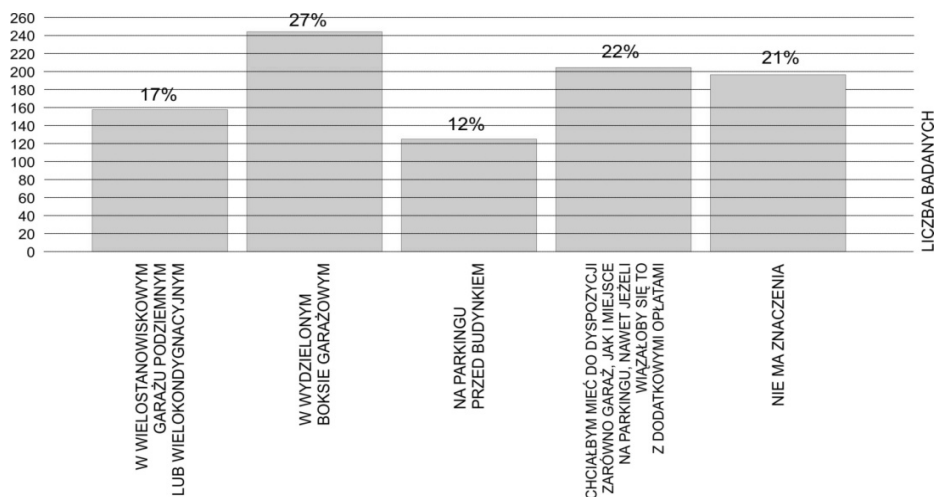
Preferowaną przez respondentów lokalizacją mieszkania są niższe kondygnacje budynku, a wśród nich parter, z wyjściem na taras przypisany do mieszkania oraz piętra I do IV (rys. 4). Najmniej chętnie wskazywane były wyższe kondygnacje i mieszkania położone na poddaszach, wykorzystujące pomieszczenia ze skosami. Zaledwie 15% badanych deklaruje, że położenie mieszkania na określonej kondygnacji nie ma dla nich znaczenia. Ponad 40% badanych preferuje samodzielne wejście do mieszkania, taki sam odsetek akceptuje układ klatkowy budynku. Niepopularne są budynki korytarzowe i galeriowe. Rozkład odpowiedzi udzielonych na pytanie o położenie mieszkania na kondygnacji i rodzaj wejścia do mieszkania wskazuje, że przeważająca liczba przyszłych mieszkańców zakłada stabilizację w nowym siedlisku i nawiązanie głębszych relacji z miejscem⁴.

⁴ K. Pawłowska: Równoważenie przestrzennego i społecznego rozwoju miasta. W: Trwały rozwój polskich miast nowym wyzwaniem dla planowania i zarządzania przestrzenią. Red. E. Heczko-Hyłowa. Politechnika Krakowska, Kraków 2001, s. 189-204.

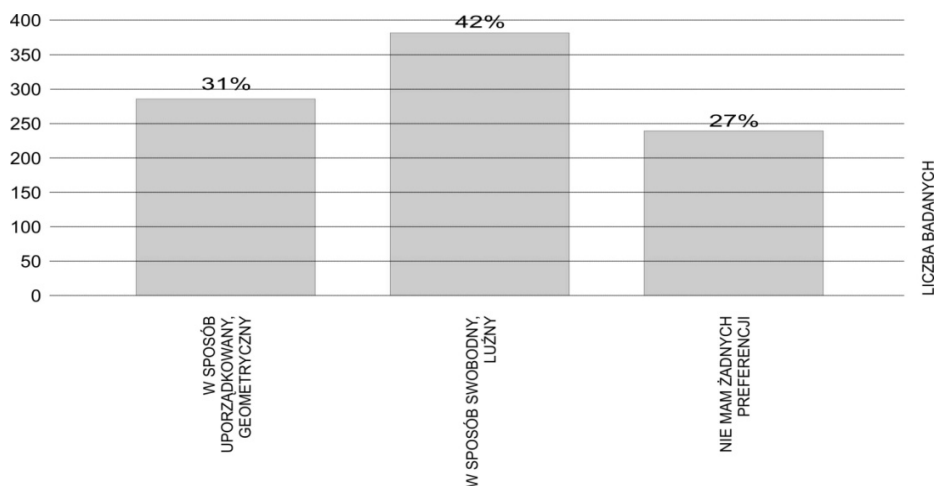


Rys. 4. Preferowane położenie mieszkania na kondygnacji w świetle badań

Z funkcjonowaniem współczesnego siedliska wiąże się kwestia sposobów koegzystencji ruchu pieszego i kołowego, w tym – parkowania samochodu. Respondenci ankiety wypowiedzieli się także w tej kwestii. Zdecydowana większość badanych chciałaby mieć do dyspozycji miejsce w garażu wielostanowiskowym, przy czym najbardziej preferowanym rodzajem miejsca parkingowego jest wydzielony boks garażowy (rys. 5). Co istotne, respondenci zdają sobie sprawę z konieczności ponoszenia dodatkowych opłat w przypadku użytkowania większej liczby miejsc parkingowych (garażowych).



Rys. 5. Preferencje w zakresie parkowania samochodu w świetle badań



Rys. 6. Preferencje w zakresie ukształtowania zieleni w świetle badań

Z problematyką parkowania samochodu wiąże się także inny aspekt urbanistyki osiedla, jakim jest ukształtowanie zieleni (rys. 6). Rozkład odpowiedzi dotyczących ukształtowania zieleni sugeruje przywiązanie badanych do modernistycznej koncepcji urządzenia terenu w osiedlu, preferuje się bowiem swobodną formę ukształtowania zieleni.

Podsumowanie

1. Dom i mieszkanie zaspokajają potrzeby ludzkie na wszystkich poziomach, począwszy od fizjologicznych, aż po stojące najwyżej w hierarchii – potrzeby samorealizacji. Aspiracje związane z zamieszkiwaniem dotyczą zarówno fizycznych (mierzalnych), jak i emocjonalnych (niemierzalnych) atrybutów przestrzeni mieszkalnej. Potrzeby i preferencje mieszkaniowe mają skomplikowaną strukturę: część z nich ewoluuje w czasie, inne natomiast pozostają niezmiennie.

2. Przeprowadzone badania ankietowe pokazują, że wśród potencjalnych nabywców domów i mieszkań w Polsce najbardziej popularnym typem siedliska jest niewielkie osiedle złożone z budynków o wysokości do 5 kondygnacji, położone satelitarnie w stosunku do centrum miasta, w otoczeniu terenów otwartych.

3. Dużą popularnością cieszy się swoista „hybryda” – mieszkanie w domu wielorodzinnym o cechach domu jednorodzinnego. Badani preferują tradycyjny układ funkcjonalny mieszkania i niewyszukaną formę architektoniczną budynków.

4. Determinanty rozwoju środowiska mieszkaniowego w Polsce są silnie związane z procesem transformacji. Po 20 latach trwania tego procesu powstały warunki do przedstawienia diagnozy zależności między zmianami w środowisku mieszkaniowym a zespołem czynników, który do tych zmian doprowadził. Niniejszy artykuł jest próbą zarysowania obszaru problemowego oraz metody badania zjawisk związanych z architekturą mieszkaniową i jej otoczeniem.

Literatura

- Nasiłowski M.: Transformacja systemowa w Polsce. Key Text, Warszawa 1995.
- Pawłowska K.: Równoważenie przestrzennego i społecznego rozwoju miasta. W: Trwały rozwój polskich miast nowym wyzwaniem dla planowania i zarządzania przestrzenią. Red. E. Heczko-Hyłowa. Politechnika Krakowska, Kraków 2001.
- Robertson D., McLaughlin P.: Looking into Housing. A Practical Guide to Housing Research. Chartered Institute of Housing, Coventry 1996.
- Wybrane elementy facility management w architekturze. Red. E. Niezabitowska. Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2004.

HOUSING ENVIRONMENT IN THE PROCES OF TRANSFORMATION IN POLAND

Summary

The topic of this paper is to present the influence of the economic system transformation on the housing environment. Determiners of the development of housing architecture and environment belong to four general groups: architectural, town-planning, economic and legal as well as social and cultural. They are all connected, they enter various relationships and the degree of their influence on changes in architecture is differentiated. Some of them are very important determinants for the field of housing environment and these are connected with history and culture. Some others stimulate progress in the processes in architecture. Still others hamper the progress and slow down the changes. During 20 years of the process of transformation in Poland the built environment has changed and now it offers a new quality and more than before facilities to the inhabitants.

The idea of the new housing estate or housing complex is always the compromise formed among the participants of the investing process: the architect, the investor, future inhabitants and the housing policy. To create this idea the knowledge of consumers demands on the housing market is required. The demands and aspirations of the Polish households are illustrated with the findings of empirical respondents which were conducted in 9 cities across Poland, using 900 participants in May 2011.