

**Prace Komisji Geografii Przemysłu
Polskiego Towarzystwa Geograficznego**
kwartalnik naukowy

**Studies of the Industrial Geography Commission
of the Polish Geographical Society**
a scientific quarterly

**ROZWÓJ WYBRANYCH DZIAŁÓW
SEKTORA USŁUG**

pod redakcją
Zbigniewa Ziolo i Tomasza Rachwał

**THE DEVELOPMENT
OF SELECTED BRANCHES OF THE SERVICES SECTOR**

edited by
Zbigniew Ziolo and Tomasz Rachwał

DOI 10.24917/20801653.313

31(3) • 2017

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
– Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
Pedagogical University of Cracow
– Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management

**PRACE KOMISJI GEOGRAFII PRZEMYSŁU
POLSKIEGO TOWARZYSTWA GEOGRAFICZNEGO**

**STUDIES OF THE INDUSTRIAL GEOGRAPHY COMMISSION
OF THE POLISH GEOGRAPHICAL SOCIETY**

31(3)

Redaktor naczelny / Editor-in-chief: Zbigniew Ziolo

Zastępca redaktora naczelnego – redaktor prowadzący / Associate – managing editor: Tomasz Rachwał

Rada Redakcyjna / Editorial Board

Paweł Czapliński, Wiesława Gierańczyk, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Ana Maria Liberali, Tadeusz Marszał, Tomasz Rachwał (wiceprzewodniczący/vice-chair), Eugeniusz Rydz, Tadeusz Strykiewicz, Anatoly V. Stepanov, Yolanda Carbajal Suárez, Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Ščyrba, Anna Tobolska, Krzysztof Wiedermann, Nuri Yavan, Zbigniew Ziolo (przewodniczący/chair)

Recenzenci współpracujący od 2015 r. / List of reviewers from 2015

Zoltán Bartha, Bernard Bińczycki, Krzysztof Borodako, Paweł Czapliński, Joanna Dominiak, Liudmila Fakeyeva, Hanna Godlewska-Majkowska, Bronisław Górzyński, Andrea Gubik, Mikhailo Hamkalo, Bartosz Jenner, Anna Kibycz-Czaplińska, Jerzy Kitowski, Arkadiusz Kołoś, Tomasz Komornicki, Joanna Kudełko, Marek Maciejewski, Małgorzata Mędrala, René Matlovič, Beata Namyślak, Pavel Ptáček, Eugeniusz Rydz, Marcin Salamaga, Maciej Smętkowski, Jacek Strojny, Zdeněk Ščyrba, Vladimir Szekely, Zygmunt Szymła, Przemysław Śleszyński, Katarzyna Świerczewska-Pietras, Maria Tkocz, Radosław Uliszak, Maria Urbaniec, Krzysztof Wach, Robert Włodarczyk, Bernadetta Zawilińska, Agnieszka Żur

Deklaracja wersji pierwotnej / Definition of primary version

Wersja drukowana jest wersją pierwotną publikacji / The primary version of the journal is the printed version.

Strona internetowa czasopisma z informacjami dla autorów i dostępem do pełnych tekstów archiwalnych artykułów w wersji elektronicznej / Journal website with information for authors and access to the full-text electronic versions of archive papers: www.prace-kgp.up.krakow.pl, ISSN (ON-LINE): 2449-903X

Kontakt z redakcją / Journal contact

Sekretarze redakcji (Secretaries):

Wioletta Kilar, Tomasz Padło

Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Instytut Geografii
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, p. 437
tel. (+48) 12 662 62 55, faks (+48) 12 662 62 43, e-mail: pracekgp@up.krakow.pl

ISSN 2080-1653

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2017

Wydawca/Publisher

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie,
– Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
Pedagogical University of Cracow
– Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management
Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie
e-mail: wydawnictwo@up.krakow.pl; <http://www.wydawnictwoup.pl>

Współwydawca/Co-publisher

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Druk/Printed by Zespół Poligraficzny WN UP

WPROWADZENIE

W fazie postindustrialnej rozwoju cywilizacyjnego i stopniowego przechodzenia do fazy społeczeństwa informacyjnego rośnie rola sektora usług jako rozwijającej się bazy ekonomicznej rozwoju układów przestrzennych. W tych warunkach podmioty gospodarcze reprezentujące poszczególne działy tego sektora mają różne znaczenie i możliwości rozwoju w układach przestrzennych.

W wielu krajach i regionach ważną rolę w bazie ekonomicznej odgrywa turystyka, która traktowana jest w nowych koncepcjach ekonomicznych jako ważna część rynku, wymagająca tworzenia coraz to bardziej atrakcyjnych produktów (M. Żemła). Interesujące przykłady jej wpływu na wzrost gospodarczy wybranych regionów wskazują prace podejmujące problematykę dynamicznego rozwoju turystyki kulturowej w Korei Południowej (M. Bajgier-Kowalska, M. Tracz, K. Wałach) oraz aktywności turystycznej chicagowskiej Polonii (K. Ziółkowska-Weiss). Z punktu widzenia potrzeb społecznych ważnym zagadnieniem staje się udostępnienie przestrzeni dla celów turystycznych osobom niepełnosprawnym, co przedstawiono na przykładzie Krakowa (M. Popiel).

W światowym procesie rozwoju społeczno-gospodarczego szczególnie ważną rolę odgrywa przemysł samochodowy, który wykazuje silne tendencje do ciągłej modernizacji i cechuje się wysoką innowacyjnością, mającą na celu podniesienie efektywności technologii produkcji oraz zastosowanie nowych źródeł napędu. Do tej problematyki nawiązuje analiza rynku samochodowego w Polsce prowadząca do identyfikacji czynników, które mogą wpływać na wielkość popytu na nowe samochody oraz określenie ich roli za pomocą modeli ekonometrycznych (T. Stryjakiewicz, R. Kudłak, J. Gadziński, B. Kołsut, W. Dyba, W. Kisiała). Samochód traktowany jest tu jako ważny środek pozwalający na szybkie przemieszczanie się osób, uniezależniający ich od środków transportu publicznego, które nie zawsze nawiązują do regionalnych i lokalnych potrzeb przewozowych, a w przypadku transportu szynowego mają pewne ograniczenia. W europejskim transporcie kolejowym taką poważną barierą w przemieszczaniu towarów jest różna szerokość torów (T. Bocheński). Wymaga to podejmowania dodatkowych prac przeładunkowych, które umożliwiają węzły rozwijane w rejonach przeładunkowych. Do tej problematyki nawiązuje także praca dotycząca tworzenia łańcucha logistycznego integrującego różne środki i węzły transportu na przykładzie funkcjonowania terminali intermodalnych w województwie wielkopolskim (M. Beim, B. Mazur, A. Soczówka, R. Zajdler).

Procesy internacjonalizacji produkcji przemysłowej i usług stwarzają określone możliwości prowadzenia działalności usługowej w miejscach dysponujących odpowiednimi zasobami pracy, dobrą dostępnością komunikacyjną oraz podażą nowoczesnej powierzchni biurowej. Przykładem tego jest Gdynia, w której powstało wiele podmiotów gospodarczych zajmujących się usługami dla biznesu dla podmiotów zagranicznych oraz krajowych, zwłaszcza związanych z gospodarką morską (M. Tarkowski). Do tych

ogólnych tendencji przemian nawiązują także procesy rozwoju wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, powiązanych najczęściej z inwestycjami korporacji międzynarodowych i zlokalizowanych w miejscach potencjalnie chłonnego rynku. Przykładem tego są krakowskie centra handlowe, których klienci cechują się zróżnicowanymi zachowaniami i preferencjami (A.I. Szymańska, M. Płaziak). Brak stabilności w zakresie źródeł zasilania finansowego gospodarstw domowych oraz rozwinięta działalność kredytowa przyczyniają się do nadmiernego zadłużenia klientów, które prowadzi do upadłości konsumenckiej (P. Nowak).

W gospodarce przestrzennej ważną rolę odgrywają informacje dotyczące wartości badanych cech społeczno-gospodarczych i działalności podmiotów gospodarczych w układach lokalnych i regionalnych. Wobec ograniczeń statystyki publicznej w tym zakresie funkcję tę uzupełniają regionalne obserwatoria terytorialne, których zadaniem jest zbieranie, wstępne przetwarzanie i udostępnianie danych zainteresowanym osobom i instytucjom (B. Stelmach-Fita, M.P. Pękalska, P. Bartoszczuk). Szczególną rolę w tym zakresie odgrywa infrastruktura cyfrowa, służąca gromadzeniu i pozyskiwaniu zestandaryzowanych danych dotyczących zagospodarowania przestrzennego (B. Stelmach-Fita).

Tom kończą prace poświęcone wyborowi usług edukacyjnych na poziomie wyższym (D. Piróg), roli kluczowych kompetencji w komunikacji w strukturach przedsiębiorstw oraz współpracy między nimi (J. Żukowska), systemowi podatkowemu w Polsce, którego złożoność i skomplikowanie stanowi jedną z barier rozwoju działalności gospodarczej (J. Pach) oraz problematyce sektorowej struktury gospodarki krajów europejskich w wyobrażeniach mieszkańców (T. Padło).

Zaprezentowane prace podkreślają dużą różnorodność działalności sektora usługowego, które w istotny sposób wpływają na funkcjonowanie i rozwój gospodarek układów regionalnych i lokalnych. Należy wnosić, że wraz z postępującym procesem wzrostu gospodarczego nadal rozwijane będą działy tego sektora oraz pojawiać się będą nowe typy usług, które staną się przedmiotem zainteresowania geografów ekonomicznych.

Zbigniew Zioto, Tomasz Rachwał

INTRODUCTION

In the post-industrial development of civilisation and the gradual transformation into information society, the role of services sector as a growing economic base for the development of spatial systems increases. Under these conditions, business entities representing various branches of the sector have different meaning and possibilities for development in spatial systems.

In many countries and regions, tourism plays a significant role as the economic base. In the new economic concepts it is treated as an important element of the market that requires the creation of more and more attractive products (M. Żemła). Interesting examples of the effect that tourism has on the economic growth of selected regions are works studying the dynamic development of cultural tourism in South Korea (M. Bajgier-Kowalska, M. Tracz, K. Wałach) and the tourist activity of Chicago Polonia (K. Ziółkowska-Weiss). Taking into considerations social needs, making urban spaces accessible for tourists with disabilities becomes an important aspect. This was presented through the example of Kraków (M. Popiel).

In the global process of socio-economic development, the automotive industry plays an especially important role, as it shows a strong tendency to constant modernisation and as it is characterised by innovativeness designed to increase the efficiency of production technologies and the use of new sources of power. This issue is referred to through the analysis of the car market in Poland. Said analysis allows for the identification of factors that can influence the size of demand for new cars and for defining their role using econometric models (T. Strykiewicz, R. Kudlak, J. Gadziński, B. Kołsut, W. Dyba, W. Kisiała). A car is seen here as an important means that facilitates quick movement of people, making them independent from public transport that does not not always respond to regional and local needs, and in the case of rail transport, that has certain limitations. In the European rail transport such a serious barrier to the movement of goods is different gauge (T. Bocheński). This requires additional handling which is made possible by terminals developed in handling areas. This issue is referred to by the article on creating a logistic chain integrating different transport means and terminals based on the example of intermodal terminals in the Greater Poland Voivodeship (M. Beim, B. Mazur, A. Soczówka, R. Zajdler).

Processes of internationalisation of industrial production and services provide specific opportunities for exercising tertiary activity in areas with adequate work resources, good communication availability and supply of modern office space. An example of this is Gdynia, in which numerous business entities were formed. Those entities provide services for business for foreign and national entities, in particular those related to maritime economy (M. Tarkowski). To those general trends also relate the processes of development of large-format facilities, usually connected with investments from international corporations and located in areas of potentially receptive

market. An example of this are Kraków shopping malls whose clients differ in terms of behaviours and preferences (A.I. Szymańska, M. Płaziak). The lack of stability in terms of financial supply in households and elaborate credit activities contribute to the excessive indebtedness of clients which leads to consumer bankruptcy (P. Nowak). In spatial management, information on the socio-economic characteristics studied and activity of business entities in local and regional systems is of vital importance. Due to the limitations faced by general statistics, it is complemented by Regional Territorial Observatories whose job it is to collect, pre-process and share data with interested individuals and institutions (B. Stelmach-Fita, M.P. Pękalska, P. Bartoszczuk). In this context, digital infrastructure for collecting and acquiring standardised spatial data on land use plays a crucial role (B. Stelmach-Fita). The present volume is concluded with articles devoted to the choice of educational services in higher education (D. Piróg), the role of key competencies in communication in corporate structures and co-operation of enterprises (J. Żukowska), Polish tax system, whose complexity constitutes one of the barriers to the development of economic activity (J. Pach), and the sectoral structure of the economy of European countries as perceived by their residents (T. Padło).

Papers presented emphasise the diversity of services sector activity which significantly influences the functioning and development of economies in regional and local systems. It is safe to assume that as the economic growth continues, different branches of the sector will be further developed and new types of services will emerge, which will be of great interest to economic geographers.

Zbigniew Zioto, Tomasz Rachwał

MICHAŁ ŻEMŁA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Rola koncepcji ekonomii doświadczeń w postmodernistycznej interpretacji trendów rynkowych w turystyce i budowie nowoczesnych produktów turystycznych

The Role of Experience Economy in the Postmodern Interpretation of Market Trends in Tourism and in the Creation of Contemporary Tourism Products

Streszczenie: Artykuł odwołuje się do koncepcji gospodarki doświadczeń (ang. *experience economy*) jako jednej z ważniejszych prób opisania gospodarki w czasach postmodernistycznych. Na rynku turystycznym koncepcja ta w oczywisty sposób trafia na bardzo podatny grunt. Produkt turystyczny bywa definiowany jako doświadczenie turysty związane z pobytem w określonym miejscu, co wskazuje na kluczową rolę doświadczeń konsumentów na tym właśnie rynku. Związek między koncepcją gospodarki doświadczeń a rynkiem turystycznym w literaturze prezentowany jest przede wszystkim poprzez wskazywanie elementów wspólnych na poziomie teoretycznym, natomiast pozycje pokazujące przykłady wykorzystania w praktyce dorobku gospodarki doświadczeń na rynku turystycznym są stosunkowo rzadkie. W artykule zaprezentowane zostały: interpretacja dziedzictwa kulturowego oraz swoista logika aktywności typu LARP, jako przykłady efektywnych działań podnoszących jakość doświadczeń turystów konsumujących produkty często obecne na rynku od wielu lat. Celem artykułu jest omówienie możliwości wykorzystania wymienionych koncepcji do tworzenia produktów turystycznych zgodnie z zasadami prezentowanymi w gospodarce doświadczeń.

Abstract: The paper deals with the concept of experience economy as one of the most important attempts at presenting the postmodern view of current economy. This concept is obviously a very promising theory to be implemented on tourism market. Tourism product is often defined as a tourist's experience connected with spending time in a particular place, which underlines the key role of consumers' experiences in that particular market. This link between experience economy and tourism market is presented in the literature mainly by pointing out common theoretical elements, and papers presenting examples of achievements of experience economy on tourism market are relatively rare. The paper presents concepts of heritage interpretation and LARP logic as examples of effective actions increasing the quality of experiences of tourists consuming products being present on the market often for many years. The aim of the paper is discussion of opportunities of usage of stated concepts in creation of tourism products in accordance to the rules presented in experience economy.

Słowa kluczowe: gospodarka doświadczeń; interpretacja dziedzictwa; LARP; postmodernizm; produkt turystyczny

Keywords: experience economy; heritage interpretation; LARP; postmodernism; tourism product

Otrzymano: 19 grudnia 2016

Received: 19 December 2016

Zaakceptowano: 6 lipca 2017

Accepted: 6 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Żemła, M. (2017). Rola koncepcji ekonomii doświadczeń w postmodernistycznej interpretacji trendów rynkowych w turystyce i budowie nowoczesnych produktów turystycznych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 7–16. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.1>

WSTĘP

Rynek turystyczny podlega współcześnie zmianom, których zakres jest na tyle duży, a dynamika tak znaczna, że skłania to niektórych analityków do wskazania potrzeby wypracowania nowego, współczesnego paradygmatu turystyki (Kozak, 2009). Jednym z najważniejszych kierunków tych zmian jest ciągle rosnące znaczenie postrzegania produktu turystycznego przez pryzmat doświadczeń konsumentów na rynku turystycznym (Andersson, 2007; Frochot, Batat, 2013). Znajduje to odzwierciedlenie m.in. w koncepcji J. Krippendorfa (1982), wskazującej na trwające odchodzenie od tzw. turystyki 3S (*sea, sun, sand*) w stronę turystyki 3E (*education, entertainment, excitement*).

Subiektywna natura ludzkich doświadczeń sprawia, że taki sposób spojrzenia na produkt turystyczny znajduje także odzwierciedlenie w tezach głoszonych przez koncepcje postmodernistyczne (Kostera, 1996). Coraz częściej i z coraz lepszym skutkiem menedżerowie odpowiedzialni za kreowanie produktów turystycznych zarówno poszczególnych firm, jak i obszarów turystycznych, dostrzegając znaczenie doświadczeń turystów, wzbogacają lub doskonalą swoje produkty w sposób, który pozwala poprawić, zintensyfikować czy też podnieść jakość doświadczeń ich konsumentów. Celem niniejszego opracowania jest prezentacja wybranych, popularnych metod doskonalenia doświadczeń turystów, a także wskazanie na ich miejsce w postmodernistycznych koncepcjach ekonomicznych, a zwłaszcza w teorii gospodarki doświadczeń.

WYBRANE KONCEPCJE POSTMODERNISTYCZNE W EKONOMII

Postmodernizm jest nazwą pewnego myślenia o świecie. Oddziaływanie tego myślenia nie ogranicza się do wewnętrznych problemów filozofii. Obejmuje sztukę i naukę; jako dynamiczny zespół określonych pojęć i wartości postmodernizm opisuje nie tylko profesjonalne i elitarne, a zarazem opiniotwórcze, sfery kultury współczesnej, lecz chce być również perspektywą pozwalającą wyjaśnić to wszystko, co składa się na tak zwaną kulturę masową (Kostera, 1996: 15). Postmodernizm oznacza więc z jednej strony specyficzną, nie pozbawioną ambicji eksplanacyjnych, refleksję nad współczesnością, z drugiej natomiast – wyraża charakterystyczne rysy postawy wobec świata zajmowanej przez człowieka przełomu wieków (Kubicki, 1993: 155).

W ekonomii postmodernizmem nazywany jest okres w rozwoju społeczno-ekonomicznym, w którym występuje wzrost znaczenia informacji, zróżnicowanie struktur i wielość orientacji w działaniach podmiotów rynku (Mazurek-Łopacińska, 2003: 47).

G. Antonides i W.F. Van Raaij (2003: 75) definiują postmodernizm jako zjawisko kulturowe cechujące się pluralizmem stylów konsumpcji i ideologii oraz potrzebą nadrzędności i wyrażania samego siebie. Społeczeństwo postmodernistyczne charakteryzuje m.in. rosnące znaczenie zasobów informacji, orientacja globalna, ale i lokalna, szybkie zmiany oraz wielość gustów i stylów.

Z jednej strony postmodernistyczne wzorce konsumpcji stanowią duże wyzwanie dla działań marketingowych poszczególnych uczestników globalizującego się rynku, z drugiej wymagają także istotnych zmian w strukturach procesów rynkowych, które pozwalałyby lepiej nadążyć i bardziej elastycznie reagować na dynamikę zmian w podstawach nabywców. Postmodernizm ekonomiczny głosi zwrot w kierunku klienta indywidualnego. Przypomina się tutaj, że praktycznie każdy człowiek ma inne potrzeby, że znajduje się pod wpływem zróżnicowanych uwarunkowań, determinujących ich zaspokajanie.

Wśród najważniejszych koncepcji ekonomicznych powiązanych z marketingiem i wpisujących się w nurt postmodernistyczny często wymieniane są prace kwestionujące racjonalny charakter postępowania nabywców oraz sekwencyjny model tworzenia wartości (Frochot, Batat, 2013: 3). W sposób szczególny podkreślić w tym miejscu należy dorobek czterech par autorskich (chronologicznie): M.B. Holbrooka i E.C. Hirschmana, B.J. Pine'a i J.H. Gilmore'a, C.K. Prahalada i V. Ramaswamy'ego oraz S.L. Vargo i R.F. Lusch. M.B. Holbrooka i E.C. Hirschmana (1982a; 1982b) uważa się za prekursorów podejścia doświadczalnego w marketingu. Rozwinięciem pomysłu M.B. Holbrooka i E.C. Hirschmana była zaprezentowana ponad 15 lat później, w innych już realiach gospodarczych, koncepcja gospodarki bazującej na doświadczeniach czy też ekonomii doświadczeń (ang. *experience economy*) B.J. Pine'a i J.H. Gilmore'a (1999). Koncepcja ekonomii doświadczeń opiera się na obserwacji ewolucji dominującego elementu gospodarki na przestrzeni lat, począwszy od opartej na surowcach gospodarki rolnej, poprzez opartą na towarach gospodarkę przemysłową i gospodarkę usługową, aż po ekonomię doświadczeń. Zatem doświadczenia stają się kolejnym źródłem wartości, obok surowców, towarów i usług, nie tyle zastępując je, co występując na rynku razem z nimi.

Ze względu na osobisty charakter doświadczeń nie poddają się one oddziaływaniu o charakterze masowym i wymagają indywidualizacji (Marciszewska, 2010: 13). Konsekwencją takiego podejścia do marketingu jest odejście od dalszego dzielenia rynku na mniej lub bardziej jednorodne grupy docelowe. Zamiast tego marketing powinien się skoncentrować na kliencie indywidualnym. Natomiast C.K. Prahalad i V. Ramaswamy (2000; 2004; 2005) przyjmują założenie, że konsument i firma współtworzą wartość, a doświadczenie współtworzenia staje się podstawą wartości. Proces tworzenia wartości skupia się zatem na poszczególnych osobach i ich doświadczeniach (Prahalad, Ramaswamy, 2005: 25).

C.K. Prahalad i V. Ramaswamy (2005: 13–14) dostrzegają, że różnorodność produktów nie w każdej sytuacji doprowadziła do zapewnienia konsumentom lepszych doświadczeń. Narastająca złożoność ofert – podobnie jak związane z nimi zagrożenia i korzyści – wprowadza zamieszanie i frustruje większość konsumentów, odczuwających brak czasu. Konsument na tak zarysowanym rynku przekształcił się z odizolowanego we współdziałającego z innymi, z nieświadomego w poinformowanego, z biernego w czynnego. R.F. Lusch i S.L. Vargo (2006: 2) wskazują, że tradycyjny sposób podejścia do procesu tworzenia wartości dla nabywcy, określony przez nich jako logika

zdominowana towarami (ang. *good-dominant logic, G-D logic*), powinien zostać zastąpiony nowym, w którym dominuje logika usług (ang. *service-dominant logic, S-D logic*), w którym współtworzenie doświadczeń jest postrzegane jako podstawa kreowania wartości. Za zasadniczą siłę sprawczą zmian zachodzących we współczesnej gospodarce, które wymuszają przyjęcie nowego sposobu patrzenia na wartość, przyjmuje się zmieniającą się rolę konsumenta (Prahalad, Ramaswamy, 2005: 14; Rogoziński, 2006: 4).

Spośród koncepcji wymienionych powyżej szczególne znaczenie dla współczesnej interpretacji zjawisk na rynku turystycznym wydaje się mieć koncepcja ekonomii doświadczeń. Według B.J. Pine'a i J.H. Gilmore'a (1999) żyjemy w czasach rozwoju zupełnie nowej, zaawansowanej gospodarki opartej przede wszystkim na usługach, której fundamentem jest dostarczanie klientom doświadczeń silnie nacechowanych emocjami (Nowacki, 2011). Doświadczenia są więc czwartą formą oferty w gospodarce (po surowcach, produktach i „zwykłych” usługach). Nie mogą one co prawda funkcjonować samodzielnie, ale są „podpięte” do tradycyjnych dóbr i usług, stając się ich najważniejszą częścią. Doświadczenie uznawane jest za nowe źródło wartości dla klientów, za główną przyczynę ich satysfakcji.

Działalność gospodarczą można więc porównać do teatru, gdyż właściwym produktem są: przeżycia, emocje, wrażenia, wzruszenia, nastrój, atmosfera (Marciszewska, 2010). Do innych ważnych cech ekonomii doświadczeń zalicza się jeszcze m.in.:

- ścisłe zespolenie doświadczenia z procesem konsumpcji produktu,
- powszechne kreowanie doświadczeń za pomocą nowoczesnych technologii,
- konieczność aktywnego uczestnictwa (immersja) konsumentów produktu (w przeciwieństwie do często pasywnego udziału w dotychczasowym modelu gospodarki),
- indywidualizację i personalizację (osobisty charakter) kreowanych doświadczeń (konieczność każdorazowego dostosowywania ich do odrębnych odbiorców),
- fakt, że doświadczenia utrwalane/zapisywane są w pamięci ludzkiej (ze wszystkimi jej przymiotami i ułomnościami) (Marciszewska, 2010).

W świetle zaprezentowanych założeń ekonomii doświadczeń nie może dziwić, że wiodącymi gałęziami nowej gospodarki stają się aktualnie tzw. przemysły kultury (przemysły kreatywne) (Idziak, 2009), a także przemysł turystyczny. Są to bowiem dziedziny działalności człowieka, których z założenia podstawowym „wyrobem” są doświadczenia. Instytucje kultury czy firmy turystyczne przeistaczają się w swoiste fabryki emocji, doznań, wzruszeń i wspomnień.

Turystyka XXI wieku stopniowo oddala się od tradycyjnego modelu, określane go mianem 3S (*sea, sun, sand*), którego synonimem był bierny wypoczynek na plaży. „Nowa turystyka” to 3E, czyli *education* (edukacja, kształcenie, wychowanie), *entertainment* (rozrywka, uciecha, przedstawienie) i *excitement* (podniecenie, podekscytowanie, emocje). Przynajmniej od 20 lat w teorii turystyki dominuje podejście holistyczne, które produkt turystyczny traktuje jako „przeżycie dostępne za określoną cenę” (Middleton, 1996: 96). Podobny pogląd reprezentują J. Kaczmarek, A. Stasiak i B. Włodarczyk (2005), definiując produkt turystyczny jako „zbiór użyteczności związanych z podróżami turystycznymi, czyli dostępne na rynku dobra i usługi turystyczne umożliwiające planowanie podróży, ich odbywanie, przeżywanie oraz gromadzenie doświadczeń z nimi związanych”. Inni podkreślają nawet, że w turystyce coraz częściej wytwarza się i sprzedaje czyste doświadczenie, które nie pozostawia śladów materialnych (MacCannell, 2002: 33).

BUDOWA PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH Z UWZGLĘDNIENIEM WYSOKIEGO POZIOMU DOŚWIADCZEŃ TURYSTÓW

Każdy pakiet turystyczny wzbogacony jest o pewne dodatkowe korzyści generowane podczas wyjazdu (ale także przed i po nim) w umysłach turystów w postaci emocji, wrażeń, przeżyć, psychicznych satysfakcji. Wynikają one po części z istniejących ogólnych stereotypów na temat obszaru miejsca docelowego (np. luksusowy kurort elit), ale także z celowych działań organizatorów turystyki, świadomie kreujących tzw. wartość dodaną produktu (logo, slogan, działania promocyjne, wizerunek rynkowy itd.). Wybór miejsca, a także sposobu wypoczynku, wyraża określoną postawę i filozofię życiową turysty, odzwierciedla jego osobowość, jest wyznacznikiem prestiżu, przynależności do pewnych grup społecznych, buduje jego osobisty wizerunek, zarówno w jego własnych oczach, jak i – co często jest ważniejsze – w oczach innych (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2005). Wobec tak wyrafinowanych, by nie rzec wygórowanych, oczekiwań klientów niezbędne staje się przemyślane, wszechstronne i kompleksowe podejście do konstruowania oferty turystycznej. Takie, które w centrum zainteresowania postawi turystę wraz z jego emocjami oraz zapewni mu pożądaną poziom doznań i doświadczeń.

Do najważniejszych sposobów intensyfikacji wrażeń i emocji turystów należy zaliczyć:

- przekształcanie infrastruktury turystycznej w unikatowe atrakcje turystyczne;
- wzbogacanie starych form produktu turystycznego o elementy doświadczeń i emocji;
- kreowanie tzw. rozszerzonej rzeczywistości,
- nowe formy zapisywania doświadczeń turystycznych i dzielenia się nimi,
- odkrywanie nowych przestrzeni turystycznych, które mają zapewnić niepowtarzalne przeżycia, a czasami wręcz ekstremalne doznania,
- rozwój nowych form turystyki dostarczających oryginalnych, ponadprzeciętnych emocji, a także rozwijających umiejętności, kreatywność i osobowość turysty (Stasiak, 2013).

W niniejszym opracowaniu skupiono się zwłaszcza na drugim z wymienionych punktów.

ROLA INTERPRETACJI DZIEDZICTWA W ROZWOJU PRODUKTÓW TURYSTYKI KULTUROWEJ

Na przełomie XX i XXI wieku pojawiła się, i ustawicznie rośnie, nowa kategoria podróżnych, tzw. nowych turystów. Różnią się oni znacznie od swoich niedawnych poprzedników: są bardziej doświadczeni (obcy w świecie), elastyczni, niezależni, mobilni, reprezentują inne cechy demograficzne, kierują się innym systemem wartości, wiodą inny styl życia. Odebrana edukacja i wpływ współczesnych mediów sprawiają, że charakteryzują się innym typem wrażliwości, specyficzną „obrazkową” estetyką, łatwo się nudzą, wymagają bardziej urozmaiconych środków przekazu. Wykazują przy tym bardzo różnorodne zainteresowania, koncentrujące się nie tylko wokół tradycyjnych tematów turystycznych (historia, zabytki, wielcy ludzie itp.), ale też wokół wielu innych, niekiedy nawet dość marginalnych problemów (dziedzictwo przemysłowe, sport, polityka, miejsca znane z literatury i filmów, kulinaria, wydarzenia kulturalne, styl życia, moda,

żarty i anegdoty itp.). „Nowi turyści” chcą nie tylko „zobaczyć” i „dowiedzieć się”, ale także „zrozumieć” i „przeżyć”, wejść w bezpośredni kontakt z odwiedzanym miejscem. Nic więc dziwnego, że tradycyjne dwudziestowieczne formy przewodnictwa (oprowadzanie piesze, objazd, tzw. sightseeing czy city tour) okazują się niewystarczające. Kłasyk jednostronny przekaz informacji (często o charakterze encyklopedycznym) jest dla nich już nie tylko nieatrakcyjny czy nudny, ale wręcz anachroniczny, niemożliwy do zaakceptowania (Mikos von Rohrscheidt, 2011).

Zmieniające się w sposób ewolucyjny gusta nabywców pozwalają także z nadzieją patrzeć na próby ewolucyjnych zmian produktów turystycznych, polegających na wzbogacaniu produktów tradycyjnych, cieszących się uznaniem od wielu lat. Takimi produktami z pewnością są produkty powiązane z turystyką poznawczą i zwiedzaniem obiektów zabytkowych. Od wielu lat obserwować można na tym rynku zmiany w sposobie obsługi turystów, a terminem, który od lat wyznacza kierunki tych zmian, jest interpretacja dziedzictwa. Wyrazem tego jest ewolucja muzeów – od miejsca gromadzenia i prezentacji dziedzictwa do miejsca zapewniającego określone przeżycia i aktywny udział odwiedzających. Zmienia się także rola przewodnika w turystyce poznawczej. Współczesny przewodnik turystyczny ma zadanie nie tylko komunikowania faktów, ale interpretacji spotykanego na trasie dziedzictwa. Chodzi o wyjaśnianie różnych znaczeń i zależności poprzez wykorzystywanie oryginalnych obiektów, bezpośrednie doświadczanie, posilkowanie się różnymi mediami, a także zaangażowanie emocji (Kruczek, Kurek, Nowacki, 2010). Interpretator ma pomóc turystom w zrozumieniu sensu danego miejsca (*genius loci*), jego wyjątkowej historii i współczesności, jak również w najpełniejszym doświadczeniu wszystkimi zmysłami odwiedzanego obszaru (Stasiak, 2013: 32), jednocześnie zapewniając turystom niezapomniane wrażenia, emocje, rozrywkę. O tym, że idea interpretacji dziedzictwa skutecznie przedarła się do świadomości zarówno organizatorów obsługi turystyki, jak i samych turystów, najlepiej przekonuje wciąż rosnąca liczba obiektów i atrakcji wykorzystujących jej zasady oraz niekwestionowany sukces rynkowy wielu z nich, np. Muzeum Powstania Warszawskiego.

Interpretacja powinna być przyjemna i zajmująca, zawierać elementy zabawy i rozrywki. Może przybierać charakter prowokacji lub odkrycia (ale podanego w sposób atrakcyjny i zrozumiały dla osób, które nie są specjalistami w danej dziedzinie). Ważne są nie tylko suche fakty, ale również żarty i anegdoty, nie tylko sprawdzone informacje, ale także domysły, przewidywania, własne komentarze... Do pożądaných narzędzi interpretacji zalicza się też: wzbudzanie wątpliwości, przytaczanie kontrowersyjnych źródeł, obalanie mitów, błędnych przekonań, cytowanie fragmentów literatury, wciąganie słuchaczy do dialogu (zadawanie pytań, zagadek z nagrodami, zachęcanie do myślenia, wyciągania wniosków) itp. Istotą interpretacji jest więc zajmujące, nasycone prawdziwymi emocjami opowiadanie historii danego miejsca (ang. *storytelling*, *emotional story*). Wywołane w ten sposób w wyobraźni odbiorców obrazy powinny ich poruszyć, zaangażować, wywołać żywą reakcję.

Jednak nawet mistrzowskie posługiwanie się słowem może okazać się niewystarczające. Należy więc sięgnąć po inne środki przekazu, które oddziałują na wszystkie zmysły: wzrok, słuch, smak, węch, dotyk. Zbudowaniu odpowiedniej atmosfery i wprowadzeniu turystów w poruszaną problematykę służy np. projekcja w autokarze filmów dokumentalnych i fabularnych czy odtwarzanie muzyki (narodowej, ludowej, współczesnej). Istotną część właściwego zwiedzania stanowią natomiast degustacje egzotycznych potraw, owoców czy alkoholi, zapachy naturalne (kwiaty, przyprawy)

lub sztuczne (aerozole), możliwość dotknięcia, wzięcia do ręki eksponatu, podniesienia i użycia narzędzia, poczucia jego faktury, ciężaru itp. W ten sposób przekaz treści uzyskuje charakter multisensoryczny, zapewniając turystyce tak pożądaną osobiste doświadczenie (Stasiak, 2013).

KONCEPCJA LARP I JEJ WYKORZYSTANIE W BUDOWIE PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

Kierunek zmian wyznaczony przez interpretację dziedzictwa i jej zasady wydaje się obecnie już nieodwracalny, niemniej na współczesnym, różnorodnym, postmodernistycznym rynku turystycznym konieczne jest ciągłe poszukiwanie nowych sposobów tworzenia niezapomnianych wrażeń turystów, także w turystyce poznawczej. Przykładem może być umiejętne wykorzystanie nowych form rozrywki bazujących na społecznościowym charakterze współczesnego internetu, takich jak geocaching, questing czy LARP.

LARP (*live action role-playing*) to szczególny rodzaj gry fabularnej. Jest podobny do improwizowanej sztuki teatralnej, a jej uczestnicy do aktorów. Jest to aktywność na pograniczu gry i sztuki, podczas której uczestnicy wspólnie tworzą i przeżywają opowieść, odgrywając role podobnie jak w improwizowanym teatrze. Akcja LARP-a może być osadzona zarówno w świecie rzeczywistym, jak i fikcyjnym. LARP-y przyjmują formę gier historycznych (średniowiecznych) oraz futurystycznych (opartych na fantastyce) (Smoleńska, 2009).

LARP-y rozgrywane są w przestrzeni (zamkniętej lub otwartej) dostosowanej do scenarii realiów świata fabularnego, na którym są oparte. Nie mają one jednych, odgórnie ustalonych zasad. Każda impreza cechuje się własnymi regułami ustalonymi przez organizatorów i graczy. Twórcy LARP-a (zwani także mistrzami gry lub larpmasterami) to często jedyne osoby, które znają scenariusz w całości. Dają oni początek historii, która jest później kontynuowana przez graczy i ich działania. Przypomina to w swojej formie teatr improwizowany, gdzie mistrz gry jest pomysłodawcą fabuły, natomiast uczestnicy – aktorami. Wypowiadane przez graczy kwestie oraz ich działania uznaje się za słowa i czyny ich postaci. Ważne jest, aby dopasować się do zaistniałych realiów, jednocześnie nie wychodząc z roli.

LARP-y często przyjmują postać dużych wydarzeń organizowanych dla stosunkowo dużej, ale zamkniętej i hermetycznej grupy osób będących entuzjastami rozrywki tego rodzaju. Przykładem tego typu przedsięwzięcia są spotkania pod hasłem College of Wizardry organizowane w sudeckim zamku Czocha odgrywającym rolę Hogwartu. W czterodniowym wydarzeniu zorganizowanym w listopadzie 2014 roku udział wzięło około 200 uczestników z niemal całego świata, a bilety zostały sprzedane przez internet w 48 godzin. Wszyscy uczestnicy stawili się na miejsce z przygotowanymi swoimi rolami oraz adekwatnymi strojami. O wydarzeniu pisała prasa na całym świecie z „New York Timesem” włącznie. Sukces pierwszej edycji zachęcił polsko-duńską grupę organizatorów do organizacji kolejnych edycji, a nawet do zbiórki pieniędzy na zakup i odrestaurowanie jednego z dolnośląskich zamków, aby stworzyć w nim stałą siedzibę ich Akademii Czarów (Waćławek, 2014a; Waćławek 2014b).

O ile duże LARP-y same w sobie, ze względu na skalę wydarzenia, mają duże znaczenie dla podmiotów podaży turystycznej, to jednak z powodu hermetycznego charakteru grupy są trudne do organizacji dla branży turystycznej. Pozwalają jednak m.in.

na nowe spojrzenie na kreowanie doświadczeń turysty w turystyce poznawczej. Istotą LARP-u jest aktywne uczestnictwo wszystkich osób biorących udział w wydarzeniu. Wskazuje to na celowość poszerzenia typowych dla interpretacji dziedzictwa inscenizacji o elementy przemieniające biernych uczestników obserwatorów w aktywnych uczestników prezentowanego wydarzenia. Uproszczoną formułą, jednak odwołującą się do podobnych charakterem doświadczeń turystów, jest trasa miejska z mikroeventami, czyli zwiedzanie miasta z przewodnikiem lub samodzielnie wzdłuż z góry ustalonej trasy (wyznaczonej w terenie lub wirtualnej) wzbogaconej inscenizacjami, koncertami, interaktywnymi pokazami lub innymi elementami multimedialnymi (Mikos von Rohrscheidt, 2011). Takie oferty proponują biura przewodnickie niemal we wszystkich polskich miastach.

Fabularyzowane zwiedzanie jest także proponowane przez wiele obiektów zabytkowych, zwłaszcza przez zamki i pałace będące znakomitą scenerią dla realizacji fabuł opartych na legendach i historii. Przykładem jest tu dorocznie odbywający się od blisko 20 lat Międzynarodowy Festiwal Duchów i Straszdyń na zamku w Bojnicach na Słowacji. Zwyczajna trasa zwiedzania komnat zamkowych zostaje na czas festiwalu zamieniona na scenariusz opowieści fantastycznej, a zwiedzający prowadzeni przez przebranych i ucharakteryzowanych animatorów są uczestnikami wydarzeń z tego scenariusza (www.bojnicycastle.sk). Zwiedzający zamek podczas festiwalu nie tylko prowadzeni są przez postać nawiązującą do tematyki festiwalu, ale jest ona także narratorem fabuły rozgrywającej się w kolejnych pomieszczeniach. Zwiedzający obserwują inscenizacje prezentowane przez aktorów, ale także zapraszani są do uczestnictwa w tej fabule poprzez rozwiązywanie zadań, czy też taniec podczas balu straszdyń w sali bankietowej zamku. Przykładem zastosowania podobnej koncepcji w obiekcie innego rodzaju jest nocne zwiedzanie browaru tyskiego (tyskiebrowarium.pl).

W branży turystycznej można pokazać przykłady jeszcze silniejszego wciągnięcia turystów do aktywnego uczestniczenia w zaaranżowanych wydarzeniach. Są one widoczne przede wszystkim pośród produktów turystyki motywacyjnej oraz dziecięcej (kolonie fabularyzowane). Zasady LARP-ów widoczne są też w działalności turystycznej organizacji harcerskich.

Zwiedzanie interaktywne (fabularne, z fabułą) zyskało początkowo dużą popularność jako niebanalny punkt wyjazdów typu incentive czy team building. Dziś jest to już dość powszechnie spotykana oferta dostępna dla wszystkich turystów. Wśród najciekawszych propozycji należy wymienić: Communism Tour po Nowej Hucie (zwiedzanie z przewodnikiem w robotniczym dreluchu, przejazd trabantem lub autobusem „ogórkiem”, wizyta w mieszkaniu z epoki Gierka, udział w dancingu lub „imprezie imieninowej” z lat siedemdziesiątych XX wieku), fabularyzowane zwiedzanie Łodzi (rozwiązywanie zagadki kryminalnej w realiach Ziemi Obiecanej, spotkania z charakterystycznymi mieszkańcami dziewiętnastowiecznego miasta) czy odkrywanie tajemnic średniowiecznego Torunia w towarzystwie Kopernika lub Krzyżaka (Stasiak, 2013).

Aby uzyskać wrażenie przeniesienia się w czasie, w wielu miejscach historycznych w stroje z epoki przebiegają nie tylko przewodnicy czy pracownicy muzeum, ale i sami turyści. Kostiumy, zaaranżowana scenografia, oświetlenie, odtwarzana muzyka i dodatkowe dźwięki w naturalny sposób sprzyjają pobudzeniu wyobraźni i przywołaniu obrazów z przeszłości. Zwiedzanie najczęściej odbywa się według przygotowanego wcześniej scenariusza, a turyści stają się nie tylko widzami, ale i aktywnymi uczestnikami widowiska, którzy mają realny wpływ na przebieg wydarzeń. Coraz częściej

mówi się więc o teatralizacji przestrzeni turystycznej. Świat staje się wielką sceną, na której rozgrywa się spektakl, a główną rolę może odegrać każdy turysta. Tym bardziej, że spektrum oferowanych możliwości jest bardzo szerokie. Obejmuje zwiedzanie z elementami teatralnymi (przebieranie w stroje, odgrywanie scen), gry zabawowo-rozrywkowe (rozwiązywanie zagadek, poszukiwanie skarbów, odkrywanie przeszłości), udział w pokazach i prezentacjach, rekonstrukcje wydarzeń historycznych i wiele innych (Stasiak, 2013).

ZAKOŃCZENIE

Doskonalenie produktów turystycznych jest procesem trudnym, gdyż nie istnieje uniwersalna recepta na osiągnięcie sukcesu. Wzbogacanie produktów tradycyjnych o elementy dodatkowe, wzmacniające przeżycia turystów jest niewątpliwie działaniem pożądanym, jednak właściwa skala takiego wzbogacenia będzie różna dla poszczególnych osób. Ponadto elementy wzbogacające produkt, postrzegane przez turystów jako coś dodatkowego, a więc elementy produktu poszerzonego, bardzo szybko stają się elementami produktu rzeczywistego i są przez turystów oczekiwane. W tej sytuacji powstaje potrzeba kolejnych elementów wzbogacających produkt, a ciągłe innowacje stają się w turystyce niezbędne.

Z drugiej strony, coraz większe oczekiwania turystów sprawiają, że opisywane podejścia do kreowania doświadczeń odwiedzających – interpretacja dziedzictwa czy wciąganie turystów do współuczestnictwa w wydarzeniach – przestają już być na współczesnym rynku elementem pozwalającym osiągnąć przewagę nad konkurentami, ale stają się warunkiem przetrwania. Doświadczą tego współcześnie m.in. wiele muzeów, które pozostały przy bardzo tradycyjnym sposobie prezentacji ekspozycji i borykają się z brakiem zainteresowania odwiedzających.

Literatura

References

- Andersson, T. (2007). The tourist in the experience economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 46–58.
- Antonides, G., Van Raaij, W.F. (2003). *Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Frochot, I., Batat, W. (2013). *Marketing and designing the tourist experience*. Oxford: Goodfellows.
- Holbrook, M.B., Hirschman, E.C. (1982a). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and proposition. *Journal of Marketing*, 43(3), 92–101.
- Holbrook, M.B., Hirschman, E.C. (1982b). The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer Research*, 9.
- Idziak, P. (2009). Konkurencyjność muzeów w gospodarce doznań i kreatywności. W: A. Stasiak (red.). *Kultura i turystyka – wspólnie zyskać!* Łódź: Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa.
- Kaczmarek, J., Stasiak, A., Włodarczyk, B. (2005). *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kostera, M. (1996). *Postmodernizm w zarządzaniu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kozak, M. (2009). *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Krippendorff, J. (1982). Towards new tourism policies: The importance of environmental and sociocultural factors. *Tourism Management*, 3(3), 135–148.
- Kruczek, Z., Kurek, A., Nowacki, M. (2010). *Krajoznastwo*. Kraków: Proksenia.

- Kubicki, R. (1993). Postmodernistyczny etos świata? *Kultura Współczesna*, 2.
- Lusch, R.F., Vargo, S.L. (2006). *The service dominant logic of marketing: Dialog, debate, and directions*. New York: M.E. Shape.
- MacCannell, D. (2002). *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*. Warszawa: Muza.
- Marciszewska, B. (2010). *Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń*. Warszawa: CH Beck.
- Mazurek-Łopacińska, K. (2003). *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Middleton, V.T.C. (1996). *Marketing w turystyce*. Warszawa: PAPT.
- Mikos von Rohrscheidt, A. (2011). Sylabus miejsc, czyli jak atrakcyjnie pokazać miasto współczesnemu turyście kulturowemu. W: Z. Kruczek (red.). *Piloci i przewodnicy na styku kultur*. Kraków: Proksenia, 97–120.
- Nowacki, M. (2011). Szlaki dziedzictwa naturalnego i kulturowego drogą ku turystyce kreatywnej. W: B. Włodarczyk, B. Krakowiak, J. Latosińska (red.). *Kultura i turystyka. Wspólna droga*. Łódź: Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego.
- Pine, B.J., Gilmore, J.H. (1999). *The experience economy: Work is the theatre and every business is a stage*. Boston: Harvard Business School.
- Prahalad, C.K., Ramaswamy, V. (2000). Co-opting consumer competence. *Harvard Business Review*, 78(1), 79–90.
- Prahalad, C.K., Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14.
- Prahalad, C.K., Ramaswamy, V. (2005). *Przyszłość konkurencji*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Rogoziński, K. (2006). Klient jako współtwórca wartości. *Marketing i Rynek*, 8, 2–7.
- Smoleńska, O. (2009). Najnowsze trendy w turystyce eventowej. Gry fabularne i wydarzenia związane z fantastyką i technologią XXI wieku. *Turystyka Kulturowa*, 8, 31–39.
- Stasiak, A. (2013). Produkt turystyczny w gospodarce doświadczeń. *Turyzm*, 23(1), 27–35.
- Wacławek, D. (2014a) (2016, 19 grudnia). Hogwart jest w Polsce. Nowe zastosowanie starego zamku. Pozyskano z http://foch.pl/foch/1,132039,17093824,Hogwart_jest_w_Polsce__Nowe_zastosowanie_starego_zamku.html#BoxSlotIMT
- Wacławek, D. (2014b) (2016, 19 grudnia). Założyli szkołę czarodziejów, a teraz chcą kupić w Polsce zamek. Larpowcy – szaleńcy czy wizjonerzy? Pozyskano z http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,138589,17521955,Zalozyli_szkole_czarodziejow_a_teraz_chca_kupic_w.html#TRwknD

Michał Żemła, dr hab., prof. nadzw. w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Prowadzi badania w zakresie szeroko rozumianej turystyki, ze szczególnym akcentem na problematykę rozwoju obszarów recepcji turystycznej. W swoich publikacjach odwołuje się do różnych koncepcji ekonomicznych, takich jak porterowska koncepcja klastrów, koncepcja ekonomii doświadczeń Pine'a i Gilmore'a, czy koncepcja współpracy między interesariuszami w tych obszarach.

Michał Żemła, Ph.D., associate professor in Department of Tourism and Regional Studies, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow. He conducts his research in the field of tourism, with particular interest in tourism destinations development. In his publication the author uses different economic concepts, such as: Porter's concept of clusters, Pine and Gilmore's concept of experience economy or destination stakeholder cooperation.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Wydział Geograficzno-Biologiczny
Instytut Geografii
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: michal.zemla@up.krakow.pl

MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA

Krakowska Akademia im. A.F. Modrzewskiego, Polska
Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Poland

MARIOLA TRACZ

Polskie Towarzystwo Geograficzne, Oddział w Krakowie, Polska
Polish Geography Society, Department of Kraków, Poland

KAMILA WAŁACH

Krakowska Akademia im. A.F. Modrzewskiego, Polska
Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Poland

Rola *hallyu wave* w rozwoju turystyki kulturowej w Korei Południowej

Role of the *Hallyu Wave* in the Development of Cultural Tourism in South Korea

Streszczenie: Studium pokazuje przykład zachodzących w świecie procesów globalizacyjnych w obszarze kultury i powiązanych z nią usług turystycznych oraz podejmowanych lokalnie działań służących eksponowaniu wartości i odrębności kultury regionalnej w świecie. W pracy ukazano stan i rozwój turystyki kulturowej związanej bezpośrednio i pośrednio z koreańską kulturą masową, jej wpływ na ruch turystyczny i zyski koreańskiej gospodarki. Fenomen rozprzestrzeniania się koreańskiej kultury popularnej na świecie, zwany *hallyu wave*, czyli koreańska fala, można uznać za przejaw dyfuzji kulturowej. Najważniejszymi elementami składowymi *hallyu* są: koreańska muzyka popularna, nazywana K-popem, seriale, czyli K-dramy oraz koreańskie filmy. Odnoszą one ogromny sukces nie tylko w Azji i Stanach Zjednoczonych, ale również w Europie, przyczyniając się do zmniejszenia bariery kulturowej pomiędzy Koreą Południową a innymi krajami oraz do promocji tego kraju i zwiększenia liczby turystów. W latach 1980–2014 w Korei Południowej odnotowano wzrost liczby turystów o ponad 14 razy. Koreańska fala ma również duży wpływ na eksport koreańskich produktów. W 2015 roku, według danych Koreańskiej Agencji Promocji Handlu i Inwestycji, dochód z eksportu koreańskich dóbr związanych z kulturą wyniósł 2,8 miliarda dolarów. W pracy wykorzystano dane dostępne na oficjalnych portalach Koreańskiej Organizacji Turystyki, agencji rządowych i turystycznych oraz portalach bezpośrednio związanych ze sprzedażą usług powiązanych z *hallyu*. Dokonano także kwerendy literatury zagranicznej przedmiotu w celu analizy i oceny wpływu *hallyu* na rozwój wybranych branż gospodarki koreańskiej.

Abstract: The study is focused on globalisation processes occurring across the world in the area of culture and related tourist services, as well as local efforts to underscore regional cultural values and identity. The paper discusses the state and evolution of cultural tourism associated both directly and indirectly with Korean mass culture, its impact on tourist traffic, and benefits for the Korean economy. The proliferation of Korean culture known as the Hallyu Wave may be considered as a form of cultural diffusion. The three most important elements of Hallyu are Korean pop music known as K-pop, television soap operas known as K-dramas, and Korean feature films. All three are highly successful in Asia and the United States, as well as in Europe. This helps reduce the cultural barrier between South Korea and other countries around the world. In addition, they act as promotional vehicles for South Korea resulting in increased tourist traffic to this Asian nation. The number of tourists visiting South Korea increased more than 14 times in the period 1980–2014. The Hallyu Wave is also helping with the export of various South Korean products. According to data provided by the Korea Trade-Investment Promotion Agency for 2015, profits associated with the export of Korean cultural goods stood at 2.8 billion U.S. dollars. The paper uses data provided online by the Korea Tourism

Organization, Korean government agencies, tourist agencies, and Internet sources directly associated with the provision of goods and services connected with the Hallyu Wave. In addition, the paper is based on a review of sources in the foreign research literature. All available sources were used to evaluate the impact of the Hallyu Wave on the growth of selected areas of the South Korean economy.

Słowa kluczowe: dyfuzja kulturowa; globalizacja; *hallyu wave*; koreańska pop-kultura; Korea Południowa; turystyka kulturowa

Keywords: cultural diffusion; cultural tourism; globalisation; Hallyu Wave; Korean pop culture; South Korea

Otrzymano: 18 grudnia 2016

Received: 18 December 2016

Zaakceptowano: 9 lipca 2017

Accepted: 9 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Bajgier-Kowalska, M., Tracz, M., Wałach, K. (2017). Rola *hallyu wave* w rozwoju turystyki kulturowej w Korei Południowej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 17–31. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.2>

WSTĘP

Korea Południowa to kraj kojarzący się głównie z takimi markami, jak Samsung, LG, Hyundai czy Kia. Nie jest ona jednak wyłącznie jednym z centrów rozwoju zaawansowanych technologii. Coraz częściej kojarzy się z popularnym regionem turystycznym. Podjęte przez rząd po 1989 roku działania służące liberalizacji polityki w zakresie inwestycji turystycznych oraz wprowadzenie pięciodniowego tygodnia pracy przyczyniły się do wzrostu znaczenia turystyki w rozwoju gospodarczym kraju. Aktualnie turystyka stanowi jedną z trzech ważnych branż, obok przemysłu IT i biotechnologii (Jiqing, 2004). Podejmowanych jest wiele inicjatyw, które sprzyjają rozwojowi różnych form turystyki, co powoduje wzrost zainteresowania tym regionem świata. Szeroka oferta programów turystycznych zwiększa przewagę Korei Południowej w biznesie turystycznym i rozrywkowym. Ponadto promowanie sektorów niszowych, jak np. turystyka medyczna, dodatkowo podnosi konkurencyjność Korei na międzynarodowym rynku turystycznym (Jung, Shim, 2013; Bajgier-Kowalska, Tracz, Wałach, 2016).

Korea Południowa intensywnie rozwija turystykę, wykorzystując walory przyrodnicze i kulturowe oraz zasoby ludzkie i infrastrukturę. Koreańczycy preferują podróże do regionów atrakcyjnych przyrodniczo, jak góry oraz wschodnie i południowe wybrzeże, a także wybierają ekoturystykę i turystykę przygodową. Równie dynamicznie rozwija się turystyka kulturowa w oparciu o unikatowe zabytki i produkty kultury masowej (Tuk, 2012). Poprzez umiejętne wykorzystanie procesów globalizacji i rozwoju nowych technologii komunikacyjnych Korea Południowa upowszechnia swoje atrakcje turystyczne na świecie. Bazując na odmienności kulturowej, tworzy produkty turystyczne uwzględniające tradycje i zwyczaje lokalne, wzbogacone o elementy światowych trendów. Dzięki znacznemu wsparciu rządu, turystyka kulturowa w Korei Południowej jest nastawiona w dużym stopniu na turystę zagranicznego.

Przykładem tego jest rozprzestrzenianie się w świecie koreańskiej kultury masowej (popularnej), zwanej *hallyu wave* (koreańska fala; *korean wave*; *hallyu*). Koreańską falę można uznać za przejaw dyfuzji kulturowej, gdzie lokalna kultura i tradycje zyskują wymiar globalny. Rozprzestrzenia się ona poprzez media. Południowokoreańskie seriale filmowe, muzyka, gry online, jak również moda, dominują w azjatyckiej

przestrzeni kultury masowej, a także z sukcesem dokonują ekspansji na rynki zachodnie. Przykładem jest międzynarodowy sukces koreańskiego rapera PSY oraz serialu TV *Winter Sonata*. Dodatkowo temu procesowi sprzyja migracja ludności koreańskiej, np. do Stanów Zjednoczonych, gdzie Koreańczycy tworzą zwarte diaspory.

Fenomen *hallyu* stał się elementem strategii rządu służącej ożywieniu koreańskiego handlu międzynarodowego i promowaniu produktów przemysłu koreańskiego na świecie. Równolegle przyczynił się do rozwoju przemysłu filmowego i muzycznego oraz stał się motorem rozwoju turystyki kulturowej, w tym filmowej i eventowej (Shim, 2008; Han, Lee, 2010; Lee, Arcodia, Joenglyeol, 2012).

Celem opracowania jest ukazanie istoty, rozwoju i rodzajów turystyki kulturowej związanej z koreańską kulturą masową (popularną) oraz jej wpływ na ruch turystyczny i gospodarkę kraju. Dokonano analizy i oceny wpływu wybranych czynników na rozwój i upowszechnianie się *hallyu*, np. działań rządu i mediów, w tym społecznościowych, oraz powiązanych z nimi form turystyki kulturowej. W pracy dokonano kwereńdy literatury zagranicznej i polskiej związanej z turystyką kulturową i zjawiskiem *hallyu wave* w Korei Południowej. Wykorzystano dane statystyczne dostępne na oficjalnych portalach Koreańskiej Organizacji Turystyki, agencji rządowych i turystycznych, oraz portalach bezpośrednio związanych ze sprzedażą usług powiązanych z *hallyu*.

DYFUZJA KULTUROWA JAKO PRZEJAW GLOBALIZACJI

Globalizacja to proces zmian zachodzących na płaszczyźnie gospodarczej, społecznej i kulturowej. Obserwowanym efektem tego procesu jest ogólnosiwiatowa integracja systemów gospodarczych i duża unifikacja zachowań ekonomicznych i społecznych. Konsekwencją tego jest przenikanie się modeli konsumpcji, systemów edukacji, rozwiązań technicznych, a także systemów wartości i idei. Globalizacja niewątpliwie wywiera wpływ na przebieg rozwoju regionalnego i lokalnego. Możemy zatem mówić o procesie dyfuzji. Dyfuzja jest zarówno procesem transmisji oraz przetwarzania, jak i przyjęciem nowych produktów, idei i systemów społecznych (Rogers, 2003). Biorąc pod uwagę treści przekazu, wyróżniamy dyfuzję polityczną, gospodarczą i kulturową (Xu, Park, Park, 2014). Dyfuzja kulturowa przyciąga dużą uwagę badaczy różnych dyscyplin, ze względu na jej siłę w rozszerzaniu globalnego rynku konsumenckiego oraz tworzeniu wizerunku narodu, poczucia własnej odrębności i rozpoznawalności. Obecne badania nad procesem dyfuzji kulturowej obejmują różne jej przejawy, jak np. muzykę, sport, modę, turystykę (Crane, 1999; Kaufman, Patterson, 2005; Furmanovsky, 2008; Xu, Park, Park, 2014).

Badania dowodzą, że globalizacja w obszarze kultury wywołuje wiele często sprzecznych ze sobą zjawisk, które w rozmaity sposób oddziałują na istniejące lokalne kultury (Inglehart, 1999; Castells, 2004). Część badaczy przyjmuje, że najważniejszym następstwem globalizacji kulturowej jest wzmożony kontakt odmiennych kultur, dzięki któremu dochodzi do wymieszania, upowszechnienia, a niekiedy upodobnienia pewnych elementów zachowań kulturowych (Inglehart, Welzel, 2006; Oh, 2013). Jednocześnie ekspansja zachodniej kultury poprzez środki masowego przekazu (TV, radio, internet), zwana amerykańizacją (lub macdonaldyzmem), bardzo silnie oddziałuje na unifikację kultur, m.in. w obszarze mody, muzyki, a także systemu wartości i stylu życia, poprzez promocję swoich produktów sztandarowych. W tych zjawiskach wielu badaczy upatruje zagrożeń dla istniejących wspólnot lokalnych i ich obyczajów.

Konsekwencją tych procesów jest wzrastający opór przeciwko transformacjom na styl europejski i amerykański oraz poszukiwanie własnych korzeni i tożsamości (Chua, Iwabuchi, 2008; Cho, 2010).

Równocześnie do pozytywnych konsekwencji dyfuzji kultury należy zaliczyć zauważenie wielu lokalnych kultur i ich odrębności oraz włączenie ich treści do globalnego obiegu. Sprzyja temu m.in. rozwój turystyki i migracja ekonomiczna. Dzięki wyjazdom turystycznym wielu ludzi może poznać bliżej inne kultury i ich materialne przejawy. Natomiast korzystając z urządzeń globalnej komunikacji – internetu, TV – mogą je poznać, kształtując zarazem w sobie postawę tolerancji i otwartości na innych. Jednocześnie dzięki tym nowoczesnym technologiom komunikacji kultury lokalne mają możliwość dotarcia ze swoją ofertą do szerszej grupy odbiorców. Zdaniem A. Kłoskowskiej (2002: 162), „dopiero globalizacja, nie tylko jako faktyczny proces, ale jako przyjęta zasada, uczyniła ich partnerami [kultury], jeśli nawet de facto nie równorzędnymi, to aspirującymi do równorzędności, którym się równorzędność deklaratywnie staje”. Z tego powodu uznaje się, że dyfuzja kulturowa może prowadzić do ożywienia lokalnych kultur oraz do poszukiwania przez nie dróg nowoczesnego rozwoju, opartego na własnych wzorach kulturowych.

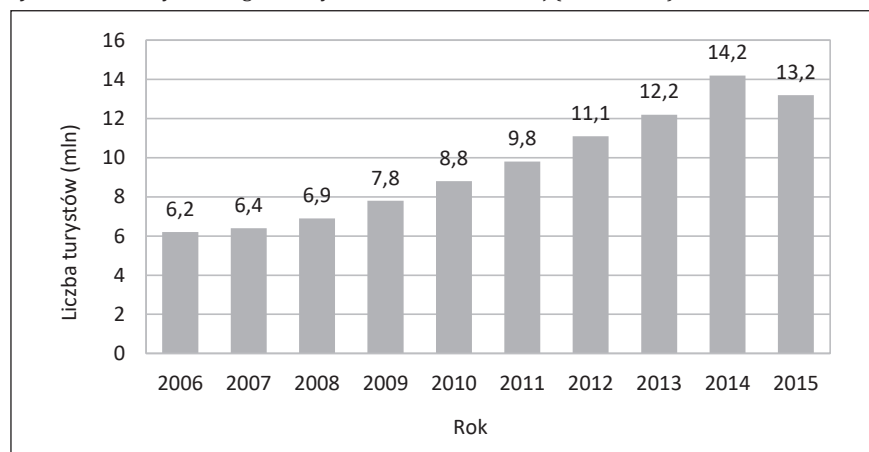
Dobrze ten proces ilustruje koreańska fala, która poprzez media – telewizję, radio, internet, zapewnia dostęp społecznościom do koreańskiej kultury masowej. Proces dyfuzji kultury koreańskiej w regionie azjatyckim przyspieszają nowe technologie, obsługujące zdecentralizowany system udostępniania plików o treści kulturalnej poprzez strony www, video sharing (YouTube), i rozwój mediów społecznościowych (Ko, Kim, No, Simoes, 2014). Platformy te odgrywają ważną rolę w rozpowszechnianiu m.in. koreańskiej muzyki popowej (Jung, Shim, 2013). Badania nad zjawiskiem dyfuzji kulturowej, w tym inicjującym produktem koreańskiej fali, jakim są telewizyjne seriale (K-dramy), wykazały, że *hallyu* przyciąga publiczność zarówno azjatycką, amerykańską, jak i europejską. Ponadto mają one znaczenie w kształtowaniu wizerunku narodowego i wpływają na gospodarkę państwa. Koreańska fala odegrała również ważną rolę w rozwoju turystyki międzynarodowej (Yu, Kim, Kim, 2012; Ko, Kim, No, Simoes, 2014). Wzrost popularności *korean wave*, jest wynikiem poszukiwania przez społeczności azjatyckie własnej tożsamości i przeciwstawienia się amerykańskiej globalnej hegemonii kulturowej (Han, 2012; Bok-rae, 2015). Niektórzy badacze wskazują, że sukces koreańskiej fali jest także wynikiem treści prezentowanych w serialach, filmach i muzyce, a szczególnie spopularyzowanego kanonu urody, połączenia nowoczesności i tradycji, interesującej i realnej tematyki, wysokiej jakości produkcji oraz niskich kosztów kopiowania produkcji filmowych i muzycznych (Hogarth, 2013).

TURYSTYKA W KOREI POŁUDNIOWEJ – GŁÓWNE TRENDY

Zainteresowanie podróżami do Korei Południowej stale wzrasta. Według szacunków w 2015 roku kraj ten odwiedziło ponad 13,2 mln turystów, natomiast w roku poprzednim 14,2 mln osób (ryc. 1). Spadek liczby turystów o prawie 6,8% w stosunku do 2014 roku był niewątpliwie wynikiem wirusa MERS, którego przypadki po raz pierwszy w Korei odnotowano 20 maja 2015 roku.

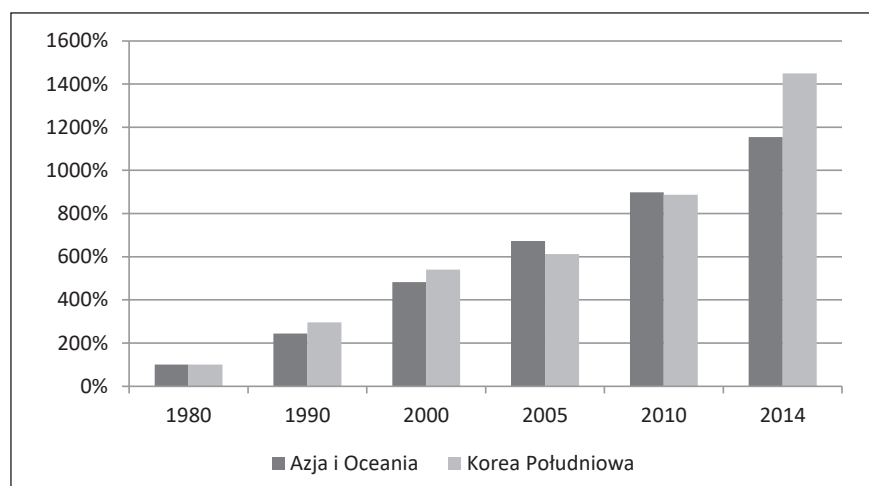
Mimo szybkiego wzrostu liczby turystów Korea wciąż pozostaje daleko w tyle za innymi krajami Azji i Oceanii. Należy jednak podkreślić, że w latach 1980–2014 w Korei Południowej nastąpił wzrost liczby turystów o ponad 14 razy, gdy w tym samym

Ryc. 1. Liczba turystów zagranicznych w Korei Południowej (2006–2015)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* (2016)

Ryc. 2. Procentowy wzrost liczby turystów zagranicznych w Korei Południowej oraz regionie Azji i Oceanii



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* (2016) oraz Korea Tourism Organization (2016)

czasie liczba turystów w całym regionie Azji i Oceanii wzrosła 11,5 razy (ryc. 2). Wzrost liczby turystów i promocja kraju na rynkach zagranicznych jest niewątpliwie wynikiem organizacji przez Koreę imprez sportowych o znaczeniu międzynarodowym, czyli Igrzysk Olimpijskich w Seulu (1988 rok), Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej (2002 rok), Mistrzostw Świata w Lekkoatletyce (2011 rok), czy zapowiedź organizacji Zimowych Igrzysk Olimpijskich w 2018 roku. Jak wskazują dane, większość turystów odwiedzających Koreę Południową pochodzi z Japonii, Chin, USA i Tajwanu (Bajgier-Kowalska, Tracz, Wałach, 2016).

Podejmowane przez rząd i organizacje turystyczne działania mają na celu wypromowanie na rynkach międzynarodowych określonych produktów turystycznych. Poza tradycyjną turystyką krajoznawczą w Korei Południowej prężnie rozwija się turystyka

kulturowa. Popularność Korei Południowej ma bezpośredni związek z *hallyu*, czyli „koreańską falą”. To właśnie dzięki rozpowszechnianiu się kultury masowej kraj ten zyskuje na atrakcyjności turystycznej, stając się ważnym miejscem na mapie turystycznej Azji. Obok turystyki kultury wysokiej rozwija się tu turystyka kultury popularnej i eventowa, ściśle związane z popularnością koreańskich filmów i muzyki pop.

W ostatniej dekadzie, dzięki szeroko zakrojonej kampanii promocyjnej, kraj ten stał się znanym konkurentem w zakresie turystyki medycznej w regionie Azji Południowej. Mocną stroną tej branży są wysokie kwalifikacje personelu medycznego oraz oferta zaawansowanych usług medycznych z wykorzystaniem najnowszych technologii. Korea specjalizuje się głównie w operacjach plastycznych, ale również w leczeniu raka, układu krążenia, niepłodności oraz okulistyce (Bajgier-Kowalska, Tracz, Wałach, 2016).

Kolejnym produktem jest turystyka kulinarna. Promocja turystyki kulinarnej została zapoczątkowana przez rząd koreański w 2008 roku podczas Food Expo w ramach „Światowej kampanii promocji koreańskich tradycji kulinarnych”. Jej celem jest uczynienie z kuchni koreańskiej, zwanej *hansik*, jednej z pięciu najpopularniejszych kuchni etnicznych świata (Charzyński, Podgórski, Kamecka, 2016). Kuchnia koreańska zyskuje ciągle na popularności dzięki tzw. gastrodyplomacji i kulturze masowej (K-pop, K-dramy). Wielbicie i fani koreańskiej popkultury odwiedzają ten kraj, a przy okazji degustują typowe dania kuchni lokalnej (Han, 2012).

FENOMEN TURYSTYKI KULTUROWEJ ZWIĄZANEJ Z *HALLYU*

Korean wave to określenie stosowane do opisu rozprzestrzeniania się koreańskiej kultury masowej (popularnej) na świecie. *Hallyu* w języku koreańskim oznacza dosłownie „koreańską falę”. Najważniejszymi elementami składowymi *hallyu* są koreańskie produkty medialne, takie jak muzyka popularna, nazywana K-popem, seriale, czyli K-dramy oraz koreańskie filmy (Lee, 2007). Drama koreańska to serial składający się zazwyczaj z 16 do 24 odcinków. Produkcja dram rozpoczęła się w latach sześćdziesiątych XX wieku. Ukazują one tradycyjny model zachowania i moralności, oparty na konfucjanizmie, wyrażony poprzez miłość, szacunek wobec rodziców i starszych oraz przedkładanie interesu grupy, rodziny nad interes jednostki. Dlatego cieszą się one większym zainteresowaniem społeczności lokalnej niż produkcje amerykańskie, w których dominuje przemoc, interes jednostki nad interesem grup lub społeczeństwa. Natomiast K-pop nie opiera się na tradycyjnej koreańskiej muzyce i tańcu, ale nawiązuje do współczesnego zachodniego popu, który rozprzestrzenił się dzięki globalizacji. Wykorzystuje w tym celu YouTube, gdzie zespoły zamieszczają swoje teledyski i filmy. K-pop traktowany jest w Korei Południowej jako mocny produkt eksportowy, za pomocą którego lansuje się trendy mody, serie kosmetyków, sprzęt muzyczny i nowoczesne technologie (Kim, Long, Robinson, 2009; Hogarth, 2013).

W rozwoju *hallyu* obserwuje się kilka faz (tab. 1). Pierwsza generacja *hallyu* rozpoczęła się pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku i związana była z promocją koreańskiej muzyki i K-dram. Artyści zespołów muzycznych, takich jak H.O.T czy Clon, zyskali popularność w Chinach oraz Azji Południowo-Wschodniej. Promocja seriali przyczyniła się do ogromnego rozwoju *hallyu*. Rozpoczęły go seriale *Winter Sonata* i *Jewel in the Palace*, emitowane w TV w 2002 i 2003 roku. Pierwszy zdobył popularność w Japonii, Chinach oraz krajach Środkowego Wschodu, przyczyniając się do

zmniejszenia bariery kulturowej m.in. pomiędzy Koreą Południową i Japonią (Lee, 2007; Ryoo, 2009). Widząc popularność seriali za granicą, podjęto kampanię promującą turystykę kulturową w oparciu o K-dramy. Kolejne serie (np. *Jewel in the Palace*) odniosły międzynarodowy sukces. Zasięg ich odbioru rozszerzył się na kraje pozaazjatyckie, w tym afrykańskie i europejskie. Druga faza *hallyu* odniosła globalny sukces głównie za sprawą muzyki K-pop, wykonywanej przez takie zespoły, jak: Super Junior, TVXQ, BIGBANG, Girls' Generation, które debiutowały na początku XXI wieku (Lee, 2013). Trzecia faza *hallyu* obejmuje nie tylko wytwory kultury masowej, ale także sztukę, modę, tradycyjną kulturę i kuchnię oraz sport. Wdrażana czwarta faza *hallyu* kładzie większy nacisk na aspekty kulturowe regionu, związane z językiem, strojem i prawami człowieka, co wyraźnie eksponowane jest w nowych serialach (K-style). *Hallyu* adresowana jest głównie do ludzi młodych, wśród których – poprzez muzykę, film, gry online, modę – lansuje się koreańskie produkty przemysłowe (odzież, kosmetyki, żywność, samochody, urządzenia IT) oraz idee kultury wschodnioazjatyckiej (np. ideał piękna). Fenomen *hallyu* jest mocno związany z ruchem migracyjnym, przepływem informacji i kapitału w Azji Wschodniej. Rozwój społecznościowych mediów (YouTube, Facebook, Twitter) przyczynił się dodatkowo do ogólnoświatowej popularyzacji masowej kultury koreańskiej (Hogarth, 2013; Lee, 2014).

Tab. 1. Fazy rozwoju *hallyu*

Nazwa fazy	Cel	Obszar oddziaływania	Przykłady sztandarowych produktów kultury <i>hallyu</i>
pierwsza (1.0) K-drama (1990–2000)	przepływ kultury koreańskiej do Azji	Chiny, Tajwan, Japonia	<i>What is Love All About?</i> , <i>Shiri</i> , <i>Stars in My Heart</i> , <i>Winter Sonata</i> , <i>Jewel in the Palace</i>
druga (2.0) K-pop (2000–2010)	media społeczne w rozwoju koreańskiej kultury masowej	Azja, Północna Ameryka, Europa	Girls's Generation, Super Junior, Shinee, 2PM
trzecia (3.0) K-culture (2009–2012)	promocja kultury, sztuki i kuchni koreańskiej na świecie	cały świat	SNS
czwarta (4.0) K-style (aktualnie)	rola terytorium kulturowego i promocja tradycyjnych aspektów kultury koreańskiej	cały świat	SNS

Źródło: opracowanie własne na podstawie: W. Ryoo (2009), *K-drama...* (2011), D. Kim, S. Kim (2011), Ch. Lee (2013), E. Lee (2014), Bok-rae (2015)

W literaturze wśród przyczyn boomu *hallyu* wymienia się trzy istotne czynniki: kompetencje (hard power), atrakcyjność (soft power) i krytyczną ocenę. W nawiązaniu do pierwszego z nich warto zauważyć, że zjawisko *hallyu* opiera się na sukcesie gospodarczym Korei Południowej, osiągniętym dzięki szybkiej industrializacji pod koniec XX wieku. *Hallyu* uważa się za symbol rozwoju koreańskiej technologii IT (hard power), co pozwoliło koreańskim przedsiębiorcom na promocję produktów oraz kultury biznesu m.in. w ramach formowania się „pan-azjatyckiej sieci produkcyjnej”. Było to realizowane poprzez aktywne strategie marketingowe firm koreańskich i ich współpracę z lokalnymi firmami w Azji. W tej interpretacji *hallyu* traktowane jest jako zjawisko ekonomiczne/przemysłowe (Bok-rae, 2015). Drugi czynnik, odnoszący się do atrakcyjności

hallyu, jest nieodłącznie łączony z K-pop kulturą. Atrakcyjność ta rozumiana jest jako rozwój demokracji, budowa koreańskiego społeczeństwa obywatelskiego i zachowanie tradycyjnych wartości, pomimo szybkiego wzrostu gospodarczego. Trzeci czynnik, dotyczący krytyki, to promocja przez rząd koreański *hallyu* na świecie, pomimo pewnych przeciwności, jak np. regulacji dotyczących internetu przez Chiny, czy też nadal trwającego antykoreańskiego nastawienia Japonii (Bok-rae, 2015).

Podsumowując charakterystykę koreańskiej fali, można stwierdzić, że jest ona hybrydą tradycyjnej kultury koreańskiej i kultur zachodnich, zwłaszcza amerykańskiej. Koreańczycy, wykorzystując mechanizmy fuzji kulturowej i włączając lokalne zasoby kulturowe, zbudowali kanały własnych przestrzeni oddziaływania kulturowego. Koreańska pop kultura „uwodzi” publiczność, łącząc idealnie wizerunek zachodniej nowoczesności z nutą odpowiedniej ilości azjatyckiego sentymentalizmu (Doobo, 2006; Choi, 2012).

Turystyka związana z *hallyu* ma dwie formy. Pierwsza dotyczy podróżowania do Korei Południowej, aby uczestniczyć w wycieczkach poznawczych, które pośrednio pozwalają doświadczyć kultury *hallyu*. Druga związana jest z przyjazdami na wydarzenia związane bezpośrednio z *hallyu* (Lee, 2013). Dużym zainteresowaniem wśród turystów zagranicznych cieszą się wydarzenia związane z K-popem i K-dramami (Korea Tourism Organization, 2011). Turyści zainteresowani *hallyu* bardzo często odwiedzają miejsca pokazywane w dramach, programach rozrywkowych lub związane z ich idolami oraz biorą udział w koncertach czy spotkaniach fanów (*fan meetingach*) (tab. 2). Jednym z tych miejsc jest sztuczna wyspa Namiseom, w kształcie półksiężyca, utworzona na rzece Han. Dodatkowym czynnikiem odwiedzin jest bliskość stolicy Seulu. Wyspa Namiseom zyskała popularność po emisji K-dramy *Winter Sonata*. W 2012 roku wyspę odwiedziło 503 tys. turystów z 113 państw, w tym głównie z Azji. Najlicniejsza grupa pochodziła z Tajlandii (164 tys.), Tajwanu (104 tys.), Chin (82 tys.) i Malezji (44 tys.). Mniej liczna była grupa turystów z Indonezji (31 tys.), Hongkongu (18 tys.), Singapuru (12 tys.) oraz Japonii (10 tys.) (Lee, 2013). Program oferowanych wycieczek jest bogaty, zawiera tradycyjne treści krajoznawcze, wypoczynkowe, degustację lokalnych dań oraz zakupy bezcłowe.

Każdy emitowany serial promuje dane miejsce turystyczne, dla którego przygotowana jest szczegółowa oferta turystyczna. Ma ona zachęcić potencjalnych turystów do jego odwiedzenia. Koreańskie biura turystyczne specjalizują się w obsłudze tego typu ruchu turystycznego, zapewniając wysoką jakość usług, „od drzwi do drzwi hotelu”, odpowiadając aktualnemu zapotrzebowaniu klientów. Koszty takich jedno- lub dwudniowych wycieczek do miejsc związanych z serialami nie są wysokie, zazwyczaj nie przekraczają 160 dol. (Korea tours & activities, 2016; Seoul City Tour, 2016). Ponadto, na stronie internetowej Koreańskiej Organizacji Turystyki (Korea Tourism Organization, 2016) znajduje się zakładka z tytułami najpopularniejszych dram i filmów wraz z miejscami, gdzie kręcone były poszczególne sceny i sposobem ich zwiedzania (*Imagine your Korea*, 2016).

Wraz z rosnącą popularnością koreańskie gwiazdy rozwijają swoją działalność poza sceną muzyczną i planem filmowym, otwierając restauracje, kawiarnie, hotele czy pensjonaty, które przyciągają ich fanów. Są one sygnowane wizerunkiem gwiazdy, natomiast prowadzą je osoby należące do jej rodziny. Obiekty takie znajdują się w Seulu, na wyspie Jeju i w innych częściach kraju (*Idol Family...*, 2016).

Tab. 2. Przykłady miejsc turystycznych związanych z K-dramami

Nazwa K-dramy	Miejsce kręcenia – produkt turystyczny
<i>Love in the Moonlight</i>	Jeonju Hanok Village
<i>The Moon That Embraces the Sun</i>	Korean Folk Village
<i>City Hunter</i>	Buam-dong
<i>Dream High</i>	Ilsan Lake Park
<i>Winter Sonata</i>	Namiseom Island

Źródło: Korea Tourism Organization (2016)

PROMOCJA HALLYU NA ŚWIECIE

Promocja turystyki jest ważną częścią strategii rządu, w tym turystyki kulturowej, która od końca lat dziewięćdziesiątych XX wieku zaczęła się intensywnie rozwijać. Rząd koreański opracował strategię rozwoju i promocji kraju, w której istotną rolę pełni kultura, w tym kultura masowa. Strategia jest bardzo spójna i realizowana zarówno przez różne instytucje państwowe, jak i organizacje pozarządowe. W ramach tej strategii m.in.: utworzono nowe kierunki studiów o charakterze artystycznym na uczelniach, dofinansowano produkcję i promocję koreańskich filmów oraz wsparto nowo powstające gałęzie przemysłu kulturalnego (Tuk, 2012). Jednym z największych przedsięwzięć programu KOFIC było współfinansowanie nowej części filmu *Avengers Age of Ultron* w 2014 roku, w którym Korea została pokazana jako kraj nowoczesny i wysoko rozwinięty technologicznie (Marvel Studios..., 2014). Obecnie koreański rząd przeznacza 1% narodowego budżetu na dotacje i niskoprocentowe pożyczki dla produkcji kulturalnych, agencji promujących i eksportujących koreańską kulturę oraz dla artystycznych kierunków studiów.

Oryginalnym pomysłem na promocję kraju poprzez K-dramy jest ich umieszczanie w internecie wraz z angielskimi napisami. Powstają również anglojęzyczne e-magazyny, fora dyskusyjne i aplikacje mobilne dla fanów zespołów k-popowych. Prowadzone są specjalne kampanie, np. „Odwiedź Koreę” (2010–2012), czy najnowsza „Imagine Your Korea” (od 2014 roku), promujące kulturę, kuchnię i styl życia Koreańczyków oraz atrakcje turystyczne. Dużym zainteresowaniem cieszą się różnego rodzaju eventy, w tym Korean Wave Festival i Global Food and Tourism Festival. Informacje i artykuły o tematyce *hallyu* pojawiają się systematycznie na stronach internetowych Ministerstwa Kultury, Sportu i Turystyki, Koreańskiej Organizacji Turystyki i Korean Culture and Information Service. W popularyzację turystyki włączają się również organizacje pozarządowe. Przykładem może być działalność Korean Spirit & Culture Promotion Project (od 2005 roku) (Tomaszewska-Bolałek, 2015). Dzięki tej dobrze zorganizowanej współpracy coraz prężniej rozwija się ruch turystyczny.

Fenomen *hallyu* jest wykorzystywany przez rząd na dwa sposoby:

- eksport koreańskiej kultury i produktów z nią związanych,
- kreowanie marki Korei Południowej jako kraju demokratycznego, o zaawansowanej technologii, innowacyjnej gospodarce i atrakcyjnej kulturze (Tuk, 2012).

Gwiazdy seriali i muzyki stają się ambasadorami kraju w różnych dziedzinach. Przykładem może być aktor Yoon Sang-hyun, który 2012 roku odwiedził Kubę w ramach promocji dramy *My Fair Lady*, zespoły SHINee i EXO, które zostały ambasadorami dzielnicy Gangnam w Seulu. W 2013 roku ambasadorem turystyki w Korei Południowej

był raper PSY. Koreańscy artyści zostają również honorowymi ambasadorami turystyki w innych państwach. Przykładem są członkowie zespołu Super Junior, którzy zostali nimi w Szwajcarskiej Organizacji Turystyki na lata 2015–2016 (Super Junior members appointed as honorary ambassadors of Swiss Tourism Board, 2015).

W ramach reklamy Seulu w 2009 roku zespoły Girls' Generation i Super Junior nagrały teledysk do piosenki S.E.O.U.L, promujący stolicę jako miejsce harmonii, w którym każdy spełnia marzenia i odnajduje szczęście. Oba zespoły należą do wytwórni muzycznej SM Entertainment, która w 2013 roku znalazła się na liście 200 największych azjatyckich firm (według magazynu „Forbes”). SM Entertainment zajmuje się również produkcją seriali i filmów, a od 2012 roku jest także właścicielem agencji turystycznej SMTOWN Travel, specjalizującej się w ofercie turystyki biznesowej i MICE, skierowanej do fanów koreańskiej muzyki popularnej. Wytwórnia ta współpracuje z Koreańską Organizacją Turystyki, która w ramach promocji kraju współfinansuje niektóre koncerty za granicą. Koreańska Organizacja Turystyki organizuje również wiele internetowych konkursów, w których można wygrać nagrody związane z *hallyu*. Mogą to być bilety na koncerty lub *fan meetingi* oraz opłacone wycieczki do Korei Południowej, w ramach których jest spotkanie z jednym z koreańskich zespołów popowych (Korea Tourism Organization, 2016).

WPŁYW *HALLYU* NA ZYSKI KOREAŃSKIEJ GOSPODARKI

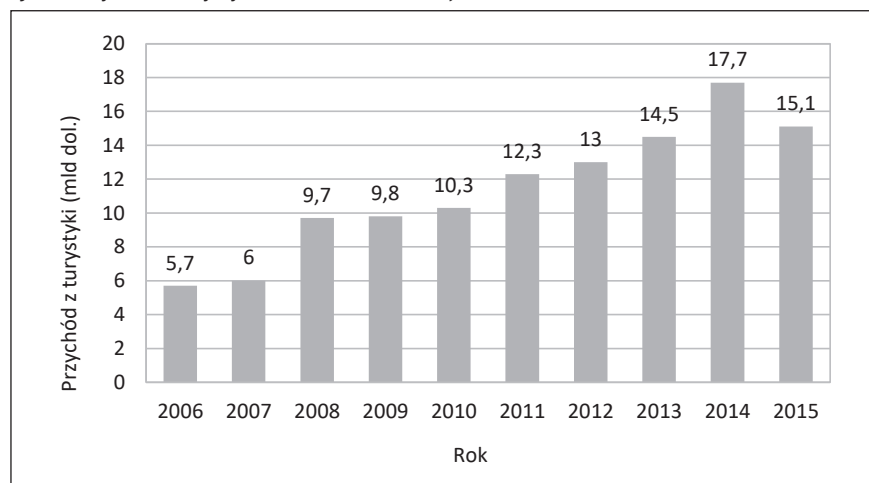
Turystyka jest ważną częścią gospodarki Korei Południowej. W 2015 roku przychody z niej były generowane na poziomie ok. 15,2 mld dol. (ryc. 3) (*UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition*, 2016). Turystyka kulturowa stanowi jedną z dominujących jej form, przynosząc duże zyski państwu. Rząd koreański promuje kulturę, gdyż daje ona gospodarce kraju wartość dodaną do jej produkcji towarowej. Według analizy przeprowadzonej przez Instytut Badawczy Hyundai, kiedy eksport produktów kultury zwiększa się o 1%, wzrost eksportu wszystkich dóbr konsumpcyjnych wzrasta o 0,03%. Na tej podstawie stwierdzono, że efekty ekonomiczne *hallyu*, w tym produkcji, wartości dodanej i zatrudnienia, osiągają 4,87 mld dol. rocznie (*Korean Wave...*, 2016).

W 2012 roku Koreańska Izba Handlu i Przemysłu zbadała 300 firm i wpływ *hallyu* na ich rozwój. Prawie 83% respondentów stwierdziło pozytywny wpływ *hallyu* na obrotach Korei Południowej i produktów przez nią wytwarzanych, a 52% wzrost sprzedaży swoich produktów przypisało właśnie *hallyu*. Zwiększoną sprzedaż zauważono w takich obszarach, jak: logistyka, przemysł, kultura i turystyka. Największy popyt uzyskali producenci żywności, urządzeń elektronicznych, kosmetyków, samochodów i odzieży. Zainteresowanie tymi produktami jest również wśród zagranicznych turystów, co ma odzwierciedlenie w destynacjach turystycznych. Najbardziej popularnymi miejscami odwiedzanymi przez turystów są Myeongdong i Dongdaemun Market, czyli ośrodki handlu.

Z badań przeprowadzonych w 2012 roku przez Ministerstwo Kultury, Sportu i Turystyki wynika, że 58,1% respondentów pragnęło odwiedzić Koreę z powodu zainteresowania koreańską popkulturą (Lee, Kim, 2012).

Magazyn „Korea Focus” ustalił korelację pomiędzy *hallyu* a zagranicznymi turystami przyjeżdżającymi do Korei Południowej w związku z zainteresowaniem popkulturą tego kraju. Poziom zainteresowania turystów *hallyu* został oszacowany na podstawie liczby kliknięć w nazwiska wymienionych artystów i tytuły dram na komputerze. Wyniki pokazały, że zdecydowanie więcej turystów pochodziło z krajów, gdzie baza

Ryc. 3. Przychód z turystyki w Korei Południowej w latach 2006–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Korea Tourism Organization (2016)

wyszukiwania informacji o *hallyu* jest większa i gdzie *hallyu* jest już znane. Tym samym szacuje się, że wpływy z turystyki zwiększą się wraz z rosnącym zainteresowaniem koreańską kulturą popularną (Podsumowanie badania..., 2016).

Hallyu ma ogromny wpływ nie tylko na sprzedaż towarów w Korei Południowej, ale również na ich eksport. Według Instytutu Badawczego Hyundai, zyski z rozwoju *hallyu* rosną poprzez zwiększenie m.in. eksportu gier online, K-dram i filmów oraz płyt K-popu. Gry online plasują się w gospodarce kraju na równi z filmem i muzyką. W 2000 roku wartość gier online eksportowanych przez Koreę Południową wynosiła 102 mln dol., natomiast w 2010 roku wartość ta zwiększyła się do 1,6 mld dol. Tym samym w latach tych eksport wzrósł 15,7 razy. Koreański przemysł gier komputerowych zyskał status imperium w sektorze kultury i jest jednym z najbardziej znaczących kulturalnych wytworów Korei (Jin, 2012). Również od 2000 roku nastąpił wzrost eksportu filmów koreańskich, głównie do krajów Azji Południowo-Wschodniej, Japonii i Chin (87%), a także do Stanów Zjednoczonych i Europy. Wartość eksportu przemysłu muzycznego w 2010 roku wynosiła 80,9 mln dol., natomiast rok później już 177 mln dol., czyli 112% więcej (Jin, 2012).

W 2015 roku według danych Koreańskiej Agencji Promocji Handlu i Inwestycji dochód z eksportu koreańskich dóbr związanych z kulturą wyniósł 2,8 mld dol., natomiast w 2008 roku wartość ta wynosiła 1,8 mld dol. (Jung, 2016). Wzrost eksportu wybranych produktów koreańskich w dużej mierze przypisuje się *hallyu*, a szczególnie zainteresowaniu koreańskimi gwiazdami popkultury. Ludzie chętnie kupują towary pojawiające się w serialach i reklamowane przez gwiazdy muzyki popularnej, np. odzież, torebki, kosmetyki, gadzety. Dlatego producenci chętnie zatrudniają w reklamach osoby odnoszące sukces w kulturze masowej, o atrakcyjnym wyglądzie i nieskalanym wizerunku medialnym. W Korei Południowej znane osoby pojawiają się w dwóch na trzy emitowane reklamy (*The Economist on K-Pop's Role In Celebrity Endorsements*, 2012).

W promocję swoich produktów poprzez *hallyu* zainwestowały różne firmy, w tym znane koncerny, m.in. Samsung, Hyundai, LG. Przykładowo Samsung sponsorował m.in. w 2012 roku międzynarodową trasę koncertową koreańskiego zespołu BIGBANG.

Trasa nazywała się „BIGBANG Alive Galaxy Tour 2012” i nawiązywała do sztandarowego produktu firmy Samsung – telefonu Galaxy. Produkty tej firmy są również bardzo często widoczne w wielu filmach i K-dramach. Inną koreańską firmą, która promowała swoje produkty poprzez K-pop, było LG. Wraz z telewizją KBS World w 2012 roku firma ta zorganizowała konkurs dla mieszkanki Malezji, Tajlandii, Singapuru, Wietnamu i Indonezji, w którym do wygrania był udział w programie ze słynnym zespołem World Date with SHINee oraz otrzymanie gadżetu firmy LG.

PODSUMOWANIE

Fenomen *hallyu* jest dobrym przykładem budowania strategii wizerunku kraju bazującej na kulturze masowej, ściśle powiązanej z rozwojem ekonomicznym i eksportem wytwarzanych dóbr na rynki światowe. Istota rozwoju *hallyu* oparta jest na jej atrakcyjności oraz wykorzystaniu technologii informatycznych do jej rozpowszechniania. Kultura popularna w Korei Południowej jest produktem rynkowym, a przemysł rozrywkowy jest jednym z najprężniej rozwijających się sektorów gospodarki narodowej. Jednocześnie koreański pop stał się integralną częścią globalnej kultury popularnej. Koreańska muzyka popularna (K-pop), seriale (K-drama) i filmy, kuchnia (K-food), moda (K-fashion) oraz gry online osiągają sukcesy komercyjne nie tylko w Azji Południowo-Wschodniej, ale również w Ameryce, na Bliskim Wschodzie, w Afryce oraz Europie. Dzięki efektowi *hallyu* popularna kultura koreańska jest obecna w wymiarze globalnym.

Zjawisko *hallyu* wpływa na zwiększony ruch turystyczny w Korei Południowej (ryc. 1, 2) oraz wzrost eksportu wytworów koreańskiej kultury. Pośrednim skutkiem ekonomicznym *hallyu* jest lepsze rozpoznawanie Korei Południowej na świecie, co prowadzi do wzrostu sprzedaży koreańskich produktów konsumenckich, promowania działalności gospodarczej przedsiębiorstw koreańskich oraz zwiększenia dostępu koreańskich produkcji, takich jak seriale, filmy, muzyka, gry online, do rynków światowych. Według rządu koreańskiego, im bardziej zagraniczny konsument będzie znał koreańską kulturę popularną i miał świadomość bogactwa i rozwoju ekonomicznego tego kraju, tym większa będzie wartość wytwarzanych produktów koreańskich, chęć ich zakupu i przyjazdu do Korei Południowej.

W XXI wieku dzięki rozprzestrzenianiu się zjawiska *hallyu* nastąpiło wzmocnienie wizerunku państwa jako atrakcyjnej destynacji turystyki kulturowej, zarówno w wymiarze krajowym, jak i międzynarodowym, co przełożyło się na wzrost ruchu turystycznego. Rząd koreański przywiązuje dużą wagę do rozwoju turystyki, przeznaczając znaczne środki na promocję i marketing tej branży gospodarki. Rozwój turystyki ma również duże znaczenie dla poszczególnych regionów kraju, np. prowincji Jeju, gdzie dochody z turystyki sięgają blisko jednej trzeciej wytwarzanego PKB rocznie (Jin, 2012).

Literatura References

- Bajgier-Kowska, M., Tracz, M., Wałach, K. (2016). Międzynarodowe uwarunkowania rozwoju turystyki medycznej w Korei Południowej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 30(4), 119–132.
- Bok-rae, K. (2015). Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154–160.

- Castells, M. (2004). *The network society: A cross-cultural perspective*. Northampton, ME: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Charzyński, P., Podgórski, Z., Kamecka, A. (2016) (2016, 7 listopada). Potencjał rozwoju turystyki kulinarnej w Korei Południowej. *Turystyka Kulturowa*, 5, 131–144. Pobrano z www.turysty-kakulturowa.org
- Cho, C. (2010). Korean wave in Malaysia and changes of the Korean Malaysia relations. *Malaysian Journal of Media Studies*, 12, 1–14.
- Choi, M.S. (2012). The effects of Korean wave on Korea's exportation. *Interntional Commerce and Information Review*, 14, 67–86.
- Chua, B.H., Iwabuchi, K. (Eds.) (2008). *East Asian pop culture: Analysing the Korean wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Crane, D. (1999). Diffusion Models and Fashion: A Reassessment. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 56(6), 13–24.
- Doobo, S. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1), 25–44. doi:10.1177/0163443706059278
- Furmanovsky, M. (2008). American Country Music in Japan: Lost Piece in the Popular Music History Puzzle. *Popular Music and Society*, 31(3), 357–372.
- Han, H.Y.E., Lee, J.S. (2010). Study on the KBS TV Drama Winter Sonata and its impact on Korea's Hallyu tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(2/3), 115–126.
- Han, Y.K. (2012). The significance of Japan market on the Hanryu phenomenon: focused on the perspective of Korean media to Japan market. *Waseda Review of Socio-Science*, 18, 129–144.
- Hogarth, H.K. (2013). The Korean Wave: An Asian Reaction to Western-Dominated Globalization. *Perspectives on Global Development and Technology*, 12(1/2), 135–151.
- Idol Family owned Restaurants & Cafes In Korea (2016, 18 grudnia). Pozyskano z http://www.trazy.com/theme/celeb_places
- Imagine your Korea (2016, 18 grudnia). Pozyskano z <http://english.visitkorea.or.kr/enu/>
- Inglehart, R. (1999). Global trends: A glimpse ahead: Globalization and postmodern values. *The Washington Quarterly*, 23, 215–228.
- Inglehart, R., Welzel, C. (2006). *Modernization, cultural change, and democracy*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Jin, D.Y. (2012) (2016, 26 listopada). Hallyu 2.0: The New Korean Wave in the Creative Industry. *International Institute Journal, University of Michigan*, 2(1), 3–7. Pozyskano z <http://quod.lib.umich.edu/i/ij/11645653.0002.102/--hallyu-20-the-new-korean-wave-in-the-creative-industry?rgn=main;view=fulltext>
- Jiqing, W. (2004) (2016, 8 listopada). *Korea's Tourism Development and Its Economic Contribution*. Pozyskano z http://congress.aks.ac.kr/korean/files/2_1358493328.pdf
- Jung, M. (2016) (2016, grudnia). *Exports Of Hallyu Content*. Pozyskano z <http://www.businesskorea.co.kr/english/news/money/14367-exports-hallyu-content-south-korea%E2%80%99s-hallyu-content-exports-reached-us282-billion>
- Jung, S., Shim, D. (2013). Social Distribution: K-Pop Fan Practices in Indonesia and the Gangnam Style in South Korea. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 485–501.
- Kaufman, J., Patterson, O. (2005). Cross-national Cultural Diffusion: The Global Spread of Cricket. *American Sociological Review*, 70(1), 82–110.
- K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal* (2011) (2016, 4 października). Korean Culture. Pozyskano z <https://pl.scribd.com/document/76289099/K-Drama-A-New-TV-Genre-with-Global-Appeal>
- Kim, D., Kim, S. (2011). Hallyu from its origin to present: A historical overview. In: D. Kim, M. Kim (Eds.). *Hallyu: Influence of Korean popular culture in Asia and beyond*. Seoul: Seoul National University Press, 13–34.
- Kim, S., Long, F., Robinson, M. (2009). Small Screen, Big Tourism: The Role of Popular Korean Television Dramas in South Korean Tourism. *Tourism Geographies*, 11(3), 308–333.
- Kłoskowska, A. (2002). Kultury narodowe wobec globalizacji a tożsamość jednostki. *Kultura i Społeczeństwo*, 2, 162.
- Ko, N.C., Kim, J.N., No, S.I., Simoes, R.G. (2014). The Korean Wave Hallyu in Looking at Escapism in Peruvian Society. *Perspectives on Global Development and Technology*, 13, 332–346.

- Korea Tourism Organization (2016, 4 października). Pozyskano z <https://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics/eng/inout/inoutkto>
- Korea tours & activities (2016, 18 grudnia). Pozyskano z www.veltra.com/en/asia/korea/
- Korean Wave Boots Economic Growth* (2016) (2016, 24 listopada). Pozyskano z <https://tradepolicy.wordpress.com/2016/04/15/korean-wave-boots-economic-growth/>
- Lee, Ch. (2013) (2016, 4 października). *Hallyu Wave and Tourism*. Korea Tourism Organization. Pozyskano z http://www.aianta.org/uploads/FileLinks/d31c5344f48d4b35a8efd1a28e49c9c1/WTC2013_KoreanPopCulture_CharmLee_1.pdf
- Lee, E. (2014). The Effects of Hallyu on the Korean Transnationals in the United States. *Asian Communication Research*, 3(9), 5–21.
- Lee, I.S., Arcodia, Ch., Joenglyeol, L. (2012). Multicultural festivals: a niche tourism product in South Korea. *Tourism Review*, 67(1), 34–41.
- Lee, J., Kim, M. (2012) (2016, 18 grudnia). *Korean Wave Seen through K-Pop and Drama Search Trends*. Pozyskano z www.koreafocus.or.kr/design2/layout/content_print.asp?group_id=105242
- Lee, J.R. (2007). A governance approach to cultural relations: to expand “Hanryu”. *Korean Soc. Public. Adm.*, 17, 123–44.
- Marvel Studios and „The Avengers” in South Korea and Asia (2014, 8 kwietnia) (2016, 18 grudnia) Pozyskano z <http://seoulbeats.com/2014/04/marvel-studios-avengers-south-korea-asia/>
- Oh, I. (2013). The Globalization of K-Pop: Korea’s Place in the Global Music Industry. *Korea Observer*, 44(3), 389–409.
- Podsumowanie badania magazynu „Korea Focus” (2016, 18 grudnia). Pozyskano z <http://www.koreafocus.or.kr/>
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations, Fifth Edition*. New York: Free Press.
- Ryoo, W. (2009). Globalization, or the logic of cultural hybridization: the case of the Korean wave. *Asian Journal of Communication*, 19(2), 137–151.
- Shim, D. (2008). The growth of Korean cultural industries and the Korean Wave. In: C.B. Huat, K. Iwabuchi (Eds.). *East Asian pop culture: Analyzing the Korean wave*. Aberdeen, Hong Kong: Hong Kong University Press, 15–32.
- Super Junior members appointed as honorary ambassadors of Swiss Tourism Board (2015, 4 marca) (2016, 18 grudnia). Pozyskano z <http://onehallyu.com/topic/147172-super-junior-members-appointed-as-honorary-ambassadors-of-swiss-tourism-board/>
- The Economist on K-Pop’s Role In Celebrity Endorsements* (2012) (2016, 18 grudnia). The Grand Narrative. Pozyskano z <http://thegrandnarrative.com/2012/08/23/k-pop-celebrity-endorsements/>
- Tomaszewska-Bolałek, M. (2015). *Tradycje kulinarne Korei*. Warszawa: Wydawnictwo Hanami.
- Tuk, W. (2012) (2016, 25 października). *The Korean wave: who are behind the success of Korean popular culture? Leiden University Repository*. Pozyskano z <https://openaccess.leidenuniv.nl/handle/1887/20142>
- UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition* (2016, 4 października). Pozyskano z <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
- UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* (2016, 4 października). Pozyskano z <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145>
- Xu, W.W., Park, J.Y., Park, H.W. (2014). The Networked Cultural Diffusion of Korean Wave. *Online Information Review*, 39(1), 43–60.
- Yu, H., Kim, C., Kim, H. (2012). Investigating Cosmetic Purchase of International Tourists in South Korea. *International Journal of Management Cases*, 14(1), 398–410.

Małgorzata Bajgier-Kowska, doktor, adiunkt, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych, Katedra Turystyki Międzynarodowej i Geografii Społecznej. Zainteresowania naukowo-badawcze i tematyka publikacji dotyczą problemów geomorfologicznych oraz zagadnień z zakresu geografii regionalnej. Badania autorki koncentrują się również na problematyce rozwoju turystyki i rekreacji, a głównie na zagadnieniach uwarunkowania rozwoju i funkcjonowania regionów turystycznych na świecie, analizie przestrzennego zróżnicowania zagospodarowania turystycznego oraz wielkości ruchu turystycznego.

Małgorzata Bajgier-Kowalska, Ph.D., assistant professor, Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Faculty of Law, Administration and International Relations, Department of International Tourism and Sociological Geography. Research issues, as well as publication themes, are concentrated on geomorphology and the issues concerning regional geography. The author's research concentrates also on the problem of tourism and recreation growth, especially on the question of development conditions and functioning of tourist regions in the world including analyses of spatial differentiation of tourist infrastructure and the size of tourism itself.

Kamila Wałach, magister, absolwentka Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych. Zainteresowania badawcze koncentrują się na turystyce międzynarodowej, w tym szczególnie na regionie Azji.

Kamila Wałach, M.Sc., graduate of the Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Faculty of Law, Administration and International Relations. The author's research interests are concentrated on international tourism, particularly on the region of Asia.

Adres/address:

Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego
Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
ul. Gustawa Herlinga-Grudzińskiego 1, 30-705 Kraków, Polska
e-mail: malbajkow@interia.pl (M. Bajgier-Kowalska)
e-mail: walach_kamila@interia.pl (K. Wałach)

Mariola Tracz, doktor, geograf, dydaktyk geografii, członkini Polskiego Towarzystwa Geograficznego. Zainteresowania naukowe skupiają się wokół dydaktyki geografii (programy nauczania, edukacja geograficzna a kształtowanie kompetencji, historia geografii i jej dydaktyka), geografia społeczno-gospodarcza (polityka edukacyjna państwa, edukacja a rozwój gospodarczy) oraz turystyki (agroturystyka, turystyka kulturowa).

Mariola Tracz, Ph.D., geographer, didactic of geography, member of the Polish Geographical Society. Interested in: geographical education (geography curriculum, development of geography competency, geography on examination, history of geography education in Poland), socio-economic geography and tourism (agritourism, cultural tourism).

Adres/address:

Polskie Towarzystwo Geograficzne
Oddział w Krakowie
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: mtracz-62@o2.pl

KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Czynniki ekonomiczne warunkujące aktywność i destynacje turystyczne chicagowskiej Polonii

Economic Factors Conditioning Activity and Tourist Destinations of Chicago Polonia

Streszczenie: Czas wolny od nauki i pracy powoduje wzrost popytu na dobra i usługi turystyczne, ale istotnym czynnikiem popytu zrealizowanego, a nie takiego, który pozostaje tylko w sferze marzeń, jest siła nabywcza ludności (Gaworecki, 2007). O konsumpcji dóbr i usług turystycznych w dużym stopniu decydują warunki ekonomiczne, co często podkreślają różni autorzy zajmujący się tą problematyką, np. R. Brudnicki (2006). Należy tutaj dodać, że uprawianie turystyki nie musi być związane z ogromnymi wydatkami, szczególnie gdy turystą jest student, a standard usług nie jest wysoki. Analizy prowadzone na poziomie makroekonomicznym wykazują jednak, że istnieje korelacja między wysokim poziomem rozwoju ekonomicznego w danym kraju a dużą aktywnością turystyczną jego obywateli. Wysoka aktywność turystyczna stanowi jedną z podstawowych cech rozwiniętych gospodarczo społeczeństw. Głównym celem artykułu jest przedstawienie czynników ekonomicznych warunkujących aktywność oraz destynacje turystyczne chicagowskiej Polonii. Wśród tych czynników wyróżniono takie aspekty, jak: poziom dochodów badanych osób, ich wydatki na podróże, ich własna ocena sytuacji materialnej oraz sytuacja zawodowa. Celem badania było również sprawdzenie, czy cena, koszt wyjazdu jest ważnym wskaźnikiem dla Polonii chicagowskiej, który wpływa na jej aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej. Główną metodą badań była metoda ilościowo-jakościowa. W artykule zaprezentowana zostanie metoda sondażu diagnostycznego w postaci badań ankietowych wśród Polonii w liczbie 1014 (w tym ankieta internetowa online – 347, tzw. CASI), w języku polskim i angielskim. W opracowaniu zostaną przedstawione wyniki badań, które mówią o tym, że wraz z miesięcznym wzrostem dochodów zwiększa się ilość pieniędzy wydawanych na podróże, częstotliwość wyjazdów w ciągu roku oraz długość trwania wypoczynku turystycznego, natomiast wzrost miesięcznych dochodów nie wpływa na wybór destynacji turystycznej chicagowskiej Polonii.

Abstrakt: Time free from education and work results in an increase in demand for tourist goods and services, however, an important factor of the realized demand and not only remaining in the sphere of dreams is purchasing power of the population (Gaworecki, 2003). Economic conditions mainly decide about consumption of tourist goods and services, which is often emphasized by various authors dealing with this topic, e.g. R. Brudnicki (2006). It must be added here that practising tourism does not have to be connected with huge expenditures, particularly when a tourist is a student and the standard of services is not high. However, the analyses conducted at the macroeconomic level confirm that there is a correlation between a high level of

the economic development in a specific country and high tourist activity of its citizens. High tourist activity constitutes one of the basic features of the economically developed societies. The main objective of the article is to present the economic factors conditioning activity and tourist destinations among Chicago Polonia. Among these factors the following aspects have been differentiated: a level of income of the respondents, their expenditures on travelling, their assessment of the financial situation and professional status. The objective of the research was also to check whether a price, cost of travelling constitutes an important indicator for Chicago Polonia that influences tourist activity and their choice of tourist destination. The main research method was a quantitative and qualitative one. The method of diagnostic survey in the form of surveys in the amount of 1014 (including the internet survey online 347, the so-called CASI) among Polonia in the Polish and English language will be presented in the article. The results of the research confirming that the amount of money spent on journeys and frequency of travelling during the year as well as duration of tourist relaxation increase with monthly rising income levels whereas increased monthly income does not influence the choice of the tourist destination of Chicago Polonia will be presented in the thesis.

Słowa kluczowe: aktywność i destynacje turystyczne; Chicago; Polonia; turystyka

Keywords: activity and tourist destination; Chicago; Polonia; tourism

Otrzymano: 31 grudnia 2016

Received: 31 December 2017

Zaakceptowano: 4 lipca 2017

Accepted: 4 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation

Ziółkowska-Weiss, K. (2017). Czynniki ekonomiczne warunkujące aktywność i destynacje turystyczne chiagowskiej Polonii. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 32–49. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.3>

WSTĘP

Turystyka jest zjawiskiem, które obejmuje wszystkie zjawiska ruchliwości przestrzennej związane z dobrowolną zmianą miejsca pobytu, rytmu oraz środowiska życia. Związane jest ono także z bezpośrednim obcowaniem ze środowiskiem przyrodniczym, kulturowym lub społecznym. Tym samym turystyka ma charakter wielowymiarowy, dlatego można ją rozpatrywać jako zjawisko: psychologiczne, społeczne, ekonomiczne, przestrzenne oraz kulturowe.

Turystyka jako zjawisko psychologiczne odnosi się do człowieka w aspekcie jego osobowości. Człowiek, osoba myśląca, poznająca, twórcza, charakteryzująca się określoną psychiką, która ciągle dokonuje wyborów i odpowiada za ich realizację, jest podmiotem podróżowania. Zanim je rozpocznie, wyraża chęć i potrzebę wyjazdu oraz zakłada cel tej podróży. Turysta, zanim uda się w zaplanowaną podróż, wyobraża sobie jej przebieg oraz to, czego doświadczy, i co zobaczy, by następnie w trakcie podróży i po jej zakończeniu porównywać rzeczywistość z wyobrażeniami, jakie miejsce pojawiły się w jego głowie.

Zjawisko społeczne turystyki rozumiane jest jako wchodzenie przez człowieka w określone styczości społeczne, w których pełni on różne społeczne funkcje. Są to styczości, do których dochodzi ze współpodróżującymi lub organizatorami czy przewodnikami wycieczki, a także z mieszkańcami tych terenów, które są celem podróży. Turystyka jest zjawiskiem o bardzo bogatej i bardzo zróżnicowanej treści, w której pod uwagę są brane nie tylko jej aspekty społeczne czy gospodarcze, ale także fakt, że ma ona ogromne znaczenie jako forma odpoczynku, relaksu, poznania, zdobywania wiedzy, a także regeneracji sił fizycznych i psychicznych człowieka (Gaworecki, 2007).

Turystyka pełni również istotną rolę w dziedzinie ekonomii. Jako zjawisko ekonomiczne stanowi działalność gospodarczą, usługową, która staje się biznesem, a w niektórych regionach i krajach dochody z turystyki są podstawowym źródłem utrzymania mieszkańców. Sprawilo to, że stała się ona największą na świecie dziedziną działalności gospodarczej, która dała możliwość utworzenia miejsc pracy dla wielu milionów ludzi. Działalność tę zaczęto postrzegać jako największy czynnik w rozwoju gospodarki światowej.

DETERMINANTY AKTYWNOŚCI I DESTYNACJI TURYSTYCZNEJ

Warto w tym miejscu przedstawić najważniejsze determinanty aktywności turystycznej, przytaczając niektóre klasyfikacje jej uwarunkowań. Najczęściej typologie skupiają się na klasyfikowaniu poszczególnych czynników na grupy. Zazwyczaj spotyka się klasyfikacje dychotomiczne. Do takich klasyfikacji należy typologia M. Jedlińskiej (2006), M. Zawadzkiego (1993), A. Krzymowskiej-Kostrowickiej (1999), H. Wasiak (1978) czy C. Coopera (1999).

Literatura turystyczna zawiera również typologie trychotomiczne, składające się z trzech grup czynników. Zaliczyć do nich można typologie L. Bomirskiej, G. Gawlak-Kicy i E. Kraśnickiego (1988), A. Warteckiej-Ważyńskiej (2007) czy A. Nowakowskiej (1989).

Inną próbę typologizacji podjął W. Alejziak (2009), który w ramach projektu badawczego realizowanego w latach 2006–2007 chciał wyjaśnić mechanizmy kształtowania się aktywności turystycznej. Efektem jego pracy jest wyodrębnienie trzech podstawowych typów uwarunkowań aktywności turystycznej: generatorów, aktywatorów i modyfikatorów. Generatory naukowiec charakteryzuje jako czynniki, które wywołują aktywność turystyczną, powodując uświadomienie sobie przez człowieka chęci podjęcia aktywności turystycznej i skłonności do podjęcia w tym kierunku konkretnych działań. Nie jest to tożsame z podjęciem decyzji o określonym wyjeździe. Do najistotniejszych generatorów autor zalicza potrzeby turystyczne i motywy uprawiania turystyki.

Drugim typem uwarunkowań aktywności turystycznej są aktywatory. Badacz opisuje je jako czynniki umożliwiające podjęcie aktywności turystycznej, a więc takie, które powodują, że uświadomiona wcześniej dzięki generatorom chęć wyjazdu przeradza się w działania prowadzące do rzeczywistego podjęcia aktywności turystycznej. Do najważniejszych aktywatorów autor zalicza czas wolny oraz wszystkie czynniki ekonomiczne (ceny usług turystycznych, dochód, podaż usług turystycznych i popyt na nie).

Modyfikatory natomiast naukowiec określa jako czynniki, które wpływają na kształt i charakter aktywności turystycznej. Jako najważniejsze modyfikatory aktywności turystycznej wymienia: czynniki społeczno-kulturowe (np. styl życia, wpływ grup odniesienia), czynniki przyrodniczo-geograficzne (np. miejsce zamieszkania, klimat), czynniki biologiczne (np. stan zdrowia, płeć), niektóre czynniki ekonomiczne oraz wiele innych. Modyfikatory stanowią najliczniejszą grupę czynników, jednak, jak twierdzi autor tej typologizacji, mają one mniejszy wpływ na poziom aktywności turystycznej niż generatory i aktywatory. W zaproponowanej koncepcji wszystkie elementy pozostają ze sobą we wzajemnych relacjach, a dany czynnik może być generatorem, aktywatorem lub modyfikatorem – w zależności od sytuacji.

W. Alejziak przedstawia również podział na czynniki wewnętrzne (subiektywne) oraz czynniki zewnętrzne (obiektywne). Do pierwszej grupy czynników wewnętrznych

zalicza on potrzeby turystyczne, motywy uprawiania turystyki, wartości towarzyszące turystyce, postawy, aspiracje oraz czynniki irracjonalne. Do drugiej grupy czynników zewnętrznych zalicza czas wolny, uwarunkowania ekonomiczne, uwarunkowania biologiczne i zdrowotne, uwarunkowania demograficzne, uwarunkowania społeczno-kulturowe, uwarunkowania przyrodniczo-geograficzne, uwarunkowania technologiczne, uwarunkowania polityczne oraz inne (podaż turystyczna, doświadczenie turystyczne, moda, środki masowego przekazu, marketing turystyczny).

Określenie czynników, które wpływają na wybór destynacji turystycznej, jest niezbędne przy tworzeniu prawidłowych strategii marketingowych. Wiek, przychód, płeć, osobowość, wykształcenie, koszty, odległość, narodowość, ryzyko i motywacja itp. to czynniki mające wpływ na wybór destynacji podróży. Wśród nich motywacja do podróżowania była zawsze uważana za ważny temat i dlatego była cieszyła się większym zainteresowaniem badawczym w literaturze. Motywacja, jako koncept dynamiczny, może różnić się w zależności od osoby, segmentu rynku, destynacji, a także procesu decyzyjnego (Uysal, Hagan, 1993). Nie zaskakuje więc, że koncept motywacji uważany jest za część składową segmentacji rynku w turystyce w wielu badaniach empirycznych (Yavuz, Baloglu, Uysal, 1998; Kozak, 2002).

Jedną z popularnych typologii służącą zrozumieniu motywacji do podróżowania jest model „przyciągania” i „popychania” autorstwa J. Cromptona (1997). Motywacje popychające zostały uznane za istotne dla wyjaśnienia chęci podróżowania, natomiast motywacje przyciągające dla wyjaśnienia samych już wyborów celu podróży. J. Crompton naszkicował siedem socjopsychologicznych (popychających) motywacji (ucieczka, samoeksploracja, relaks, prestiż, regresja, budowanie więzi rodzinnych i interakcje społeczne) oraz dwie kulturowe (popychające) motywacje (nowość i edukacja). Badanie motywacji turystów w tym przypadku bazuje na idei modelu push-pull (popchnięcia-przyciągania) autorstwa Cromptona. Główne czynniki wpływające na wybór celu pogrupowane zostały w kategorie. Motywator popychający, powiązany z siłami wewnętrznymi, składa się z czterech czynników (psychologicznego, fizycznego, interakcji społecznej i poszukiwania/eksploracji), natomiast motywator przyciągający powiązany jest z siłami zewnętrznymi i składa się z dwóch czynników (namacalnego i nienamacalnego).

Autorka artykułu skonstruowała swój własny model uwarunkowań aktywności oraz destynacji turystycznej. Uwarunkowania te podzieliła na uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne. Znając specyfikę Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej, uwzględniła w niej szereg czynników, które wzajemnie na siebie oddziałują oraz wpływają na aktywność oraz destynację turystyczną Polonii chicagowskiej. W uwarunkowaniach wewnętrznych wyróżniła czynniki demograficzne, czynniki społeczne, czynniki kulturowe oraz czynniki ekonomiczne. W uwarunkowaniach zewnętrznych wyróżniła natomiast czynniki prawne i polityczne, czynniki geograficzne oraz organizację turystyki.

Autorka, charakteryzując czynniki wewnętrzne i zewnętrzne, wzięła pod uwagę wiele wskaźników, które dokładnie zbadała i określiła, w jakim stopniu mają one wpływ na aktywność i destynację turystyczną Polonii chicagowskiej. Do opisywanych w artykule czynników ekonomicznych wzięte pod uwagę i zbadane zostały następujące wskaźniki: poziom dochodów, wydatki na podróże, ocena własnej sytuacji materialnej, jak respondenci ocenili swoją sytuację zawodową oraz czy cena, koszt wyjazdu jest ważnym wskaźnikiem regulującym aktywność i destynację turystyczną.

Analizując czynniki wpływające na aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej przez Polonię chicagowską, autorka zbadała również, czy istnieją jakieś inhibitory (bariery), które są czynnikiem hamującym proces tworzenia się i podejmowania aktywności turystycznej, który w konsekwencji wpływa na wybór destynacji turystycznej. W czynnikach ekonomicznych główną barierą hamującą aktywność turystyczną oraz wybór destynacji jest bariera finansowa, o którą autorka zapytała respondentów.

PRZEBIEG BADAŃ ORAZ ZAKRES CZASOWY I PRZESTRZENNY BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Zasadniczym obszarem prowadzonych badań była Wielka Metropolia Chicagowska, która została wybrana przez autorkę ze względu na najliczniej zamieszkującą ją grupę Polonii w USA. Autorka prowadziła badania empiryczne w sześciu hrabstwach wchodzących w skład Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Były to następujące hrabstwa: Cook, DuPage, Kane, Lake, McHenry, Will oraz samo miasto Chicago, które leży w hrabstwie Cook. Okres czasowy prowadzonych badań obejmował rok 2013 oraz 2014. Badania właściwe w USA prowadzone były w dwóch etapach. Etap pierwszy badań terenowych odbył się w dniach od 6 do 18 lutego 2014 roku, natomiast etap drugi od 16 do 29 października 2014 roku.

Autorka zastosowała zarówno badania jakościowe, jak i ilościowe. Do badań ilościowych należy metoda sondażu diagnostycznego w postaci badań ankietowych. Podstawową bazę empiryczną stanowiły wyniki badań przeprowadzonych wśród Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Część empiryczna badań miała formę sondażu diagnostycznego, przeprowadzonego metodą reprezentacyjną wśród populacji Polonii Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Badania właściwe objęły w sumie 1468 respondentów, z czego do analizy wykorzystano 1014 kwestionariuszy ankietowych, w tym 347 ankiet internetowych online, tzw. CASI, w języku polskim i angielskim. Aby badana grupa była reprezentatywna, posłużono się danymi Census Bureau z 2013 roku (U.S. Census Bureau, 2016) oraz Yearbook of Immigration Statistic z 2013 roku (2013 Yearbook..., 2014), z których obliczono strukturę płci i wieku osób w poszczególnej grupie wiekowej w stosunku do całej populacji Polonii zamieszkującej Wielką Metropolię Chicagowską.

Badania ankietowe prowadzone były wśród respondentów od 15 roku życia do 60 i więcej. Grupa badawcza podzielona była na 7 podgrup, odpowiednio ze względu na wiek. Pierwszą grupę stanowiły osoby w wieku 15–19 lat, drugą – w wieku 20–24, trzecią – 25–29, czwartą – 30–39, piątą – 40–49, szóstą – 50–59 oraz siódmą – 60 i więcej (tab. 1).

Wśród czynników ekonomicznych warunkujących aktywność i wybór destynacji turystycznej chicagowskiej Polonii wyróżniono takie aspekty, jak:

- poziom dochodów badanych osób,
- ich wydatki na podróże,
- ich własna ocena sytuacji materialnej,
- ich sytuacja zawodowa.

Sprawdzono, czy cena, koszt wyjazdu jest istotnym, ważnym wskaźnikiem dla Polonii chicagowskiej, który wpływa na jej aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej. Tym samym postawione zostały hipotezy badawcze mówiące o tym, że sytuacja materialna Polonii chicagowskiej wpływa na:

Tab. 1. Struktura wieku i płeć respondentów

Lp.	Grupa wiekowa	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		osób	%	osób	%	osób	%
1.	15–19	45	3,47	48	3,72	93	7,19
2.	20–24	43	3,35	45	3,50	88	6,85
3.	25–29	46	3,55	47	3,63	93	7,18
4.	30–39	100	7,71	101	7,73	201	15,44
5.	40–49	98	7,58	95	7,39	193	14,97
6.	50–60	72	5,51	68	5,20	140	10,71
7.	Powyżej 60	120	9,20	86	6,61	206	15,81
Razem:		524	40,37	490	37,78	1014	78,15

Źródło: opracowanie własne autorki

- częstotliwość jej wyjazdów turystycznych,
- długość ich trwania,
- wydatki ponoszone na podróż,
- wybór destynacji turystycznej.

W celu zidentyfikowania różnic i próby odpowiedzi na postawione hipotezy posłużono się testem niezależności chi-kwadrat (χ^2), który daje możliwość określenia istotności statystycznej dla związku pomiędzy dwiema zmiennymi mierzonymi na skali nominalnej (więc danych jakościowych). Test niezależności chi-kwadrat opiera się na porównywaniu liczebności odpowiedzi uzyskanych w badaniach z liczebnościami, których można oczekiwać przy założeniu, że między analizowanymi zmiennymi nie ma żadnego związku. Podstawowymi wartościami obliczanymi w omawianym teście są: χ^2 (x^2), stopień swobody (df) oraz poziom istotności statystycznej (alfa). Elementarne znaczenie dla wnioskowania ma wartość „alfa”, która określa prawdopodobieństwo uzyskania danego efektu w próbie, gdyby tego efektu nie było w populacji (Blałock, 1987). Wskaźnik ten służy do oceny tego, czy uzyskany wynik jest statystycznie istotny. W prezentowanej pracy przyjęto – podobnie jak w większości opracowań z tego zakresu – założenie, że wynik istotny statystycznie to taki, dla którego wartość alfa jest mniejsza od 0,05.

Analizując test niezależności chi-kwadrat, zakłada się hipotezy:

H0: zmienne X i Y są niezależne

H1: zmienne X i Y są zależne

Statystykę wyznacza się z następującego wzoru (statystyka chi-kwadrat):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - n_{ij})^2}{n_{ij}}$$

Przy założeniu hipotezy zerowej statystyka chi-kwadrat o stopniach swobody

$k = (r-1) \cdot (s-1)$

gdzie:

r – liczba wierszy

s – liczba kolumn w tablicy wielodzielczej

Poniżej pokazany jest przykład, w jaki sposób autorka badała zjawiska za pomocą testu chi-kwadrat.

Dla pokazania zależności między badanymi cechami wykorzystamy test niezależności chi-kwadrat.

Hipotezy dla badanego testu mają postać:

H0: zmienne X i Y są niezależne

H1: zmienne X i Y są zależne

Statystykę wyznaczamy z następującego wzoru (statystyka chi-kwadrat):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - n_{ij})^2}{n_{ij}}$$

Poniżej tablica wielodzielcza dla badanych danych:

	1	2	3	
<1,39-1,89]	1	3	8	12
<1,89-2,39]	0	0	9	9
<2,39-2,89]	1	0	6	7
<2,89-3,39]	0	0	1	1
<3,39-3,89]	1	0	1	2
	3	3	25	31

Do wyznaczenia sprawdzianu pomocne są poniższe zestawienia:

Najpierw wyznaczamy wartości $n_{ij}^{\wedge}$:

	1	2	3
<1,39-1,89]	1,161	1,161	9,677
<1,89-2,39]	0,871	0,871	7,258
<2,39-2,89]	0,677	0,677	5,645
<2,89-3,39]	0,097	0,097	0,806
<3,39-3,89]	0,194	0,194	1,613

Następnie wyznaczamy:

$$\frac{(n_{ij} - n_{ij})^2}{n_{ij}}$$

	1	2	3
<1,39-1,89]	0,022	2,911	0,291
<1,89-2,39]	0,871	0,871	0,418
<2,39-2,89]	0,154	0,677	0,022
<2,89-3,39]	0,097	0,097	0,046
<3,39-3,89]	3,360	0,194	0,233

Zatem ostateczna wartość statystyki wynosi:

$$\chi^2 = 10,26.$$

Wartość krytyczna wynosi:

$$\chi^2_{\alpha} = 13,36.$$

Możemy powiedzieć, że na poziomie istotności $\alpha = 0,1$ $\chi^2_{\alpha} > \chi^2$, zatem brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej, czyli możemy powiedzieć, że między badanymi cechami nie istnieje zależność (Sojka, 2003).

Aby zbadać siłę związku, wykorzystano również w badaniach statystycznych współczynnik V-Cramera. Stosuje się go, jeśli mamy przynajmniej jedną zmienną nominalną.

Logika:

Jeżeli jest bardzo silna korelacja, można poprawnie w przybliżeniu oszacować wartości w poszczególnych polach tablicy krzyżowej.

Etapy obliczania:

1. Obliczenie wartości oczekiwanych
2. Obliczenie współczynnika pomocniczego – chi kwadrat (χ^2), który autorka zastosowała
3. Obliczenie wartości współczynnika
4. Interpretacja wyniku

Liczebności oczekiwane:

$$E = (\text{suma rzędu}) \times (\text{suma kolumn}) / (\text{suma całkowita})$$

Przykład:

	W1	W2	W3	suma
Z1	$21 \cdot 15 / 70$	$24 \cdot 15 / 70$	$25 \cdot 15 / 70$	15
Z2	$21 \cdot 30 / 70$	$24 \cdot 30 / 70$	$25 \cdot 30 / 70$	30
Z3	$21 \cdot 25 / 70$	$24 \cdot 25 / 70$	$25 \cdot 25 / 70$	25
suma	21	24	25	70

Współczynnik pomocniczy – chi kwadrat (χ^2)

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^p \frac{(n_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

E_{ij} – liczebność oczekiwana dla danego pola w tabeli

N_{ij} – liczebność faktyczna dla danego pola w tabeli

Wartość współczynnika:

$$v = \sqrt{\frac{\chi^2}{N \min(k-1, p-1)}}$$

χ^2 – wynik **testu chi-kwadrat** dla pary zmiennych

k, p – ilość wartości poszczególnych zmiennych

N – ilość badanych jednostek

Interpretacja:

Siła związku

$V \in (0,1)$ – im bliższa 1 jest wartość V , tym silniejsze powiązanie pomiędzy analizowanymi cechami X i Y .

- $V < 0,3$ – słaby związek
- $V < 0,5$ – umiarkowany związek
- $V > 0,5$ – silny związek (Sojka, 2003)

CZYNNIKI EKONOMICZNE WARUNKUJĄCE AKTYWNOŚĆ I DESTYNACJE TURYSTYCZNE POLONII CHICAGOWSKIEJ

Czas wolny od nauki i pracy powoduje wzrost popytu na dobra i usługi turystyczne, ale istotnym czynnikiem popytu zrealizowanego, a nie takiego, który pozostaje tylko w sferze marzeń, jest siła nabywczą ludności (Gaworecki, 2007). O konsumpcji dóbr i usług turystycznych w dużym stopniu decydują warunki ekonomiczne, co często podkreślają różni autorzy zajmujący się tą problematyką, np. Brudnicki (2006). Należy tutaj dodać, że uprawianie turystyki nie musi być związane z ogromnymi wydatkami, szczególnie wtedy, kiedy turystą jest student, a standard usług nie jest wysoki.

Analizy prowadzone na poziomie makroekonomicznym wykazują jednak, że istnieje korelacja między wysokim poziomem rozwoju ekonomicznego w danym kraju, a dużą aktywnością turystyczną jego obywateli. Wysoka aktywność turystyczna stanowi jedną z podstawowych cech rozwiniętych gospodarczo społeczeństw. J. Urry (2007: 17) pisze, że „bycie turystą to jeden z wyznaczników bycia nowoczesnym. Nigdzie nie wyjeżdżać, to tak jak nie mieć samochodu albo ładnego domu. W społeczeństwie nowoczesnym turystyka stała się symbolem statusu”. Zdaniem H. Wasiak (1978), poziom uczestnictwa w turystyce i rekreacji jest funkcją rozwoju społeczno-gospodarczego. Na aktywność turystyczną niewątpliwie wpływ ma wysokość osiąganych dochodów. Popyt turystyczny i zachowanie konsumentów na rynku zależą od dochodów ludności oraz cen dóbr i usług turystycznych (np. Andrykiewicz-Feczko, 1986). Relacje pomiędzy uczestnictwem w turystyce a dochodami i cenami pozostają w zgodzie z podstawowymi prawami ekonomicznymi, mianowicie na im wyższym poziomie kształtują się dochody, tym większy jest poziom aktywności turystycznej. Badania (Bosiacki, 1987; Berlińska-Dzikowska, Majewska-Śliwa, Bosiacki, 1987; Mili, Morrison, 1999) pokazują, że istnieje pewien wyjątek od tej zasady. Aktywność turystyczna osób o najwyższych dochodach jest nieco niższa niż osób z przedziału poprzedzającego.

Wśród grupy czynników ekonomicznych wymienić należy również: koszty związane z wyjazdem, koszty utrzymania, oszczędności, możliwości otrzymania kredytów i pożyczek, dostęp do turystycznych świadczeń socjalnych, kursy wymiany walut (Senyszyn, 1998; Alejziak, 2009).

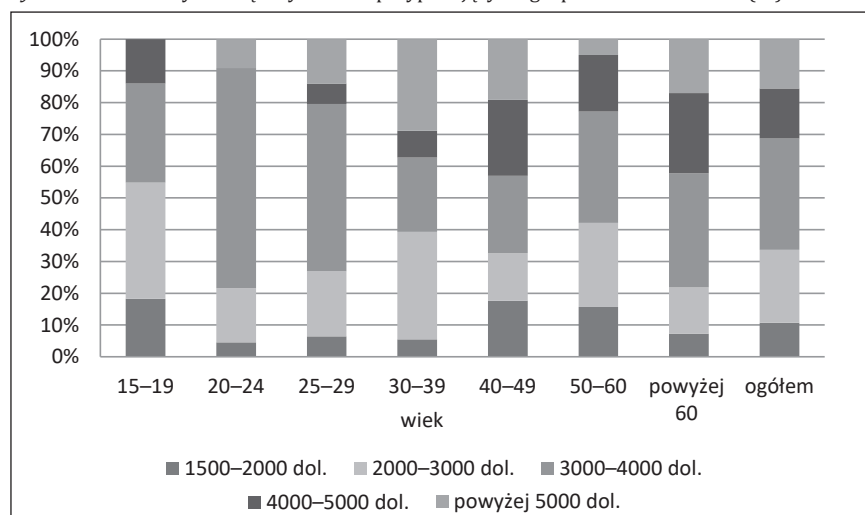
Badania prowadzone przez P. Różyckiego (2006) wśród młodzieży szkół średnich Krakowa pokazują, że młodzież z rodzin zamożnych częściej podejmuje aktywność turystyczną niż młodzież pochodząca z rodzin o niższym statusie materialnym. Z badań tych wynika, że czynnik finansowy, bo aktywność turystyczna niejednokrotnie związana jest ze znacznymi kosztami, ma wpływ na uprawianie turystyki. Autor tych badań

podkreśla jednak, że sytuacja materialna młodzieży wpływa bardziej na poziom niż na samo uczestniczenie w turystyce. Z tym spostrzeżeniem zgadza się również autorka niniejszej pracy, wnioskując, że studenci wywodzący się z zamożnych środowisk mają ułatwiony dostęp do dóbr i usług turystycznych, jednak posiadanie mniejszych środków finansowych nie wyklucza z uczestnictwa w turystyce. Wydaje się, że aktywność turystyczna studentów kieruje się innymi prawami niż aktywność turystyczna innych grup społeczno-zawodowych. Autorka niniejszej publikacji wśród czynników ekonomicznych zwróciła uwagę na takie aspekty, jak: poziom dochodów badanych osób, ich wydatki na podróże, ich własna ocena sytuacji materialnej oraz sytuacja zawodowa. Sprawdziła również, czy cena, koszt wyjazdu jest istotnym, ważnym wskaźnikiem dla Polonii chicagowskiej, który wpływa na ich aktywność turystyczną oraz wybór przez nich destynacji turystycznej. W czynnikach ekonomicznych autorka scharakteryzowała również jeden z inhibitorów, jakim jest bariera finansowa.

Znaczna część Polonii deklaruje, że miesięczny dochód przypadający na gospodarstwo domowe wynosi powyżej 5000 dol. W grupie wiekowej 30–39 odpowiedź ta była udzielana najczęściej i tak odpowiedziało 58 osób z 201 ankietowanych w tym przedziale wiekowym. Również duża część osób w grupie wiekowej 40–49 (37 osób) oraz powyżej 60 lat (35 osób) deklaruje miesięczny dochód powyżej 5000 dol. Najczęstszą odpowiedzią w tym pytaniu była deklaracja ankietowanych, że ich miesięczny dochód przypadający na gospodarstwo domowe jest w przedziale 3000–4000 dol. (ryc. 1).

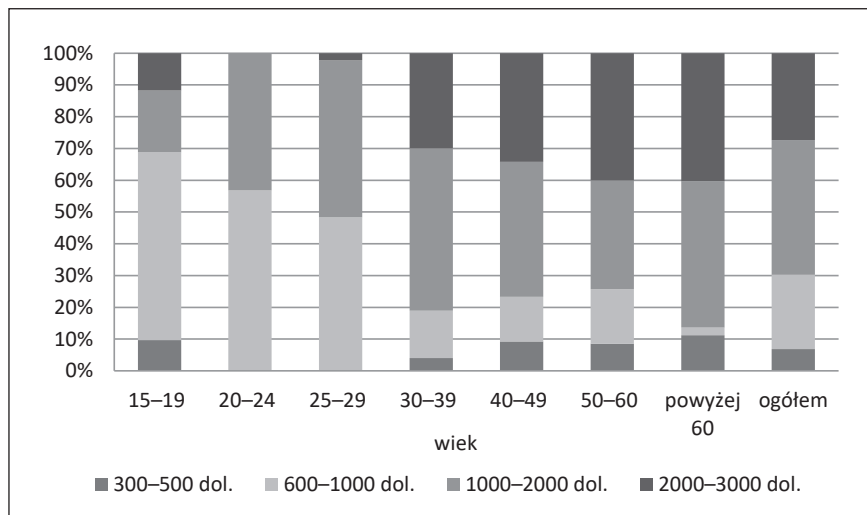
Jeśli chodzi o wydatki na podróże, to wyraźnie widać, że wraz z wiekiem ilość pieniędzy przeznaczanych na podróże w ciągu roku rośnie. W grupach wiekowych 50–60 lat oraz powyżej 60 lat ponad 40% osób zadeklarowało, że w ciągu roku wydaje 2000–3000 dol. Takiej sumy pieniędzy nie wydają natomiast osoby w wieku 20–24 lat (zero odpowiedzi) oraz w wieku 25–29 lat (2,2%, dwie osoby). Z badań wynika, że najczęstszą sumą pieniędzy wydawaną przez Polonię chicagowską we wszystkich grupach wiekowych jest kwota w przedziale 1000–2000 dol. na rok (42,4%). Pojawiła się także

Ryc. 1. Deklarowany miesięczny dochód przypadający na gospodarstwo domowe (%)



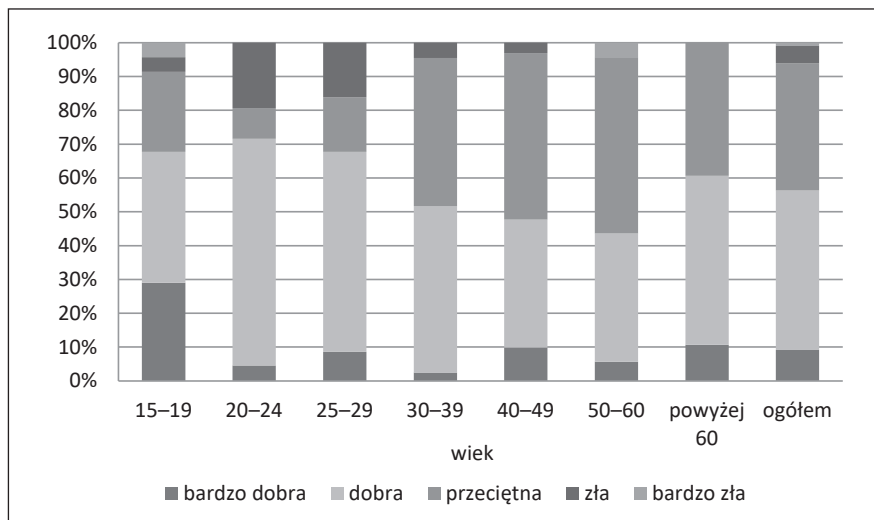
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych własnych badań

Ryc. 2. Suma pieniędzy przeznaczanych na podróż w ciągu roku (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych własnych

Ryc. 3. Ocena sytuacji materialnej respondentów (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych własnych badań

odpowiedź, że łączna kwota w wysokości 300–500 dol. przeznaczona na podróż w ciągu roku musi wystarczyć dla 6,9% Polonii chicagowskiej, a najliczniej taka odpowiedź padała wśród przedstawicieli najstarszej oraz najmłodszej grupy wiekowej: odpowiedziało w ten sposób 11,2% osób w przedziale wiekowym powyżej 60 lat oraz 9,7% osób w przedziale wiekowym 15–19 lat (ryc. 2).

Niewielu z ankietowanych oceniło swoją sytuację materialną jako bardzo dobrą. Najlepiej oceniają sytuację materialną w rodzinie osoby w przedziale wiekowym 15–19 (27 osób), następnie osoby w wieku powyżej 60 lat (22 osoby) oraz w wieku 40–49 (19 osób). Tylko 6 osób w przedziale wiekowym 50–59 oraz 4 osoby w przedziale

wiekowym 15–19 oceniło swoją sytuację materialną jako bardzo złą. W żadnej z pozostałych grup wiekowych nie padła taka odpowiedź (ryc. 3).

Autorka, prowadząc swoje badania, postawiła cztery hipotezy dotyczące miesięcznego poziomu dochodów respondentów, które wpływają na aktywność oraz wybór destynacji turystycznej chicagowskiej Polonii. Pierwsza z postawionych hipotez mówi o tym, że wraz z miesięcznym wzrostem poziomu dochodów suma wydawanych pieniędzy na wypoczynek w ciągu roku rośnie. Tab. 2 przedstawia statystyczne obliczenia dotyczące tej hipotezy badawczej.

Tab. 2. Miesięczny poziom dochodów a suma pieniędzy przeznaczana na wypoczynek w ciągu roku

Miesięczny poziom dochodów	Suma pieniędzy przeznaczana na wypoczynek				Ogółem
	300–500 dol.	600–1000 dol.	1000–2000 dol.	2000–3000 dol.	
1500–2000 dol.	26	35	33	14	108
2000–3000 dol.	23	90	65	55	233
3000–4000 dol.	14	17	73	55	159
4000–5000 dol.	7	74	191	84	356
Powyżej 5000 dol.	0	20	68	70	158
Ogółem	70	236	430	278	1014
Stopnie swobody	Df = 12				
λ^2	177,30				
λ^2_{alfa}	21,03				

Wartość statystyki wynosi $\lambda^2 = 177,30$.

Wartość krytyczna chi-kwadrat wynosi: $\lambda^2_{\text{alfa}} = 21,03$.

Źródło: obliczenia własne

Na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ $\lambda^2_{\text{alfa}} < \lambda^2$, czyli odrzucamy hipotezę zerową, zatem możemy powiedzieć, że między miesięcznym poziomem dochodów a sumą pieniędzy przeznaczaną na wypoczynek istnieje zależność korelacyjna. Oznacza to, że postawiona hipoteza badawcza, która mówi, że wraz z miesięcznym wzrostem dochodów chicagowskiej Polonii zwiększa się ilość wydawanych pieniędzy na podróże w ciągu roku, jest prawdziwa.

W związku z tym badamy siłę zależności współczynnikiem V-Cramera i otrzymujemy $V = 0,21$. Świadczy to o umiarkowanej zależności między badanymi cechami.

Kolejna postawiona hipoteza badawcza mówi, że wraz z miesięcznym wzrostem dochodów zwiększa się częstotliwość wyjazdów turystycznych w ciągu roku. Tab. 3. przedstawia statystyczne obliczenia dotyczące tej hipotezy badawczej.

Tab. 3. Miesięczny poziom dochodów a częstotliwość wyjazdów w ciągu roku

Miesięczny poziom dochodów	Częstotliwość wyjazdów				Ogółem
	raz w roku	2–4 razy w roku	5–8 razy w roku	powyżej 8 razy w roku	
1500–2000 dol.	52	39	11	6	108
2000–3000 dol.	81	119	20	13	233
3000–4000 dol.	115	204	25	12	356

4000–5000 dol.	64	77	8	10	159
Powyżej 5000 dol.	53	90	6	9	158
Ogółem	365	529	70	50	1014
Stopnie swobody	df=12				
λ^2	23,74				
$\lambda^2\alpha$	21,03				

Wartość statystyki wynosi $\lambda^2 = 23,74$.

Wartość krytyczna chi-kwadrat wynosi: $\lambda^2\alpha = 21,03$.

Źródło: obliczenia własne

Na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ $\lambda^2\alpha < \lambda^2$, czyli odrzucamy hipotezę zerową, zatem możemy powiedzieć, że między miesięcznym poziomem dochodów a częstością wyjazdów w roku istnieje zależność korelacyjna. Oznacza to, że postawiona hipoteza badawcza, która mówi, że wraz z miesięcznym wzrostem dochodów chicagowskiej Polonii zwiększa się ilość wydawanych pieniędzy na podróże w ciągu roku, jest prawdziwa.

W związku z tym badamy siłę zależności współczynnikiem V-Cramera i otrzymujemy $V = 0,08$. Świadczy to o bardzo niskiej zależności między badanymi cechami.

Trzecia hipoteza badawcza, dotycząca miesięcznego poziomu dochodów, mówi o tym, że wraz ze wzrostem miesięcznych dochodów wybór destynacji turystycznej jest dalszy (zagraniczny). Tab. 4. przedstawia statystyczne obliczenia dotyczące tej hipotezy badawczej.

Tab. 4. Miesięczny poziom dochodów a kierunek wyjazdów

Miesięczny poziom dochodów	Kierunek wyjazdów				Ogółem
	Wyjazdy krajowe	Wyjazdy zagraniczne	Wyjazdy zagraniczne – tylko do Polski	Wyjazdy weekendowe/ jednodniowe	
1500–2000 dol.	37	27	13	31	108
2000–3000 dol.	94	50	31	58	233
3000–4000 dol.	141	111	32	72	356
4000–5000 dol.	53	48	21	37	159
Powyżej 5000 dol.	59	43	26	30	158
Ogółem	384	279	123	228	1014
Stopnie swobody	df = 12				
λ^2	17,34				
$\lambda^2\alpha$	21,03				

Wartość statystyki wynosi $\lambda^2 = 17,34$.

Wartość krytyczna chi-kwadrat wynosi: $\lambda^2\alpha = 21,03$.

Źródło: obliczenia własne

Na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ $\lambda^2\alpha > \lambda^2$, czyli brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej, zatem możemy powiedzieć, że między miesięcznym poziomem dochodów a kierunkiem wyjazdów nie istnieje zależność korelacyjna. Oznacza to, że postawiona hipoteza badawcza jest nieprawdziwa, czyli wzrost miesięcznych dochodów nie wpływa na wybór destynacji turystycznej.

Ostatnia hipoteza, badająca miesięczny poziom dochodów, mówi o tym, że wraz z miesięcznym wzrostem dochodów zwiększa się długość trwania wypoczynku turystycznego w ciągu roku. Tab. 5. przedstawia statystyczne obliczenia dotyczące tej hipotezy badawczej.

Tab. 5. Miesięczny poziom dochodów a długość trwania wypoczynku

Miesięczny poziom dochodów	Długość trwania wypoczynku					Ogółem
	tydzień	2 tygodnie	3 tygodnie	miesiąc	więcej	
1500–2000 dol.	35	32	24	14	3	108
2000–3000 dol.	68	76	52	25	12	233
3000–4000 dol.	92	117	99	40	8	356
4000–5000 dol.	32	46	37	40	4	159
Powyżej 5000 dol.	30	46	37	39	6	158
Ogółem	257	317	249	158	33	1014
Stopnie swobody	df=116					
λ^2	41,45					
λ^2_{α}	26,30					

Wartość statystyki wynosi $\lambda^2 = 41,45$.

Wartość krytyczna chi-kwadrat wynosi: $\lambda^2_{\alpha} = 26,30$.

Źródło: obliczenia własne

Na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ $\lambda^2_{\alpha} < \lambda^2$, czyli odrzucamy hipotezę zerową, zatem możemy powiedzieć, że między miesięcznym poziomem dochodów a długością trwania wyjazdów turystycznych istnieje zależność korelacyjna. Oznacza to, że postawiona hipoteza badawcza, która mówi, że wraz z miesięcznym wzrostem dochodów chicagowskiej Polonii zwiększa się długość trwania wypoczynku turystycznego w ciągu roku, jest prawdziwa.

W związku z tym badamy siłę zależności współczynnikiem V-Cramera i otrzymujemy: $V = 0,09$. Świadczy to o dość niskiej zależności między badanymi cechami.

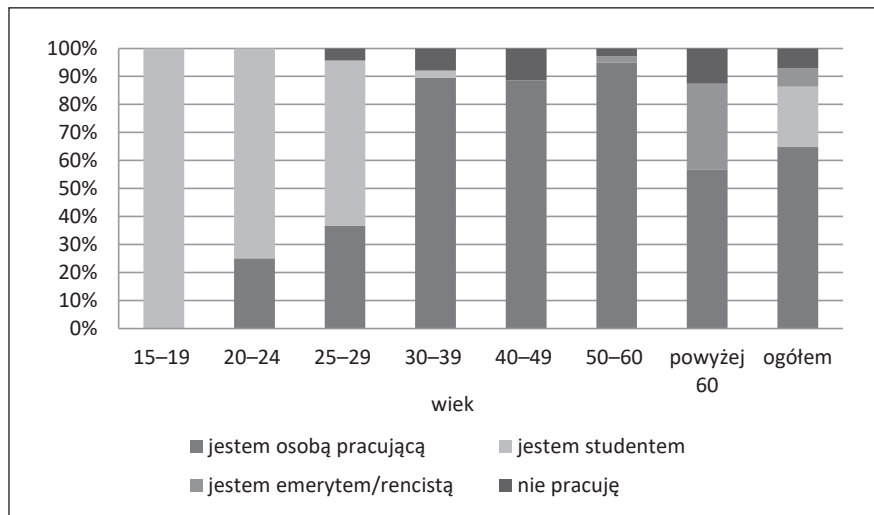
Jeśli chodzi o strukturę zawodową respondentów, Polonia chicagowska jest czynna zawodowo. Jak wynika z badań, w grupie wiekowej 50–60 tylko 4 osoby zadeklarowały, że nie pracują, 3 osoby są na emeryturze bądź rencie, a pozostałe osoby, czyli 133, są czynne zawodowo. W grupie wiekowej powyżej 60 lat 63 osoby są emerytami bądź rencistami, co stanowi 6,2%, a 26 osób w tym przedziale wiekowym nie pracuje. Dla porównania, w Polsce emerytów powyżej 60 roku życia jest 16,5%. 11,5% ankietowanych powyżej 60 roku życia jest czynnych zawodowo. Jest to stosunkowo dużo w porównaniu do krajów europejskich (ryc. 4).

Każdy, kto przepracował w USA co najmniej 10 lat, nabywa prawo do świadczeń emerytalnych. Najniższe emerytury państwowe przysługują tym osobom, które przepracowały minimum 10 lat i odprowadziły w ramach składek 7,5% lub 16% swoich dochodów na fundusz Social Security. Ponieważ amerykańskie społeczeństwo się starzeje – jest coraz mniej osób w wieku produkcyjnym, które muszą utrzymywać osoby starsze – przewiduje się, że za kilkadziesiąt lat świadczenia z Social Security będą zmniejszone, chyba że podwyższy się wiek emerytalny. Emerytury z Social Security nie są zresztą wysokie – np. osoba o dochodach około 50 tys. dol. brutto rocznie może liczyć na około 1000 dol. miesięcznie. To powoduje, że mieszkańcy USA starają się być jak najdłużej

czynne zawodowo, a przejście na emeryturę następuje znacznie później niż chociażby w krajach europejskich.

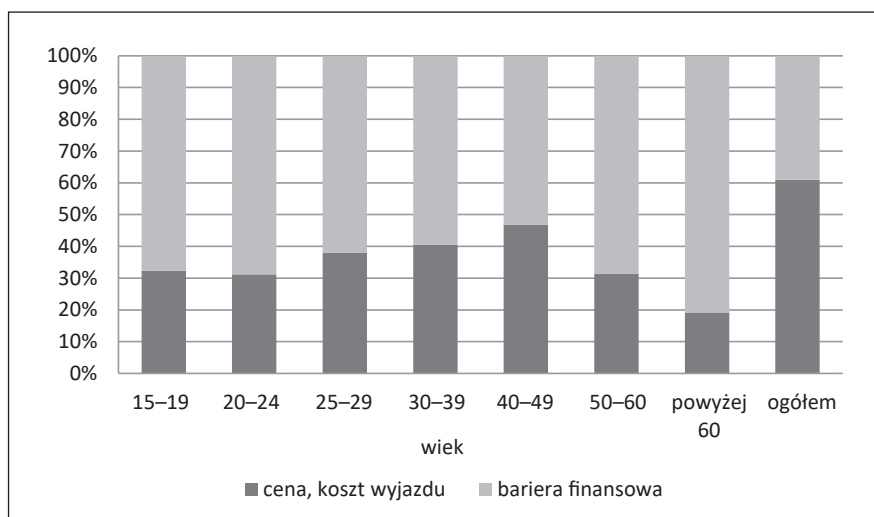
W pytaniu, w którym ankietowani zostali poproszeni o zaznaczenie trzech ich zdaniem najważniejszych czynników, które decydują o ich aktywności turystycznej oraz wpływają na wybór destynacji turystycznej, odpowiedź: cena, koszt wyjazdu znalazła się na pierwszym miejscu. W sumie zostało udzielonych 489 takich odpowiedzi. We wszystkich grupach wiekowych okazało się, że jest to ważny czynnik, brany przez ankietowanych pod uwagę przy planowaniu i organizowaniu wyjazdu. Najwięcej takich

Ryc. 4. Struktura zawodowa respondentów (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych własnych badań

Ryc. 5. Wyniki ankietowanych na temat wskaźnika ekonomicznego, jakim jest cena, koszt wyjazdu, oraz bariery finansowe



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych własnych badań

odpowiedzi padło w przedziale wiekowym 25–29 (33%), 28,8% w przedziale wiekowym 20–25 lat oraz 22,6% w najmłodszej grupie wiekowej 15–19 lat. Okazuje się, że wraz z wiekiem spada liczba odpowiedzi wskazujących na to, że jest to jeden z głównych czynników generujących wybór destynacji oraz wpływających na aktywność turystyczną. W przedziale wiekowym 30–39 lat takich odpowiedzi zostało udzielonych 86 (14,3%), w grupie wiekowej 40–49 lat (13,6%), podczas gdy w grupie wiekowej powyżej 60 lat takich odpowiedzi padło tylko 32 (5,2%).

Ryc. 5 przedstawia odpowiedzi, w których ankietowani zaznaczyli, że jednym z trzech głównych wskaźników mających wpływ na aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej jest cena, koszt wyjazdu. Na tym samym wykresie zostały przedstawione wyniki, które pokazują jedną z barier wyjazdów turystycznych, barierę finansową.

Analizując czynniki ekonomiczne, nie sposób pominąć jednego z inhibitorów, o które autorka pytała w kwestionariuszu ankietowym. Sytuacja finansowa badanej Polonii chicagowskiej znalazła się na drugim miejscu (31,4%) spośród możliwych w tym pytaniu do zaznaczenia odpowiedzi. Sytuacja finansowa stanowi główną barierę utrudniającą podróżowanie dla osób w wieku 20–24 lat (63,6%) oraz 25–29 lat (53,8%). Dla pozostałych grup wiekowych brak wolnego czasu jest głównym problemem, który hamuje ich aktywność turystyczną. Bariera finansowa w poszczególnych grupach wiekowych stanowi odpowiednio: w przedziale wiekowym 40–49 lat 15,5%, w przedziale wiekowym powyżej 60 lat 21,8% oraz w przedziale wiekowym 30–39 lat 20,9% udzielonych odpowiedzi.

ZAKOŃCZENIE

Problematyka aktywności i destynacji turystycznej zajmuje ważne miejsce wśród badań, których celem jest poznanie praw i mechanizmów rządzących rynkiem turystycznym, prowadzonych przez przedstawicieli różnych dyscyplin nauki. Dzieje się tak dlatego, że to właśnie turysta jest podstawowym podmiotem turystyki. Turystyka nie istnieje bez człowieka, bo to on świadomie sygnalizuje potrzeby związane z zagospodarowaniem czasu wolnego, których skutkiem jest podejmowanie aktywności turystycznej w przestrzeni. To dla niego powstał potężny przemysł turystyczny, który stara się zaspokajać potrzeby i jego oczekiwania. Zadaniem nauki jest natomiast wspieranie tej działalności przez badanie różnych aspektów funkcjonowania tego przemysłu. Wszystko to sprawia, że analiza aktywności turystycznej i wzorów wypoczynku mieszkańców USA oraz Polonii tam mieszkającej ma ogromne znaczenie nie tylko dla teoretyków, ale także dla ludzi na co dzień zajmujących się organizacją turystyki.

Odpowiedzi na postawione w artykule hipotezy badawcze dotyczące czynników ekonomicznych warunkujących aktywność i destynację turystyczną chicagowskiej Polonii można przedstawić w formie następujących wniosków:

- wraz ze wzrostem dochodów zwiększa się ilość wydawanych pieniędzy na podróże,
- wraz ze wzrostem dochodów zwiększa się częstotliwość wyjazdów w ciągu roku,
- wraz ze wzrostem dochodów zwiększa się długość trwania wypoczynku turystycznego,
- wysokość dochodu nie wpływa na wybór destynacji turystycznej.

Z punktu widzenia polityki turystycznej oraz funkcjonowania rynku turystycznego pożądanym jest jak najszerze uczestnictwo społeczeństwa w turystyce, która oprócz

funkcji ekonomicznych – ważnych zarówno dla biznesu turystycznego, jak i dla państwa – pełni także funkcje wypoczynkowe, zdrowotne, wychowawcze, poznawcze, polityczne, etniczne itd. Z tych powodów w wielu krajach aktywność turystyczna już dawno przestała być indywidualną sprawą obywateli, a stała się ważną kwestią społeczną oraz elementem polityki turystycznej.

Literatura

References

- 2013 Yearbook of Immigration Statistic (2014, sierpień) (2016, 31 grudnia). Pozyskano z https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/Yearbook_Immigration_Statistics_2013_0.pdf
- Alejski, W. (2009). Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej. Kraków: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego.
- Andrykiewicz-Feczko, Z. (1986). Psychospołeczne podstawy wartościowania cech jakości produktu. Raport nr 111.41 z badań na temat „Relacje między jakością towarów rynkowych a potrzebami konsumentów”. Kraków.
- Berlińska-Dzikowska, R., Majewska-Śliwa, M., Bosiacki, S. (1987). Wyjazdy turystyczne ludności Polski w 1985 roku i związane z nimi wydatki. Warszawa: Instytut Turystyki.
- Blałock, H.M. (1987). Statystyka dla socjologów. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bomirska, L., Gawlak-Kica, G., Kraśnicki, E. (1988). *Społeczno-ekonomiczne bariery uczestnictwa młodzieży szkolnej i studiującej w turystycznych formach rekreacji*. W: S. Wykrętowicz (red.). *Wyznaczniki i bariery uczestnictwa w turystycznych formach rekreacji*. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego.
- Bosiacki, S. (1987). Konsumpcja dóbr i usług turystycznych w gospodarstwach domowych. Warszawa: Instytut Turystyki.
- Brudnicki, R. (2006). Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania zachowań turystycznych mieszkańców Torunia. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Cooper, C. (1999). The European school travel market. *Travel & Tourism Analyst*, 5.
- Crompton, J. (1997). *Motivations for pleasure travel*. *Annual of Tourism Research*, 6, 408–424.
- Gaworecki, W. (2007). Turystyka. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Jedlińska, M. (2006). Specyfika zachowań konsumenckich na rynku turystycznym. W: A. Nowakowska, M. Przydział (red.). *Turystyka w badaniach naukowych*. Rzeszów: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania.
- Kozak, M. (2002). *Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations*. *Tourism Management*, 23, 221–232.
- Krzyszowska-Kostrowicka, A. (1999). Geoeologia turystyki i wypoczynku. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mili, R., Morrison, A. (1999). *The Tourist System. An Introductory Text*, Third Edition. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Nowakowska, A. (1989). Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania ruchu turystycznego w układach przestrzennych. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 88.
- Różycki, P. (2006). Determinanty aktywności turystycznej młodzieży. *Problemy Turystyki*, 1–4.
- Senyszyn, J. (1998). *Koszty okołokonsumpcyjne i ekonomiczna efektywność konsumpcji turystycznej*. W: *Turystyka w środowisku społecznym i gospodarczym*. Kraków: Akademia Wychowania Fizycznego.
- Sojka, E. (2003). *Statystyka w przykładach i zadaniach*. Tychy: Wyższa Szkoła Zarządzania i Nauk Społecznych.
- Urry, J. (2007). *Spojrzenie turysty*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- U.S. Census Bureau (2016, 31 grudnia). Pozyskano z <https://www.census.gov/>
- Uysal, M., Hagan, L.R. (1993). *Motivation of pleasure to travel and tourism*. In: M. Khan, M. Olsen, T. Var (Eds.). *Encyclopedia of hospitality and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold, 798–810.
- Wartecka-Ważyńska, A. (2007). *Turystyka młodzieży i jej uwarunkowania*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.

- Wasiak, H. (1978). Czynniki kształtujące konsumpcję w dziedzinie turystyki, wypoczynku i innych form rekreacji w układach regionalnych. *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu*, 130.
- Yavuz, N., Baloglu, S., Uysal, M. (1998). Market segmentation of European and Turkish travelers to North Cyprus. *An International Journal of Tourism and Hospitality*, 9(1), 4–18.
- Zawadzki, M. (1993). Metody badania uczestnictwa mieszkańców Polski w podróżach. *Problemy Turystyki*, 3.

Kamila Ziółkowska-Weiss, dr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Turystyki i Badań Regionalnych. Studiowała prawo na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz kulturoznawstwo z historią sztuki. Jest również absolwentką geografii na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Ukończyła podyplomowe studia na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie na kierunku zarządzanie turystyką międzynarodową. Od 2012 roku pracownik naukowy na stanowisku asystenta w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, a od 2016 roku na stanowisku adiunkta. Czynny pilot wycieczek. Autorka kilkunastu publikacji naukowych. Główne zainteresowania naukowe to turystyka kulturowa, mniejszości narodowe i grupy etniczne w Małopolsce oraz Polonia w USA.

Kamila Ziółkowska-Weiss, Ph.D., Graduate of Culture studies at the Jagiellonian University and of Geography on the Pedagogical University in Krakow. She has graduated from postgraduate studies in international tourism management at the Cracow University of Economics. Since 2012 she has been a research worker, acting as an assistant in the department of Tourism and Regional Studies on the Pedagogical University in Kraków. An active tourist guide. The author of several academic publications. Her main academic interests are in cultural tourism, ethnic groups in Małopolska and Polish minority in USA.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: kamilacmela@wp.pl

MARCIN POPIEL

Uniwersytet Jagielloński, Kraków, Polska
Jagiellonian University, Kraków, Poland

Wybrane aspekty turystyki dostępnej w Krakowie w opinii studentów z niepełnosprawnościami

Selected Aspects of Accessible Tourism in Kraków in the Opinion of Students with Disabilities

Streszczenie: Kraków jest jednym z czołowych polskich miast inwestujących w prężnie rozwijający się sektor turystyczny. Prowadzi to do konieczności rozwijania infrastruktury i usług dostępnych dla wszystkich. Duże nakłady finansowe, dotacje europejskie oraz współpraca z organizacjami pozarządowymi pozwoliły, aby miasto stało się pionierem w przystosowaniu przestrzeni miejskiej dla osób niepełnosprawnych. Artykuł jest analizą stanu rozwoju turystyki dostępnej w Krakowie. Jego celem jest ocena dostępności przestrzeni turystycznej miasta Krakowa dla osób z dysfunkcjami. Wykonano badanie ankietowe na grupie 213 osób posiadających orzeczenie o niepełnosprawności w przedziale wiekowym 20–26 lat, którzy mieszkają w Krakowie. W kwestionariuszu ankiety zapytano ich o ograniczenia podczas poruszania się po mieście używanymi przez nich środkami transportu. Zbadano stopień przystępności miasta i projekty realizowane na rzecz turystyki osób niepełnosprawnych. Artykuł zwraca uwagę także na oczekiwania wobec turystyki dostępnej respondentom. Na podstawie wniosków z przeprowadzonego badania w artykule wykazano, iż pomimo wielu skutecznych działań samorządu lokalnego nadal istnieją obszary do poprawy w zakresie przestrzennych i społecznych aspektów turystyki dostępnej w Krakowie.

Abstract: Kraków is one of the leading Polish cities investing in the rapidly growing tourism sector. This leads to the need of developing the infrastructure and services available for all. Large financial outlays, European subsidies and cooperation with non-governmental organisations allowed the city to become a pioneer in adapting urban spaces for the disabled. The article is an analysis of the state of development of available tourism in Kraków. The aim of this study is to evaluate the accessibility of the tourism space of Kraków for the needs of people with disabilities. Survey was conducted on a group of 213 respondents with disability, aged 20–26, who live in Kraków. In the questionnaire they were asked about the restrictions when moving around the city, means of transport used. The degree of affordability, projects to promote tourism of people with disabilities were examined. The article draws attention to the expectations of accessible tourism among respondents. Based on the conclusions of the research conducted, the paper shows that, despite the many effective solutions implemented by the local government, there are still some areas left for improvement in terms of spatial and social aspects of available tourism in Kraków.

Słowa kluczowe: dostępność; Kraków; osoby niepełnosprawne; turystyka dostępna

Keywords: accessible tourism; availability; Kraków; people with disabilities

Otrzymano: 18 grudnia 2016

Received: 18 December 2016

Zaakceptowano: 11 lipca 2017

Accepted: 11 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Popiel, M. (2017). Wybrane aspekty turystyki dostępnej w Krakowie w opinii studentów z niepełnosprawnością. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 50–63. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.4>

WSTĘP

Turystyka jest jedną z największych gałęzi gospodarki światowej. Generuje 9% światowego PKB, 6% eksportu światowego i 260 mln miejsc pracy, przy czym potencjał turystyki rośnie nieprzerwanie od ponad 60 lat (Wilkońska, Rotter-Jarzębińska, 2014). Wśród osób podróżujących znajdują się również osoby niepełnosprawne, które stanowią rosnącą grupę konsumentów zorientowaną na podróże, sport oraz inne usługi i produkty związane z rekreacją i wypoczynkiem. Należy również dodać, iż często – ze względu na posiadany rodzaj i stopień dysfunkcji – osoby niepełnosprawne korzystają z towarzystwa rodziny, przyjaciół, asystentów czy wolontariuszy (Prochorowicz, 2012). Tym samym rośnie popyt na turystykę dostępną, a co za tym idzie – na dochody z tej grupy. Poprzez turystykę dostępną należy rozumieć „formę turystyki, która wymaga współpracy między interesariuszami w celu umożliwienia osobom z różnymi wymaganiami – związanymi z mobilnością, wzrokiem, słuchem i wymiarem poznawczym – samodzielnego, godnego funkcjonowania. Taka współpraca polega na dostarczeniu uniwersalnie zaprojektowanych produktów turystycznych i usług oraz zapewnieniu uniwersalnie zaprojektowanego dostępu do przestrzeni” (Zajadacz, 2014: 50). Stąd też osoby odpowiedzialne za dostosowywanie infrastruktury do potrzeb niepełnosprawnych powinny przykładąć coraz więcej uwagi do likwidacji barier i udostępniania przestrzeni. Dostępność jest warunkiem uczestnictwa w społeczeństwie i gospodarce, stąd też niwelowanie przeszkód jest w samym środku strategii europejskiej w sprawie niepełnosprawności na lata 2010–2020 (Komisja Europejska, 2010).

„Obszary zurbanizowane, a w szczególności duże miasta, odgrywają znaczącą rolę jako miejsca recepcji turystycznej. [...] Znaczenie miast jako ośrodków turystyki tłumaczy się wielofunkcyjnością obszarów miejskich i związaną z tym koncentracją na ich obszarze różnorodnych zasobów, będących przedmiotem zainteresowania turystów” (Rotter-Jarzębińska, Wilkońska, 2007: 126). Kraków jest przykładem takiej aglomeracji. Znajduje się w czołówce europejskich ośrodków turystycznych i razem z Warszawą jest jednym z najczęściej odwiedzanych polskich miast w szeroko rozumianych celach turystycznych. Od połowy lat dziewięćdziesiątych XX wieku w Krakowie ma miejsce intensywny proces rozwoju turystycznego. Wzrost infrastruktury turystycznej czy zwiększony ruch turystyczny to jedno z wielu elementów, które przyczyniły się do zmiany charakteru funkcji turystycznej tego miasta. Coraz większe zainteresowanie Krakowem wśród turystów pobudza procesy modernizacyjne, a nowe inwestycje wzbogacają przestrzeń miasta (Kurek, Mika, 2008).

Kraków podejmuje również działania na rzecz środowiska osób niepełnosprawnych, w tym turystów z dysfunkcjami. Kierunki działań wyznaczane są przez *Powiatowy program działania na rzecz osób niepełnosprawnych*. Obecnie realizowany program na lata 2015–2018 został przyjęty uchwałą Rady Miasta Krakowa dnia 2 grudnia 2015 r. (Uchwała Nr XXXI/506/15...). Jednym z priorytetów tego programu jest aktywizacja osób niepełnosprawnych w życiu społecznym, kulturalnych oraz w aktywnościach rekreacyjnych i turystycznych poprzez szereg rozwiązań, w tym likwidację barier, dostawianie infrastruktury, prowadzenie działań informacyjnych itd.

Celem niniejszego artykułu jest prezentacja wybranych aspektów turystyki dostępnej w Krakowie. Aby go zrealizować, przeprowadzono badanie ankietowe na grupie 213 osób z orzeczeniem o niepełnosprawności w przedziale wiekowym 20–26 lat. Zakres przestrzenny pracy ogranicza się do terenu miasta Krakowa, które jest głównym tematem pracy i w którym prowadzone było badanie.

PRZEGLĄD LITERATURY NA TEMAT NIEPEŁNOSPRAWNOŚCI W GEOGRAFII I TURYSTYCE

Osoby z dysfunkcją mają szczególne potrzeby w zakresie dostępności środowiska oraz przestrzeni publicznej czy turystycznej. Wynika to poniekąd z faktu, że zajmują one „odmienne” i „zniekształcone” przestrzenie (Golledge, 1993). Każda przestrzeń, nawet ta, w której poruszają się zdrowe osoby, nie jest jednorodna. Codziennność stawia wiele różnych przeszkód, których pokonanie wymaga czasem sporo trudu. Niemniej jednak niepełnosprawność tylko zwiększa trudności w pokonywaniu tych barier (Golledge, 1993). Od dawna uznaje się, że osoby niepełnosprawne mają trudności w przemieszczaniu się i może to być związane z ograniczonymi możliwościami życia (Lucas, 2004). Trudności te zwykle postrzegane są jako bariery w dostępie (Evans, White, 1998).

Rozpatrując kwestię rozwoju nauki i poznawania zjawiska niepełnosprawności pod kątem geograficznego kontekstu, należy zauważyć, że przed 1990 rokiem nie było znaczącego wkładu nauki (Jacobson, 2006). Większość pozycji literatury skupiała się jedynie na medycznym aspekcie i modelu dysfunkcji. Dopiero z czasem zaczęto zauważać społeczny model niepełnosprawności, co w rezultacie zwróciło uwagę na miejsce osoby niesprawnej w przestrzeni i społeczeństwie. Nawet geografowie zaczęli rozważać tę kwestię, co doprowadziło do wielu spornych debat pomiędzy R.G. Golledge’em (1993; 1994; 1996) i jego przeciwnikami, R. Butlerem (1994), B. Gleesonem (1996) czy H. Parr (1997). Spór dotyczył koncepcji postrzegania niepełnosprawności, pozytywistycznego rozumienia przestrzeni, ideologii i metodologii. Ostatecznie R.G. Golledge (1997) zaczął w bardziej spersonifikowany sposób podchodzić do kwestii niepełnosprawności.

Akademickie zainteresowanie niepełnosprawnymi i ich podróżami jest stosunkowo nowym nurtem. Uwaga ta, która poszerzyła akademickie pole badań, pojawiła się wraz ze społecznym nurtem ubiegania się o równe prawa przez kobiety, osoby o różnym kolorze skóry i narodowości, ale również przez osoby z dysfunkcjami (Buj, 2010). Aktualnie liczba badań nad niepełnosprawnością w ramach geografii wciąż rośnie (Cor-mode, 1997). Wynika to zarówno ze zmian społecznych oraz globalizacyjnych (wzrost liczby osób niepełnosprawnych, duża wypadkowość i tym samym kalectwa itd.), jak i legislacyjnych (Skalska, 2004; 2010; Zajadacz, 2015). Odejście od stricte medycznego aspektu niesprawności do bardziej kompleksowego rozszerzyło zakres, metodykę i tematykę badań geograficznych (Taylor, Józefowicz, 2012c). Rozwój zainteresowań

geografów spowodował, że współcześnie wydzieli się dwa nurty: geografie niepełnosprawności (badania podstawowe) oraz geografie dla niepełnosprawności (badania stosowane) (Zajadacz, 2015). Przegląd literatury związanej z turystyką osób niepełnosprawnych sugeruje popularność tego zagadnienia (Darcy, Ambrose, Schweinsberg, Buhalis, 2011). Niemniej jednak – pomimo szeregu pozycji i różnorodności tematów – wciąż jest mała liczba opracowań, które traktowałyby turystykę dostępną i osoby niepełne w sposób kompleksowy.

W literaturze poświęca się wiele uwagi na zrozumienie specyfiki wymagań osób niepełnosprawnych. S. Darcy i P.S. Daruwalla (2005) w swoich badaniach „Prywatne i społeczne nastawienie do niepełnosprawności” poruszyli kwestię rozumienia potrzeb osób niepełnosprawnych przez ludzi pełnosprawnych. Zrobili również przegląd piśmiennictwa, podkreślając różnice między stereotypowym rozumieniem potrzeb osób niepełnosprawnych a ich rzeczywistym stanem. Inne badania skupiają się na interakcji pomiędzy osobą z dysfunkcją a środowiskiem geograficznym (Ostrowska, 1994). W ramach tej interakcji można wyróżnić turystykę osób niepełnosprawnych (Midura, Żbikowski, 2005; Buhalis, Eichhron, Michopoulou, Miller, 2006; Kaganek, 2009; Buhalis, Darcy, Ambrose, 2012).

Inne publikacją poruszają temat projektowania uniwersalnego dla osób z ograniczeniami sprawności. Definicję takiego projektowania w pełni rozwijają w swojej książce W.F.E. Preiser i E. Ostroff (2001). Jest wielu innych autorów, którzy również zajmują się tematyką dotyczącą choćby dostępności budynków, systemów transportu czy przestrzeni publicznej dla osób z ograniczoną sprawnością (Czarnecki, Siemiński, 2004; Wysocki, 2009) czy ruchliwości i mobilności osób niepełnosprawnych w przestrzeni miejskiej (Taylor, Józefowicz, 2012a; 2012b; 2012c; 2012d).

TURYSTYKA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH W KRAKOWIE – WYBRANE DZIAŁANIA

Kraków podejmuje wiele starań w celu udostępniania przestrzeni turystycznej miasta osobom o ograniczonej sprawności. Kierunki działań Krakowa wyznaczone zostały przez *Powiatowy program działania na rzecz osób niepełnosprawnych*. Stworzenie programu zostało narzucone poprzez nowelizację Ustawy o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Ustawa...).

Uchwałą nr XXXI/506/15 z 2 grudnia 2015 roku w Krakowie został przyjęty aktualny *Program działania na rzecz osób niepełnosprawnych na lata 2015–2018*. Jego głównym celem jest podniesienie świadomości społecznej na temat potrzeb i problemów osób z dysfunkcjami, jak również zapewnienie im możliwości pełnego i równoprawnego uczestnictwa w życiu społecznym.

Realizacja *Programu* odbywa się zgodnie z *Harmonogramem działań na rzecz osób niepełnosprawnych* (2016). Jest on przyjmowany do realizacji zarządzeniem Prezydenta Miasta Krakowa.

W *Harmonogramie* na 2016 rok znajdują się działania, które są związane z turystyką zarówno mieszkańców Krakowa, jak i niepełnosprawnych turystów, którzy odwiedzają miasto.

Tab. 1. Wybrane priorytety i zadania *Harmonogramu działań na rzecz osób niepełnosprawnych* miasta Krakowa z 2016 roku

PRIORYTET I: KSZTAŁTOWANIE ŚWIADOMOŚCI SPOŁECZNEJ ZWIĄZANEJ Z PROBLEMATYKĄ OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH	
Nazwa zadania	Działania w ramach zadania
Prowadzenie działań informacyjnych podnoszących świadomość osób niepełnosprawnych	prowadzenie serwisu „Kraków bez barier”
	publikacja krakowskiego Informatora dla osób niepełnosprawnych
	opracowanie na stronach internetowych Zarządu Zieleni Miejskiej zakładki dla osób niepełnosprawnych informującej o przedsięwzięciach organizowanych w przestrzeniach parkowych
Kształtowanie świadomości społecznej na temat osób niepełnosprawnych	konkurs architektoniczny Kraków bez barier
	druk <i>Przewodnika po Krakowie dla niepełnosprawnego turysty</i>
	stworzenie aplikacji mobilnej „Przewodnik po Krakowie dla niepełnosprawnego turysty”
PRIORYTET III: DOSTOSOWANIE PRZESTRZENI MIEJSKIEJ DO POTRZEB OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH	
Nazwa zadania	Działania w ramach zadania
Likwidacja barier funkcjonalnych w przestrzeni miejskiej	Droga Królewska dla niepełnosprawnego turysty – bieżące utrzymanie
Dostosowanie infrastruktury miejskiej do potrzeb osób niepełnosprawnych	likwidacja barier architektonicznych w ciągach komunikacyjnych
	dostosowanie terenów zieleni publicznej do potrzeb osób niepełnosprawnych
	likwidacja barier architektonicznych w obiektach sportowych
PRIORYTET IV: REHABILITACJA SPOŁECZNA I ZDROWOTNA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH	
Nazwa zadania	Działania w ramach zadania
Rozwijanie umiejętności społecznej i poprawa sprawności psychofizycznej osób niepełnosprawnych	dofinansowanie imprez sportowych, kulturalnych, rekreacyjnych i turystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Harmonogramu działań na rzecz...* (2016)

KRAKÓW DLA NIEPEŁNOSPRAWNEGO TURYSTY – PRZEWODNIK I APLIKACJA MOBILNA

Nowym projektem miasta Krakowa jest *Przewodnik po Krakowie dla niepełnosprawnego turysty*. Jest on dostępny w wersji polskiej oraz angielskiej. Dodatkowo wzbogacony został o aplikację mobilną, zatem każdy turysta może go mieć zawsze przy sobie. Zarówno przewodnik, jak i aplikacja, to zbiór użytecznych informacji o najciekawszych miejscach w Krakowie. Każdy opis obiektów wzbogacony jest o informację na temat dostępności dla osób poruszających się na wózkach oraz rozwiązań oferowanych osobom z niepełnosprawnością narządu słuchu czy wzroku.

Aplikacja umożliwia wiele opcji. W module „Miejsca” istnieje możliwość wyszukiwania opisu, zdjęcia oraz informacji teleadresowej na temat konkretnego obiektu. Baza obiektów została podzielona na trzy części:

- zakładka „Zwiedzanie” – zabytki oraz tereny zielone,

- zakładka „Oferta kulturalno-rozrywkowa” – muzea, teatry oraz inne miejsca umożliwiające ciekawe spędzenie wolnego czasu,
- zakładka „Informacje praktyczne” – hotele, lokale gastronomiczne, a także wiele praktycznych wskazówek pomocnych turystcie niepełnosprawnemu podczas pobytu w Krakowie.

„Aplikacja zawiera również informacje o wypożyczalniach wózków inwalidzkich, taksówkach dla osób niepełnosprawnych czy też o tym, gdzie osoby poruszające się na wózkach znajdą przystosowaną dla siebie toaletę, aptekę, sklep spożywczy. W przewodniku zamieszczone są również informacje o środkach transportu, placach targowych, parkingach strzeżonych, statkach wycieczkowych i wielu innych” (www.krakow.pl).

„Atrakcje turystyczne zostały pogrupowane w dziewięć tras, stanowiących propozycję zwiedzania według konkretnego klucza. Wybraną trasą poprowadzi użytkownika ślad gps. Ulubione miejsca i trasy można przechowywać w prywatnym schowku (»Planner«). Moduł »Informacje« pozwala zdobyć podstawową wiedzę na temat Krakowa, jego historii, ciekawostek z życia miasta, a także współczesnego funkcjonowania dawnej stolicy Polski” (www.krakow.pl).

Aplikacja jest dostępna do pobrania w sklepach internetowych jednych z trzech najpopularniejszych systemów operacyjnych.

Warto dodać, iż *Przewodnik po Krakowie dla niepełnosprawnego turysty* wraz z aplikacją mobilną otrzymał nagrodę w konkursie Samorząd Równych Szans 2016 w kategorii miast wojewódzkich na najlepsze projekty dla osób z niepełnosprawnościami realizowane przez polskie samorządy. W kategorii najlepsza gmina w Polsce publikacja otrzymała wyróżnienie (www.krakow.pl).

KONKURS ARCHITEKTONICZNY „KRAKÓW BEZ BARIER”

Jest to inicjatywa, której przyświeca idea promowania uniwersalnego projektowania i budownictwa dostępnego dla wszystkich, w szczególności dla osób mających problemy z poruszaniem się, ale również dla osób z innymi dysfunkcjami, osób starszych czy rodziców z wózkami. Konkurs organizowany jest od 2007 roku. W ramach konkursu nagrody i wyróżnienia przyznawane są w czterech kategoriach:

- obiekty użyteczności publicznej,
- obiekty mieszkalne,
- przestrzeń publiczna,
- obiekty i przestrzenie zabytkowe.

Dnia 5 grudnia 2016 roku została rozstrzygnięta tegoroczna edycja konkursu (ryc. 1). W kategorii obiekty i przestrzenie zabytkowe nagrodę przyznano dla Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego – Collegium Maius. Nagroda została przydzielona ze względu na rozwiązania przystosowawcze w bardzo trudnym, zabytkowym obiekcie. Na podkreślenie zasługuje etapowe udostępnianie całego obiektu osobom z dysfunkcją ruchu (windy w zabytkowej klatce schodowej, dostępne toalety, pochylnie między kolejnymi salami itp.) oraz organizowanie od 2012 roku rocznie wydarzeń „Dotknij kultury” dla osób z dysfunkcją wzroku, podczas których zainteresowani mogą poznać wiele eksponatów i obrazów w grafice dotykowej oraz reliefie (np. Medal Nagrody Nobla Wisławy Szymborskiej) (www.krakow.pl).

Ryc. 1. Nagroda dla laureata konkursu architektonicznego „Kraków bez barier” 2016 – tablica okolicznościowa



Źródło: www.fotomaris.pl

WYBRANE ASPEKTY TURYSTYKI OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH W KRAKOWIE – WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Badanie zostało przeprowadzone w 2016 roku wśród studentów z niepełnosprawnością z wybranych krakowskich uczelni wyższych. Ankiety zostały rozdyskrebowane na (w kolejności alfabetycznej): Akademii Górniczo-Hutniczej, Politechnice Krakowskiej, Uniwersytecie Ekonomicznym, Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II, Uniwersytecie Pedagogicznym, Uniwersytecie Rolniczym. Wybór powyższych uczelni został podyktowany współpracą tych jednostek akademickich w ramach tzw. porozumienia krakowskiego. Jest to wzajemna umowa uczelni wyższych Krakowa, której celem jest wspólne działanie na rzecz studentów niepełnosprawnych. Kwestionariusze – w formie drukowanej i wersji online – zostały rozprowadzone przez autora i pracowników instytucji zajmujących się studentami z dysfunkcjami. Ponadto w celu dotarcia do większej liczby respondentów ankiety rozprowadzono również wśród instytucji i organizacji zajmujących się osobami niepełnosprawnymi, gdzie studenci z dysfunkcjami także są beneficjentami. Poniżej prezentowane są wybrane wyniki badania, które autor przeprowadzał równolegle ze zbieraniem danych służących do opracowania własnej pracy doktorskiej o szeroko pojętym zagadnieniu turystyki osób niepełnosprawnych.

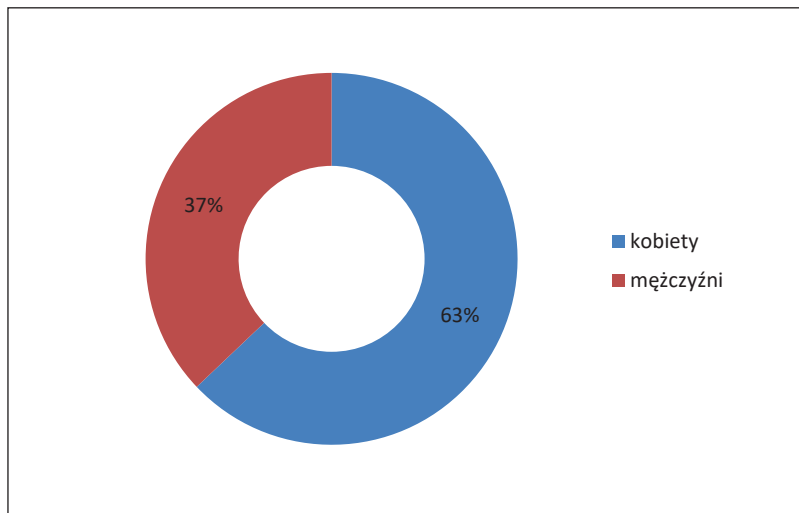
Grupę badawczą stanowiło 213 osób w wieku 20–26 lat. Wśród ankietowanych przeważały kobiety (63%). Mężczyźni stanowili 37% badanych respondentów (ryc. 2).

W ankietowanej grupie znalazły się osoby o zróżnicowanym rodzaju i stopniu dysfunkcji. Największą grupę stanowiły osoby z orzeczeniem o niepełnosprawności o symbolu 05-R – upośledzenie narządu ruchu (46%). Kolejnymi – według liczebności – grupami były osoby z zaburzeniami głosu, mowy i chorobą słuchu (14%) oraz

z chorobami neurologicznymi (13%). Najmniej reprezentowanymi schorzeniami były choroby układu moczowo-płciowego (3% respondentów), epilepsja (3%) oraz choroby psychiczne (3%) (ryc. 3).

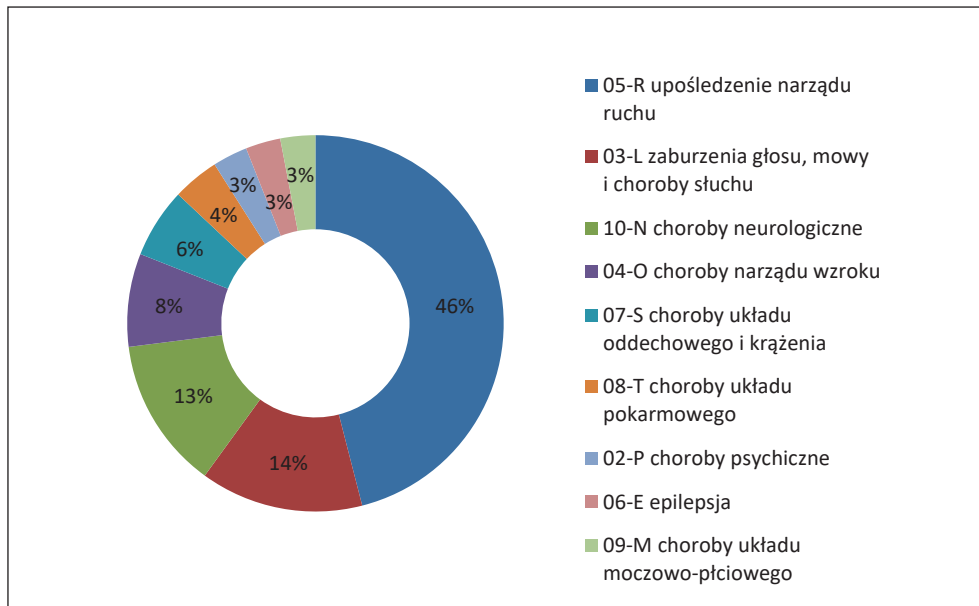
Większość respondentów wskazała umiarkowany stopień niepełnosprawności (60%). Nieco mniej, gdyż 30%, osób posiadało stopień lekki, natomiast jedynie 10% badanych stanowiły osoby ze znacznym stopniem niepełnosprawności (ryc. 4).

Ryc. 2. Płeć badanych respondentów (n = 213)



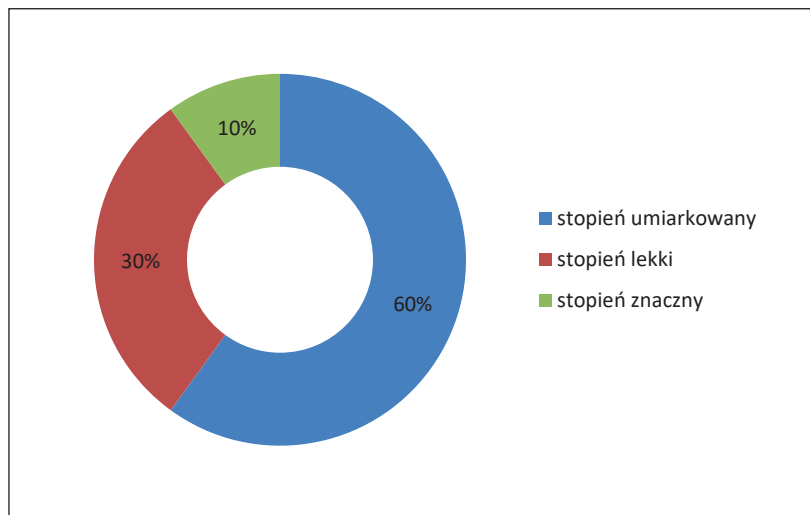
Źródło: opracowanie własne

Ryc. 3. Rodzaje niepełnosprawności wśród badanej grupy (n = 213)



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 4. Stopnie niepełnosprawności wśród badanej grupy (n = 213)



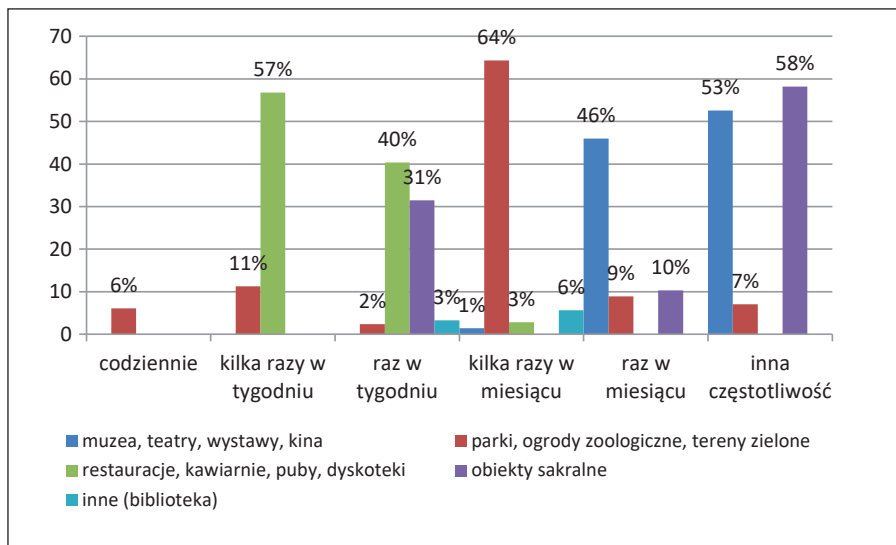
Źródło: opracowanie własne

Respondenci zostali zapytani, czy korzystają z jakichkolwiek obiektów turystycznych, rekreacyjnych lub kulturalnych Krakowa. Wszyscy ankietowani (100%) odpowiedzieli „tak”. Kolejne pytanie dotyczyło częstotliwości oraz rodzaju obiektów, z jakich korzystają. Wśród obiektów, które są odwiedzane przez respondentów codziennie, znalazła się tylko jedna grupa obiektów. Były to „parki, ogrody zoologiczne, tereny zielone”. Takiej odpowiedzi udzieliło 6% ankietowanych. Kilka razy w tygodniu respondenci korzystają z restauracji, kawiarni, pubów lub dyskotek (57% ankietowanych) oraz parków, ogrodów zoologicznych czy terenów zielonych (11%). Przy pytaniu o częstotliwość korzystania z kategorii obiektów „muzea, teatry, wystawy, kina” odpowiedź taka pokazała się dopiero w przedziale „kilka razy w miesiącu” (3% ankietowanych), raz w miesiącu (46%) oraz inna częstotliwość (53%). Zatem osoby młode relatywnie rzadko korzystają z tego typu obiektów (ryc. 5).

Ankietowani zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy ich zdaniem krakowskie obiekty, z których korzystają, są w pełni dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych. Odpowiedzi „tak” udzieliło 77% badanych, natomiast znalazły się też osoby, które uważają, iż obiekty nie spełniają wszystkich wymogów dostępności (33–50% osób) (ryc. 6). Dodatkowo wśród grupy 50 osób, które zaznaczyły odpowiedź „nie”, dokonano dalszej analizy ich odpowiedzi i zadano pytanie o elementy, które ich zdaniem są najmniej dostosowane. Można było udzielić maksymalnie dwóch odpowiedzi. Wyniki dostarczyły informację, iż najczęstszym problemem jest wejście/wyjście, zatem brak odpowiedniego dostosowania, brak pomocy w postaci ramp, poręczy. Tę odpowiedź wskazało 64% respondentów, którzy na poprzednie pytanie odpowiedzieli „nie”. Inne trudności ankietowani odnajdywali w niedostosowaniu toalety (28%), dojeździe/dotarciu do obiektu (22%), niewykwalifikowanym personelu (14%) (ryc. 7).

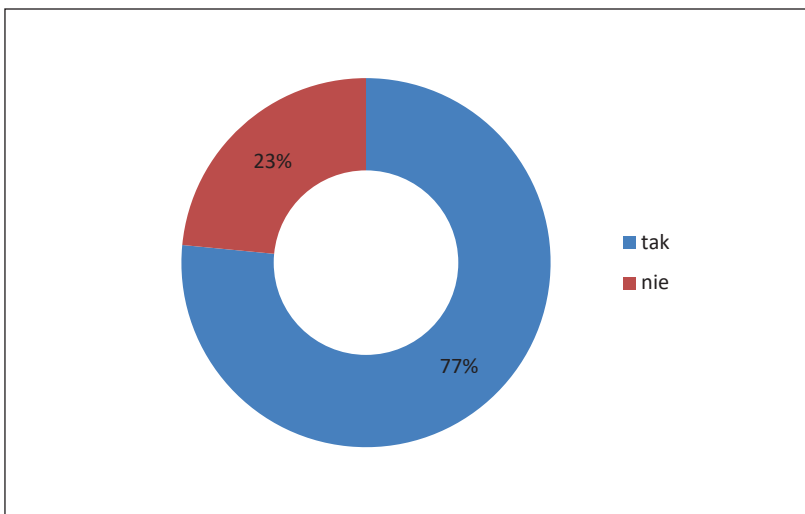
Kolejne pytanie dotyczyło komunikacji miejskiej miasta Krakowa. Respondenci zostali zapytani, czy mogą bez problemu dotrzeć do obiektów turystycznych, rekreacyjnych i kulturalnych, z których korzystają? Zdecydowana większość osób, gdyż aż

Ryc. 5. Częstotliwość korzystania przez respondentów z obiektów turystycznych, rekreacyjnych i kulturalnych Krakowa (n = 213)



Źródło: opracowanie własne

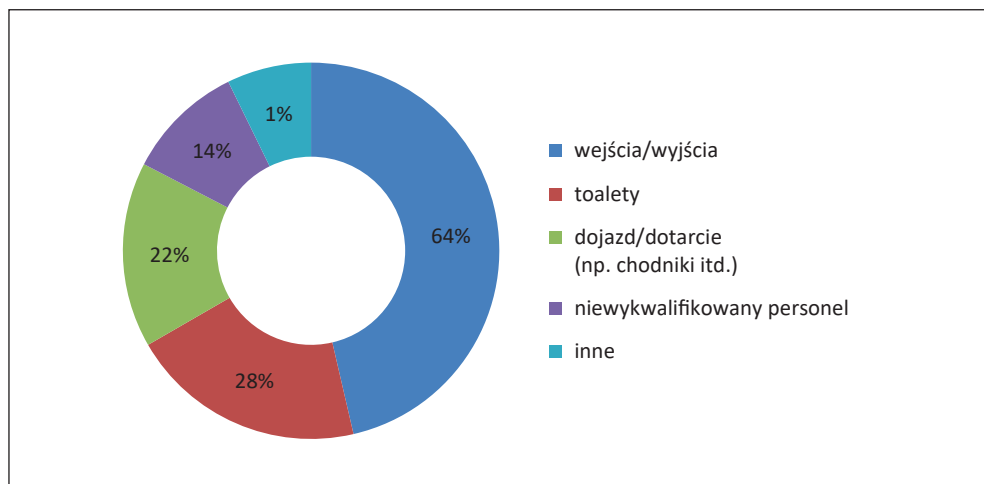
Ryc. 6. Odpowiedzi na pytanie „Czy krakowskie obiekty turystyczne, rekreacyjne i kulturalne, z których Pan/Pani korzysta, są w pełni dostosowane do potrzeb osoby niepełnosprawnej?” (n = 213)



Źródło: opracowanie własne

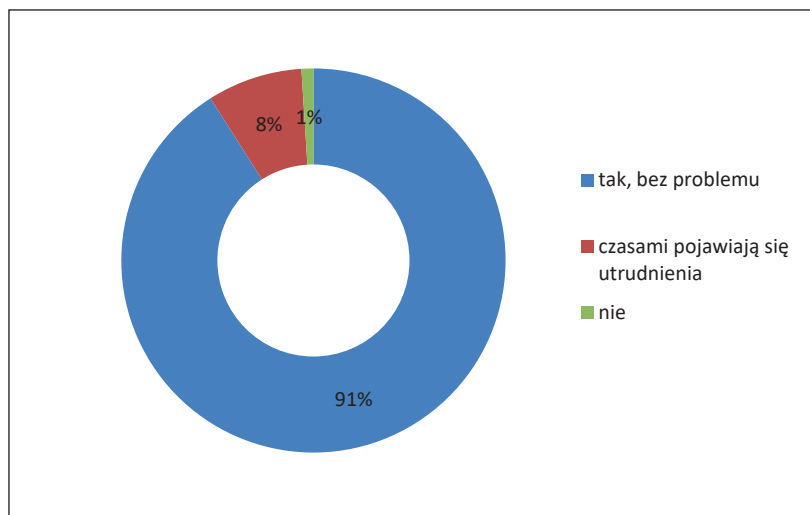
91%, wyraziła się pozytywnie na temat transportu miejskiego, zaznaczając odpowiedź „tak, bez problemu”. Czasami 8% respondentów spotyka się z utrudnieniami. Jedynie 2% badanych wskazało, że nie mogą bez problemu korzystać z komunikacji miejskiej ze względu na posiadaną dysfunkcję i konieczność asysty wolontariusza/asystenta (ryc. 8). Zatem respondenci z niepełnosprawnością posiadają pozytywny wizerunek komunikacji miejskiej w Krakowie.

Ryc. 7. Odpowiedzi na pytanie „Jakie elementy Pana/Pani zdaniem są najczęściej niedostosowane w krakowskich obiektach turystycznych, rekreacyjnych i kulturalnych, z których Pan/Pani korzysta?” (n = 50)



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 8. Odpowiedzi na pytanie „Czy może Pan/Pani bez problemu dotrzeć komunikacją miejską do obiektów turystycznych, rekreacyjnych i kulturalnych, z których Pan/Pani korzysta?” (n = 50)



Źródło: opracowanie własne

ZAKOŃCZENIE

Dostęp do turystyki oraz wszelkiego rodzaju usług i obiektów z nią związanych powinien być normą, a nie wyjątkiem. Zapewnienie osobom niepełnosprawnym, na równych zasadach z innymi osobami, m.in. dostępu do środowiska fizycznego, środków transportu, technologii, systemów informacyjnych i innych urządzeń oraz usług jest obecnie często poruszaną kwestią. W dobie budowania Europy „dla wszystkich”

i rozwoju projektowania uniwersalnego potrzeba coraz więcej miast bez barier. Dzięki temu odmienne traktowanie różnych podmiotów, które znajdują się w podobnej sytuacji, nie będzie miało miejsca.

Kraków jest przykładem aglomeracji miejskiej, która stara się usuwać bariery w przestrzeni turystycznej miasta oraz zwiększać udział osób niepełnosprawnych, a także starszych, w turystyce. Miasto każdego roku dokłada wszelkich starań, by pod różni z niepełnosprawnością, jak również mieszkańcy stolicy Małopolski, mogli bez przeszkód uczestniczyć w ruchu turystycznym i tym samym poznawać walory i zasoby turystyczne Krakowa. Miasto ma jasno wytyczony cel oraz opracowany program na rzecz działań dla osób niepełnosprawnych, którego realizacja ma je przybliżyć do osiągnięcia jeszcze większego sukcesu.

Kraków wprowadził wiele udogodnień dla osób z dysfunkcjami i zostało to zauważone. W dotychczasowej edycji konkursu organizowanego przez Unię Europejską o nagrodę dla miast dostępnych dla osób niepełnosprawnych i osób starszych – *Access City Award* – Kraków, jako pierwsze miasto w Polsce, otrzymał wyróżnienie w 2010 roku. Należy dodać, iż była to pierwsza edycja tego dorocznego konkursu, stąd tym większe wyróżnienie. Miasto zwróciło na siebie uwagę dzięki podejmowaniu wysiłków mających na celu zwiększenie dostępności przestrzeni publicznej w bardzo trudnym otoczeniu, charakteryzującym się niedostępną infrastrukturą, zwłaszcza dzięki przywiązywaniu szczególnego znaczenia do udostępniania zabytków (European Commission, 2011).

Działania Krakowa zostały również docenione przez respondentów badania publikowanego w niniejszym artykule. Osoby faktycznie korzystające z obiektów turystycznych, rekreacyjnych czy kulturowych pozytywnie wypowiedziały się o infrastrukturze i przestrzeni miejskiej Krakowa. Pomimo drobnych barier, które osoby te mogą napotkać, działania miasta idą w dobrą stronę.

Literatura

References

- Buhalis, D., Darcy, S., Ambrose, I. (2012). *Best Practice in Accessible Tourism. Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism*. Bristol: Channel View Publications.
- Buhalis, D., Eichhron, V., Michopoulou, E., Miller, G. (2006). *Accessibility market and stakeholder analysis. One-stop-shop for Accessible Tourism in Europe (OSATE)*. Surrey: University of Surrey.
- Buj, C. (2010) (2016, 2 grudnia). *Paving the way to accessible tourism*. Leeds: International Centre For Responsible Tourism Leeds Metropolitan University. Pozyskano z http://www.accessibletourism.org/resources/cb_surveyreport2010-2.pdf
- Butler, R. (1994). Geography and vision – impaired and blind populations. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 19, 366–368.
- Cormode, L. (1997). Emerging Geographies of Impairment and Disability: an Introduction. Guest Editorial. *Environment and Planning D: Society and Space*, 15(4), 387–390.
- Czarnecki, B., Siemiński, W. (2004). *Kształtowanie bezpiecznej przestrzeni publicznej*. Warszawa: Difin.
- Darcy, S., Ambrose, I., Schweinsberg, S., Buhalis, D. (2011). Universal Approaches to Accessible Tourism. W: D. Buhalis, S. Darcy (red.). *Accessible Tourism. Concepts and Issues*. Bristol: Channel View Publications, 300–316.
- Darcy, S., Daruwalla, P.S. (2005). Personal and Societal Attitudes to disability. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 549–570.
- European Commission (2011). *Access – City Award 2010: Rewarding and inspiring accessible cities across the EU*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

- Evans, J., White, M. (1998). *A review of transport resources for people with disabilities: A state-of-the-art review*. Review Report 3. Vermont South: ARRB Transport Research.
- Gleeson, B.J. (1996). A geography for disabled people? *Transactions of the Institute of British Geographers*, 21(2), 387–396.
- Golledge, R.G. (1993). Geography and the Disabled: A Survey with Special References too Vision Impaired and Blind Populations. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 18(1), 63–85.
- Golledge, R.G. (1994). A response to Ruth Butler. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 19, 369–372.
- Golledge, R.G. (1996). A response to Gleeson and Imrie. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 21, 404–410.
- Golledge, R.G. (1997). On reassembling one's life: overcoming disability in the academic environment. *Environment and Planning D: Society and Space*, 15(4), 391–409.
- Harmonogram działań na rzecz osób niepełnosprawnych na rok 2016 (2016, 2 grudnia). Pozyskano z https://www.bip.krakow.pl/?sub_dok_id=76289
- Jacobson, R.D. (2006). Disability, Geography of. W: B. Ward (red.). *Encyclopedia of human geography*. London: SAGE Publications, 109–111.
- Kaganek, K. (2009). *Turystyka osób niepełnosprawnych w aspekcie wybranych uwarunkowań*. Kraków: European Association for Security.
- Komisja Europejska (2010) (2016, 2 grudnia). *Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. Europejska strategia w sprawie niepełnosprawności 2010–2020: Odnowione zobowiązanie do budowania Europy bez barier*. Pozyskano z http://www.pfon.org/images/dodatki/20101115_ke_strategia.pdf
- Kurek, W., Mika, M. (red.) (2008) (2016, 2 grudnia). *Waloryzacja przestrzeni miejskiej Krakowa dla potrzeb turystyki. Raport końcowy*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Pozyskano z <https://www.bip.krakow.pl/zalaczniki/dokumenty/n/62310>
- Lucas, K. (2004). *Running on empty: Transport, social exclusion and environmental justice*. Bristol: Policy Press.
- Magiczny Kraków (2016, 2 grudnia). Oficjalny serwis miejski. Pozyskano z www.krakow.pl
- Midura, F., Żbikowski, J. (red.) (2005). *Krajoznawstwo i turystyka osób niepełnosprawnych*. Biała Podlaska: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej.
- Ostrowska, A. (1994). *Badania nad niepełnosprawnością w Polsce*. Warszawa: Polska Akademia Nauk.
- Parr, H. (1997). Mental Health, Public Space and the City. Questions of Individual and Collective Access. *Environment and Planning D: Society and Space*, 15(4), 435–454.
- Preiser, W.F.E., Ostroff, E. (red.) (2001). *Universal Design Handbook*. New York: McGraw-Hill.
- Prochorowicz, M. (2012). Turystyka społeczna jako forma aktywności osób niepełnosprawnych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Wyzwania współczesnej polityki turystycznej: problemy polityki turystycznej*, 259, 157–166.
- Rotter-Jarzębińska, K., Wilkońska, A. (2007). Formy turystyki w Krakowie – stan i perspektywy rozwoju. *Prace Geograficzne*, 117, 125–139
- Skalska, T. (2004). *Turystyka osób niepełnosprawnych. Ograniczenia i możliwości rozwoju*. Warszawa: Wyższa Szkoła Hotelarstwa Gastronomii i Turystyki.
- Skalska, T. (2010). *Nowe wyzwania gospodarki turystycznej. Turystyka osób niepełnosprawnych: porady dla usługodawców*. Warszawa: Wydział Turystyki i Rekreacji, Szkoła Wyższa Przymierza Rodzin.
- Taylor, Z., Józefowicz, I. (2012a). Daily mobility of disabled people for healthcare facilities and their accessibility in urban space. *Geographia Polonica*, 85(3), 5–22.
- Taylor, Z., Józefowicz, I. (2012b). Geograficzne badania niepełnosprawności ze szczególnym uwzględnieniem codziennej ruchliwości osób niepełnosprawnych w przestrzeni miasta – część I. *Przegląd Geograficzny*, 84(2), 261–278.
- Taylor, Z., Józefowicz, I. (2012c). Geograficzne badania niepełnosprawności ze szczególnym uwzględnieniem codziennej ruchliwości osób niepełnosprawnych w przestrzeni miasta – część II. *Przegląd Geograficzny*, 84(4), 529–558.

- Taylor, Z., Jóźefowicz, I. (2012d). Intra-urban daily mobility of disabled people for recreational and leisure purposes. *Journal of Transport Geography*, 24, 155–172.
- Uchwała Nr XXXI/506/15 Rady Miasta Krakowa z dnia 2 grudnia 2015 r. w sprawie Powiatowego Programu Działania na Rzecz Osób Niepełnosprawnych na lata 2015–2018.
- Ustawa z dnia 17 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (tekst jednolity Dz.U. z 2008 r. nr 14, poz. 92, z późn. zm.)
- Wilkońska, A., Rotter-Jarzębińska, K. (2014) (2016, 2 grudnia). Strategia rozwoju turystyki w Krakowie na lata 2014–2020, dokument przyjęty Uchwałą Rady Miasta Krakowa nr CXXI/1965/14 z dnia 5 listopada 2014 r. Pozyskano z https://www.bip.krakow.pl/?sub_dok_id=20667
- Wysocki, M. (2009). *Dostępna przestrzeń publiczna. Samorząd równych szans*. Kraków: Fundacja Instytut Rozwoju Regionalnego.
- Zajadacz, A. (2014). Dostępność przestrzeni turystycznej w ujęciu geograficznym. *Turyzm*, 24(1), 49–55.
- Zajadacz, A. (2015). Wkład geografii niepełnosprawności w rozwój „turystyki dostępnej”. *Turyzm*, 25(1), 19–28.

Marcin Popiel, mgr, Uniwersytet Jagielloński, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej. Geograf, pilot wycieczek, z zamiłowania zapalony turysta. Absolwent geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Od 2012 roku doktorant Uniwersytetu Jagiellońskiego na Wydziale Biologii i Nauk o Ziemi. Interesuje się badaniami nad atrakcjami turystycznymi oraz regionalizacją turystyczną. Specjalizuje się w zakresie innowacyjności i zarządzania w turystyce i hotelarstwie.

Marcin Popiel, M.Sc., Jagiellonian University, Institute of Geography and Spatial Management. Geographer, tour leader, for whom traveling is a great passion. He has graduated from Geography at the Pedagogical University of Cracow. Since 2012 a Ph.D. student at the Jagiellonian University, Faculty of Biology and Earth Sciences. He is interested in the study of regionalisation and tourism attractions. He specialises in the field of innovation and management in tourism and hospitality.

Adres/address:

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Biologii i Nauk o Ziemi
Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej
ul. Gronostajowa 7, 30-387 Kraków, Polska
e-mail: marcin.popiel@doctoral.uj.edu.pl

TADEUSZ STRYJAKIEWICZ

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska
Adam Mickiewicz University in Poznań, Poland

ROBERT KUDŁAK

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska
Adam Mickiewicz University in Poznań, Poland

JĘDRZEJ GADZIŃSKI

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska
Adam Mickiewicz University in Poznań, Poland

BARTŁOMIEJ KOŁSUT

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska
Adam Mickiewicz University in Poznań, Poland

WOJCIECH DYBA

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska
Adam Mickiewicz University in Poznań, Poland

WOJCIECH KISIAŁA

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska
Poznań University of Economics and Business, Poland

Czasoprzestrzenna analiza rynku nowych samochodów osobowych w Polsce

Spatio-temporal Analysis of the Market for New Personal Cars in Poland

Streszczenie: Celem artykułu jest próba czasowej i przestrzennej analizy rynku nowych samochodów osobowych w Polsce (zakupionych przez indywidualnych użytkowników), wykorzystującej różnorodny aparat metodologiczny. Analiza ta obejmuje trzy główne grupy problemów:

- ogólną charakterystykę rynku samochodów osobowych w Polsce w wymiarze czasowym i przestrzennym,
- identyfikację czynników wpływających na sprzedaż nowych samochodów osobowych klientom indywidualnym oraz ich przestrzenne zróżnicowanie,
- wyróżnienie różnych typów zmienności popytu na nowe samochody osobowe w wymiarze przestrzennym i prognozowanie przyszłego popytu.

Na podstawie przeglądu literatury zidentyfikowano czynniki, które mogą wpływać na wielkość popytu na samochody, a następnie określono ich rolę za pomocą modeli ekonometrycznych. Regresja wielokrotna wykazała, że na wielkość efektywnego popytu na nowe samochody w Polsce w latach 2008–2015 największy wpływ miały: poziom dochodów konsumentów, uwarunkowania demograficzne, poziom rozwoju lokalnego oraz poziom nasycenia rynku. Dalsze analizy dokonane za pomocą lokalnych modeli geograficznie ważonej regresji ujawniły ogólne trendy przestrzenne oddziaływania zidentyfikowanych czynników. W ostatnim etapie badań za pomocą analizy harmonicznej dokonano próby typologii powiatów z punktu widzenia zmienności popytu na nowe samochody osobowe oraz estymacji przyszłego popytu.

Abstract: The purpose of the article is to offer a spatial and temporal analysis of the market for new cars in Poland using different methodological approaches and tools. It covers:

- general characteristics of the car market in Poland in its spatial and temporal dimensions;
- identification of the socio-economic conditions that affect the demand of individual consumers for new cars and their spatial differences; and

– distinguishing different types of the car demand variability in its spatial and temporal dimensions, as well as forecasting the future demand.

Based on a literature review, the potential socio-economic conditions that might affect the car demand have been identified, and subsequently their role in the Polish circumstances has been defined with the use of econometric modelling. The model of multiple regression showed that the demand for new cars was stimulated by incomes of potential consumers and by a net in-migration, and depressed by the level of unemployment together with prices of complementary goods (especially petrol prices). Further analysis with geographically weighted regression (GWR) models revealed general spatial trends in the way that the identified conditions affected the demand for cars. Finally, the use of harmonic analysis allowed for the forecasting of the future car demand at the level of individual territorial units (poviats). The latter were categorised into four types according to their car demand variability.

Słowa kluczowe: analiza czasoprzestrzenna; Polska; poziom motoryzacji; rynek samochodowy; sprzedaż samochodów osobowych

Keywords: car market; car selling; motorisation level; Poland; spatio-temporal analysis

Otrzymano: 31 grudnia 2016

Received: 31 December 2016

Zaakceptowano: 11 lipca 2017

Accepted: 11 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Stryjakiewicz, T., Kudłak, R., Gadziński, J., Kołsut, B., Dyba, W., Kisiąła, W. (2017). Czasoprzestrzenna analiza rynku nowych samochodów osobowych w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 64–79. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.5>

WSTĘP

Rynek samochodowy (w szerokim ujęciu) może być przedmiotem zainteresowania co najmniej trzech subdyscyplin geograficznych: geografii przemysłu (produkcja samochodów i podzespołów), geografii usług (dystrybucja samochodów), a także geografii rozwoju regionalnego (poziom motoryzacji jako jeden ze wskaźników rozwoju społeczno-gospodarczego regionów). O ile przestrzenna struktura i organizacja przemysłu samochodowego (czyli sfera produkcji) cieszy się sporym zainteresowaniem polskich geografów (Domański, Guzik, Gwosdz, 2005; Gwosdz, Micek, 2010; Domański, Guzik, Gwosdz, Dej, 2013; Wójtowicz, Rachwał, 2014), to nie można tego powiedzieć o sprzedaży samochodów. Jest to tym bardziej zaskakujące, że rynek samochodowy cechuje się znacznym przestrzennym zróżnicowaniem i dużą dynamiką.

W kontekście podstawowych funkcji geografii ekonomicznej (informacyjno-diaognostyczna, teoretyczno-wyjaśniająca, prognostyczna, planistyczno-decyzyjna; Chojnicki, 1973; 1999) szczególnego znaczenia nabiera nie tylko opis i wyjaśnianie zjawisk i procesów gospodarczych, ale także formułowanie i doskonalenie metodologicznych podstaw ich analizy w wymiarze czasowym i przestrzennym, umożliwiających prognozowanie ich zmian. Niestety, jak dotąd, wkład polskich geografów w tworzenie metodologicznych podstaw badań rynku samochodowego jest również stosunkowo niewielki. Niniejszy artykuł próbuje choć w części lukę tę wypełnić. Jego celem jest próba czasowej i przestrzennej analizy jednego z segmentów rynku samochodów osobowych w Polsce, wykorzystująca różnorodny aparat metodologiczny. Analiza ta obejmuje trzy główne grupy problemów i prezentuje trzy grupy podejść badawczych:

1. Ogólna charakterystyka rynku samochodów osobowych w Polsce w wymiarze czasowym i przestrzennym z wykorzystaniem tradycyjnych metod statystyki opisowej oraz metod kartograficznych.

2. Identyfikacja czynników wpływających na sprzedaż nowych samochodów osobowych klientom indywidualnym oraz ich przestrzenne zróżnicowanie za pomocą modeli regresji wielokrotnej (w tym regresji geograficznie ważonej).
3. Wyróżnienie różnych typów zmienności popytu na nowe samochody osobowe w wymiarze przestrzennym wśród klientów indywidualnych i prognozowanie przyszłego popytu na te samochody za pomocą analizy harmonicznej.

Ze względu na ograniczoną objętość artykułu oraz częściową poufność uzyskanych danych zaprezentowane zostaną jedynie najważniejsze, częściowe wyniki badań, ze szczególnym zwróceniem uwagi na ich aspekt metodologiczny.

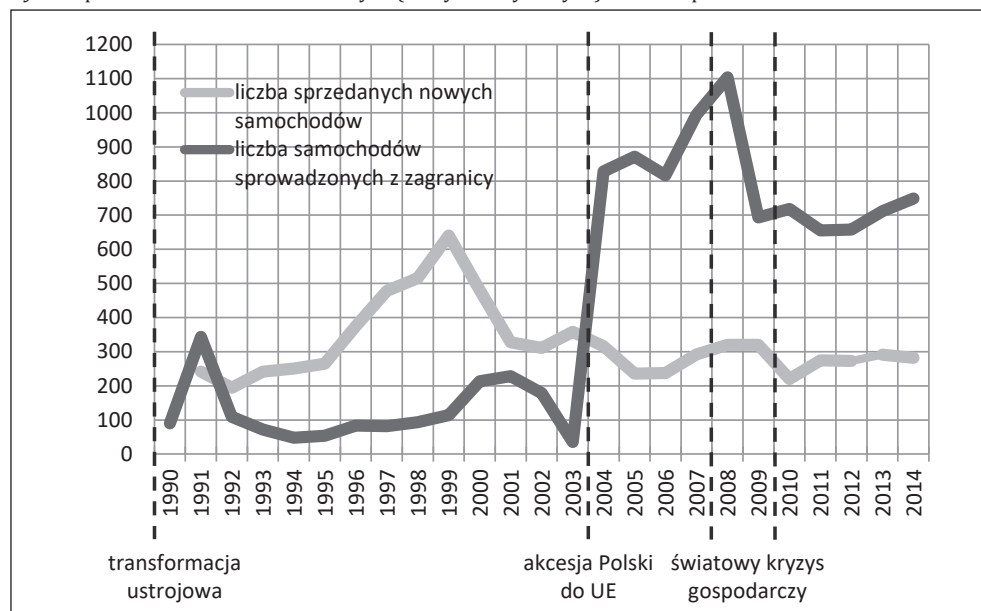
CHARAKTERYSTYKA RYNKU SAMOCHODÓW OSOBOWYCH W POLSCE W WYMIARZE CZASOWYM I PRZESTRZENNYM

Specyfika rynku samochodów osobowych w Polsce, podobnie jak w innych krajach Europy Środkowo-Wschodniej, wynika m.in. z faktu, że do 1990 roku rozwijał się on w warunkach gospodarki centralnie planowanej, odmiennej od gospodarki rynkowej. W zasadzie aż do lat siedemdziesiątych XX wieku podaż aut była mocno ograniczona. Jak zauważa J. Pucher (1995), samochód postrzegany był w tym czasie przez władze jako towar luksusowy – symbol kapitalizmu, materializmu i konsumpcjonizmu. W efekcie według danych Ministerstwa Komunikacji w roku 1970 na 1000 mieszkańców przypadało jedynie 15 samochodów osobowych. Co prawda w kolejnych latach (lata siedemdziesiąte i osiemdziesiąte XX wieku), ze względu na częściowe otwarcie gospodarcze Polski, samochodów osobowych zaczęło systematycznie przybywać (symbolem tego przełomu stało się rozpoczęcie masowej produkcji Fiata 126p w 1973 roku przez Fabrykę Samochodów Małolitrażowych w Bielsku Białej-Tychach), jednakże w dalszym ciągu poziom indywidualnej motoryzacji pozostawał niższy niż w krajach Europy Zachodniej. W efekcie po upadku „żelaznej kurtyny” w roku 1990 na 1000 mieszkańców przypadało 138 samochodów, podczas gdy w krajach Europy Zachodniej (UE15) wskaźnik ten wynosił 406 aut na 1000 mieszkańców (dane Banku Światowego).

Prawdziwy boom motoryzacyjny nastąpił w Polsce w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku. Transformacja ustrojowa umożliwiła włączenie gospodarki kraju w procesy globalizacyjne i integracyjne, co znacząco wpłynęło na kształtowanie się rynku. Rynek samochodowy w stosunkowo krótkim czasie przeszedł trzy momenty krytyczne (transformacja ustrojowa, akcesja do UE, kryzys światowy w latach 2008–2010). Za każdym razem zasadniczo zmieniały one sytuację na tym rynku (ryc. 1).

Otwarcie granic, będące efektem transformacji ustrojowej, pozwoliło na oferowanie przez rynek znacznie większej liczby marek i modeli samochodów, a także na import używanych aut z zagranicy. Na systematyczny wzrost liczby aut w tym czasie wpłynęła poprawa sytuacji gospodarczej kraju (w latach 1990–1999 poziom PKB wzrósł o 88%), co przyczyniło się do wzrostu zarobków oraz stopniowej poprawy jakości życia mieszkańców. Nie bez znaczenia był szybki przyrost liczby małych i średnich przedsiębiorstw. T. Komornicki (2003) zwraca również uwagę, że posiadanie samochodu stało się dla wielu osób wyznacznikiem prestiżu i pozycji społecznej. W efekcie w ciągu dziesięciu lat (1990–1999) liczba samochodów osobowych w Polsce wzrosła o 76%. Co ciekawe, w tym okresie Polacy stosunkowo chętnie kupowali nowe auta (w 1999 roku ich sprzedaż przekroczyła 640 tys. sztuk), natomiast liczba samochodów

Ryc. 1. Sprzedaż samochodów osobowych (nowych i używanych) w Polsce po 1990 roku



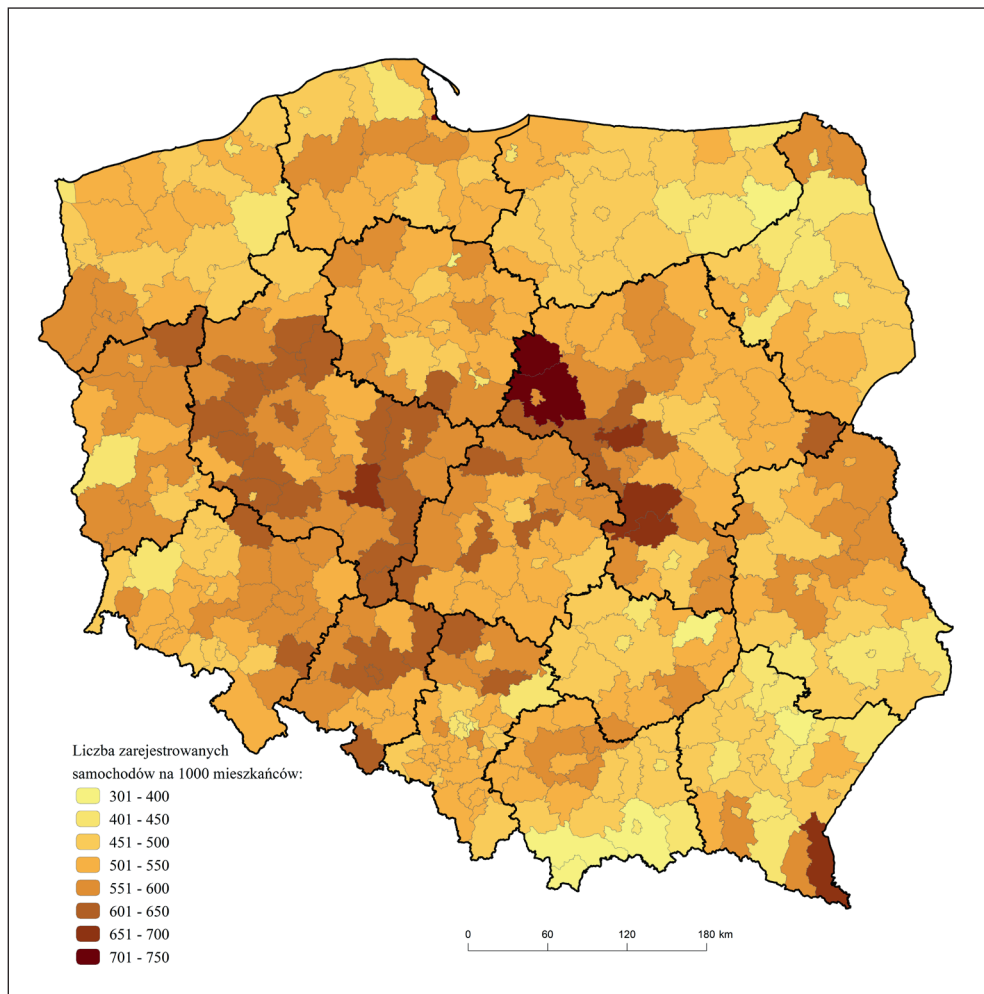
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Samar (2016) oraz bazy CEPIK (2016)

importowanych z zagranicy była ściśle powiązana z wysokością obowiązujących w tym czasie opłat celnych (Klimowska, Klose, 2007). Spowodowało to duże wahania roczne w liczbie sprowadzanych do Polski aut (ryc. 1).

Sytuacja uległa znaczącej zmianie po akcesji Polski do Unii Europejskiej (Mutrynowski, 2015). W pierwszym roku członkostwa sprowadzono ponad 800 tys. samochodów używanych (głównie z innych krajów wspólnoty), a w rekordowym 2008 roku – ponad 1,1 mln. Jednym ze skutków dużej skali importu używanych pojazdów z zagranicy był wzrost przeciętnego wieku samochodu w Polsce – według danych Samar w 2014 roku wyniósł on aż 14,2 roku. W efekcie masowego sprowadzania samochodów używanych spadła liczba sprzedanych nowych pojazdów. Automatycznie przełożyło się to na problemy producentów oraz dealerów. Dodatkowo złą sytuację branży pogłębiła pogarszająca się koniunktura gospodarcza związana ze światowym kryzysem finansowym (Merkisz, 2009). W rezultacie w 2010 roku odnotowano najmniejszą od początku lat dziewięćdziesiątych liczbę sprzedanych nowych aut.

Mimo załamania na rynku po roku 2008 liczba zarejestrowanych w Polsce samochodów osobowych systematycznie rosła, osiągając w 2014 roku poziom 520 pojazdów na 1000 mieszkańców. Warto zauważyć, że w ciągu ostatniego ćwierćwiecza (lata 1990–2014) bezwzględna liczba zarejestrowanych pojazdów zwiększyła się niemal czterokrotnie. Samochód przestał być dobrem luksusowym, a stał się podstawowym wyposażeniem gospodarstw domowych. Według przygotowanego przez GUS raportu (*Sytuacja gospodarstw domowych...*, 2016) w 2014 roku aż 62% gospodarstw domowych dysponowało własnym autem (dla porównania w 2000 roku było to 47%, a w 1990 roku – 35%). Odsetek ten na obszarach wiejskich był wyższy niż w miastach (odpowiednio 71,6% i 57,3%). Stosunkowo najwięcej gospodarstw domowych wyposażonych w samochód znajdowało się w województwach podkarpackim (71%),

Ryc. 2. Samochody osobowe zarejestrowane w Polsce w 2015 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy CEPiK (2016)

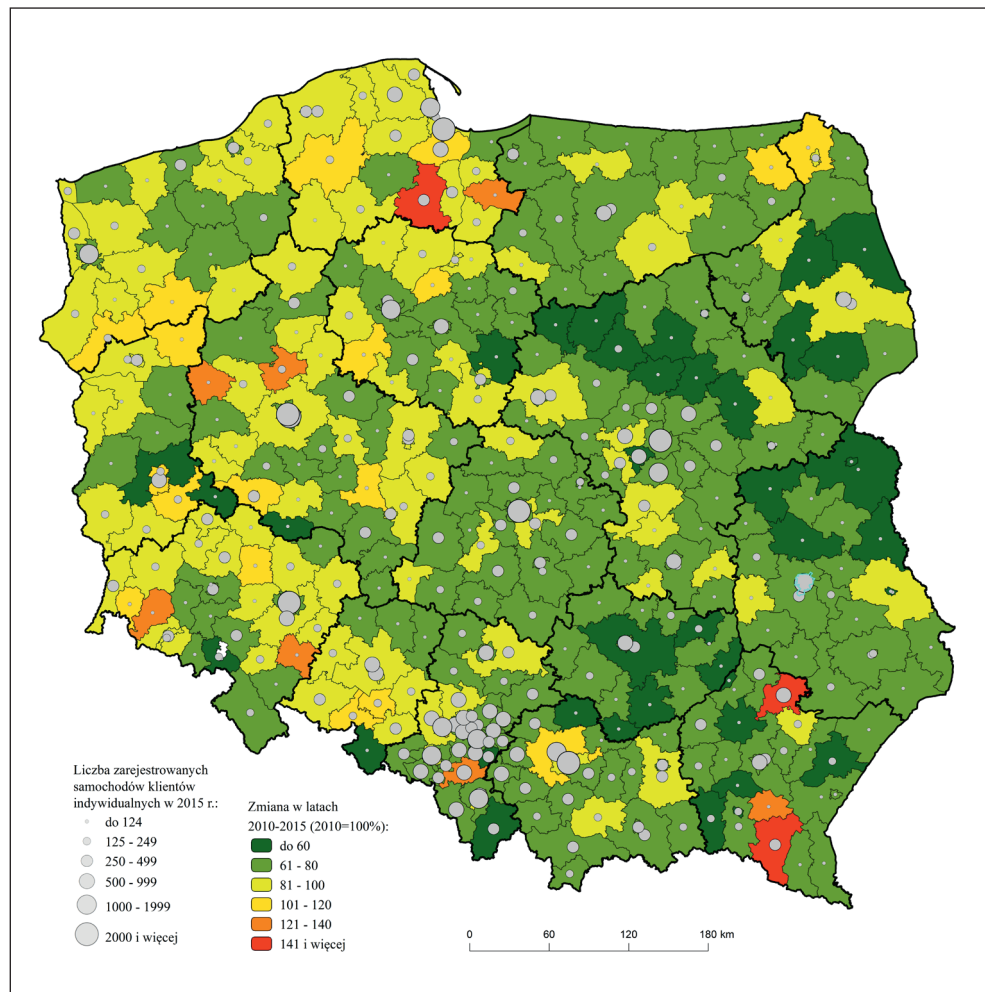
wielkopolskim (68%) oraz lubelskim (67%)¹. Z kolei najniższe wartości procentowe zanotowano w województwach: zachodniopomorskim (52%), warmińsko-mazurskim (55%) i dolnośląskim (55%).

Zróznicowany poziom motoryzacji w różnych częściach Polski potwierdzają również dane o rejestracjach samochodów z Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców (ryc. 2). Należy przy tym zaznaczyć, że statystyki te nie w pełni oddają stan faktyczny². Poza nielicznymi wyjątkami, najmniej samochodów osobowych (w przeliczeniu na

¹ Duża liczba zarejestrowanych samochodów na 1 gospodarstwo domowe w województwach podkarpackim i lubelskim może wynikać z ich położenia w polsko-ukraińskiej strefie przygranicznej. Ze względów proceduralnych wielu Ukraińców kupuje i rejestruje samochody w Polsce, a eksploatuje za granicą.

² T. Komornicki (2011) zwraca uwagę, że wiele pojazdów, które znajdują się w ewidencji, od dawna nie jest już eksploatowanych. Trudno jednak oszacować skalę tego zjawiska w różnych częściach Polski. Dodatkowe trudności w interpretacji zróżnicowań międzyregionalnych wynikają ze specyfiki rynku, np. znacznej skali reeksportu w niektórych regionach kraju.

Ryc. 3. Wielkość i dynamika sprzedaży nowych samochodów osobowych dla klientów indywidualnych



Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy CEPiK (2016)

liczbę mieszkańców) zarejestrowano w powiatach Polski Wschodniej. Z kolei największa liczba rejestracji charakterystyczna była dla powiatów położonych w centralnej i zachodniej części kraju. Warto zauważyć, że wartość wskaźnika nie była powiązana z wielkością jednostki terytorialnej. Najwięcej samochodów osobowych zarejestrowano w powiatach sierpeckim, plockim oraz w Sopocie (powyżej 700 na 1000 mieszkańców w 2015 roku). Z kolei najniższe wartości – poniżej 380 – odnotowano dla powiatów ełckiego, nowotarskiego oraz dla Białegostoku.

Podobnie przedstawiał się przestrzenny rozkład dynamiki sprzedaży nowych pojazdów na rynku klientów indywidualnych (ryc. 3). Dane z lat 2010–2015 potwierdzają znaczne różnice występujące pomiędzy wschodnią a zachodnią częścią kraju. W większości powiatów położonych w województwach lubelskim, małopolskim, mazowieckim, podlaskim, świętokrzyskim i podkarpackim doszło do dużych spadków liczby sprzedanych nowych samochodów. Dotyczyło to zarówno powiatów z niewielką

liczbą ludności, jak i dużych miast (np. Lublina i Białegostoku). W tym samym czasie w większości powiatów Polski Zachodniej zaobserwować można było jedynie niewielkie wahania sprzedaży nowych aut wśród klientów indywidualnych.

Warto też zauważyć, że w 2015 roku najwięcej nowych pojazdów sprzedano na obszarach znacznej koncentracji ludności, czyli przede wszystkim w dużych miastach i powiatach położonych w ich bezpośredniej bliskości. W dalszym ciągu jednak rynek nowych samochodów w Polsce jest stosunkowo niewielki (nawet po uwzględnieniu zakupów klientów flotowych). W 2015 roku całkowita sprzedaż nowych aut (w przeliczeniu na liczbę mieszkańców) była trzykrotnie mniejsza niż średnia dla wszystkich krajów Unii Europejskiej (według danych European Automobile Manufacturers' Association).

IDENTYFIKACJA CZYNNIKÓW WPŁYWAJĄCYCH NA SPRZEDAŻ SAMOCHODÓW OSOBOWYCH

Wielkość sprzedaży nowych samochodów jest uzależniona od dwóch grup czynników. Pierwsza grupa to atrybuty związane z samym produktem, takie jak cena, marka, poziom bezpieczeństwa, poziom zaawansowania technologicznego. Natomiast drugą grupę stanowią uwarunkowania społeczno-ekonomiczne, wśród których wymienić można m.in. czynniki demograficzne, dochody konsumentów, poziom rozwoju lokalnego i urbanizacji, stopień zaspokojenia potrzeb motoryzacyjnych oraz ceny dóbr komplementarnych. Czynniki te (o uniwersalnym charakterze, oddziałujące w każdych warunkach społeczno-gospodarczych) zidentyfikowane zostały na podstawie przeglądu literatury, a następnie były przedmiotem analiz ekonometrycznych. Poniżej prezentujemy syntetyczny przegląd literatury przedstawiający dotychczasowe wyniki badań w tym zakresie.

Wśród czynników, które mają wpływ na wielkość popytu na samochody, wyróżnić można:

1. **Czynniki demograficzne.** Wyniki dotychczasowych badań pokazują, że wielkość popytu na samochody jest pozytywnie zależna od przyrostu rzeczywistego ludności (Yagi, Managi, 2016) oraz migracji (Motte-Baumvol, Massot, Byrd, 2010; Bul, 2014). Ponadto A. Prskawetz, J. Leiwen, B.C. O'Neill (2004) wykazali także znaczenie struktury wieku członków gospodarstw domowych, a A. Carlsson-Kanyama i A.L. Linden (1999) – struktury według płci, pokazując, że starsze kobiety wykorzystują samochody znacznie rzadziej niż mężczyźni w średnim wieku.
2. **Dochody konsumentów.** Dochód jest jednym z podstawowych czynników popytu analizowanym przez ekonomistów (Samuelson, Nordhaus, 1991) i ma najczęściej pozytywny wpływ na wielkość sprzedaży. Badania, które dość jednoznacznie wykazały istnienie relacji między poziomem dochodów a wielkością sprzedaży samochodów, były prowadzone m.in. przez C.A. Dahla i T. Sternera (1991), J. Dargay (2001), J. Dargay i D. Gatelyego (1999), A. Matas i J.L. Raymond (2008) oraz A. Nolan (2010). Brak danych pierwotnych na temat dochodów mieszkańców wiąże się z tym, że w analizach znaczenia tego zjawiska korzysta się często (w tym także w niniejszym artykule) z danych pochodnych, pokazujących np. wielkość wpływów z podatku dochodowego dla danej jednostki lokalnej.
3. **Poziom rozwoju lokalnego.** Wysoki poziom rozwoju pozytywnie wpływa na wielkość sprzedaży aut. Istnieje wiele prac empirycznych potwierdzających ten

związek (Medlock, Soligo, 2001; 2002; Lescaroux, 2010). Związek ten jest jednak uzależniony od elastyczności cenowej popytu oraz poziomu nasycenia rynku (jest zatem zróżnicowany w różnych krajach i regionach).

4. **Poziom urbanizacji.** Wysoka koncentracja ludności w pewnych miejscach wpływa na wielkość rynku, co prowadzi do zwiększenia sprzedaży samochodów (Daganzo, 2014). Z drugiej strony postępujący proces suburbanizacji prowadzi do zmian stylu życia ludzi, co przejawia się m.in. wzrostem mobilności i potrzeb motoryzacyjnych, a tym samym zmianami popytu na samochody (Gordon, Richardson, 1995; Sheller, Urry, 2000; Glaeser, Kahn, 2004).
5. **Poziom zaspokojenia potrzeb motoryzacyjnych.** Charakter wpływu tego czynnika nie jest jednoznaczny. Z jednej strony, wysoki poziom nasycenia może obniżyć poziom zapotrzebowania konsumentów na samochody. Jednak z drugiej strony, ten wysoki poziom może prowadzić do sytuacji, w której konsumenci będą zgłaszać większy popyt, wynikający z chęci zastąpienia posiadanych aut nowymi (popyt odtworzeniowy). Jak pokazują wcześniejsze badania, współczesny rynek motoryzacyjny jest stymulowany przede wszystkim właśnie tym rodzajem popytu (Volpato, Stochetti, 2008).
6. **Cena dóbr komplementarnych.** Najbardziej oczywisty związek o charakterze komplementarnym zachodzi pomiędzy użytkowaniem samochodu a ceną benzyny. W świetle prawa popytu niższe ceny benzyny zwiększają popyt na auta i odwrotnie (Train, Winston, 2007).

W celu określenia, które z przywołanych czynników wpływają na wielkość popytu na nowe samochody, wykorzystano modele regresji wielokrotnej (wielorakiej), których parametry estymowano metodą najmniejszych kwadratów (MNK), natomiast przestrzenne zróżnicowanie zidentyfikowanych czynników szacowano za pomocą lokalnych modeli geograficznie ważonej regresji (GWR)³.

Specyfikację modelu globalnego (dla całej populacji) rozpoczęto od doboru zmiennych charakteryzujących polskie powiaty w odniesieniu do uwarunkowań społeczno-gospodarczych przedstawionych powyżej. W celu eliminacji problemu wahań przypadkowych oraz zróżnicowania wynikającego z przebiegu cykli koniunkturalnych badania przeprowadzono na bazie danych obejmujących uśrednione pięcioletnie wartości wytypowanych do modelowania cech diagnostycznych.

Za zmienną objaśnianą (endogeniczną) przyjęto liczbę nowo zarejestrowanych samochodów osobowych w poszczególnych powiatach na 1000 mieszkańców. Dane opisujące rynek samochodowy, obejmujące lata 2011–2015, pochodzą z powiatowych wydziałów komunikacji. Z kolei do zbioru zmiennych objaśniających (egzogenicznych) włączono szeroki zakres wskaźników społeczno-ekonomicznych opisujących polskie powiaty w kategoriach związanych z uprzednio zidentyfikowanymi czynnikami (łącznie 15 wskaźników). Wskaźniki egzogeniczne (czyli zmienne objaśniające) za lata 2010–2014 zaczerpnięto z oficjalnych publikacji GUS. O ostatecznej akceptacji bądź odrzuceniu potencjalnych zmiennych objaśniających decydowały kryteria statystyczne i formalne (Grabiński, Wydymus, Zeliaś, 1982). Po wyeliminowaniu czynników o niskim

³ Szczegółowe wyniki analiz ekonometrycznych opublikowano w artykule: Kudłak, R., Kisiała, W., Gaziński, J., Dyba, W., Kołsut, B., Strykiewicz, T. (2017). Społeczno-ekonomiczne i przestrzenne uwarunkowania popytu na nowe samochody w Polsce. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(68), 119–139. W niniejszym artykule uwaga zostanie poświęcona przede wszystkim wyróżnieniu różnych typów zmienności popytu na samochody osobowe.

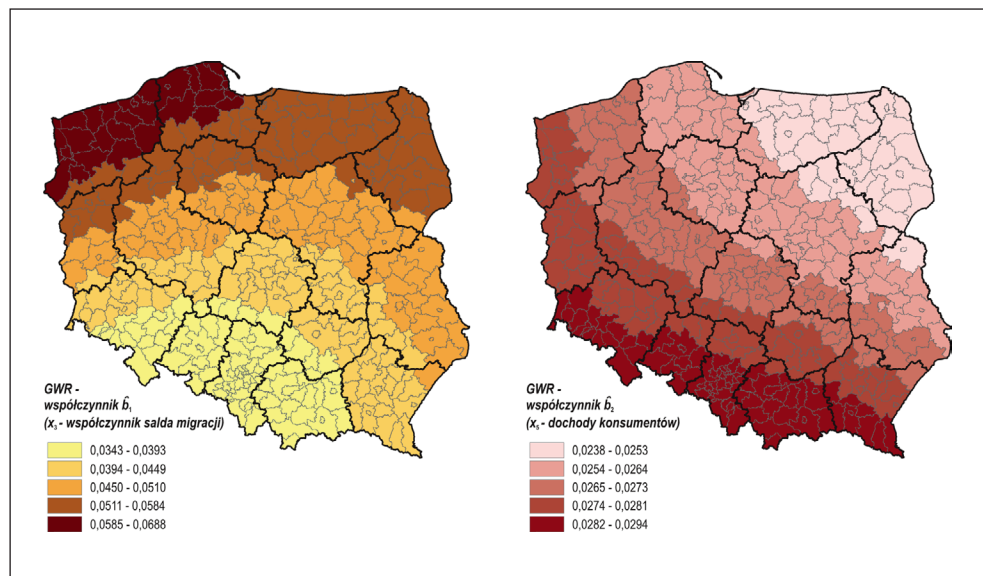
współczynnika zmienności oraz problemu współliniowości do estymacji modelu ekonometrycznego wykorzystano następujące zmienne: (1) współczynnik salda migracji (x_3) – jako zmienna reprezentująca sytuację demograficzną; (2) dochody podatkowe budżetów gmin i miast na prawach powiatu (podatek rolny i udziały w PIT) per capita (x_5) – jako zmienna określająca dochody konsumentów; (3) stopa bezrobocia rejestrowanego (x_9) – jako zmienna odnosząca się do stanu gospodarki lokalnej; oraz (4) zarejestrowane samochody osobowe na 1000 mieszkańców (x_{14}) – jako zmienna obrazująca poziom zaspokojenia potrzeb na rynku samochodowym. Oszacowano równanie regresji wielokrotnej metodą najmniejszych kwadratów, które przyjęło następującą postać:

$$\hat{y} = 10,759 + 0,048 \times x_3 + 0,027 \times x_5 - 0,240 \times x_9 - 0,012 \times x_{14}.$$

Wszystkie wymienione wyżej czynniki w istotnym statystycznie stopniu wpływały na poziom popytu na samochody ($p < 0,01$). Ujęte w modelu zmienne objaśniały ponad 70% zmienności y ($R^2 = 0,71$).

W celu identyfikacji zróżnicowania przestrzennego roli poszczególnych pozacenowych czynników kształtujących popyt na nowe samochody w Polsce oszacowano model GWR. W wyniku zastosowanej procedury estymacyjnej uzyskano zbiór 379 zlokalizowanych równań regresji oraz lokalnych miar stopnia dopasowania. Globalny współczynnik determinacji modelu GWR wyniósł 0,85, przekraczając wartość R^2 obliczoną dla modelu MNK (0,71). Z kolei lokalnie ważone R^2 wahały się od 0,68 do 0,89. Model GWR dostarczył informacji na temat pewnych globalnych (na poziomie kraju) trendów przestrzennych odnoszących się do zidentyfikowanych zmiennych objaśniających. Mapy obrazujące zróżnicowanie przestrzenne wartości lokalnych współczynników GWR (ryc. 4) pokazują, że badane czynniki w różny sposób wpływają na kształtowanie

Ryc. 4. Zmienność przestrzenna siły wpływu wybranych czynników na sprzedaż samochodów osobowych w Polsce



Źródło: opracowanie własne

się zmienności natężenia nowo rejestrowanych samochodów osobowych. Przykładowo: w przypadku współczynnika salda migracji (x_3) zmienność przestrzenna przebiegała z północy (relatywnie wyższy wpływ) na południe (mniejsza rola czynnika). Z kolei rola przeciętnego dochodu konsumentów (x_5) najbardziej zaznaczała się w powiatach zlokalizowanych wzdłuż południowej granicy Polski i malała w kierunku północno-wschodnim. Trendy te, choć interesujące z poznawczego punktu widzenia, są jednak dość trudne do interpretacji. W związku z tym kolejny krok postępowania badawczego przeprowadzony był na poziomie pojedynczych powiatów i służył wyróżnieniu różnych typów zmienności popytu na samochody osobowe.

CZASOPRZESTRZENNA TYPOLOGIA ZMIENNOŚCI POPYTU NA NOWE SAMOCHODY OSOBOWE W OPARCIU O MODELE ANALIZY HARMONICZNEJ

Analiza harmoniczna opiera się na teorii i zastosowaniach szeregu Fouriera, dzięki któremu możliwe jest rozłożenie funkcji okresowej na sumę funkcji trygonometrycznych. W prognozowaniu możliwość ta wykorzystywana jest do szacowania i ekstrapolacji modeli ekonometrycznych uwzględniających trend, stały (przeciętny) poziom zjawiska oraz wahania periodyczne. Analiza harmoniczna wykorzystuje metody analityczne dekompozycji szeregu czasowego, w których poszczególne składowe wyraża się za pomocą funkcji matematycznej, na podstawie merytorycznego jej dopasowania do wartości obserwowanych (Stein, Weiss, 1971; Fumi, Pepe, Scarabotti, Schiraldi, 2013).

Prognozowanie z wykorzystaniem analizy harmonicznej polega na oszacowaniu modelu składającego się z sumy tzw. harmonik, czyli funkcji sinusoidalnych lub cosinusoidalnych o danych okresach. W przypadku n-elementowego szeregu czasowego liczba harmonik równa jest $n/2$. Pierwsza harmonika ma okres równy długości badanego okresu (n), druga – połowie tego okresu ($n/2$), trzecia – jednej trzeciej okresu ($n/3$) itd.

Ogólną postać szacowanego w analizie harmonicznej modelu można zapisać w postaci (Zeliaś, Pawełek, Wanat, 2003: 89):

$$y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^{\frac{n}{2}} A_i \cos\left(\frac{2\pi}{n}t - \delta_i\right)$$

gdzie:

i – numer harmoniki,

α_0 – poziom średni,

A_i – amplituda i -tej harmoniki (moduł z największej różnicy między wartością i -tej harmoniki a poziomem średnim α_0),

δ_i – faza i -tej harmoniki (przesunięcie najwyższego lub najniższego punktu i -tej harmoniki względem początku układu współrzędnych w lewo lub w prawo),

t – wartości zmiennej czasowej ($t = 1, 2, 3, \dots$).

Korzystając z własności funkcji trygonometrycznych, zapis modelu składowej periodycznej szeregu można przedstawić w formie równania:

$$y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^{\frac{n}{2}} \left[\alpha_i \sin\left(\frac{2\pi}{n}it\right) + \beta_i \cos\left(\frac{2\pi}{n}it\right) \right]$$

gdzie:

i – numer harmoniki,

$\alpha_0, \alpha_i, \beta_i$ – parametry strukturalne modelu,

t – wartości zmiennej czasowej ($t = 1, 2, 3, \dots$).

Powyższy model odnosi się do sytuacji, w której wahania okresowe oscylowały wokół stałego (przeciętnego) poziomu zjawiska, reprezentowanego przez parametr α_0 . W rzeczywistości szereg czasowy może dodatkowo cechować tendencja rozwojowa. W celu uwzględnienia trendu w analizie harmonicznej należy wykorzystać model postaci:

$$y_t = f(t) + \sum_{i=1}^{\frac{n}{2}} \left[\alpha_i \sin\left(\frac{2\pi}{n} it\right) + \beta_i \cos\left(\frac{2\pi}{n} it\right) \right]$$

gdzie:

$f(t)$ – funkcja trendu,

α_i, β_i – parametry strukturalne modelu,

i – numer harmoniki

t – wartości zmiennej czasowej ($t = 1, 2, 3, \dots$).

Parametry modeli szacuje się metodą najmniejszych kwadratów oraz poddaje weryfikacji w postaci testowania istotności statystycznej ich oszacowań. W ostatecznej wersji uwzględnia się tylko te harmoniki (plus ewentualnie trend, jeśli był obecny w szeregu czasowym), których udział w wyjaśnieniu wariancji prognozowanej zmiennej jest największy (Zeliaś, Pawełek, Wanat, 2003).

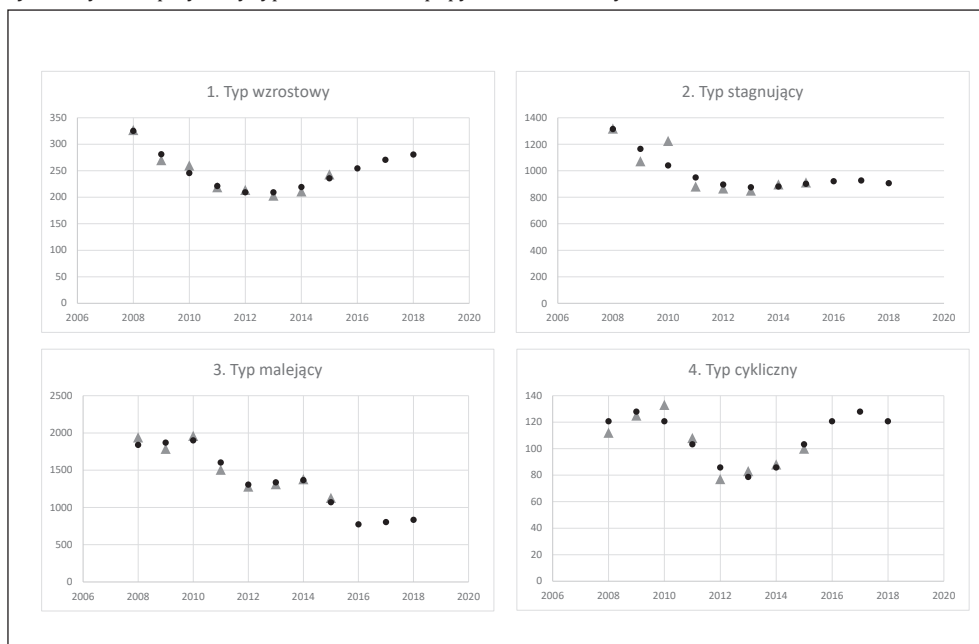
W prezentowanym badaniu wykorzystano analizę harmoniczną w celu znalezienia dla każdego badanego powiatu funkcji najlepiej dopasowanej do zmienności popytu na samochody w okresie 2008–2015. Oszacowane funkcje harmoniczne wykorzystane zostały następnie do predykcji wielkości popytu w kolejnych latach (2016–2018).

Objętość oraz metodologiczny charakter artykułu uniemożliwiają prezentację szczegółowych wyników badań. Jednak wśród analizowanych powiatów wyróżnić można cztery typy, które są do siebie podobne pod względem zmienności popytu na nowe samochody (ryc. 5): (1) typ wzrostowy, (2) typ stagnujący, (3) typ malejący oraz (4) typ cykliczny⁴.

Do typu wzrostowego zaliczyć można te powiaty, w których zarówno wielkość zrealizowanego popytu w ciągu kilku ostatnich lat, jak i prognoza oparta o analizę harmoniczną, wykazywały nieprzerwaną tendencję rosnącą. Przykładem typu 1 jest miasto Ostrołęka (na prawach powiatu, w województwie mazowieckim). Model zbudowany na podstawie funkcji harmonicznej cechował współczynnik determinacji na poziomie 90%, co sugeruje wysoki stopień dopasowania estymowanej funkcji oraz, jak można przypuszczać, akceptowalny poziom skuteczności prognozowania. Z kolei typ 2 obejmuje powiaty, które od kilku lat cechuje stała wielkość popytu na samochody, a oszacowane prognozy wskazują, że poziom ten będzie utrzymywał się w kolejnych latach. Do tego typu powiatów zaliczał się m.in. powiat krasnostawski w województwie lubelskim. Typ 3 powiatów to te jednostki, w których obserwowany jest postępujący spadek

⁴ Na prezentowanych wykresach (ryc. 5) trójkątami przedstawiona została rzeczywista wielkość popytu na nowe samochody w okresie 2008–2015, natomiast kropkami – wielkość popytu estymowana na lata 2016–2018 za pomocą modelu analizy harmonicznej.

Ryc. 5. Wybrane przykłady typów zmienności popytu na samochody osobowe



Źródło: opracowanie własne

popytu na nowe samochody, a oszacowane prognozy sugerują dalsze spadki. Powiatem należącym do tej kategorii jest na przykład powiat makowski w województwie mazowieckim. Wreszcie typ 4 obejmuje powiaty, w których wielkość popytu na nowe samochody waha się cyklicznie. Do tego typu zaliczyć można m.in. powiat piski położony w województwie warmińsko-mazurskim.

WNIOSKI I KIERUNKI PRZYSZŁYCH BADAŃ

Przeprowadzone postępowanie badawcze pozwoliło zidentyfikować czynniki, które mają wpływ na wielkość popytu na nowe samochody na rynku pierwotnym w Polsce. Były to: poziom dochodów konsumentów, uwarunkowania demograficzne, poziom rozwoju lokalnego oraz poziom nasycenia rynku. Wykorzystanie metod analizy przestrzennej pokazało jednak, że wyżej wymienione czynniki oddziałują w różny sposób w różnych układach przestrzennych.

Niewątpliwym ograniczeniem prezentowanego badania jest fakt, że analizowany był wyłącznie rynek pierwotny, podczas gdy stanowi on jedynie część całego rynku samochodowego. Również zastosowana metoda analizy harmonicznej wiąże się z pewnymi ograniczeniami. Jednym z nich jest stosunkowo krótki okres ujęty w badaniu, co może mieć wpływ na poziom dopasowania funkcji oraz skuteczność prognozowania na kolejne lata. Innym ograniczeniem jest fakt, że metoda ta znajduje zastosowanie wówczas, gdy badane zjawisko wykazuje pewną cykliczność. W przypadku niektórych badanych powiatów cykliczność ta i wynikający z niej stopień dopasowania funkcji były stosunkowo niewielkie.

Prezentowane wyniki badań są efektem projektu, który jest aktualnie w trakcie realizacji. W kolejnych etapach analizowany będzie cały rynek samochodów osobowych, w tym rynek wtórny oraz tzw. rynek flotowy. Rozszerzony zostanie również zakres czasowy, który obejmie cały okres od początku transformacji gospodarczej w Polsce, czyli lata 1990–2015. Uwzględnione zostaną ponadto dodatkowe czynniki, które mogą wpływać na wielkość popytu, takie jak migracje wahadłowe i dostępność komunikacyjna. Określenie charakteru wpływu wybranych uwarunkowań na rynek samochodowy w jego wymiarze czasowym i przestrzennym (zwłaszcza specyfiki uwarunkowań regionalnych i lokalnych) wymagać też będzie dalszego doskonalenia aparatu metodologicznego.

Literatura

References

- Bul, R. (2014). *Migracje wahadłowe mieszkańców aglomeracji poznańskiej*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Carlsson-Kanyama, A., Linden, A.L. (1999). Travel patterns and environmental effects now and in the future: Implications of differences in energy consumption among socio-economic groups. *Ecological Economics*, 30, 405–417.
- CEPIK (2016, 31 grudnia). Centralna Ewidencja Pojazdów i Kierowców. Pozyskano z <http://www.cepik.gov.pl/statystyki>
- Chojnicki, Z. (1973). Założenia i perspektywy rozwoju geografii ekonomicznej. *Przegląd Geograficzny*, 45(1), 3–27.
- Chojnicki, Z. (1999). *Podstawy metodologiczne i teoretyczne geografii*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Daganzo, C. (2014). *Multinomial probit: the theory and its application to demand forecasting*. Holandia: Elsevier.
- Dahl, C.A., Sterner, T. (1991). Analysing gasoline demand elasticities: A survey. *Energy Economics*, 13(3), 203–210.
- Dargay, J.M. (2001). The effect of income on car ownership: evidence of asymmetry. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 35(9), 807–821.
- Dargay, J., Gately, D. (1999). Income's effect on car and vehicle ownership, worldwide: 1960–2015. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 33(2), 101–138.
- Domański, B., Guzik, R., Gwosdz, K. (2005). The new spatial organization of automotive industry in Poland in the context of its changing role in Europe. *Studia Regionalia*, 15, 153–171.
- Domański, B., Guzik, R., Gwosdz, K., Dej, M. (2013). The crisis and beyond: the dynamics and restructuring of automotive industry in Poland. *International Journal of Automotive Technology and Management*, 13(2), 151–166.
- European Automobile Manufacturers' Association (2016, 31 grudnia). Pozyskano z <http://www.acea.be/>
- Fumi, A., Pepe, A., Scarabotti, L., Schiraldi, M.M. (2013). Fourier Analysis for Demand Forecasting in a Fashion Company. *International Journal of Engineering Business Management*, 5(30), 1–10. DOI: 10.5772/56839
- Glaeser, E.L., Kahn, M.E. (2004). Sprawl and urban growth. W: *Handbook of Regional and Urban Economics*, 4, 2481–2527.
- Gordon, P., Richardson, H.W. (1995). *Sustainable congestion*. School of Urban and Regional Planning. University of Southern California.
- Grabiński, T., Wydymus, S., Zeliaś, A. (1982). *Metody doboru zmiennych w modelach ekonometrycznych*. Warszawa: PWN.
- Gwosdz, K., Micek, G. (2010). Spatial agglomerations in the Polish automotive industry. *Przegląd Geograficzny*, 82(2), 159–190.
- Klimowska, R., Klose, L.J. (2007). Polityka fiskalna i pieniężna jako czynniki determinujące popyt na rynku samochodów osobowych w Polsce w latach 1993–2003. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, 742, 99–109.

- Komornicki, T. (2003). Factors of development of car ownership in Poland. *Transport Reviews*, 23(4), 413–431.
- Komornicki, T. (2011). *Przemiany mobilności codziennej Polaków na tle rozwoju motoryzacji*. Warszawa: Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania Polskiej Akademii Nauk.
- Kudlak, R., Kisiała, W., Gadziński, J., Dyba W., Kołsut, B., Stryjakiewicz, T. (2017). Społeczno-ekonomiczne i przestrzenne uwarunkowania popytu na nowe samochody w Polsce. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(68), 119–139.
- Lescaroux, F. (2010). Car ownership in relation to income distribution and consumers' spending decisions. *Journal of Transport Economics and Policy*, 44(2), 207–230.
- Matas, A., Raymond, J. L. (2008). Changes in the structure of car ownership in Spain. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42(1), 187–202.
- Medlock, K.B., Soligo, R. (2001). Economic development and end-use energy demand. *Energy Journal*, 22(2), 77–105.
- Medlock, K.B., Soligo, R. (2002). Car ownership and economic development with forecasts to the year 2015. *Journal of Transport Economics and Policy*, 36(2), 163–188.
- Merkisz, J. (2009). The automotive market in the time of global economic crisis. *Combustion Engines*, 3, 3–13.
- Motte-Baumvol, B., Massot, M.H., Byrd, A.M. (2010). Escaping car dependence in the outer suburbs of Paris. *Urban Studies*, 47(3), 604–619.
- Mutrynowski, T. (2015). Rynek samochodów osobowych w Polsce. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 1, 91–101.
- Nolan, A. (2010). A dynamic analysis of household car ownership. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 44(6), 446–455.
- Prskawetz, A., Leiwen, J., O'Neill, B.C. (2004). Demographic composition and projections of car use in Austria. W: *Vienna Yearbook of Population Research*, 175–201.
- Pucher, J. (1995). The road to ruin? Impacts of economic shock therapy on urban transport in Poland. *Transport Policy*, 2(1), 5–13.
- Samar (2016, 31 grudnia). Instytut Badań Rynku Motoryzacyjnego. Pozyskano z <https://www.samar.pl/>
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (1991). *Ekonomia*. Poznań: Rebis.
- Sheller, M., Urry, J. (2000). The city and the car. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(4), 737–757.
- Stein, E., Weiss, G. (1971). *Introduction to Fourier Analysis on Euclidean Spaces*. Princeton: Princeton University Press.
- Sytuacja gospodarstw domowych w 2015 roku w świetle wyników badania budżetów gospodarstw domowych* (2016). Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Train, K.E., Winston, C. (2007). Vehicle Choice Behavior and the Declining Market Share of U.S. Automakers. *International Economic Review*, 48(4), 1469–1496.
- Volpato, G., Stochetti, A. (2008). Managing product life cycle in the auto industry: evaluating carmakers effectiveness. *International Journal of Automotive Technology and Management*, 8(1), 22–41.
- Wójtowicz, M., Rachwał, T. (2014). Globalization and new centers of automotive manufacturing – the case of Brazil, Mexico, and Central Europe. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 25, 81–107.
- Yagi, M., Managi, S. (2016). Demographic determinants of car ownership in Japan. *Transport Policy*, 50, 37–53.
- Zeliaś, A., Pawełek, B., Wanat, S. (2003). *Prognozowanie ekonomiczne. Teoria. Przykłady. Zadania*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Artykuł powstał w ramach realizacji grantu badawczego: Wymiar przestrzenny (r)ewolucji na rynku samochodowym w Polsce, finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki (nr projektu 2016/23/B/HS4/00710).

Tadeusz Stryjakiewicz, prof. dr hab., Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, profesor nauk o Ziemi w zakresie geografii, kierownik Zakładu Polityki Regionalnej i Integracji Europejskiej. Zainteresowania badawcze: geografia ekonomiczna, gospodarka przestrzenna, lokalizacja i przestrzenność

organizacja działalności gospodarczej, rozwój regionalny i lokalny, innowacyjność gospodarki i rozwój sektora kreatywnego.

Tadeusz Strykiewicz, full professor at Adam Mickiewicz University in Poznań, Faculty of Geographical and Geological Sciences, Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management; professor in Earth sciences (geography), head of the Department of Regional Policy and European Integration. Research interests: economic geography, spatial management, location and spatial organisation of economic activities, regional and local development, innovativeness of the economy and development of the creative sector.

Robert Kudłak, dr, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, Zakład Polityki Regionalnej i Integracji Europejskiej. Zainteresowania badawcze: zachowania organizacji, społeczna odpowiedzialność biznesu, teorie instytucjonalne. W latach 2010–2014 *post doc* na Vienna University of Economics and Business (Wiedeń, Austria). Stypendysta Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego dla wybitnych młodych naukowców w 2016 roku.

Robert Kudłak, Ph.D., Adam Mickiewicz University in Poznań, Faculty of Geographical and Geological Sciences, Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management, Department of Regional Policy and European Integration. Research interests: organizational behaviour, Corporate Social Responsibility, institutional theories. From 2010 to 2014 a postdoc at the Vienna University of Economics and Business (Vienna, Austria). In 2016 he was awarded a scholarship of the Ministry of Science and Higher Education for the outstanding young scholars.

Jędrzej Gadziński, dr, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, Zakład Polityki Regionalnej i Integracji Europejskiej. Jego zainteresowania badawcze obejmują szeroko rozumianą problematykę transportową, kwestie związane z procesami urbanizacyjnymi, a także możliwości wykorzystania nowych technologii geoinformacyjnych w analizach społeczno-ekonomicznych. W 2016 roku laureat stypendium START Fundacji na rzecz Nauki Polskiej.

Jędrzej Gadziński, Ph.D., Adam Mickiewicz University in Poznań, Faculty of Geographical and Geological Sciences, Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management, Department of Regional Policy and European Integration. His research interests focus on a wide variety of topics relating to transportation issues, as well as on urbanisation processes, and using GIS in socio-economic analyses. In 2016 he was awarded with the START scholarship funded by the Foundation for Polish Science.

Bartłomiej Kołsut, dr, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, Zakład Polityki Regionalnej i Integracji Europejskiej. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół teorii instytucjonalnej, teorii sieci, metodologii badań społecznych, współpracy międzygminnej, planowania strategicznego na poziomie lokalnym oraz rewitalizacji miast.

Bartłomiej Kołsut, Ph.D., Adam Mickiewicz University in Poznań, Faculty of Geographical and Geological Sciences, Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management, Department of Regional Policy and European Integration. His research interests focus on the institutional theory, network theory, social research methodology, inter-municipal cooperation, local strategic planning and urban revitalisation.

Wojciech Dyba, dr inż., Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, Zakład Polityki Regionalnej i Integracji Europejskiej. W pracy badawczej zajmuje się tematyką klastrów w gospodarce, polityką regionalną oraz strategiami rozwoju regionalnego i lokalnego. W 2015 roku stypendysta Fundacji UAM.

Wojciech Dyba, Ph.D., Eng., Adam Mickiewicz University in Poznań, Faculty of Geographical and Geological Sciences, Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management, Department of Regional Policy and European Integration. In his research he deals with clusters, regional policy and strategies for local and regional development. In 2015 he was awarded a scholarship of the Adam Mickiewicz University Foundation.

Adres/address:

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
Zakład Polityki Regionalnej i Integracji Europejskiej
ul. Bogumiła Krygowskiego 10, 61-680 Poznań, Polska
e-mail: tadek@amu.edu.pl (T. Stryjakiewicz)
e-mail: rkudlak@amu.edu.pl (R. Kudlak)
e-mail: jedgad@amu.edu.pl (J. Gadziński)
e-mail: bartkol@amu.edu.pl (B. Kołsut)
e-mail: wojtek@amu.edu.pl (W. Dyba)

Wojciech Kisiała, dr, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Zarządzania, Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół wykorzystania metod analizy przestrzennej, geograficznych systemów informacji oraz modeli ekonometrii przestrzennej w badaniach zróżnicowania terytorialnego oraz dynamiki wzrostu i rozwoju gospodarczego, nierówności regionalnych, dostępności przestrzennej, a także polityki regionalnej UE. Ukończył studia podyplomowe z zakresu statystycznej analizy danych oraz zarządzania funduszami UE.

Wojciech Kisiała, Ph.D., Poznań University of Economics and Business, Faculty of Management, Department of Spatial and Environmental Economics. His current research focuses on the application of methods of spatial analysis, geographical information systems, and spatial econometrics in the study of spatial aspects of the economic growth and development, regional inequalities, spatial accessibility, and the EU regional policy. He has completed postgraduate studies in statistics and management of the EU funds.

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Wydział Zarządzania
Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej
Al. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, Polska
e-mail: wojciech.kisiala@ue.poznan.pl

TADEUSZ BOCHEŃSKI
Uniwersytet Szczeciński, Polska
University of Szczecin, Poland

Funkcjonowanie rejonów przeładunkowych na styku sieci kolejowych o rozstawie torów 1435 i 1520 mm w Europie

The Operation of Handling Areas of 1435 mm and 1520 mm Gauge Railways in Europe

Streszczenie: Przedmiotem badań była infrastruktura przeładunkowa na styku sieci kolejowych o rozstawie torów 1435 mm i 1520 mm. Celem pracy było zbadanie potencjału rejonów przeładunkowych. Zakres przestrzenny pracy objął kraje europejskie, gdzie stykały się badane systemy kolejowe. Szczegółowo przeanalizowano infrastrukturę na terenie krajów należących do Unii Europejskiej. Dokonano inwentaryzacji na podstawie informacji publikowanych przez operatorów terminali przeładunkowych, materiałów kartograficznych i badań terenowych. Zidentyfikowano łącznie 40 rejonów przeładunkowych (w tym 23 w krajach UE), w których funkcjonowały różnego rodzaju terminale. Najlepiej rozwinięte były rejon: Małaszewicze, Przemyśl i LHS w Polsce, Czerna na Słowacji i Zahony na Węgrzech. W obrębie części rejonów przeładunkowych znajdowały się duże miasta, takie jak Jassy i Galati w Rumunii, Koszyce na Słowacji, Kowno na Litwie oraz konurbacja górnośląska w Polsce – do której dochodziła linia LHS. Wykorzystanie badanej infrastruktury uzależnione było od wielkości wymiany handlowej oraz uwarunkowań geopolitycznych. Pomimo funkcjonowania systemów zmiany wózków i rozstawu kół wagonów większość ładunków była przeładowywana.

Abstract: The subject of research was the reloading infrastructure at the interface railway gauge 1435 mm and 1520 mm. The aim of the study was to investigate the potential of transshipment areas. The spatial scope of work included European countries, where the studied rail systems meet. The infrastructure in the EU countries was analysed in detail. Inventory was made based on information published by the operators of terminals, cartographic materials and field studies. This allowed for the identification of a total of 40 handling districts (including 23 in the EU), in which different types of terminals function. The most developed regions were: Małaszewicze, Przemyśl and LHS in Poland, Cierna in Slovakia and Zahony in Hungary. Some parts of the handling areas included large cities such as Iasi and Galati in Romania, Kosice in Slovakia, Kaunas in Lithuania, and the conurbation of Upper Silesia in Poland, which was reached by the LHS line. The use of studied infrastructure was dependent on the size of trade and on geopolitical factors. Despite the need for changing wagons and track of wheels, most of the cargo was reloaded.

Słowa kluczowe: kolej; rejon przeładunkowy; suche porty; szerokie tory; terminale

Keywords: broad gauge; dry ports; handling areas; railway; terminals

Otrzymano: 28 grudnia 2016

Received: 28 December 2016

Zaakceptowano: 11 lipca 2017

Accepted: 11 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Bocheński, T. (2017). Funkcjonowanie rejonów przeładunkowych na styku sieci kolejowych o rozstawie torów 1435 i 1520 mm w Europie. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 80–94. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.6>

WSTĘP

W większości krajów europejskich podstawowy rozstaw torów wynosił 1435 mm. Natomiast rozstaw 1520 mm (tzw. rosyjski) był podstawowym rozstawem m.in. w Rosji, Białorusi, Ukrainie i Mołdawii oraz w kilku krajach Unii Europejskiej: na Litwie, Łotwie, w Estonii oraz Finlandii, gdzie stosowano rozstaw 1524 mm – tzw. carski, który jest kompatybilny z rosyjskim. Oprócz szerokości torów poszczególne systemy kolei różniły się skrajnią, stosowaną techniką łączenia wagonów i przepisami przewozowymi. Aby przewozić towary koleją pomiędzy sieciami kolejowymi o rozstawie normalnym i szerokim, niezbędna jest zmiana rozstawu kół, wymiana wózków pod wagonami albo przeładunek towarów z jednego pociągu na drugi. W miejscach, gdzie stykają się tory różnych szerokości, tworzona była infrastruktura przeładunkowa. Obszary te nazywane są rejonami przeładunkowymi.

Celem pracy było zbadanie potencjału rejonów przeładunkowych. Porównano infrastrukturę poszczególnych rejonów przeładunkowych oraz wskazano zakłady przemysłowe zlokalizowane w ich obrębie.

Zakres przestrzenny pracy objął kraje europejskie, gdzie stykały się badane systemy kolejowe. Ze względu na dostępność informacji szczegółowo przeanalizowano infrastrukturę na terenie krajów należących do Unii Europejskiej. Zidentyfikowano rejon przeładunkowy oraz zlokalizowane w nim terminale. W badaniach wzięto pod uwagę infrastrukturę kolejową i przeładunkową, położenie i zasięg rejonów przeładunkowych w stosunku do dużych miast oraz zakłady przemysłowe posiadające bocznicę szeroko- i normalnotorowe.

W pracy wykorzystano materiały kartograficzne: Openstreetmap (2016), Google-Maps (2016) i mapę infrastruktury opracowaną przez Urząd Transportu Kolejowego (Mapa obiektów..., 2016), informacje publikowane przez operatorów terminali przeładunkowych, a także niepublikowane dane udostępnione przez straż graniczną Polski i Rumunii. Autor uzyskał i zweryfikował część informacji podczas badań terenowych przeprowadzonych w latach 2011–2013 w Polsce, na Litwie, Słowacji, Ukrainie, Węgrzech i w Rumunii oraz podczas rozmów z ekspertami w 2016 roku. Uwzględniono także informacje zawarte w Umowie europejskiej o ważnych międzynarodowych liniach transportu kombinowanego i obiektach towarzyszących (AGTC, 1991).

Istotnym utrudnieniem w badaniach okazał się brak danych o wielkości przeładunków oraz zdolności przeładunkowej w poszczególnych rejonach i terminalach, m.in. ze względu na rozdrobnienie operatorów przeładunków oraz brak ujmowania tego zagadnienia w oficjalnych statystykach. O wielkości pracy przeładunkowej świadczą pośrednio informacje o liczbie pociągów przekraczających granicę na poszczególnych kolejowych przejściach granicznych oraz wielkość przewozów kolejowych pomiędzy

krajami posiadającymi sieć kolejową o różnym rozstawie torów. Dlatego też nie była możliwa dokładna klasyfikacja rejonów i terminali.

Wykorzystanie badanej infrastruktury uzależnione jest od wielkości wymiany handlowej pomiędzy krajami Unii Europejskiej a krajami WNP i Chinami oraz od uwarunkowań geopolitycznych.

Przy analizie funkcjonowania kolejowych rejonów przeładunkowych należy również pamiętać o konkurencji transportu samochodowego. W krajach Europy Wschodniej udział kolei w obsłudze przewozów towarowych był znacznie wyższy, w związku z tym część ładunków przewożonych koleją ze Wschodu była następnie przeładowywana na samochody i odwrotnie.

KOLEJOWE REJONY PRZEŁADUNKOWE

Kolejowy rejon przeładunkowy to obszar koncentracji infrastruktury służącej do przeładunku towarów, położony na styku dwóch systemów kolejowych. Obejmuje infrastrukturę kolejową i przeładunkową. Na jego terenie znajdują się bocznice normalno- i szerokotorowe z placami i rampami przeładunkowymi. Często funkcjonują tam terminale specjalizujące się w obsłudze określonych grup towarowych, podobnie jak w portach morskich. Ponadto na niektórych stacjach możliwa była zmiana rozstawu kół lub wymiana całych wózków wagonowych (tzw. przestawka wagonów). Przeładunki w wielu terminalach odbywały się w relacjach: wagon–wagon, wagon–plac, wagon–samochód i samochód–wagon.

Infrastruktura tego typu była rozbudowywana od początku XX wieku, jednak miejsca styku kolei obu szerokości zmieniały się. Podczas drugiej wojny światowej rozbudowano stacje przeładunkowe Małaszewicze i Żurawica (Taylor, 2007). W latach pięćdziesiątych XX wieku powstały plany budowy nowych stałych wojskowych rejonów przeładunkowych (WRP) przy granicy PRL i ZSRR, z których część nie została ukończona, gdyż budowę przerwano. Ponadto rozbudowano pozostałe rejonów przeładunkowe. Powstały wówczas m.in. WRP: Braniewo, Głomno-Bartoszyce, Skandawa, Zubki-Waliły i Narewka (Chwietkiewicz, Markiel, 2004). Rejonów przeładunkowe na terenie obecnej Polski, Słowacji i Węgier były wykorzystywane przez Armię Radziecką do zaopatrzenia oddziałów stacjonujących w krajach bloku wschodniego. W latach dziewięćdziesiątych XX wieku WRP przeszły w ręce cywilne. Część infrastruktury została porzucona i zdegradowana, a część stanowiła podstawę do tworzenia terminali i działalności prywatnych przedsiębiorstw przeładunkowych i spedycyjnych.

W latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku nastąpił intensywny rozwój przemysłu i powstały kombinaty metalurgiczne na Słowacji (Koszyce), w Polsce (Dąbrowa Górnicza) i w Rumunii (Jassy i Gałac). W celu usprawnienia zaopatrzenia hutnictwa w rudy żelaza pochodzące z zagłębia Krzywy Róg na Ukrainie do zakładów tych doprowadzono linie szerokotorowe. Na Słowacji powstała zelektryfikowana linia ŠRT – Širokorozchodná Trať (Užhorod – Haniska pri Košice), o długości 88 km (Bocheński, 2013). Natomiast w Polsce wybudowano nieelektryfikowaną linię LHS – Linie Hutniczą Szerokotorową – pierwotnie Hutniczo-Siarkową (Izov–Sławków), o długości 395 km. Obie linie były jednotorowe i wykorzystywane niemal wyłącznie w ruchu towarowym (Bocheński, 2016). Linie szerokotorowe do zakładów metalurgicznych w Rumunii: Ungheni–Jassy i Giurgulești–Gałac, były znacznie krótsze ze względu na bliskość granicy z Mołdawią.

Ryc. 1. Rejony przeładunkowe na styku normalnych i szerokich torów w Europie Środkowo-Wschodniej



Źródło: opracowanie własne

W XXI wieku powstała koncepcja Rail Baltica, polegająca na stworzeniu korytarza kolejowego łączącego kraje bałtyckie (Litwa, Łotwa, Estonia) z Polską i Europą Zachodnią. W 2015 roku na Litwie otworzono normalnotorową linię Szostakowo–Mariampol–Kowno, o długości ponad 120 km. Wcześniej kolej normalnotorowa docierała jedynie do Szostakowa, położonego 22 km od granicy z Polską (Pastor, 2016).

Na ryc. 1. przedstawiono lokalizację rejonów przeładunkowych przy wschodniej granicy UE.

W Europie, na styku sieci kolejowych o normalnym i rosyjskim rozstawie torów, zidentyfikowano 40 rejonów przeładunkowych (w tym na terenie UE – 23 i WNP – 17). Wśród nich osiem (w tym cztery na terenie UE) było wyłączonych z użytkowania.

Trzy rejony obejmowały pas wzdłuż linii kolejowych szerokotorowych: SRT i LHS oraz normalnotorowej RB. W tej pracy zostały one potraktowane jako pojedyncze rejony przeładunkowe. Pozostałe rejony usytuowane były w pobliżu granic. Obszar Haparanda–Tornio na pograniczu szwedzko-fińskim, ze względu na położenie na granicy wewnętrznej UE, potraktowano jako jeden rejon.

W Polsce wyróżnić można 11 rejonów, w tym jeden obejmujący całą linię LHS. Wykorzystywanych było dziewięć, a dwa pozostałe (Bartoszyce i Waliły) zostały wyłączone z eksploatacji, a prowadzące do nich linie kolejowe zamknięto. Na Słowacji znajdowały się dwa rejony przeładunkowe, w tym jeden obejmujący całą linię SRT. Na Węgrzech był tylko jeden rejon, ze względu na bardzo krótki odcinek granicy z Ukrainą. W Rumunii zidentyfikowano sześć rejonów, po trzy na granicy z Ukrainą i Mołdawią, w tym Syhot i Falcu nie były wykorzystywane, a linie zamknięto dla ruchu. Wcześniej szeroki tor przechodzący przez Syhot Marmaroski służył przede wszystkim do przewozów tranzytowych kolei ukraińskich (Sijka, 2011).

Specyficzny rejon przeładunkowy znajdował się w Niemczech, gdzie dostęp do szerokich torów posiadał port Sassnitz-Murkran położony na wyspie Rugia. W porcie tym znajdował się duży terminal promowy, obsługujący promy kolejowe normalno- i szerokotorowe. Na zapleczu portu znajdował się kolejowy terminal przeładunkowy – Baltic Port Rail Mukran GmbH (Multifunktionshafen Sassnitz-Mukran, Sassnitz-Broschüre, 2016). W 2016 roku funkcjonowały połączenia promowe z Sassnitz do portów Baltijsk i Ust-Luga w Rosji, obsługiwane przez Black Sea Ferry. Natomiast wcześniej istniało również połączenie do portu Klaipėda na Litwie, obsługiwane przez DFDS Seaways (*Roro & Ferry Map...*, 2011; 2016).

Na Litwie w 2016 roku normalny tor dochodził do Kowna – drugiego pod względem wielkości miasta w tym kraju. Na jego końcu funkcjonowało centrum logistyczne i jeden z dwóch lądowych terminali kontenerowych na Litwie.

Przez terytorium Ukrainy prowadziła normalnotorowa linia łącząca rejony przeładunkowe na pograniczu słowacko-ukraińsko-węgierskim z rumuńską miejscowością Halmeu. Biegła ona równolegle, a częściowo w splocie z linią szerokotorową. Umożliwiała ona ruch tranzytowy pomiędzy Słowacją i Rumunią przez Ukrainę po normalnym torze.

Na terenie Obwodu Kaliningradzkiego Federacji Rosyjskiej było czynnych ponad 100 km torów 1435 mm, które prowadziły od granicy z Polską do Kaliningradu i Czeriachowska (Palmowski, 2015).

Większość rejonów obejmowała miasta, których wielkość wpływa na ich potencjał. Do największych miast pod względem liczby ludności z dostępem do szerokich i normalnych torów należały: Kaliningrad (450 tys.), Jassy (318 tys.), Kowno (308 tys.), Gałac (286 tys.), Koszyce (240 tys.) oraz Sosnowiec (214 tys.) i Dąbrowa Górnicza (125 tys.) w konurbacji górnośląskiej (ponad 2 mln).

INFRASTRUKTURA W REJONACH PRZEŁADUNKOWYCH W KRAJACH UNII EUROPEJSKIEJ

Na terenie UE na styku dwóch systemów kolejowych można wyróżnić 23 rejony przeładunkowe, przy czym przeładunki odbywały się w 19. Funkcjonowało w nich około 100 różnego rodzaju terminali przeładunkowych, w tym w kilkunastu obsługiwano przewozy intermodalne (tab. 1). Na terenie Polski działało ponad 60 terminali w dziewięciu

rejonach, w tym najwięcej obsługiwało towary masowe sypkie, takie jak węgiel (Bocheński, 2016). Na zewnętrznych granicach UE najlepiej rozwinięte pod względem infrastruktury były rejon: Braniewo (z Rosją), Małaszewicze (z Białorusią), LHS, Przemysł, Czarna i Zahony (z Ukrainą) oraz Jassy (z Mołdawią).

Ważne znaczenie miała infrastruktura kolejowa, w tym liczba torów pomiędzy stacjami granicznymi. W części rejonów funkcjonowały stacje manewrowe służące do formowania pociągów (tab. 1). Przepustowość polskich stacji granicznych liczona w liczbie wagonów szerokotorowych, które można było przyjąć na dobę, wynosiła 636 w Terespolu, 320 w Hrubieszowie (linia LHS), 260 w Medyce, ponad 160 w Braniewie i Siemianówce, 150 w Dorohusku, 100 w Werchracie i 60 w Kuźnicy (Poliński, 2015).

W badanych rejonach przeładunkowych było osiem terminali istotnych dla międzynarodowego transportu kombinowanego i wpisanych do umowy AGTC, w tym pięć w krajach UE: Kowno, Szostakowo, Małaszewicze, Czarna nad Cisą i Zahony, oraz po jednym na Białorusi – Brześć, Ukrainie – Czop i w Mołdawii – Ungeny (AGTC, 1991).

Podzielono rejon pod względem zakresu obsługi na: ograniczony – gdzie przeładowywano jedynie kilka rodzajów ładunków, znaczny – w którym przeładowywano zróżnicowany asortyment ładunków, pełny – gdzie miał miejsce przeładunek wszystkich typów ładunków, w tym jednostek intermodalnych. Zakres obsługi był zróżnicowany, w najlepiej rozwiniętych rejonach działały liczne specjalistyczne terminale obsługujące różne grupy ładunkowe, natomiast w niektórych przeładowywano jedynie wybrane towary (tab. 1).

W rejonie Haparanda-Tornio funkcjonowały dwa terminale, których głównym operatorem było Green Cargo. W niemieckim Sassnitz operatorem był Baltic Port Rail Mukran GmbH.

Przy linii RB znajdował się terminal gazowy w Maćkowie, uniwersalny w Szostakowie i kontenerowy wraz z centrum logistycznym w Kownie. Operatorem terminali były koleje państwowe Lietuvos Geležinkeliai (Bocheński, 2012).

W rejonie Braniewo znajdowały się terminale obsługujące przede wszystkim przeładunki towarów masowych, w tym węgla i produktów chemicznych, m.in.: CAR-GOSPED Terminal Braniewo sp. z o.o. i CTL Logistics sp. z o.o., oraz gazu i produktów ropopochodnych (Bocheński, 2016). Drugi rejon przy granicy z Rosją – Skandawa, był znacznie gorzej rozwinięty i obejmował tylko Logistic Terminal Skandawa – Chemikals Sp. z o.o.

W rejonie Sokółka znajdowało się kilka prywatnych terminali obsługujących przede wszystkim przeładunki węgla i drewna. Były to: Centrum Logistyczne w Łososnej Sp. z o.o., Barter S.A., Rolimex, Krex Sp. z o.o.

Rejon Siemianówka obejmował terminale specjalizujące się w obsłudze towarów niebezpiecznych – głównie paliw i gazu.

W rejonie Małaszewicze znajdowały się terminale PKP Cargo Centrum Logistyczne Małaszewicze Sp. z o.o. (cztery, w tym kontenerowy) (Centrum Logistyczne Małaszewicze sp. z o.o., 2016), Trade Trans (dwa), baza paliw OLPP Sp. z o.o., trzy gazowe (Transgaz S.A., AmeriGas Polska Sp. z o.o., Gaspol S.A.), samochodowy – Adampol S.A., kontenerowy – Europort Sp. z o.o. oraz masowe i uniwersalne (Bialchem Group Sp. z o.o., PUH Agrostop Sp. z o.o., Eurologistyka-Wschód Sp. z o.o., Barter S.A.). W sąsiedztwie znajdował się utworzony w 1993 roku Wolny Obszar Celny Małaszewicze, o powierzchni 166 ha (WOC..., 2016). Słabą stroną Małaszewicz było oddalenie od większych ośrodków miejskich (150 km od Lublina i 190 km od Warszawy).

W rejonie Chełm funkcjonował terminal uniwersalny – Terminal Przeładunkowy Sp. z o.o. oraz kilka terminali specjalistycznych, gdzie przeładowywano paliwa, gaz i produkty rolne.

Na linii LHS wyróżnić można dwa mniejsze obszary koncentracji infrastruktury przeładunkowej: Zamość i Sławków, pomiędzy którymi zlokalizowane były pojedyncze terminale. Na końcu linii LHS, na obszarze konurbacji górnośląskiej, funkcjonowało m.in. Centrum Zaopatrzenia Hutnictwa i dwa terminale kontenerowe (Euroterminal Sławków i Polzug). Linia LHS należała do PKP LHS Sp. z o.o., która jednocześnie zarządzała infrastrukturą kolejową i częścią przeładunkową oraz prowadziła po tej linii przewozy. Linia ta była wyodrębniona z ogólnodostępnej infrastruktury kolejowej (PKP LHS, 2016).

W rejonie Przemysł działało m.in. PKP CARGO Centrum Logistyczne Medyka-Żurawica sp. z o.o. z czterema terminalami (PKP CARGO Centrum Logistyczne Medyka-Żurawica sp. z o.o., 2016) oraz terminale CTL Logistics i Railport Medyka należący do Trade Trans.

W Polsce istotne znaczenie miał przeładunek węgla, paliw i gazu importowanych z Rosji. Państwowy operator zajmujący się magazynowaniem i dystrybucją ropy i paliw ropopochodnych OLPP sp. z o.o. posiadał cztery bazy z dostępem do szerokich torów w rejonach: Braniewo, Siemianówka, Małaszewicze i Chełm. Podobną infrastrukturą dysponowały koncerny naftowe PKN ORLEN – w rejonach Sokółka i Przemysł, oraz LOTOS – Małaszewicze i Chełm. Terminale gazowe znajdowały się w rejonach: Braniewo, Skandawa, Sokółka, Siemianówka, Małaszewicze, Chełm i LHS.

Na linii SRT terminale przeładunkowe koncentrowały się w okolicy miejscowości Maťovské Vojkovce i Haniska. W obu znajdowały się terminale kontenerowe. W rejonie Czerna na Słowacji znajdował się m.in.: terminal intermodalny TKD Dobrá, którego operatorem były TransContainer Slovakia a.s. i ZSSK Cargo Slovakia a.s. oraz terminal R-CARGO Slovakia s.r.o. obsługujący m.in. drobnicę konwencjonalną.

W rejonie Zahony na Węgrzech znajdowało się m.in.: Intermodalne Centrum Logistyczne BLI Logistics Kft. w Tuzser oraz Zahony-Port Co., obejmujące sześć specjalistycznych terminali. Oprócz państwowego operatora działały tam prywatne przedsiębiorstwa produkcyjne i usługowe.

W Rumunii przeładunki odbywały się w czterech rejonach. We wszystkich operowała należąca do kolei państwowych spółka Transbordare Vagoane Marfa SA (C.F.R. T.V.M.). W Halmeu i Dornesti przy granicy z Ukrainą były także terminale Unicom Holding SA, specjalizujące się w przeładunku paliw. Ponadto w rejonie Dornesti funkcjonowały jeszcze dwa inne terminale, z których jeden służył głównie do przeładunku drewna. W rejonach Jassy i Gałaczu przy granicy z Mołdawią operował DB Schenker Logistics Romania. Rejon Jassy obejmował terminal CFR w Cristești Jijia oraz przeładunku nawozów sztucznych ARVI AGRO S.R.L w Holboca. Szeroki tor dochodził także do strefy przemysłowej *Zona Industrială Tutora* w Jassy. Natomiast w Gałacz zlokalizowana była baza przeładunku rud należąca do huty. Nie zidentyfikowano żadnego terminala intermodalnego, co nie wyklucza możliwości przeładunku kontenerów.

Ze względu na trudności w przeładunku w warunkach zimowych, w rejonach przeładunkowych przy wybranych terminalach funkcjonowały odmrażalnie wagonów (np. w Małaszewiczach i Medyce w Polsce oraz Czernej i Haniskach na Słowacji).

Oprócz terminali przeładunkowych działały punkty wymiany wózków wagonowych (tzw. przestawka wagonów) w rejonach: Grodno, Świsłocz, Brześć, Sędziszów,

Tab. 1. Charakterystyka rejonów przeładunkowych na terenie UE w 2016 roku

Państwo	Linia kolejowa	Liczba torów	Nazwa rejonu	Stacja graniczna / manewrowa	Liczba terminali		Zakres obsługi	Przestawka wagonów	Najbliższe duże miasto
					ogółem	TK			
Finlandia	^a	1s/n	Haparanda-Tornio	Tornio / –	2	–	*	–	–
				Haparanda / –					
Niemcy	C20/3 ^b	–	Sassnitz	Sassnitz-Mukran	1	–	**	w, Rafil	–
Litwa	CE75	1	RB	Mačkovo / –	3	1	**	–	Kowno
	^c	1s,1n	Braniewo	Braniewo / –	11	0	**	–	Elbląg
	^d	1s/n	Bartoszyce	Głomno / –	–	–	–	–	Olsztyn
	^e	1s,1n	Skandawa	Skandawa / –	1	0	*	–	Olsztyn
	^f	1s,1n	Sokółka	Kuźnica / –	5	0	**	–	Białystok
	^d	1s/n	Waliły	Zubki / –	–	–	–	–	Białystok
	^g	1s,1n	Narewka	Siemianówka / –	5	0	**	–	–
	CE20	2s/n*	Małaszewicze	Terespol / Małaszewicze Południowe	16	2	***	–	Lublin
Polska	C28	1s, 1n	Chełm	Dorohusk / Chełm Wsch.	5	0	**	–	Lublin
	^h	1s	LHS	Hrubieszów / Sławków Południowy	11	4	***	w, SUW	Lublin, Kielce, Rzeszów, Kraków, konurbacja górnośląska
	ⁱ	1s	Werchrata	Werchrata / –	1	0	*	–	–
	CE30	1s,1n	Przemysł	Medyka	9	1	***	w	Rzeszów
	^h	1s	SRT	Matovske / Haniska	3	2	***	–	Koszyce
Słowacja	CE40	1s,1n	Czerna	Czerna nad Cisą	4	1	***	–	Koszyce

Węgry	CE50 j	1s/n	Zahony	Zahony / Tuzser, Eperjeske also	8	1	***	w	Nyiregyhaza
		1s/n							
Rumunia	C54	1s/n	Halmeu	Halmeu / –	2	–	*	–	Satu Mare
	k	1s	Syhot	Kampulung nad Cisią / – Valea Viseului / –	–	–	–	–	Baia Mare
	CE 851	1s/n	Dornesti	Vicsani / –	5	–	**	w	Suczawa
	CE95	1s/n	Jassy	Ungheni Prut / Jassy Scola	3	–	**	–	Jassy
	d	1s/n	Falciu	Falciu / –	–	–	–	–	–
	CE 560	1s/n	Gałącz	Gałącz	2	–	*	w	Gałącz

Uwzględniono miasta liczące ponad 100 tys. mieszkańców i położone w odległości drogowej do 100 km od najbliższego terminala. Zakres obsługi ładunków: * ograniczony, ** znaczny, *** pełny; TK – terminale kontenerowe.

Linie kolejowe:

^a jedyna linia łącząca Szwecję z Finlandią (Boden–Tornio–Kemi–Oulu),

^b obejmuje połączenie promowe Kaliningrad–Sassnitz,

^c odgałęzienie od E65 z Malborka do Kaliningradu,

^d linie lokalne zamknięte dla ruchu granicznego,

^e odgałęzienie od E20 z Poznania do Czarniachowska,

^f dawna kolej Warszawsko-Petersburska,

^g alternatywna trasa na Białoruś odchodząca w Siedlcach od E20,

^h linie szerokotorowe łączące ważne ośrodki przemysłowe,

ⁱ alternatywna trasa dla E30 i przejścia Medyka/Mościska,

^j linia Tuzser–Batowo umożliwiająca ominięcie ukraińskiej stacji Czop,

^k linia o znaczeniu lokalnym przeznaczona do tranzytu ukraińskiego przez terytorium Rumunii.

Tory:

s – szeroki, n – normalny, s/n – spłot; * dwie linie ze spłotem na moście nad Bugiem dalej tory s i n oddzielnie.

Przetawka wagonów:

w – stanowisko wymiany wózków wagonowych; Rafil i SUW – systemy samoczynnej zmiany rozstawu kół.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: AGCT (1991), Bocheński (2016), informacji publikowanych przez operatorów terminali, badań terenowych

Przemyśl (dla pociągów pasażerskich) i Medyka (dla pociągów towarowych), Zahony, Czop, Vadul-Siret, Ungheni, Gałac, Sassnitz. Największy z nich był w Brześciu, ze względu na położenie na głównym szlaku łączącym Rosję z Europą Zachodnią.

Ponadto na granicy z Polską znajdowały się torowe stanowiska przestawcze systemu SUW2000, służącego do samoczynnej zmiany rozstawu kół. Były one zainstalowane na stacjach: Maćkowo na Litwie (w 2000 roku, zdemontowane przed 2014 rokiem), Dorohusk i Zamość Boratycze w Polsce oraz Mościskach II na Ukrainie (w 2003 roku). System SUW2000 pomimo swojej uniwersalności regularnie wykorzystywany był jedynie dla pociągów pasażerskich przekraczających granicę polsko-ukraińską na przejściu Medyka–Mościska i Maćkowo oraz testowo dla pociągów towarowych kursujących pomiędzy Polską a Litwą. Natomiast hiszpański system Talgo zainstalowano w 1999 roku na granicy fińsko-szwedzkiej, jednak ze względu na nieprzystosowanie do warunków zimowych został on zdemontowany, a w 2015 roku zainstalowano go w Brześciu na Białorusi (Poliński, 2015). System ten może być wykorzystywany jedynie w specjalnie skonstruowanych składach pasażerskich (Piech, 2009).

Wagony towarowe przebywały na wschodnich przejściach granicznych przez 12–24 godziny. Bardzo rzadko użytkowano tabor normalnotorowy na sieci szerokotorowej i odwrotnie w tzw. komunikacji przestawczej, czyli zmieniając rozstaw kół lub wymieniając wózki wagonowe (Poliński, 2015). Brak szerszego wykorzystania tego typu systemów w przewozach towarowych tłumaczony był brakiem woli politycznej oraz wpływem lobby przedsiębiorstw transportowo-logistycznych, m.in. przewoźników kolejowych i operatorów terminali, którzy zarabiają na usługach przeładunkowych (Piech, 2009). Ograniczenie to wynikało jednak m.in. z różnic pomiędzy kolejami szeroko- i normalnotorowymi w skrajni taboru, stosowanymi systemami łączenia wagonów (sprzęgu) i układami hamulcowymi oraz z innych przepisów przewozowych, w tym dotyczących mocowania ładunku. Ponadto wagony szerokotorowe były często w złym stanie technicznym i przyjeżdżały uszkodzone, a po wyładunku towarów nie nadawały się do dalszej jazdy. Dodatkowo zastosowanie systemu samoczynnej zmiany rozstawu kół wiązało się z wysokimi kosztami instalacji wózków o specjalnej konstrukcji oraz długim obiegiem wagonów. Zwracano również uwagę na problem praw własności do systemu SUW, które należały do kilku podmiotów, w tym do PKP i ZNTK Poznań (Rozmowa z ekspertami..., 2016).

W obrębie rejonów przeładunkowych funkcjonowały także zakłady produkcyjne połączone z siecią kolejową normalno- i szerokotorową. Były to m.in. kombinaty metalurgiczne, którym dostęp do szerokiego toru umożliwiał dostawy surowców z Ukrainy. W pobliżu hut w Dąbrowie Górniczej, Koszycach i Gałaczu funkcjonowały bazy przeładunku rud. Surowiec był tam dostarczany koleją szerokotorową, a następnie przy wykorzystaniu obrotnic wagonów wyładowywany i taśmociągami dostarczany bezpośrednio do zakładów. Na Węgrzech i w Rumunii funkcjonowały zakłady przetwarzające importowane ze wschodu drewno. Szerokotorowe bocznice posiadały również elektrownie w Vojanach na Słowacji i Holboca w Rumunii (tab. 2).

W Polsce w sąsiedztwie linii szerokotorowych działały ponadto zakłady przetwórstwa owoców Austria Juice Company – YBBSTALER Fruchtsaft Polska Sp. z o.o. i cementownia CEMET S.A. w Chełmie oraz FIBRIS S.A. Producent Płyt Pilśniowych w Przemyśle.

Tab. 2. Zakłady przemysłowe połączone z szerokim (rosyjskim) torem w krajach UE

Państwo	Miejscowość	Zakład	Branża
Polska	Chełm	Przedsiębiorstwo Budownictwa Metalowego Mostostal Chełm Sp. z o.o.	budowlana
	Grzybów	Intester Sp. z o.o.	maszynowa
	Dąbrowa Górnicza	ArcelorMittal Poland w Dąbrowie Górniczej	metalurgiczna
Słowacja	Vojany	Vojany elektrárň – spoločnosť Slovenské elektrárne	elektrociepłownia
	Haniska pod Koszycami	U. S. Steel Kosice	metalurgiczna
Węgry	Tuzser	Resilux Central Europe Packaging Kft	produkcja PET
		ERDÉRT-Tuzsér Zrt	drzewna
Rumunia	Dornesti	Holzindustrie Schweighofer	drzewna
	Holboca	CET II Iași Holboca	elektrociepłownia
	Jassy	ArcelorMittal Tubular Products Iași	metalurgiczna
	Galacz	ArcelorMittal Tubular Products Roman	metalurgiczna

Źródło: opracowanie własne

RUCH KOLEJOWY NA WSCHODNIEJ GRANICY UNII EUROPEJSKIEJ

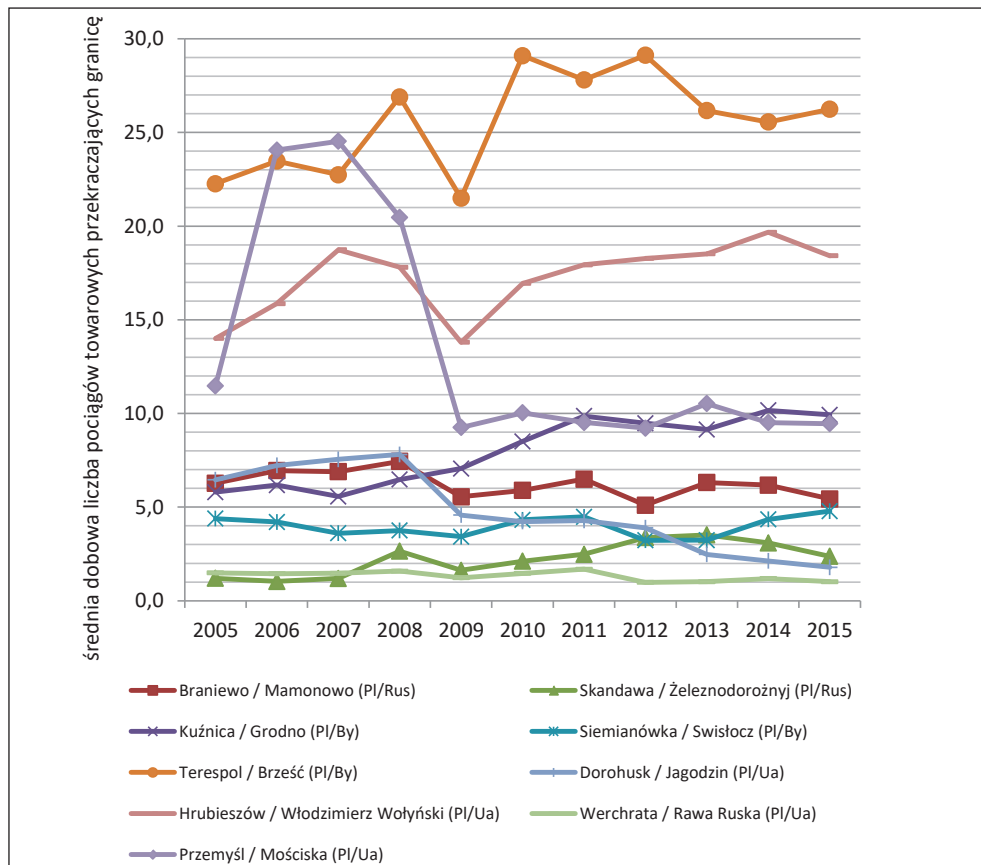
Rejony przeładunkowe, poza Szwecją, Finlandią i Litwą, związane były nieodłącznie z kolejowymi przejściami granicznymi i odprawą celną, ze względu na obsługę przewozów do i z krajów Unii Europejskiej.

Na wschodniej granicy UE znajdowały się łącznie 24 kolejowe przejścia graniczne, z których 16 obsługiwało ruch towarowy, a osiem było nieczynnych i w 2015 roku nie kursowały tamteży żadne pociągi, ani towarowe, ani pasażerskie.

Największy ruch kolejowy na wschodniej granicy UE, gdzie następowała zmiana szerokości torów, odbywał się przez przejście graniczne w Terespolu – 20–30 pociągów na dobę (Straż Graniczna RP), co związane jest z przebiegiem głównego korytarza transportowego łączącego Europę Zachodnią z Rosją – linia CE20, stanowiąca element kolejowego korytarza towarowego nr 8. Według informacji polskiego zarządcy infrastruktury PKP PLK, nieco ponad połowa ruchu przez to przejście graniczne odbywała się po torze szerokim, a reszta po normalnym (PKP PLK). Można zatem przypuszczać, że praca przeładunkowa odbywała się mniej więcej po połowie po stronie polskiej (rejon Małaszewicze) i białoruskiej (rejon Brześć). Znaczne przewozy (ponad 15 pociągów na dobę) miały miejsce na przejściu z Ukrainą w Hrubieszowie (linia LHS). W latach 2005–2015 odnotowano wzrost przewozów przez to przejście i spadek przez Medykę. Liczba pociągów przekraczających granicę w Medyce przekraczała 20 w latach 2006–2008, a następnie spadała i od 2009 roku utrzymywała się na poziomie 9–10,5 (ryc. 2). Odnotowano wzrost przewozów przez przejście w Kuźnicy z sześciu pociągów w 2005 roku do dziesięciu w 2011 roku (Straż Graniczna RP). Związany był on m.in. z rozbudową infrastruktury przeładunkowej w rejonie Sokółka oraz uruchomieniem stałych przewozów tą trasą (*Barter: tranzyt...*, 2016). Na pozostałych polskich przejściach granicznych ruch pociągów nie przekraczał kilku na dobę.

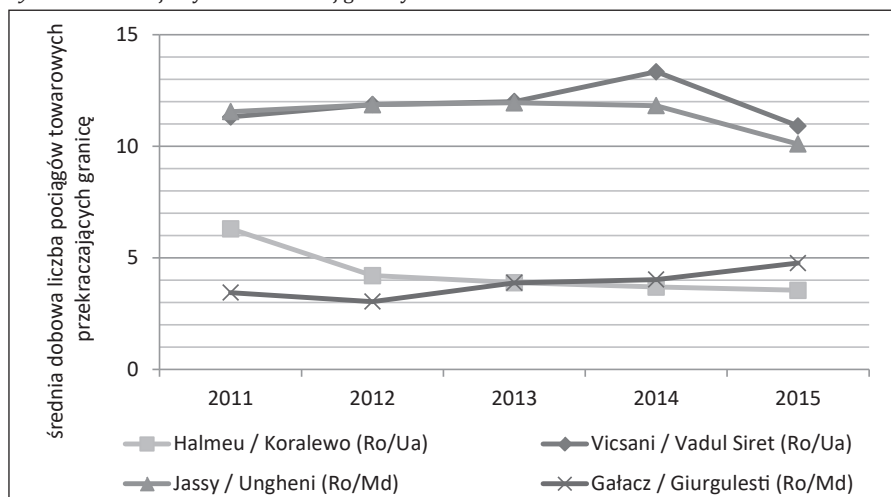
Przeciętnie ponad 10 pociągów towarowych dziennie przekraczało granicę rumuńsko-moldawską w Jassy oraz rumuńsko-ukraińską w Vicsani (ryc. 3) (Ministerul

Ryc. 2. Ruch kolejowy na wschodniej granicy Polski w latach 2005–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Straży Granicznej RP

Ryc. 3. Ruch kolejowy na wschodniej granicy Rumunii w latach 2011–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerul af Acerilor Interne

af Acerilor Interne...). Pozostałe przejścia charakteryzowały się ruchem na poziomie kilku pociągów na dobę.

Służby słowackie i węgierskie nie udostępniły danych o ruchu pociągów na granicy z Ukrainą.

W przewozach przez granicę byłego ZSRR istniała umowa, na mocy której towary przewożone z zachodu na wschód były przeładowywane po wschodniej stronie granicy, zaś towary przewożone ze wschodu na zachód po zachodniej stronie granicy (Wojciechowski, 2001). Nie dotyczyło to linii: LHS oraz Suwałki-Szostakowo, gdzie rejonny przeładunkowy znajdowały się tylko po jednej stronie granicy.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

W Europie na styku sieci kolejowych o rozstawie normalnym i rosyjskim zidentyfikowano ponad 40 rejonów przeładunkowych. W krajach UE było ich 23 i funkcjonowało w nich prawie 100 różnego rodzaju terminali przeładunkowych, w tym najwięcej w Polsce.

Poziom rozwoju infrastruktury był zróżnicowany w poszczególnych krajach. Inna była także struktura operatorów terminali. Należały one do przedsiębiorstw logistycznych, przewoźników kolejowych oraz firm zajmujących się handlem i dystrybucją różnego rodzaju towarów. W Polsce wśród operatorów terminali dominowała Grupa PKP Cargo, z którą powiązanych było około 20 obiektów. Na Litwie, Słowacji i Rumunii uprzywilejowaną pozycję mieli państwowi przewoźnicy kolejowi.

Największym i najlepiej rozwiniętym z badanych rejonów (ze względu na wyposażenie w infrastrukturę przeładunkową i wielkość obsługiwanego ruchu) były Małaszewicze położone w kolejowym korytarzu towarowym nr 8 (linia CE20), który stanowi główny szlak łączący Europę Zachodnią z Rosją. Dobrze rozwinięte były polskie rejon Przemysł i LHS oraz infrastruktura na Słowacji i Węgrzech. Za średnio rozwinięte można uznać rejon: Braniewo, Siemianówka i Chełm w Polsce oraz Jassy i Dornesti w Rumunii. Najsłabiej rozwinięte były rejon Haparanda-Tornio na pograniczu szwedzko-fińskim, Skandawa i Werchrata w Polsce, Halmeu i Gałac w Rumunii. Charakteryzowały się one ograniczonym zakresem obsługiwanego ładunków, a część z nich była ponadto znacznie oddalona od większych ośrodków miejskich.

Najdalej na zachód położoną stacją szerokotorową było niemieckie Sassnitz, jednak pociągi docierały tam wyłącznie promami. Natomiast najdalej wysuniętą na zachód linią o rosyjskim prześwicie była polska LHS prowadząca z Ukrainy do GOP-u. Na wschodzie linie normalnotorowe dochodziły m.in. do Kowiele na Ukrainie, Grodna na Białorusi, Kaliningradu i Czerniachowska w Rosji oraz Kowna na Litwie.

Pomimo rozwoju i funkcjonowania systemów zmiany rozstawu kół lub wymiany wózków wagonowych, nadal większość towarów transportowanych pomiędzy krajami posiadającymi koleje normalno- i szerokotorowe była przeładowywana. Przewoźnicy kolejowi nie byli specjalnie zainteresowani rozwojem systemów samoczynnej zmiany rozstawu kół, ze względów ekonomicznych, wobec czego rejonny i terminale przeładunkowe nie tracą na znaczeniu.

Wykorzystanie badanej infrastruktury uzależnione było od wielkości wymiany handlowej oraz uwarunkowań geopolitycznych. Duży wpływ na wielkość ruchu w punktach przeładunkowych miał intensywny rozwój transportu kolejowego pomiędzy UE a Chinami, gdzie przewóz kolejowy trwał o połowę krócej niż drogą morską.

Literatura**References**

- AGTC (1991). European Agreement on Important International Combined Transport Lines and Related Installations done at Geneva on 1 February 1991. United Nations. Economic Commission for Europe Inland Transport Committee. ECE/TRANS/88/Rev. 6.
- Barter: tranzyt przez przejście kolejowe w Kuźnicy czeka dynamiczny rozwój (2016, 26 września). Kurier Kolejowy. Pozyskano z <http://kurierkolejowy.eu/aktualnosci/28684/barer--tranzyt-przez-przejscie-kolejowe-w-kuznicy-czeka-dynamiczny-rozwoj.html>
- Bocheński, T. (2012). Transport kolejowy i intermodalny w Krajach Bałtyckich. *Przegląd Komunikacyjny*, 3, 28–31.
- Bocheński, T. (2013). Rola kolei jako głównego elementu systemu transportu intermodalnego na Słowacji. *Przegląd Komunikacyjny*, 2, 11–14.
- Bocheński, T. (2016). *Przemiany towarowego transportu kolejowego w Polsce na przełomie XX i XXI wieku*. Rozprawy i Studia, t. 938. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Chwietkiewicz, T., Markiel, C. (2004, marzec). Wojskowy Rejon Przeładunkowy Braniewo. Pozyskano z <http://www.starejuchy.pl/kolej/wrpbran/wrpbraniewo.htm>
- GoogleMaps (2016, lipiec–sierpień). Pozyskano z <https://www.google.pl/maps>
- Mapa obiektów infrastruktury usługowej i bocznic kolejowych (2016, wrzesień). Urząd Transportu Kolejowego. Pozyskano z http://www.utkgik.home.pl/mapa_obiektow_kolejowych/
- Multifunktionshafen Sassnitz-Mukran, Sassnitz-Broschüre (2016, sierpień). Pozyskano z <http://www.sea-terminal-sassnitz.de/unternehmen/profil.html>
- Openstreetmap (2016, lipiec–sierpień). Pozyskano z <https://www.openstreetmap.org>
- Palmowski, T. (2015). Transport lądowy i lotniczy Obwodu Kaliningradzkiego. *Logistyka*, 3, 3692–3702.
- Pastor, Ł. (2016, 28 marca). Rail Baltica na Litwie do poprawki. *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <http://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/rail-baltica-na-litwie-do-poprawki-75986.html>
- Piech, R. (2009, 6 październik). Który system zmiany rozstawu kół lepszy? *InfoRail*. Pozyskano z http://inforail.pl/ktory-system-zmiany-rozstawu-kol-lepszy-more_61093.html
- PKP CARGO Centrum Logistyczne Małaszewicze sp. z o.o. (2016, lipiec). Pozyskano z <http://www.clmalaszewicze.pl/oferta/profil-dzialalnosci.html>
- PKP CARGO Centrum Logistyczne Medyka-Żurawica sp. z o.o. (2016, lipiec). Pozyskano z <http://www.cl-medyka.pl/>
- PKP LHS (2016, listopad). Pozyskano z <https://lhs.com.pl>
- Poliński, J. (2015, czerwiec). Technika przesuwanych kół taboru warunkiem usprawnienia przewozów na styku kolei 1435/1520 mm. *Problemy Kolejnictwa*, 167, 57–69.
- Roro & Ferry Map. *Baltic Transport Maps 2011* (2011) (2016, 28 grudnia). Baltic Transport Journal. Pozyskano z <http://www.baltictransportmaps.com>
- Roro & Ferry Map. *Baltic Transport Maps* (2016, listopad). Baltic Transport Journal. Pozyskano z <http://www.baltictransportmaps.com/rofemap.html#?z=1&x=0&y=0>
- Sijka, T. (2011, 6 lutego). *Zakarpacie*. Pozyskano z http://iripk.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=53:zakarpacie&catid=7:kolej&Itemid=111
- Taylor, Z. (2007). *Rozwój i regres sieci kolejowej w Polsce. Monografie*, 7. Warszawa: Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN.
- WOC (2016, listopad). Gmina Terespol. Pozyskano z http://www.gminaterespol.pl/viewpage.php?page_id=21
- Wojciechowski, I. (2001). Transsyberyjska magistrala. *Spedycja i Transport*, 12, 13–16.

Materiały niepublikowane**Unpublished documents**

Ministerul af Acerilor Interne. Biroul Planificare Evaluare Statistica. Dane o liczbie pociągów towarowych przekraczających granice Rumunii z Ukrainą i Mołdawią według przejść granicznych w latach 2011–2016.

Notatki z własnych badań terenowych na terenie Polski, Litwy, Słowacji, Węgier, Rumunii i Ukrainy.

PKP PLK. Dane o ruchu pociągów na sieci kolejowej w latach 2005 i 2010.

Rozmowa z ekspertami: H. Zielaskiewicz – PKP Cargo S.A. i A. Kuczek – Euroterminal Sławków Sp. z o.o. (2016, listopad).

Straż Graniczna RP. Dane o liczbie pociągów przekraczających wschodnią granicę Polski według przejść granicznych w latach 2005–2015.

Tadeusz Bocheński, dr, adiunkt w Katedrze Badań Miast i Regionów Wydziału Nauk o Ziemi Uniwersytetu Szczecińskiego. Specjalizuje się w geografii transportu. Prowadzi badania z zakresu funkcjonowania kolei i transportu intermodalnego oraz ich powiązań z przemysłem. W polu jego zainteresowań znajduje się również delimitacja regionów funkcjonalnych.

Tadeusz Bocheński, Ph.D., assistant professor in the Urban and Regional Study Unit, Faculty of Geosciences, University of Szczecin. He specialises in transport geography. He conducts research on the functioning of railways and intermodal transport and their connections with industry. His academic interests also include the delimitation of functional regions.

Adres/address:

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Nauk o Ziemi
Katedra Badań Miast i Regionów
ul. Mickiewicza 18, 70-383 Szczecin, Polska
e-mail: tadeusz.bochenski@usz.edu.pl

MICHAŁ BEIM

Uniwersytet Przyrodniczy, Poznań, Polska
Poznań University of Life Sciences, Polska

BARTOSZ MAZUR

Urząd Miasta Rybnik, Polska
Rybnik City Hall, Poland

ANDRZEJ SOCZÓWKA

Uniwersytet Śląski, Sosnowiec, Polska
University of Silesia, Sosnowiec, Polska

ROBERT ZAJDLER

Politechnika Warszawska, Polska
Warsaw University of Technology, Poland

Modele funkcjonowania i rozwój terminali intermodalnych na przykładzie województwa wielkopolskiego

Models of Operation and Development of Intermodal Terminals Based on the Example of the Greater Poland Voivodeship

Streszczenie: Artykuł przedstawia wyniki badań z lat 2013–2016 dotyczących transportu intermodalnego w Wielkopolsce, kładąc szczególny nacisk na modele rozwoju i funkcjonowania terminali intermodalnych. Ponadto zwrócono uwagę na bariery rozwoju terminali, jakie napotkają ich operatorzy lub potencjalni inwestorzy. W Wielkopolsce można zaobserwować koegzystencję czterech modeli funkcjonowania transportu intermodalnego. W pierwszym z nich terminal stanowi ekspozyturę kluczowych portów morskich. Rolą terminala jest zapewnienie przedłużenia łańcucha logistycznego portu w regionach śródlądowych. W drugim modelu transport intermodalny staje się poszerzeniem portfolio usług przewoźników towarowych. Trzeci model działalności to uzupełnienie oferty parku przemysłowego czy specjalnej strefy ekonomicznej. Ostatni model to terminale lokowane w pobliżu transportochłonnych zakładów przemysłowych. Badania dowiodły, że wszystkie cztery modele znajdują miejsce na rynku usług logistycznych. Koniecznością jest wypracowanie modelu wsparcia terminali intermodalnych ze środków unijnych: czy inwestować w tworzenie jednego, dwóch dużych terminali w regionie czy w sieć kilku lub kilkunastu mniejszych. Oprócz działań inwestycyjnych ważny jest też wzrost świadomości przedsiębiorców oraz przedstawicieli administracji publicznej.

Abstract: The article presents the results of research conducted between 2013 and 2016 on intermodal transport in the Greater Poland Voivodeship, with particular emphasis on intermodal terminals operational models. In addition, the authors highlighted the barriers to the development of terminals encountered by terminal operators or potential investors. One can observe the coexistence of four models the functioning of intermodal transport in Wielkopolska. In the first one, intermodal terminal is a kind of a gate of the maritime ports. The role of the terminal is the extension of the port logistics chain in the inland regions. In the second model, intermodal transport offers additional services offered by logistics firms. In the third model, terminals offer additional services to the industrial parks or special economic zones. In the last model the terminals are

located near the industrial plants with high requirements for transport services. Our study indicated that all four models are operational on the regional market. It also indicated the need for model financial support for terminals from the UE funds, which indicate whether to invest in one or two big terminals in the region or a net of several smaller ones. In addition to the necessity of investment it is to increase of awareness among entrepreneurs and public administration.

Słowa kluczowe: kolej; rozwój; terminale intermodalne; transport intermodalny; Wielkopolska

Keywords: development; intermodal terminals; intermodal transport; rail; Wielkopolska

Otrzymano: 11 stycznia 2017

Received: 11 January 2017

Zaakceptowano: 10 lipca 2017

Accepted: 10 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Beim, M., Mazur, B., Soczówka, A., Zajdler, R. (2017). Modele funkcjonowania i rozwój terminali intermodalnych na przykładzie województwa wielkopolskiego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 95–113. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.7>

WSTĘP

Współczesny rozwój gospodarczy jest nierozzerwalnie powiązany z wymianą różnej postaci dóbr. Dlatego też wszelkie zagadnienia związane z transportem mają szczególne znaczenie podczas dyskusji na temat potencjałów rozwojowych regionów. Współczesne podejście do transportu ewoluuje. Coraz częściej zwraca się uwagę na kwestie bezpieczeństwa i ochrony środowiska. Rosnące koszty transportu kolejowego (wynikające m.in. z zaostrzania przepisów bezpieczeństwa ruchu kolejowego) zachęcają do wyboru transportu drogowego w przewozie towarów. Równocześnie skutki społeczne i ekologiczne determinują politykę państwa i Unii Europejskiej do zwiększania roli kolei kosztem transportu drogowego. W konsekwencji w zmieniającej się rzeczywistości gospodarczej intermodalny transport towarów staje się zagadnieniem waleń wpływającym na rozwój regionalny. Obecność terminali oraz szybkich połączeń z kluczowymi portami morskim i obszarami przemysłowymi znacząco zwiększa atrakcyjność regionu dla lokalizacji działalności gospodarczej.

Transport intermodalny jest w polskiej rzeczywistości transportowo-logistycznej zjawiskiem stosunkowo nowym, a jego rozwój wiąże się z konteneryzacją systemu przesyłek, zwłaszcza w spedycji międzynarodowej. Dodatkowym impulsem do jego rozwoju są fundusze unijne, z których korzystają zarówno operatorzy terminali, jak i przewoźnicy.

W polskiej literaturze brakuje publikacji poruszających wpływ transportu intermodalnego na rozwój regionalny. Większość prac w tym obszarze tematycznym stanowią artykuły: dotyczące funkcjonujących lub proponowanych rozwiązań technicznych w transporcie intermodalnym (np. Markusik, 2009; 2010; 2013; Stokłosa, 2010; Niezgoda, Krasoń, Barnat, Stankiewicz, 2012; Korzeb, Kostrzewski, 2012; Stokłosa, Liščák, 2014), omawiające przepisy, dokumenty strategiczne lub komentujące powszechnie dostępne dane statystyczne na poziomie krajowym lub europejskim (np. Skolasiński, 2006; Jeleń, Foltyński, Guszczak, 2011; Lipińska-Słota, 2012; Engelhardt, 2013; Merkisz-Guranowska, Czerwiński, 2014), traktujące transport intermodalny w kontekście systemów logistycznych (Nowakowski, Kwaśniewski, Zajac, 2010; Guszczak, Foltyński, 2013; Krawczyk, 2013), wskazujące różnego rodzaju bariery jego funkcjonowania

i rozwoju (Jakubowski, 2006; Zielaskiewicz, 2010; Szepietowska, Baran, 2012; Czarnecka, Merkiś-Guranowska, 2013; Zamkowska, 2013; Rosa, 2013; Grzelakowski, 2014; Wojdygowski, 2014), czy też akcentujące potencjalne korzyści w rozwoju tego rodzaju transportu. Część z prac o tej tematyce powstała kilka lub nawet kilkanaście lat temu, przez co nie zawsze prezentuje aktualną sytuację w branży. W literaturze zagranicznej, znacznie obszerniejszej, na szczególną uwagę zasługuje przeglądowe opracowanie T.A. Mathisena i T.-E. S. Hanssena (2014).

Przeprowadzone w latach 2013–2015 badania na zlecenie Wielkopolskiego Regionalnego Obserwatorium Terytorialnego, dotyczące transportu intermodalnego, miały na celu m.in.: diagnozę funkcjonowania transportu intermodalnego, identyfikację stanu obecnego i przemian w transporcie towarów w województwie, określenie roli i znaczenia transportu intermodalnego w kontekście rozwoju ruchu towarowego, badanie czynników wpływających na wzrost znaczenia i udziału transportu intermodalnego w ogólnym bilansie przewozu towarów. Wnioski z badań mają na celu wsparcie polityki rozwoju regionalnego. Z wynikami tych badań można zapoznać się w publikacji M. Beim, B. Mazur, A. Soczówka, R. Zajdler (2015). Niniejszy artykuł przedstawia zarówno wyniki badań dotyczących transportu intermodalnego w Wielkopolsce, ze szczególnym uwzględnieniem modeli rozwoju i funkcjonowania terminali intermodalnych, które nie były ujęte we wcześniejszych publikacjach, jak i późniejsze (w latach 2015–2016) obserwacje rynku transportu intermodalnego w Wielkopolsce.

Podstawową metodą badawczą były pogłębione wywiady z wybranymi interesariuszami – podmiotami zaangażowanymi w obsługę transportową oraz dużymi podmiotami gospodarczymi, które z racji skali prowadzonej działalności generują duże przewozy ładunków (załadawcy lub odbiorcy). Dobór respondentów miał charakter celowy; w oparciu o doświadczenie zespołu badawczego wyspecyfikowano podmioty, a w wybranych przypadkach także konkretne osoby, aby uzyskać możliwie pełen obraz diagnozy i perspektyw rozwojowych poszczególnych gałęzi transportu, służącego kompleksowej obsłudze województwa wielkopolskiego. Oprócz pogłębionych wywiadów wykorzystano także: studia literaturowe, analizę dokumentów strategicznych, obserwacje terenowe, bazy danych statystycznych i specjalistycznych (np. dane gromadzone przez zarządców infrastruktury).

W literaturze przedmiotu znajdziemy wiele definicji transportu intermodalnego lub pojęć pokrewnych: transportu intermodalnego, kombinowanego i multimodalnego. Wspólną ich cechą jest współistnienie różnych środków transportu w ramach jednej usługi. Różnice dotyczą dodatkowych elementów, jak: odległość pokonywana drogą, wykorzystywane środki transportu, przeładunek. Zgodnie z rozporządzeniem z dnia 4 września 2006 roku w sprawie trybu, sposobu i warunków współfinansowania inwestycji kolejowych w transporcie intermodalnym, transport intermodalny oznacza przewóz towarów: przez co najmniej dwie (lub więcej) gałęzie transportu, w jednej i tej samej jednostce ładunkowej lub pojeździe drogowym przez dwie (lub więcej) gałęzie transportu bez przeładunku samych towarów, w którym główna część przewozów wykonywana jest przez kolej, żeglugę śródlądową lub transport morski, a część początkowa lub końcowa przewozu przez transport drogowy. Dyrektywa 92/106/EWG wskazuje na dodatkowe elementy, takie jak: (1) transport kolejną lub wodami śródlądowymi i morskimi nie może być krótszy niż 100 km, (2) transport drogowy nie może być dłuższy niż w promieniu 150 km od stacji załadunkowej lub wyładunkowej.

TRANSPORT INTERMODALNY JAKO NARZĘDZIE KREOWANIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TRANSPORTU

Rosnące znaczenie aspektów środowiskowych działalności człowieka pozostaje w pełni aktualne także w sektorze transportu. Chęć ograniczania zanieczyszczenia środowiska przez transport przyczynia się do wzrostu zainteresowania tymi formami transportu, które pozwalają na ograniczenie ruchu samochodowego, w tym pojazdów ciężkich. Jednym z potencjalnych kierunków ograniczania szkodliwego wpływu transportu na środowisko jest wykorzystanie transportu intermodalnego. Tym bardziej, że charakterystyczną cechą struktury gałęziowej przewozu ładunków w Polsce jest właśnie dominacja transportu drogowego w stosunku do innych gałęzi transportu (por. ryc. 1).

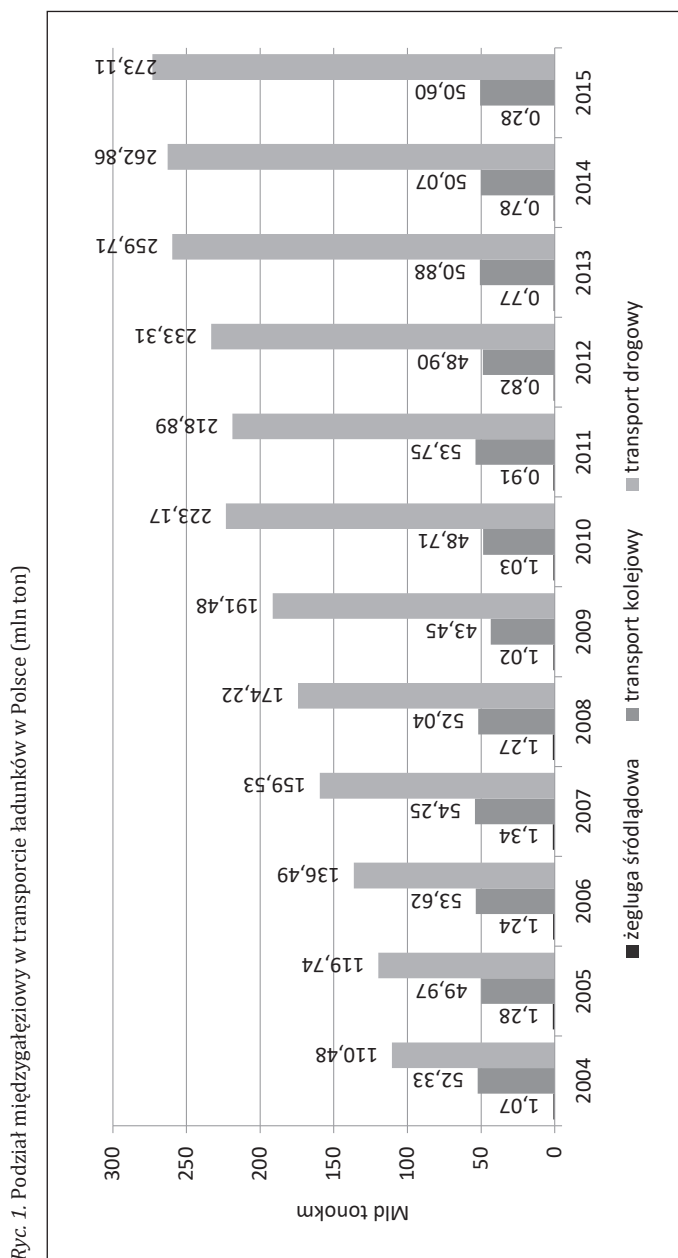
Zgodnie z definicją ekspertów OECD, transport zrównoważony środowiskowo to taki, który nie zagraża ludzkiemu zdrowiu lub ekosystemom i spełnia potrzeby przemieszczania osób i towarów zgodnie z zasadami: wykorzystywania odnawialnych zasobów poniżej ich możliwości regeneracji oraz wykorzystywania nieodnawialnych zasobów poniżej możliwości rozwoju ich odnawialnych substytutów. Istotą tych założeń jest oparcie zrównoważonego rozwoju transportu na oszczędności energii (Paradowska, 2011: 75).

Wprawdzie samo założenie, że transport w ogóle może być zrównoważony, wywołuje pewne kontrowersje (por. Banister, 2005). Wynika to z faktu, że zrównoważony rozwój oznacza uwzględnianie w prowadzonej działalności trzech równie istotnych elementów, jakimi są względy ekonomiczne, ekologiczne i społeczne. Równowaga pomiędzy tymi dziedzinami pozwala na takie sterowanie procesami rozwoju, które umożliwiać będzie korzystanie z zasobów środowiska także przyszłym pokoleniom, przy czym za zasób środowiska w tym miejscu uznać też należy naturalną zdolność środowiska do absorpcji określonego poziomu zanieczyszczeń. Niemniej transport intermodalny można rozpatrywać w kategoriach narzędzia ograniczania negatywnego wpływu transportu na środowisko (por. Janic, 2007; Winebrake, Corbett, Falzarano, Hawker, Korfmacher, Ketha, Zilora, 2008). Negatywne aspekty zmniejszają swoją intensywność wraz z postępem w zastępowaniu samochodów transportem alternatywnym: przede wszystkim kolejowym, ale także różnymi formami żeglugi.

Transport kolejowy pozostaje przede wszystkim znacznie bardziej skomasowany w stosunku do transportu samochodowego. Koncentracja dotyczy szerokości potrzebnej przestrzeni, ale także jednorazowego ładunku możliwego do przewiezienia. Wraz ze wzrostem stopnia koncentracji procesów transportowych następuje poprawa w zakresie możliwości kontrolowania ich wpływu na środowisko społeczne i przyrodnicze.

Równocześnie jednak idea zrównoważonego transportu nie oznacza zaniechania stosowania rachunku ekonomicznego w prowadzonej działalności. Każda gałąź transportu cechuje się określonymi przewagami konkurencyjnymi, przekładającymi się na rolę, jaką powinna ona odgrywać w zintegrowanym łańcuchu transportowo-logistycznym. Odnosząc to do dwóch wzajemnie najbardziej substytucyjnych gałęzi transportu, czyli transportu samochodowego i kolei, powiedzieć należy, że:

- domeną transportu samochodowego jest znaczny stopień liberalizacji; wykształcony rynek implikuje presję na koszty i redukcję marż,
- transport kolejowy jest przede wszystkim znacznie bardziej podatny na automatyzację procesów technologicznych, co przekłada się na bezpieczeństwo dla otoczenia.



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Transport – wyniki działalności (2004–2015)* (2005–2016)

Racjonalna polityka rozwoju transportu powinna być ogniskowana na wspieraniu tych walorów poszczególnych gałęzi, które są w ich przypadku najbardziej naturalnymi czynnikami pozycji konkurencyjnej.

CZYNNIKI LOKALIZACJI TERMINALI INTERMODALNYCH, ICH ZADANIA I FUNKCJE

Istotną rolę w rozwoju transportu intermodalnego spełnia specjalistyczna infrastruktura punktowa, jaką są terminale intermodalne. Specyfika transportu intermodalnego sprawia, że opiera się on na wykorzystaniu infrastruktury liniowej innych gałęzi transportu (drogi kołowe, linie kolejowe, porty żeglugowe oraz powietrzne) oraz tworzeniu węzłów, spajających poszczególne gałęzie tak, aby możliwe było wykorzystanie każdej gałęzi transportu w sposób najbardziej odpowiedni, zoptymalizowany pod względem relacji efektów i kosztów. Techniczne uwarunkowania organizacji przestrzeni terminali intermodalnych opisują m.in. S. Markusik (2010), M. Nader, A. Kostrzewski (2014), M. Jacyna i D. Pyza (2015).

Realizacja funkcji spajającej poszczególne gałęzie transportu przez terminale intermodalne przekłada się na szereg konkretnych zadań, jakie są realizowane w danych lokalizacjach. Obok czynności stricte transportowych, przede wszystkim w postaci przeładunku kontenerów z wagonów na samochody, na terenie terminali intermodalnych można spotkać: usługi spedytorskie, usługi ubezpieczeniowe, agencje celne, usługi noclegowe i gastronomiczne dla kierowców, usługi utrzymania kontenerów, możliwość składu kontenerów próżnych oraz ładunków i szereg innych. Zadania wykonywane przez poszczególne terminale uzależnione są w dużej mierze od profilu klientów i ich oczekiwań. Niemniej jednak standardem staje się europejska skala zasięgu, co przekłada się na określony minimalny zakres świadczonych w terminalu usług.

Interesującym zagadnieniem pozostaje lokalizacja terminali intermodalnych. W skali kraju wyraźnie widać, że terminale intermodalne powstają w bardzo zróżnicowanych lokalizacjach, zarówno w pobliżu dużych aglomeracji (Warszawa, Poznań, konurbacja górnośląska), jak i w mniejszych miejscowościach, w oddaleniu nawet od miast wojewódzkich (Radomsko, Kutno). Zjawisko to można także zaobserwować w Wielkopolsce, gdzie obok terminali zlokalizowanych w Poznaniu lub w jego bezpośredniej bliskości (Poznań-Franowo, Poznań-Junikowo, Gądko) występują także obiekty w mniejszych ośrodkach (Kalisz, Szamotuły, Koło). Skrajne części regionu są też często obsługiwane przez terminale w nieodległych lokalizacjach, np. we Frankfurcie nad Odrą czy Kutnie.

Lokalizacja terminala jest wynikiem uwzględniania w procesie decyzyjnym dwóch głównych grup czynników, czyli czynników zewnętrznych oraz czynników wewnętrznych. W grupie czynników zewnętrznych wyróżnić można:

- wielkość rynku – potencjalni klienci, nadający przesyłki, w promieniu racjonalnego dostępu transportem samochodowym decydują o możliwości podjęcia inwestycji w konkretnej lokalizacji,
- politykę lokalną – konkretyzacja lokalizacji inwestycji terminalowych nie odbywa się w oderwaniu od aspektów polityki na najniższym w zasadzie szczeblu; swoistym wabikiem mogą być ulgi dla inwestorów w podatkach lokalnych, znaczenie ma też standard sieci dróg lokalnych,

– uwarunkowania środowiskowe – w pewnych lokalizacjach inwestycje są niemożliwe lub związane z bardzo wysokim kosztem restytucji walorów przyrodniczych. Dla odmiany wśród czynników wewnętrzgałęziowych, zogniskowanych na transporcie, wskazać należy:

- bliskość węzłów transportowych – duże stacje rozrządowe czy skrzyżowania autostrad umożliwiają sprawne rozprowadzanie ładunków w transporcie intermodalnym w różnych kierunkach,
- jakość infrastruktury liniowej – zwłaszcza stan utrzymania linii kolejowych (prędkości handlowe, naciski na oś, przepustowości) w znacznym stopniu determinuje lokalizację terminali, decyduje bowiem o sprawności dostępu danej lokalizacji do skoncentrowanego potoku ładunków,
- sposób powiązania terminala z poszczególnymi systemami transportowymi – immanentną cechą transportu intermodalnego jest optymalizacja wykorzystania poszczególnych gałęzi transportu, co przekłada się na konieczność odpowiedniego „podłączenia się” terminala do sieci transportowych,
- dostępność obiektów już istniejących i skalę koniecznych inwestycji – terminale intermodalne mogą wykorzystywać już istniejące obiekty, np. bocznice zlikwidowanych zakładów, aby ograniczyć zakres koniecznych inwestycji wstępnych.

W odniesieniu do podlegających badaniu terminali w Wielkopolsce można mówić o kombinacji wielu czynników decydujących o lokalizacji, przy czym najważniejszym jest bliskość rynków nadawców lub odbiorców. W przypadku terminala Poznań-Franowo bardzo dużą rolę odegrały uwarunkowania historyczne, wzmocnione dodatkowo bezpośrednią bliskością dużej aglomeracji. Stacja kolejowa Poznań-Franowo należy do najważniejszych stacji rozrządowych w kraju, a to oznacza np. dostępność fachowego zasobu siły roboczej, natomiast lokalizacja w granicach Poznania minimalizuje drogę pokonywaną przez samochody dowożące i rozwożące kontenery. Terminal w Szamotułach powstał przy wykorzystaniu ogólnodostępnego placu ładunkowego w ramach stacji kolejowej, istotne znaczenie miała natomiast bliskość kilku zakładów przemysłowych, pozwalających na dwukierunkowy przepływ ładunków. Takie podejście akcentuje korzyści związane z minimalizacją funkcjonowania w obrocie próżnych kontenerów. W przypadku terminala w Kaliszu istotnym czynnikiem lokalizacji była nie tylko obsługa aglomeracji kalisko-ostrowskiej, ale również względna bliskość trzech dużych ośrodków zurbanizowanych – Poznania, Wrocławia i Łodzi. Lokalizacja taka z jednej strony implikuje konieczność pokonania większej drogi transportem dowożącym, ale z drugiej pozwala na dywersyfikację obsługiwanego rynku i obszaru. Inwestycja zlokalizowana w Swarzędzu jest dla odmiany doskonałym przykładem koegzystencji rozwoju parku przemysłowego ze stworzeniem narzędzi jego obsługi transportowej. Mając świadomość transportochłonności określonych dziedzin produkcji, zaproponowano inwestorom lokalizację łączącą cechy parku przemysłowego z zapewnieniem sprawnej obsługi transportowej.

Można zauważyć, że operatorzy terminali wywodzący się ze środowiska kolejowego w nieco większym stopniu bazują na uwarunkowaniach leżących po stronie infrastruktury kolejowej. Niezależnie od rozwoju klasycznych terminali intermodalnych w niektórych miejscowościach Wielkopolski (np. w Rokietnicy) można zaobserwować renesans znaczenia punktów ekspedycyjnych, w których mniejsze ilości towarów, nieprzewożonych w kontenerach, są przeładowywane na transport drogowy i dowożone do okolicznych przedsiębiorstw.

BARIERY ROZWOJU TERMINALI INTERMODALNYCH W POLSCE

Rozwój transportu intermodalnego może być stymulowany bądź destymulowany określonymi zjawiskami otoczenia społeczno-gospodarczego oraz przestrzennego. Terminale intermodalne, będące podstawowym ogniwem łańcucha logistycznego w transporcie intermodalnym, pozostają pod wpływem zarówno oddziaływania ogólnego, związanego np. z fazami cyklu koniunkturalnego, jak i specyficznych czynników, właściwych wyłącznie dla działalności transportowej.

Ogólny podział barier rozwoju terminali intermodalnych pozwala wyodrębnić bariery o charakterze uniwersalnym, odnoszące się do całokształtu działalności gospodarczej, oraz bariery specyficzne, odnoszące się stricte do funkcjonowania terminali intermodalnych. Rozpatrując zagadnienie bardziej szczegółowo, wyróżnić można:

- czynniki ogólne:
 - tło ogólnogospodarcze – w fazie recesji następuje stagnacja rozwoju i walka o przetrwanie na rynku, podczas gdy w fazie rozkwitu pojawiają się inwestycje oraz rosną marże z działalności,
 - obostrzenia prawne – prowadzenie terminala intermodalnego, a także inwestycje w tym zakresie, podlega określonym regulacjom prawnym, np. z zakresu prawa budowlanego, ochrony środowiska, emisji hałasu czy gospodarki wodno-ściekowej,
- czynniki ogólnotransportowe:
 - politykę transportową – preferencje inwestycyjne i pozainwestycyjne w odniesieniu do poszczególnych gałęzi transportu wpływają na poziom opłacalności transportu intermodalnego w różnym zakresie odległościowym,
 - preferencje transportowe przedsiębiorców wynikające z dotychczasowych doświadczeń, dopasowania ofert z powodu konkurencji międzygałęziowej itp.,
- czynniki wewnętrzne:
 - usprawnianie procesów logistycznych – granice możliwości zmniejszania czasu potrzebnego na wykonanie poszczególnych operacji oraz obniżania ich kosztu limitują możliwości rozwojowe transportu intermodalnego, a tym samym – terminali intermodalnych,
 - specyficzne regulacje prawne – związane np. z zakresem koniecznych uprawnień osób prowadzących pojazdy kolejowe na bocznicę terminalowej czy prowadzących dokumentację.

Należy w tym miejscu wyraźnie zaznaczyć, że specyfika funkcjonowania terminali intermodalnych w portach morskich jest zupełnie inna niż terminali zlokalizowanych w głębi kraju, poza morską linią brzegową. W pierwszym przypadku mamy do czynienia z przeładunkiem koniecznym, immanentnie wpisanym w proces transportowy do miejsca docelowego, położonego poza wybrzeżem. Wówczas co najwyżej można mówić o usprawnianiu procesów logistycznych, o decyzjach zarządczych w zakresie lokalizacji poszczególnych operacji (na terenie terminala w porcie morskim *versus* w miejscu docelowego przeznaczenia ładunku). Dla odmiany terminale wewnątrz kraju cechują się większą swobodą lokalizacyjną, jednak z drugiej strony w większym stopniu narażone są na wzajemną konkurencję oraz substytucję usługową ze strony otoczenia (w tym terminali „morskich”). Najważniejsze, zidentyfikowane w badaniu, bariery rozwoju terminali intermodalnych wskazano w tab. 1.

Tab. 1. Bariery rozwoju terminali intermodalnych na przykładzie Wielkopolski

Bariery rozwoju	Możliwości mitygacji
Skala działalności – konieczne do poniesienia nakłady stałe, związane z niezbędnym wyposażeniem terminala, muszą rozkładać się na możliwie dużą liczbę operacji przeładunkowych.	Lokomotywy z dodatkowym zasilaniem spalinowym – zastosowanie lokomotyw elektrycznych, które mają możliwość jazdy na krótkich odcinkach pozbawionych sieci trakcyjnej, może przyczynić się do wyeliminowania lokomotywy manewrowej na terminalu.
Wyposażenie infrastrukturalne – wobec kosztocłonności inwestycji w pewne dziedziny, jak np. podniesienie nośności podłoża na placu składowym, ograniczeniu podlega możliwość spiętrzenia kontenerów, limitem jest ponadto dostępność torów bocznic terminalowej.	Ograniczenie skali działalności terminala, ekstensyfikacja rozwoju – skupienie się na kluczowych klientach w momencie wystąpienia ograniczeń, wykorzystywanie do składowania kontenerów (zwłaszcza próżnych) terenów zastępczych, o niższej nośności.
Procesy modernizacyjne sieci kolejowej – trwające nieustannie zamknięcia torowe na poszczególnych odcinkach sieci sprawiają, że możliwości operacyjne terminala w zakresie transportu kolejowego podlegają znacznym wahaniom w krótkich odstępach czasowych.	Gwarancja tras objazdowych – pożądaną zmianą ze strony PKP PLK S.A. w zakresie prowadzenia robót byłoby przyjęcie reguły dostępności tras objazdowych, co przynajmniej w pewnym stopniu zmniejszyłoby uciążliwość prac dla przewoźników kolejowych.
Podnoszenie prędkości dla pociągów pasażerskich – różnice w prędkościach pomiędzy pociągami pasażerskimi a towarowymi utrudniające trasowanie pociągów towarowych.	Podniesienie priorytetu trasowania pociągów towarowych – wprowadzenie elastycznych rozwiązań (dopasowanych do charakteru linii i przewozów), ułatwiających trasowanie pociągów towarowych, bez konieczności istotnego ograniczania pociągów pasażerskich.

Źródło: opracowanie własne

Bardzo istotna bariera rozwojowa terminali intermodalnych, jaką jest szeroko rozumiana dostępność sieci kolejowej, pozostaje poza gestią operatorów terminali. To zarządca infrastruktury kolejowej, sterując procesami utrzymaniowymi i inwestycyjnymi, stanowi o możliwości nie tylko rozwoju, ale często także o bieżącym funkcjonowaniu poszczególnych terminali. Niestety, realizacja programu modernizacyjnego, przewidującego duże ograniczenia ruchu na poszczególnych odcinkach, w szczególnie silny sposób uderza właśnie w ruch towarowy. Wynika to z priorytetowania ruchu pasażerskiego podczas tworzenia rozkładu jazdy pociągów, opisanego w art. 30 ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 28 marca 2003 roku o transporcie kolejowym i przeniesionego na tej podstawie do corocznych regulaminów dostępów do infrastruktury Polskich Linii Kolejowych.

Wiele terminali intermodalnych stanowią obiekty o charakterze bocznicowym, funkcjonujące w perspektywie kilkunasto-, kilkudziesięcioletniej, o zastanych układach torowych. Niska elastyczność ich funkcjonowania, związana z:

- ściśle określoną lokalizacją, zatem przywiązaniem do sieci kolejowej (a także drogowej, choć jest to w mniejszym stopniu barierą rozwoju) w ściśle określonym miejscu, determinującym możliwość sprawnego transportu kolej do i z terminala,
- zastanym układem torowym terminala, nierzadko z ograniczonymi możliwościami rozbudowy, np. z racji dostępności gruntu, determinującym m.in. długość możliwych do przyjęcia pociągów,

ogranicza w istocie skłonność operatorów terminali do intensyfikacji ich rozwoju. Terminale intermodalne pozostają w dużej mierze punktami przeładunku kontenerów z transportu kolejowego na transport samochodowy, w niskim stopniu włączając się w rozwój usług okołologicznych, np. konfekcjonowanie towarów.

Ten stan rzeczy ma swoje źródło w jeszcze jednym zjawisku obecnym w otoczeniu gospodarczym. Otóż rosnący stopień nasycenia infrastrukturą magazynową, obserwowany szczególnie w dużych ośrodkach miejskich (*Rynek powierzchni magazynowych...*, 2016), podważa finansową racjonalność inwestycji w kompleksowe rozwiązania logistyczne, bazujące na lokalizacjach bocznicowych. Dla odmiany, genezy dynamicznego rozwoju magazynów dopatrywać można także w łatwości lokalizacyjnej, związanej z bardzo liberalnym podejściem do zagadnień zagospodarowania przestrzennego w obowiązującym prawie¹.

TERMINALE INTERMODALNE W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

Na terenie województwa wielkopolskiego w okresie prowadzenia badań funkcjonowały następujące terminale, obsługujące transport intermodalny: Gądk, Kalisz, Poznań-Franowo, Poznań-Rudnicze, Swarzędz i Szamotuły. Równocześnie niezbędna infrastruktura terminalowa znajduje się także w trzech innych lokalizacjach na terenie aglomeracji poznańskiej, czyli w terminalach obecnie nieeksploatowanych: Gądk, Kobylnica i Poznań-Garbary. Od 2016 roku funkcjonuje też dziesiąty terminal intermodalny w Kole. Szczegółową lokalizację terminali przedstawia ryc. 2, a charakterystykę – tab. 2. Co charakterystyczne, większość terminali zlokalizowanych jest w aglomeracji poznańskiej; wyjątkiem są terminale w Kaliszu i w Kole.

Tab. 2. Charakterystyka terminali intermodalnych w województwie wielkopolskim

Terminal	Operator	Roczna zdolność przeładunkowa (TEU)	Główne kierunki obsługi ruchu towarowego i inne uwagi
Terminal kontenerowy Poznań Rudnicze (Junikowo)	Loconi	40 000	Trójmiasto
Terminal kontenerowy Poznań Garbary	Spedcont	b.d.	terminal obecnie nieeksploatowany
Terminal kontenerowy Gądk (POZUG)	POLZUG	385 400	porty Hamburg, Bremerhaven, Rotterdam, Trójmiasto, terminale POLZUG w Polsce, Kąty Wrocławskie, Dąbrowa Górnicza, Pruszków oraz Wspólnota Niepodległych Państw
Terminal kontenerowy Gądk (Cargosped)	PKP Cargo Connect	30 000	terminal obecnie nieeksploatowany
Terminal kontenerowy Swarzędz	CLIP	75 000	Krefeld, Rotterdam
Terminal kontenerowy Kobylnica	PKP Cargo Connect	20 000	terminal obecnie nieeksploatowany
Terminal kontenerowy Szamotuły	Ost-Sped	b.d.	Trójmiasto
Terminal kontenerowy Kalisz	Ost-Sped	b.d.	w charakterze terminala może być wykorzystywana infrastruktura placu ładunkowego
Terminal kontenerowy Poznań Franowo	PKP Cargo Connect	117 000	Trójmiasto
Terminal kontenerowy Koło	Laude Smart Intermodal	b.d.	Terminal Laude.pl w Zamościu (przy LHS)

Źródło: opracowanie własne, z wykorzystaniem danych Urzędu Transportu Kolejowego

¹ Zmiany w tym zakresie sygnalizowane są przez podjęcie prac nad nowym kodeksem urbanistyczno-budowlanym, zob. komunikat w sprawie konsultacji społecznych projektu ustawy wraz z jego tekstem, zamieszczony 30 września 2016 roku (2016, 22 grudnia).

Ryc. 2. Lokalizacja terminali intermodalnych w województwie wielkopolskim



Źródło: opracowanie własne

Bardzo zróżnicowana jest też skala operacji. Od największego terminala w Gądkach, mogącego obsługiwać wolumen towarów w wysokości 385 400 TEU rocznie, do terminali z szacowanym maksymalnym wolumenem wynoszącym kilkanaście tysięcy TEU rocznie. Zróżnicowanie skali maksymalnej operacji jest wynikiem zarówno modelu biznesowego, jak i pozyskanych funduszy unijnych na rozwój działalności oraz uwarunkowań konkurencyjnych. Dominująca pozycja spółki POLZUG w Gądkach wynika z faktu, iż terminal ten jest hubem dla wszystkich innych terminali spółki na terenie Polski.

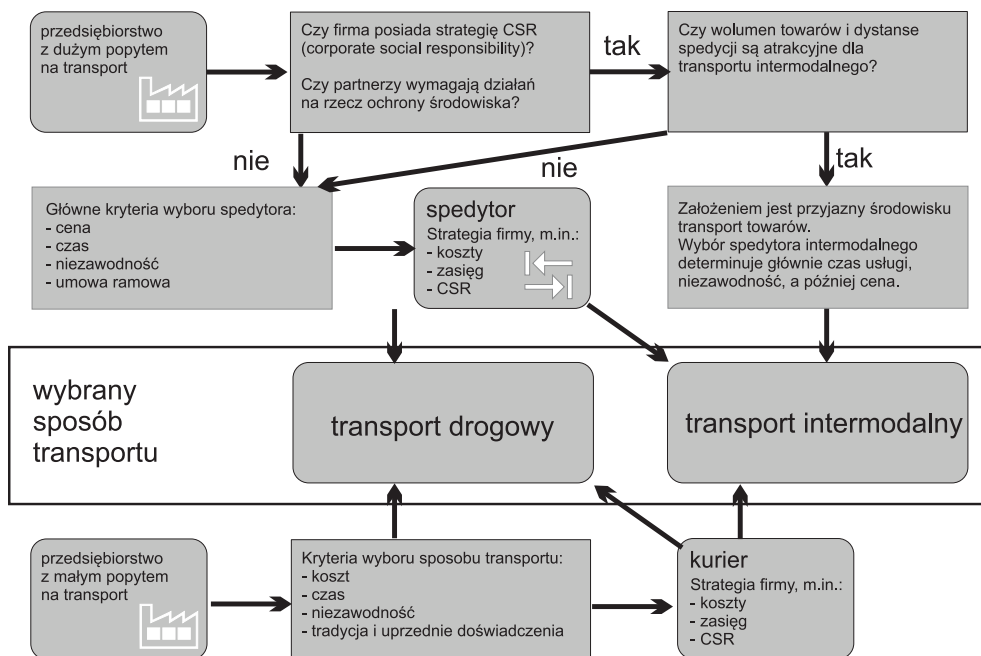
Znamieną cechę wielkopolskich terminali jest fakt, że żaden z nich nie jest wyposażony w suwnice kolejowe, a cały przeładunek odbywa się wyłącznie za pomocą pojazdów podnośnikowo-przeładunkowych typu reach stacker. Brak inwestycji w suwnice kolejowe można interpretować jako poczucie braku stabilności rynku przewozów intermodalnych. Do wyjątków – poza Wielkopolską – należą inwestycje wyposażone w suwnice kolejowe (np. Kutno, dwie suwnice przy maksymalnym wolumenie terminala wynoszącym 250 000 TEU rocznie).

MODELE BIZNESOWE ROZWOJU TERMINALI INTERMODALNYCH W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

Przeprowadzone badania pokazują, że województwo wielkopolskie posiada duży potencjał dla rozwoju transportu intermodalnego. Z jednej strony wpływa na to dynamicznie rozwijająca się gospodarka, funkcjonująca w powiązaniach międzynarodowych, z drugiej strony zaletą jest położenie regionu na tle sieci transportowej. Rola transportu intermodalnego jest ograniczona, a przedsiębiorcy nie zawsze doceniają jego korzyści. Występuje dość duża dychotomia w zakresie wyboru środka transportu. Stosunkowo nieliczne, ale jednocześnie duże podmioty są skłonne korzystać nie tyle z transportu intermodalnego, co wręcz z przewozów całopociągowych bezpośrednio na bocznicę zakładu.

Na drugim biegunie znajdują się podmioty mniejsze, wśród których dominuje korzystanie z przewozów drogowych. Czynnikiem, który może skłaniać konkretne przedsiębiorstwa do powierzania obsługi transportowej operatorom transportu intermodalnego, jest realizacja strategii biznesu odpowiedzialnego społecznie. Zgodnie z jej zasadami wybór kontrahentów odbywa się nie tylko przez pryzmat kosztów, ale także podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska. Tego rodzaju strategia może być domeną samego przedsiębiorstwa, ale także spedytora lub kontrahenta. Schemat ideowy wyboru rodzaju transportu przedstawiono poniżej (ryc. 3).

Ryc. 3. Model decyzji wyboru rodzaju transportu (nie dotyczy sytuacji, gdy przedsiębiorstwo korzysta z bocznic kolejowej)



Można wyróżnić cztery zasadnicze modele działania terminali. W pierwszym z nich terminal stanowi ekspozyturę kluczowych portów morskich. Rolą terminala jest zapewnienie przedłużenia łańcucha logistycznego portu w regionach śródlądowych. Zdecydowana większość połączeń odbywa się pomiędzy portem a regionem. Takimi przykładami są terminale POLZUG w Gądkach i Locini na poznańskim Junikowie. Ten model biznesowy funkcjonuje zarówno w powiązaniach kapitałowych z portami (POLZUG jest własnością Hamburger Hafen und Logistik), jak i bez powiązań kapitałowych (Loconi, powiązana kapitałowo z ATC Cargo, należącym do osób prywatnych i funduszy inwestycyjnych), jednak wykorzystując rentę lokalizacyjną (hub Loconi zlokalizowany jest w pobliżu portu i dwóch morskich terminali kontenerowych).

W drugim modelu transport intermodalny staje się poszerzeniem portfolio usług przewoźników towarowych. Terminal pozostaje wprawdzie neutralny – jako kolejowa infrastruktura usługowa, w myśl pakietów kolejowych UE – jednak w rzeczywistości traktowany jest jako element przewagi konkurencyjnej spółki kolejowej. Na terenie Wielkopolski w całości segment ten kontrolowany jest przez spółki z Grupy PKP Cargo (PKP Cargo Connect oraz Cargosped, do której w 2016 roku przekazano część terminali).

Z punktu widzenia stymulacji wzrostu gospodarczego najciekawszy jest trzeci model działalności – uzupełnienie oferty parku przemysłowego czy specjalnej strefy ekonomicznej. Potencjalni inwestorzy zyskują kompleksowe wsparcie, w tym również w segmencie transportu intermodalnego. Jedynym przykładem z Wielkopolski jest zlokalizowane w Swarzędzu Centrum Logistyczno-Inwestycyjne Poznań, którego operatorem jest spółka CLIP Logistics. Należy nadmienić, iż swarzędzkie centrum stanowi najbardziej zaawansowany tego typu obiekt w Polsce. Terminal intermodalny, będący immanentnym elementem strefy inwestycyjnej, traktowany jest jako element przewagi konkurencyjnej nad innymi strefami przemysłowymi. Istnienie szerokiej gamy powierzchni magazynowych (w tym chłodni, sejfów, parkingów na nowe samochody) stanowi usługę komplementarną do przeładunku na terminalu oraz dla zakładów przemysłowych.

Ostatni model to terminale lokowane w pobliżu transportochłonnych zakładów przemysłowych. W ostatnich dwóch dekadach powstało wiele przedsiębiorstw nieposiadających własnych bocznicy. To na ich potrzeby tworzone są proste terminale intermodalne, często niskim nakładem, przy wykorzystaniu dawnych placów rozładunkowych. W Wielkopolsce są to przede wszystkim terminale w Szamotułach (spółka Ost-Sped działająca na rzecz fabryki Samsunga we Wronkach) i w Kole (spółka Laude Smart Intermodal obsługująca zakłady porcelanowe Geberit, d. Koło). Istnienie takich małych terminali często owocuje wzrostem zainteresowania przewozami intermodalnymi innych okolicznych przedsiębiorców, co w konsekwencji skutkuje dalszym rozwojem terminala.

W Wielkopolsce można zaobserwować koegzystencję wszystkich czterech modeli transportu intermodalnego (tab. 3, ryc. 4). Wyzwaniem pozostaje natomiast mądre wsparcie środkami publicznymi. Zasadniczym pytaniem odnośnie do polityki transportowej oraz polityki rozwoju regionalnego staje się więc: czy należy wspierać wszystkie inicjatywy, czy stworzyć strategię regionalną preferującą jeden z modeli?

Tab. 3. Modele biznesowe terminali intermodalnych w Polsce

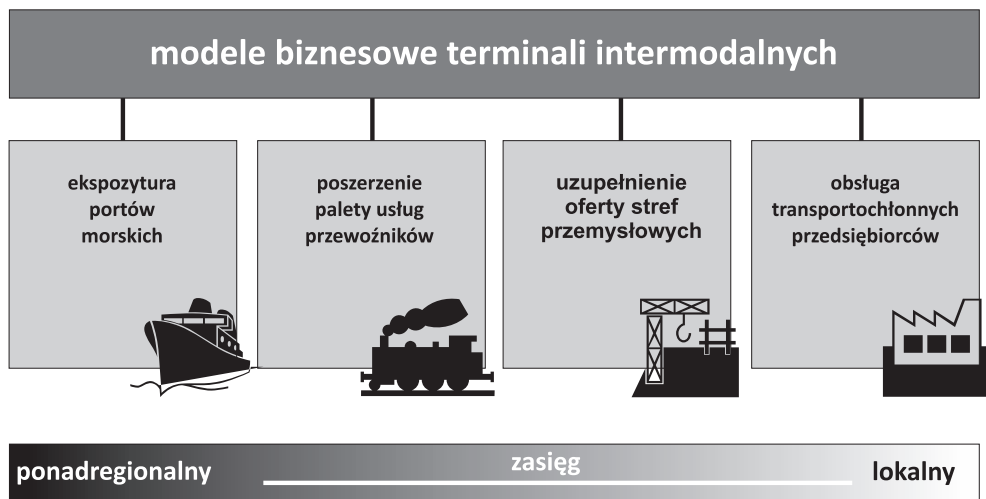
Rodzaj terminala	Stanowiący ekspozyturę portów morskich	Poszerzający ofertę kolejowych przewoźników towarowych	Uzupełniający strefy przemysłowe	Obsługujący transportochłonne przedsiębiorstwa
Najczęstsza forma oddziaływania	ponadregionalny zasięg	regionalny zasięg	lokalny lub ponadlokalny zasięg	lokalny zasięg
Charakterystyka	suchy port, hub, kilka torów na bocznicę, plac przeładunkowy i magazynowy	kilka torów na bocznicę, plac przeładunkowy i magazynowy	bocznica z kilkoma torami, plac przeładunkowy i magazynowy, oferta magazynowa rozszerzona o składowanie w halach, sejfach, chłodniach itp.	bocznica z placem przeładunkowym
Dystrybucja ładunków	dowóz do odbiorców w regionie, przeładunek pomiędzy pociągami	dowóz do odbiorców w regionie	dowóz do zlokalizowanych w strefie i okolicy przedsiębiorców	dowóz do jednego, dwóch lokalnych przedsiębiorców
Połączenia	regularne kursy do portów i innych centrów intermodalnych, wiele kierunków obsługi, węzeł przeładunkowy	regularne kursy do portów i innych centrów intermodalnych, kilka kierunków	regularne kursy do innych stref przemysłowych oraz nieregularne kursy według potrzeb zamawiających	kursy według potrzeb zamawiających
Lokalizacja	węzły transportowe w obszarze lub w pobliżu aglomeracji miejskich	aglomeracje miejskie z koncentracją przemysłu	aglomeracje miejskie z koncentracją przemysłu	zakłady przemysłowe poza największymi aglomeracjami miejskimi
Przykłady z Wielkopolski	– POLZUG Gądk (port w Hamburgu)	– Cargosped Franowo (Grupa PKP Cargo)	– CLIP Swarzędz	– Ost-Sped Szamotuły (dla Samsung Polska) – Laude Smart Intermodal Koło (dla Geberit)
Przykłady z pozostałego obszaru kraju	– PCC Kutno (porty trójmiejskie) – Loconi Radomsko (porty trójmiejskie)	– Warszawa--Praga Cargosped	– magazyny Śląskiego Centrum Logistyki w Gliwicach i PCC	– Laude Smart Intermodal Radymno, gmina Orły (dla Tarnobrzeskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej)

Źródło: opracowanie własne

DOCELOWY KSZTAŁT SYSTEMU TRANSPORTU INTERMODALNEGO

W opiniach respondentów ścierają się dwie wizje organizacji transportu intermodalnego w Wielkopolsce: scentralizowanego systemu, w którym funkcjonują jeden–dwa duże terminale, oraz rozproszonego systemu, w którym funkcjonuje sześć–dziewięć terminali intermodalnych różnej wielkości. W koncepcji dużych terminali intermodalnych dzięki skali obrotów można zapewnić nie tylko stabilną pozycję ekonomiczną,

Ryc. 4. Modele biznesowe terminali intermodalnych



Źródło: opracowanie własne

ale w miarę regularne uruchamianie pociągów, nie tylko w kilku najważniejszych kierunkach wymiany towarów, ale również w kierunkach, na które obecnie jest mniejszy popyt, a rozproszenie usługodawców uniemożliwia stworzenie oferty rynkowej. Respondenci skłaniający się ku koncepcji rozproszonych terminali zaznaczają, że koncepcja dużych terminali bazuje na błędnym założeniu łatwości organizacji dystrybucji kołowej z takich centrów. Tymczasem zarówno transport kołowy, jak i kolejowy, cechuje się silnym wzrostem stawek kilometrowych przy krótkich dystansach. Im dłuższy dystans w linii prostej od centrum przeładunkowego, tym trudniej też skompletować ładunek do dopełnienia samochodu rozwożącego. Ponadto wielość terminali pozwala na stworzenie oferty przewozowej najbardziej dopasowanej do potrzeb przedsiębiorców.

Niezależnie od wyboru scenariusza rozwoju terminali intermodalnych operatorzy lub potencjalni inwestorzy napotykać na szereg barier. Należą do nich działania spółek kolejowych (np. wysokie koszty przyłączeń do systemów sterowania ruchem kolejowym, praktyki monopolistyczne), stan infrastruktury i jej modernizacje (niskie prędkości handlowe pociągów towarowych, poniżej 25 km/h, czasochłonne trasy objazdowe), brak stabilności systemu preferencji (np. częste zmiany zasad ulgowego dostępu do torów czy odwoływanie preferencyjnych stawek na kilka tygodni przed końcem okresu obowiązywania), chaos przestrzenny (np. roszczenia osób, które budują domy na terenach przemysłowych wokół terminali), a także utrwalone naganne praktyki w transporcie drogowym (naruszanie czasu pracy kierowców, naruszanie ograniczeń ładunkowych itp.). Utrudnieniem dla inwestorów, oczekujących wysokiej stopy zwrotu, jest także nasycenie rynku powierzchni magazynowych nowymi obiektami, powstającymi bez dostępu do infrastruktury kolejowej, będące skutkiem dużej dowolności w lokalizacji tego rodzaju działalności. Mimo tych licznych utrudnień wzrasta zainteresowanie potencjalnych operatorów i klientów terminalami intermodalnymi.

PODSUMOWANIE

Dla polskiej gospodarki rozwój transportu intermodalnego jest jednym z kluczowych wyzwań determinujących jej konkurencyjność. Oprócz działań inwestycyjnych konieczne jest zwiększanie świadomości przedsiębiorców oraz przedstawicieli administracji publicznej. Potwierdzają to badania zrealizowane na terenie Wielkopolski – w regionie o dobrych parametrach sieci transportowej i korzystnej lokalizacji względem transeuropejskich łańcuchów dostaw.

W sytuacji niskiej przewagi kosztowej nad transportem drogowym najważniejszym impulsem dla rozwoju transportu intermodalnego są fundusze unijne na budowę terminali oraz zakup wyposażenia, a także preferencyjne stawki w dostępie do torów. Niskie marże wymuszają modele biznesowe, które zapewniają dodatkowe źródło przychodów poprzez synergię z transportem intermodalnym. W Wielkopolsce wyróżniono cztery typy działalności biznesowej: terminale jako przedłużenie oferty portów morskich, terminale jako uzupełnienie portfolio usług przewoźników kolejowych, terminale jako jądro strefy przemysłowej oraz terminale jako alternatywy dla braku bocznicy kolejowych. Wszystkie cztery modele znajdują swoje miejsce na rynku. Konieczne staje się wypracowanie modelu wsparcia terminali intermodalnych środkami unijnymi: czy inwestować w tworzenie jednego, dwóch dużych terminali w regionie czy w sieć kilku lub kilkunastu mniejszych. Odpowiedź na to pytanie będzie kluczowa dla przyszłego kształtu systemu transportu intermodalnego w Wielkopolsce i w Polsce.

Doświadczenia zagraniczne wskazują, że ważnym warunkiem rozwoju transportu intermodalnego jest stworzenie wieloletniej strategii rządowej dotyczącej rozwoju kolejowego transportu towarowego, w tym transportu intermodalnego, bardzo mocno umiejscowionej w realiach ekonomicznych danego państwa, konsekwentnie realizowanej przez kolejne rządy. Rozwiązanie to musi mieć charakter systemowy, na który powinny się składać m.in.: przestrzenna koncepcja rozmieszczenia terminali intermodalnych, definicja najważniejszych tras kolejowych służących obsłudze terminali wraz z określeniem ich parametrów jakościowych, długotrwały charakter ekonomicznych rozwiązań wspierających transport intermodalny, stworzenie trwałych platform transferu wiedzy pomiędzy zainteresowanymi podmiotami, współpraca z krajowym przemysłem oraz władzami publicznymi oraz promocja znaczenia transportu intermodalnego dla zrównoważonego rozwoju kraju. Bardzo trudno jest jednoznacznie wybrać najwłaściwszą ścieżkę rozwoju transportu intermodalnego – poszczególne państwa europejskie stawiają na bardzo różne modele. Istotne jest dopasowanie zastosowanych rozwiązań do warunków lokalnych i konsekwentne wspieranie transportu intermodalnego na poziomie rządowym i samorządowym.

Bibliografia

References

- Banister, D. (2005). *Unsustainable transport: city transport in the new century*. Abingdon: Routledge – Taylor & Francis.
- Beim, M., Mazur, B., Soczówka, A., Zajdler, R. (2015). *Transport intermodalny w województwie wielkopolskim w latach 2004–2014. Przemiany, stan obecny i perspektywy rozwoju*. Poznań: Wielkopolskie Regionalne Obserwatorium Terytorialne.
- Czarnecka, J., Merkiś-Guranowska, A. (2013). Ocena infrastruktury transportu intermodalnego w Polsce. *Pojazdy Szynowe*, 3, 27–34

- Dyrektywa Rady nr 92/106/EWG z dnia 7 grudnia 1992 r. w sprawie stworzenia wspólnych zasad dla pewnych rodzajów kombinowanych przewozów towarów pomiędzy państwami członkowskimi.
- Engelhardt, J. (2013). Polityka państwa w zakresie transportu intermodalnego w Polsce. *Problemy Transportu i Logistyki*, 22, 57–80.
- Grzelakowski, A.S. (2014). Rozwój rynku przewozów intermodalnych w Polsce i jego wpływ na portowy rynek kontenerowy. *Logistyka*, 2, 13–22.
- Guszczał, B., Foltyński, M. (2013). Transport intermodalny jako ogniwo łańcucha dostaw. *Problemy Transportu i Logistyki*, 21, 47–58.
- Jakubowski, L. (2006). Miejsce systemów intermodalnych w systemie transportowym. *Problemy Kolejnictwa*, 142, 28–36.
- Jacyna, M., Pyza, D. (2015). Rola intermodalnych terminali przeładunkowych w przewozach kolejowo-drogowych. *Problemy Kolejnictwa*, 169, 15–27.
- Janic, M. (2007). Modelling the full costs of an intermodal and road freight transport network. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 12, 33–44.
- Jeleń, I., Foltyński, M., Guszczał, B. (2011). Intermodalność w łańcuchach dostaw – jak przezwyciężyć bariery rynku. *Logistyka*, 6.
- Komunikat w sprawie konsultacji społecznych projektu ustawy wraz z jego tekstem, zamieszczony 30 września 2016 roku (2016, 22 grudnia). Witryna internetowa Ministerstwa Infrastruktury i Budownictwa. Pozyskano z http://mib.gov.pl/2-514324a4ec938-1797355-p_1.htm
- Korzeb, J., Kostrzewski, A. (2012). Ocena i rola technologicznych aspektów przeładunku samobieżnych zestawów drogowych w transporcie intermodalnym. *Logistyka*, 4.
- Krawczyk, T. (2013). Zarządzanie łańcuchami dostaw w transporcie intermodalnym. *Logistyka*, 5, 117–120.
- Lipińska-Słota, A. (2012). Transport intermodalny na rynku przewozów ładunków w Polsce. *Logistyka*, 4, 507–514.
- Markusik, S. (2009). *Infrastruktura logistyczna w transporcie, t. 1 – Środki transportu*. Gliwice: Politechnika Śląska.
- Markusik, S. (2010). *Infrastruktura logistyczna w transporcie, t. 2 – Infrastruktura punktowa – magazyny, centra logistyczne i dystrybucji, terminale kontenerowe*. Gliwice: Politechnika Śląska.
- Markusik, S. (red.) (2013). *Infrastruktura logistyczna w transporcie, t. 3, cz. 1 – Infrastruktura liniowa: wodna, transport lotniczego oraz telematyka transportu*. Gliwice: Politechnika Śląska.
- Mathisen, T.A., Hanssen, T.-E.S. (2014). The academic literature on intermodal freight transport. *Transportation Research Procedia*, 3, 611–619.
- Merkisz-Guranowska, A., Czerwiński, J. (2014). Stan rozwoju transportu intermodalnego w przewozach kolejowych kombinowanych w Polsce. *Pojazdy Szynowe* 2, 16–22.
- Nader, M., Kostrzewski, A. (2014). Podstawowe założenia struktury procedury projektowania centrum przeładunkowego dla transportu intermodalnego. *TTS Technika Transportu Szynowego*, 10, 21–26.
- Niezgoda, T., Krasoń, W., Barnat, W., Stankiewicz, M. (2012). Symulacje kinematyczno-dynamiczne działania wagonu z obrotową platformą do przewozów intermodalnych. *Modelowanie Inżynierskie*, 13(44), 223–228.
- Nowakowski, T., Kwaśniewski, S., Zając, M. (2010). Transport intermodalny w aspekcie realizacji modelu Systemu Logistycznego Polski. *Prace Naukowe Politechniki Warszawskiej. Transport*, 76, 103–111.
- Paradowska, M. (2011). Rozwój zrównoważonych systemów transportowych polskich miast i aglomeracji w procesie integracji z Unią Europejską – przykład aglomeracji wrocławskiej. Opole: Uniwersytet Opolski.
- Rosa, G. (2013). Uwarunkowania rozwoju transportu intermodalnego w Polsce. *Problemy Transportu i Logistyki*, 22, 281–294.
- Rozporządzenie z dnia 4 września 2006 r. w sprawie trybu, sposobu i warunków współfinansowania inwestycji kolejowych w transporcie intermodalnym.
- Rynek powierzchni magazynowych w Polsce, I kwartał 2016 (2016, 22 grudnia). Cushman & Wakefield. Pozyskano z <http://www.qbusiness.pl/uploads/Raporty/cwmag12016.pdf>
- Skolasiński, L. (2006). Transport intermodalny w Europie oraz w Polsce. *Przegląd Komunikacyjny*, 4, 3–15.

- Stokłosa, J. (2010). Systemy przewozu pojazdów transportem intermodalnym z poziomym przeładunkiem – porównanie. *Logistyka*, 2.
- Stokłosa, J., Liščák, Š. (2014). Ewolucje technologii przeładunkowych jako narzędzie zwiększające efektywność przewozów intermodalnych. *Logistyka*, 2, 57–61.
- Szepietowska, E., Baran, J. (2012). Perspektywy rozwoju transportu intermodalnego w Polsce. *Logistyka*, 6.
- Ustawa z dnia 28 marca 2003 roku o transporcie kolejowym (Dz.U. z 2016 r. poz. 1727, z późn. zm.).
- Transport – wyniki działalności (2004–2015) (2005–2016)*. Warszawa: GUS.
- Winebrake, J.J., Corbett, J.J., Falzarano, A., Hawker, J.S., Korfmacher, K., Ketha, S., Zilora, S. (2008). Assessing energy, environmental, and economic tradeoffs in intermodal freight transportation. *Journal of the Air & Waste Management Association*, 58(8), 1004–1013.
- Wojdygowski, Z. (2014). Bariery rozwoju transportu intermodalnego w Polsce – dylematy i oczekiwania. *Infrastruktura Transportu*, 5, 58–61.
- Zamkowska, S. (2013). Transport intermodalny – szansą na zwiększenie udziału kolei w rynku. *Autobusy – TEST*, 3, 97–106.
- Zielaskiewicz, H. (2010). *Transport intermodalny na rynku usług przewozowych*. Radom: Instytut Technologii Eksploatacyjnych PIB.

Michał Beim, dr, Wydział Inżynierii Środowiska i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu. Zajmuje się naukowo problematyką transportu miejskiego i regionalnego oraz związkami z planowaniem przestrzennym. Absolwent gospodarki przestrzennej na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W 2007 roku obronił także rozprawę doktorską nt. procesów suburbanizacji. W latach 2009–2011 stypendysta Fundacji Alexandra Humbolta w Instytucie Transportu i Mobilności Politechniki w Kaiserslautern (Niemcy). Od 2012 roku adiunkt w Instytucie Melioracji, Kształtowania Środowiska i Geodezji Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu. Autor lub współautor ponad 70 publikacji naukowych (w tym 5 książek) oraz ponad 20 artykułów opinii w prasie codziennej. Od 2009 roku ekspert Instytutu Sobieskiego w Warszawie. W latach 2016–2017 członek Głównej Komisji Urbanistyczno-Architektonicznej. W latach 2016–2017 członek zarządu PKP S.A.

Michał Beim, Ph.D., Faculty of Environmental Engineering and Spatial Planning, University of Life Sciences. His academic interests focus on urban and regional transport and trade and their relations with spatial planning. He has graduated from the Faculty of Spatial Planning at the Adam Mickiewicz University in Poznań. In 2007, he defended his doctoral dissertation on suburbanization processes. Between 2009 and 2011, he was a fellow of Alexander Humboldt Foundation at the Institute for Transport and Mobility at the University of Kaiserslautern (Germany). Since 2012 he is an assistant professor at the Institute for Land Reclamation, Environmental Engineering and Geodesy at the University of Life Sciences in Poznań. He is the author or a co-author of over 70 publications (including 5 books) and over 20 articles in the daily press reviews. Since 2009, he is an expert at the Sobieski Institute in Warsaw. Between 2014 and 2016, he was a member of the Central Committee on Architecture and Urban Planning. Between 2016–2017 he was a member of the board of PKP S.A.

Adres/address:

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
Wydział Inżynierii Środowiska i Gospodarki Przestrzennej
ul. Wojska Polskiego 28, 60-637 Poznań, Polska
e-mail: michal.beim@up.poznan.pl

Bartosz Mazur, dr, Urząd Miasta Rybnik. Ekonomista transportu, absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, specjalizuje się w zagadnieniach związanych z systemami transportowymi, posiada wieloletnie doświadczenie w sektorze publicznym i w praktyce gospodarczej. Pracował m.in. w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Śląskiego, w Przewozach Regionalnych i w Urzędzie Transportu Kolejowego. Autor i współautor kilkudziesięciu prac ogłoszonych drukiem, a także wielu dokumentów wdrożeniowych dla ministerstw i jednostek samorządowych. Obecnie jest doradcą prezydenta miasta Rybnik ds. transportu zintegrowanego.

Bartosz Mazur, Ph.D., Rybnik City Hall. Transport economist, graduated from the University of Economics in Katowice, specialises in the area of transportation systems. He has experience in working for public authorities, as well as for business entities. He has worked for the Marshal's Office of the Silesian Voivodeship,

Przewozy Regionalne and Office of Rail Transport. He is the author and a co-author of several dozen of articles, as well as many applicable elaborations for ministries and local governments. Currently, he is an advisor of the president of the city Rybnik for integrated transport matters.

Adres/address:

Urząd Miasta Rybnik
ul. Bolesława Chrobrego 2, 44-200 Rybnik, Polska
e-mail: mazur185@poczta.onet.pl

Andrzej Soczówka, dr, Uniwersytet Śląski, Wydział Nauk o Ziemi. Absolwent Wydziału Nauk o Ziemi Uniwersytetu Śląskiego, specjalista z zakresu geografii transportu, od 2013 roku adiunkt w Katedrze Geografii Ekonomicznej na macierzystym wydziale. W swoim dorobku naukowym ma 4 monografie, w tym 2 poświęcone problematyce publicznego transportu zbiorowego na obszarze województwa śląskiego, kilka rozdziałów w monografiach oraz 30 artykułów w czasopismach specjalistycznych. Współautor ekspertyz dla administracji rządowej i samorządowej. Posiada kilkuletnie doświadczenie kartograficzne w zakresie redakcji map transportowych. Aktywnie udziela się we władzach Polskiego Towarzystwa Geograficznego.

Andrzej Soczówka, Ph.D., University of Silesia, Faculty of Earth Sciences. Graduated from the Faculty of Earth Sciences, University of Silesia, a specialist in the field of transport geography. Since 2013 an assistant professor in the Department of Economic Geography at this faculty. He has written 4 monographs, 2 of them devoted to the problem of public transport in the province of Silesia, several chapters in books and 30 articles in professional journals. He has co-authored several expertise for central and local governments. He has several years of experience in the field of cartographic maps editorial transport. Active member of the Polish Geographical Society.

Adres/address:

Uniwersytet Śląski
Wydział Nauk o Ziemi
ul. Będzińska 60, 41-200 Sosnowiec, Polska
e-mail: andrzej.soczowka@us.edu.pl

Robert Zajdler, dr, Politechnika Warszawska, Wydział Administracji i Nauk Społecznych. Radca prawny, założyciel kancelarii prawnej świadczącej usługi dla sektora energetycznego (Zajdler Energy Lawyers), adiunkt na Politechnice Warszawskiej, ekspert ds. energetycznych w Instytucie Sobieskiego. Wcześniej, pracując dla Prokuratury Generalnej Skarbu Państwa, był m.in. pełnomocnikiem Polski w postępowaniach arbitrażowych, w tym opartych na Traktacie Karty Energetycznej oraz regułach FIDIC. Pracując dla Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, zajmował się negocjacjami akcesyjnymi Polski do Unii Europejskiej oraz dostosowaniem prawa polskiego do wymogów prawa Unii Europejskiej. Pracował również dla Komisji Europejskiej. Wykładowca i autor licznych publikacji w dziedzinie energetyki.

Robert Zajdler, Ph.D., Legal Adviser, Warsaw University of Technology, Faculty of Administration and Social Sciences. He is an associate professor at the Warsaw University of Technology, where he is also the Dean Plenipotentiary for International Cooperation and the Head of Election Committee at the Faculty. He also practices as a legal advisor and runs his own firm which provides services for the energy sector (Zajdler Energy Lawyers & Consultants). He is an expert in energy issues at the Sobieski Institute. While working for the State Treasury Solicitors' Office he represented Poland as a co-counsel in arbitration proceedings, including those carried on under the Energy Charter Treaty (Mercuria Energy Group Ltd. vs. The Republic of Poland) and FIDIC. While working for the Office of the Committee for European Integration he was involved in the negotiations on Poland's accession to the European Union and approximation of the Polish law with the UE requirements. He has also worked for the European Commission He is an influential speaker. He has authored many scientific publications on energy issues.

Adres/address:

Politechnika Warszawska
Wydział Administracji i Nauk Społecznych
Plac Politechniki 1, 00-661 Warszawa, Polska
e-mail: info@zajdler.eu

MACIEJ TARKOWSKI
Uniwersytet Gdański, Polska
University of Gdańsk, Poland

Globalne uwarunkowania rozwoju i czynniki lokalizacji usług dla biznesu – przykład Gdyni

The Global Development Conditions and the Location Factors of Business Services – the Case of Gdynia (Poland)

Streszczenie: Usługi dla biznesu to jedna z najdynamiczniej rozwijających się dziedzin globalnej gospodarki. Począwszy od połowy pierwszej dekady XXI wieku największe polskie miasta, w tym funkcjonalny obszar miejski Gdańska i Gdyni, stały się jednymi z czołowych miejsc, do których międzynarodowe korporacje przenoszą wybrane rodzaje aktywności. Celem studium przypadku Gdyni jest wskazanie czynników lokalizacji decydujących o strukturze napływających inwestycji. W studium wykorzystano podejście indukcyjne, opierając się głównie na analizie dotychczasowego dorobku naukowego oraz informacji dotyczących analizowanych podmiotów. W pracy wskazano główne czynniki lokalizacji usług biznesowych. Cechują one także polskie miasta, w tym Gdynię. Mocne strony Gdyni to przede wszystkim bardzo dobra dostępność nowoczesnej powierzchni biurowej i dostępność komunikacyjna. Trójmiasto wyróżnia się również dużymi zasobami pracy – konkurencja o pracowników nie jest jeszcze bardzo nasilona. Obok inwestorów wykorzystujących typowe dla dużych polskich aglomeracji czynniki lokalizacji (centra usług wspólnych albo outsourcingu procesów gospodarczych) w Gdyni działają podmioty dyskontujące specyfikę położenia i struktury gospodarki. W mieście istnieją podmioty doskonalące usługi teleinformatyczne, prowadzące działalność doradczą i szkoleniową na rzecz stoczni, armatorów, a także innych dużych przedsiębiorstw przemysłowych oraz biura projektujące statki i konstrukcje morskie. Tego rodzaju podmioty tworzą gdynską specyfikę usług dla biznesu.

Abstract: The business service offshoring is one of the fastest growing branches the global economy. Since the middle of the first decade of the 21st century Polish largest cities, including functional urban area of Gdańsk and Gdynia, have become one of the most important business service destinations. The aim of the case study of Gdynia is to indicate the set of location factors determining the structure of incoming investments. The study uses inductive approach. Results of the existing research output and information regarding individual entities have been taken into account. The study identified general factors of business location services. They are also important in the case of Polish cities, including Gdynia. The strengths of Gdynia are primarily a very good availability of modern office space and communication accessibility. The city also stands out in terms of significant work resources – competition for employees is still not very severe. In addition to

investors taking advantage of typical location factors (service shared centres or business outsourcing centres) in Gdynia operate those using the specificity of the location and structure of the economy. These actors perfect the ICT services, offering consulting and training services for the shipyards, shipowners and other large industrial enterprises, as well as designing ships and offshore structures. This kind of activities creates the specificity of Gdynia business services.

Słowa kluczowe: czynniki lokalizacji; Gdynia; offshoring usług biznesowych; usługi dla biznesu; zagraniczne inwestycje bezpośrednie

Keywords: business service; business service offshoring; foreign direct investments; Gdynia; location factors

Otrzymano: 31 grudnia 2016

Received: 31 December 2016

Zaakceptowano: 11 lipca 2017

Accepted: 11 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Tarkowski, M. (2017). Globalne uwarunkowania rozwoju i czynniki lokalizacji usług dla biznesu – przykład Gdyni. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 114–131. <https://doi.org/10.24917/20801653.3138>

WSTĘP

Jak podaje Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych, w 2016 roku w Polsce działalność prowadziło 593 inwestorów (w tym 461 zagranicznych). Zatrudniali oni 212 tys. osób. W okresie: I kwartał 2015 roku – I kwartał 2016 roku wzrost zatrudnienia wyniósł 25%. Związek prognozuje, że do 2020 roku osiągnie ono poziom 300 tys. (Górecki, Gurszyńska, Karpiesiuk, Polkowski, 2016). Usługi dla biznesu są nieodzowne dla funkcjonowania kapitalistycznej gospodarki. W toku transformacji ustrojowej tego typu instytucje budowane były niemal od podstaw, tworząc otoczenie biznesu, na które składa się właśnie wyposażenie instytucjonalne oraz środowisko innowacyjne i klimat sprzyjający prowadzeniu działalności gospodarczej (Dominiak, 2013). W praktyce badawczej do tej grupy zalicza się szeroki wachlarz podmiotów, począwszy od agencji rozwoju regionalnego i lokalnego, organizacji przedsiębiorców przez fundusze i instytucje proinnowacyjne po instytucje szkoleniowe i doradcze (Burdecka, 2004). Znaczenie omawianego sektora zarówno dla małych oraz średnich przedsiębiorstw (Wach, 2006), jak i dla rozwoju regionalnego oraz lokalnego (Swianiewicz, Dziemianowicz, 1998; Dominiak, 2004) w warunkach polskiej transformacji zostało odnotowane w literaturze z zakresu geografii ekonomicznej. Niniejszy artykuł dotyczy innego segmentu usług dla biznesu¹, który zaczął się intensywnie rozwijać² w Polsce od połowy pierwszej dekady XXI wieku. Głównymi aktorami tego procesu są międzynarodowe korporacje, a bezpośrednim motywem jest nie tyle stymulowanie lokalnej przedsiębiorczości, co

¹ W literaturze przedmiotu omawiany rodzaj usług dla biznesu bywa dookreślany przymiotnikiem *nowoczesny* – sektor nowoczesnych usług dla biznesu/biznesowych (Liberska, 2005; Gryczuk, 2014; Górecki, Gurszyńska, Karpiesiuk, Polkowski, 2016). Choć niniejszy artykuł dotyczy tego sektora to jednak zrezygnowałem ze stosowania dookreślenia, ponieważ moim zdaniem niewiele ono wnosi do sprecyzowania pojęcia, poza wskazaniem istnienia dychotomicznego podziału na usługi nowoczesne i nienowoczesne. Bardziej czytelny, szczególnie z punktu widzenia geografii ekonomicznej, wydaje mi się podział na usługi biznesowe skierowane na wsparcie rozwoju lokalnej przedsiębiorczości (otoczenie biznesu) oraz prowadzone w ramach łańcuchów wartości międzynarodowych korporacji. Obie grupy podmiotów odróżniają nie tylko odmienne rynki zbytu, ale co za tym idzie inna logika lokalizacji.

² Opisany proces określany jest również mianem *offshoringu* usług, czyli przenoszenia działalności za granicę w celu podniesienia efektywności poprzez obniżkę kosztów i dostęp do różnorodnych zasobów (Oczkowska, 2012).

wzmocnienie własnej pozycji konkurencyjnej, poprzez wykorzystanie różnorodnych atutów lokalizacji, do których przenoszone są wybrane rodzaje korporacyjnej aktywności. Inwestycje przyjmują najczęściej postać centrów usług wspólnych, centrów outsourcingu procesów biznesowych³ i usług IT, a także centrów badawczo-rozwojowych (Górecki, Gurszyńska, Karpiesiuk, Polkowski, 2016).

Celem niniejszego artykułu jest wskazanie, na tle generalnych prawidłowości rządzących rozwojem usług dla biznesu w Polsce, specyficznych uwarunkowań i czynników ich lokalizacji na przykładzie Gdyni. Rozwój usług w Gdyni na odnotowaną dotychczas skalę nie byłby możliwy, gdyby miasto nie było integralną częścią funkcjonalnego obszaru miejskiego Trójmiasta – jednego z głównych ośrodków miejskich Polski. W warstwie faktograficznej artykuł zasadniczo odnosi się do Gdyni, jednak w warstwie wyjaśniającej wskazane warunki rozwoju i czynniki lokalizacji są prawdziwe także w odniesieniu do Gdańska i Sopotu. Takie podejście pozwoliło ograniczyć warstwę opisową do przykładów gdyńskich, które są jednak reprezentatywne dla Trójmiasta. Dzięki temu możliwe było pogłębienie rozważań dotyczących mechanizmów rozwoju i czynników lokalizacji z uwzględnieniem konkretnego, lokalnego kontekstu geograficznego i historycznego.

Jednym z fundamentalnych zagadnień poruszanych w nurcie regionalno-syntetycznym geografii ekonomicznej jest pytanie o warunki i czynniki rozwoju w różnych skalach przestrzennych (Czyż, 2004). Próby systematyzowania dorobku teoretycznego (Grosse, 2002; Gorzelak, 2003; Churski, 2005; Nazarczuk, 2013) nie dają w tym względzie jednoznacznych odpowiedzi. Być może dlatego, że większość teorii czerpie ze zbyt powierzchownego i fragmentarycznego opisu rzeczywistości (Holko, 2015), a być może dlatego, że jej złożoność i zróżnicowanie każe podawać w wątpliwość możliwości i celowość budowania teoretycznych uogólnień abstrahujących od kontekstu historycznego i geograficznego (Domański, 2004; Krzysztofek, Szczepański, 2005; Gwosdz, 2014). W tym kontekście oparcie niniejszego artykułu na studium przypadku wydaje się być uzasadnione. Jak argumentuje B. Flyvbjerg (2005: 65), powtarzając tezę T. Khuna, „dyscyplina wiedzy bez dużej liczby starannie przeprowadzonych studiów przypadków jest dyscypliną nie tworzącą systematycznie przykładów modelowych, a dyscyplina bez przykładów modelowych jest nieefektywna”. W studium wykorzystano podejście indukcyjne, opierając się na wynikach analizy opracowań naukowych, dokumentów planistycznych, sprawozdań z działalności oraz informacji zawartych na stronach internetowych badanych podmiotów oraz na portalach branżowych. Wykorzystano informacje jakościowe i dane ilościowe.

W strukturze artykułu wyróżnić można dwie zasadnicze części odzwierciedlające dwa zarysowane wyżej podejścia – z jednej strony dążenie do poszukiwania szerszych prawidłowości, z drugiej potrzebę zagłębienia się w konteksty geograficzne i historyczne. W pierwszej omówiono globalne czynniki rozwoju usług dla biznesu, zwracając szczególną uwagę na zagadnienia lokalizacji. Następnie wskazano prawidłowości rozwoju i lokalizacji tych usług w Gdyni na tle zjawisk zachodzących na tym polu w Polsce. W ten sposób zarysowano kontekst, w którym omówiono specyficzne dla Gdyni i całego Trójmiasta czynniki lokalizacji usług dla biznesu. W tej części skupiono się na

³ W centrach usług wspólnych koncentrowane są różne rodzaje, najczęściej poboczne, działalności bieżącej, jak np. księgowość czy zarządzanie kadrami. Centrum pracuje na rzecz innych jednostek danej korporacji, najczęściej działających za granicą. Czasem obsługę zleca wyspecjalizowanym podmiotom zewnętrznym – spoza struktury korporacyjnej. To one tworzą kategorię centrów outsourcingu procesów biznesowych.

trzech aspektach: położeniu i dostępności transportowej, lokalnej przedsiębiorczości w sektorze teleinformatycznym oraz dużym znaczeniu gospodarki morskiej dla rozwoju lokalnego. W każdym z trzech przypadków omówiono istotę danego czynnika oraz przykłady przedsiębiorstw, dla których był on ważną przesłanką decyzji lokalizacyjnych. Jedynie praktyka funkcjonowania przedsiębiorstwa pozwala zweryfikować znaczenie przewag lokalizacyjnych. Artykuł zakończony jest zestawieniem wniosków wpływających z dokonanej analizy.

GLOBALNE CZYNNIKI ROZWOJU NOWOCZESNYCH USŁUG DLA BIZNESU

Podstawowym czynnikiem przenoszenia działalności usługowej za granicę i przyczynienia się w ten sposób do rozwoju usług dla biznesu w niektórych krajach jest nasilająca się konkurencja. To z jednej strony następstwo upowszechniania, od lat dziewięćdziesiątych XX wieku, polityki rozwojowej w duchu „konsensusu waszyngtońskiego”, polegającej m.in. na liberalizacji handlu zagranicznego i napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych, prywatyzacji oraz deregulacji (Stańczyk, 2004). Z drugiej zaś to konsekwencja rozwoju technologii teleinformatycznych zwiększających swobodę (w tym lokalizacyjną⁴) i skalę prowadzenia działalności gospodarczej. W procesie konkurencji podmioty gospodarcze dążą do podniesienia efektywności własnej działalności, co umożliwia zachowanie lub wzmocnienie pozycji konkurencyjnej. Dokonują tego dwojako – ograniczając koszty lub wykorzystując nowe zasoby. Obydwa rodzaje działań są najczęściej prowadzone poprzez wydzielenie w strukturze firm wyspecjalizowanych jednostek, w których koncentrowane są różne rodzaje, najczęściej poboczne, działalności bieżącej (centrum usług wspólnych). Czasem obsługę firmy zlecają podmiotom zewnętrznym (outsourcing procesów biznesowych, w tym z zakresu technologii teleinformatycznych). Niektóre z korporacji w tego typu podmiotach koncentrują również działalności kluczowe, jak np. prowadzenie prac badawczo-rozwojowych czy projektowanie (centra badawczo-rozwojowe). W następstwie koncentracji i specjalizacji możliwe jest usprawnienie obiegu informacji i dokumentów, ograniczenie zatrudnienia oraz zmniejszenie pozostałych kosztów⁵ (Doh, 2005; Farrell, 2005). Duże korporacje wykorzystują dodatkowo atut, jakim jest umiędzynarodowienie ich działalności, lokując wyspecjalizowane działy obsługi w krajach o niższych kosztach pracy i najmu powierzchni biurowych⁶. Trend ten nasilił się w konsekwencji spowolnienia gospodarczego, będącego następstwem kryzysu finansowego z 2008 roku, co stało się motorem rozwoju nowoczesnych usług biznesowych w krajach oferujących korzystne czynniki lokalizacji. Niższe niż w kraju macierzystym koszty pracy nie są jednak czynnikiem

⁴ Dzięki postępowi technologicznemu niektóre usługi przestały być dobrem niehandlowym, czyli wymagającym jednoci miejsca produkcji oraz konsumpcji (np. usługi osobiste) i stały się dobrem handlowym – dzięki oddzieleniu miejsca produkcji od konsumpcji możliwy stał się handel, czyli zaopatrywanie różnych, w tym odległych (eksport), rynków zbytu. Usługi o takim charakterze (w tym usługi dla biznesu) zyskały nieznaną wcześniej swobodę lokalizacji, uwalniając się od determinującego wpływu bliskości rynku zbytu.

⁵ Korzyści aglomeracji są na tyle istotne, że również polskie duże przedsiębiorstwa coraz częściej decydują się na tworzenie centrów usług wspólnych, nie przenosząc jednak tej działalności za granicę.

⁶ W literaturze przedmiotu przeniesienie całości lub części działalności gospodarczej do innego kraju określane jest mianem *delokalizacji*. Delokalizacja *sensu stricto* ma miejsce, kiedy przeniesienie następuje wewnątrz firmy – najczęściej poprzez stworzenie centrów usług wspólnych czy centrów badawczo-rozwojowych. Natomiast delokalizacja *sensu largo* zachodzi w sytuacji częściowego lub całościowego przeniesienia działalności do wyspecjalizowanego zagranicznego przedsiębiorstwa, które nie jest powiązane kapitałowo z podmiotem dokonującym delokalizacji (outsourcing procesów biznesowych) (Budner, 2017).

wystarczającym dla rozwoju usług dla biznesu. Istotny jest także odpowiedni poziom wykształcenia oraz bliskość kulturowa (Bunyaratavej, Hahn, Doh, 2007). Jak zauważa M.E. Porter (2001), zasoby dostępne globalnie przestały być źródłami przewagi konkurencyjnej właśnie z powodu ich powszechnej dostępności. Decydujące znaczenie mają właśnie te, które są unikatowe. Z punktu widzenia usług dla biznesu to właśnie wykształcenie oraz wiedza ukryta (*tacit knowledge*), a także bliskość kulturowa i instytucjonalna wydają się decydować o lokalizacji podmiotów oferujących usługi dla biznesu. Duża dynamika procesu przenoszenia działalności usługowej za granicę wskazuje na istotne korzyści dla międzynarodowych korporacji. Zjawisko to rodzi jednak ryzyka i związane z nimi koszty zarządzania rozproszoną siecią zależnych podmiotów bądź zewnętrznych podwykonawców, głównie w zakresie różnic kulturowych i niepewności otoczenia instytucjonalnego, co wymaga od korporacji adaptacji metod zarządzania (Hätönen, 2009).

GŁÓWNE CZYNNIKI LOKALIZACJI USŁUG DLA BIZNESU

Lokalizacja działalności gospodarczej jest najczęściej rozpatrywana w ramach trzech ujęć: neoklasycznego (maksymalizacja przychodów i minimalizacja kosztów), instytucjonalnego (dobre warunki do współpracy z innymi podmiotami) i behawioralnego (czynniki pozaekonomiczne powiązane z cechami osobowości decydentów) (Hayter, 1997; za: Ferreira, Fernandes, Raposo, Thurik, Faria, 2016). Rozważania prowadzone w zarysowanych perspektywach doprowadziły do wyróżnienia dwóch rodzajów czynników lokalizacji: twardych – utożsamianych z cechami mierzalnymi i bezpośrednio przekładającymi się na stopę zwrotu z inwestycji (maksymalizacja korzyści finansowych), oraz miękkich – niemierzalnych, natury psychologicznej i socjologicznej (maksymalizacja korzyści psychicznych i minimalizacja różnego rodzaju trudności) (Grabow, Henckel, Hollbach-Grömig, 1995; za: Dziemianowicz, 1997). Analiza globalnych czynników rozwoju usług dla biznesu pozwala wskazać czynniki lokalizacji istotne z punktu widzenia każdego z trzech wymienionych podejść. Mają one charakter twardy, jak i miękki.

Lokalizacja usług dla biznesu wymaga odmiennego zestawu czynników niż w przypadku produkcji przemysłowej, której analizie rozmieszczenia stanowiły podstawę dla sformułowania większości neoklasycznych teorii (tab. 1). Kluczowe znaczenie ma relacja kosztów pracy do jej jakości, jako że głównym motywem przeniesienia działalności za granicę jest obniżka kosztów, przy zachowaniu albo wręcz podniesieniu jakości usług. Warunkiem koniecznym jest również istnienie odpowiedniej jakości nieruchomości biurowych na wynajem i infrastruktury teleinformatycznej, która w Polsce stosunkowo niedawno była budowana, w związku z czym cechuje się dobrymi parametrami. Usługi dla biznesu, z uwagi na pracowitość i charakter, niewielkie zaangażowanie kapitałowe i ukierunkowanie na rynki zewnętrzne względem kraju inwestycji, są zdecydowanie mniej podatne na ryzyka polityczne i biznesowe w nim występujące. Z uwagi na fakt, że w łańcuchu wartości korporacji macierzystej pełnią funkcję centrum kosztów, finansowe zachęty ze strony rządu kraju-gospodarza nie są istotne.

Powyższe czynniki są również istotne dla lokalizacji podmiotów usługowych w Europie Środkowo-Wschodniej, w tym w Polsce, choć poszczególne kraje tego regionu cechują się do pewnego stopnia odmiennymi przewagami lokalizacyjnymi względem państw, z którego pochodzą inwestorzy (Duboz, Rodet-Kroichvili, Slim, 2016). Dodatkowo wskazuje się na znaczenie bliskości geograficznej i kulturowej oraz przyjazne

Tab. 1. Główne czynniki lokalizacji produkcji przemysłowej i usług dla biznesu

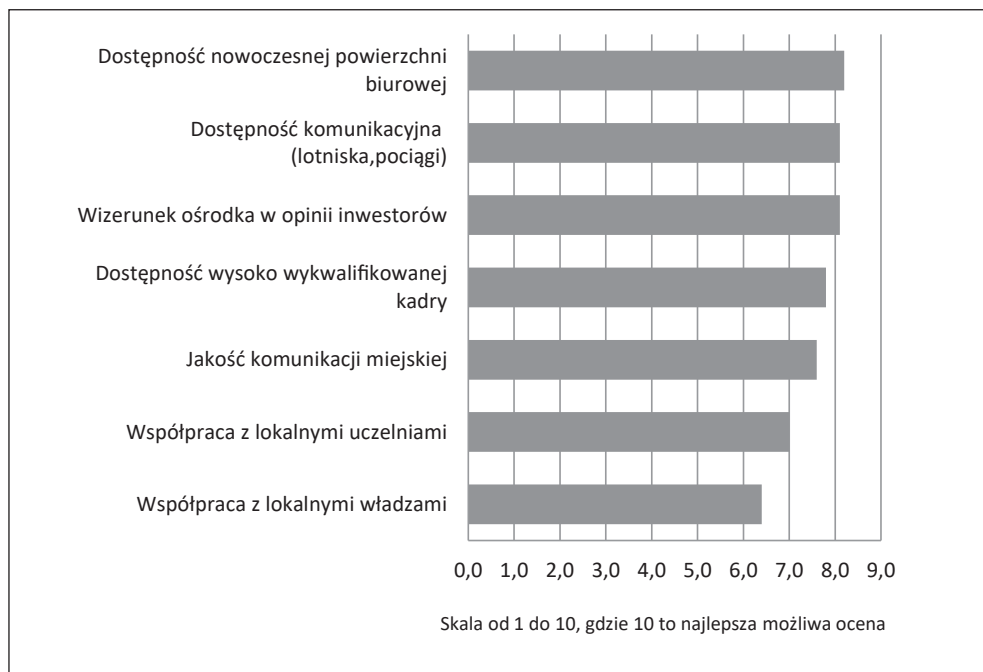
Czynniki lokalizacji	Produkcja przemysłowa	Usługi dla biznesu
Infrastruktura		
techniczna	transport drogowy/kolejowy/ lotniczy	sieci telekomunikacyjne
edukacyjna	kształcenie zawodowe	kluczowe znaczenie edukacji na poziomie wyższym
biznesowa	tereny inwestycyjne (greenfield/ brownfield)	wystandaryzowane nieruchomości biurowe
Czynniki specyficzne dla kraju lokalizacji		
ryzyko polityczne	duża wrażliwość z powodu wysokiej kapitałochłonności, wysokie bezpowrotnie utracone koszty w wypadku relokacji	dodatni bilans miejsc pracy gospodarce z powodu wysokiej pracochłonności i orientacji na rynki zagraniczne, zbieżny z celami polityki
ryzyko biznesowe	wrażliwość podmiotów zorientowanych na rynek krajowy, np. na zmiany siły nabywczej ludności	brak orientacji na rynek krajowy
Polityka rządu		
rządowe finansowe zachęty inwestycyjne	adekwatne do potrzeb inwestorów z uwagi na wysoką kapitałochłonność	nieistotne – w strukturze korporacji przenoszone za granicę podmioty to centra kosztów, a nie zysku
Koszty		
koszty pracy	istotne, ale zmienne w zależności od pracochłonności	kluczowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie: K. Bunyaratavej, E.D. Hahn, J.P. Doh (2008)

i stabilne środowisko prowadzenia działalności gospodarczej (Sass, Fifejkova, 2011; Chilimoniuk-Przeździecka, 2012). Zauważa się też, że w relacji koszt–jakość pracy coraz większe znaczenie ma drugi czynnik (Micek, 2009). Konfiguracja czynników lokalizacji nie powinna być jednak analizowana statycznie, szczególnie w sytuacji dynamicznego rozwoju usług dla biznesu. Początkowo barierą był ograniczony dostęp do nieruchomości biurowych o wysokim standardzie, ale wraz z rosnącym zainteresowaniem deweloperzy zaczęli bardzo intensywnie budować tego typu obiekty. Czynnik ten relatywnie traci więc na znaczeniu. Wraz z dynamicznie rosnącym popytem na pracę stopniowo topnieje przewaga w postaci niższych kosztów pracy. Z drugiej strony, po ponad dekadzie rozwoju coraz większym atutem branży są jej aktywa. Obecność licznych inwestorów zagranicznych, zróżnicowana oferta usług, wyspecjalizowany rynek pracy i dostosowujący się do jego potrzeb system kształcenia wzmacniają korzyści aglomeracji i przyciągają kolejne podmioty. Zmiany te, wpisując się w sekwencje procesu kumulatywnej okrężnej przyczynowości (Berger, 2009), rekonfigurują najistotniejsze czynniki lokalizacji.

Najaktualniejsze zestawienie ocen miejsca lokalizacji dokonywanych przez inwestorów (134 respondentów) w Polsce (ryc. 1) wskazuje na wyraźnie lepszą ocenę czynników kosztowych (podaż powierzchni biurowej, dostępność transportowa) niż instytucjonalnych (współpraca z uczelniami i władzami lokalnymi). Przeciętnie w porównaniu do pozostałych czynników ujętych w zestawieniu oceniana jest dostępność wykwalifikowanej kadry, choć jest to nadal ocena pozytywna – jak wskazują autorzy badania (Górecki, Gurszyńska, Karpiesiuk, Polkowski, 2016), mimo nasilającej się konkurencji o pracowników ich zasoby nadal pozwalają na dalszy rozwój branży.

Ryc. 1. Ocena miejsca prowadzenia działalności (średnia na podstawie ocen dla: Krakowa, Warszawy, Wrocławia, Trójmiasta, Katowic, Łodzi i Poznania) w 2016 roku



Źródło: J. Górecki, K. Gurszyńska, Ł. Karpiesiuk, M. Polkowski (2016: 18)

ROZWÓJ USŁUG DLA BIZNESU W GDYNI NA TLE POLSKI

Podmioty wchodzące w skład sektora usług dla biznesu skoncentrowane są przede wszystkim w największych polskich miastach, ze względu na występowanie w nich omówionych wyżej atutów lokalizacyjnych. Ranga części polskich ośrodków ma charakter globalny. Według jednego z zestawień (Tholons, 2014), wśród 100 najatrakcyjniejszych lokalizacji dla usług dla biznesu na świecie znajdują się trzy polskie miasta: Kraków (9 pozycja), Warszawa (30 pozycja) i Wrocław (62 pozycja). Na te trzy najważniejsze ośrodki przypadało w 2016 roku 57% ogółu zatrudnionych w Polsce. Udział Trójmiasta, którego Gdynia jest integralną częścią, wynosił 8%, co plasowało ten ośrodek na czwartej pozycji. Atuty lokalizacyjne Trójmiasta to przede wszystkim bardzo dobra dostępność nowoczesnej powierzchni biurowej, dostępność komunikacyjna oraz wizerunek ośrodka w oczach inwestorów. Trójmiasto wyróżnia się również znaczącymi zasobami pracy – konkurencja o pracowników nie jest jeszcze bardzo nasilona, co stwarza możliwości rozwoju zarówno funkcjonującym, jak i nowym podmiotom (Górecki, Gurszyńska, Karpiesiuk, Polkowski, 2016).

Gdynia odegrała istotną rolę w sukcesie całego ośrodka, stając się miejscem lokalizacji inwestycji dużych i ważnych podmiotów, wykonujących nie tylko podstawowe operacje, ale także bardzo zaawansowane procesy służące doskonaleniu oferty i rozwojowi nowych produktów. Większość atutów lokalizacyjnych Gdynia współdzieli z Gdańskiem i Sopotem. Rozwój usług na jej terytorium nie byłby jednak możliwy

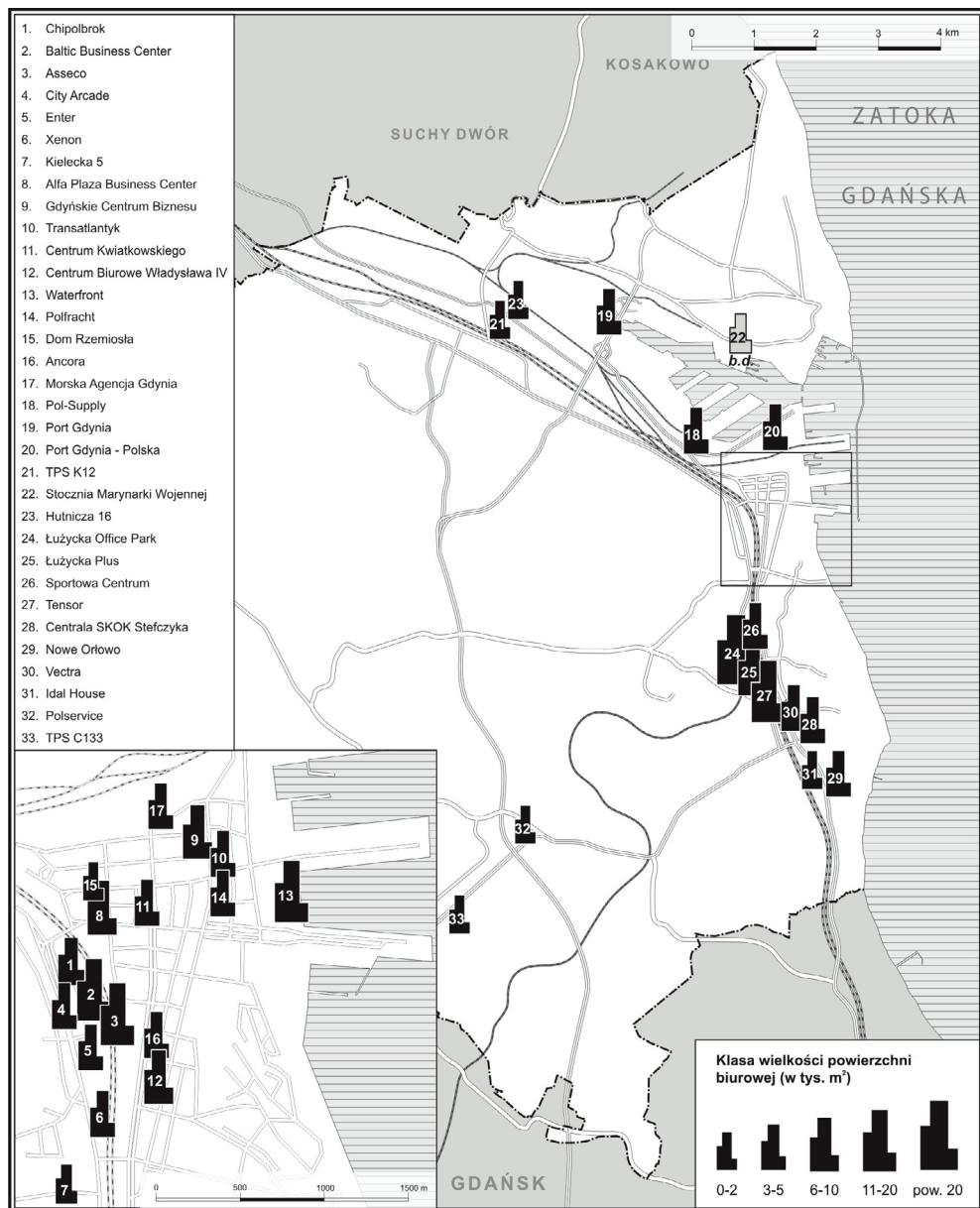
bez znaczącej i różnorodnej oferty nieruchomości biurowych na wynajem. Najwięcej nowych inwestycji oddano w latach 2008–2010 i 2013–2015. W mieście istnieje ok. 30 znaczących obiektów (kompleksów) biurowych o bardzo zróżnicowanej wielkości i standardzie (ryc. 2). Przynajmniej sześć obiektów, w tym największe, wykonanych i wykończonych zostało zgodnie ze standardami klasy A. Najnowsze biurowce, powstałe w 2014 i 2015 roku, o ile nie spełniają kryteriów najwyższej klasy, to są przynajmniej obiektami o standardzie B+ lub B. Zdecydowana większość obiektów cechuje się bardzo korzystną lokalizacją.

W Gdyni wykształciły się trzy obszary koncentracji zabudowy biurowej (ryc. 2). W Śródmieściu największe perspektywy rozwoju w mają tereny poportowe – położone w nadmorskiej strefie prestiżu (np. Waterfront). Drugi obszar rozciąga się wzdłuż ul. Śląskiej. Obiekty tam ulokowane są większe, o standardzie średnim i wyższym (np. Baltic Bussines Centre). Ta lokalizacja jest także łatwo dostępna, a przez to atrakcyjna. Obszar, na którym rozwój obiektów biurowych nastąpił najpóźniej, a zarazem najszybciej, położony jest wzdłuż ul. Łużyckiej w Redłowie (Łużycka Office Park). Po oddaniu do użytku budowanego zespołu trzech biurowców o nazwie Tensor jest tam skoncentrowana jedna trzecia zasobów biurowych dostępnych w mieście. Możliwości dalszych inwestycji na tym obszarze są znaczne.

Rdzeń nowoczesnych usług biznesowych w Gdyni, działających w oparciu o wymienione powyżej standardowe dla Polski i Trójmiasta czynniki lokalizacji, stanowią cztery podmioty (stan na 2015 rok), które zakresem swojej działalności wpisują się w charakter centrów usług wspólnych lub centrów outsourcingu procesów gospodarczych. Niektóre z nich prowadzą również działalność polegającą na doskonaleniu i rozwijaniu nowych technologii i produktów. Najdłużej działającym jest Thomson Reuters, specjalizujący się w dostarczaniu informacji gospodarczych – m.in. z zakresu inwestycji, finansów i podatków. Początki gdyńskiej placówki Thomson Reuters Europe S.A. wiązały się z nabyciem przez koncern, pod koniec 2005 roku, szwedzkiej firmy EcoWin, zajmującej się zbieraniem i publikacją danych ekonomicznych z całego świata. Miała ona siedzibę w Gdańsku. Wraz z podjęciem decyzji o rozszerzeniu działalności w Trójmieście w 2006 roku siedzibę przeniesiono do kompleksu biurowego Baltic Bussines Centre, przy ul. Śląskiej w Gdyni. Razem z pobliskimi siedzibami Chipolbroku i Asseco Poland (dawnego Prokomu) tworzy on jedno z dwóch głównych centrów biurowych w Gdyni (ryc. 2). Thomson Reuters był jednym z pionierów usług biznesowych w Trójmieście. Placówka zaczęła się dynamicznie rozwijać, stając się jednym z najważniejszych światowych centrów operacyjnych koncernu. Zatrudnienie wzrosło do ok. 900 pracowników zajmujących się głównie zarządzaniem danymi i informacjami finansowymi dotyczącymi rynków Europy, Ameryki Łacińskiej, Bliskiego Wschodu i Afryki (Kakowska-Mehring, 2013).

Wraz ze szczytem pierwszej fali inwestycji w Trójmieście do Gdyni napłynęły spółki Geoban i Sony Pictures Entertainment, które wynajęły biura w kompleksie Łużycka Office Park (ryc. 2). Geoban S.A. jest własnością Grupy Santander. Zajmuje się kompleksowym outsourcingiem w zakresie usług finansowych dla banków i instytucji należących do grupy. Prowadzi działania związane z obsługą kont, pożyczek, kart płatniczych, płatności krajowych i międzynarodowych, obrotem papierami wartościowymi, rozliczeniami oraz zarządzaniem aktywami. Gdyński oddział uruchomiony został w 2008 roku. Jest on jedną z kilkunastu placówek funkcjonujących w Europie i Ameryce. Rozmieszczenie placówek w różnych strefach czasowych ułatwia zachowanie ciągłości

Ryc. 2. Nieruchomości biurowe w Gdyni (stan na grudzień 2015 roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie źródeł rozproszonych

operacji. Gdyński oddział przejmuje zadania ośrodka w Meksyku, gdy kończy on pracę. Filia dynamicznie się rozwija. W 2008 roku zatrudniała ok. 300 pracowników, w 2010 roku było ich ok. 400, a rok później – 450. Zatrudnienie znajdują tu głównie informatycy, specjaliści z dziedziny bankowości i ekonomiści (Kakowska-Mehring, 2012b).

W 2010 roku Sony Pictures Entertainment Global Business Services otworzyło w Gdyni centrum finansowo-księgowe. Obsługuje ono operacje Sony Pictures

Entertainment w Europie, a także poza kontynentem. Inwestor, rozpoczynając działalność, deklarował docelowe zatrudnienie na poziomie ok. 150 osób – głównie doświadczonych księgowych i analityków, zajmujących się obsługą finansową europejskich spółek koncernu (*Sony Picture otwiera...*, 2010).

W drugiej fali inwestycji, w 2012 roku, pojawił się w Gdyni WNS Holding Ltd., mający główną siedzibę w Indiach. Jest to ważny dostawca usług outsourcingowych na świecie. Jego oferta obejmuje: księgowość i finanse, obsługę klienta, wsparcie techniczne, badania i analizy. Klientami są głównie firmy turystyczne, ubezpieczeniowe, bankowe, finansowe, przemysłowe oraz logistyczne. Docelowo ma zatrudniać ok. 500 osób. Pracownicy świadczą szerokie spektrum usług dla europejskich klientów korporacji. Z tego powodu do pracy poszukiwani są kandydaci władający różnorodnymi językami: skandynawskimi, niemieckim, włoskim, francuskim, hiszpańskim (Kakowska-Mehring, 2012a). Placówka również prowadzi działalność w kompleksie Łużycka Office Park (ryc. 2).

SPECYFIKA CZYNNIKÓW LOKALIZACJI USŁUG DLA BIZNESU W GDYNI

Obok inwestorów wykorzystujących typowe dla dużych polskich aglomeracji czynniki lokalizacji w Gdyni działają podmioty wykorzystujące specyfikę trójmiejskiego położenia i struktury gospodarki. Składa się na nią bliskość rynku skandynawskiego i dogodne połączenia transportowe z tym regionem, lokalna przedsiębiorczość w sektorze teleinformatycznym oraz koncentracja podmiotów działających w różnych branżach gospodarki morskiej.

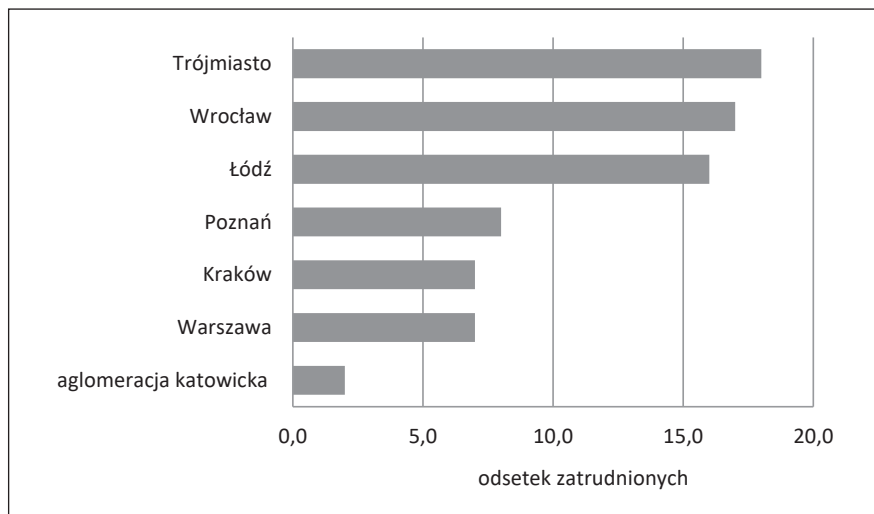
Położenie i dostępność transportowa

Geograficzna bliskość Skandynawii powoduje naturalnie zwiększone zainteresowanie Trójmiastem, jakie wykazują mieszkańcy tego obszaru. Szeroka oferta i korzystne ceny decydują o atrakcyjności turystycznej, szczególnie w segmencie kilkudniowych wycieczek łączących zwiedzanie, zakupy i korzystanie z innych usług. Nasilone kontakty przekładają się również na większą aktywność inwestorów w branży usług dla biznesu, co widoczne jest również w strukturze zatrudnienia (ryc. 3).

Czynnikiem umożliwiającym zdyskontowanie korzyści wynikających z bliskości geograficznej jest dobra dostępność transportem lotniczym. W przypadku Gdyni zapewnia ją, oddalony o 24 km od centrum, Port Lotniczy Gdańsk im. Lecha Wałęsy. W 2014 roku port obsługiwał 3,3 mln pasażerów, a w 2016 roku osiągnął próg 4 mln pasażerów, przekroczenie którego znacznie zwiększa atrakcyjność portu dla przewoźników. Skala przewozów pasażerskich lokuje Gdańsk na trzecim miejscu w kraju po portach lotniczych w Warszawie i Krakowie. Po zakończonej w 2015 roku rozbudowie terminalu pasażerskiego T2 szacowana przepustowość portu wzrosła do 7 mln pasażerów rocznie. W 2016 roku oferta przewozowa w ruchu regularnym obejmowała 67 portów lotniczych, w tym 30 położonych w krajach skandynawskich. Linie lotnicze, takie jak SAS Scandinavian Airlines, Norwegian Air Shuttle i Finnair, zapewniają dostęp do stolic wszystkich państw skandynawskich i licznej grupy portów regionalnych, szczególnie w Norwegii i Szwecji (Port Lotniczy Gdańsk im. Lecha Wałęsy, 2016).

Pośrednio bliskość Skandynawii kształtuje podaż wykwalifikowanych pracowników władających językami tego regionu. To właśnie nadmorskie położenie znalazło

Ryc. 3. Udział inwestorów z siedzibą centrali podmiotu macierzystego w Szwecji, Finlandii, Danii albo Norwegii w strukturze zatrudnienia centrów usług w głównych ośrodkach usług biznesowych w 2016 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Górecki, K. Gurszyńska, Ł. Karpiesiuk, M. Polkowski (2016: 26)

odzwierciedlenie w specyfice oferty edukacyjnej Uniwersytetu Gdańskiego. Jej wyrazem jest m.in. istnienie Instytutu Skandynawistyki, którego korzenie sięgają początków UG, czyli 1970 roku. Rocznie studia na specjalnościach szwedzkiej, fińskiej, duńskiej i norweskiej kończy około 50–60 absolwentów. To zdecydowanie zbyt mało, biorąc pod uwagę rosnący popyt ze strony podmiotów usługowych, ale jak na polskie warunki jest to liczba będąca istotnym atutem lokalizacyjnym.

Najbardziej rozpoznawalnym przykładem zdyskontowania korzyści położenia i dobrej dostępności transportowej jest aktywność skandynawskiej grupy finansowo-bankowej Nordea Bank AB. Gdynia stanowiła dla niej przyczółek do ekspansji na polskim rynku, co wynikało z nabycia w 1999 roku Banku Komunalnego i utworzenia spółki Nordea Bank Polska. Działała ona na rynku do 2013 roku. W tym samym roku nastąpiło prawne połączenie z PKO Bankiem Polskim, natomiast fuzja operacyjna została zakończona w połowie 2015 roku. Skandynawski inwestor nie wycofał się jednak z Gdyni. W 2014 roku w kompleksie biurowym Łużycka Office Park rozpoczęła działalność spółka Nordea IT Polska Sp. z o.o. Jej powstanie było konsekwencją fuzji bankowej. Podstawowym zadaniem spółki stało się utrzymanie i rozwijanie systemów przejmowanych przez PKO Bank Polski. Od strony informatycznej zabezpiecza ona również funkcjonowanie podmiotów należących do grupy Nordea Bank AB, działających w Polsce, krajach nadbałtyckich i skandynawskich. Spółka zatrudnia ok. 250 osób (2015 rok), z których zdecydowana większość pracuje w Gdyni (Kakowska-Mehring, 2014).

Lokalna przedsiębiorczość w sektorze teleinformatycznym

Znaczący postęp, jaki dokonał się w zakresie zaawansowania operacji prowadzonych w niektórych spółkach z branży nowoczesnych usług biznesowych działających w Gdyni, nie byłby możliwy bez odpowiednio wykwalifikowanych kadr, których obecność wynika nie tylko z bliskości Wydziału Elektroniki, Telekomunikacji

i Informatyki Politechniki Gdańskiej, kształcącego pracowników dla przedsiębiorstw z branży teleinformatycznej, ale także z długich jej tradycji w mieście, zapewniających bogaty zasób wiedzy ukrytej, mającej krytyczne znaczenie w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej. Niektóre z tych przedsiębiorstw rozpoczęły działalność jeszcze przed 1990 rokiem (Szmytkowska, 2006).

Jednym z pionierów i krajowym liderem zaawansowanych usług informatycznych dla klientów korporacyjnych i instytucji publicznych był przez długi czas Prokom Software S.A. Firma powstała w 1987 roku. W ciągu dwóch dekad rozwoju stała się największą polską firmą informatyczną. Na początku 2008 roku w głównej siedzibie w Gdyni zatrudnionych było 530 pracowników. W całej firmie było ich ok. 1,1 tys., a w grupie kapitałowej – 2,7 tys. Główna siedziba przedsiębiorstwa znajdowała się w nowoczesnym biurowcu, oddanym do użytku w 2003 roku. Był to wtedy największy i najnowocześniejszy tego typu obiekt w Trójmieście. Oprócz projektów łączących rozwój, wdrożenie oprogramowania i usługi dla innych przedsiębiorstw Prokom znany był z projektów informatyzacji najważniejszych instytucji państwowych. Związane to było m.in. z możliwością ochrony informacji niejawnych z klauzulą *tajne* oraz *NATO Secret* (*Memorandum Informacyjne...*, 2008). W latach 2007–2008 przedsiębiorstwo zostało przejęte przez mniejszego, ale dynamicznego konkurenta – Asseco Poland. W następstwie fuzji Asseco został największą krajową firmą informatyczną. Gdyński ośrodek stracił na znaczeniu. Do ważnych aktywów zalicza się biurowiec (ryc. 2), a także serwerownia. Gdyński oddział świadczy całą gamę usług typowych dla Asseco. Stanowią one połączenie wytwarzania oprogramowania i wsparcia IT dla klientów korporacyjnych. Są nimi banki, firmy ubezpieczeniowe, energetyczne, placówki ochrony zdrowia i podmioty administracji publicznej wszystkich szczebli (*O Asseco...*, 2016).

Centra nowoczesnych usług dla biznesu działające w Trójmieście rozwijają się, czego oznaką jest przejmowanie coraz bardziej zaawansowanych zadań. Jest to szerzej obserwowana prawidłowość (Micek, 2009), choć proces ten wymaga odpowiednio wyspecjalizowanych zasobów pracy. W 2012 roku w gdyńskim oddziale Geoban powstała grupa złożona ze specjalistów, której powierzono zadania dotyczące procesu reklamacyjnego kart płatniczych. Również Sony Pictures, dzięki pracy gdyńskiego oddziału, udoskonala sposoby funkcjonowania innych spółek zależnych koncernu działających na całym świecie.

Najbardziej znaczącym przykładem rozwoju zaawansowanych usług dla biznesu jest Misys Poland. Siedziba zarządu znajduje się w Warszawie, ale zasadniczy zespół pracuje w Gdyni. Związki firmy z miastem sięgają 2012 roku. Wtedy to fundusz inwestycyjny Vista Equity Partners nabył od Thomson Reuters dział zajmujący się rozwojem produktów i włączył go w struktury spółki zależnej Misys Poland. Ma ona trzydziestoletnie doświadczenie w dostarczaniu zaawansowanych systemów dla sektora finansowego. Przedsiębiorstwo zatrudnia ponad 5 tys. pracowników w 66 biurach, m.in. w Paryżu, Londynie, Frankfurtu, Dublinie, Moskwie, Nowym Jorku, Dubaju, Pekinie i w Gdyni. Gdyński oddział rozwija oprogramowanie do zarządzania ryzykiem finansowym, które wykorzystywane jest przez ponad 1,8 tys. firm w 120 krajach. Flagowym produktem jest linia oprogramowania Kondor+ do zarządzania transakcjami i ryzykiem finansowym. W Gdyni zatrudnionych jest ok. 150 osób w działach: rozwoju, testowania i wsparcia klienta. Są to programiści, testerzy techniczni i funkcjonalni oraz doradcy klientów (*Misys. Szukamy ludzi...*, 2012). Również grupa Nordea nie zaprzestała działalności w Gdyni. W 2012 roku w kompleksie Łużycka Office Park otwarto oddział Nordea

Operations Centre. Jest to trzecia, a zarazem najmniejsza, placówka tego podmiotu w Polsce. Dwie pozostałe działają w Łodzi i zajmują się obsługą banków należących do grupy Nordea Bank AB. Gdyńska placówka ma inny profil. Specjalizuje się w rozwoju aplikacji dla rynków kapitałowych. Korzystają z nich dokonujący transakcji, analitycy rynków, a także klienci korporacyjni. Zespół liczy kilkudziesięciu pracowników, którzy w toku prac nad rozwojem oprogramowania współpracują ze skandynawskimi filiami Nordea Bank AB (Kiewlicz, 2013).

Specjalizacja w zakresie gospodarki morskiej

W Gdyni funkcjonują także podmioty, które mieszczą się w formule usług nowoczesnych dla biznesu, choć działają na bardzo specyficznym, a zarazem typowym dla miasta obszarze gospodarki morskiej. Najbardziej znaną tego typu firmą jest Det Norske Veritas Poland Sp. z o.o. Właściciel spółki to jeden z liderów rynku usług klasyfikacyjnych i doradztwa dla branży morskiej. Doradza również branży wydobywania ropy i gazu oraz energetyki konwencjonalnej i odnawialnej. Wspiera firmy w zakresie organizacji działalności i zapewnienia jakości, a także dostarcza oprogramowanie do zarządzania ryzykiem i wynikami aktywów w przemyśle. Oprócz tego gdyńska placówka wyróżnia się także działalnością DNV GL Academy. Centrum szkoleniowe oferuje kursy specjalistyczne dla armatorów, firm zarządzających statkami, oficerów, załóg, administracji morskiej, stoczni, producentów, inżynierów z biur projektowych i działów kontroli jakości, firm konsultingowych, bankowców, brokerów (*DNV GL – Safer...*, 2016). Centrum wyróżnia się specjalistycznym wyposażeniem, na które składa się system trójwymiarowej projekcji wieloe ekranowej, wielostrefowe nagłośnienie oraz system centralnego sterowania salami szkoleniowymi. Umożliwia to szkolenie z wykorzystaniem symulacji rzeczywistych warunków pracy. Wybór Gdyni na miejsce lokalizacji działalności nie był przypadkowy. Zdecydowała obecność klientów, głównie działających w obszarze gospodarki morskiej obsługiwanych przez spółkę⁷.

W formule nowoczesnych usług dla biznesu, choć bardzo wąsko ukierunkowanych, mieszczą się firmy projektujące statki i inne konstrukcje morskie. Przeciąga je istnienie specjalistycznych kierunków studiów, funkcjonowanie stoczniowych biur konstrukcyjnych i jednostek badawczo-rozwojowych. W Gdyni funkcjonują również rodzime firmy projektowe, działające na rzecz zewnętrznych zleceniodawców (np. CIBA Design, Cree Yacht, BTT Systems, MMC Ship Design & Marine Consulting). Ich cechą wspólną jest projektowanie zaawansowanych technicznie konstrukcji i zindywidualizowane podejście do potrzeb klientów. Potencjał do rozwoju tego typu działalności dostrzegali także zagraniczni inwestorzy. W Gdyni działa polski oddział Salt Ship Design, dwie spółki projektowe koncernu Wärtsilä (Wartsila Ship Design Poland, Wartsila Baltic Design Centre) oraz jedna należąca do grupy Ulstein. Wszyscy inwestorzy pochodzą z Norwegii. Spółki zatrudniają po ok. kilkadziesiąt osób i, podobnie jak polskie firmy, świadczą usługi projektowania statków specjalistycznych oraz konstrukcji morskich. Niektóre

⁷ Inacio Golebski – wiceprezes zarządu DNVGL – stwierdził: „Wszyscy klienci są dla nas ważni. Jeśli chodzi o stocznie, to głównie współpracujemy z Remontową, Cristem, Nautą, Gryfią, Morską, Marpro, Holmem, Wisłą, Vistal. Mamy też dużą grupę klientów armatorów, m.in. PŻM, Star Reefers, Green Reefers, SMT, Żegluga Gdańska, Euroafrica, Unibaltic, Polskie Ratownictwo Okrętowe, Strahlmann. W dziale *Advisory*, który prowadzi prace dla przemysłu lądowego, współpracujemy m.in. z Energa, Lotosem, Gas System, Polskie LNG” (Kubik, 2016).

zajmują się również projektowaniem konstrukcji lądowych. W 2014 roku do grona biur projektowych działających w Gdyni dołączył szwedzki Saab. Do tej pory jedyne biuro w Polsce funkcjonowało w Warszawie. Otwarcie placówki w Gdyni wynika z zainteresowania udziałem w programie modernizacji Marynarki Wojennej RP. Ewentualny dalszy rozwój biura zależeć będzie od sukcesów w przyszłych postępowaniach przetargowych, w szczególności dotyczących zakupu okrętów podwodnych nowej generacji (Kiewlicz, 2014).

ZAKOŃCZENIE

Usługi dla biznesu to jedna z najdynamiczniej rozwijających się dziedzin globalnej gospodarki. Począwszy od połowy pierwszej dekady XXI wieku Polska stała się jednym z czołowych krajów, do których międzynarodowe korporacje przenoszą wybrane, z reguły poboczne, choć coraz częściej kluczowe rodzaje aktywności. W procesie tym uczestniczą przede wszystkim największe ośrodki miejskie, w tym Trójmiasto i Gdynia, będąca jego integralną częścią.

Podstawowym czynnikiem przenoszenia działalności usługowej za granicę i przyczynienia się w ten sposób do rozwoju usług dla biznesu w niektórych krajach jest nasilająca się konkurencja. To z jednej strony następstwo liberalizacji handlu zagranicznego i przepływów bezpośrednich inwestycji zagranicznych, prywatyzacji oraz deregulacji, z drugiej zaś to konsekwencja rozwoju technologii teleinformatycznych zwiększających swobodę prowadzenia działalności gospodarczej. W procesie konkurencji podmioty gospodarcze dążą do podniesienia efektywności własnej działalności, co umożliwia zachowanie lub wzmocnienie pozycji konkurencyjnej. Dokonują tego dwojako – ograniczając koszty lub wykorzystując nowe zasoby.

Wzmocnienie pozycji konkurencyjnej poprzez relokacje wiąże się z wykorzystaniem przewag lokalizacyjnych obszarów, do których trafiają inwestycje. Lokalizacja usług dla biznesu wymaga odmiennego zestawu czynników niż w przypadku produkcji przemysłowej, której analizy rozmieszczenia stanowiły podstawę dla sformułowania większości neoklasycznych teorii (tab. 1). Kluczowe znaczenie ma relacja kosztów pracy do jej jakości, po to, aby obniżyć koszty przy zachowaniu albo wręcz podniesieniu jakości usług. Warunkiem koniecznym jest również istnienie odpowiedniej jakości nieruchomości biurowych na wynajem i infrastruktury teleinformatycznej. Usługi dla biznesu, z uwagi na pracowitość charakter, niewielkie zaangażowanie kapitałowe i ukierunkowanie na rynki zewnętrzne względem kraju inwestycji, są zdecydowanie mniej podatne na ryzyka polityczne i biznesowe w nim występujące. Z uwagi na fakt, że w łańcuchu wartości korporacji macierzystej pełnią funkcję centrum kosztów, finansowe zachęty ze strony rządu kraju-gospodarza nie są istotne.

Powyższe czynniki są również istotne dla lokalizacji podmiotów usługowych w Europie Środkowo-Wschodniej, w tym w Polsce. W literaturze przedmiotu dodatkowo wskazuje się na znaczenie bliskości geograficznej i kulturowej oraz przyjaznego i stabilnego środowiska prowadzenia działalności gospodarczej. Zauważa się też, że w relacji koszt–jakość pracy coraz większe znaczenie ma drugi czynnik.

Wymienione atuty cechują także polskie miasta, w tym Trójmiasto i Gdynię. Mocne strony Trójmiasta to przede wszystkim bardzo dobra dostępność nowoczesnej powierzchni biurowej, dostępność komunikacyjna oraz wizerunek ośrodka w oczach inwestorów. Trójmiasto wyróżnia się również znaczącymi zasobami pracy – konkurencja

o pracowników nie jest jeszcze bardzo nasilona, co stwarza możliwości rozwoju zarówno funkcjonującym, jak i nowym podmiotom. Obok inwestorów wykorzystujących typowe dla dużych polskich aglomeracji czynniki lokalizacji w Gdyni działają podmioty wykorzystujące specyfikę trójmiejskiego położenia i struktury gospodarki. Składa się na nią bliskość rynku skandynawskiego, dogodne połączenia transportowe z tym regionem, lokalna przedsiębiorczość w sektorze teleinformatycznym oraz koncentracja podmiotów działających w różnych branżach gospodarki morskiej.

Następstwem współwystępowania standardowych i specyficznych czynników lokalizacji jest z jednej strony obecność w Gdyni typowych centrów usług wspólnych i outsourcingu procesów gospodarczych, z drugiej zaś podmiotów wyspecjalizowanych w obsłudze rynku skandynawskiego, doskonaleniu usług teleinformatycznych oraz prowadzących działalność doradczą i szkoleniową na rzecz stoczni, armatorów, a także innych dużych przedsiębiorstw przemysłowych istniejących w regionie.

Pozytywną tendencją obserwowaną w przypadku usług dla biznesu w Trójmieście, w Gdyni, jest rosnąca złożoność prowadzonej działalności. Zwiększa to samodzielność podmiotów, stwarza większe możliwości rozwoju zawodowego pracowników i pozwala prowadzić dochodową działalność w sytuacji rosnących wynagrodzeń, co indukuje istotne bodźce rozwojowe dla lokalnej gospodarki w postaci płacowych efektów mnożnikowych.

Choć rozwój usług dla biznesu cechował się dotąd wysoką dynamiką – zarówno w Polsce jak i w Trójmieście – to należy spodziewać się stopniowego spowolnienia tej tendencji. Najprawdopodobniej z powodu lokalnych ograniczeń w podaży zasobów – głównie pracy, maleć będzie zwrot z kolejnych inwestycji. Usługi nowoczesne są w niemałym stopniu podatne na automatyzację (Ford, 2016). Rosnące koszty pracy zapewne przyspieszą ten proces. Ponadto, jak zauważa M. Młody (2016), proces internacjonalizacji gospodarki, w tym *offshoringu*, stwarza pole do nasilenia się przeciwnych zjawisk. Nie wszystkie decyzje delokalizacyjne okazują się korzystne – zarysowują się zatem strategiczne i finansowe podstawy oraz rynkowe i organizacyjne przesłanki do uaktywnienia się procesów polegających na odmiędzynarodowieniu (*de-internationalization*) gospodarki, m.in. poprzez powrót do kraju macierzystego (*backshoring*) działalności przenoszonych wcześniej za granicę. Ta tendencja może dotknąć również duże polskie miasta.

Na kanwie niniejszego studium przypadku wskazać należy zagadnienia wymagające dalszych badań. Dotyczą one przede wszystkim miękkich czynników lokalizacji usług dla biznesu. Po pierwsze, dalszych badań wymaga kwestia jakości zasobów pracy – ich adekwatności do potrzeb inwestorów. Po drugie, istotna jest kwestia jakości życia, jako czynnika przyciągającego do danego miasta utalentowanych pracowników. Te zagadnienia wydają się być kluczowe z uwagi na rolę zasobów pracy w omawianym rodzaju działalności gospodarczej i dotyczą wszystkich polskich miast. W przypadku Trójmiasta pogłębienia wymagają badania dotyczące czynników lokalizacji istotnych dla inwestorów skandynawskich. Choć ośrodek ten posiada względną przewagę liczby inwestorów pochodzących z tego regionu, to jest ona nieznaczna i nie przekłada się na przewagę bezwzględną. Zagadnienie to jest ważne nie tylko z poznawczego, ale także z praktycznego punktu widzenia – kraje nordyckie są dla Trójmiasta strategicznie ważnym partnerem w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego.

Literatura References

- Berger, S. (red.). (2009). *The foundations of non-equilibrium economics: The principle of circular and cumulative causation*. Oxford: Routledge.
- Budner, W. (2017). Tendencje rozwoju rynku nowoczesnych usług biznesowych w Polsce. *Acta Scientiarum Polonorum Administratio Locorum*, 16(1), 19–28.
- Bunyaratavej, K., Hahn, E.D., Doh, J.P. (2007). International offshoring of services: A parity study. *Journal of International Management*, 13(1), 7–21.
- Bunyaratavej, K., Hahn, E.D., Doh, J.P. (2008). Multinational investment and host country development: Location efficiencies for services offshoring. *Journal of World Business*, 43(2), 227–242.
- Burdecka, W. (2004). *Instytucje otoczenia biznesu*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Chilimoniuk-Przeździecka, E. (2012). Czynniki lokalizacji inwestycji offshoringowych w Polsce na przykładzie usług biznesowych. *Studia Ekonomiczne/Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 116, 109–123.
- Churski, P. (2005). Czynniki rozwoju regionalnego w świetle koncepcji teoretycznych. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku. Nauki ekonomiczne*, 19(3), 13–30.
- Czyż, T. (2004). Główne problemy badawcze polskiej geografii społeczno-ekonomicznej i ich ewolucja. W: Z. Chojnicki (red.). *Geografia wobec problemów teraźniejszości i przyszłości*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 81–94.
- DNV GL – Safer Smarter Greener (2016, 31 grudnia). Pozyskano z <https://www.dnvgl.pl/index.html>
- Doh, J.P. (2005). Offshore outsourcing: Implications for international business and strategic management theory and practice. *Journal of Management Studies*, 42(3), 695–704.
- Domański, B. (2004). Krytyka pojęcia rozwoju a studia regionalne. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(16), 7–23.
- Dominiak, J. (2004). Otoczenie biznesu jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego. *Przegląd Geograficzny*, 2(76), 209–234.
- Dominiak, J. (2013). Rola otoczenia biznesu w rozwoju regionalnym w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 22, 44–64.
- Duboz, M.-L., Rodet-Kroichvili, N., Slim, A. (2016). Are Central and Eastern European Countries a New Area for the Relocation of Business Services? An Analysis for 2000-2013. *Revue d'études comparatives Est-Ouest*, 47(01-02), 233–274.
- Dziemianowicz, W. (1997). Kapitał zagraniczny a rozwój regionalny. *Studia Regionalne i Lokalne*, 21(54), 7–179.
- Farrell, D. (2005). Offshoring: Value creation through economic change. *Journal of Management Studies*, 42(3), 675–683.
- Ferreira, J.J.M., Fernandes, C.I., Raposo, M.L., Thurik, R., Faria, J.R. (2016). Entrepreneur location decisions across industries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 985–1006.
- Flyvbjerg, B. (2005). Pięć mitów o badaniach typu studium przypadku. *Studia socjologiczne*, 2(177), 41–69.
- Ford, M. (2016). Świt robotów. Czy sztuczna inteligencja pozbawi nas pracy? Warszawa: CDP.PL.
- Gorzelak, G. (2003). Bieda i zamożność regionów. Założenia, hipotezy, przykłady. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(11), 37–58.
- Górecki, J., Gurszyńska, K., Karpiesiuk, Ł., Polkowski, M. (2016). *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce 2016*. Warszawa: Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych.
- Grabow, B., Henckel, D., Hollbach-Grömig, B. (1995). *Weiche Standortfaktoren*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Grosse, T. (2002). Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(8), 25–48.
- Grycuk, A. (2014). Centra nowoczesnych usług biznesowych w Polsce. *Infos zagadnienia społeczno-gospodarcze*, 3, 1–4.

- Gwosdz, K. (2014). *Pomiędzy starą a nową ścieżką rozwojową: mechanizmy ewolucji struktury gospodarczej i przestrzennej regionu tradycyjnego przemysłu na przykładzie konurbacji katowickiej po 1989 roku*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Hätönen, J. (2009). Making the locational choice: A case approach to the development of a theory of offshore outsourcing and internationalization. *Journal of International Management*, 15(1), 61–76.
- Hayter, R. (1997). *The dynamics of industrial location: the factory, the firm, and the production system*. Chichester: Wiley.
- Holko, M. (2015). Kontrowersje wokół teorii rozwoju regionalnego. *Studia Regionalne i Lokalne*, 3(61), 5–22.
- Kakowska-Mehring, W. (2012a, 6 czerwca). 500 miejsc pracy. WNS Global Services wybrał Gdynię. Pozyskano z <http://biznes.trojmiasto.pl/500-miejsc-pracy-WNS-Global-Services-wybral-Gdynie-n59007.html>
- Kakowska-Mehring, W. (2012b, 10 września) (2016, 31 grudnia). Konferencja ABSL. Centra usług wspólnych „polubiły” Trójiasto. Pozyskano z <http://biznes.trojmiasto.pl/Konferencja-ABSL-Centra-uslug-wspolnych-polubily-Trojmiasto-n61753.html>
- Kakowska-Mehring, W. (2013, 21 grudnia). Światowe cięcia dotknęły też gdyński Thomson Reuters. Pozyskano z <http://biznes.trojmiasto.pl/Swiatowe-ciecica-dotknely-tez-gdyski-Thomson-Reuters-n75590.html>
- Kakowska-Mehring, W. (2014, 1 listopada). Nordea Bank zniknął z rynku. Pozostał bank hipoteczny. Pozyskano z <http://biznes.trojmiasto.pl/Nordea-Bank-zniknal-z-rynku-Pozostal-bank-hipoteczny-n84903.html>
- Kiewlicz, R. (2013, 13 listopada) (2016, 31 grudnia). Nordea tworzy w Gdyni centrum operacyjne. Szuka specjalistów z branży IT. Pozyskano z <http://biznes.trojmiasto.pl/Nordea-tworzy-w-Gdyni-centrum-operacyjne-Szuka-specjalistow-z-branzy-IT-n74382.html>
- Kiewlicz, R. (2014, 11 grudnia) (2016, 31 grudnia). Saab otwiera biuro w Gdyni. Liczy na wojskowe kontrakty. Pozyskano z <http://biznes.trojmiasto.pl/Saab-otwiera-biuro-w-Gdyni-Liczy-na-wojskowe-kontrakty-n85854.html>
- Krzysztofek, K., Szczepański, M.S. (2005). *Zrozumieć rozwój – od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych: podręcznik socjologii rozwoju społecznego dla studentów socjologii, nauk politycznych i ekonomii*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kubik, J. (2016) (2016, 31 grudnia). Polacy z DNVGL w ciągu 5 lat wprowadzą zdalnie monitorowaną siłownię statku. Pozyskano z <http://www.gospodarkamorska.pl/Stocznie,Offshore/polacy-z-dnvg-l-w-ciagu-5-lat-wprowadza-zdalnie-monitorowana-si%C5%82ownie-statku.html>
- Liberska, B. (2005). Globalny rynek outsourcingu nowoczesnych usług – nowe możliwości dla Polski. *Studia Ekonomiczne*, 3, 243–267
- Memorandum Informacyjne Asseco Poland S.A. (2008). Rzeszów: Asseco Poland S.A.
- Micek, G. (2009). Investigating the emergence of software development centres in Central and Eastern Europe. *Geographia Polonica*, 82(2), 21–33.
- Misys. Szukamy ludzi z pasją, którzy nie boją się... ryzyka (2012, 22 listopada) (2016, 31 grudnia). Pozyskano z <http://praca.trojmiasto.pl/Misys-Szukamy-ludzi-z-pasja-ktorzy-nie-boja-sie-ryzyka-n63984.html>
- Młody, M. (2016). Backshoring in Light of the Concepts of Divestment and De-internationalization: Similarities and Differences. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(3), 167–180.
- Nazarczuk, J.M. (2013). *Potencjał rozwojowy a aktywność inwestycyjna województw i podregionów Polski*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.
- O Asseco. Profil (2016) (2016, 31 grudnia). Pozyskano z <https://pl.asseco.com/o-asseco/profil/>
- Oczkowska, R. (2012). Offshoring w świetle wybranych koncepcji ekonomicznych. W: B. Mikuła (red.). *Historia i perspektywy nauk o zarządzaniu*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, 403–410.
- Port Lotniczy Gdańsk im Lecha Wałęsy (2016, 31 grudnia). *Mapa połączeń*. Pozyskano z <http://www.airport.gdansk.pl/schedule/link>
- Porter, M.E. (2001). *Porter o konkurencji*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

- Sass, M., Fifekova, M. (2011). Offshoring and outsourcing business services to Central and Eastern Europe: Some empirical and conceptual considerations. *European Planning Studies*, 19(9), 1593–1609.
- Sony Picture otwiera *Global Business Services* w Gdyni (2010) (2016, 31 grudnia). Pozyskano z http://www.gdynia.pl/wydarzenia/70_63470.html
- Stańczyk, Z.J. (2004). Konsensus waszyngtoński a reformy w krajach postkomunistycznych. *Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego*, 2, 59–72.
- Swianiewicz, P., Dziemianowicz, W. (1998). *Atrakcyjność inwestycyjna miast: raport z badań*. Warszawa: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową.
- Szmytkowska, M. (2006). Rozwój sektora teleinformatycznego w Trójmieście jako przejaw procesów globalizacji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 8, 160–166.
- Tholons (2014). *2015 Top 100 Outsourcing Destinations*. New York.
- Wach, K. (2006). Otoczenie biznesu a fazy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, 769, 41–54.

Maciej Tarkowski, dr, Uniwersytet Gdański, Wydział Oceanografii i Geografii, Instytut Geografii, Katedra Geografii Rozwoju Regionalnego. Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii. Nauczyciel akademicki w Instytucie Geografii Uniwersytetu Gdańskiego. Zainteresowania badawcze dotyczą geografii ekonomicznej, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki lokalizacji działalności gospodarczej, rozwoju lokalnego i regionalnego, geografii pracy i ekonomiki miast, w szczególności roli korzyści aglomeracji w procesie polaryzacji rozwoju.

Maciej Tarkowski, Ph.D., University of Gdańsk, Faculty of Oceanography and Geography, Institute of Geography, Department of Regional Development Geography. Ph.D. in Earth sciences in the field of geography. Academic teacher in the Institute of Geography at University of Gdańsk. His research interests focus on: economic geography, especially on the issues of economic activity location; local and regional development, labour geography and urban economics with particular attention to economies of urbanisation a factors of development polarisation.

Adres/address:

Uniwersytet Gdański
Wydział Oceanografii i Geografii
Instytut Geografii
Katedra Geografii Rozwoju Regionalnego
ul. Bażyńskiego 4, 80-309 Gdańsk, Polska
e-mail: maciej.tarkowski@ug.edu.pl

ANNA IRENA SZYMAŃSKA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

MONIKA PŁAZIAK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Preferencje i zachowania konsumentów w centrach handlowych w Polsce na przykładzie Krakowa

Consumers' Preferences and Behaviour in Polish Shopping Malls Based on the Example of Kraków

Streszczenie: Przemiany społeczno-gospodarcze, które nastąpiły po 1989 roku, przyczyniły się do rozwoju gospodarki rynkowej, a co za tym idzie swobodnego powstawania oraz wycofywania się z rynku podmiotów gospodarczych stanowiących prywatną własność. Początkowo powstawały głównie małe prywatne przedsiębiorstwa handlowe, w których przeważał polski kapitał. Jednak cechy, którymi charakteryzował się polski rynek w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, czyli duży popyt konsumpcyjny, brak dużego krajowego kapitału wyspecjalizowanego w działalności handlowej, korzystne przepisy podatkowe, niskie ceny zakupu i dzierżawy nieruchomości oraz dostępność wykwalifikowanej siły roboczej, stanowiły zachętę dla zagranicznych firm handlowych o światowym zasięgu do inwestowania w rozwój sklepów wielkopowierzchniowych w Polsce. Do szybkiego rozwoju tej formy handlu w przyczynił się również duży kapitał oraz nowoczesna kadra zarządzająca, którymi firmy te dysponowały. W efekcie w Polsce powstało wiele wielkopowierzchniowych obiektów handlowych (WHO) o powierzchni powyżej 400 m², takich jak: sklepy dyskontowe, super- i hipermarkety oraz domy i centra handlowe, charakteryzujących się dużą powierzchnią sprzedaży i szerokim asortymentem towarów z wielu branż. Obecnie stanowią one istotny element przestrzeni miejskiej i jednocześnie poważną konkurencję dla pozostałych form handlu detalicznego. Możliwości, jakie dają WHO, czyli szeroka oferta produktowo-usługowa, akcje promocyjne i degustacyjne, duże własne parkingi i stacje benzynowe, jak również wiele różnych placówek znajdujących się na terenie kompleksu handlowego, skutecznie przyciągają klientów. W niniejszym opracowaniu skoncentrowano się głównie na analizie centrów handlowych działających w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem tych zlokalizowanych w Krakowie. Za centrum handlowe uznano „nieruchomość handlową, która została zaplanowana, zbudowana oraz jest zarządzana jako jeden podmiot handlowy, składający się ze sklepów oraz części wspólnych, o minimalnej powierzchni najmu 5 tys. m² (GLA) i składa się z minimum 10 sklepów” (Mikołajczyk, 2009: 138–139). Celem niniejszego opracowania była diagnoza preferencji konsumentów w zakresie wyboru miejsc dokonywania zakupów oraz deklaracji dotyczących korzystania z dodatkowych funkcji oferowanych w ramach badanych podmiotów handlowo-usługowych, jak również identyfikacja pozahandlowych funkcji centrów handlowych, którymi szczególnie zainteresowani są potencjalni konsumenci. W artykule dokonano także charakterystyki profilu konsumenta deklarującego wybór centrum handlowego jako miejsca dokonywania zakupów i spędzania wolnego czasu. Wnioskowanie oparte zostało o analizę literatury przedmiotu oraz wyniki badań bezpośrednich przeprowadzonych przez autorki opracowania. Jako narzędzie badawcze zastosowano kwestionariusz ankiety. W badaniach uczestniczyło łącznie 1756 respondentów będących głównie mieszkańcami Krakowa.

Abstract: Social and economic changes that occurred after 1989 contributed to the market economy development and thus the unfettered creation and withdrawal from the market of business entities which are private properties. Initially, mainly small private trade enterprises were formed, in which Polish capital prevailed. But the traits that characterised the Polish market in the 1990s, i.e. a large consumer demand, the lack of large national capital specialised in commercial activities, favourable tax laws, low purchase prices, lease of real estate and the availability of skilled labour were the incentives for foreign trade enterprises to invest in the development of hypermarkets in Poland. Foreign trade enterprises dispose the large capital and modern management team which has contributed to the rapid development of this trade form. As a result, in Poland, a large number of commercial buildings (WHO) were created with an area of more than 400 sq m, such as discount stores, supermarkets and hypermarkets, as well as trading houses and shopping centres, characterised by a large area of sales and a wide range of diverse goods of various types. Currently, they form an important element of urban space and at the same time a serious competition for other retail forms. The opportunities provided by the WHO, i.e. a wide range of products and services, sales and tasting, large parking lots and gas stations, as well as many different outlets located within the shopping complex, effectively attract customers. This paper focuses mainly on the analysis of shopping centres operating in Poland, with particular emphasis on those located in Kraków. A shopping centre was defined as "commercial real estate, which was planned, built and managed as a single entity, consisting of shops and common parts, with a minimum leasable area of 5 thousand sq m (GLA) and containing at least 10 stores" (Mikołajczyk, 2009: 138–139). The aim of this study was to identify the preferences of consumers in terms of their choice of shopping areas and their declarations related to the use of the additional functionality offered by the surveyed entities of commercial premises, as well as the identification of the non-trade concerns function of the shopping centres, which are particularly interested in the potential consumers. In the article, the characteristics of the profile of the consumer declaring the choice of the mall as a place for shopping and leisure was also dealt with. The inference was based on an analysis of the literature and the results of a direct research conducted by the authors of the study. As a research tool the survey questionnaire was used. The studies involved a total of 1,756 respondents who were mostly residents of Kraków and selected by random method.

Słowa kluczowe: centra handlowe; generacje centrów handlowych; Kraków; preferencje; typy centrów handlowych; zachowania konsumentów

Keywords: consumers' behaviour; Kraków; preferences; shopping centre generations; shopping centres; types of shopping centres

Otrzymano: 6 lutego 2017

Received: 6 February 2017

Zaakceptowano: 26 lipca 2017

Accepted: 26 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Szymańska, A.I., Płaziak, M. (2017). Preferencje i zachowania konsumentów w centrach handlowych w Polsce na przykładzie Krakowa. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 132–152. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.9>

WSTĘP

W ostatnich latach obserwuje się wzrost siły oddziaływania centrów handlowych zarówno na życie codzienne mieszkańców i lokalnych społeczności, jak i na funkcjonowanie podmiotów gospodarczych zlokalizowanych w strefie oddziaływania. Ekspansja centrów handlowych, super- i hipermarketów oraz sieci sklepów dyskontowych stanowi jeden z przejawów koncentracji handlu (Pokorska, Maleszyk, 2002: 37–38). W Polsce nastąpiła ona bardzo szybko i przyczyniła się do istotnych zmian zarówno w obszarze podaży i popytu (w skali makro), jak również w indywidualnych zachowaniach zakupowych nabywców (skala mikro).

Z uwagi na duże zróżnicowanie centrów handlowych brak jest jednej, powszechnie stosowanej definicji. J. Dietl (1992: 78) definiuje centrum handlowe jako świadomą

formę koncentracji przestrzennej jednostek handlu detalicznego, ze wspólnym zarządem pełniącym funkcje usługowe względem centrum. Za J. Altkornem i T. Kramerem (1998: 176) można określić centrum handlowe jako zgrupowanie detalicznych jednostek handlowych i usługowych, prowadzonych zwykle przez różne przedsiębiorstwa tworzące całość pod względem handlowym, asortymentowym, usługowym, budowlanym, architektonicznym, organizacyjnym oraz administracyjnym, i realizujące kompleksową obsługę klientów. Podstawowym zadaniem centrum handlowego jest umożliwienie konsumentom skorzystania z oferty handlowo-usługowej w jednym miejscu, bez potrzeby opuszczania obiektu (Knecht-Tarczewska, 2011: 296). Zgodnie z definicją International Council of Shopping Centres, centrum handlowe to „nieruchomość handlowa, która została zaplanowana, zbudowana oraz jest zarządzana jako jeden podmiot handlowy, składający się ze sklepów oraz części wspólnych, o minimalnej powierzchni najmu 5 tys. m² (GLA)¹ oraz składająca się z minimum 10 sklepów”² (Mikołajczyk, 2009: 138–139).

Wielokierunkowy zakres oddziaływania centrów handlowych: przestrzenny, ekonomiczny, a również społeczny, przyczynił się do tego, że centra handlowe stały się przedmiotem zainteresowania wielu środowisk naukowych. Warto wymienić tu przede wszystkim nauki techniczne (architektura, urbanistyka), społeczne (socjologia, psychologia), ekonomiczne (ekonomia, marketing) oraz geografie społeczno-ekonomiczną. W ramach prowadzonych analiz dokonuje się typologii i hierarchizacji centrów handlowych, biorąc pod uwagę ich wielkość i generację (Szczyrba, 2005; Sikos, Hoffmann, 2005; Lambert, 2006; Kaczmarek, 2010; Mikołajczyk, 2012; Twardzik, 2014), rozpatruje się je jako nowe przestrzenie konsumpcji (Jałowiecki, 2005; Żerebecka, 2005), bada się ich społeczne oddziaływanie na rozwój miast, rolę i pełnione funkcje w strukturze miasta (Jarczewski, Huculak, 2010; Knecht-Tarczewska, 2011; Hefner, Twardzik, 2013; Rochmińska, 2015; 2016). Porusza się również problematykę roli handlu wielkopowierzchniowego w systemie gospodarczym, czynników oddziałujących na decyzje konsumentów, czynników świadczących o atrakcyjności centrów handlowych (Woźniak, 2002; Żalikowski, 2002; Kłosiewicz-Górecka, 2005; Dzieciuchowicz, 2012), identyfikuje profile klientów (Chudzik, 2006; Rochmińska, 2011; 2013), rozpatruje czynniki lokalizacji centrów handlowych i przekształcenia przestrzeni miast na skutek rozszerzania się funkcji handlowej (Kłosowski, 2002; Bogdanov, 2002; Więclaw, 2003; Dudek-Mańkowska, Fuhrmann, 2009; Sobala-Gwosdz, Gwosdz, 2011; Celińska-Janowicz, 2011) i przestrzennego zasięgu oddziaływania centrów handlowych (Chaberko, Ciechowski, Kretowicz, 2013).

Zasadniczym celem niniejszego opracowania były:

- diagnoza preferencji konsumentów w zakresie wyboru miejsc dokonywania zakupów oraz deklaracji dotyczących korzystania z dodatkowych funkcji oferowanych w ramach badanych podmiotów handlowo-usługowych,
- identyfikacja pozahandlowych funkcji centrów handlowych, którymi szczególnie zainteresowani są potencjalni konsumenci,

¹ GLA (Gross Leasable Area) – powierzchnia najmu brutto. GLA obejmuje powierzchnię wykorzystywaną do prowadzenia bezpośredniej działalności gospodarczej oraz powierzchnie pomieszczeń pomocniczych danego najemcy, czyli pomieszczenia administracyjne, socjalne, magazyny, recepcje, korytarze, klatki schodowe, ogólnodostępne toalety.

² Definicja opracowana przez International Council of Shopping Centres (globalna organizacja działająca w branży centrów handlowych), używana również przez Polską Radę Centrów Handlowych.

- charakterystyka profilu konsumenta deklarującego wybór centrum handlowego jako miejsca dokonywania zakupów i spędzania wolnego czasu.

W artykule omówiono również rozwój oraz funkcjonowanie centrów handlowych w Polsce, z wyszczególnieniem Krakowa, po 1989 roku. Powyższe cele zrealizowano w oparciu o dostępną literaturę przedmiotu oraz wyniki bezpośrednich badań własnych.

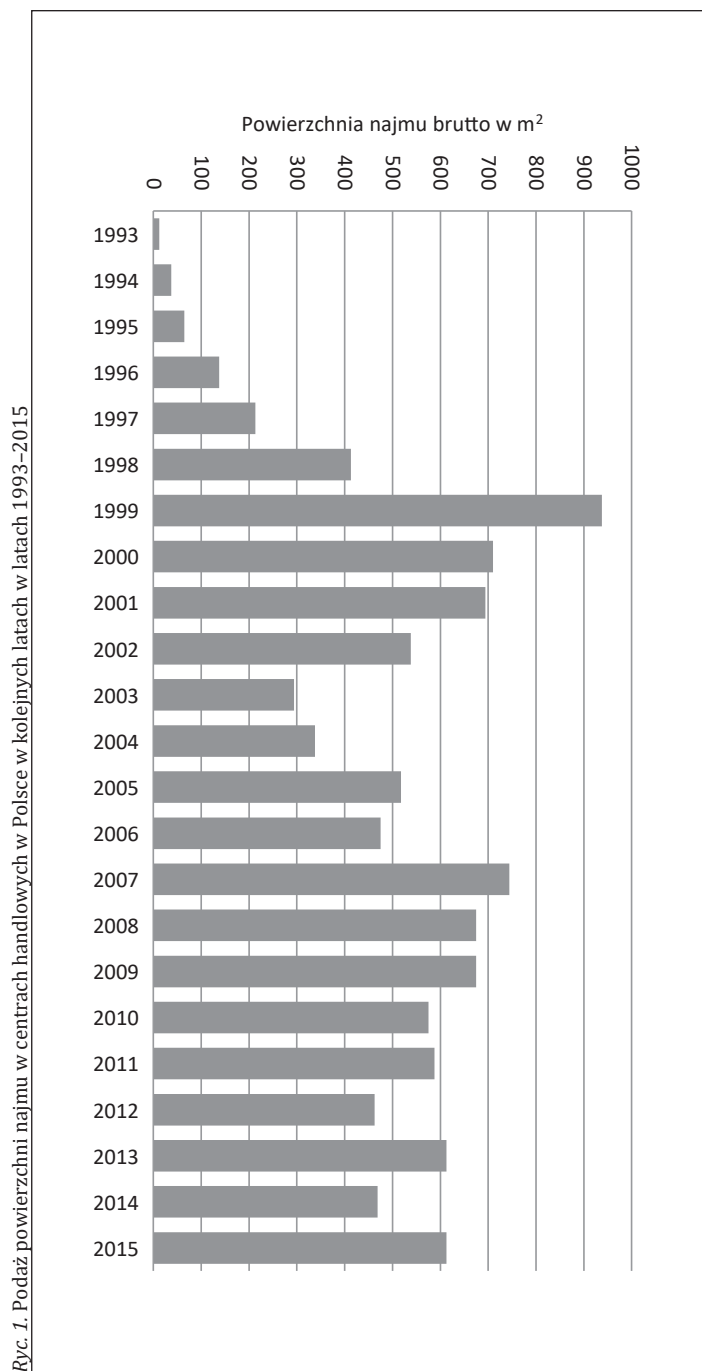
ROZWÓJ I FUNKCJONOWANIE CENTRÓW HANDLOWYCH W POLSCE

Przemiany systemowe i gospodarcze, które miały miejsce w Polsce po 1989 roku, przyczyniły się do dynamicznego rozwoju handlu i usług. Jednym z najbardziej widocznych tego przejawów było powstanie dużej liczby super- i hipermarketów. Wraz ze wzrostem dobrobytu Polaków i poprawą sytuacji ekonomicznej na rynku zaczęły się pojawiać nowe obiekty handlowe, posiadające coraz bogatszą ofertę. Pierwszym centrum handlowym w Polsce, otwartym w Warszawie w maju 1993 roku, była Panorama (Centrum Handlowe Panorama, 2017), która działa do dzisiaj. W kolejnych latach miał miejsce systematyczny wzrost liczby otwieranych centrów handlowych. W okresie pierwszych trzech lat oddano do użytku 100 tys. m² powierzchni GLA, a w 1999 roku już ponad 900 tys. m² (ryc. 1). W 2015 roku w Polsce funkcjonowały 481 centra handlowe, ich łączna powierzchnia najmu stanowiła 10,9 mln m², a wskaźnik nasycenia powierzchnią handlową wynosił ok. 283 m² na tysiąc mieszkańców. Dla porównania wartość wskaźnika dla krajów Unii Europejskiej wynosiła w tym samym okresie ok. 290 m² (Mikołajczyk, 2015: 180; *Rynek centrów handlowych w polskich aglomeracjach*, 2015).

Duże zróżnicowanie funkcjonujących w gospodarce centrów handlowych przyczyniło się do opracowania ich typologii. Najczęściej stosowane kryteria typologii to: lokalizacja, dobór najemców oraz zasięg oddziaływania centrum. W roku 1999 Międzynarodowa Rada Centrów Handlowych (ICSC) zaproponowała typologię centrów handlowych, wyszczególniając osiem głównych kategorii, charakterystycznych głównie dla miast amerykańskich, jednak występujących również w Europie, w tym w Polsce (Mikołajczyk, 2012) (tab. 1).

Tab. 1. Typologia centrów handlowych

Typ centrum	Charakterystyka	Powierzchnia (tys. m ²)	Obszar, z którego generowane jest 60–80% sprzedaży
osiedlowe	bliskość i łatwość dostępu, wygoda i szybkość zakupów	3–5	5 km
lokalne	bliskość i łatwość dostępu, wygoda, większy wybór towaru niż w centrum osiedlowym	9–33	5–10 km
regionalne	duża powierzchnia, szeroki wybór towarów, szczególnie w branży moda, i towary trwałego użytku	37–75	8–25 km
ponadregionalne	bardzo duża powierzchnia, jeszcze większy wybór towarów niż w centrum regionalnym, zwłaszcza w odniesieniu do branży „moda”	powyżej 75	8–40 km
centrum mody	ekskluzywne, nastawione na modę	7–23	8–16 km



power center	najemcy wielkopowierzchniowi, dominujący w branży, <i>category killers</i> , niewielu małych najemców	23–56	8–16 km
centrum rozrywki	dominuje rozrywka i miłe spędzanie czasu wolnego, nakierowanie na turystów	7–23	
outlet	wyprzedażowe sklepy producenckie	5–37	40–120 km

Źródło: Twardzik (2014), Mikołajczyk (2012: 76)

Poszczególne typy centrów handlowych różnią się przede wszystkim lokalizacją, powierzchnią, strukturą najemców, oraz liczbą obsługiwanych klientów. W przypadku miast europejskich częściej wykorzystuje się jednak typologię opracowaną przez europejski oddział Międzynarodowej Rady Centrów Handlowych (ICSC Europe), uwzględniającą powierzchnię wynajmu obiektu i przyjmującą za powierzchnię minimalną 5000 m² dla tego typu placówki handlowej. Typologia ta obejmuje format i skalę centrum wyrażoną w powierzchni najmu (Mikołajczyk, 2012: 78) (tab. 2).

Tab. 2. Europejska typologia centrów handlowych

Rodzaj	Rozmiar	Powierzchnia wynajmu brutto	Przykłady centrów handlowych w Polsce
tradycyjne	bardzo duże	80 000 m ² i więcej	Silesia City Center, Manufaktura Łódź
	duże	40 000–79 999 m ²	Stary Browar Poznań, Złote Tarasy Warszawa
	średnie	20 000–39 999 m ²	Plaza Kraków, Pasaż Łódzki
	małe	5000–19 999 m ²	Rondo Bydgoszcz, Kometa Toruń
wyspecjalizowane	park handlowy – duży – średni – mały	20 000 m ² i więcej 10 000–19 999 m ² 5000–9 999 m ²	Targówek Retail Park Warszawa Top Shopping Szczecin Centrum Wyposażenia Wnętrz Komorniki
	centrum outletowe	5000 m ² i więcej	Fashion House Sosnowiec, Piaseczno, Factory Outlet Luboń
	centrum tematyczne z rozrywką lub bez	5000 m ² i więcej	C.H. Jupiter Warszawa Domoteka Warszawa

Źródło: opracowanie na podstawie: Twardzik (2014), Lambert (2006), Mikołajczyk (2012: 80)

Najczęściej stosowaną jest typologia centrów handlowych oparta na kryterium ich generacji, w której jako kryterium przyjmuje się kolejne etapy ewolucji strukturalno-funkcjonalnej analizowanych podmiotów (tab. 3).

Podmioty handlu wielkopowierzchniowego, stanowiące pierwszą generację centrów handlowych, pojawiły się w Polsce w połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku i były to hipermarkety wraz z niewielką galerią sklepów, początkowo liczące 5–10 tys. m² (Ciechomski, 2010: 49), a w kolejnych latach ich powierzchnia ewoluowała do ok. 15–20 tys. m². Zwykle lokalizowane były na terenach podmiejskich, w bliskim sąsiedztwie dużych osiedli mieszkaniowych i przy ważnych ciągach komunikacyjnych.

Tab. 3. Generacje centrów handlowych

Centrum handlowo-usługowe (powierzchnia/zasięg)	Funkcje handlowe	Funkcje towarzyszące	Przykłady centrów handlowych w Polsce
I generacji (do 20 000 m ² , zasięg dzielnicowy)	hipermarket, niewielka galeria handlowa (do 50 sklepów)	nieliczne obiekty usługowe (pralnia, punkt napraw, punkt pocztowy, placówki telekomunikacyjne), lokal gastronomiczny (fast food)	M1 w Markach, Galeria Tesco przy ulicy Połczyńskiej w Warszawie, Auchan Piaseczno
II generacji (20 000–50 000 m ² , zasięg ogólnomiejski)	hipermarket FMCG, 2–3 markety specjalistyczne (np. dom i ogród, elektroniczny), duże sklepy odzieżowe, galeria małych sklepów (do 100 sklepów)	obiekty usługowe jw., a także salony kosmetyczne, fryzjer, biura podróży, plac zabaw dla dzieci, kilka placówek gastronomicznych (bary, kawiarnie), salon gier, mała scena	Klif, Galeria Wileńska, Reduta czy Carrefour Bemowo w Warszawie, Centra Handlowe M1, King Cross, Plaza
III generacji (50 000–200 000 m ² , zasięg regionalny, krajowy)	2–3 hipermarkety FMCG, liczne markety specjalistyczne, galerie i sklepy wielopoziomowe (100–500 sklepów)	obiekty usługowe jw., wydzielona duża część gastronomiczna (<i>food court</i>), kino (multiplex), dyskoteka, część rekreacyjna (salon gier, <i>bowling</i> , ściana wspinaczkowa, <i>skatepark</i> itp.) kluby fitness, park tematyczny dla dzieci, kaplica, usługi medyczne	Galeria Kazimierz w Krakowie, Bonarka City Center, Galeria Krakowska, Plaza w Krakowie, Galeria Mokotów w Warszawie, CH Fokus w Rybniku, Galeria Sfera w Bielsku-Białej, Galeria Dominikańska we Wrocławiu
IV generacji (powyżej 200 000 m ² , zasięg krajowy, międzynarodowy)	hipermarkety FMCG, hipermarkety specjalistyczne, domy towarowe, aleje zakupowe (500–1000 sklepów) targowiska i rynki, tematyczne malle, repliki ulic i placów handlowych	obiekty usługowe jw., część biurowa, hotelowa, muzea, galerie sztuki, sale widowiskowe, rozrywkowe parki tematyczne, kasyna, kompleksy wypoczynkowe (ogrody, fontanny, wodospady, akwarium), discovery center, obiekty rekreacyjno-sportowe (boiska, aquapark, lodowisko)	Złote Tarasy w Warszawie, Stary Browar w Poznaniu, Silesia City Center, Manufaktura w Łodzi, Centrum Magnolia Park we Wrocławiu, Stocznia w Gdańsku, Galeria Bronowice w Krakowie
V generacji	samowystarczalne miasteczko, którego mieszkańcy nie będą musieli opuszczać; będą tam spać (mieszkania i apartamenty), pracować (biura), robić zakupy (sklepy), jeść (restauracje i bary), bawić się (miejsca rozrywki), uprawiać sport i dbać o zdrowie (centra medyczne), a także pozostawiać dzieci pod dobrą opieką (żłobki, przedszkola, szkoły)		w Polsce brak

Źródło: opracowanie na podstawie: Twardzik (2014), Kaczmarek (2010), *Czekamy na centra handlowe piątej generacji* (2008), *Krakowski Rynek Nieruchomości 2014* (2015)

Druga generacja centrów handlowych powstała się w Polsce pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Centrum drugiej generacji tworzyły: hipermarket, markety

specjalistyczne (np. dom i ogród, elektroniczny), duże sklepy odzieżowe oraz galeria małych sklepów (80–100) o charakterze handlowo-rozrywkowo-gastronomicznym, przy czym hipermarket zajmował 1/3 powierzchni, a pozostałe podmioty handlowo-usługowe 2/3 (Ciechomski, 2010: 49). Centra handlowe lokalizowane były w oddale od centrów miast, jednocześnie oferując klientom bezpłatne linie autobusowe.

Trzecia generacja centrów handlowych zaczęła się tworzyć na początku XXI wieku. Tym, co wyróżnia ją na tle dwóch poprzednich generacji, to rozwinięte możliwości spędzania wolnego czasu w obiektach sportowo-rekreacyjnych i kompleksach kinowych oraz szersza gama najemców oferujących luksusowe produkty światowych marek. Centra te lokalizowane są głównie w śródmieściach lub w centralnych dzielnicach i często wywierają na nie pozytywny wpływ poprzez rewitalizację podupadłych pod względem handlowym centrów miast.

Centra czwartej generacji wyróżniają się od poprzednich tym, iż wzbogacone są o część biurową i hotelową, a poza dogodnymi warunkami dokonywania zakupów, oferują klientowi również możliwość relaksu i wypoczynku. Poza restauracjami i kinem znajdują się tu również muzea, galerie sztuki, sale koncertowe, dyskoteki, siłownie, ściany wspinaczkowe, hale sportowe, salony kosmetyczne, fryzjerskie i kluby SPA, a dla dzieci wesołe miasteczka, oceanaria czy tory kartingowe (Ciechomski, 2010: 50). W pobliżu centrów handlowych powstaje wiele nowych inwestycji, takich jak biurowce, osiedla mieszkaniowe czy stacje benzynowe. Galerie stają się więc miejscem nie tylko handlu, ale przede wszystkim spędzania wolnego czasu i kontaktów społecznych.

Centra handlowe piątej generacji w Polsce jeszcze nie powstały. Idea tego typu centrum polega na przekształceniu centrum handlowego w samowystarczalne miasteczko. Cel ten zostanie osiągnięty poprzez poszerzenie dotychczasowych funkcji handlowych, usługowych, rozrywkowych, biurowych i hotelowych m.in. o funkcję mieszkalną oraz opiekuńczo-edukacyjną (przedszkola i szkoły). Wszystkie potrzeby klientów-mieszkańców będą zaspokajane pod jednym dachem, nie będzie więc konieczności opuszczania takiego ośrodka handlowego. Wizja centrów handlowych piątej generacji wyznacza kierunek ich rozwoju na świecie. Przykładem centrum handlowego piątej generacji są:

- centrum handlowe New Century Global Center w Chinach, w którym znajdują się dwa centra handlowe, dwa hotele, kompleks uniwersytecki, kino, biura, sale konferencyjne (*Generacja centrum handlowego*, 2017),
- założone w 1992 roku Mall of America, w którym na powierzchni 390 tys. m² znajduje się ponad 520 sklepów, park rozrywki, kino, teatr, oceanarium, kaplica ślubna,
- West Edmonton Mall (WEM) w Edmonton w Kanadzie, powstało w 1981 roku i było kilkakrotnie rozbudowywane, obecnie jego powierzchnia całkowita wynosi ponad 500 tys. m², zaś powierzchnia handlowa 350 tys. m². WEM skupia ponad 800 sklepów i punktów usługowy, park rozrywki z kolejką górską, park wodny z największym na świecie krytym basenem, lodowisko, pole do minigolfa, strzelnicę, kompleks kinowy, oceanarium restauracje, bistra, kluby, kasyno, kaplicę (w której odbywają się chrześcijańskie nabożeństwa i ceremonie ślubne), dwa hotele (Kochanec, 2011; West Edmonton Mall, 2017),
- Mall of America (MOA) zlokalizowany w Bloomington (Minnesota) w Stanach Zjednoczonych oferuje m.in. park rozrywki dla dzieci, oceanarium, zespół nowoczesnych sal kinowych i House of Comedy, będący sceną występów artystów kabaretowych, kaplicę ślubów. Centrum MOA organizuje dla uczniów szkół średnich kursy z dziedziny sztuki wizualnej, biznesu i zarządzania placówkami handlu

detalicznego oraz kursy dla dorosłych w zakresie edukacji podstawowej i języka angielskiego (Mall od America, 2017),

- centrum handlowe SM Mall of Asia (Pasay City) na Filipinach, można tam grać w hokej na olimpijskiej wielkości lodowisku (Skating, 2017),
- centrum Mall of Emirates znajduje się w Dubaju, posiada teatr, centrum kultury, park rozrywki, hotele, a także sztuczny stok narciarski (Mall of the Emirates, 2017),
- Westfield Stratford City w Londynie, obiekt, na który składa się ok. 300 sklepów, ponad 70 restauracji, czternastoekranowe kino oraz największe w Wielkiej Brytanii kasyno (Chomuntowska, 2017).

WIELKOPOWIERZCHNIOWE CENTRA HANDLOWE W KRAKOWIE

Rynek handlowy w Polsce stale rozwija się od lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Liczba centrów handlowych działających w 2015 roku wynosiła 481 obiektów, a całkowita powierzchnia najmu w centrach handlowych GLA stanowiła ok. 10,9 mln m² powierzchni handlowej.

Kraków pod względem dostępnej powierzchni handlowej zajmuje szóste miejsce wśród rynków handlowych w Polsce. W 2015 roku całkowita powierzchnia najmu wyniosła 548 tys. m², stanowiła 10% całkowitej powierzchni głównych rynków handlowych w Polsce i obejmowała: centra handlowe, parki handlowe oraz centra wyprzedażowe.

Tab. 4. Podstawowe wskaźniki rynku centrów handlowych w Krakowie*

Wyszczególnienie	Rok 2012		Rok 2015		
	Kraków	Polska	Kraków	Warszawa	Polska
liczba działających centrów handlowych	13	420	15	45	481
liczba planowanych centrów handlowych	1	30	1	7	25
całkowita powierzchnia najmu w centrach handlowych GLA (m ²)	495 tys.	9,21 mln	548 tys.	1,46 mln	10,9 mln
nasycenie całkowitą powierzchnią w centrach handlowych (m ² na 1000 mieszkańców)	430	218	530	569	283
czynsze w najlepszych centrach handlowych (w branży moda o powierzchni ok. 100 m ² , m ² /m-c)	42–47 euro	75–90 euro	43–45 euro	105–110 euro	do 150 euro
stopa pustostanów w centrach handlowych (%)	3,3	–	3,8	1,5	4,0

* Należy zwrócić uwagę na drobne rozbieżności wartości poszczególnych kategorii wskaźników podawanych w różnych opracowaniach. Pokazują one jednak ogólną tendencję przemian zachodzących na polskim rynku centrów handlowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Raport Jones Lang LaSalle (2013), *Rynek centrów handlowych w polskich aglomeracjach* (2015), *Almanach centrów handlowych 2013/14* (2017), Twardzik (2014), PRCH: *W Polsce 481 centrów...* (2016)

Rynek handlowy w Polsce, w tym również w Krakowie, zróżnicowany jest pod względem formatu projektów, przy czym w Krakowie dominują centra handlowe. Największy udział stanowią centra handlowe III generacji (supermarkety lub hipermarkety

z galerią handlową i strefą rozrywkową) i są to: Bonarka City Center, Galeria Krakowska, Galeria Kazimierz i Kraków Plaza. Kraków jest jednym z pięciu miast w Polsce, w których zlokalizowane są centra handlowe IV generacji (projekt łączący koncepcję galerii handlowej z najemcą spożywczym, kinem, strefą rozrywki, wypoczynku i kultury) (tab. 3): Galeria Bronowice (60 tys. m²), najnowsze centrum handlowe w Krakowie (*Krakowski Rynek Nieruchomości 2014, 2015*).

W Krakowie funkcjonuje łącznie 16 projektów handlowych, przeważająca ich większość (14) zlokalizowana jest w granicach administracyjnych Krakowa, natomiast dwa pozostałe (Futura Park Kraków i Factory Kraków) znajdują się w Modlniczce (tab. 5).

Tab. 5. Charakterystyka centrów handlowych w Krakowie

Lp.	Obiekt	Adres	GLA1 (w m ²)	Termin realizacji
1	Bonarka City Center	ul. Kamieńskiego 11	91 000	2009
2	Galeria Krakowska	ul. Pawia 5	64 000	2006
3	Zakopianka Retail Park (Carrefour)	ul. Zakopiańska 62	61 090	1998/2000 (rozbudowa)
4	Galeria Bronowice	ul. Stawowa 61	60 000	2013
5	M1	al. Pokoju 67	52 200	2001/2011 (rozbudowa)
6	Futura Park & Factory	Modlniczka, ul. Rożańskiego 32	44 000	2011
7	Galeria Kazimierz	ul. Podgórska 34	36 200	2005
8	Krakow Plaza Plaza	al. Pokoju 44	31 300	2001
9	CH King Square	ul. Powstańców Wielkopolskich 18	13 400	2010
10	(Geant) CH Krokus	ul. Bora-Komorowskiego 37	10 155	1997
11	Carrefour Czyżyny	ul. Medweckiego 2	7000	2002
12	Tesco	ul. Kapelanka 54	12 015	1998
13	Tesco (HIT)	ul. Wielicka 259	9 956	1998/2000
14	Solvay Park	ul. Zakopiańska 105	14100	2007
15	Carrefour (Allkauf/ Hypernova)	ul. Witosy 7	5500	1998/2000

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Uchwała..., Colliers International... (2017)

Najstarszym centrum handlowym w Krakowie, otwartym w 1997 roku, jest CH Krokus (dawniej Geant), znajdujący się przy ul. Bora-Komorowskiego. Przed 2000 rokiem powstały kolejne obiekty handlowe: Tesco przy ul. Wielickiej (dawniej HIT), Carrefour przy ul. Witosy oraz Park Handlowy Zakopianka usytuowany przy trasie wylotowej na południe. W 2005 roku otwarto Galerię Kazimierz (36 200 m² GLA), a w 2006 roku Galerię Krakowską (64 000 m² GLA) przy dworcu kolejowym Kraków Główny. W 2013 roku uruchomiono Galerię Bronowice (60 000 m² GLA) zlokalizowaną przy ul. Stawowej. Największe centra handlowe w Krakowie to obecnie Bonarka City Center (91 000 m²), Galeria Krakowska (64 000 m²) i Galeria Bronowice (60 000 m²).

W krakowskich obiektach handlowych funkcjonuje łącznie ok. 1400 lokali, a jeden sklep/punkt usługowy lub gastronomiczny obsługuje średnio 715 osób. Dominujące grupy najemców reprezentują sieci z sektora mody (26%), usług (14%) oraz obuwia,

toreb i galanterii skórzanej (8%). Na jedno centrum handlowe przypada średnio 66 670 osób (mieszkańców Krakowa). Siła nabywcza mieszkańców Krakowa per capita wynosi średnio 30 488 zł rocznie, a w przeliczeniu na metr kwadratowy centrum handlowego 55 630 zł (*Rynek centrów handlowych w polskich aglomeracjach*, 2015).

Na koniec czwartego kwartału 2015 roku nasycenie powierzchnią handlową w Krakowie wynosiło 530 m²/1000 mieszkańców. Ukończenie CH Serenada (150 lokali handlowych i usługowych o łącznej powierzchni ok. 42 000 m²) zlokalizowanego w dzielnicy Czyżyny, w sąsiedztwie CH Krokus, Multikina i parku wodnego, które planowane jest na koniec 2017 roku, przyczyni się do wzrostu wskaźnika do poziomu 590 m²/1000 mieszkańców. Inwestor, firma Mayland, planuje również budowę nowego węzła drogowego, co usprawni ruch drogowy w całej dzielnicy.

W latach 2016–2018 przewidywane są w Krakowie rozbudowy i modernizacje istniejących już obiektów handlowych. Planowana jest m.in. przebudowa centrum handlowego Krokus, jak również repozycjonowanie i przekształcenie Galerii Plaża w centrum wyprzedazowe.

METODYKA BADAŃ WŁASNYCH I ANALIZA UZYSKANYCH WYNIKÓW

W okresie od października 2015 roku do lutego 2016 roku przeprowadzono bezpośrednie badania rynkowe z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety jako narzędzia badawczego. W badaniach zastosowano metodę PAPI (Paper & Pen Personal Interview), czyli bezpośredni wywiad kwestionariuszowy. Zaletą tej metody jest relatywnie duży zwrot poprawnie wypełnionych kwestionariuszy, możliwość kontroli struktury badanych respondentów oraz realizacji badania w wyznaczonej lokalizacji. Badania przeprowadzone zostały we wszystkich dzielnicach Krakowa, a dobór respondentów w ramach poszczególnych dzielnic był losowy. Przeprowadzenie badań we wszystkich dzielnicach miało na celu uniknięcie korelacji miejsca zamieszkania i uznania przez respondentów najbliższego centrum handlowego za najatrakcyjniejsze jako miejsce robienia zakupów. W badaniach uczestniczyło łącznie 1756 respondentów będących głównie mieszkańcami Krakowa. Nieco ponad 60% respondentów uczestniczących w badaniach stanowiły kobiety, a niemal 40% mężczyźni. Były to w większości (niepełna 50%) osoby pracujące zawodowo i posiadające średnie wykształcenie (tab. 6).

Tab. 6. Charakterystyka respondentów uczestniczących w badaniach

Cecha		Wartość w %
Płeć	kobieta	62,1
	mężczyzna	37,9
Wiek	18–20	13,6
	21–30	35,8
	31–40	20,1
	41–50	11,3
	51–60	9,8
	powyżej 60 lat	9,3

Wykształcenie	podstawowe / zawodowe	13,5
	średnie	48,5
	wyższe	37,9
Czym respondent zajmuje się obecnie?	pracuje zawodowo	49,7
	nie pracuje	16,4
	uczy się / studiuje	33,9

Źródło: opracowanie własne

Respondenci zapytani o preferencje w zakresie miejsca dokonywania zakupów deklarowali, że najczęściej wybierają centra handlowe (24,8%) oraz dyskonty (20,0%), uzasadniając swój wybór względami praktycznymi, czyli możliwością nabycia niezbędnych produktów w jednym miejscu, szeroką ofertą asortymentową oraz atrakcyjnymi cenami produktów i usług. Zaobserwowano również następującą prawidłowość – wraz ze wzrostem wieku respondentów wzrastała liczba osób deklaruujących wybór placów targowych oraz sklepów osiedlowych jako miejsca dokonywania zakupów (tab. 7).

Tab. 7. Preferencje respondentów w poszczególnych grupach wiekowych w zakresie dokonywania zakupów według form handlu

Wyróżnione formy handlu	Liczba respondentów (N=1756) *	Udział w ogólnej liczbie respondentów (%)	Respondenci					
			Wiek respondentów (%)					
			16–20	21–30	31–40	41–50	51–60	powyżej 60 lat
centrum handlowe	1062	24,8	17,2	42,9	23,6	10,5	4,0	1,7
hiper- lub supermarket	634	14,8	10,9	39,7	26,5	11,5	7,7	3,6
sklep osiedlowy	617	14,4	6,3	26,4	18,6	13,0	16,7	19,0
dyskont (np. „Biedronka”, „Lidl”)	861	20,1	11,1	35,9	20,3	13,2	10,6	8,8
hurtownia	111	2,6	9,9	32,4	17,1	19,8	13,5	7,2
plac targowy	445	10,4	3,6	23,4	15,3	15,1	19,3	23,4
sklep internetowy	560	13,1	17,9	48,2	25,4	6,4	1,3	0,9

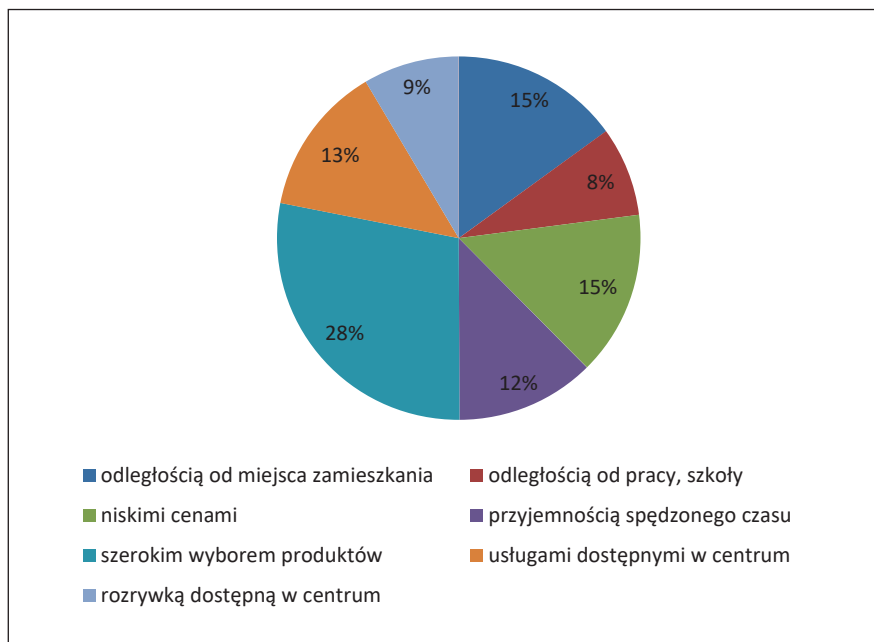
* Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną preferowaną formę handlu.

Źródło: Płaziak, Szymańska (2017)

Nieco ponad 83% respondentów potwierdziło, że odwiedza wielkopowierzchniowe obiekty handlowe i dokonuje tam zakupów oraz korzysta z oferowanych usług. Jako najczęstszą przyczynę odwiedzania centrów handlowych ponad jedna czwarta respondentów podała szeroki wybór produktów. Natomiast co szósty badany, wybierając centrum handlowe jako miejsce zakupów, kierował się niskimi cenami oraz odległością od miejsca zamieszkania (ryc. 2).

W opinii respondentów dwa najbardziej wszechstronne w zakresie oferty produktowo-usługowej i jednocześnie najbardziej preferowane jako miejsce dokonywania zakupów centra handlowe w Krakowie to Bonarka City Center oraz Galeria Krakowska. Natomiast zdecydowanie najrzadziej respondenci odwiedzają Tesco przy ul. Wielickiej oraz CH King Square (tab. 8).

Ryc. 2. Powody, którymi kierują się respondenci, odwiedzając centra handlowe



Źródło: opracowanie własne

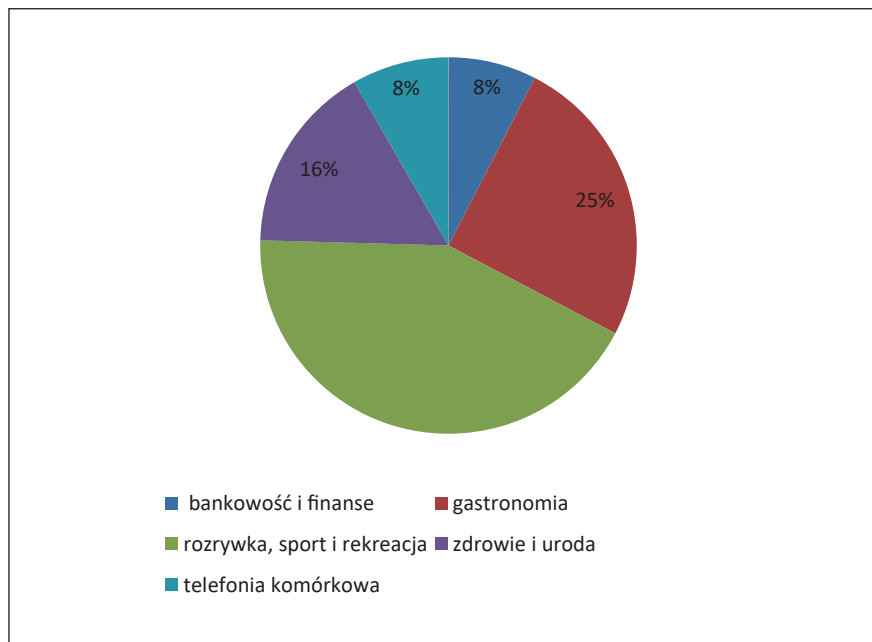
Tab. 8. Krakowskie centra handlowe uznane przez respondentów za najbardziej wszechstronne pod względem oferty oraz najczęściej przez nich odwiedzane

Centrum handlowe	Najbardziej wszechstronna oferta (%)	Najczęściej odwiedzane (%)
Centrum Handlowe Czyżyny (Carrefour)	3,4	5,5
M1 Centrum Handlowe Kraków	8,1	9,6
Centrum Handlowe Krokus	2,4	3,9
Centrum Handlowe Plaza Kraków	3,0	3,1
Bonarka City Center	28,3	18,1
Galeria Bronowice	9,7	10,9
Park Handlowy Zakopianka i Solvay Park	2,7	3,4
Futura Park & Factory	3,1	4,2
Galeria Krakowska	26,7	26,3
CH King Square	1,5	1,9
Galeria Kazimierz	7,3	8,1
Tesco Kapelanka	1,8	2,3
Tesco Wielicka	1,2	1,5

Źródło: opracowanie własne

Niespełna 40% respondentów uczestniczących w badaniach deklarowało, że odwiedza centra handlowe raz w tygodniu, zazwyczaj od poniedziałku do piątku (50%), w godzinach popołudniowo-wieczornych, czyli między 15:00 a 17:00 (44,5%) i spędza tam do trzech godzin (73,5%) jednorazowo. Produkty najczęściej nabywane przez respondentów w centrach handlowych to odzież (17%), artykuły żywnościowe (13%)

Ryc. 3. Usługi, z których konsumenci najczęściej korzystają, odwiedzając centra handlowe



Źródło: opracowanie własne

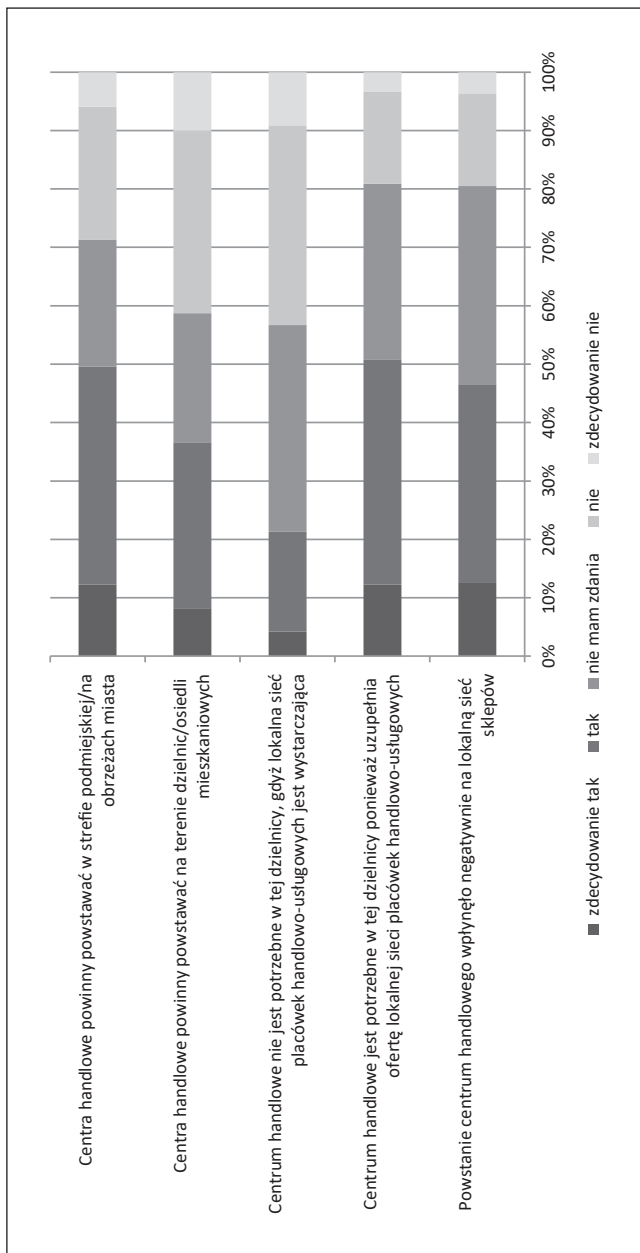
i artykuły kosmetyczne (12%). Usługi, z których korzystają respondenci, to przede wszystkim: rozrywka, sport i rekreacja (43%), gastronomia (25%) oraz zdrowie i uroda (16%) (ryc. 3).

Respondenci wykazali niezdecydowanie co do preferencji lokalizacyjnych centrów handlowych w przestrzeni miasta (ryc. 4). Z jednej strony wielu z nich uważa, że powinny powstawać w strefie podmiejskiej i na obrzeżach miasta, a z drugiej strony wielu z nich twierdziło, że centrum handlowe jest potrzebne w badanej dzielnicy, gdyż lokalna sieć placówek handlowo-usługowych nie jest wystarczająca. Niemal połowa respondentów potwierdziła, że powstanie centrum handlowego wpłynęło negatywnie na lokalną sieć sklepów, jednak wielu z nich preferuje dokonywanie zakupów w centrach handlowych z uwagi na większą wygodę, zróżnicowanie oferty oraz bardziej atrakcyjne ceny i dogodną infrastrukturę towarzyszącą.

To, co zdecydowanie przyciąga klientów do centrum handlowego, to: cena, promocje i zróżnicowana oferta w jednym miejscu (ryc. 5). Ponad 80% respondentów potwierdza, że przy wyborze sklepu kieruje się właśnie cenami, obniżkami cen i promocjami, zaś niemal 71% badanych deklaruje, że oferta handlowo-usługowa centrum handlowego w pełni zaspokaja ich potrzeby.

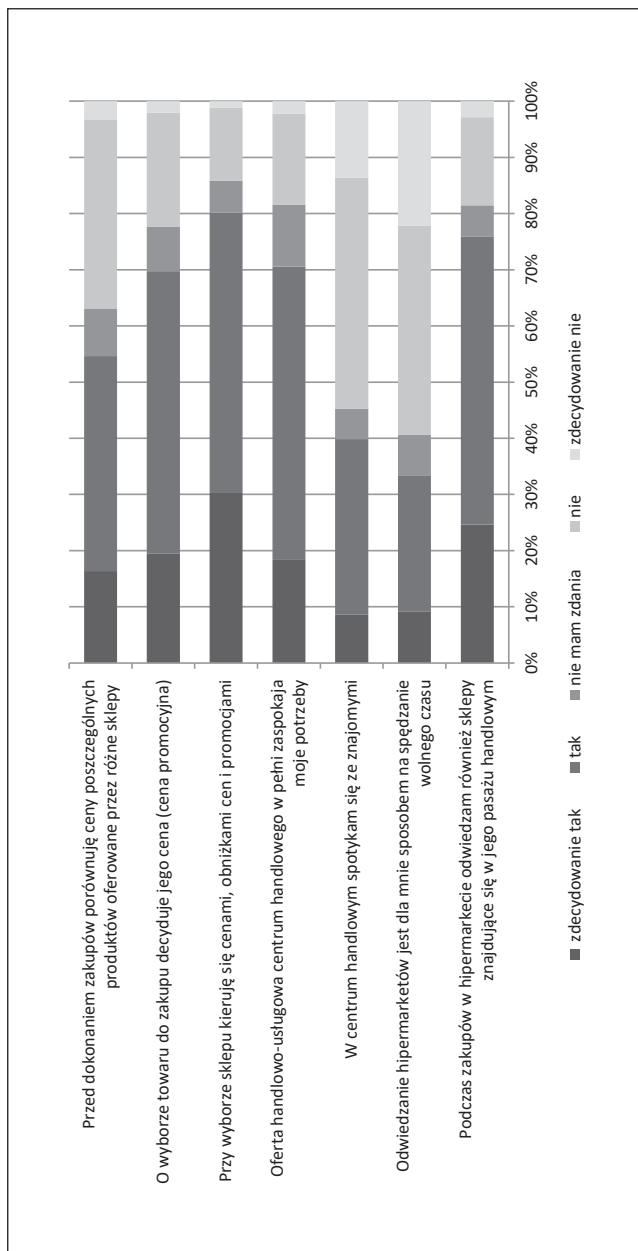
W znacznie mniejszym stopniu respondenci traktują centrum handlowe jako miejsce spotkań i spędzania wolnego czasu. Ponad 59% badanych zaprzecza, jakoby centrum handlowe traktowali jako miejsce spędzania wolnego czasu lub miejsce, gdzie można spotkać się ze znajomymi (niemal 55%).

Ryc. 4. Opinia respondentów dotycząca lokalizacji centrów handlowych



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 5. Funkcje centrów handlowych i zachowania konsumentów



Źródło: opracowanie własne

PODSUMOWANIE

Współcześnie konsumenci dysponują szerokim wachlarzem możliwości w zakresie miejsca dokonywania zakupów, począwszy od sklepów internetowych, placów targowych, hurtowni, sklepów osiedlowych, sklepów dyskontowych, supermarketów, hipermarketów, po centra handlowe (nazywane również galeriami). Detałści podejmują różnego rodzaju działania stymulujące, mające za zadanie przyciągnięcie konsumentów, jak np. stworzenie odpowiedniej atmosfery, duże zróżnicowanie asortymentowe, jakość oferowanych produktów, atrakcyjne ceny, promocje, uprzejmy personel czy też dodatkowe atrakcje związane z pobytem w placówce. Równocześnie w ostatnich latach obserwuje się zmiany w zakresie miejsc, w których Polacy chętnie nabywają dobra codziennego użytku. Znacząco w tym względzie wzrosła rola centrów handlowych, natomiast zauważalnie spadło znaczenie małych sklepów, kiosków czy placów targowych (Płaziak, Szymańska, 2017).

Czynniki kształtujące wybór określonych form handlu przez konsumentów to m.in.: wielkość miejscowości zamieszkania, wiek, status materialny, a także odległość od miejsca zamieszkania do miejsca dokonywania zakupów. Wybór centrów handlowych jako miejsca zakupów konsumenci uzasadniają najczęściej atrakcyjnymi cenami, większym wyborem produktów, także markowych, możliwością korzystania z różnego rodzaju promocji, dogodną lokalizacją podmiotu handlowego. Decyzja o wyborze miejsca zakupu powiązana jest z oczekiwanymi korzyściami, możliwością zaspokojenia indywidualnych potrzeb związanych z produktem, jakością obsługi, wygodą zakupu. Istotne znaczenie ma również kryterium czasu. Ograniczenie względami czasowymi powoduje, że konsument częściej będzie wybierał sklepy łatwo dostępne, gdzie szybko można dokonać dużych zakupów. W przypadku konsumentów mniej odczuwających presję czasu zakupy są również sposobem na odpoczynek i relaks. Konsumenci ci dość często odwiedzają centra handlowe nie tylko w celach zakupowych, ale również rozrywkowych, a oferta centrum oznacza dla nich zarówno wybór określonej formy konsumpcji, jak również sposobu spędzania wolnego czasu. Uogólniając, można stwierdzić, że na korzystny stosunek kupującego do centrum handlowego wpływa pięć kluczowych czynników: dostęp, atmosfera, cena, promocja oraz asortyment (Chebat, Sirgy, Grzeskowiak, 2010).

Adresatem oferty nowoczesnego centrum handlowego jest głównie nowa generacja konsumentów, zarówno osób młodych, jak również w średnim i dojrzałym wieku, o dochodach średnich lub wyższych (Domański, 2005). Starsi konsumenci w znacznie mniejszym stopniu ulegają trendom w modzie i rozwoju nowych produktów i usług, zdecydowanie bardziej cenią sobie dogodną lokalizację – blisko miejsca zamieszkania, bezpośredni kontakt ze sprzedawcą, którego znają i mogą z nim skonsultować swoje wybory. Preferują mniejsze sklepy, łatwość dostępu, komfort i bezpieczeństwo zakupu.

Podsumowując wyniki badań, można podjąć próbę skonstruowania profilu typowego konsumenta odwiedzającego centrum handlowe w Krakowie. Zdaniem autorek, najczęściej jest to osoba w wieku 21–30 lat, a nieco rzadziej w wieku 31–40 lat, o wykształceniu średnim, ceniąca sobie wygodę, jaką zapewnia centrum handlowe poprzez szeroką ofertę produktowo-usługową, w atrakcyjnej cenie i zadowalającej jakości, szeroki wachlarz usług dodatkowych, dogodną lokalizację i infrastrukturę towarzyszącą. Osoba ta przeważnie odwiedza centrum handlowe raz w tygodniu, zwykle od poniedziałku do piątku, w godzinach popołudniowo-wieczornych, czyli między 15:00

a 17:00, i spędza tam do trzech godzin jednorazowo. Produkty najczęściej nabywane to odzież, artykuły żywnościowe i artykuły kosmetyczne. Typowy konsument odwiedzający krakowskie centrum handlowe zazwyczaj nie utożsamia faktu przebywania w centrum handlowym ze spędzaniem tam wolnego czasu i spotykaniem się ze znajomymi, z drugiej jednak z drugiej strony stosunkowo często korzysta z dostępnych usług z zakresu rozrywki, sportu i rekreacji.

Dwa krakowskie centra najchętniej odwiedzane i jednocześnie wskazywane przez respondentów jako te, które oferują najszerszą ofertę asortymentowo-usługową, to Bonarka City Center oraz Galeria Krakowska. Są one największymi podmiotami handlowymi tego typu w Krakowie. Bonarka City Center posiada większą powierzchnię (91 000 m² GLA), jednak Galeria Krakowska mimo mniejszej powierzchni handlowej (57 700 m² GLA) dysponuje szerszą ofertą sklepów, punktów usługowych i gastronomicznych (około 300)³, a także wyjątkowo korzystną lokalizacją – usytuowana jest w sąsiedztwie dworca kolejowego Kraków Główny i jednocześnie w pobliżu zabytkowej części Krakowa.

Literatura References

- Almanach centrów handlowych 2013/14* (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://www.thecity.com.pl/Publikacje/Almanach-Centrow-Handlowych/Almanach-CH-2013-2014>
- Altkorn, J., Kramer, T. (red.) (1998). *Leksykon marketingu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Bogdanov, D. (2002). Problemy lokalizacji wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. W: J. Słodczyk (red.). *Przemiany bazy ekonomicznej i struktury przestrzennej miast*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 383–388.
- Celińska-Janowicz, D. (2011). Centra handlowe wobec miejskiej przestrzeni publicznej – nie tylko imitacja. W: I. Jażdżewska (red.). *Człowiek w przestrzeni publicznej miasta*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 149–156.
- Centrum Handlowe Panorama (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://najlepszegalerie.pl/warszawa/centrum,handlowe,panorama>
- Chabferko, T., Ciechowski, M., Kretowicz, P. (2013). Funkcjonowanie wielkiego centrum handlowego w ujęciu przestrzennym i czasowym (na przykładzie Bonarka City Center w Krakowie). *Ekonomia / Uniwersytet Warszawski*, 32, 121–13.
- Chebat, J.C., Sirgy, J.M., Grzeskowiak, S. (2010). How can shopping mall management best capture mall image? *Journal of Business Research*, 63(7).
- Chomuntowska, D. (2017, 22 stycznia). *Obiekty nowej generacji*. Pozyskano z <http://www.poradnikbiznesu.info/edukator-przedsiębiorcy/nieruchomosci-komercyjne/rynek-handlowy-obiekty-nowej-generacji>
- Chudzik, D. (2006). Wizerunek klienta supermarketów. *Handel Wewnętrzny*, 4–5, 63–66.
- Ciechowski, W. (2010). *Koncentracja handlu w Polsce i jej implikacje dla strategii konkurencyjności przedsiębiorstw handlowych*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Colliers International. Raport roczny 2016 (2017, 22 stycznia). Pozyskano z http://www.colliers.com/-/media/files/emea/poland/reports/2016/colliers_international_raport_roczny_2016.pdf?la=pl-pl
- Czekamy na centra handlowe piątej generacji* (2008, 18 lutego) (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://www.rp.pl/artykul/94191-Czekamy-na-centra-handlowe-piatej-generacji.html#ap-9>
- Dietl, J. (1992). *Handel we współczesnej gospodarce*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Domański, T. (2005). *Strategie rozwoju handlu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

³ W centrum handlowym Bonarka City Center znajduje się ok. 240 sklepów, punktów usługowych i gastronomicznych.

- Dudek-Mańkowska, S., Fuhrmann, M. (2009). Centra handlowe trzeciej generacji w Warszawie jako nowe produkty turystyczne. W: A. Stasiak (red.). *Kultura i turystyka – wspólnie zyskać*. Łódź: Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, 269–282.
- Dzieciuchowicz, J. (2012). *Wielkie centrum handlowe w przestrzeni miejskiej i podmiejskiej. Manufaktura w Łodzi i Ptak w Rzgowie*. Łódź: Uniwersytet Łódzki.
- Generacja centrum handlowego* (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://galeria777.pl/generacja-centrum-handlowego>
- Hefner, K., Twardzik, M. (2013). Społeczne oddziaływanie nowoczesnych centrów handlowo-usługowych na małe miasta w zewnętrznej strefie aglomeracji śląskiej. *Studia Ekonomiczne*, 144, 95–108.
- Jałowiecki, B. (2005). Społeczny język architektury od gotyckiej katedry do hipermarketu. W: W.B. Jałowiecki, A. Majer, M.S. Szczepański (red.). *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*. Warszawa: Scholar, 21–36.
- Jarczewski, W., Huculak, M. (2010). Wpływ rewitalizacji terenów poprzemysłowych na rynek pracy w woj. śląskim. *Problemy Rozwoju Miast*, 4, 34–42.
- Kaczmarek, T. (2010). *Struktura przestrzenna handlu detalicznego: od skali globalnej do lokalnej*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Kłosiewicz-Górecka, U. (2005). Wielkopowierzchniowe obiekty handlowe jako kluczowy czynnik rozwoju handlu detalicznego w Polsce. *Handel Wewnętrzny*, 6.
- Kłosowski, F. (2002). Hipermarkety w przestrzeni handlowej miast aglomeracji katowickiej. W: J. Słodczyk (red.). *Przemiany bazy ekonomicznej i struktury przestrzennej miast*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 373–381.
- Knecht-Tarczewska, M. (2011). Centrum handlowe jako nowoczesny produkt handlowo-usługowy. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego*, 175, 293–303.
- Kochaniec, A. (2011) (2017, 22 stycznia). Kreowanie wizerunku miasta. W: A. Grzegorzczak, A. Kochaniec (red.). Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji. Pozyskano z http://www.wsp.pl/file/739_481591509.pdf
- Krakowski Rynek Nieruchomości 2014* (2015) (2017, 22 stycznia). Pozyskano z www.krakow.pl/zalacznik/226583
- Lambert, J. (2006). One Step Closer to a Pan-European Shopping Center Standard. *Research Review*, 13(2).
- Mall of America (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://www.mallofamerica.com/about/moa/facts>
- Mall of the Emirates (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://www.malloftheemirates.com>
- Mikołajczyk, J. (2009). Rozwój centrów handlowych w Polsce. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, 30, 138–139.
- Mikołajczyk, J. (2012). *Kreowanie wartości centrum handlowego – perspektywa interesariuszy*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Mikołajczyk, J. (2015). Centra handlowe w Polsce – stan aktualny i tendencje rozwoju. W: *Handel wewnętrzny w Polsce w latach 2010–2015*. Warszawa: Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktury.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2017). Regres czy rozwój lokalnej działalności handlowo-usługowej w najstarszej części Nowej Huty? *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 13.
- Pokorska, B., Maleszyk, E. (2002). *Koncentracja i integracja w handlu wewnętrznym*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- PRCH Retail Research Forum (2015) (2017, 22 stycznia). Raport II połowa 2015. Pozyskano z prch.org.pl/pl/baza-wiedzy/24-retail-research-forum/16-raport-prch-rrf-ii-pol-2015.
- PRCH: W Polsce 481 centrów handl. z ponad 11 mln m² powierzchni na koniec 2015* (2016, 10 marca) (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://biznes.onet.pl/wiadomosci/handel/prch-w-polsce-481-centrow-handl-z-ponad-11-mln-m2-powierzchni-na-koniec-2015/y2zj0j>
- Raport Jones Lang LaSalle (2013) (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://www.renews.pl/index.php?mact=News,cntnt01,print,0&cntnt01articleid=6577&cntnt01showtemplate=false&cntnt01returnid=78>
- Rochmińska, A. (2011). Zakupy a czas wolny Łódzian. *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Oeconomica*, 11, 207–217.
- Rochmińska, A. (2013). *Atrakcyjność łódzkich centrów handlowych oraz zachowania nabywcze i przestrzenne ich klientów*. Łódź: Uniwersytet Łódzki.

- Rochmińska, A. (2015). Centra handlowe – kreatorzy nowych przestrzeni miejskich. W: A. Wolański (red.). *Współczesne czynniki i bariery rozwoju miast: XXVIII Konwersatorium Wiedzy o Mieście*. Łódź: Uniwersytet Łódzki, 229–246.
- Rochmińska, A. (2016). Shopping centres as the subject of Polish geographical research. *Geographia Polonica*, 89(4), 521–535.
- Rynek centrów handlowych w polskich aglomeracjach (2015) (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://www.colliers.com/-/media/files/emea/poland/reports/2015/colliers-poland-retail-aglomeracje-h1-2015.pdf?la=pl-pl>
- Sikos, T., Hoffmann, M. (2005). Typology of shopping centres in Budapest. Case Studies, 1. Komárno: J. Selye University.
- Skating (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://smiceskating.com>
- Sobala-Gwosdz, A., Gwosdz, K. (2011). Polska Wschodnia w strategiach lokalizacji sieci hipermarketów. W: M. Woźniak (red.). *Uwarunkowania sprawnego działania w przedsiębiorstwie i regionie. Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 20, 276–290.
- Szczyrba, Z. (2005). Nakupni centra v Ceske Republice — nova forma zabavy a nakupni turistiky. Opole: Wydawnictwo Politechniki Opolskiej.
- Twardzik, M. (2014). Typologia i znaczenie centrów handlowych dla miast województwa śląskiego. *Studia Miejskie*, 16.
- Uchwała nr CXVI/1225/06 Rady Miasta Krakowa z dnia 13 września 2006 r. w sprawie uchwalenia zmiany Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Krakowa (2017, 22 stycznia). Pozyskano z https://www.bip.krakow.pl/_inc/rada/uchwaly/show_pdf.php?id=30012
- West Edmonton Mall (2017, 22 stycznia). Pozyskano z <http://www.wem.ca/#/about-wem/overview>
- Więclaw, J. (2003). Hipermarkety jako nowy element w strukturze przestrzennej miast Polski na przykładzie Krakowa. W: Z. Gorka, J. Więclaw (red.). *Badania i podróże naukowe krakowskich geografów*. Kraków: Polskie Towarzystwo Geograficzne, 137–146.
- Woźniak, G. (2002). Plusy i minusy istnienia sklepów wielkopowierzchniowych w Polsce. W: S. Wrzosek, G. Parzelski (red.). *Za i przeciw super- i hipermarketom*. Materiały sympozjum naukowego Wyższej Szkoły Handlowej w Radomiu. Radom, 122–129.
- Żalikowski, J. (red.) (2002). Wpływ hipermarketów zachodnich koncernów handlowych na gospodarkę, rynek pracy i dochody władz samorządowych na przykładzie miasta Białystok i województwa podlaskiego: raport. Białystok: Pro Veritate.
- Żerebecka, K. (2005). The space of the shopping centre in Poland. *Bulletin of Geography. Socio-economic series*, 4, 201–206.

Anna Irena Szymańska, dr, absolwentka studiów z zakresu zarządzania i marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu (Katedra Analizy Rynku i Badań Rynkowych – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie). Adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania badawcze oscylują wokół problematyki potrzeb, preferencji i zachowań rynkowych konsumentów, jak również zagadnień z obszaru przedsiębiorczości i innowacyjności przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem sektora MŚP.

Anna Irena Szymańska, Ph.D., she has graduated from Cracow University of Economics, holds an M.Sc. degree in Management and Marketing, and a Ph.D. degree in economic sciences in the field of management sciences (Department of Market Analysis and Marketing Research – Cracow University of Economics). Assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management at the Pedagogical University of Cracow. Her research interests are related to the issue of consumer needs, preferences and market behaviour as well as issues in the area of entrepreneurship and innovation with particular emphasis on the SME sector.

Monika Płaziak, dr, adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Instytutu Geografii, Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Członek Polskiego Towarzystwa Geograficznego. Praca magisterska (2000) i doktorska (2005) w zakresie geografii społeczno-ekonomicznej zostały obronione w Instytucie Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Zainteresowania badawcze autorki dotyczą zagadnień gospodarki przestrzennej w kontekście czynników lokalizacji przedsiębiorstw, szczególnie czynnika personalnego. Autorka zajmuje się także problematyką poziomu i jakości życia ludności, ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich miast Polski, oraz zagadnieniami przemian funkcjonalnych osiedli mieszkaniowych w miastach Polski.

Monika Płaziak, Ph.D., assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, the Pedagogical University of Cracow. A member of the Polish Geographical Society. Her M.Sc. (2000) and Ph.D. (2005) theses in socio-economic geography were defended at the Institute of Geography and Spatial Management at the Jagiellonian University in Krakow. Her research interests concern issues of spatial development in the context of factors influencing the location of enterprises, especially – the personal factor. Her research works also refer to the standard and quality of living, with particular reference to small and medium-sized towns in Poland, and issues of functional changes in housing districts in Polish towns.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: aszym@up.krakow.pl (A.I. Szymańska)
e-mail: mplaziak@up.krakow.pl (M. Płaziak)

PAWEŁ NOWAK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Perspektywy upadłości konsumenckiej w Polsce w kontekście zmian ekonomiczno-prawnych

The Prospects of Consumer Bankruptcy in Poland in the Context of Economic and Legal Changes

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie istoty i wielkości zjawiska nadmiernego zadłużenia gospodarstw domowych oraz ocena możliwości oddłużenia w ramach upadłości konsumenckiej. Rozważania podjęte w artykule koncentrują się na pojęciu, miarach, przyczynach i konsekwencjach nadmiernego zadłużenia. Nowelizacja prawa upadłościowego stworzyła od 2015 roku szerszy dostęp do upadłości konsumenckiej.

Tekst stanowi próbę odpowiedzi na następujące pytania:

- Kiedy występuje nadmierne zadłużenie?
- Jakie są przyczyny i konsekwencje nadmiernego zadłużenia?
- W jaki sposób nowelizacja ustawy o upadłości konsumenckiej zmieniła sytuację konsumentów w relacjach z bankami?
- Jakie środki prewencyjne i naprawcze powinny zostać podjęte, aby zmniejszyć ryzyko nadmiernego zadłużenia gospodarstw domowych?

Artykuł opiera się na danych zastanych, aktach prawnych oraz aktualnej literaturze przedmiotu. Wnioski zawarte w artykule określają wpływ zmian prawnych na możliwość poprawy sytuacji finansowej gospodarstw domowych oraz wynikające z tych zmian konsekwencje dla systemu ochrony konsumenta. Artykuł zawiera także rekomendacje dotyczące rozwiązań podnoszących poziom bezpieczeństwa konsumenta na rynku kredytowym, opartych na edukacji konsumentów.

Abstract: The article is aimed at presenting and evaluating the matter and scale of excessive household debt phenomena and the possibilities of a fresh start within consumer bankruptcy. The research is focused on definition, measure, causes and consequences of indebtedness. The novelisation of the consumer bankruptcy legislation in 2015 created broader access to the consumer bankruptcy.

The text is an attempt to answer the following questions:

- When does excessive debt occur?
- What are the reasons for and the consequences of excessive debt?
- How does the law novelisation change the relation between the consumer and banks?
- What kind of tools should be undertaken to reduce the risk of the excessive debt of consumers?

The paper is based on existing data and current literature and legislation.

The findings included in the article indicate the impact of legislation changes on the possibilities of improvement of consumer situation and consequences for consumer protection system. There are also the recommendation for solutions increasing the consumer's safety on financial markets based on consumer education.

Słowa kluczowe: nadmierne zadłużenie; ochrona konsumenta; umowy kredytowe; upadłość konsumencka
Keywords: consumer bankruptcy; consumer protection; excessive debt; loan contracts

Otrzymano: 30 grudnia 2016

Received: 30 December 2016

Zaakceptowano: 11 lipca 2017

Accepted: 11 July 2017

Sugerowana cytacja/ Suggested citation:

Nowak, P. (2017). Perspektywy upadłości konsumenckiej w Polsce kontekście zmian ekonomiczno-prawnych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 153–166. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.10>

WSTĘP

W wyniku rozpowszechniania się konsumpcyjnego stylu życia rośnie liczba osób żyjących na kredyt. Dane statystyczne dotyczące krajów członkowskich UE wskazują na rosnącą skalę zjawiska niewypłacalności gospodarstw domowych. Wprawdzie poziom zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce jest znacznie niższy niż w innych krajach UE, jednak dynamika wzrostu zadłużenia wymaga refleksji nad przyczynami i konsekwencjami tego zjawiska (Świecka, 2009). Jak pokazuje doświadczenie, konsekwencje pozornie nawet prostych decyzji finansowych mogą być poważne. Dotyczy to zwłaszcza gospodarstw domowych o niskiej świadomości i niskich dochodach, które są szczególnie podatne na zagrożenia spowodowane niestabilnością sytuacji gospodarczej (Dąbrowska, 2012; Knehans-Olejnik, 2015).

Celem artykułu jest ocena możliwości wyjścia z pułapki nadmiernego zadłużenia poprzez upadłość konsumencką. Analiza przeprowadzona została w kontekście znowelizowanych przepisów, wprowadzonych ustawą z dnia 29 sierpnia 2014 roku o zmianie ustawy – Prawo upadłościowe i naprawcze, ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2014 r. poz. 1306) oraz ustawą z dnia 15 maja 2015 roku – Prawo restrukturyzacyjne (Dz.U. z 2015 r. poz. 978). W tekście wykorzystano dane zastane pochodzące z ogólnopolskich baz danych, monografie oraz akty prawne. W artykule poddano ocenie obowiązujące rozwiązania prawne oraz sformułowano zalecenia podnoszące bezpieczeństwo finansowe konsumentów.

POJĘCIE I MIARY NADMIERNEGO ZADŁUŻENIA

W podstawowym ujęciu zadłużenie gospodarstw domowych ma charakter kredytowy i pozakredytowy. W skład zadłużenia kredytowego wchodzi dług pieniężny, czyli kredyty i pożyczki zaciągnięte przez gospodarstwa domowe w sektorze bankowym i pozabankowym.

Podmioty zajmujące się udzielaniem kredytów i pożyczek gospodarstwom domowym, działające w Polsce, są zróżnicowaną grupą zarówno w zakresie formy organizacyjnej, rodzaju oferowanych produktów kredytowych, jak i skali działania. Wśród kredytodawców wyodrębnia się trzy podstawowe grupy:

- banki (w tym banki spółdzielcze i instytucje kredytowe),
- spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe (SKOK-i),
- inni przedsiębiorcy udzielający pożyczek (tzw. parabanki).

Na koniec 2015 roku działało w Polsce 38 banków komercyjnych, 27 oddziałów instytucji kredytowych, 561 banków spółdzielczych oraz 48 SKOK-ów. Branżowy rejestr firm pożyczkowych, do którego wpis jest dobrowolny i bezpłatny, utworzył w styczniu 2015 roku Związek Firm Pożyczkowych. W dniu uruchomienia rejestru było w nim prawie 100 firm pożyczkowych (Gafrikova, 2016: 72). Im gorsza sytuacja finansowa konsumentów, tym częściej korzystają oni z usług sektora pozabankowego.

Zadłużenie pozakredytowe tworzą długi z tytułu niezapłaconych alimentów, rachunków telekomunikacyjnych, kar za jazdę bez biletu, prawomocnych wyroków sądowych. Średnia wartość zaległego zobowiązania alimentacyjnego wyniosła na koniec marca 2016 roku 31 774 zł – ponad 600 tys. dzieci nie otrzymuje zasądzonych alimentów ani od rodziców, ani od funduszu alimentacyjnego.

Problemy finansowe konsumentów uwidaczniają się w opóźnieniach w regulowaniu zobowiązań. Gospodarstwa domowe najpierw nie regulują tych zobowiązań z tytułu opóźnień, które nie są zagrożone wysokimi karami. Należą do nich w pierwszej kolejności czynsze. Z kolei kredyty mieszkaniowe charakteryzują się wysoką dyscypliną płatniczą i należą do najbardziej terminowo wykonywanych zobowiązań.

Nadmierne zadłużenie to „kategoria ekonomiczno-finansowa charakteryzująca się przewyższeniem bieżących i przyszłych obciążeń finansowych podmiotu gospodarczego nad jego przychodami do dyspozycji oraz niedoborem aktywów konsumenta, które mogłyby zostać spieniężone celem spłaty długów” (Gębski, 2013). Nadmierne zadłużenie polega na zaciągnięciu zobowiązań, których spłata z powodu ich liczby lub zbyt dużej wartości staje się zbyt dużym obciążeniem domowego budżetu. Definicja nadmiernego zadłużenia jako sytuacji, w której istniejące i przyszłe źródła dochodów okazują się być niewystarczające do spłaty wszystkich zobowiązań, bez konieczności znacznego obniżenia standardu życia – ze wszystkimi tego faktu skutkami społecznymi – wydaje się być powszechnie akceptowana. Zaletą tej definicji jest szerokie ujęcie czynników i uniwersalność wykorzystanych pojęć, wadą natomiast trudność praktycznego pomiaru.

Stan nadmiernego zadłużenia można określać na podstawie wskaźników DTI (ang. *debt to income* – dług do dochodu) dla kredytów bez zabezpieczenia oraz LTV (ang. *loan to value* – kredyt do zabezpieczenia) dla kredytów z zabezpieczeniem. Względna wysokość zadłużenia mierzona wskaźnikiem DTI jest intuicyjnie miarą znacznie trafniejszą niż wartości bezwzględne. Ogólny wzrost wartości zadłużenia gospodarstw domowych, w relacji do ich rozporządzalnego dochodu, powinien powodować wprost proporcjonalny wzrost liczby przypadków nadmiernego zadłużenia. Tak jednak nie jest ze względu na znaczenie innych czynników, takich jak stabilność gospodarki oraz nawyki konsumentów.

Na podstawie DTI można przyjąć, że nadmierne zadłużenie występuje wtedy, gdy przekroczony zostanie limit zadłużenia. Rekomendacja T, mająca zastosowanie wobec kredytów konsumpcyjnych, wprowadzona w 2010 roku, ograniczyła wysokość raty kredytowej do 50% miesięcznych dochodów netto kredytobiorcy. Rekomendacja miała na celu ograniczenie efektu spirali zadłużeniowej gospodarstw domowych. Kredytobiorca, który miał już kredyty i ich raty osiągnęły poziom 50% jego dochodów miesięcznych, nie miał szansy na zaciągnięcie kolejnego zobowiązania kredytowego w banku. W lepszej sytuacji znaleźli się kredytobiorcy zarabiający więcej niż średnia krajowa.

U nich próg maksymalny wartości raty i zobowiązań kredytowych w ciągu miesiąca nie mógł być wyższy niż 65% ich dochodów netto (*Rekomendacja T...*, 2010).

W wyniku nowelizacji Rekomendacji T w 2013 roku nastąpiło odejście od sztywnego regulowania tej relacji – chociaż KNF podtrzymała ograniczenie dostępu do „łatwych” kredytów konsumenckich, wiążąc ich wysokość z okresem wcześniejszej współpracy konsumenta z bankiem (*Rekomendacja T...*, 2013). Od 2013 roku spora część banków poluzowała kryteria kredytowe, zwiększyła dostępną kwotę kredytu i wydłużyła maksymalny okres kredytowania.

Wskaźnikiem nadmiernego zadłużenia stosowanym dla kredytów mieszkaniowych jest LTV, określający stosunek wartości kredytu do wartości nieruchomości stanowiącej jego zabezpieczenie. W znówelizowanej w 2013 roku Rekomendacji S zawarto postanowienia o maksymalnym LTV nowo udzielanych kredytów i obowiązkowym wkładzie własnym. Zgodnie z punktem 10 Rekomendacji S: „w przypadku ekspozycji związanej z finansowaniem nieruchomości bank nie powinien kredytować pełnej wartości nieruchomości stanowiącej przedmiot zabezpieczenia” (*Rekomendacja S...*, 2013: 24).

Z kolei zgodnie z punktem 15.7 Rekomendacji S: „W przypadku ekspozycji kredytowych zabezpieczonych na nieruchomościach mieszkalnych wartość wskaźnika LTV w momencie udzielenia kredytu nie powinna przekraczać poziomu:

- a) 80% lub,
- b) 90% w przypadku, gdy część ekspozycji przekraczająca 80% LTV jest odpowiednio ubezpieczona lub kredytobiorca przedstawił dodatkowe zabezpieczenie w formie blokady środków na rachunku bankowym lub poprzez zastaw na denominowanych w złotych dłużnych papierach wartościowych Skarbu Państwa lub NBP” (*Rekomendacja S...*, 2013: 31).

Nadmierne zadłużenie nie jest tożsame z niewłaściwym zadłużeniem. Często nadmierne zadłużenie jest konsekwencją niewłaściwego zadłużenia. Łatwiej jest zdefiniować nadmierne zadłużenie, określając progi, po przekroczeniu których uznajemy, że dług jest zbyt wysoki, aniżeli określić niewłaściwe zadłużenie. Niewłaściwe zadłużenie jest więc pojęciem szerszym od nadmiernego zadłużenia. Podmiot może posiadać zdolność obsługi długu, ale charakter długu może nie mieć uzasadnienia ekonomicznego. O niewłaściwym charakterze długu będzie decydować przeznaczenie długu i koszt jego obsługi. Dług na sfinansowanie wydatków mających na celu doraźną poprawę nastroju można zakwalifikować jako niewłaściwy, podobnie jak dług, którego koszt obsługi przekracza poziom uzasadniony rynkowo.

Przyczyny nadmiernego zadłużenia mają charakter pierwotny i wtórny. Przyczyną pierwotną jest brak zabezpieczenia finansowego w postaci oszczędności, majątku lub innych aktywów. Natomiast przyczyną wtórną jest spadek dochodów spowodowany utratą pracy, obniżeniem zarobków, wzrostem kosztów życia. Równoczesne wystąpienie przyczyn pierwotnych i wtórnych prowadzi do wystąpienia niewypłacalności. Według B. Świeckiej (2008: 220) zachodzi ścisły związek pomiędzy wysokością dochodów gospodarstw domowych a charakterem przyczyn niewypłacalności konsumentów. Inne przyczyny mają miejsce w grupie konsumentów zamożnych i biednych. W grupie osób dobrze sytuowanych najczęstszą przyczyną bankructwa są choroba lub zmniejszenie zarobków; w grupie o średnich dochodach – życie ponad stan, nieracjonalne dysponowanie środkami, nierozważne zadłużanie się; natomiast w grupie o najniższych dochodach – nieterminowa spłata pożyczki.

Nadmierne zadłużenie jest silnie skorelowane z niską wiedzą konsumentów na temat produktów finansowych i brakiem odpowiednich regulacji. Problem asymetrii informacji na niekorzyść konsumentów jest szczególnie poważny na rynku usług (Nowak, 2003; Lissowska, 2010). Niestety, wiele gospodarstw domowych nie jest w stanie podejmować prawidłowych decyzji finansowych nawet w warunkach dobrego dostępu do informacji (Dąbrowska, 2013). Bez względu na poziom dochodów oraz wykształcenia większość konsumentów, decydując się na wzięcie kredytu, kieruje się jedynie lub przede wszystkim wysokością miesięcznej raty. Percepcja informacji dodatkowych, dotyczących RRSO, całkowitego kosztu kredytu, rodzaju oprocentowania, jest bardzo słaba. W przypadku skomplikowanych, strukturyzowanych produktów finansowych nie jest możliwa ich ocena i porównanie przed zakupem przez typowego konsumenta (Sługocka-Krupa, 2014; Nowak, 2016).

Społeczne konsekwencje nadmiernego zadłużenia są poważne, ale trudno mierzałne. Dla zadłużonych osób wpadnięcie w pułapkę zadłużenia oznacza często pogorszenie stanu zdrowia, utratę domu lub mieszkania, rozpad rodziny i społeczną marginalizację. Konsekwencją nadmiernego zadłużenia jest wykluczenie finansowe, wyrażające się brakiem dostępu do usług rynku finansowego.

Zadłużenie z tytułu kredytów i pożyczek generuje duże ryzyko zwłaszcza dla gospodarstw domowych o niskich dochodach. Takie podmioty często korzystają z krótkoterminowych pożyczek konsumpcyjnych, uzupełniając w ten sposób bieżące niedobory budżetowe. W przypadku pogorszenia sytuacji gospodarczej osoby o słabszej pozycji na rynku pracy są znacznie bardziej narażone na zwolnienie lub obniżenie dochodów. Gorsze warunki życia gospodarstw domowych o niskich dochodach powodują, iż w przypadku utraty źródeł dochodu nie są one w stanie jeszcze bardziej obniżyć standardu życia i poziomu konsumpcji. „Rolowanie” kredytu pozwala na krótkookresową stabilizację, która przy trwałym niezbalansowaniu przychodów i wydatków prowadzi do występowania poważnych problemów finansowych wynikających z nadmiernego zadłużenia.

POZIOM ZALEGŁYCH ZOBOWIĄZAŃ GOSPODARSTW DOMOWYCH W POLSCE

Według danych pochodzących z raportu *Infodług*, przeterminowane zadłużenie Polaków na koniec marca 2016 roku wyniosło 44,66 mld zł (dane zawarte w raporcie pochodzą z dwóch największych ogólnopolskich baz danych: BIK i BIG Infomonitor i obejmują zobowiązania o wartości przekraczającej 200 zł z zaległością w spłacie powyżej 60 dni) (*Infodług...*, 2016).

W Polsce ponad 2 mln 150 tys. osób ma problemy z terminowym regulowaniem zobowiązań. Wśród osób posiadających zaległe zobowiązania dominują mężczyźni. Jest ich ponad 1320 tys. (61,5%). Najczęściej są to mężczyźni w wieku od 35 do 44 lat. Kobiet, które nie regulują terminowo zobowiązań, jest ponad 826 tys. (38,5%).

Średnia wartość zaległego zobowiązania przypadającego na osobę nieregulującą terminowo zobowiązań wyniosła na koniec marca 2016 roku 20 790 zł. Największy dług w Polsce ma mieszkaniac województwa mazowieckiego i wynosi on 99 716 147 zł. Najmniej osób z zaległymi zobowiązaniami mieszka w województwie podkarpackim (37 na 1000), a najwięcej w województwie kujawsko-pomorskim (91 na 1000).

Rośnie liczba osób, które nie regulują terminowo zobowiązań. Tempo wzrostu zobowiązań przeterminowanych w grupie zobowiązań pozabankowych jest wyższe niż

zobowiązań bankowych, a to ostatnie utrzymuje się w porównaniu do roku poprzedniego na względnie stabilnym poziomie. Przyczyny tego zjawiska mają przede wszystkim charakter prawny. Od połowy 2015 roku sądy są zobowiązane do zgłaszania zaległych zobowiązań z tytułu niewykonania zasądzonych kar, grzywien, nawiązek lub niepokrytych postępowań sądowych. Także gminy od ubiegłego roku są zobowiązane do zgłaszania niesolidnych dłużników alimentacyjnych.

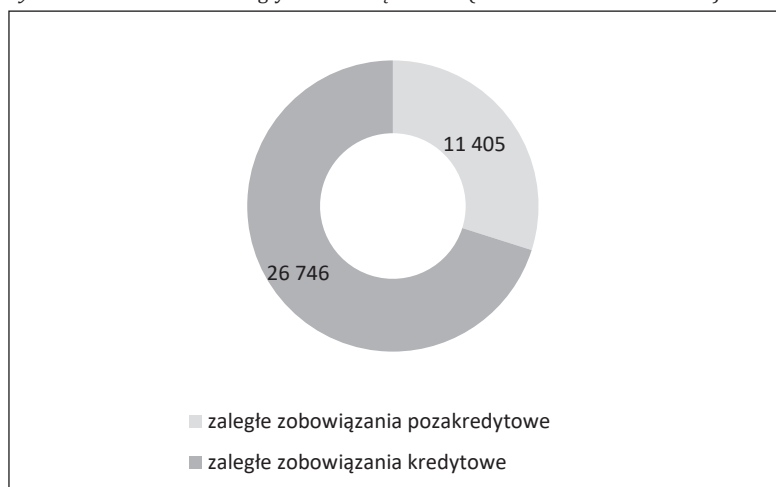
Gospodarstwa domowe biorą kredyty i pożyczki na cele konsumpcyjne i mieszkaniowe. Na koniec 2015 roku w portfelach banków znajdowało się 21,2 mln kredytów konsumpcyjnych o łącznej wartości 133,4 mld zł i średniej wartości 6,3 tys. zł.

Ryc. 1. Liczba osób nieregulujących terminowo zobowiązań (stan na marzec 2016 roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Infodług...* (2016)

Ryc. 2. Średnia wartość zaległych zobowiązań w zł (stan na marzec 2016 roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Infodług...* (2016)

Według danych pochodzących z *Raportu o sytuacji banków w 2015 r.* na koniec 2015 roku liczba zagrożonych kredytów konsumpcyjnych wyniosła 2,74 mln i stanowiły one wartość 16,15 mld zł (*Raport...*, 2015). Udział kredytów zagrożonych w ogólnej liczbie kredytów konsumpcyjnych według stanu na koniec 2015 roku wyniósł 12,9%, natomiast udział kredytów zagrożonych w całkowitej wartości kredytów konsumpcyjnych wyniósł 12,1%. W porównaniu do końca 2014 roku odnotowano nieznaczne zwiększenie liczby zagrożonych kredytów o 0,1 p.p. i zmniejszenie ich wartości o 0,8 p.p. Dane te wskazują na stabilizację jakości portfela kredytów konsumpcyjnych. Najwięcej kredytów zagrożonych występowało w kredytach do kwoty 2 tys. zł (17,1%), a największy udział według wartości miały kredyty na kwotę powyżej 50 tys. zł (14,5%).

Na koniec 2015 roku w portfelach banków znajdowało się 1,9 mln kredytów mieszkaniowych o łącznej wartości 370 mld zł i średniej wartości 190,2 tys. zł. Przyjmując, że niebezpieczny poziom zadłużenia występuje przy kredytach o wskaźniku LTV większym niż 80%, można zaobserwować, że banki na koniec 2015 roku miały 32,5% udzielonych kredytów, stanowiących 50,6% ich łącznej wartości o wysokim LTV. W porównaniu do stanu na koniec 2014 roku odnotowano wzrost liczby i wartości kredytów o wysokim LTV, czego powodem było głównie osłabienie złotego wobec franka szwajcarskiego.

Na podstawie danych z końca 2015 roku, zagrożonych kredytów mieszkaniowych było 35,6 tys., co stanowiło 1,8% ogólnej liczby kredytów mieszkaniowych, oraz 34,3 tys. kredytów opóźnionych w spłacie powyżej 30 dni, co stanowiło także 1,8% ogólnej liczby kredytów. Oznacza to poprawę jakości kredytów mieszkaniowych zarówno w ujęciu absolutnym, jak i względnym w stosunku do 2014 roku (odpowiednio 37,7 tys., czyli 2%, i 37,5 tys., czyli 2%).

W latach 2009–2012 w następstwie światowego kryzysu finansowego miał miejsce duży wzrost ilości i wartości kredytów zagrożonych, a następnie zaznaczyła się stabilizacja bądź poprawa (Garnarczyk, Mocek, Skikiewicz, 2014). Jakość portfela kredytowego pozostaje więc względnie stabilna. Należy jednak pamiętać, że relatywnie dobre wskaźniki w znacznym stopniu wynikają z kontynuacji sprzedaży części portfela „złych” kredytów lub przeniesienia ich do ewidencji pozabilansowej (w 2015 roku w ramach tych operacji banki wyksięgowały z bilansu kredyty o łącznej wartości około 4,8 mld zł). W tym roku szacuje się, że banki sprzedadzą portfele kredytowe o rekordowej wartości ponad 16 mld zł. Dodatkowo zmniejszeniu udziału kredytów zagrożonych sprzyjał wzrost akcji kredytowej, prowadzący do obniżenia udziału kredytów zagrożonych i opóźnionych w spłacie.

Pomimo wysokiej dynamiki wzrostu długu problem nadmiernego zadłużenia występuje w Polsce w ograniczonym stopniu. Budżety około 70% gospodarstw domowych obciążone są w niskim stopniu spłatami z tytułu kredytów i pożyczek (wskaźnik obciążenia długiem nie przekracza 20% dochodu) (Wałęga, 2013).

Zagrożeniem dla konsumentów jest działalność parabanków. Pojęcie „parabanku” nie jest określone w polskim prawie. Zgodnie z definicją ze strony NBP parabank to „podmiot prowadzący działalność charakterystyczną dla banków w oparciu o inne przepisy niż Prawo bankowe” (*Parabank*, 2017). Najszerza definicja przyjmuje, że parabankami są wszelkie instytucje finansowe świadczące usługi podobne do bankowych, natomiast w węższym ujęciu instytucjami parabankowymi określa się podmioty inne niż banki, które zostały przez odrębne ustawy upoważnione do podejmowania czynności bankowych w wąskim znaczeniu. Właścicielami parabanków są często te

same podmioty, do których należą banki (działalność prowadzona jest w tej formie ze względu na korzyści z tytułu dywersyfikacji i mniejsze wymagania ustawowe) (Małecki, 2014: 475).

Niebezpieczeństwo wpadnięcia konsumentów w pułapkę zadłużenia w relacjach z parabankami opiera się na ponoszeniu wysokich opłat na etapie przedkontraktowym i pokontraktowym. Opłaty te są często nieuświadomione przez konsumentów. Ryzyko niewypłacalności związane jest szczególnie ze stosowaniem wysokich opłat pozaodsetkowych oraz wysokich kosztów windykacyjnych w sytuacji wystąpienia opóźnień w spłacie. Tego typu praktyki są szczególnie groźne dla konsumentów o niskich kompetencjach finansowych, których brak przybiera postać niewywiązywania się w terminie z obowiązku spłaty raty. Generalnie, ryzyko wystąpienia problemów w spłacie kształtowane jest pod wpływem dwóch czynników: wysokości opłat i sytuacji finansowej kredytobiorcy – im wyższe koszty kredytu i słabsza sytuacja finansowa kredytobiorcy, to prawdopodobieństwo wystąpienia problemów finansowych jest wyższe.

Niebezpieczeństwo wystąpienia problemów finansowych konsumentów było szczególnie wysokie przed wejściem w życie ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 roku o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r. poz. 1357), zwanej potocznie ustawą antylichwiarską. Ustawa wprowadziła limity na pozaodsetkowe koszty kredytu, koszty „rolowania” pożyczek oraz opłaty za opóźnienia w spłacie. Za całą pewnością dzięki wprowadzeniu regulacji pożyczkodawcy/kredytodawcy, których funkcjonowanie opiera się na wciąganiu klientów w pętlę zadłużenia poprzez stosowanie wysokich kosztów pozaodsetkowych oraz kosztów związanych z windykacją i przedłużaniem okresu spłaty, mają trudniejsze warunki działania.

Poprawę pozycji kredytobiorców na rynku kredytów mieszkaniowych wprowadziła również ustawa z dnia 23 marca 2017 roku o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami (Dz.U. z 2017 r. poz. 819). Ustawa reguluje m.in.: zasady i tryb zawierania umów o kredyt hipoteczny, zakres informacji udzielanych klientowi przed zawarciem umowy, prawa i obowiązki konsumenta, kredytodawcy, pośrednika i agenta w związku z zawartą umową hipoteczną. Dzięki nowym przepisom na kredytodawców nałożono dodatkowe obowiązki informacyjne, uregulowano działalność pośredników finansowych i zwiększono odpowiedzialność kredytodawców z tytułu źle przeprowadzonej oceny zdolności kredytowej.

UPADŁOŚĆ KONSUMENCKA

W praktyce większość możliwych do podjęcia działań naprawczych wobec osób mających problemy z terminową obsługą długu sprowadza się do restrukturyzacji zadłużenia dla zapewnienia „zrównoważonej kontynuacji” lub do upadłości konsumenckiej i umożliwienia „nowego startu” (Świecka, 2008).

W drodze do upadłości występują najpierw opóźnienia w regulowaniu zobowiązań, następnie całkowita utrata płynności, a na końcu zaprzestanie regulowania zobowiązań. Trudności z bieżącym regulowaniem zobowiązań mogą prowadzić do niewypłacalności, tzn. do trwałej utraty zdolności do obsługi długu. Niewypłacalność nie jest tożsama z upadłością, którą ogłasza sąd.

Postępowanie upadłościowe wobec osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej, określane mianem „upadłości konsumenckiej”, zostało wprowadzone

do polskiego porządku prawnego w 2008 roku (weszło w życie 31 marca 2009 roku). W 2008 roku prawodawca znowelizował ustawę z dnia 28 lutego 2003 roku – Prawo upadłościowe i naprawcze (Dz.U. z 2009 r. nr 175, poz. 1361 z późn. zm.), dodając nową instytucję w postaci ogłoszenia upadłości przez osobę fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej.

Poszerzenie prawa upadłościowego o upadłość konsumencką wynikało z konieczności wdrożenia dyrektyw unijnych. Rygorystyczne wymagania zawarte w ustawie sprawiły, że przepisy o upadłości konsumenckiej stały się praktycznie niefunkcjonalne. Corocznie pod rządami „starej” upadłości konsumenckiej ogłaszano tylko kilkanaście upadłości i tendencja ta była malejąca.

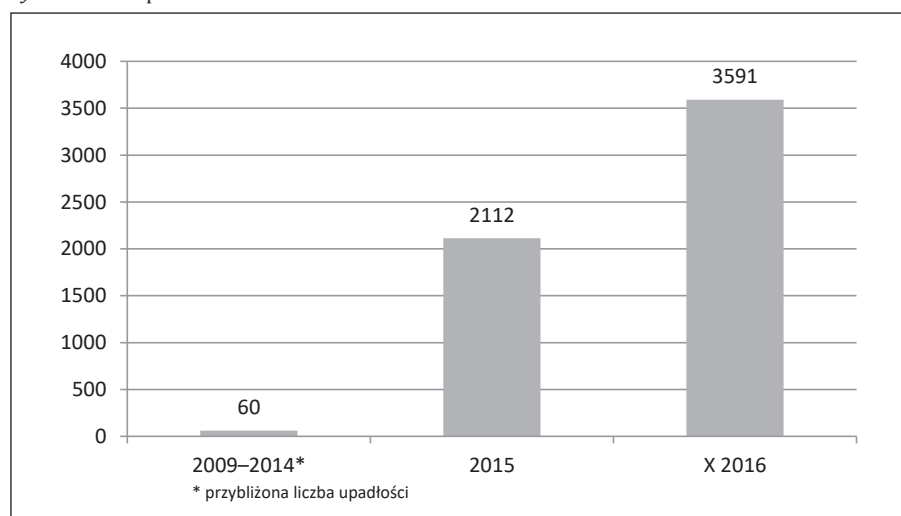
Istotne zmiany w upadłości konsumenckiej w 2015 roku i 2016 roku zostały wprowadzone ustawą z dnia 29 sierpnia 2014 roku o zmianie ustawy – Prawo upadłościowe i naprawcze, ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2014 r. poz. 1306) oraz ustawą z dnia 15 maja 2015 roku – Prawo restrukturyzacyjne (Dz.U. z 2015 r. poz. 978).

„Nowa” upadłość konsumencka znacznie ułatwiła dostęp do tej drogi wyjścia z długów. Obecnie sądy ogłaszają około 300 upadłości miesięcznie i szacuje się, że w 2016 roku liczba upadłości przekroczy 4 tys. Oznacza to radykalny wzrost upadłości w stosunku do lat poprzednich. Jest to jednak wciąż niewiele w stosunku do krajów Europy Zachodniej – np. w Niemczech w 2015 roku ogłoszono ok. 108 tys. upadłości konsumenckich.

W wyniku nowelizacji wprowadzono m.in.:

- łatwiejszy dostęp do upadłości,
- skrócenie okresu planu spłaty wierzycieli,
- możliwość ogłoszenia upadłości bez planu spłaty wierzycieli,
- większe wsparcie upadłego w zaspokajaniu potrzeb mieszkaniowych w przypadku sprzedaży mieszkania lub domu,
- możliwość złożenia wniosku o upadłość przez wierzyciela,

Ryc. 3. Liczba upadłości konsumenckich w Polsce w latach 2009–2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Centralny Ośrodek Informacji Gospodarczej (2016)

- likwidację karencji dla byłych przedsiębiorców,
- obowiązek złożenia wniosku na formularzu.

W upadłości konsumenckiej stan niewypłacalności kwalifikowany jest jako utrata płynności. Zmieniła się definicja niewypłacalnego dłużnika. Obecnie niewypłacalny dłużnik to taki, który utracił zdolność do wykonywania swoich wymagalnych zobowiązań pieniężnych, jeżeli opóźnienie w wykonaniu zobowiązań pieniężnych przekracza trzy miesiące. Postępowanie upadłościowe nie może być prowadzone wobec osób, które zaciągnęły zobowiązania kredytowe, gdy już były niewypłacalne oraz gdy doszło do rozwiązania stosunku pracy z przyczyn leżących po stronie pracownika lub za jego zgodą. We Francji stan nadmiernego zadłużenia konsumenta określono w formie progu, upoważniającego do skorzystania z przepisów ustawy o nadmiernym zadłużeniu na 60% udziału obciążeń finansowych w dochodach do dyspozycji konsumenta.

Upadłość konsumencka ma w Polsce charakter likwidacyjny. Konsumenckie postępowanie upadłościowe nie przewiduje odpowiednika postępowania naprawczego dla przedsiębiorców, ani nawet układu z wierzycielami przed ogłoszeniem upadłości przez sąd. Wiąże się z likwidacją majątku dłużnika – osoba upadła musi przekazać syndykowi cały swój majątek, który w ramach postępowania upadłościowego ulega spieniężeniu. W praktyce sprowadza się to do utraty domu lub mieszkania będącego własnością dłużnika. Sąd po złożeniu wniosku przez zadłużonego konsumenta nie podejmuje żadnych działań skłaniających strony do zawarcia ugody i nie ma nic do zaoferowania konsumentom dopiero zagrożonym upadłością. W takich przypadkach konsumentowi nie pozostaje nic innego, jak indywidualnie szukać rozwiązania w kontaktach z wierzycielem.

Nowe przepisy upadłościowe przewidują możliwość zatrzymania lokalu mieszkalnego przez dłużnika w ramach ugody z wierzycielami. Taka możliwość istnieje jednak dopiero po ogłoszeniu upadłości przez sąd.

Samo istnienie przepisu o możliwości zatrzymania lokalu mieszkalnego nie tworzy jeszcze praktyki i jak do tej pory do zawarcia takich ugód nie dochodziło. Wierzyciele wolą sprzedać dług niżeli podejmować pertraktacje z dłużnikiem. Tym samym oczekiwania towarzyszące wprowadzeniu ustawy, odnośnie do większej skłonności wierzycieli do zawierania porozumień z dłużnikami, nie zostały spełnione.

Łatwiejszy dostęp do upadłości wynika z wprowadzenia bardziej korzystnych dla dłużnika zasad kwalifikacji przyczyn, które są podstawą przyjęcia przez sąd wniosku. Przed nowelizacją sąd mógł przyjąć wniosek tylko w wyjątkowych przypadkach, gdy przyczyna upadłości była niezależna od dłużnika. Obecnie sąd nie może oddalić wniosku o upadłość, chyba że stan niewypłacalności wynika z działań umyślnych lub jest następstwem rażącego niedbalstwa ze strony konsumenta.

Ponadto na zwiększenie dostępu do upadłości miała wpływ zmiana zasad naliczania i obniżenie kosztów postępowania. Przed nowelizacją upadły musiał mieć środki, które byłyby wystarczające na opłacenie syndyka. Obecnie nie jest to konieczne, ponieważ koszty te mogą być skredytowane z budżetu państwa. Brak majątku dłużnika nie skutkuje oddaleniem wniosku o ogłoszenie upadłości konsumenckiej, tak jak to się dzieje w przypadku upadłości przedsiębiorcy, bowiem celem wiodącym konsumenckiego postępowania upadłościowego jest oddłużenie i możliwość „nowego” początku. Każdy przepis „nowej” upadłości konsumenckiej jest korzystniejszy dla dłużnika niewypłacalnego od przepisów uchylonych.

Obniżono również opłatę za wniosek z 200 do 30 zł. Ograniczono także liczbę wymaganych wierzycieli z dwóch do jednego. W celu wyeliminowania częstych błędów przy składaniu wniosków o upadłość, jak również dla wygody konsumentów, wprowadzono obowiązek składania wniosku na formularzu, pod rygorem zwrotu wniosku.

Wyjście z długów nie jest aktem jednorazowym i nie następuje na ogół w momencie ogłoszenia upadłości przez sąd, a dopiero w chwili, gdy upadły wykonana plan spłaty wierzycieli. Wprawdzie w znowelizowanych przepisach ustawodawca wprowadził możliwość orzeczenia upadłości bez planu spłaty, aczkolwiek z tej możliwości sądy korzystają rzadko. Plan spłaty wierzycieli ma przede wszystkim charakter wychowawczy, a nie windykacyjny.

Upadłość musi równoważyć ochronę interesu dłużnika i wierzyciela. W Europie „nowy start” zapewniany jest w warunkach zachowania przez dłużnika minimum socjalnego, niezbędnego do normalnej egzystencji. W USA i Kanadzie w znacznie większym stopniu przenoszona jest na konsumentów bezpośrednia odpowiedzialność za zaistniałą sytuację.

Wniosek o upadłość zostanie odrzucony, jeżeli dłużnik popełnił czynności fraudacyjne (z pokrzywdzeniem wierzycieli), np. doprowadził do pogłębienia zadłużenia w sytuacji, gdy utracił zdolność obsługi długu. „Nowa” upadłość konsumencka przesuwą granicę podziału ochrony interesów w stronę wierzyciela, poprawiając sytuację prawną dłużnika. W wyniku nowelizacji konsumenci uzyskali większą ochronę także z tytułu wydłużenia z roku do dwóch lat okresu, na który syndyk musi przekazać na czynsz środki ze sprzedaży lokalu mieszkalnego. Skrócono również maksymalny okres planu spłaty wierzycieli z pięciu do trzech lat. Ponieważ zmiany te pogarszają sytuację prawną wierzycieli, są przez środowiska finansowe krytykowane.

Osobną kategorię spraw tworzą przypadki, w których osoba fizyczna prowadziła wcześniej działalność gospodarczą. Upadłość konsumencka byłego przedsiębiorcy jest najtrudniejszym rodzajem postępowania z uwagi na zaniechania i błędy popełnione wcześniej na etapie jego niewypłacalności, bowiem modelowo wniosek o upadłość konsumencką winien być poprzedzony wnioskiem o upadłość przedsiębiorcy. Byli przedsiębiorcy, którzy dopuścili się zaniechania i nie złożyli wymaganego wniosku o upadłość, nie są wykluczeni z takiej możliwości, ale jest to trudniejsze, ponieważ muszą uzasadnić wniosek, powołując się na względy słuszności lub humanitarne.

Wprowadzone w 2016 roku zmiany dały możliwość złożenia wniosku o upadłość również wierzycielom oraz zlikwidowały roczny okres po zakończeniu działalności gospodarczej w którym dłużnik/były przedsiębiorca musiał czekać z wnioskiem o upadłość konsumencką.

Upadłość konsumencka jest szczególnie atrakcyjna dla dłużników bez majątku i dochodu. W takich przypadkach postępowanie upadłościowe trwa krótko i nie wymaga wysokiej „ofiary” w postaci utraconego mieszkania lub domu. Również wtedy, gdy upadły nie uzyskuje dochodów albo uzyskuje dochody w wysokości nieprzekraczającej minimalnego wynagrodzenia, korzyści z upadłości są dla dłużnika większe. Czas pobierania części dochodów do masy upadłości w dużym stopniu decyduje o opłacalności decyzji o złożeniu wniosku o upadłość konsumencką.

Uzyskanie statusu upadłego wiąże się ze stygmatyzacją finansową. Osoba upadła będzie figurowała w bazach danych, co oznacza, że w pewnym okresie po upadłości nie będzie mogła zaciągać zobowiązań z odroczonym terminem płatności.

ZAKOŃCZENIE

Nieprzemyślane kredyty i pożyczki stanowią duże zagrożenie dla gospodarstw domowych. Pomimo istnienia silnej zależności pomiędzy liczbą udzielonych kredytów konsumenckich na tzw. dowód (czyli bez weryfikacji informacji o zatrudnieniu i poziomie dochodów), a jakością portfela kredytowego, banki działające na rynkach finansowania detalicznego nie zamierzają rezygnować z udzielania tego typu kredytów.

Zadaniem polityki konsumenckiej, w obliczu zagrożenia nadmiernym zadłużeniem gospodarstw domowych, jest skłonienie konsumentów do większej refleksji nad swoimi potrzebami konsumpcyjnymi, a w obszarze samych decyzji finansowych – nad ewentualnymi ich konsekwencjami (Białczyńska-Biały, 2012). „Nowa” upadłość konsumenta poprawiła sytuację prawną zadłużonych konsumentów, ale korzystanie z niej jest ostatecznością.

Niezbędne jest rozwijanie edukacji finansowej, mającej na celu poprawę świadomości finansowej niezbędnej do radzenia sobie we współczesnym świecie (Dąbrowska, Janoś-Kresło, Ozimek, 2005; Dąbrowska, Byłok, Janoś-Kresło, Kiełczewski, Ozimek, 2015). Konsumenci powinni być bardziej świadomi ryzyka i własnych możliwości finansowych. O ile świadomość finansowa młodzieży jest na poziomie nieco wyższym niż przeciętny dla krajów OECD, to dużo gorzej wypada świadomość dorosłych Polaków.

Świadomość finansowa społeczeństwa jest wciąż niska i stanowi barierę rozwoju społeczno-gospodarczego. Z raportu *Oszczędzanie długoterminowe – opinie, postawy i oczekiwania polskiego społeczeństwa*, przygotowanego w 2014 roku przez TNS Polska dla Związku Banków Polskich, wynika, że tylko 2% ankietowanych deklaruje, że oszczędza co miesiąc, a 48% uważa, że łatwiej zaciągnąć kredyt, niż systematycznie oszczędzać (Bludnik, Czernik, Jurek, Marszałek, 2015: 18). Tendencja do bieżącej konsumpcji dominuje nad perspektywicznym myśleniem, którego przejawem jest planowe oszczędzanie. Na przeszkodzie stają niewystarczająca wiedza, brak zainteresowania oraz brak odpowiednich nawyków wyniesionych z domu.

Zmiana świadomości finansowej powinna stanowić zadanie dla wszystkich podmiotów, które prowadzą działalność edukacyjną w sferze ekonomii. Podejmowanie decyzji przy niskiej świadomości finansowej jest ryzykowne i może prowadzić do nadmiernego zadłużenia i niewypłacalności gospodarstw domowych. Bez świadomego ekonomicznie i finansowo społeczeństwa nie jest możliwy trwały wzrost gospodarczy.

W artykule przedstawione zostały perspektywy upadłości konsumenckiej w kontekście zadłużenia Polaków i nowych przepisów prawa. Ogranicza się on do przedstawienia kierunku rozwoju i intensywności zjawiska, wiążąc je z łatwiejszym dostępem do upadłości i rosnącym poziomem zadłużenia. Nie analizuje szczegółowo zależności przyczynowo-skutkowych pomiędzy różnymi czynnikami a zjawiskiem upadłości konsumenckiej. Dalsze badania problemu upadłości powinny iść w tym kierunku.

Literatura References

- Białczyńska-Biały, M. (2012). *Ewolucja polityk konsumenckich w Polsce po 1989 r.* Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Bludnik, I., Czernik, K., Jurek, M., Marszałek, P. (2015). *Mapa edukacji finansowej. V edycja.* Warszawa: Związek Banków Polskich, Polska Izba Ubezpieczeń.

- Centralny Ośrodek Informacji Gospodarczej (2016). Pozyskano z http://www.coig.com.pl/2016-upadlosc-konsumencka-lista_osob.php
- Dąbrowska, A. (2012). Konsument na rynku usług bankowych. W: A. Dąbrowska, M. Janoś-Kresło (red.). *Ochrona konsumentów na rynku usług bankowych i telekomunikacyjnych*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 22–25.
- Dąbrowska, A. (2013). *Ochrona i edukacja konsumentów na wybranych rynkach usług*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Dąbrowska, A., Byłok, F., Janoś-Kresło, M., Kiełczewski, D., Ozimek, I. (2015). *Kompetencje konsumentów*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Dąbrowska, A., Janoś-Kresło, M., Ozimek, I. (2005). *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Gafrikova, V. (2016). Koszty kredytu konsumenckiego w świetle regulacji prawnych. *Przedsiębiorstwo Przyszłości*, 4(29), 60–75.
- Garnarczyk, J., Mocek, M., Skikiewicz, R. (2014). *Zachowania gospodarstw domowych na rynku usług finansowych w warunkach zmiennej koniunktury*. Warszawa: CeDeWu.pl.
- Gębski, Ł. (2013). Nadmierne zadłużenie gospodarstw domowych – problem finansowo-prawny czy społeczny? *Gospodarka Narodowa*, 4(260), 83–108.
- Infodług. *Ogólnopolski raport o zaległym zadłużeniu i niesolidnych dłużnikach*. 32 edycja 2016 (2016, 10 grudnia). Warszawa: BIG InfoMonitor S.A. Pozyskano z https://www.big.pl/download/raporty/raport_infodlug_32_edycja_2016_06.pdf
- Knehans-Oleńnik, A.M. (2015). *Ochrona i edukacja konsumentów na rynku kredytów hipotecznych i konsumpcyjnych*. Warszawa: DeCeWu.pl.
- Lissowska, M. (2010). Polityka konsumencka – podstawy teoretyczne, cele i narzędzia. *Gospodarka Narodowa*, 10, 57–77.
- Małecki, W. (2014). Przemiany sektora bankowego i ich konsekwencje. *Ekonomista*, 4, 467–487.
- Nowak, P. (2003). Ochrona konsumenta w warunkach asymetrii informacji. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 594, 91–100.
- Nowak, P. (2016). Bezpieczeństwo ekonomiczne konsumenta na rynkach usług finansowych. W: A. Piędel, J. Pomiankiewicz, A. Żebrowski (red.). *Współczesne aspekty bezpieczeństwa państwa*. Warszawa: Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa i Ochrony im. Marszałka Józefa Piłsudskiego w Warszawie / Wydział Zamiejscowy w Nisku, 332–340.
- Parabank (2017, 7 lipca). Pozyskano z <https://www.nbportal.pl/slownik/pozycje-slownika/parabank>.
- Raport o sytuacji banków w 2015 r. (2016). Warszawa: Urząd Komisji Nadzoru Finansowego. Pozyskano z http://www.knf.gov.pl/opracowania/sektor_bankowy/raporty_i_opracowania/publikacje/sektora_bankowego/index.html
- Rekomendacja S dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi zabezpieczonymi hipotecznie, KNF (2013, czerwiec) (2016, 10 grudnia). Pozyskano z http://www.knf.gov.pl/Images/Rekomendacja_S_18_06_2013%2E_tcm75-34880.pdf
- Rekomendacja T dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ryzykiem detalicznych ekspozycji kredytowych, KNF (2010, luty) (2016, 10 grudnia). Pozyskano z https://www.knf.gov.pl/Images/Rekomendacja%20T_tcm75-18474.pdf
- Rekomendacja T dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ryzykiem detalicznych ekspozycji kredytowych, KNF (2013, luty) (2016, 10 grudnia). Pozyskano z http://www.knf.gov.pl/Images/RekomendacjaT_tcm75-33586.pdf
- Sługocka-Krupa, E. (2014). Ochrona konsumentów na rynku usług kredytowych – wybrane problemy. W: M. Gancarz, E. Sługocka-Krupa (red.). *Ochrona konsumentów i jej współczesne wyzwania*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, 297–315.
- Świecka, B. (2008). *Bankructwa gospodarstw domowych. Perspektywa ekonomiczna i społeczna*. Warszawa: Difin.
- Świecka, B. (2009). *Niewypłacalność gospodarstw domowych. Przyczyny – skutki – przeciwdziałanie*. Warszawa: Difin.
- Ustawa z dnia 28 lutego 2003 roku – Prawo upadłościowe i naprawcze (Dz.U. z 2009 r. nr 175, poz. 1361, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 23 marca 2017 roku o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami (Dz.U. z 2017 r. poz. 819).

Ustawa z dnia 15 maja 2015 r. – Prawo restrukturyzacyjne (Dz.U. z 2015 r. poz. 978).

Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 roku o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r. poz. 1357).

Ustawa z dnia 29 sierpnia 2014 r. o zmianie ustawy – Prawo upadłościowe i naprawcze, ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym oraz ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2014 r. poz. 1306).

Wałęga, G. (2013). *Kredytowanie gospodarstw domowych*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Paweł Nowak, dr, ekonomista, adiunkt w Katedrze Ekonomii i Polityki Gospodarczej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zajmuje się gospodarką, bezpieczeństwem obrotu gospodarczego i ochroną konsumenta. Autor publikacji naukowych z zakresu ekonomii, prawa i finansów.

Paweł Nowak, Ph.D., economist and assistant professor in the Department of Economics and Economic Policy, the Pedagogical University of Cracow. Main research interests: economy, safety of transaction and consumer protection. He is the author of numerous articles on economics, law and finance.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: gelb@wp.pl

BEATA STELMACH-FITA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

MONIKA PAULINA PĘKAŁSKA

Uniwersytet Warszawski, Polska
University of Warsaw, Poland

PAWEŁ BARTOSZCZUK

Szkoła Główna Handlowa, Warszawa, Polska
Warsaw School of Economics, Poland

Monitorowanie oraz udostępnianie informacji o zjawiskach społeczno-gospodarczych i przestrzennych w Polsce

Monitoring and Sharing Information on Socio-economic and Spatial Phenomena in Poland

Streszczenie: W krajach odnoszących sukcesy gospodarcze dobrze funkcjonują systemy zarządzania procesami rozwojowymi. Niestety, w Polsce nie działają one do końca poprawnie. Autorzy *Diagnozy systemu zarządzania rozwojem w Polsce* (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 2011)¹ w zakresie programowania strategicznego już kilka lat temu podkreślali, że planowanie przestrzenne jest oderwane od planowania społeczno-gospodarczego, przez co nie spełnia swojej istotnej roli w identyfikowaniu niekorzystnych zjawisk i rozwiązywaniu konfliktów przestrzennych na wczesnym etapie ich pojawiania się. Co więcej, brak jest w Polsce jasno określonej polityki rządu zorientowanej na miasta – polityki miejskiej, rozumianej jako część polityki rozwoju. Rola informacji w procesie rozwoju ewoluuje w kierunku ujęcia procesowego, stanowiącego jeden z najważniejszych elementów systemu decyzyjnego, w którym bardzo istotne staje się monitorowanie zmian przestrzennych, wspierające idee planowania zintegrowanego. Informacja o zasobach przestrzeni ma wymiar wielofunkcyjny, ale przede wszystkim wpływa na decyzje podmiotów publicznych, gospodarczych i obywateli. Autorzy artykułu prezentują wstępne wyniki badań jakościowych podjętych we wrześniu 2016 roku, dotyczących metod podejścia do monitorowania rzeczywistych zmian społeczno-gospodarczych i przestrzennych oraz udostępniania ich wszystkim wymienionym podmiotom. Badania rozpoczęto od pogłębionych wywiadów przeprowadzonych w regionalnych obserwatoriach terytorialnych (ROT), w województwie dolnośląskim, małopolskim i mazowieckim, oraz analizy portali ROT, które na podstawie różnych źródeł, w tym Głównego Urzędu Statystycznego, prezentują analizy, raporty, udostępniają bazy danych dotyczące zjawisk społeczno-gospodarczych. Autorzy zauważają, że zagadnienia te są w różny sposób rozumiane, a ponadto, że nadal nie ma w Polsce platformy na poziomie kraju, regionu czy powiatu, na której w przystępny sposób byłyby udostępniane łącznie wyniki monitoringu najistotniejszych informacji o trendach rozwojowych w wymiarze społeczno-ekonomicznym i przestrzennym. Autorzy doceniają podejmowane próby działań zmierzających w kierunku zwiększenia dostępności tego typu danych, w tym dotyczących

¹ Materiały z konferencji „Obszary funkcjonalne w systemie planowania przestrzennego – dylematy rekomendacje i postulaty dla polityki spójności”, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 10–11 lutego 2011 roku w Kazimierzu Dolnym.

polityki przestrzennej. Uważają jednak, że powinny być one tematem dalszych dyskusji. Przyczyny tego stanu rzeczy są bardzo złożone, a niedokończenie rozpoczętych reform sprawiło dodatkowo, że zadanie to stało się jeszcze większym wyzwaniem. Autorzy pomimo to upatrują pewne szanse ewolucyjnego, etapowego rozwiązywania problemów i podejmują próbę wskazania pierwszych rekomendacji zmian oraz uzasadniają potrzebę kontynuacji badań.

Abstract: Countries successful in their economies are able to sustain well-functioning systems of development processes management. Unfortunately, in Poland they are not up to date. The authors of "The diagnosis of development management system in Poland" (Polish Ministry of Regional Development, 2009) with regards to strategic programming pointed out several years ago that spatial planning is detached from the planning of socio-economic development, due to which the former does not fulfil its essential role in identifying adverse events and solving spatial conflicts at an early stage of their appearance. Moreover, no clear urban-oriented policy, understood as part of development policy, exists on government level. The role of information in the development process evolves in the direction of the recognition process, which is one of the most important decision-making systems, in which the most important factor is the monitoring of spatial changes which supports the idea of integrated planning. Information on space resources considerably affects the decision makers: public authorities, businesses and citizens. The authors present preliminary results of qualitative research undertaken in September 2016. The study began with in-depth interviews conducted in the Regional Territorial Observatories (ROT) in the Lower Silesian, Lesser Poland and Masovian Voivodeships and analysis of ROT portals, which based on different data sources, including Central Statistical Office of Poland, present analyses, reports, studies on socio-economic phenomena. The authors note that these issues are differently understood and, moreover, that in Poland there are still no accessible data platforms where in a uniform manner the results of monitoring trends in socio-economic and planning developments would be made available. The authors appreciate the attempts already made, stressing that such activity should be the subject of further discussions. The reasons for this are complex, as the incompleteness of the reforms already started has made this task even more challenging. Nevertheless, the authors notice a chance for gradual problem-solving and attempt to propose first areas in which changes should be made, as well as give ground to the need for continuing research.

Słowa kluczowe: administracja publiczna; integracja danych; monitoring zmian społeczno-gospodarczych i przestrzennych; przedsiębiorcy; samorząd terytorialny

Keywords: data integration; entrepreneurs; local government; monitoring of socio-economic and spatial changes; public administration

Otrzymano: 1 lutego 2017

Received: 1 February 2017

Zaakceptowano: 12 lipca 2017

Accepted: 12 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Stelmach-Fita, B., Pękalska, M.P., Bartoszczuk, P. (2017). Monitorowanie oraz udostępnianie informacji o zjawiskach społeczno-gospodarczych i przestrzennych w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 167–184. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.11>

WSTĘP

Strategia Europa 2020, zawarta w komunikacie Komisji Europejskiej z 3 marca 2010 roku pt. *Europa 2020: strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, (Strategia Europa 2020, 2010) przedstawia wizję społecznej gospodarki rynkowej Europy w XXI wieku odnoszącej pełne korzyści gospodarcze i społeczne społeczeństwa cyfrowego. Z kolei inicjatywa tej strategii – Europejska Agenda Cyfrowa – przyznaje doniosłą rolę poprawie standardów w dziedzinie technologii informacyjno-komunikacyjnych dla zapewnienia interoperacyjności aplikacji, usług i produktów, mając na względzie zmniejszenie fragmentaryzacji rynku cyfrowego, a jednocześnie promowania innowacji i konkurencji. Inna flagowa inicjatywa

tej strategii – „Zintegrowana polityka przemysłowa w erze globalizacji – postawienie konkurencyjności i rozwoju w centrum uwagi” – wzywa Europę do rozwijania systemu standardów, który spełniałby oczekiwania zarówno uczestników rynku, jak i europejskich władz publicznych, promując jednocześnie wpływy Europy wykraczające poza jednolity rynek w globalnej gospodarce (Annoni, 2011).

Ponadto dwie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady Europy miały przyczynić się do porządkowania systemu gromadzenia i przetwarzania danych przestrzennych:

- dyrektywa 2003/98/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ponownego wykorzystania informacji sektora publicznego (tzw. dyrektywa Re-use);
- dyrektywa INSPIRE 2007/2/EC ustanawiająca infrastrukturę informacji przestrzennej dla Wspólnoty Europejskiej.

Ideałem miało być podjęcie wysiłków dla promocji przyjęcia specyfikacji INSPIRE jako standardów międzynarodowych dla usług lokalizacyjnych. Niektóre działania Europejskiej Agencji Cyfrowej są bardzo istotne dla dyrektywy INSPIRE. Píše o tym A. Annoni (2011).

W komunikacie Komisji Europejskiej zatytułowanym *W kierunku interoperacyjności dla europejskich usług publicznych* (Komunikat Komisji..., 2010) przewidywano, że społeczność INSPIRE wprowadzi nowe usługi i narzędzia, które będą mogły być ponownie wykorzystane w innych sektorach mających do czynienia z lokalizacją i usługami geoinformacyjnymi. Ideałem miało być przyjęcie specyfikacji INSPIRE jako standardów międzynarodowych dla usług lokalizacyjnych, w rezultacie stymulujących rozwój różnych inwestycji.

Niestety implementacja tej dyrektywy w praktyce w warunkach polskich sprawia różne problemy. Ustalono same ramy prawne. Nadal jednak nie uwolniono wielu cennych danych przestrzennych wytwarzanych przez administrację publiczną lub udostępnia się je częściowo na stronach BIP zamiast w formie zbiorów danych przestrzennych, które można byłoby przeszukiwać, przeglądać, pobierać za pomocą zestandaryzowanych usług sieciowych. O potrzebach użytkowników w tym zakresie pisała m.in. B. Stelmach-Fita (2011; 2014), wykazując, że kilka typów decyzji lokalizacyjnych jest źródłem istotnych informacji o zagospodarowaniu przestrzennym. O podobnych problemach pisze W. Izdebski (2016), który wskazuje ponadto na dużo większe zapotrzebowanie na dane przestrzenne niż te zawarte w 34 tematach ustanowionej Krajowej Infrastruktury Informacji Przestrzennej (KIIP). Izdebski rozważa i rekomenduje udostępnianie poszerzonego katalogu różnych baz danych, które zawarte są w rejestrach publicznych, jak np. – rejestr decyzji pozwoleń na budowę², w ramach Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych (KIDP). Izdebski wspomina również o różnych brakach podstawowej KIIP i pobłażliwości legislacyjnej dla wolnego tempa: cyfryzacji, tworzenia baz danych mapy zasadniczej (organ wiodący – główny geodeta kraju), co ma pośrednio negatywny wpływ na inne braki legislacyjne, jak np. brak obowiązku tworzenia nowych opracowań planistycznych w formie baz danych (w technice GIS), do których potrzebne są

² Aktualnie rejestr wniosków o pozwolenie na budowę i decyzji o pozwoleniu na budowę, zgłoszeń, o których mowa w art. 29 ust. 1 pkt 1a, 2b, i 19 ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – prawo budowlane, prowadzony jest w sposób umożliwiający publikację danych na stronie Biuletynu Informacji Publicznej Głównego Urzędu Nadzoru Budowlanego. Istnieje zasadnicza różnica pomiędzy publikacją, wyszukiwaniem jednej inwestycji w BIP, a udostępnianiem map lokalizacji decyzji w KIDP, traktujących rejestr jako zbiory danych przestrzennych z wykorzystaniem usług sieciowych i technologii GIS.

odpowiednie geodezyjne, referencyjne bazy danych, a docelowo również baza danych istniejącego i planowanego zagospodarowania przestrzennego (Land Use).

Reasumując, każdy kraj ma swoje problemy, systemy planowania przestrzennego, różne bazy, zbiory danych i dlatego każdy z nich ma zaproponować indywidualne rozwiązanie udostępniania danych przestrzennych poprzez zestandaryzowane usługi sieciowe, na najbardziej opłacalnym poziomie zarządzania, adekwatne do potrzeb użytkowników.

Przy czym waga udostępniania zbiorów danych o zagospodarowaniu przestrzennym, w rozumieniu INSPIRE – KIIP (dokumenty planistyczne w formie elektronicznej) oraz wynikających z innych dokumentów warunkujących zagospodarowanie przestrzenne (decyzje), w ramach rozważanej KIDP, jest ogromna, ponieważ polityka przestrzenna jest główną składową polityki rozwoju naszego kraju. Bez kompletnej informacji nie można podjąć trafnej decyzji. W modelu koncepcyjnym rozwijania dwóch wymienionych infrastruktur wyzwaniem staje się nie tylko wybór właściwych opracowań planistycznych, ale również generalizacja danych z licznych rejestrów decyzji administracyjnych (traktowanie ich jako zbiory danych przestrzennych).

Od 2019 roku mają być udostępnione na poziomie europejskim 34 tematy danych przestrzennych INSPIRE z każdego kraju, wraz z tematem zagospodarowanie przestrzenne, ściśle związanym z możliwością monitorowania zmian w porównywalnych strefach w ramach obowiązującego europejskiego hierarchicznego systemu klasyfikacji HILUCS³ (D2.8.III.4 Data Specification on Land Use, 2017).

Trudno sobie wyobrazić wypełnienie tego terminu, jeżeli w geoportalu głównym nie ma nawet działek ewidencyjnych w rozumieniu obowiązującego rozporządzenia⁴. Z kolei zagadnienie monitorowania zmian w zagospodarowaniu przestrzennym jest bardzo różnie rozumiane. Potrzebne jest przede wszystkim monitorowanie i udostępnianie informacji o rzeczywistych zmianach zachodzących w przestrzeni, tj. jawna polityka przestrzenna, zarówno dla zarządzających danym terytorium, jak i dla wielu innych podmiotów, w tym różnych przedsiębiorców, przynajmniej na poziomie regionalnym.

PYTANIA BADAWCZE

Jakie informacje o zjawiskach społeczno-gospodarczych i przestrzennych są monitorowane na poziomie regionalnym i w jaki sposób są one udostępniane? Do jakich celów i przez jakie podmioty mogą być one wykorzystywane? Czy na poziomie regionalnym prowadzony jest tylko monitoring wdrażania strategii rozwoju i programów operacyjnych? Czy monitorowane są faktyczne zmiany w zagospodarowaniu przestrzennym? Czy udostępniane informacje są użyteczne i łatwo dostępne dla planistów przestrzennych, urbanistów i przedsiębiorców? Jaką funkcję pełnią obecnie krajowe i regionalne obserwatoria terytorialne (KOT i ROT)? Jakiego typu dane są udostępniane na portalach ROT? Czy informacje opisowe są powiązane z geoportalami? Czy poza opracowaniami

³ Hierarchical Inspire Land Use Classification System – Hierarchiczny System Klasyfikacji Zagospodarowania Przestrzennego Inspire.

⁴ Na stronie www.geoportal.gov.pl źródłem danych o działkach jest system LPIS (system identyfikacji działek rolnych), dlatego mogą być one wykorzystywane jedynie w zakresie przybliżonej identyfikacji i lokalizacji przestrzennej działki oraz oszacowania jej powierzchni. Dane te nie są danymi ewidencji gruntów i budynków w rozumieniu przepisów rozporządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego i Budownictwa z dnia 29 marca 2001 r. w sprawie ewidencji gruntów i budynków.

tekstowymi (raportami, ekspertyzami, badaniami i analizami) udostępniane są zbiory danych przestrzennych za pośrednictwem usług sieciowych typu WMS, WFS, WCS umożliwiające przeszukiwanie, przeglądanie, pobieranie zbiorów? Czy udostępniane są mapy lokalizacji decyzji inwestycji celu publicznego⁵ lub mapy lokalizacji decyzji pozwoleń na budowę czy tzw. decyzji specjalnych? Czy wszystkie sporządzane przez ROT opracowania, zbiory danych przestrzennych są udostępniane? Jaki potencjał stwarza integracja informacji o zmianach społeczno-gospodarczych i przestrzennych? Czy jest on wykorzystywany? Jakie działania można podjąć, żeby w większym stopniu go wykorzystać? Czy potrzebna jest w Polsce strategia Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych?

Udostępnianie danych społeczno-ekonomicznych i przestrzennych o regionie powinno odbywać się w sposób zintegrowany, tak aby ułatwić wykorzystanie potencjału wynikającego z ich ponownego wykorzystania, wspólnego przetwarzania (zestawiania, analizowania). Z niewiadomych powodów nie udostępnia się wyników monitorowania wdrażania planów zagospodarowania województwa, analiz do potrzeb aktualizacji tych planów czy wytwarzanych przy tym zbiorów danych przestrzennych. W odniesieniu do udostępnianych informacji przez ROT można wnioskować, że aktualnie cała uwaga została skupiona na monitorowaniu i ewaluacji strategii rozwoju województwa. Oddzielne rozpatrywanie danych społeczno-ekonomicznych i przestrzennych jest jedną z przyczyn trudności w przełożeniu dokumentów strategicznych na planistyczne (strategia rozwoju województwa na plan zagospodarowania przestrzennego województwa), a co za tym idzie, na ich wdrożenie w zagospodarowaniu przestrzennym. Autorzy rozpoczętych badań widzą korzyści płynące z integracji udostępniania danych społeczno-ekonomicznych i przestrzennych w ramach „Banku informacji o regionie”, powiązanych z linkami do GUS i węzłów Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych regionu/powiatu oraz Krajowej Infrastruktury Informacji Przestrzennej w celu poszerzenia grupy odbiorców, w tym przedsiębiorców.

PODSTAWOWE ZADANIA MONITORINGU

Z badań nad planowaniem przestrzennym w Polsce wynika, że do podstawowych zadań monitoringu powinno należeć (Anusz, 2007, 2008):

- dostarczanie informacji wejściowych do planowania na poziomie krajowym, regionalnym, sektorowym i lokalnym,
- koordynowanie w czasie wykonania kolejnych edycji planów i koncepcji,
- koordynowanie z planami horyzontalnymi programów sektorowych,
- koordynowanie przestrzenne planowania społeczno-gospodarczego,
- prowadzenie ocen zgodności planowanego i realizowanego zagospodarowania,
- dostarczanie wiedzy do ewaluacji poszczególnych dokumentów,
- wdrożenie procesu ciągłego planowania i odejście od cykliczności i akcyjności planowania.

⁵ Zgodnie z art. 51 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w sprawach ustalenia lokalizacji inwestycji celu publicznego decyzje wydają w odniesieniu do: 1) inwestycji celu publicznego o znaczeniu krajowym i wojewódzkim – wójt, burmistrz albo prezydent miasta w uzgodnieniu z marszałkiem województwa; 2) inwestycji celu publicznego o znaczeniu powiatowym i gminnym – wójt, burmistrz albo prezydent miasta; 3) inwestycji celu publicznego na terenach zamkniętych – wojewoda.

Cechą podstawową monitoringu zagospodarowania przestrzennego powinno być generowanie informacji z danymi przestrzennymi w skalach odpowiadających poziomowi krajowemu, regionalnemu i lokalnemu. W tej sytuacji GIS, jako technologia i metoda nowoczesnego operowania danymi o przestrzeni, staje się idealną platformą dla tego monitoringu. Uniezależnienie informacji od papierowego nośnika, każdorazowe nadanie informacjom ilościowym i jakościowym odniesień przestrzennych (współrzędne geograficzne, punkty adresowe, jednostki terytorialne), możliwości udostępnienia w sieci internetowej, daje obywatelom możliwość włączenia się w proces decyzyjny o przeznaczeniu i sposobie zagospodarowania terenów, a przedsiębiorcy – podjęcia trafnej decyzji o nowej lokalizacji zakładu czy towaru i usług. Z kolei jawność polityki przestrzennej, uwolnienie z administracji danych przestrzennych wynikających z rejestrów decyzji, może zainspirować przedsiębiorców do tworzenia nowych aplikacji informatycznych. Przy okazji tworzenia nowych standardów warto pomyśleć kompleksowo o całym zagadnieniu, z uwzględnieniem zbiorczego transferu najistotniejszych danych o zagospodarowaniu przestrzennym z poziomu gminy, starostwa, województwa do poziomu organu odpowiedzialnego za kompleksowy monitoring zmian w omawianym obszarze.

MONITORING W PROJEKCIE Koncepcji PRZESTRZENNEGO ZAGOSPODAROWANIA KRAJU

Projekt ostatniej Koncepcji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030 (KPZK, 2011), zanim został przyjęty przez rząd 14 grudnia 2011 roku, był przedmiotem wielu dyskusji, prelekcji, konferencji. Dyskutowano m.in. na temat zapisów mających równoważyć rozwój kraju jako najważniejszą strategiczną podstawę krajowej polityki przestrzennej. To równoważenie rozwoju można rozumieć również jako określenie związków pomiędzy najbardziej zainwestowanymi terenami (czyli aglomeracjami) a resztą kraju. Jednym ze sformułowanych celów koncepcji jest poprawa spójności wewnętrznej kraju poprzez promowanie integracji funkcjonalnej i dyfuzji rozwoju oraz wykorzystanie potencjału wewnętrznego wszystkich terytoriów. Niestety, zagadnienie monitoringu zjawisk w gospodarce przestrzennej, w tym dotyczące ochrony środowiska, zachodzących w wyniku obecnego systemu planowania, nie znalazło godnego miejsca w KPZK. W opinii profesora S. Gzella (2010) „projekt KPZK trafnie charakteryzuje słabość polskiego systemu gospodarki przestrzennej, w tym planowania, ale nie zauważa, że dokonujące się obecnie próby reformowania systemu planów nie idą w kierunku systemowej naprawy, nie mówiąc wyraźnie, że wszelkie działania w przestrzeni miejskiej poza planem nie mogą mieć miejsca”. Cytowane powyżej fragmenty przedmiotowej opinii wykazują, jak bardzo potrzebny jest w Polsce i Europie stały monitoring zmian zachodzących w zagospodarowaniu przestrzennym dla poszczególnych specjalistycznych dziedzin gospodarki.

Projekt KPZK (2011) to program rozwoju kraju, zawierający szczegółowe regulacje dotyczące poszczególnych sektorów. Jednak zgodnie z opinią S. Gzella (2010) zapomniano o tym, że wykorzystywanie istniejących już dóbr materialnych jest jedną z głównych cech równoważenia rozwoju. Gzell zwraca m.in. uwagę na – teoretycznie tylko założoną w koncepcji – zasadę hierarchicznego sporządzania planów. Z drugiej jednak strony kilkakrotnie omawiając różne zagadnienia, zadaje jakby pytanie retoryczne: „Jak ta zasada ma być realizowana, jeśli zna się dzisiejszą praktykę w tym zakresie,

cechującą się rozchwianiem w podejmowaniu decyzji, czego skutkiem (ale i przyczyną) jest np. wprowadzanie ustaw specjalnych, działających poza powszechnym systemem planowania przestrzennego”?

Gzell (2010) zauważa, że na schemacie pokazującym docelowy hierarchiczny system planowania w Polsce nie ma żadnych informacji o wykorzystywaniu doświadczeń realizacyjnych w podejmowaniu decyzji planistycznych. Układ: decyzja–realizacja–monitoring–decyzja ograniczony jest do pierwszej połowy, decyzje spływają jedynie z góry do dołu. Decyzje z góry na dół zatrzymują się na studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy (SUiKZPG), które jest wiążące tylko dla organów gminy przy sporządzaniu miejscowych planów, ale nie przy wydawaniu decyzji administracyjnych.

Na pozytywną ocenę w opinii Gzella (2010) zasługuje natomiast wprowadzenie do opisanego wyżej układu planów obszarów funkcjonalnych, w tym funkcjonalnych obszarów wiejskich, a także zbliżenie trybu i sposobu przygotowania planów zagospodarowania przestrzennego oraz strategii i planów społeczno-gospodarczych. W KPZK (2011) nie znalazła się polityczna deklaracja, mówiąca, że aby osiągnąć cele zapisane na rok 2030, państwo powinno odciąć się od produkowania ustaw ułatwiających rozprzestrzenianie się negatywnych zjawisk, takich choćby jak rozpraszanie się miast.

MONITOROWANIE ZMIAN W ZAGOSPODAROWANIU PRZESTRZENNYM – RÓŻNE INTERPRETACJE

W Polsce bardzo różnie jest rozumiane podejście do kwestii monitorowania zmian o zjawiskach społeczno-gospodarczych i o zagospodarowaniu przestrzennym.

Autorów artykułu najbardziej interesuje monitoring rzeczywistych zmian w zagospodarowaniu przestrzennym, a nie tylko wdrażania ewaluacji strategii rozwoju. Potrzebna jest kompleksowa, klarowna informacja o wszystkich instrumentach polityki przestrzennej, mających wpływ na gwałtowne przemiany w zasobach przestrzeni.

Na stronie Instytutu Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN można znaleźć informację, że na zlecenie Ministerstwa Infrastruktury i Budownictwa opracowywana jest „Analiza stanu i uwarunkowań prac planistycznych w gminach na koniec 2015 roku” (rocznie od 2006 roku), pewnego rodzaju monitoring stanu realizowanych opracowań planistycznych w gminach – w ramach Programu badań statystycznych statystyki publicznej GUS (IGiPZPAN, 2017).

Poza „analizą krajową studiów uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gmin, planów miejscowych, decyzji lokalizacyjnych” oraz „analizą skutków finansowych planów miejscowych” przybyły nowe zadania (IGiPZPAN, 2017):

- szczegółowa analiza zasięgów (granic) planów miejscowych, decyzji lokalizacyjnych oraz chłonności demograficznej;
- wydatki na infrastrukturę a planowanie miejscowe;
- szacunek potrzeb finansowych (w tym kontekście ewentualnych odszkodowań) związanych z planowaniem przestrzennym w gminach;
- analiza stanu cyfryzacji aktów planowania przestrzennego w odniesieniu do wymagań przepisów wykonawczych dyrektywy INSPIRE z uwzględnieniem proponowanych zmian w projekcie Kodeksu urbanistyczno-budowlanego (2016) w obszarze informatyzacji planowania przestrzennego oraz monitorowania zagospodarowania przestrzennego. Analizy aktualnie nie są dostępne, a ich forma służy raczej

do celów poglądowych, przybliżających tylko skalę danego zjawiska na poziomie całego kraju.

P. Śleszyński, profesor z IGiPPAN, opracował ponadto *Kompleksową koncepcję wskaźników zagospodarowania i ładu przestrzennego*⁶. Autor koncepcji proponuje w jednolity sposób monitorować zagadnienia mające wpływ na zagospodarowanie przestrzenne w skali lokalnej, dobierając odpowiednie wskaźniki ogólne i szczegółowe w dziedzinach: zaludnienie, struktura osadnicza, struktura sieci liniowej infrastruktury technicznej, spójność sieci transportowo-osadniczej, warunki mieszkaniowe, dostępność przestrzenna, efektywność transportowo-osadnicza, mobilność i dzienny cykl życia, wartość ekonomiczna, uwarunkowania inwestycyjne, jakość życia, fragmentacja krajobrazu, zanieczyszczenie środowiska, hałas, ochrona środowiska, funkcje terenu, sytuacja planistyczna. Inną propozycją P. Śleszyńskiego był *Atlas zagospodarowania przestrzennego Polski*.

Z kolei Instytut Geodezji i Kartografii PAN przeprowadził interesujące badanie – „Zintegrowany system monitoringu zagospodarowania przestrzennego” – projekt badawczy finansowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego (2010–2012). Kierownikiem projektu był: prof. dr hab. inż. Bogdan Ney. Celem naukowym projektu było opracowanie koncepcji zintegrowanego systemu wymienionego monitoringu na poziomie krajowym i regionalnym. Najważniejszą cechą tego monitoringu powinno być generowanie informacji z indeksem przestrzennym w skalach odpowiadających poziomowi krajowemu i regionalnemu. Celem praktycznym projektu było utworzenie systemu inwentaryzacji podstawowych danych o istniejącym stanie zagospodarowania przestrzennego, przetransformowanie ich i połączenie w jedną spójną bazę, która umożliwi śledzenie dynamiki zmian w zagospodarowaniu przestrzennym, ocenę zgodności stanu faktycznego z planowanym i sprawne stwierdzenie występujących rozbieżności. Baza danych wykorzystana na potrzeby tego monitoringu powinna spełniać standardy określone w dyrektywie INSPIRE oraz innych dyrektywach dotyczących np. ochrony środowiska. System monitoringu na poziomie krajowym i regionalnym umożliwić miał realizację podstawowych zadań monitoringu, czyli:

- dostarczanie informacji do planowania na poziomie krajowym, regionalnym,
- koordynowanie w czasie wykonania kolejnych edycji planów i koncepcji,
- koordynowanie programów sektorowych w przestrzeni z planami regionalnymi,
- prowadzenie ocen zgodności zagospodarowania realizowanego z planowanym,
- określanie i ocenianie dynamiki zmian w relacji z przyjętymi programami i planami,
- gromadzenie wiedzy niezbędnej do badań i analiz efektywności polityki zagospodarowania przestrzennego,
- oceny stopnia spójności terytorialnej Polski ze standardami Unii Europejskiej (IGiKPAN, 2017).

Jest to bardzo interesująca koncepcja monitoringu zmian, która niestety nie została wdrożona.

PROJEKT KODEKSU URBANISTYCZNO-BUDOWLANEGO

Projekt Kodeksu urbanistyczno-budowlanego (Kodeks..., 2016), pomimo że nie został jeszcze w całości zaakceptowany ze względu na dużą liczbę uwag (w tym nie ma w nim

⁶ Na podstawie wywiadu autorów z prof. P. Śleszyńskim z 20 kwietnia 2017 roku.

np. jasnej definicji dokumentu planistycznego), zawiera ogólne wytyczne dla monitoringu zagospodarowania przestrzennego oraz utworzenia rejestru urbanistyczno-budowlanego, który powinien zawierać:

- zbiór danych wszystkich rozstrzygnięć i aktów podjętych na podstawie Kodeksu;
- jawny, powszechny dostęp;
- system teleinformatyczny (dostęp z internetu);
- funkcjonalności INSPIRE (wyszukiwanie wszystkich informacji o danej nieruchomości, newsletter dotyczący nieruchomości/obszaru).

Minimalny zakres monitoringu na każdym poziomie ma mieć ciągły charakter i być:

- podstawą podejmowania rozstrzygnięć przestrzennych;
- obowiązkiem organów prowadzących politykę przestrzenną;
- wykorzystywany z zewnętrznych źródeł danych (Infrastruktura Informacji Przestrzennej, Zintegrowany System Informacji o Nieruchomościach, satelitarna obserwacja Ziemi, statystyka publiczna);

Monitorowanie stref przeznaczonych do urbanizacji w SuiKZPG powinno charakteryzować:

- zgodność z programem rozwoju przestrzennego gminy;
- obszar zurbanizowany oraz (ewentualnie) obszar nowej urbanizacji;
- podział gminy na strefy funkcjonalne spójne z klasyfikacją HILUCS;
- standardy urbanistyczne;
- podstawowe parametry zagospodarowania terenu;
- plan wykonania studium – harmonogram realizacji polityki przestrzennej.

MONITOROWANIE ZJAWISK SPOŁECZNO-GOSPODARCZYCH I PRZESTRZENNYCH

Pomysłodawcą regionalnych obserwatoriów terytorialnych był Marek Woźniak⁷ (dyrektor Departamentu Strategii Rozwoju Miasta Krakowa), który sporządził ekspertyzę dotyczącą Krajowej Strategii Rozwoju Regionalnego 2010–2020 (KSRR, 2010; Woźniak, 2012).

Regionalne obserwatoria terytorialne (ROT) – zgodnie z zapisami strategii (KSRR, 2010) – są obligatoryjnymi elementami systemu monitorowania rozwoju na szczeblu regionalnym. Stanowią zaplecze badawczo-analityczne wykorzystywane przy kształtowaniu polityki rozwoju w województwie, monitorując efekty realizacji strategii rozwoju województwa, zbierając wyniki analiz i badań prowadzonych przez różne podmioty oraz systematyzując i udostępniając różnego typu zasoby wiedzy o regionie. Poza tym niektóre ROT prowadzą własne analizy i badania zgodne z potrzebami samorządu wynikającymi ze specyfiki danego województwa. W ramach systemu analityczno-monitoringowego działa również Krajowe Obserwatorium Terytorialne, do którego zadań należy m.in. promowanie dobrych praktyk w zakresie opracowań analitycznych i upowszechnianie wyników pracy ROT i swoich własnych. Koordynacją prac ROT (które formalnie podlegają marszałkom województw) oraz Krajowego Obserwatorium Terytorialnego (KOT) zajmuje się Ministerstwo Rozwoju (Wydział Analiz Terytorialnych i Polityki Spójności w Departamencie Strategii Rozwoju).

⁷ Na podstawie wywiadu autorów z Markiem Woźniakiem z 24 stycznia 2017 roku.

Na portalu internetowym Ministerstwa Rozwoju w części dotyczącej Krajowego Obserwatorium Terytorialnego (Ministerstwo Rozwoju, 2017) znajdują się linki do ROT poszczególnych województw. Niektóre z nich stanowią oddzielne portale internetowe, inne są tylko informacjami umieszczonymi w ramach istniejących już stron. Wspomniane portale ROT zostały przeanalizowane przez autorów artykułu zarówno pod względem zawartości merytorycznej, jak i układu, estetyki i struktury strony (badania z 2–3 stycznia 2017 roku). Z przeprowadzonych analiz wynika duża różnorodność w wymienionych aspektach. Brak spójności w układzie, estetyce i strukturze poszczególnych stron utrudnia szybką orientację w ich zawartości. Fakt, iż poszczególne jednostki ROT zostały wyodrębnione z innych struktur organizacyjnych, sprawia, że najczęściej nie mają one swoich autonomicznych portali internetowych, tylko funkcjonują jako fragmenty istniejących stron innych komórek organizacyjnych, np. biur planowania przestrzennego, co utrudnia ich bezpośrednie odnalezienie. Poza tym każda z analizowanych stron z informacją ROT zawiera odmienny, trudny do przewidzenia zestaw informacji. Nie występuje nawet minimalny, jednolity zestaw informacji dostępnych na każdej stronie ROT.

Większość ROT umieszcza na swoich stronach sporządzane przez siebie lub inne zewnętrzne jednostki opracowania (ekspertyzy, badania, analizy) dotyczące danego regionu. W tym przypadku istnieje bardzo duża rozbieżność pomiędzy zawartością poszczególnych stron, gdyż są województwa, które w ogóle nie udostępniają tego typu materiałów (być może ich nie posiadają). Natomiast województwo śląskie udostępnia nie tylko opracowania autorstwa jednostek rządowych i samorządowych różnego szczebla, instytucji naukowych i firm komercyjnych, ale również prowadzi własne badania i analizy, które publikuje później w formie odrębnych „Zeszytów Analizy RCAS”. ROT wielkopolskie z kolei wydaje „Biuletyn Wielkopolskiego Obserwatorium Terytorialnego”. Około 50% wszystkich ROT na swoich stronach zamieszcza bazy danych opisowych. Są one w różnym stopniu rozbudowane, zawierają różnego typu dane, które są w inny sposób skategoryzowane. Tylko w niektórych z nich istnieje możliwość wizualizacji danych w postaci tabel, map czy wykresów, a na nielicznych stronach zamieszczono linki do geoportali węzła wojewódzkiego czy innych stron, gdzie można znaleźć dodatkowe dane czy informacje o regionie. Tylko na niektórych stronach znajdują się informacje dotyczące strategii rozwoju województwa i jej monitorowania.

Instytut Rozwoju Terytorialnego we Wrocławiu efektywnie wykorzystał środki finansowe na rozwój obserwatorium, przeznaczyszy je na zakup komputerów, oprogramowań GIS, szkolenia pracowników w zakresie zaawansowanych analiz przestrzennych. Dzięki temu wrocławskie ROT jest nawet gotowe udostępniać zbiory danych przestrzennych za pośrednictwem usług sieciowych: WMS, WFS, WCS, gdyby tylko były do tego podstawy prawne (wywiad z 6 września 2016 roku).

Na podstawie przeprowadzonych analiz autorzy artykułu uważają, że dalszy rozwój informacji udostępnianych przez regionalne obserwatoria terytorialne powinien zmierzać w kierunku stworzenia oddzielnych portali dla każdego ROT, jednolitych pod względem układu, estetyki i struktury strony, a także ujednolicenia zawartości merytorycznej stron (z uwzględnieniem specyfiki każdego województwa). Do obowiązkowych elementów mogłyby się zaliczać: opracowania (analizy, badania, ekspertyzy), bazy danych z możliwością ich wizualizacji w postaci kartogramów czy kartodiagramów, odniesienia do geoportali, linki do jednostek zewnętrznych dysponujących dodatkowymi danymi, dokumenty strategiczne i planistyczne dla danego regionu.

Zwiększenie przystępności portali ROT poprzez wprowadzenie jednolitego przejrzystego układu stron oraz odpowiednie usystematyzowanie i uzupełnienie ich zawartości merytorycznej mogłoby przyczynić się do zwiększenia się grona ich odbiorców oraz sposobów wykorzystania udostępnianych informacji o regionie.

Bardzo istotne z tego względu byłyby powiązania z geoportalami regionalnych węzłów Krajowej Infrastruktury Informacji Przestrzennej, jak również Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych, o której wspomina Izdebski (2016).

Jak wynika z artykułu M. Grochowskiego (2011), w założeniach regionalne obserwatoria terytorialne miały być instytucją sieciową, sformalizowaną, działającą wedle przyjętych standardów, współpracującą ze wszystkimi jednostkami samorządu terytorialnego. System obserwatoriów terytorialnych miał dostarczać solidne podstawy diagnostyczne (obiektywna ocena zjawisk i procesów rozwoju) oraz instrumenty służące prognozowaniu rozwoju. Udało się wypracować wiele kwestii odnośnie do współpracy z Głównym Urzędem Statystycznym (w tym wskaźniki przekazywane do GUS wynikające ze strategii rozwoju – zakładka Strateg).

W Polsce większość inwestycji budowlanych powstaje w wyniku procedury ustalania warunków zabudowy w formie decyzji administracyjnych, wydawanych na różnych poziomach zarządzania, a nie na podstawie miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Ustalenia wszelkiego rodzaju strategii rozwoju generalnie nie obowiązują przy wydawaniu: decyzji lokalizacyjnych, o których mowa w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (w tym decyzji specjalnych) regulowanych przez tzw. ustawy specjalne. Ze względu na mały udział procentowy pokrycia powierzchni kraju miejscowymi planami i bardzo dużą liczbę inwestycji realizowanych na podstawie tych decyzji, trudno mówić o skuteczności przełożenia ustaleń strategii rozwoju na stan zagospodarowania przestrzeni.

OBECNE I NOWE TYPY PLANÓW WEDŁUG A. NOWORÓŁA W KONTEKŚCIE ICH UDOSTĘPNIANIA

Istotny wkład w porządkowanie podstawowych zagadnień związanych z ustanowieniem nowych narzędzi polityki przestrzennej, nowych typów dokumentów strategicznych, planistycznych (nowa ranga SUIKZPG) wniósł A. Noworól (2014).

Z jego obszernej, wnikliwej ekspertyzy wynika, że spośród wymienionych planów i programów na poziomie regionalnym aż 26 na 40 zawiera bezpośrednie odniesienie do problematyki przestrzennej. Ukazuje to, jak istotny jest przestrzenny wymiar planowania rozwoju. Konieczne jest ściślejsze powiązanie różnych form planowania.

Noworól prezentuje konkretny model typów zintegrowanych dokumentów strategicznych, operacyjnych i planistycznych na każdym poziomie zarządzania, których monitorowanie i ewaluacja wydają się być bardziej realne i możliwe do realizacji w praktyce w porównaniu z obecną, dużą liczbą tego typu dokumentów. Aby zyskały one większe poparcie ogółu, wymienia się je poniżej w celu przyspieszenia pozytywnego rozstrzygnięcia dyskursu. Zasadne jest – zdaniem Noworóla – by w SUIKZPG dokonać podziału (o statusie prawa miejscowego) obszarów gminy na tereny zabudowane, tereny rozwojowe i tereny bez prawa zabudowy oraz by zróżnicować politykę gminy na tych terenach.

Tab. 1. Monitoring i ewaluacja wdrażania dokumentów planistycznych według A. Noworóla

Dokument strategiczny/planistyczny	Podmioty monitorujące i ewaluujące	Podmioty odbierające wyniki monitoringu
Zintegrowany plan rozwoju województwa (ZPRW) obligatoryjny	Zarząd województwa przy udziale innych podmiotów	Sejmik wojewódzki
Zintegrowany regionalny program rozwoju (ZRPR) obligatoryjny	Zarząd województwa przy udziale innych podmiotów	Komisja Europejska Ministerstwo Rozwoju, sejmik wojewódzki
Subregionalna strategia rozwoju obszaru funkcjonalnego (węzłowego) obligatoryjna dla obszaru funkcjonalnego	Biuro wykonawcze, partnerstwa terytorialne obszaru funkcjonalnego	Partnerstwo terytorialne – zarząd województwa (w zakresie polityki przestrzennej)
Strategia rozwoju powiatu nieobligatoryjna	Zarząd powiatu przy udziale innych podmiotów	Rada powiatu
Zintegrowany program rozwoju powiatu obligatoryjny	Zarząd powiatu, starosta przy udziale innych podmiotów	Rada powiatu – zarząd województwa jako instytucja zarządzająca regionalnym programem operacyjnym (w zakresie korzystania z EFSI)
Strategia rozwoju gminy (gminy wiejskie i miejsko-wiejskie, miejskie według uznania) nieobligatoryjna	Wójt, burmistrz przy udziale innych podmiotów	Rada gminy lub miasta
Zintegrowany plan rozwoju miasta obejmujący politykę przestrzenną całego miejskiego, jednośrodkowego ośrodka funkcjonalnego	Prezydent miasta rdzeniowego, organy wykonawcze członków partnerstwa terytorialnego miejskiego ośrodka funkcjonalnego, biuro partnerstwa terytorialnego miejskiego ośrodka funkcjonalnego, inne podmioty	Rada miasta rdzeniowego oraz miast i gmin miejskiego ośrodka funkcjonalnego, partnerstwo terytorialne, zarząd województwa (polityka przestrzenna)
Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy obligatoryjne	Wójt, burmistrz, prezydent – zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym	Rada gminy lub miasta
Zintegrowany program rozwoju gminy lub zintegrowany miejski program rozwoju	Wójt, burmistrz, prezydent przy udziale innych podmiotów	Rada gminy lub miasta, zarząd województwa jako instytucja zarządzająca regionalnym programem operacyjnym (w zakresie korzystania z EFSI)
Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego obligatoryjny (w określonych ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym sytuacjach)	Wójt, burmistrz, prezydent – zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym	Rada gminy lub miasta

Źródło: opracowanie własne na podstawie Noworól (2014)

Dla gmin wiejskich, miejsko-wiejskich i niektórych miejskich Noworól (2014) rekomenduje poza tym dokumentem nieobligatoryjną strategię rozwoju gminy z 10-letnim horyzontem czasowym.

Dla miast na prawach powiatu: wojewódzkich, regionalnych i subregionalnych (KPZK, 2011) proponuje się model planowania strategicznego, charakteryzujący się trzema cechami:

1. 10-letni plan strategiczny – zintegrowany plan rozwoju miasta (ZPRM) ma charakter obligatoryjny,
2. ZPRM obejmuje problematykę strategii społeczno-gospodarczej (jak strategia rozwoju gminy) oraz problematykę SUIKZPG,
3. ZPRM jest obligatoryjnie opracowywany w skali miejskiego ośrodka funkcyjnego, a nie wyłącznie w skali miasta.

Autor koncepcji uzasadnia, że planowanie strategiczne w modelu określanym jako miejski zakłada odmienne podejście, pozwalające na uwzględnienie w procesach planistycznych znaczenia ośrodka miejskiego w skali międzynarodowej, krajowej i regionalnej.

Noworól w swojej ekspertyzie (2014) nie odniósł się jednak do obowiązku udostępniania dokumentów w Infrastrukturze Informacji Przestrzennej (IIP) oraz ich definicji, o których mowa w rozporządzeniu Komisji (UE) nr 1253/2013 regulującym kwestie interoperacyjności zbiorów i usług danych w temacie danych przestrzennych INSPIRE – „zagospodarowanie przestrzenne”:

„Dokumentacja urzędowa – w tym plan zagospodarowania przestrzennego – może obejmować zastosowane prawodawstwo, regulacje, elementy kartograficzne, elementy opisowe, które mogą być związane z kompletnym planem zagospodarowania przestrzennego, wydzielenie stref lub przepisy dodatkowe. W niektórych krajach członkowskich teksty będą częścią zbioru danych (można im przypisać atrybut tekstu regulacji), w innych zaś tekst nie będzie częścią zbioru danych i obecne będzie odniesienie do dokumentu lub aktu prawnego (...).

Plan zagospodarowania przestrzennego – to zestaw dokumentów, w których wskazano kierunek strategiczny rozwoju danego obszaru geograficznego, przedstawiono politykę, priorytety, programy i podział gruntów służące realizacji kierunku strategicznego i wpływające na rozkład ludności oraz działalności w różnej skali przestrzennej. Plan zagospodarowania przestrzennego może zostać opracowany na potrzeby planowania miejskiego, planowania regionalnego, planowania w zakresie ochrony środowiska, planowania krajobrazu, krajowych planów zagospodarowania przestrzennego lub planowania przestrzennego na szczeblu UE” (Noworól, 2014).

Zdaniem autorów artykułu w polskiej legislacji powinna zostać przyjęta jasna definicja wyżej wymienionego planu zagospodarowania przestrzennego, aby nie było wątpliwości, który dokument planistyczny (opracowany w formie elektronicznej) wskazuje kierunek strategiczny i jako taki ma być udostępniany (formalnie na poziomie europejskim) w Infrastrukturze Informacji Przestrzennej. Rekomenduje się udostępniać na tym poziomie opracowania planistyczne obejmujące większe obszary (co najmniej obszar całej gminy), np. SUIKZPG jako dokument z wydzielonymi strefami HILUCS.

Trudno natomiast wypowiadać się o udostępnianiu planu zagospodarowania województwa w jego obecnej formie czy nowych typach dokumentów, jak zintegrowany plan rozwoju miasta, zintegrowany plan rozwoju województwa, nie znając ich formy i zakresu (czy tylko zasięg planu i rastrowy obraz z georeferencją?).

Dla polskich użytkowników istnieje potrzeba nadania georeferencji wszystkim decyzjom warunkującym zagospodarowanie przestrzenne, aby można było generalizować dane przestrzenne i udostępniać je w ramach Krajowej Infrastruktury Danych

Przestrzennych (traktując rejestr decyzji jako zbiór danych przestrzennych, mapy lokalizacji decyzji). Ułatwiłoby to opinowanie decyzji, tworzenie wszystkich opracowań planistycznych, inspirowałoby przedsiębiorców do tworzenia nowych aplikacji.

W związku z tym, że rejestry decyzji lokalizacyjnych są pokaźnym źródłem danych przestrzennych, istnieje potrzeba utworzenia, na wzór Republiki Czeskiej, Krajowej strategii informacji geoprzestrzennej, z uwzględnieniem analiz finansowych, ekonomicznych dla proponowanych rozwiązań (z udziałem ekspertów od Infrastruktury Informacji Przestrzennej (IIP), ekonomistów, informatyków, techników GIS, urbanistów, planistów, architektów, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego).

POTRZEBY MONITORINGU ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENNEGO DLA PRZEMYSŁU 4.0

Przedsiębiorcy mogliby być zainteresowani monitoringiem danych przestrzennych o zmianach społeczno-gospodarczych, pracach badawczo rozwojowych prowadzonych w przedsiębiorstwach, zatrudnieniu w sektorze badań i rozwoju, biotechnologii na terenie regionów. Banki danych o regionie ROT mogłyby dostarczać informacji wejściowych do planowania gospodarki 4.0 na poziomie krajowym i regionalnym. Badania mogą być prowadzone w celu rozpoznania możliwości budowy gospodarki 4.0. Badania nad gospodarką 4.0 są już prowadzone za granicą, w Niemczech, gdzie rząd przeznacza na ten projekt 200 mln euro. Obecnie w Niemczech znajduje się 230 projektów przemysłu 4.0. Przy tym część jest dopiero w fazie rozwojowej, a całe zamierzenie – w trakcie dyskusji. Wymiana poglądów dotyczy nowego modelu biznesowego oraz wzajemnych relacji przedsiębiorstw. Najważniejszymi problemami są brak akceptowalnej definicji i standardów niezbędnych do takiej komunikacji, a także utrzymanie praw pracowniczych w przypadku redukcji zatrudnienia. Niemcy są zainteresowane niemiecko-polskim testowaniem pomysłów rodzących się w czwartej rewolucji przemysłowej. Przedstawiciele działających w Polsce przedsiębiorstw wymieniają przede wszystkim korzyści w redukcji struktur firm produkcyjnych. Można zrezygnować z prototypowni, bo prototyp może być wirtualny, a rzeczywisty pierwszy wyrób od razu zostałby przeznaczony na rynek. Obserwuje się trudność wynikającą z niejednoznacznego definiowania tych samych pojęć. Dla niektórych „gospodarka 4.0” nie jest równoważna z „przemysłem 4.0”. Pierwszy termin to cyfryzacja gospodarki, a drugie określenie dotyczy informatyzacji przedsiębiorstw, bliższe funkcji narzędzia niż jakiegoś systemu. Portal Beyond.pl jest zdania, że nie należy spodziewać się rewolucji, ale powolnej ewolucji prowadzącej do tego, że idea przemysłu 4.0” stanie się naturalną rzeczywistością polskich regionów (np. przez dane w chmurze). Obecnie przedsiębiorcy nie wiedzą, jakie korzyści mogą uzyskać z internetu. Specjaliści z polskiego sektora IT zwracają uwagę na różnice występujące w polskiej i niemieckiej gospodarce. O ile za Odrą kładzie się nacisk na długofalowe rozwiązania (horyzont 2025 roku), o tyle zakładany okres zwrotu finansowego z polskiej innowacji z tego zakresu liczy się w miesiącach. Barierą dla branży w Polsce są przepisy prawne, które zupełnie nie są adekwatne do innowacji w gospodarce. W innym miejscu widzi się też źródło powstawania start-upów i dalszego ich wsparcia. W Niemczech powstają one na ramionach gigantów, czyli przede wszystkim jako inicjatywy kadr inżynierskich wielkich firm, wykraczające poza ramy działania tych korporacji, ale przez nie wspierane. W Polsce polega to na indywidualnym rozwoju biznesu. Olbrzymim wyzwaniem jest bezpieczeństwo w gospodarce 4.0. Oprócz ataków

hakerskich ważna jest niezawodność procesów czy usług (np. robotów w medycynie, programów w transporcie lotniczym). Występuje konieczność oceny zagrożeń i ewentualnej prawnej akceptacji pojawiającego się ryzyka. Pojawia się też problem kształcenia kadr dla innowacyjnej gospodarki. W Polsce firmy jak zielone wyspy same inicjują, organizują i finansują kształcenie swoich przyszłych potencjalnych pracowników.

DYSKUSJA I WNIOSKI DO REALIZACJI

W Polsce obserwuje się brak kompleksowego podejścia do konstruowania od podstaw Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych, uzupełniającej zawartość Krajowej Infrastruktury Informacji Przestrzennej (INSPIRE) o istotne dane przestrzenne wynikające z licznych publicznych rejestrów decyzji warunkujących zagospodarowanie przestrzenne. Autorzy referatu zwracają uwagę na potencjał budowy takiej infrastruktury na poziomie regionalnym w powiązaniu z poziomem powiatowym (przy wsparciu powiatowych ośrodków dokumentacji geodezyjnej i kartograficznej – PODGiK).

Istnieje potrzeba utworzenia w Polsce Krajowej strategii informacji geoprzestrzennej, uwzględniającej: potrzeby użytkowników w zakresie dostępu do danych przestrzennych wynikających z rejestrów publicznych decyzji warunkujących zagospodarowanie przestrzenne, popartej niezbędnymi analizami finansowymi, ekonomicznymi, eksperckimi dla rozwiązań Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych (Strategia GUGiK, 2012).

Konieczne są pilne działania, w tym rządowe, zmierzające do wprowadzenia obowiązku: nadawania georeferencji w rejestrach decyzji warunkujących zagospodarowanie przestrzenne (w tym o pozwoleniu na budowę) i udostępniania ich za pośrednictwem zestandaryzowanych usług sieciowych (w formie zbiorów lokalizacji), kontrolowania zjawiska wydawania decyzji lokalizacyjnych, wykonywania opracowań planistycznych w formie baz danych (GIS), a na poziomie lokalnym ponadto z uwzględnieniem podziału na strefy HILUCS (w celu monitorowania zmian w interwałach czasowych).

Zwraca się uwagę na niewykorzystany potencjał powstałych regionalnych obserwatoriów terytorialnych, które w założeniu miały tworzyć zestandaryzowany bank danych o regionie dla różnego typu odbiorców, w tym zarządzających danym terytorium, urbanistów, przedsiębiorców, polityków, środowiska naukowe. Pytaniem otwartym jest, czy ROT są zainteresowane poszerzaniem swoich kompetencji w zakresie: 1) analiz przestrzennych GIS, 2) współpracy z jednostkami planistycznymi, 3) współpracy z jednostkami udostępniającymi dane przestrzenne, odpowiadającymi za węzły IIP, IDP.

Aktualnie monitorowanie oraz udostępnianie informacji o zjawiskach społeczno-gospodarczych i przestrzennych, w rozumieniu tych dotyczących powstawania i wdrażania strategii rozwoju województwa z przekazywaniem wskaźników do GUS, analiz na podstawie danych GUS, jest niewystarczające do zapewnienia równoważenia rozwoju danego terytorium, regionu, kraju.

Nie ma w kraju platformy internetowej, na której byłby udostępniany kompleksowo bank danych o regionie z informacją o zjawiskach społeczno-gospodarczych i przestrzennych w powiązaniu z węzłem (np. regionalnej) Infrastruktury Informacji Przestrzennej (INSPIRE), jak również Infrastruktury Danych Przestrzennych, gdzie byłby udostępniane wszystkie informacje opisowe i przestrzenne łącznie (w tym dotyczące polityki przestrzennej: zasięgi miejscowych planów, mapy lokalizacji decyzji itp.).

W ocenie autorów problem budowy krajowego zintegrowanego systemu monitorowania zagospodarowania przestrzennego nie został rozwiązany ze względu na oczekiwanie na zmianę systemu planowania przestrzennego (bez decyzji specjalnych). O ich zniesieniu mówi również projekt Kodeksu urbanistyczno-budowlanego (2016). W przypadku nadania georeferencji tym decyzjom i włączeniu ich do opisanych infrastruktury oznaczałoby to utrwalenie funkcjonowania wspomnianych dwóch systemów planowania przestrzennego.

Jeżeli w wyniku reform będą zlikwidowane decyzje specjalne, tj. inwestycje liniowe byłyby budowane na podstawie planów inwestycji liniowych (za pośrednictwem np. jednostki rozliczającej rządowe pieniądze na budowę zadań rządowych), główna uwaga w odniesieniu do monitorowania zmian w zagospodarowaniu przestrzennym powinna być skupiona na monitorowaniu porównywalnych stref ustanowionych dla obszaru gminy, spójnych z klasyfikacją europejską HILUCS.

Program Inteligentny Rozwój 2014–2020, inne programy dotyczące „pomocy technicznej” mogą być wsparciem w prowadzeniu badań naukowych, rozwoju nowych, innowacyjnych technologii oraz działań na rzecz podnoszenia konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw (pobudzenie innowacyjności polskiej gospodarki poprzez zwiększenie nakładów prywatnych na badania i rozwój oraz kreowanie popytu przedsiębiorstw na innowacje i prace badawczo-rozwojowe).

Literatura

References

- Annoni, A. (2011). Inspire and the Digital Agenda for Europe, Spatial Information for Poland and Europe. *Annals of Geomatics*, IX (5), 17–27. Warszawa: Polish Association for Spatial Information.
- Anusz, S. (2007). Doświadczenia monitoringu planowania przestrzennego. *Zeszyty Geomatyki*, V (7), 10–26. Warszawa: Polskie Towarzystwo Informacji Przestrzennej. Pozyskano z <http://ptip.org.pl/download/files/RG2007z7-Anusz.pdf>
- Anusz, S. (2008). Opis dokonań planowania przestrzennego na podstawie kolejnych edycji monitoringu. W: *Planowanie przestrzenne w Polsce po wprowadzeniu ustroju samorządowego. Diagnoza stanu i nowe propozycje*. Warszawa: Instytut Gospodarki Przestrzennej i Mieszkalnictwa, 91–155.
- Dyrektywa 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 14 marca 2007 r. ustanawiająca infrastrukturę informacji przestrzennej we Wspólnocie Europejskiej (INSPIRE)
- D2.8.III.4 Data Specification on Land Use – Draft Guidelines. (2017, 1 lutego). Pozyskano z http://inspire.ec.europa.eu/documents/Data_Specifications/INSPIRE_DataSpecification_LU_v3.0.pdf
- Grochowski, M. (2017, 11 stycznia). Regionalne obserwatoria terytorialne jako instrument monitorowania rozwoju regionalnego, warsztaty w Białobrzegach, 20–21 maja 2011 roku. Pozyskano z http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.desklight-970b-40b1-8f65-4313-a77a-ad10f26196ff/c/msr_7_grochowski.pdf
- Gzell, S. (2010, 9–10 grudnia). Wystąpienie na konferencji „Ular 5. Pomiedzy miastem a nie-miastem”. Gliwice, Centrum Edukacyjno-Kongresowe Politechniki Śląskiej.
- Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania Polskiej Akademii Nauk (IGiPZPAN) (2017, 11 stycznia). Pozyskano z https://www.igipz.pan.pl/project_en/events/4_4903.html
- Instytut Geodezji i Kartografii Polskiej Akademii Nauk (IGiKPAN) (2017, 11 stycznia). Pozyskano z <http://www.igik.edu.pl/pl/kartografia-zintegrowany-system-monitoringu-zagospodarowania-przestrzennego>
- Izdebski, W. (2016). *Informacja przestrzenna w Polsce – teoria i praktyka*. Pozyskano z http://www.izdebski.edu.pl/kategorie/Publikacje/WIzdebski_InformacjaPrzestrzenna_w_Polsce_Teoria_i_praktyka.pdf

- Kodeks urbanistyczno-budowlany. Wersja z 30 września 2016 r. – konsultacje publiczne (2016). Ministerstwo Infrastruktury i Budownictwa. Pozyskano z <http://mib.gov.pl/files/0/1797410/projektKUB.pdf>
- Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030 (KPZK) (2011, 14 grudnia). Ministerstwo Rozwoju. Pozyskano z http://mr.bip.gov.pl/strategie-rozwoj-regionalny/17847_strategie.html
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów „W kierunku interoperacyjności dla europejskich usług publicznych” z 16 grudnia 2010 r. (2010). Pozyskano z <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52010DC0744>
- Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010–2020 (KSRR) (2010). Ministerstwo Rozwoju. Pozyskano z https://www.mr.gov.pl/media/3337/KSRR_13_07_2010.pdf
- Ministerstwo Rozwoju (2017, 2 stycznia). Pozyskano z <https://www.mr.gov.pl/strony/zadania/polityka-rozwoju-kraju/zarzadzanie-rozwojem-kraju/krajowe-obserwatorium-terytorialne/o-krajowym-i-regionalnych-obserwatoriach-terytorialnych/>
- Noworól, A. (2014). *Ekspertyza – przegląd i ocena obowiązującego systemu zarządzania polityką rozwoju na poziomie regionalnym, subregionalnym, powiatowym i gminnym wraz z rekomendacjami dotyczącymi pożądanych zmian w celu budowy modelu spójnego z poziomem krajowym*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju.
- Rozporządzenie Komisji (UE) nr 1253/2013 z dnia 21 października 2013 r. zmieniające rozporządzenie (UE) nr 189/2010 w sprawie wykonania dyrektywy 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczące operacyjności zbiorów i usług danych przestrzennych.
- Stelmach-Fita, B. (2011). Udostępnienie treści planistycznych w celu zintegrowanego zarządzania przestrzenią miejską. W: *Miasto zwarte. Miasto rozproszone. Materiały ogólnopolskiej konferencji doktorantów Wydziału Architektury, Warszawa, 4–5.11.2011*. Warszawa: Wydział Architektury Politechniki Warszawskiej, 45–57.
- Stelmach-Fita, B. (2014). Publiczny dostęp do danych o zagospodarowaniu przestrzennym: potrzeby i ograniczenia. *Seria monografie. Gospodarka Przestrzenna. Współczesne uwarunkowania gospodarowania przestrzenią – szanse i zagrożenia dla zrównoważonego rozwoju*, 6. Warszawa: Wydział Geodezji i Kartografii Politechniki Warszawskiej, 11–23.
- Strategia Europa 2020 (2010). Komunikat Komisji Europejskiej z 3 marca 2010 roku pt. *Europa 2020: strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*. Pozyskano z http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf
- Strategia Głównego Urzędu Geodezji i Kartografii – Informacja przestrzenna fundamentem społeczeństwa informacyjnego w nowoczesnym państwie (2012). Pozyskano z http://www.gugik.gov.pl/_data/assets/pdf_file/0010/2143/Strategia-GUGiK.pdf
- Ustawa z dnia 4 marca 2010 r. o infrastrukturze i informacji przestrzennej (Dz.U. z 2010 r. nr 76, poz. 489, z późn. zm.).
- Woźniak, J. (2012). Dylematy modelu instytucjonalnego zarządzania rozwojem województwa. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju Polskiej Akademii Nauk*, 140, 167–184.

Beata Stelmach-Fita, dr inż. architekt, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie. Absolwentka Politechniki Warszawskiej, doktor nauk technicznych w dyscyplinie architektura i urbanistyka. Zainteresowania dotyczą porządkowania geoinformacji o zagospodarowaniu przestrzennym w Polsce oraz upowszechniania technologii GIS. Jest autorką projektów budynków użyteczności publicznej, mieszkalnych, miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Ma doświadczenie w pracy w jednostkach samorządu terytorialnego oraz w administracji centralnej. Rada Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej przyznała jej wyróżnienie za rozprawę doktorską. Otrzymała rekomendacje Izby Architektów RP do prac w komisjach dotyczących tematu danych przestrzennych Zagospodarowanie przestrzenne 2014.

Beata Stelmach-Fita, Ph.D., Pedagogical University of Cracow, an architecture graduate from Warsaw University of Technology, doctor of technical sciences in architecture and urbanism. Her research interests relate to the organising of geo-information in Poland on the topic Land Use and dissemination of GIS. She is the author of projects of public and residential buildings, local spatial development plans. She has experience in work in local government and central government. The Council of Architecture Faculty of the Warsaw

University of Technology awarded her the honor for her doctoral dissertation. In 2014 she received the recommendations of the Chamber of Architects for work in the committees on spatial data theme of Land Use.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: bfita@up.krakow.pl

Monika Paulina Pękalska, dr inż. architekt, adiunkt, Uniwersytet Warszawski. Absolwentka Politechniki Warszawskiej na kierunku architektura, doktor nauk technicznych w dyscyplinie architektura i urbanistyka, specjalizacja planowanie przestrzenne. Przez szereg lat pracownik pracowni urbanistycznych, w tym m. st. Warszawy. Brała udział w sporządzaniu różnego typu analiz i studiów urbanistycznych oraz miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego dla terenów Warszawy i terenów podmiejskich. Uczestniczka stypendiów (École d'Architecture de Paris-La Villette, Institut für Stadt- und Regionalplanung TUB Fakultät VI), grantów, konferencji i warsztatów urbanistycznych.

Monika Paulina Pękalska, Ph.D., University of Warsaw, an architecture graduate from Warsaw University of Technology, doctor of technical sciences in architecture and urbanism, specialising in spatial planning. She is experienced in urban planning, including working in Warsaw. She has participated in preparing various types of analyses, urban studies, and spatial development plans for Warsaw and its suburbs. She has received many scholarships (Ecole d'Architecture de Paris La Villette, Institut für Stadt- und Regionalplanung TUB Fakultät VI), grants, has taken part in conferences and workshops in urban planning.

Adres/address:

Uniwersytet Warszawski
Wydział Geografii i Studiów Regionalnych
Instytut Studiów Regionalnych i Globalnych
Zakład Geografii Rozwoju i Planowania Przestrzennego
Krakowskie Przedmieście 30, 00-927 Warszawa, Polska
e-mail: m.pekalska@uw.edu.pl

Paweł Bartoszczuk, dr inż., absolwent Politechniki Warszawskiej na kierunku biotechnologia, dr nauk ekonomicznych, pracownik naukowy Szkoły Głównej Handlowej. Stypendysta Japan Society for Promotion of Science. Wykładowca i stażysta na Northeastern Illinois University w Chicago oraz Aarhus University w Danii. Ekspert Eurostatu i Parlamentu Europejskiego. Kierownik projektów badawczych finansowanych przez Narodowe Centrum Nauki i projektów z gospodarki wodnej. Członek komitetów naukowych międzynarodowych konferencji Enviroinfo, Water Economics and Statistics, Risk analysis. Autor ponad 90 publikacji naukowych, ekspertyz dla Komisji Europejskiej z zakresu środowiska i Banku Światowego.

Paweł Bartoszczuk, a graduate of Warsaw University of Technology, Biotechnology, Ph.D. in Economics, researcher at the Warsaw School of Economics. He has received a scholarship from Japan Society for Promotion of Science. Lecturer and intern at the Northeastern Illinois University in Chicago, and the University of Aarhus in Denmark. Expert at Eurostat and the European Parliament. Head of research projects funded by the National Science Centre. Member of the organising committee and international scientific conferences Enviroinfo, Water Economics and Statistics, Risk analysis, Author of over 90 publications, expertises for the European Commission in the field of environment and Water and the World Bank.

Adres/address:

Szkoła Główna Handlowa
al. Niepodległości 162, 02-554 Warszawa, Polska
e-mail: pbarto1@sgh.waw.pl

BEATA STELMACH-FITA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Europejskie źródła danych w zakresie zagospodarowania przestrzennego: potrzeby i ograniczenia

European Sources of Spatial Data on Land Use: Needs and Constraints

Streszczenie: Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu, zawarta w komunikacie Komisji Europejskiej pt. *Europa 2020* (Strategia Europa 2020, 2010), przedstawia wizję gospodarki rynkowej Europy w XXI wieku odnoszącej pełne korzyści gospodarcze i społeczne. Jedną z inicjatyw strategii Europa 2020, zawartych w komunikacie Komisji pt. *Europejska Agenda Cyfrowa* (Komunikat Komisji..., 2010a), przyznaje doniosłą rolę poprawie standardów w dziedzinie technologii informacyjno-komunikacyjnych dla zapewnienia interoperacyjności aplikacji, usług i produktów, mając na względzie zmniejszenie fragmentaryzacji rynku cyfrowego, a jednocześnie promowanie innowacji i konkurencji. Z kolei inną inicjatywą tej strategii, zawartą w komunikacie zatytułowanym *Zintegrowana polityka przemysłowa w erze globalizacji. Konkurencyjność i zrównoważony rozwój na pierwszym planie* (Komunikat Komisji..., 2010b), wzywa Europę do rozwijania systemu standardów, który spełniałby oczekiwania zarówno uczestników rynku, jak i europejskich władz publicznych, promując jednocześnie wpływy Europy wykraczające poza jednolity rynek w globalnej gospodarce. Ogólnym celem agendy cyfrowej jest zapewnienie korzyści gospodarczych i społecznych z jednolitego rynku cyfrowego w oparciu o szybki i ultraszybki internet oraz interoperacyjne aplikacje. Autorka zwraca uwagę na potrzeby i ograniczenia związane z pozyskiwaniem zestandaryzowanych źródeł i usług danych przestrzennych dotyczących zagospodarowania przestrzennego w warunkach polskich, prezentując swoje wyniki badań jakościowych, wywiady pogłębione z polskimi ekspertami szkolącymi, specjalistami GIS, planistami przestrzennymi, przeprowadzone w latach 2011–2013, na tle doświadczeń innych krajów, w tym Wielkiej Brytanii, Holandii i Republiki Czeskiej.

Abstract: The Europe 2020 strategy, defined in the Communication from the Commission entitled Europe 2020 is: a strategy for smart, sustainable and inclusive growth that sets out a vision of Europe's social market economy for the 21st century enjoying the full economic and social benefits of a digital society. One of the initiatives of the Europe 2020 strategy, set out in the Communication from the Commission entitled A Digital Agenda for Europe, gives a prominent role to improved standard setting in the field of information and communication technologies (ICT) to ensure interoperability between ICT applications, services and products with a view to reducing fragmentation of the digital single market while at the same time promoting innovation and competition. Another initiative of the Europe 2020 strategy, set out in the Communication from the Commission entitled An Integrated Industrial Policy for the Globalisation Era – Putting Competitiveness and Sustainable at Centre Stage, calls on Europe to develop a standards system

that meets the expectations of both market players and European public authorities while also promoting European influence beyond the single market in the globalised economy. The overall aim of the Digital Agenda is to deliver sustainable economic and social benefits from a digital single market based on fast and ultra fast Internet and interoperable applications. The author draws attention to the needs and limitations associated with spatial data services on the theme of "Land Use: in Polish conditions, presenting results of her qualitative research, in-depth interviews among Polish experts trainers, specialists in GIS, spatial planners, conducted in 2011–2013 against the background of the experiences of other countries, including Britain, the Netherlands and the Czech Republic.

Słowa kluczowe: administracja publiczna; bazy i usługi danych przestrzennych; geoinformacja; integracja danych; przedsiębiorcy; samorząd terytorialny; zagospodarowanie przestrzenne

Keywords: entrepreneurs; geo-information; Land Use; local government; public administration; spatial databases and services

Otrzymano: 10 kwietnia 2017

Received: 10 April 2017

Zaakceptowano: 13 lipca 2017

Accepted: 13 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Stelmach-Fita, B. (2017). Europejskie źródła danych w zakresie zagospodarowania przestrzennego: potrzeby i ograniczenia. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3)185–203. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.12>

WSTĘP

Omawiane zagadnienia dotyczą problemów z implementacją w Polsce przywołanych poniżej dwóch dyrektyw regulujących kwestie dostępności informacji przestrzennej, dokumentów sektora publicznego w zakresie zagospodarowania przestrzennego.

Inspiracją do napisania artykułu była lektura raportu referencyjnego JRC *Model koncepcyjny rozwijania specyfikacji interoperacyjności w infrastrukturach danych przestrzennych* (Toth, Portele, Lilert, Lutz, Nunes de Lima, 2012), który w przystępny sposób przybliżył zagadnienia poszukiwań rozwiązań dla interoperacyjności i harmonizacji zbiorów danych przestrzennych, w tym odnoszących się do 34 tematów danych przestrzennych dyrektywy 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 14 marca 2007 r. (INSPIRE). Jednym z tematów jest zagospodarowanie przestrzenne¹.

Współcześnie informacje geograficzne są gromadzone, przetwarzane i wykorzystywane w tak zróżnicowanych obszarach, jak hydrologia, łagodzenie skutków klęsk żywiołowych, statystyka, zdrowie publiczne, geologia, obrona cywilna, rolnictwo, ochrona przyrody i wiele innych. Wyzwania związane z brakiem dostępności, jakością, organizacją i współdzieleniem informacji przestrzennej są powszechne w wielu politykach i działaniach, a natknąć się na nie można na różnych szczeblach władzy publicznej w Europie (Toth, Portele, Lilert, Lutz, Nunes de Lima, 2012).

Wspomniana dyrektywa podejmuje środki dotyczące tych wyzwań poprzez ustanowienie Infrastruktury Informacji Przestrzennej (IIP) we Wspólnocie Europejskiej dla polityk środowiskowych lub polityk i działań mających wpływ na środowisko. Ponadto uzupełnieniem sformalizowanej IIP są krajowe infrastruktury danych przestrzennych (Spatial Data Infrastructures, SDI), które są w coraz większym stopniu powiązane

¹ Terytorium charakteryzowane ze względu na jego obecny lub przyszły wymiar funkcjonalny lub przeznaczenie społeczno-gospodarcze (np. mieszkaniowe, przemysłowe, handlowe, rolnicze, leśne, wypoczynkowe).

i zintegrowane z systemami rozwijanymi w kontekście e-rządu. Istotnym czynnikiem stymulującym tę ewolucję jest Agenda Cyfrowa dla Europy, która rekomenduje „ustanowienie wspólnego wykazu usług transgranicznych, które umożliwią przedsiębiorcom i obywatelom niezależne funkcjonowanie lub działalność w całej UE oraz utworzenie systemów wzajemnego uznawania tożsamości elektronicznej” (Annoni, 2011).

O działaniach Agendy, istotnych dla tworzenia, przekształcania, rozbudowy wspomnianych infrastruktur pisze A. Annoni (2011), wymieniając m.in.: obszar I – jednolity rynek cyfrowy; działania 3 – otwarcie zasobów danych publicznych dla ponownego wykorzystania; obszar II – interoperacyjność i normy; działania: 21 – zaproponowanie legislacji na temat interoperacyjności technologii informacyjno-komunikacyjnych (TIK); 22 – promowanie zasad przyjmowania standardów (uwzględnienie relatywnych kosztów do alternatywnych rozwiązań technicznych); 23 – wydanie wytycznych standardyzacji i zamówień publicznych TIK; 24 – przyjęcie strategii i ram interoperacyjności europejskiej; obszar VII – TIK dla wyzwań społecznych; działania: 84 – wspieranie transgranicznych usług e-administracji w ramach jednolitego rynku; 85 – przegląd dyrektywy dotyczącej publicznego dostępu do informacji na temat środowiska. E-usługi administracji miały oferować oszczędny sposób uzyskania lepszych usług przez każdego obywatela i każde przedsiębiorstwo oraz opartą na uczestnictwie, otwartą i przejrzystą administrację.

W komunikacie Komisji zatytułowanym *W kierunku interoperacyjności dla europejskich usług publicznych* przewidywano, że społeczność INSPIRE wprowadzi nowe usługi i narzędzia, które będą mogły być ponownie wykorzystane w innych sektorach mających do czynienia z lokalizacją i usługami geoinformacyjnymi. Ideałem miało być przyjęcie specyfikacji INSPIRE jako standardów międzynarodowych dla usług lokalizacyjnych, w rezultacie stymulujących rozwój różnych inwestycji.

O ile wytyczne techniczne dyrektywy INSPIRE z 2007 roku wprowadzają obowiązek stosowania sztywnych reguł formalnych dotyczących harmonizacji i interoperacyjności zbiorów danych przestrzennych dla 34 tematów, o tyle dyrektywa w sprawie ponownego wykorzystania informacji sektora publicznego z 2003 roku² (aktualizacja w 2013 roku) pozostawia w tym zakresie więcej dowolności co do formatu udostępniania dokumentów. Mówi o tym zapis w rozdziale III *Warunki ponownego wykorzystania*, art. 5 *Dostępne formaty*: „1. Organy sektora publicznego udostępniają swoje dokumenty w jakimkolwiek istniejącym formacie lub języku, a jeżeli jest to możliwe i w stosownych przypadkach – w formacie otwartym przeznaczonym do odczytu komputerowego wraz z metadanymi. W miarę możliwości zarówno format, jak i metadane powinny być zgodne z otwartymi standardami formalnymi”. Uwolnienie danych przestrzennych z administracji publicznej dotyczących rejestrów decyzji lokalizacyjnych wydawanych na różnych poziomach zarządzania jest jak najbardziej technicznie możliwe³ oraz można je zaliczyć do owych „stosownych przypadków” ze względu na wagę tych informacji (dotyczą polityki przestrzennej, która jest integralnym elementem polityki rozwoju całego kraju).

Ponadto coraz więcej autorów pisze na temat zapotrzebowania użytkowników na większą liczbę typów zbiorów danych przestrzennych niż określone w sztywnych

² Wcześniej dyrektywa 2003/98/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 17 listopada 2003 r. w sprawie ponownego wykorzystania informacji sektora publicznego (tzw. Re-use).

³ Przykładowo powiat miński udostępnia mapy lokalizacji decyzji pozwoleń na budowę w usługach WMS, WFS.

regułach INSPIRE. W. Izdebski (2015) poza Infrastrukturą Informacji Przestrzennej dla potrzeb użytkowników rekomenduje poszerzenie liczby udostępnianych zbiorów danych przestrzennych w ramach Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych. M. Hanzl (2006) pisała ponad 10 lat temu o utrudnieniach i kosztownym opracowywaniu dokumentów planistycznych, zlecanych przez urzędy gmin urbanistom – przedsiębiorcom ze względu na brak dostępu do map lokalizacji decyzji z danego obszaru. Nadal decyzje o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu czy o pozwoleniu na budowę przekazywane są przez gminy w formie papierowej, a decyzje z innych poziomów zarządzania czasami nie są w ogóle udostępniane – projektant (przedsiębiorca), któremu zleca się opracowanie planistyczne, ma sam ustalać, czy są wydane, czy nie i próbować je wydobywać z administracji z różnym skutkiem. Ponadto nikt nie kontroluje, czy przekazywane są kopie wydawanych decyzji o ustaleniu lokalizacji celu publicznego do organu wyższego stopnia. O kłopotliwym dorobku papierowych planów i tego typu decyzji pisała B. Brzuchowska (2003), a za nią B. Stelmach-Fita (2011; 2014). Autorka artykułu obawia się, że jednostkom samorządu terytorialnego nie będzie opłacało się sporządzać opracowań planistycznych, urbanistom – podejmować ich wykonania, a inwestorom – ryzykować udział w nieprzewidywalnym procesie inwestycyjnym, o którym informacja jest ukryta w rejestrach publicznych (czasami udostępniana na stronach Biuletynu Informacji Publicznej). Powszechne udostępnianie zbiorów danych przestrzennych (zbiorów lokalizacji decyzji, zasięgów planów) w zestandaryzowanych usługach sieciowych rozwiązałoby dużo problemów z tym związanych.

W kontekście określonej problematyki badawczej postawiono pytania badawcze:

Czy istnieje problem związany z identyfikacją zbiorów danych przestrzennych dotyczących zagospodarowania przestrzennego, wymagających udostępnienia w Infrastrukturze Informacji Przestrzennej, a wcześniej opisanie metadanymi? Jakie dokumenty warunkują istniejące i planowane zagospodarowanie przestrzenne w warunkach polskich? Czy kompletna informacja o planowanym zagospodarowaniu przestrzennym wynika z dokumentów planistycznych, czy również z innych dokumentów? Czy uwzględnia się potrzeby użytkowników? Czy proces inwestycyjny w Polsce ma być nieprzewidywalny? Czy brak kompletnej informacji o zagospodarowaniu przestrzennym, polityce przestrzennej ma istotne znaczenie dla zintegrowanego zarządzania i rozwoju danego terytorium?

ROZWIJANIE SPECYFIKI INTEROPERACYJNOŚCI W INFRASTRUKTURACH DANYCH PRZESTRZENNYCH

Jedną z podstawowych koncepcji infrastruktury danych przestrzennych (Spatial Data Infrastructure, SDI) jest interoperacyjność, która oznacza możliwość łączenia zbiorów danych przestrzennych oraz interakcji usług danych przestrzennych bez powtarzalnej interwencji manualnej, w taki sposób, aby wynik był spójny, a wartość dodana zbiorów i usług danych przestrzennych została zwiększona (art. 3 ust. 7 dyrektywy 2007/2/WE). Inicjatywa INSPIRE, jako główna inicjatywa SDI, jest skonstruowana w oparciu o istniejące standardy, systemy informacyjne i infrastruktury, praktyki profesjonalne i kulturowe 27 krajów członkowskich Unii Europejskiej. Dane geograficzne, podobnie jak wszelkie inne dane, są zawsze abstrakcyjne, częściowe i stanowią tylko jedną z wielu możliwych reprezentacji kartograficznej. Rzeki, drogi mogą być prezentowane w formie poligonów (wieloboków) w jednym zbiorze danych lub w formie linii w innym zbiorze.

Od 2005 roku program INSPIRE stał się pionierem we wprowadzaniu, rozwijaniu i stosowaniu ram określania komponentu danych w SDI. Jednak tematy z aneksu III wymienionej dyrektywy, w tym zagospodarowanie przestrzenne, są najtrudniejsze do implementacji.

Jak wynika z raportu K. Toth i in. (2012), w literaturze opisano 150 inicjatyw SDI. Przykładowe wcześniejsze, opisane we wspomnianym raporcie, to: GSDI, GEOSS, UK Location Strategy – Brytyjska Strategia Lokalizacyjna. Warto przybliżyć tę ostatnią, której celem była „maksymalizacja wykorzystania i korzyści dla społeczeństwa, rządu i przemysłu brytyjskiego z informacji geograficznej, a także stworzenie ram wsparcia inicjatyw europejskich, krajowych, regionalnych i lokalnych” (Annoni, 2011). W ramach Strategii zdefiniowano Krajowe Ramy Cyfrowe – Digital National Framework (DNF) jako mechanizm integrowania i współdzielenia brytyjskich informacji opartych na położeniu geograficznym i pochodzących z wielu źródeł.

Analogicznie już dzisiaj w Polsce, za pośrednictwem usług danych przestrzennych, możemy z użyciem przeglądarek oprogramowania GIS pobierać różne zbiory danych przestrzennych i zapisywać je w środowisku desktop. Jednak nieliczne urzędy udostępniają w usługach sieciowych przestrzennych WMS, WFS mapy lokalizacji decyzji, a bardzo nieliczne udostępniają opracowania planistyczne w tych usługach sieciowych. Bez powszechnego udostępniania przywołanych danych przestrzennych z rejestrów administracji publicznej trudno mówić użytkownikom tych infrastruktur o innowacjach czy o Polsce cyfrowej.

ZAGOSPODAROWANIE PRZESTRZENNE – WYMIAR EUROPEJSKI

Za A. Anonim (2011: 17; Stelmach-Fita, 2011: 47) autorka podkreśla, że kluczowym celem dyrektywy INSPIRE jest sprawienie, żeby więcej lepszej informacji przestrzennej było dostępne do tworzenia polityk wspólnotowych, poczynając od środowiskowej, a następnie obejmującej sektory rolnictwa, transportu i planowania przestrzennego. Planowanie przestrzenne to domena poziomu regionalnego, subregionalnego, lokalnego, czyli planowanie odnoszące się do obszaru co najmniej jednej gminy lub kilku gmin (a nie projektowanie w skali urbanistycznej dla kilku czy kilkunastu działek). Tak też planowanie przestrzenne rozumiane jest w innych krajach: Holandii, Anglii, Niemczech, Republice Czeskiej, Francji itd. i dlatego obowiązująca specyfikacja danych Land Use uwzględnia specyfikę systemów planowania przestrzennego (tzw. plany strefowe) większości krajów europejskich a nie wyjątku, jakim jest Polska.

W związku z powyższym tworzona w polskich warunkach IIP nie przyniesie Polsce pożądaných korzyści, a to z tego względu, że istotne informacje o zagospodarowaniu przestrzennym nie wynikają z „planów strefowych”, a z ustaleń bardzo szczegółowych miejscowych planów i różnego typu decyzji lokalizacyjnych. Przy czym większość tych ostatnich jest regulowana odrębnymi ustawami.

Dla porównania w Holandii po długim procesie (2002–2008) badań, analiz wszystkich typów instrumentów polityki przestrzennej udało się je włożyć do jednego modelu informacyjnego NEN 3610⁴ („obszar planu” jest generalizacją klas kilku typów dokumentów, w tym „obszarów planów” i „obszarów decyzji”).

⁴ NEN 3610 (później IMRO 2008) – model informacji dla planowania przestrzennego.

Należy przy tym podkreślić, że IIP miała w Europie służyć użytkownikom i służy, ale w innych krajach, gdzie funkcjonują plany strefowe, odnoszące się do obszarów co najmniej całej gminy, kilku lub kilkunastu gmin (analogicznie jak kiedyś w Polsce tzw. plan ogólny)⁵ lub tam, gdzie utworzono informatyczny model dla instrumentów polityki przestrzennej.

Nie jest obligatoryjnie wymagane w wytycznych technicznych INSPIRE udostępnianie na poziomie europejskim w IIP „maleńkich obszarów planów” typu niemieckich „planów zabudowy”, o analogicznej szczegółowości jak polskie miejscowe plany. Przykładowo w portalu Wrota Mazowsza⁶ publikowane są tylko zasięgi studiów uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego (SUiKZP) i miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego (MPZP) oraz można pobrać załączniki graficzne. Trwają prace nad standardem zapisu SUiKZP, który przynajmniej obszarowo zbliżony jest do planu typu strefowego. Jednak jest to taki typ dokumentu, który nie obowiązuje wszystkich obywateli, a jedynie zarząd gminy przy tworzeniu miejscowych planów. Najlepszym rozwiązaniem byłoby wzmocnienie roli tego dokumentu, o czym pisze m.in. A. Noworół (2014).

ZAGOSPODAROWANIE PRZESTRZENNE – KWESTIONARIUSZ – POLSKA

Badanie przeprowadzone w latach 2011–2013 miało na celu zebrać w bardzo wąskim zakresie wiedzę ekspercką w zupełnie nowej dziedzinie. Wyzwania i obowiązki wynikające z nowej dyrektywy nałożyły się na czas powszechnej krytyki systemu planowania przestrzennego, wymagającego naprawy. W najtrudniejszym położeniu są jednostki samorządu terytorialnego, które przyjęły do wiadomości, że czekają je nowe obowiązki, ale do końca nie wiadomo, na czym mają one polegać (utworzono ogólne ramy prawne). Brak transferu wiedzy w tym zakresie naraża je na mylne interpretacje i zbędne kosztowne działania, takie jak np. wektoryzacja istniejących starych dokumentów, zniekształcanie i ich udostępnianie. W Europie są to dobrowolne strategie działań nazywane zasilaniem systemów i infrastruktur informacji przestrzennej, ale nie dążenie do interoperacyjności czy harmonizacji zbiorów. Ponadto tylko w Holandii udało się uzyskać zgodność dokumentu papierowego z elektronicznym (Specyfikacja danych Land Use, 2013).

Wytyczne specyfikacji Land Use (2013) oraz definicja terminu „zagospodarowanie przestrzenne”, zawarta w ustawie o infrastrukturze informacji przestrzennej odnoszą się do dokumentów planistycznych, a nie do decyzji administracyjnych.

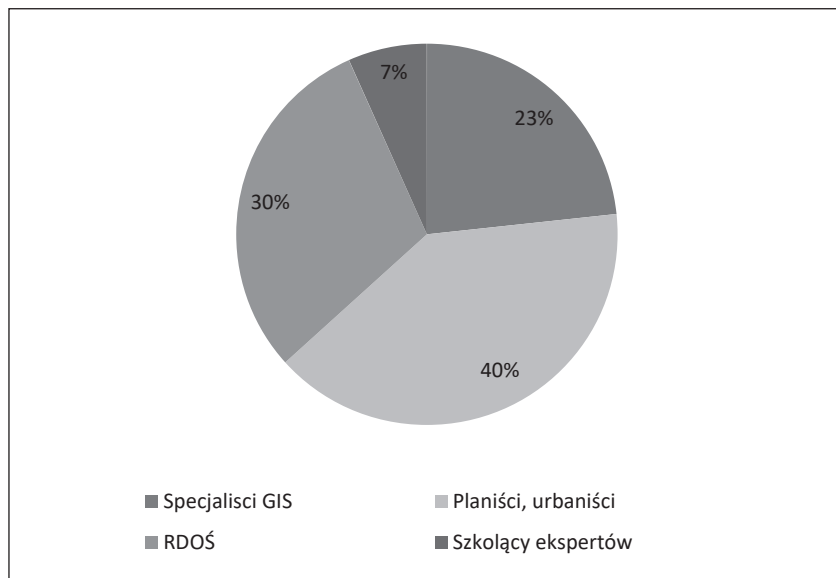
Badanie miało m.in. potwierdzić, że istnieją jeszcze inne dokumenty warunkujące zagospodarowanie przestrzenne, tj. decyzje (w tym specjalne) będące na równi z MPZP podstawowym źródłem informacji o zagospodarowaniu przestrzennym. Badanie miało także potwierdzić dylematy związane z hierarchicznością dokumentów warunkujących zagospodarowanie przestrzenne. Dane o zagospodarowaniu przestrzennym powinny być kompletne i udostępniane na najbardziej właściwym poziomie.

Badanie rozpoczęto 1 czerwca 2011 roku, opracowując kilka pytań kwestionariusza ankiety, które następnie zostały zmodyfikowane na podstawie rozmów z uczestnikami cyklu szkoleń INSPIRE, organizowanych przez głównego geodetę kraju dla

⁵ Do 2003 roku obowiązywał miejscowy plan ogólny opracowywany dla obszaru gminy lub kilku gmin.

⁶ Por. <http://msip.wrotamazowsza.pl/msip/Full.aspx> – w zakładce „Planowanie przestrzenne – zasięgi suikzp i mpzp”.

Ryc. 1. Struktura uczestników badania



Źródło: opracowanie własne

pracowników administracji (2–3 czerwca 2011 roku). W szkoleniu brało udział bardzo mało planistów, dlatego dodatkowo do udziału w badaniu zaproszono osoby praktycznie lub naukowo zajmujące się planowaniem przestrzennym, w tym techników GIS i pracowników Regionalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska (uzgadnianie dokumentów planistycznych oraz opiniowanie decyzji o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu). Organ wiodący odpowiadający za temat ochrony środowiska wcześniej był zobowiązany do identyfikacji odpowiednich zbiorów danych przestrzennych.

Uzyskano w rezultacie 30 kompletnych odpowiedzi na ok. 50 przekazanych zaproszeń. Zaproszenia były wysyłane m.in. do pięciu instytutów naukowych (były to: Instytut Gospodarki Przestrzennej i Mieszkalnictwa – IGPiM, Instytut Rozwoju Miast – IRM, Instytut Systemów Przestrzennych i Katastralnych — ISPiK, Instytut Geodezji i Kartografii – IGiK, Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania – IGiPZ), do ok. 20 pracowni planistycznych miejskich i funkcjonujących na poziomie województwa (w strukturach, służbach marszałka województwa lub poza nim), 16 regionalnych dyrekcji ochrony środowiska (RDOŚ, proszono o przekazanie ankiet do kompetentnych osób zajmujących się zagadnieniami INSPIRE, planowaniem przestrzennym), siedmiu specjalistów GIS, dwóch prelegentów szkolących ekspertów (ryc. 1). Zaproszeni przedstawiciele z IGPiM i IRM oraz ISPiK, mimo że z braku czasu nie odpowiedzieli na kwestionariusz, służyli kilkakrotnie rozmową i pomocnymi uwagami.

W założeniu formularz miał nie zniechęcać obszernością i liczbą pytań. Badanie zakończono 30 maja 2012 roku, przeprowadzono dwa ostatnie wywiady z uczestnikami konferencji zorganizowanej przez Ministerstwo Transportu Budownictwa i Gospodarki Morskiej na Politechnice Warszawskiej, kończącej wstępne konsultacje społeczne dotyczące założeń do ustawy Prawo budowlane. Strukturę uczestników tworzą cztery grupy: planisci i urbaniści – 11 osób, specjaliści i technicy GIS – osiem osób, przedstawiciele RDOŚ – dziewięć osób, szkolący ekspertów geodeci – dwie osoby.

OPIS PYTAŃ KWESTIONARIUSZA

Pierwsze pytanie w punkcie 1 dotyczyło zagadnienia definicji terminu zagospodarowanie przestrzenne (zbiory danych przestrzennych dokumentów, które powinny być udostępniane w IIP). Podpunkt 1 miał wykazać, czy powinny być rozpatrywane wyłącznie dokumenty planistyczne, czy również inne dokumenty, podpunkt 2 – czy wymienione decyzje stanowią źródło podstawowych informacji o zagospodarowaniu przestrzennym na równi z aktami prawa miejscowego – MPZP. Istotne było, czy w przypadku udostępniania danych przestrzennych wynikających z decyzji należałoby rozpatrywać udostępnianie załączników graficznych w postaci rastrowej, czy raczej zgeneralizowaną informację w postaci zbiorów lokalizacji decyzji. Rozwiązanie to wcześniej konsultowano z kilkoma osobami, w tym specjalistami GIS, urbanistami oraz przedstawicielami RDOŚ, którzy chętnie dzielili się szczegółami rozwiązań.

W punkcie 3 zadano pytanie, czy niezależnie od rozpatrywania publikacji danych z decyzji powinny nastąpić w najbliższym czasie takie zmiany legislacyjne, które zniosłyby procedury ich wydawania (przynajmniej większość z nich). Chodziło tutaj o inspiracje do rozwiązywania problemów związanych z udostępnianiem kompletnych danych. Miejscowe plany obowiązują na niewielkim obszarze gmin, a są one jedynym instrumentem polityki przestrzennej, przeciwdziałającym chaotycznej zabudowie. Analiza przedmiotu wykazała brak motywacji dla gmin do ich sporządzania. Dużym problemem w skutecznej ochronie środowiska są obecne przepisy, pozwalające RDOŚ tylko na wydawanie opinii do decyzji (w miejsce potrzebnych uzgodnień).

Istotne w badanym zagadnieniu było pytanie, czy wszystkie tereny przewidziane do zurbanizowania powinny być objęte planami. Szukano inspiracji dla kierunków zmian.

Badanie miało wzmocnić uzasadnienie tezy o potrzebie rozstrzygnięcia dylematów hierarchiczności dokumentów warunkujących zagospodarowanie przestrzenne. Miało wykazać, że decyzje obok MPZP są źródłem podstawowych informacji o zagospodarowaniu przestrzennym. Gdyby rozpatrywane decyzje były spójne ze studium, nie byłoby potrzeby sięgania po tak szczegółowe dane, jak te wynikające z decyzji.

Pozostałe pytania miały zebrać doświadczenia dotyczące dostępu do danych przestrzennych, potrzebnych w danej jednostce, jak również udostępniania różnych zbiorów danych przestrzennych – potrzebnym innym jednostkom. Przekazywano z różnych stron kraju niepokojące sygnały o odmowie gminom dostępu do danych, które są niezbędne do wykonywania ustawowych zadań. Problemem są też wysokie opłaty za dobrej jakości zbiory danych. Spodziewano się potwierdzenia różnorodnej interpretacji przepisów w tym zakresie.

Przedostatnie pytanie związane było z problemem niepełnego pokrycia Polski mapami geodezyjnymi w postaci cyfrowej (bazy danych), co jest główną przyczyną braku dokumentów planistycznych opracowywanych w technice GIS (bazy danych), w konkretnym układzie współrzędnych geograficznych. Widziano potrzebę ustanowienia aktu prawnego, określającego profil metadanych dla zagospodarowania przestrzennego i minimalny standard zapisu udostępnianych dokumentów planistycznych, obejmujący: model danych, katalog danych, schemat aplikacyjny. Odpowiedzi miały zweryfikować te oczekiwania.

WYNIKI ANALIZY ODPOWIEDZI ZAWARTYCH W KWESTIONARIUSZACH

I. Jakie zbiory danych przestrzennych, zawarte w rejestrach publicznych, powinny być zaklasyfikowane do tematu danych przestrzennych „zagospodarowanie przestrzenne”, o którym mowa w rozdz. 3 pkt 4 załącznika do ustawy z dnia 4 marca 2010 r. o IIP? (Zagospodarowanie przestrzenne, rozumiane jako zagospodarowanie terenu, w jego obecnym lub przyszłym wymiarze funkcjonalnym lub przeznaczenie społeczno-gospodarcze terenu, w tym mieszkaniowe, przemysłowe, handlowe, rolnicze, leśne, wypoczynkowe, wynikające z dokumentów planistycznych?)

Podpunkt 1. Czy jako ewentualne zbiory danych przestrzennych (odpowiadające przyszłemu zagospodarowaniu przestrzennemu) powinny być rozpatrywane wyłącznie dokumenty: koncepcja przestrzennego zagospodarowania kraju (KPZK), plan zagospodarowania przestrzennego województwa (PZPW), studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego (SUiKZ), miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego (MPZP)?

Przed wszystkim należałoby tutaj zwrócić uwagę na istotne wypowiedzi grup.

Grupa osób szkolących ekspertów INSPIRE: „Zagospodarowanie przestrzenne, rozumiane jako zagospodarowanie terenu, wynikające z dokumentów planistycznych. Każdy już istniejący zbiór danych przestrzennych dotyczący planowania przestrzennego w postaci numerycznej i zapisie wektorowym. Ostatni wymóg jest wymogiem *de facto*. Pojawia się on we wszystkich dotychczas opublikowanych specyfikacjach”. „Należy zastanowić się, czy IIP powinna dotyczyć także rejestrów pozostających w związkach przyczynowo-skutkowych z danymi przestrzennymi i (jeśli tak), to jak dalece związki te powinny być reprezentowane. Rejestry dokumentów, które są w związkach i są podstawą zmian w zagospodarowaniu, powinny pozostać poza zasobem danych przestrzennych obejmowanych przez IIP, natomiast modelowanie związków pomiędzy nimi a zbiorami danych przestrzennych powinno mieć miejsce”.

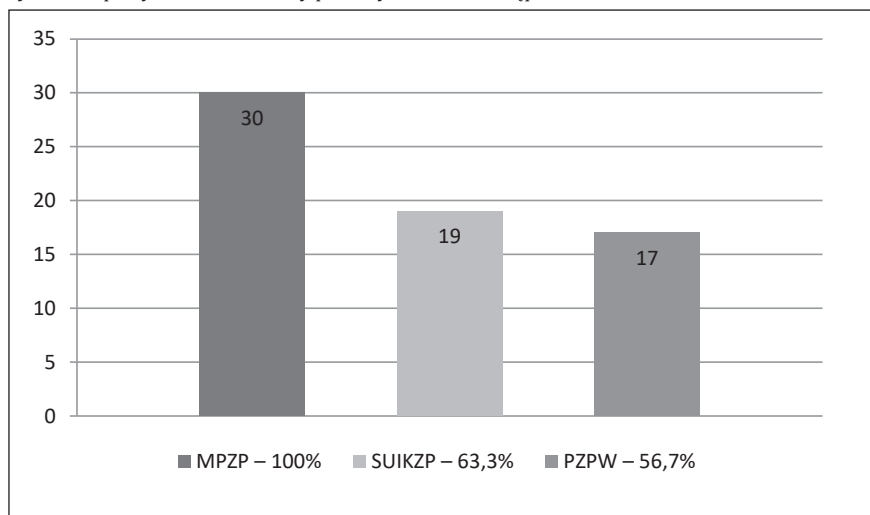
Grupa planistów, urbanistów uczestników szkolenia eksperckiego INSPIRE: „Zbiór danych odpowiadający przyszłemu zagospodarowaniu określiłbym nie jako zbiór wynikający z dokumentów planistycznych, (jeżeli rozumiemy to przez pryzmat ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym i ustawodawstwa obowiązującego w zakresie decyzji lokalizacyjnych), ale zbiór danych przestrzennych wynikający konkretnie z: ustaleń MPZP, decyzji o warunkach zabudowy, ustaw specjalnych, inwestycji celu publicznego, programów inwestycyjnych itp. ze względu na brak spójności wynikających z decyzji”.

Respondenci jako cała grupa łącznie: prawie wszyscy uważają, że w Polsce dokumenty planistyczne nie są jedynym źródłem informacji o przyszłym zagospodarowaniu przestrzennym. Decyzje lokalizacyjne stanowią część rzeczywistości prawnej, która wpływa na kształtowanie zagospodarowania, tworzy nowe stany prawne oraz musi być uwzględniona w procedurach planowania, określonych w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. W związku z powyższym informacja o tych rozstrzygnięciach winna być dostępna w IIP.

W odpowiedziach zaznaczono następujące dokumenty planistyczne (ryc. 2):

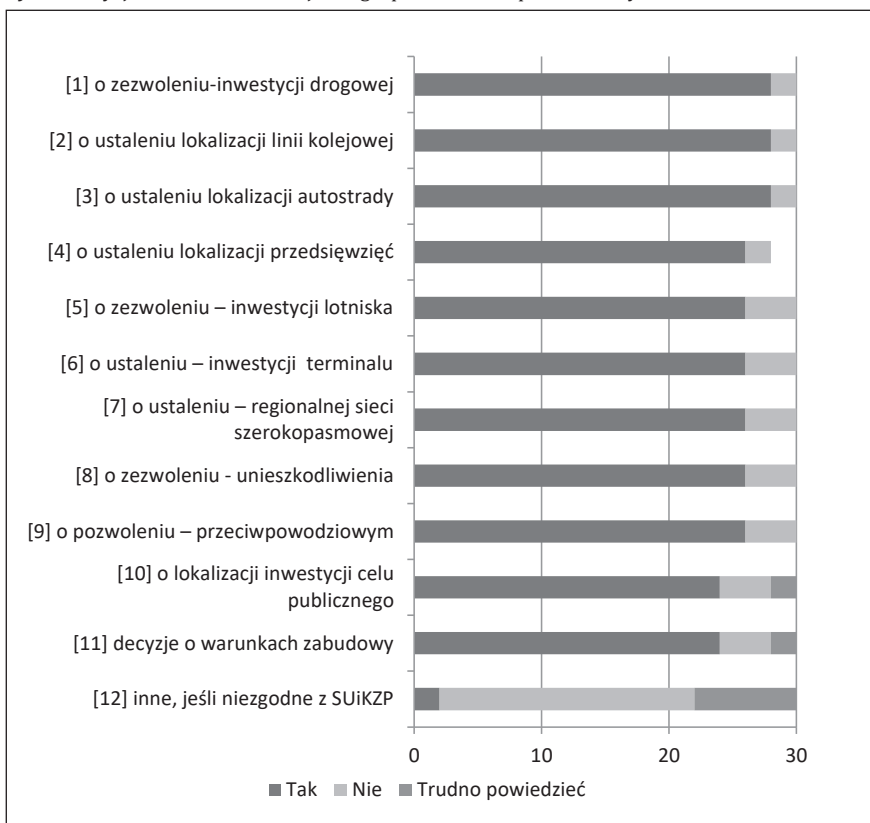
- MPZP – 30 respondentów, co stanowi 100%,
- SUiKZP – 19 respondentów, co stanowi 63,3%,
- PZPW – 17 respondentów, co stanowi 56,7%.

Ryc. 2. Rozpatrywane dokumenty planistyczne do udostępniania w IIP



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 3. Decyzje źródłem informacji o zagospodarowaniu przestrzennym



Źródło: opracowanie własne

Rozpatrywane wstępnie dokumenty, występujące w postaci elektronicznej, jako zbiory danych przestrzennych, do opisywania (metadane) i udostępniania w IIP.

Podpunkt 2. Czy decyzje stanowią źródło informacji o zagospodarowaniu przestrzennym (ryc. 3)?

Wypowiedzi uzupełniające były krańcowo różne: 1 – planista, 2 – ekspert KPZK.

1. Tak – udostępniane powinny być dane wynikające ze wszystkich decyzji, które nie są spójne z dokumentami planistycznymi lub programami rozwoju. Jeżeli nie byłyby z nimi sprzeczne, nie byłoby sensu sięgania do samych decyzji, gdyż wtedy rzetelne materiały geodezyjne (stan istniejący) i materiały planistyczne (stan przyszły) powinny wystarczyć.
2. Nie – ponieważ są to informacje szczątkowe, obejmujące tylko część przekształceń na danym obszarze. Natomiast logiczne jest tworzenie systemu wyczerpującego, obejmującego **całokształt zjawisk**. Grupa decyzji, które warto rozważać, to decyzje o warunkach zabudowy i decyzje o ustaleniu lokalizacji inwestycji celu publicznego, ponieważ jest to **wskaźnik presji inwestycyjnej** („wskaźnik mikropresji” ze strony najczęściej indywidualnych inwestorów).

Podpunkt 3. Czy decyzje stanowią źródło informacji o zagospodarowaniu przestrzennym? – ciąg dalszy.

Tak, przy czym należałoby rozpatrywać całą decyzję i wybrać z niej istotne dane przestrzenne: Tak__ Nie__ Trudno powiedzieć__

Tak, przy czym tylko załącznik graficzny powinno się rozpatrywać, jako zbiór danych przestrzennych: Tak__ Nie__ Trudno powiedzieć__

W kwestionariuszach znalazły się następujące rodzaje odpowiedzi. Należałoby:

- rozpatrywać całą decyzję i wybrać z niej istotne dane przestrzenne (23) – 76,7%,
- rozpatrywać tylko załącznik graficzny jako zbiór danych przestrzennych: (3) – 10,0%,
- trudno powiedzieć: (4) – 13,3% (ryc. 4 i 5).

Opowiedziano się za generalizacją udostępnianych danych wynikających z decyzji. W rejestrach decyzji prowadzonych w organach administracji powinna być tabela z danymi dotyczącymi odniesień przestrzennych (np. działka, a gdy nie jest to możliwe – współrzędne geodezyjne, inne). Rekomenduje się rozwiązanie „traktowania całego rejestru decyzji na danym obszarze jako zbioru danych przestrzennych”, z możliwością reprezentacji kartograficznej w postaci zbiorów dyskretnych lokalizacji. Niektóre jednostki zlecają firmom GIS utworzenie takich zbiorów. Podmiot potrzebujący takich zbiorów płaci za każdym razem za ich indywidualne utworzenie. Dwie dyrektywy miały zlikwidować tego typu problemy. W niektórych koncepcjach urzędowych SIP jest to proces zautomatyzowany (odpowiednie identyfikatory lokalizacyjne).

II. Czy w najbliższym czasie powinny nastąpić takie zmiany legislacyjne, które wykluczą wydawanie decyzji (przynajmniej większości) (ryc. 6)?

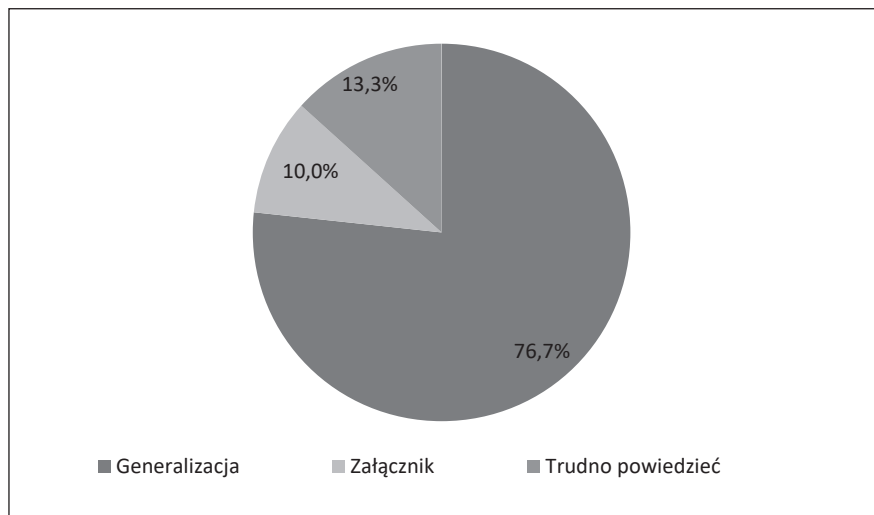
- „Tak” – odpowiedziało 16 respondentów, co stanowi 53,3%.
- „Nie” – odpowiedziało dwóch respondentów, co stanowi 6,7%.
- „Trudno powiedzieć” – odpowiedziało 12 respondentów, co stanowi 40%.

III. Czy wszystkie tereny przeznaczone do zurbanizowania powinny być objęte planami, aktami prawa miejscowego (ryc. 7)?

- „Tak” – odpowiedziało 25 respondentów, co stanowi 83,3%.
- „Nie wszystkie” – odpowiedziało dwóch respondentów, co stanowi 6,7%.
- „Trudno powiedzieć” – odpowiedziało trzech respondentów, co stanowi 10%.

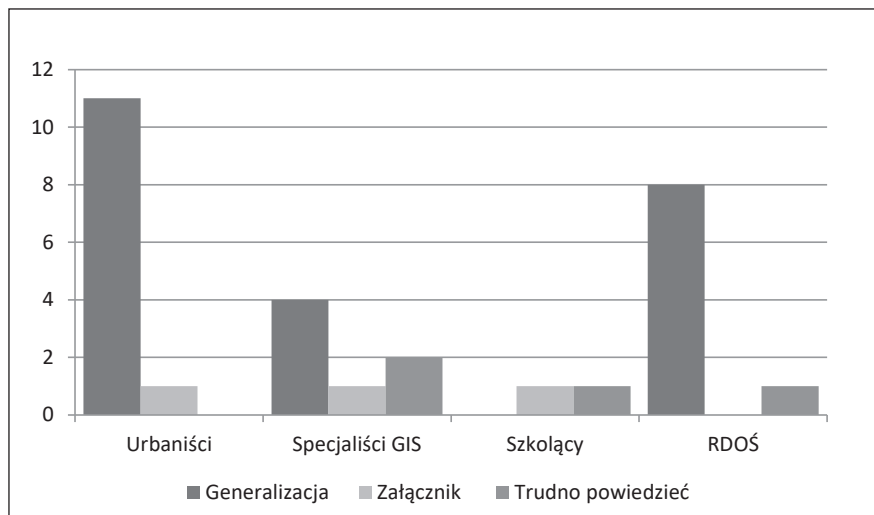
Dominował jeden rodzaj odpowiedzi: „tak”. Poniżej przykłady trzech odpowiedzi:

Ryc. 4. Generalizacja danych z całej decyzji czy załącznik graficzny?



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 5. Struktura odpowiadających na pytania dotyczące decyzji



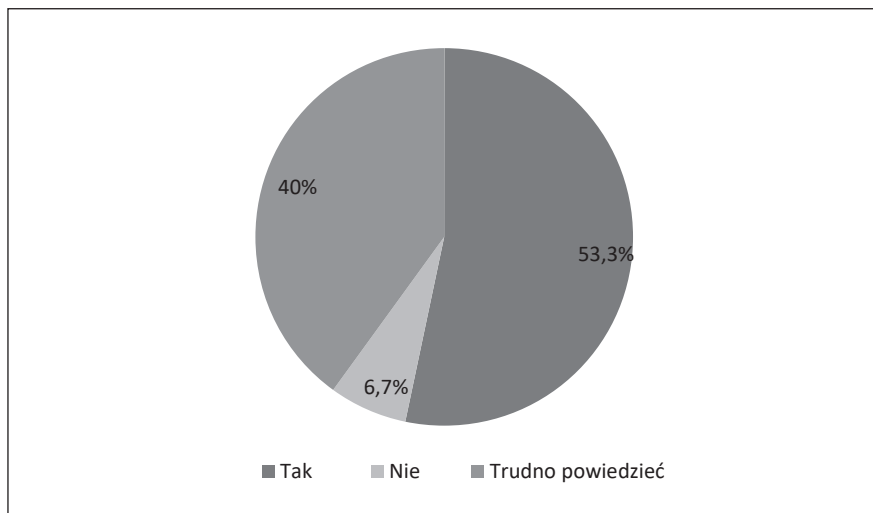
Źródło: opracowanie własne

„Plany powinny być obowiązujące dla 100% obszaru gminy poza ewentualnymi wyjątkami, które należałoby dokładnie sprecyzować w ustawie lub je wyinterpretować do aktualnej ustawy”.

„Nie wszystkie (dwa przypadki), np. nie dla terenów planowanych do urbanizacji, a stanowiących uzupełnienie lasów istniejącej zabudowy wiejskiej”.

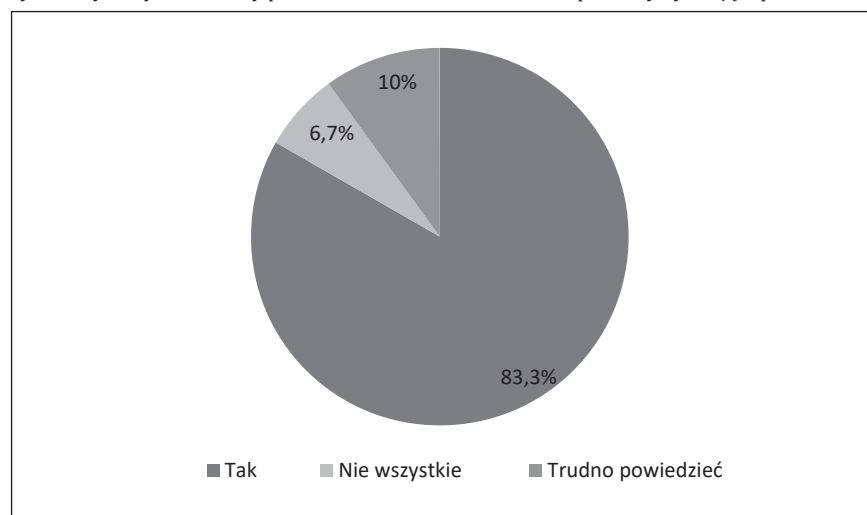
„Nie wszystkie – tj. tylko wtedy, gdy zmienia się przeznaczenie terenu, np. z przemysłowego na mieszkaniowe”.

Ryc. 6. Ewentualne zmiany legislacyjne wykluczające wydawanie decyzji



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 7. Czy wszystkie tereny przeznaczone do zurbanizowania powinny być objęte planami?



Źródło: opracowanie własne

DOŚWIADCZENIA ZWIĄZANE Z UDOSTĘPNIANIEM I POZYSKIWIANIEM DANYCH

W kwestionariuszu respondenci chętnie dzielili się doświadczeniami w udostępnianiu danych przestrzennych innym jednostkom publicznym i w pozyskiwaniu danych przestrzennych od innych jednostek publicznych.

Wiele podmiotów wykorzystuje do różnych zadań treści planistyczne wynikające z omawianych trzech typów dokumentów planistycznych (PZPW, SUIKZP, MPZP) oraz wynikające z treści decyzji warunkujących zagospodarowanie przestrzenne.

Na poziomie krajowym np. Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN ma jedno z najbardziej zaawansowanych i efektywnych narzędzi i know-how w kraju do syntetycznego przetwarzania danych przestrzennych związanych z szeroko rozumianym zagospodarowaniem przestrzennym, chętnie wykorzystywane m.in. przez instytucje centralne, samorządowe, a nawet biznes. Odnosnie do udostępniania danych – na przeszkodzie do szerszego wykorzystania stoi brak możliwości kadrowych, logistycznych itd. po stronie instytutu, jak też częsty brak odpowiedniego fachowego zaplecza po drugiej stronie, np. słaba wiedza kartograficzna.

Podano następujące problemy z pozyskiwaniem danych: skomplikowane lub wręcz niejasne procedury udostępniania danych, w tym nadgorliwie stosowana tajemnica handlowa i danych osobowych, prowadząca nieraz do kuriozalnych sytuacji, gdy dane te są dostępne w innych publicznych źródłach, informatorach itd.; problem odpłatności, niekiedy bardzo wysokiej i trudno zrozumiałej (dane są gromadzone ze środków publicznych i powinny być udostępniane nieodpłatnie, tak jak np. Bank Danych Lokalnych GUS); długi okres oczekiwania na dane (zwłaszcza dotyczy to GUS); fatalne sposoby organizacji i archiwizacji danych w formie elektronicznej, uniemożliwiające prawidłową identyfikację geograficzną.

Na poziomie regionalnym można wyróżnić dwie grupy podmiotów. W zależności od sposobu przyjętej organizacji w województwie (statuty) zadania z zakresu planowania przestrzennego wykonywane są przez departamenty urzędów marszałkowskich lub niezależne biura planowania przestrzennego (które funkcjonują poza tymi strukturami).

Biura planistyczne – poziom regionalny

Biura planistyczne w kwestii udostępniania danych przestrzennych zauważają następujące ograniczenia: brakuje procedur i ram prawnych w zakresie własności i dysponowania danymi. Problemem dla tych biur jest określenie właściciela danych. Znaczna część zbiorów biur planowania jest wynikiem przetworzenia w większym lub mniejszym stopniu danych z zewnątrz. Nie jest jasne, czy biuro planowania na poziomie regionalnym jest właściwe do udostępniania tych danych. Przykładowo programy rozwoju są uwzględniane w PZPW, ale rejestrowane są we właściwym ministerstwie. Zgodnie z ideą INSPIRE organem władającym i odpowiadającym za dane jest ich twórca. W przypadku zbiorów danych wytworzonych wewnętrznie nie ma problemu z udostępnieniem. Problemem jest z kolei słaba informacja o posiadanych danych.

Pozyskiwanie danych to duży problem związany z brakiem aktualnych danych, odpowiedniej ich jakości, właściwego pokrycia (w skali regionu), często konieczności odpłatnego pozyskania. Brakuje wciąż ustaleń prawnych (nie są respektowane lub omijane) co do nieodpłatnego korzystania z danych w zakresie zadań administracji publicznej. Zasoby ogólnodostępne i nieodpłatne często nie pozwalają na właściwe i odpowiednie wykorzystanie (szczegółowe dane GUS, dane ośrodków geodezyjnych).

Urząd Marszałkowski – Departament Rozwoju Regionalnego i Przestrzennego udostępnia i przekazuje dane przestrzenne w postaci wektorowej innym jednostkom publicznym na zasadzie porozumień, ewentualnie na pisemną prośbę jednostki, gdy zdefiniowane są w piśmie niezbędne informacje. W innych przypadkach odbywa się to odpłatnie w ośrodkach dokumentacji geodezyjnej i kartograficznej (ODGiK). Nieodpłatnie udostępniane są informacje prezentowane w postaci interaktywnych map na stronie województwa.

Pozyskiwanie danych przestrzennych od innych jednostek odbywa się na zasadzie porozumień, ewentualnie odpłatnie w ramach aktualizacji bazy danych drogą przetargu.

Regionalne dyrekcje ochrony środowiska (RDOŚ)

W regionalnych dyrekcjach ochrony środowiska udostępnienie danych przestrzennych wiąże się z problemem niedostatku kadrowych, tzn. brakiem przynajmniej jednego (w pełni czasu pracy) etatu do zajmowania się danymi przestrzennymi, co skutkuje długim okresem potrzebnym na przygotowanie i udostępnienie danych. Ponadto odczuwalny jest brak odpowiedniego sprzętu i oprogramowania. Działalność RDOŚ opiera się wyłącznie na darmowym oprogramowaniu, które często zawodzi. Poza tym nie ma większych problemów z udostępnianiem danych. „RDOŚ posiada standard dla danych dotyczących ochrony przyrody – gdzie wszystko jest uporządkowane, każda tabela ma swoje definicje, słowniki itp. Podobnie Lasy Państwowe w planach urządzania lasów posługują się od dawna wypracowanymi wzorami standaryzacji tworzonych danych”. Przedstawiciel innej jednostki RDOŚ widzi z kolei potrzebę wprowadzenia jednolitej polityki (może nawet narzucenie technologii, rozwiązań i aplikacji) na wzór np. Systemu Informatycznego Lasów Państwowych (SILP) i Leśnej Mapy Numerycznej (LMN), choć w odpowiednio dostosowanym zakresie. Bardzo ważne jest również uświadomienie kadry kierowniczej na temat danych przestrzennych i zwrócenie uwagi na korzyści płynące z wykorzystania takich technologii.

Nie wszystkie posiadane dane przestrzenne RDOŚ może udostępniać, ponieważ nie jest ich właścicielem. Ponadto nie zawsze wykonawcy zwracają się o dostarczenie danych środowiskowo-przyrodniczych, które powinny być brane pod uwagę w planowaniu. „Aktualnie funkcjonują decyzje o warunkach zabudowy, których lokalizacji przestrzennych nikt nie kontroluje. Prowadzi to do chaotycznej zabudowy, co powoduje z kolei cały szereg problemów logistycznych (np. niepotrzebnie tak bardzo rozbudowana sieć kanalizacyjna)”. Dane przestrzenne tworzone dla potrzeb planistycznych są ostatecznie również przez regionalne dyrekcje ochrony środowiska współkształtowane. „Uzgodnione plany” wykorzystywane są w dalszych pracach nad planami sąsiednich gruntów, obrębów, gmin. Ważną sprawą jest fakt, że dane przestrzenne można łatwo archiwizować, zestawiać itp.

W kwestii pozyskiwania danych zwrócono uwagę przede wszystkim na różne interpretacje tych samych przepisów lub niewłaściwe ich stosowanie. Przykładowo powiatowe ośrodki dokumentacji geodezyjnej i kartograficznej (PODGiK) na różnych zasadach udostępniają dane ewidencyjne: „na podstawie umowy, można spotkać się z odmową udostępnienia danych, inne nie wyrażają zgody na przesłanie pocztą e-mail”. Często w PODGiK słyszy się, że „ośrodek nie udostępni danych w postaci plików wektorowych, ponieważ udostępniane są już poprzez usługi WMS. Bardzo dużo czasu zajmuje tłumaczenie, że zgodnie z INSPIRE WMS to usługa przeglądania, a nie udostępniania (art. 14 ustawy o IIP mówi właśnie o nieodpłatnym udostępnianiu, a nie przeglądaniu)”. Problemem jest również nieznamość przepisów w części jednostek szczebla gminnego i powiatowego – dostęp do danych jest utrudniany bezpośrednio przez pracowników tych jednostek. Powodem zwykle są obawy o późniejsze wykorzystanie tych danych oraz brak wiedzy o nowych przepisach. Za mało jest danych przestrzennych ogólnodostępnych na geoportalach (np. WMS), jak również brakuje wystarczającej informacji o posiadanych zasobach w danych jednostkach.

Niezrozumiałe jest również żądanie uiszczenia opłat za dane od jednostki, która podlega temu samemu organowi, takiej jak np. Państwowy Instytut Geologiczny (PIG), który żąda od RDOŚ odpłatności za udostępnienie danych, za których sporządzenie i tak zapłaciło społeczeństwo (tym bardziej, jeżeli ma się na uwadze umiejscowienie PIG i RDOŚ w tych samych strukturach państwa i podleganie jednemu ministrowi ds. ochrony środowiska).

W kwestii MPZP przekazywanych w celu uzgodnienia do RDOŚ – są one zwykle w wersji papierowej lub „pół-elektronicznej” (zwykle skany, format JPG, PDF). „Rzadko jest to zapis wektorowy, a jeśli już, są to formaty niedające się konwertować i wykorzystywać w SIP (zwykle projekty w CAD, Bentley). Występuje też problem z układami odniesienia. Niestety, urbaniści wykorzystują w pracy głównie CAD i nie dbają o geograficzne aspekty swoich planów, a w przypadku MPZP aż się prosi o korzystanie z programów typowo GIS-owskich”. Z kolei o ile trafia się wektorowe formaty MPZP (np. shp lub MapInfo), to i tak każdy plan ma inną legendę i jest inaczej konstruowany. Powtórne ich wykorzystanie w oprogramowaniu GIS do potrzeb RDOŚ byłoby bardzo utrudnione. Wymagałoby wielu skomplikowanych lub czasochłonnych czynności (ręczne scalanie itp.). „Ponadto w efekcie łączyłoby się to z ryzykiem zniekształcenia dokumentu. Niestety, jeśli chodzi o MPZP, problem jest w ogóle z uzyskaniem danych wektorowych. Nowsze plany opracowywane są coraz częściej w zapisie GIS. Jeżeli więc byłaby potrzeba korzystania z kilku opracowań MPZP w wersjach GIS, to już i tak jest to scenariusz bardzo optymistyczny. Badany obszar może dotyczyć kilku gmin. W tym przypadku w każdej wersji GIS dane będą wyglądać inaczej i zapewne ręcznie trzeba będzie zrobić jakieś scalenie lub inną operację, która zajmie na pewno sporo czasu, aby przetworzyć je na nasze potrzeby. Potrzebne byłoby coś takiego, jak standard danych planistycznych – wzór standard dla form ochrony przyrody”.

Specjaliści ds. GIS

Specjaliści ds. GIS bardzo często pozyskują dane przestrzenne na potrzeby projektów GIS tworzonych dla gmin. Ogólnie sprawa udostępnienia zależy od osób pracujących w poszczególnych urzędach. Często jest tak, że interpretacja ustawy o IIP w zakresie udostępniania danych dla jednostek publicznych jest różna w zależności od województwa (dane dostępne w wojewódzkich ośrodkach dokumentacji geodezyjnej i kartograficznej – WODGiK). „Większym problemem są starostwa powiatowe, ponieważ pomimo ustawowego obowiązku nie chcą udostępniać tych danych. Gminy muszą z nimi współpracować, dlatego nie składają skarg na takie postępowanie. Często zdarzają się też sytuacje, że starostwo narzuca opłaty za publikację danych w formie SIP na gminy, podczas gdy te same dane są publikowane w geoportalu”.

Specjalista ds. GIS, pracownik PODGiK, udzielił następującej odpowiedzi: „Między jednostkami ośrodków geodezyjnych dane przekazywane są nieodpłatnie, natomiast innym jednostkom przekazywane są odpłatnie”.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI DO DAJSZYCH DYKUSJI

Identyfikacja właściwych, kompletnych zbiorów danych na dany temat ma związek z nierozwiązanym problemem braku hierarchiczności dokumentów planistycznych i innych dokumentów, brakiem definicji: dokumentu planistycznego, planowania

przestrzennego, polityki przestrzennej oraz brakiem dokumentu określającego przeznaczenie terenu dla obszaru całej gminy, spójnego z innymi dokumentami i obowiązującego osoby trzecie.

W Polsce nadal jest zdecydowanie za dużo dokumentów o charakterze strategicznym, studialno-analitycznych itp., przy znikomej liczbie planów operacyjnych (tylko miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego). Ponad wszystkimi dokumentami planistycznymi dominują różnego rodzaju decyzje lokalizacyjne, w tym tzw. decyzje specjalne.

W Polsce kompletna informacja o planowanym zagospodarowaniu przestrzennym wynika nie z dokumentów planistycznych, a konkretnie z ustaleń MPZP, decyzji o warunkach zabudowy, decyzji o ustaleniu lokalizacji inwestycji celu publicznego (o znaczeniu gminnym, powiatowym, wojewódzkim i krajowym), decyzji specjalnych i programów rządowych, ze względu na brak spójności tych decyzji ze „studium uwarunkowań”(decyzje nie muszą być z nim zgodne).

Ponadto decyzje specjalne, np. wydawane na podstawie ustawy o szczególnych zasadach przygotowania i realizacji inwestycji w zakresie dróg publicznych, mogą niekiedy częściowo lub całkowicie zmienić misternie zaprojektowaną w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego „siatkę ulic” (bez zapewnienia przy tym odszkodowania dla tych właścicieli nieruchomości, którzy uczestniczyli w procedurze uchwalania danego planu, a nie mogli uczestniczyć w postępowaniu dotyczącym wydania decyzji zezwalającej na realizację inwestycji drogowej, ponieważ ich działka nie znajdowała się w pasie nowo projektowanej drogi, zmieniającej układ komunikacyjny przewidywany w planie.

Wyniki badań wykazują znikomą rolę „studium uwarunkowań”, które nie obowiązuje organów gmin przy wydawaniu decyzji i którego obecnie nie można wykorzystywać do planowania regionalnego jako wiarygodnego, jedyne źródła informacji o zagospodarowaniu przestrzennym. Brak również innego planu, opracowywanego dla całego obszaru gminy czy grupy gmin.

Dla rzetelnego opracowania planów na poziomie regionalnym, sublokalnym, urbanistycznym istnieje potrzeba sięgania do danych wynikających z wielu typów decyzji administracyjnych, dotyczących zarówno obecnego, jak i przyszłego zagospodarowania przestrzennego. Analogicznie, kontrowersyjna jest również rola planu zagospodarowania przestrzennego województwa.

Dużym problemem jest brak jawności polityki przestrzennej – poza MPZP nie ma obowiązku publikowania żadnych innych dokumentów warunkujących zagospodarowanie przestrzenne, jak również informacji z nich wynikającej.

Stan ten utrudnia planowanie regionalne, urbanistyczne, zarządzanie przestrzenią miejską, aglomeracjami, a także partycypację i kontrolę społeczną procesów kształtujących przestrzeń. Dla inwestorów proces inwestycyjny jest nieprzewidywalny.

WNIOSKI

Istnieje potrzeba utworzenia w Polsce krajowej strategii informacji geoprzestrzennej w zakresie zagospodarowania przestrzennego, uwzględniającej: potrzeby użytkowników w kwestii dostępu do danych przestrzennych wynikających z rejestrów publicznych decyzji warunkujących istniejące i planowane zagospodarowanie przestrzenne (w tym decyzje o pozwoleniu na budowę, pozwoleniu na użytkowanie) oraz niezbędne

analizy finansowe, ekonomiczne, eksperckie dla rozwiązań Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych (Strategia GUGiK, 2012).

Istnieje potrzeba poszerzenia katalogu zbiorów danych przestrzennych dotyczących zagospodarowania przestrzennego, przewidywanych do udostępniania w Infrastrukturze Informacji Przestrzennej (do repozytorium zgłaszane są dokumenty SUIKZP, MPZP, PZPW) o zbiory lokalizacji decyzji administracyjnych warunkujących zagospodarowanie przestrzenne w ramach Krajowej Infrastruktury Danych Przestrzennych.

Program Inteligentny Rozwój 2014–2020 i inne programy dotyczące pomocy technicznej mogą być wsparciem przy prowadzeniu badań naukowych, rozwoju nowych, innowacyjnych technologii oraz działaniach na rzecz podnoszenia konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw (pobudzenie innowacyjności polskiej gospodarki poprzez zwiększenie nakładów prywatnych na badania i rozwój oraz kreowanie popytu przedsiębiorstw na innowacje i prace badawczo-rozwojowe).

Literatura

References

- Annoni, A. (2011). Inspire and the Digital Agenda for Europe, Spatial Information for Poland and Europe. *Annals of Geomatics*, IX (5), 17–27. Warszawa: Polish Association for Spatial Information.
- Brzuchowska, J. (2003). Systemy informacji przestrzennej dla planów zagospodarowania przestrzennego: potrzeby i kierunki rozwoju. *Roczniki Geomatyki*, 1(1). Pozyskano z <http://ptip.org.pl/download/files/rg2003z1-brzuchowska.pdf>
- Dyrektywa 2003/98/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 17 listopada 2003 r. w sprawie ponownego wykorzystania informacji sektora publicznego (Dz. U. L 345 z 31 grudnia 2003 r., s. 90) zmieniona przez dyrektywę 2013/37/UE z dnia 27 czerwca 2013 r. Pozyskano z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2003L0098:20130717:PL:PDF>
- Dyrektywa 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 14 marca 2007 r. ustanawiająca infrastrukturę informacji przestrzennej we Wspólnocie Europejskiej (INSPIRE).
- Specyfikacja danych Land Use (2013). D2.8.III.4 Data Specification on Land Use – Draft Guidelines. Pozyskano z http://inspire.ec.europa.eu/documents/Data_Specifications/INSPIRE_Data_Specification_LU_v3.0.pdf
- Hanzl, M. (2006). Monitoring procesów zagospodarowania przestrzennego na poziomie gminnym z zastosowaniem technologii SIP. *Roczniki Geomatyki*, 5(4), 18–23.
- Izdebski, W. (2015) *Współczesne problemy prowadzenia mapy zasadniczej w Polsce*. Pozyskano z <http://rg.ptip.org.pl/index.php/rg/article/view/RG2015-2-Izdebski/1599>
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów z 19 maja 2010 r. *Europejska agenda cyfrowa* (2010a). Pozyskano z <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=LEGISSUM:si0016>
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów z 28 października 2010 r. *Zintegrowana polityka przemysłowa w erze globalizacji. Konkurencyjność i zrównoważony rozwój na pierwszym planie* (2010b). Pozyskano z <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A52010DC0614>
- Komunikat Komisji Do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów *W kierunku interoperacyjności dla europejskich usług publicznych* z 16 grudnia 2010 r. (2010c). Pozyskano z <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52010DC0744>
- Noworól, A. (2014). *Ekspertyza – przegląd i ocena obowiązującego systemu zarządzania polityką rozwoju na poziomie regionalnym, subregionalnym, powiatowym i gminnym wraz z rekomendacjami dotyczącymi pożądaných zmian w celu budowy modelu spójnego z poziomem krajowym*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju.

- Rozporządzenie Komisji (UE) nr 1253/2013 z dnia 21 października 2013 r. zmieniające rozporządzenie (UE) nr 189/2010 w sprawie wykonania dyrektywy 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczące operacyjności zbiorów i usług danych przestrzennych.
- Stelmach-Fita, B. (2011). Udostępnienie treści planistycznych w celu zintegrowanego zarządzania przestrzenią miejską. W: *Miasto zwarte. Miasto rozproszone*. Materiały ogólnopolskiej konferencji doktorantów Wydziału Architektury, 4–5.11.2011. Warszawa: Wydział Architektury Politechniki Warszawskiej, 45–57.
- Stelmach-Fita, B. (2014). Publiczny dostęp do danych o zagospodarowaniu przestrzennym: potrzeby i ograniczenia. W: *Współczesne uwarunkowania gospodarowania przestrzenią – szanse i zagrożenia dla zrównoważonego rozwoju*. Warszawa: Wydział Geodezji i Kartografii Politechniki Warszawskiej, 11–23.
- Strategia Europa 2020 (2010). Komunikat Komisji Europejskiej z 3 marca 2010 roku pt. *Europa 2020: strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*. Pozyskano z http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf
- Strategia Głównego Urzędu Geodezji i Kartografii – Informacja przestrzenna fundamentem społeczeństwa informacyjnego w nowoczesnym państwie (2012). Pozyskano z http://www.gugik.gov.pl/_data/assets/pdf_file/0010/2143/Strategia-GUGiK.pdf
- Toth, K., Portele C., Lilert A., Lutz M., Nunes de Lima, N. (2012). Model koncepcyjny rozwijania specyfikacji interoperacyjności w infrastrukturach danych przestrzennych. *Komisja Europejska. Raporty Referencyjne IRC*, Luksemburg: Urząd Publikacji Unii Europejskiej, Raport EUR 25280 EN. Pozyskano z http://www.radaaip.gov.pl/_data/assets/pdf_file/0004/29614/IES_Spatial_Data_InfrastructuresPL.pdf
- Ustawa z dnia 4 marca 2010 r. o infrastrukturze i informacji przestrzennej (Dz.U. z 2010 r. nr 76, poz. 489, z późn. zm.).

Beata Stelmach-Fita, dr inż. architekt, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, absolwentka Politechniki Warszawskiej, doktor nauk technicznych w dyscyplinie architektura i urbanistyka. Zainteresowania dotyczą porządkowania geoinformacji o zagospodarowaniu przestrzennym w Polsce oraz upowszechniania technologii GIS. Jest autorką projektów budynków użyteczności publicznej, mieszkalnych, miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Ma doświadczenie w pracy w jednostkach samorządu terytorialnego oraz w administracji centralnej. Rada Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej przyznała jej wyróżnienie za rozprawę doktorską. Otrzymała rekomendacje Izby Architektów RP do prac w komisjach dotyczących danych przestrzennych Zagospodarowanie przestrzenne 2014.

Beata Stelmach-Fita, Ph.D., Pedagogical University of Cracow, an architecture graduate from Warsaw University of Technology, doctor of technical sciences in architecture and urbanism. Her research interests relate to the organising of geo-information in Poland on the topic Land Use and dissemination of GIS. She is the author of projects of public and residential buildings, local spatial development plans. She has experience in work in local government and central government. The Council of Architecture Faculty of the Warsaw University of Technology awarded her the honor for her doctoral dissertation. In 2014 she received the recommendations of the Chamber of Architects for work in the committees on spatial data theme of Land Use.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: bfita@up.krakow.pl

DANUTA PIROG

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Dokonywanie wyboru usługi edukacyjnej na poziomie wyższym – ujęcie teoretyczne

Choosing Educational Services in Higher Education – a Theoretical Approach

Streszczenie: Sektor usług edukacyjnych na poziomie wyższym w warunkach gospodarki rynkowej dynamicznie się powiększył. Jednocześnie prognozy liczebności populacji potencjalnie zainteresowanej kształceniem się w szkolnictwie wyższym w Polsce dowodzą, że będzie ona spadała. Zjawisko to niesie za sobą realne zagrożenie niemożności dalszego funkcjonowania wielu kierunków studiów. W obliczu niekorzystnych trendów demograficznych uczelnie podejmują szereg przedsięwzięć, których celem jest utrzymanie liczby rekrutowanych studentów na względnie zadowalającym poziomie. Jedną z uznawanych obecnie za kluczową strategię optymalizacji prorynkowych działań szkół wyższych jest rozpoznanie mechanizmów podejmowania decyzji o dalszym kształceniu się, motywów wyboru danej uczelni oraz kierunku studiów przez młodych ludzi. Badania wskazują, że taka diagnoza umożliwi i w instytucjonalnej sferze funkcjonowania uczelni, i w aspekcie programowo-organizacyjnym planowanie reform, które skutecznie przyczynią się do wzmocnienia jej pozycji na rynku usług edukacyjnych. Warunkiem realizowania naukowo rzetelnych i aplikacyjnie wartościowych badań czynników wpływających na decyzje edukacyjne młodzieży jest przygotowanie teoretycznych ram do planowania konkretnych empirycznych procedur badawczych. Przegląd publikacji naukowych wskazuje, że obecnie nie ma w literaturze polskiej całościowego opisu mechanizmów preferencji i motywów wyboru usługi edukacyjnej na poziomie wyższym. Celem autorki artykułu jest przedstawienie wyników badań literaturowych, dotyczących teorii wyborów edukacyjnych, stanowiących postawy do zrozumienia mechanizmów procesu podejmowania decyzji tak o podjęciu studiów wyższych w ogóle, jak i wyboru ich charakterystyk (uczelnia, kierunek).

Abstract: The educational services sector in higher education has grown rapidly in the times of the market economy. At the same time forecasts say that future interest in higher education will decline. Consequently, there is a real hazard that numerous degree programmes will have to be closed down. In the face of such an unfavourable demographic situation, higher education institutions engage in strategies aimed at maintaining a steady number of enrolled students. One such strategy includes investigating what drives young people to continue their education at a university level, what their motivations in choosing a given university or a particular degree programme are. Research suggests that knowing mechanisms governing such decisions is conducive to planning reforms at higher education institutions – both in terms of their operations and curriculum. Reforms can in turn successfully reinforce the institution's position on the educational services

market. In order to conduct academically sound and practically useful research into factors which influence the educational decisions of young people, one needs to develop a theoretical framework that will be utilised to plan specific empirical research procedures. The conducted literature review indicates that there are currently no publications in Poland that would thoroughly describe mechanisms and motives behind choosing education services at a tertiary level. The objective of the current study is to present literature concerning theories of educational choices. This discussion can be then used as a foundation towards understanding the mechanisms behind decisions taken by young people, e.g. whether to pursue university education at all, where to study and which degree programme to pick.

Słowa kluczowe: model hybrydowy; teoria aspiracji; teoria motywacji; teoria osobowości; teoria perspektywy; teoria racjonalnego wyboru; teoria sygnalizacyjna

Keywords: aspiration theory; hybrid model; motivation theory; personality theory; prospect theory; rational choice theory; signalling theory

Otrzymano: 5 stycznia 2017

Received: 5 January 2017

Zaakceptowano: 4 lipca 2017

Accepted: 4 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Piróg, D. (2017). Dokonywanie wyboru usługi edukacyjnej na poziomie wyższym – ujęcie teoretyczne. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 3(31), 204–219. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.13>

WSTĘP

Mechanizmy wolnorynkowe, które zostały uruchomione w Polsce po roku 1989, nie ominęły sfery usług edukacyjnych, w tym szkolnictwa wyższego (m.in.: Drapińska, 2011; Cichoń, 2012; Gajda, Cichoń, 2013; Piróg, 2014; 2015a; Pabian, 2016). W rezultacie ich oddziaływania uczelnie zaczęły funkcjonować w warunkach nasilającej się konkurencji. To sprawiło, że specjaliści zajmujący się szeroko pojętą problematyką szkolnictwa wyższego, bez względu na dyscyplinę naukową, którą reprezentują, musieli w swych badaniach uwzględniać fakt współwystępowania relacji między uniwersyte-tem a studentami na dwóch poziomach: mistrz-uczeń oraz usługodawca-klient (Bailey, Infenthaler, Gosper, Kretschmar, 2014). Wyłoniło się nowe pole badawcze, dotyczące preferencji edukacyjnych młodzieży, czynników warunkujących podejmowanie przez nią decyzji o kontynuowaniu kształcenia na poziomie akademickim oraz dokonywaniu wyboru konkretnej uczelni i kierunku studiów. Zbadanie wskazanych procesów i ich uwarunkowań jest istotne z wielu powodów naukowych oraz aplikacyjnych. W aspekcie naukowym wskazuje się, iż pozwoliłoby to m.in. na poznanie mechanizmów kształtowania się kapitału ludzkiego w gospodarce (Gajderowicz i in., 2015). W zakresie aplikacyjnym umożliwia optymalizowanie działań modernizacyjnych uczelni w sferze instytucjonalnej i programowo-organizacyjnej, jak i przedsięwzięć marketingowych, których celem jest podnoszenie jej pozycji na rynku usług edukacyjnych (Pabian, 2016). W warunkach niżu demograficznego wybitnie ważne jest wdrażanie takich zmian, które zapewnią rekrutację na zadowalającym daną uczelnię poziomie zarówno w wymiarze ilościowym, jak i jakościowym.

Tymczasem dostrzega się brak całościowych prac teoretycznych prezentujących mechanizmy decyzyjne dotyczące dalszego kształcenia w kontekście czynników je warunkujących. Jest to problem mało rozpoznany w polskiej literaturze. Jak pisze T. Gajderowicz: „na chwilę obecną literatura polska nie oferuje całościowego opisu preferencji

na usługi edukacyjne na poziomie wyższym” (Gajderowicz i in., 2015: 43). Stwierdzony brak może być przyczyną epizodycznie prowadzonych i wycinkowych badań empirycznych z tego nurtu. Kontekst teoretyczny jest bowiem warunkiem do planowania i realizowania naukowo oraz aplikacyjnie wartościowych badań empirycznych.

Z uwagi na powyższe celem autorki artykułu jest próba częściowego uzupełnienia wskazanej luki badawczej poprzez dokonanie kompleksowego i interdyscyplinarnego przeglądu oraz syntezy naukowych poglądów na temat procesów decyzyjnych w odniesieniu do wyborów edukacyjnych. W badaniach skupiono się na decyzjach i wyborach odbywających się po ukończeniu szkoły średniej, a dotyczących ewentualnej kontynuacji kształcenia w uczelni wyższej.

Postawiony cel o charakterze przeglądowo-syntetycznym powoduje, że artykuł jest opracowaniem teoretycznym, będącym wynikiem studiów literatury krajowej i zagranicznej. Badania literaturowe objęły publikacje z dziedziny nauk społecznych oraz ekonomicznych i zmierzały do odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- Co powoduje człowiekiem dokonującym wyborów edukacyjnych?
- Jakie etapy charakteryzują proces decyzyjny?
- Które czynniki determinują wybory w poszczególnych etapach?
- Jak przebiega proces dokonania ostatecznego wyboru?

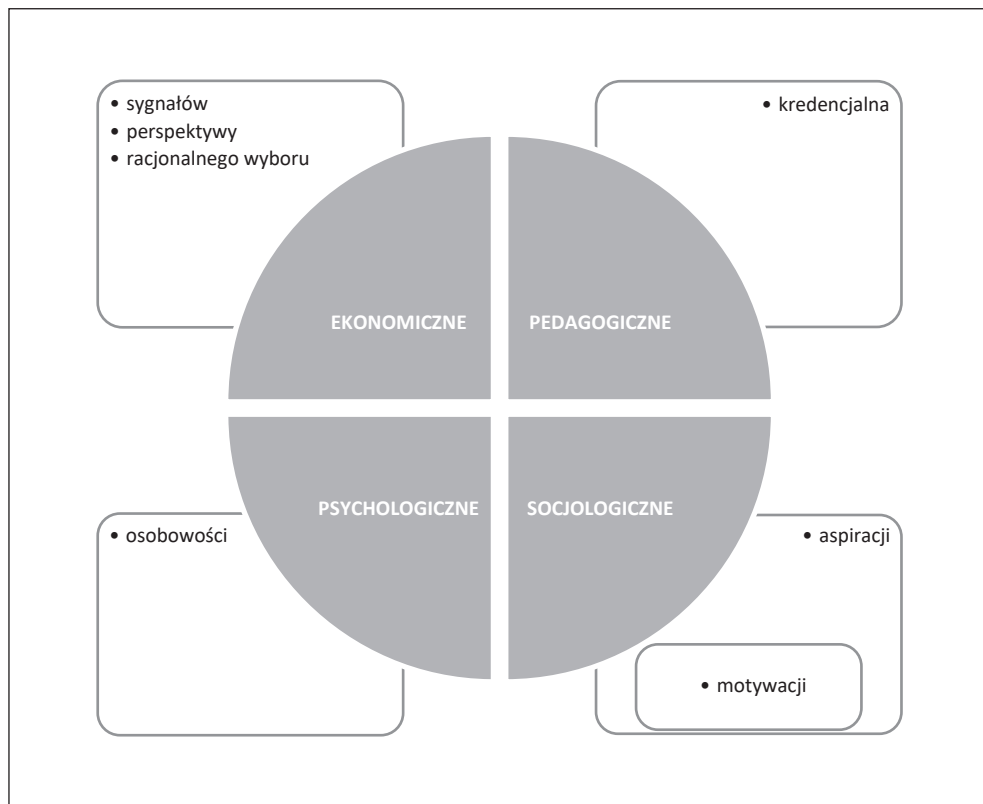
Pytania te porządkowały prowadzoną kwerendę. Poszukiwanie odpowiedzi na pierwsze z pytań odbywało się przede wszystkim poprzez przestudiowanie prac traktujących o teoriach wyborów (edukacyjnych). Dzięki nim ustalono czynniki inicjujące i wpływające na rozważanie możliwości studiowania przez młodego człowieka. Rozpoznaniu specyfiki, czyli swoistych faz wyróżnianych w podejmowaniu decyzji (tak o kształceniu się na szczeblu wyższym, jak i na konkretnej uczelni/kierunku) wraz ze zmiennymi determinującymi ją w poszczególnych etapach, posłużyły publikacje o strukturze procesów decyzyjnych. Konkluzją z odpowiedzi na postawione pytania jest przedstawienie mechanizmu dokonywania wyboru w odniesieniu do edukacji wyższej w postaci modelu hybrydowego.

TEORIE WYBORU

Istotną rolę w zgłębieniu specyfiki podejmowania decyzji edukacyjnych odgrywają jej eksplantacje w teoriach wyboru. Duża eklektyczność pola badań tego procesu indukuje potrzebę analizy teorii wypracowanych w różnych dyscyplinach naukowych. I tak w naukach ekonomicznych sformułowano w tym zakresie teorie: racjonalnego wyboru, sygnalizacyjną i teorię perspektywy. W pedagogice (andragogice) jest to teoria kredencjonalna. Teoriami o genezie psychologiczno-socjologicznej są teorie: aspiracji, motywacji, osobowości (por. ryc. 1).

Teoria racjonalnego wyboru osadza rozważanie procesu decyzyjnego w ekonomii neoklasycystycznej, rozwiniętej przez szkołę chicagowską i w teorii racjonalnego zachowania tzw. człowieka ekonomicznego (*homo oeconomicus*) (Olssen, Peters, 2005). Zgodnie z jej założeniami ludzie jako istoty rozumne, mające naturę logiczną, podejmują racjonalne decyzje i dokonują przemyślanych wyborów edukacyjnych, czyli takich, które mają im zapewnić jak najwyższe zyski (Breen, Goldthorpe, 1997; Jæger, 2007). Innymi słowy, jak stwierdził T. Szapiro: „teorię podejmowania decyzji cechuje filozofia pragmatyczna” (1993: 61). Pragmatyzm w procesie decyzyjnym ujawnia się w przeprowadzeniu bilansu materialnych oraz niematerialnych zysków i kosztów,

Ryc. 1. Teorie objaśniające wybory edukacyjne



Źródło: opracowanie własne

a następnie w dokonaniu takiego wyboru, który zapewnia maksymalizowanie tych pierwszych (Eriksson, 2011). Jest on szczególnie praktykowany w odniesieniu do wyborów i decyzji edukacyjnych w gospodarce opartej na wiedzy. W tym typie gospodarki wykształcenie zostało uznane za zasadniczy mechanizm awansu społecznego oraz materialnego człowieka, co przyczyniło się do tego, iż do całego procesu edukacji – od etapu przedszkolnego po uniwersytecki – duża część populacji podchodzi jak do długofalowej, absorbującej środki materialne i pozamaterialne inwestycji w usytuowanie się w stratyfikacji społecznej (Piróg, 2015a). Zatem *homo oeconomicus*, będąc racjonalnym konsumentem, traktuje studiowanie jako inwestycję, zakładającą osiągnięcie — po zdobyciu dyplomu uczelni wyższej — maksymalnie dużych korzyści. W myśl tej teorii osoba rozważająca podjęcie studiów wyższych kalkuluje przede wszystkim, czy ich ukończenie przyniesie jej zysk materialny, wynikający głównie z dochodów otrzymywanych za pracę zawodową. Oczekuje ona także profitów niematerialnych (wyższy prestiż społeczny, zawodowy, rozwój intelektualny).

Kolejną teorią z grupy ekonomicznych, tłumaczącą proces decyzyjny jest teoria sygnalizacyjna, zwana także teorią sygnałów (ang. *signalling theory*) oraz zasadzona na niej, a eksponowana w andragogice kredencjalna teoria wykształcenia. Wspólnym mianownikiem obu jest czynnik determinujący podejmowanie decyzji o studiowaniu, czyli założenie, że na rynku pracy dużą wagę przywiązuje się do dyplomu ukończenia

uczelni wyższej. W teorii sygnałów akcentuje się fakt, że legitymowanie się dyplomami i innymi certyfikatami, które potwierdzają poziom kompetencji człowieka, zapowiada prawdopodobnie jego wysoką produktywność. Na rynku pracy istnieje asymetria informacji między pracownikami a pracodawcami. Ci pierwsi znają swoje walory i umiejętności, a pracodawcy tej wiedzy nie mają, bo nie obserwują czynnie procesu kształcenia. Mogą oni jedynie spodziewać się poziomu umiejętności na podstawie jakości dyplomu czy liczby lat edukacji i zakładać, że im dłużej dana osoba się uczyła, tym więcej nabyła umiejętności i daje nadzieję na wyższą wydajność pracy. Edukacja stanowi więc formalny test zasobów intelektualnych osoby poszukującej pracy, który służy wysłaniu sygnału potencjalnemu pracodawcy o jej relatywnie wysokiej produktywności (Spence, 1973; Mazzarol, Soutar, 2002; Pirog, 2013). W teorii kredencjalnej funkcjonuje zaś teza, że na rynku pracy większą wagę przywiązuje się do samego faktu posiadania dyplomu niż do kwalifikacji i kompetencji nabytych w trakcie studiów (Melosik, 2013).

Sami ekonomiści uznali jednak, że perspektywa *homo oeconomicus* nie wystarcza do kompleksowego zrozumienia procesów decyzyjnych, zwłaszcza edukacyjnych. Jest to niemożliwe z uwagi na fakt, że wybory ludzi nie zawsze są racjonalne i konsekwentne, tj. w takich samych uwarunkowaniach i przy oddziaływaniu tych samych zmiennych struktura tych wyborów jest różna. Zatem nie są one zależne jedynie od przesłanek racjonalnych, ale wpływają na nie także inne, losowe czynniki (Gajderowicz i in., 2015). Znaczącą rolę w tym procesie odgrywa sfera emocjonalna człowieka. Jak pisze K. Wach: „(...) ograniczona racjonalność – w warunkach ekonomicznych – uwzględnia, że decydenci są ograniczeni przez swoje wartości i nieświadome odruchy, umiejętności i zwyczaje. Innymi słowy, mimo iż decydenci starają się być racjonalni, owa racjonalność ma wyraźne granice” (Wach, 2010: 103).

Potwierdziły to badania empiryczne, w których wykazano tylko częściową zależność wyborów edukacyjnych młodych ludzi od przesłanek racjonalnych. Dowiedziono w nich bowiem istotnego wpływu niepieniężnych czynników, takich jak: różnice w celach życiowych, aspiracjach, zapleczu rodzinnym, szkolnym, uwarunkowaniach lokalnego rynku pracy, na percepcję kosztów i korzyści wynikających z inwestycji w studiowanie, a w rezultacie na wybory edukacyjne (Long, 2004).

Takie obserwacje zaowocowały wnioskiem o potrzebie wypracowania przez ekonomistów teorii, która uwzględni nieekonomiczne czynniki warunkujące ludzkie decyzje (w tym edukacyjne). Konieczne było wzięcie pod uwagę czynników psychologicznych, które grają główną rolę w ekonomii behawioralnej i teorii perspektywy (Tversky, Kahneman, 1991), bazującej na teorii gier (Coombs, Dawes, Tversky, 1977). Teoria perspektywy odnosi się do podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i podkreśla niemożność stosowania wówczas wyłącznie podejścia racjonalnego. Badania świadczą o tym, że ludzie względnie rzadko wybierają rozwiązania probabilistyczne i racjonalnie uzasadnione, wykazują większą skłonność do ceniienia tego, co już mają niż tego, co mogą mieć. Takie podejście ilustruje wybór tej uczelni czy kierunku, które – w ocenie danej osoby – nie skonfrontują jej z trudniejszą rekrutacją czy wymaganiami edukacyjnymi, które będą dla niej bardzo wysokie czy wręcz zbyt wysokie. W takiej sytuacji, chociaż racjonalnie taki wybór nie jest uzasadniony, staje się on faktem. Jego prawdopodobieństwo zwiększa się zwłaszcza wraz ze wzrostem liczby osób zainteresowanych podjęciem studiów ogółem, na danej uczelni, na danym kierunku oraz w przypadku osób o niskiej samoocenie (Tversky, Kahneman, 1991).

TEORIE PSYCHOLOGICZNO-SOCJOLOGICZNE

W grupie teorii wyborów (edukacyjnych) wypracowanych w psychologii i socjologii funkcjonuje teoria oczekiwań (ang. *expectancy-value theory*) zwana także teorią aspiracji oraz teoria motywacji, określana również jako teoria determinacji (ang. *self-determination theory*) (Davies, Tikoo, Ding, Salama, 2016).

W teorii aspiracji zakłada się, że czynnikiem silnie różnicującym plany życiowe, doraźne i perspektywiczne zamierzenia, są indywidualne aspiracje każdego człowieka. W psychologii i socjologii stosuje się różne definicje pojęcia „aspiracje”, ale najczęściej są one określane jako pragnienia, życzenia i dążenia, jako zamiar osiągnięcia celu i jako cel działań. Przedmiotem aspiracji są określone wartości, które w kontekście decyzji o kształceniu przede wszystkim koncentrują się wokół pragnień dotyczących przyszłości zawodowej i osobistej. W teorii aspiracji zakłada się, że osoba z wysokimi oczekiwaniami będzie zdecydowanie wnikliwiej, świadomie i wielkoobszarowo dokonywała decyzji edukacyjnych, bo dla niej głównym celem jest nie tylko zdobycie wyższego wykształcenia, ale i potrzeba samorealizacji (Sikorski, 2005; Piróg, 2015b).

Poziom aspiracji jest uzależniony od szeregu zmiennych, zatem wybory (także edukacyjne) zdeterminowane aspiracjami są tą wielością czynników warunkowane. W literaturze najczęściej wskazuje się, że są to: system wartości, kapitał kulturowy, rozpoznanie i przekonanie o własnych możliwościach, wcześniejsze osiągnięcia edukacyjne, sytuacja materialno-bytowa, uwarunkowania społeczne, oczekiwania i presja środowiska.

Aspiracje człowieka dotyczące jego przyszłości zawodowej stanowią podstawę konstruowania i wdrażania w życie planów osiągnięcia zamierzonych celów, które często są zależne od poziomu i kierunku wykształcenia. Uznaje się, że znaczący wpływ na ostateczny kształt aspiracji edukacyjnych mają:

- aspiracje życiowe dotyczące życia osobistego, rodzinnego, obejmujące zarówno relacje między członkami rodziny, jak i wyobrażenia o modelu i funkcjach rodziny;
- aspiracje materialne odnoszące się do oczekiwanego standardu życia, dostępu do dóbr materialnych i konsumpcyjnych;
- aspiracje przywódcze i kierownicze przejawiające się najczęściej w działalności zawodowej, edukacyjnej, życiu rodzinnym oraz społeczno-politycznym;
- aspiracje moralne związane z wartościami, normami etycznymi, których również jednostka, jak i całe grupy społeczne pragną przestrzegać (Piróg, 2015b).

Nadto wskazuje się, że aspiracje pozostają w ścisłym związku z werbalizowanymi przede wszystkim przez rodziców, ale i innych członków rodziny oczekiwaniami, marneniami i planami wobec swoich dzieci. Zależność ta odnosi się nie tylko do treści, ale i formy przekazu, zabarwienia emocjonalnego takich komunikatów czy wreszcie przekonujących egzemplifikacji wypowiedzianych przez te osoby sądów i refleksji (Hossler, Schmit, Vesper, 1999; Kozłowski, Matczak, 2014). W literaturze wskazuje się też na tzw. wpływ dziedziczenia zawodów na kształtowanie i ostateczny charakter aspiracji dotyczących nie tyle poziomu wykształcenia, co wyboru konkretnego kierunku studiów. Dowiedziono, że zawód, który wykonują rodzice, często wzbudza w młodym człowieku naturalne, niekiedy podświadome i na ogół silne zainteresowanie, inspiruje go i tym samym skłania do wyboru takiej samej lub bardzo zbliżonej profesji, a zatem kierunku kształcenia przygotowującego do wykonywania danego zawodu (Gottfredson, 1981; Al Yousef, 2009).

W teorii motywacji to ona właśnie jest osią działań podmiotu na drodze do zrealizowania celów życiowych, do których należą cele edukacyjne. W teorii tej wyróżniono dwa typy motywacji: wewnętrzną, zwaną także swobodną lub autonomiczną, i zewnętrzną nazywaną kontrolowaną. Motywacja wewnętrzna odnosi się do indywidualnych, odczuwanych przez człowieka potrzeb własnego rozwoju, wypływa z jego woli i suwerennego wyboru. Motywacja ta osadza się może zarówno na zainteresowaniach, odczuwaniu przyjemności, satysfakcji, zadowolenia, jak i na poczuciu winy lub wstydu (Deci, Koestner, Ryan, 1999). Motywy zewnętrzne pozostają w relacji do zewnętrznych spodziewanych profitów, są następstwem bodźców oddziałujących na człowieka i wiążą się z oczekiwaniem określonych nagród – namacalnych, takich jak pieniądze, stanowisko, przywileje, oraz nienamacalnych, jak pochwała, uznanie (Davies, Tikoo, Ding, Salama, 2016). Motywacja zewnętrzna jest zatem zarówno efektem poszukiwania akceptacji, pochwały, chęci bycia postrzeganym jako osoba pracowita (zaradna), jak i zamiaru uniknięcia kary. Wynika ona w dużej mierze z działania, a niekiedy wręcz z presji czynników zewnętrznych i chęci dostosowania się człowieka do warunków zaistniałych pod ich wpływem. Takim zewnętrznym bodźcem do podejmowania określonych decyzji edukacyjnych może być sytuacja na rynku pracy i chęć dostosowania się do jego realiów. Kolejnym bodźcem jest najbliższe otoczenie (rodzice, przyjaciele) i poszukiwanie – poprzez takie, a nie inne decyzje – jego aprobaty. Istotna jest też chęć dopasowania się do grupy społecznej, do której dana osoba aspiruje i która jej imponuje (Ardeńska, Tomik, 2014).

W rozważaniach dotyczących mechanizmów decyzyjnych towarzyszących wyborowi konkretnego kierunku studiów badania najczęściej oparte są na teorii osobowości. Głosi ona, że wybór kierunku kształcenia jest kompatybilny z typem osobowości danego człowieka. J.L. Holland – twórca tej teorii – wyróżnił sześć typów osobowości zawodowej: artystyczny, badawczy, konwencjonalny, realistyczny, społeczny, przedsiębiorczy (Holland, 1973). W świetle tych założeń osoby będące typem artystycznym będą preferowały studia, które wiążą się z wykonywaniem wielu zadań kreatywnych, prac koncepcyjnych. Reprezentanci typu badawczego lubią poznawać, obserwować, diagnozować, dogłębnie zrozumieć sedno problemu. Dobrze odnajdują się w pracy koncepcyjnej, samodzielnej, wymagającej logiki myślenia. Wybierają zatem kierunki cechujące się działaniami analitycznymi, precyzyjnymi, opartymi w dużej mierze na samodzielnym poszukiwaniu rozwiązań problemów naukowych. Przedstawiciele konwencjonalnego typu osobowości charakteryzują się metodycznością, precyzją, praktycznością, systematycznością i mają skłonność do wyboru studiów ściśle powiązanych z organizowaniem i porządkowaniem danych czy korzystaniem z programów obliczeniowych. Z kolei realistyczny typ osobowości przejawia skłonność do podjęcia decyzji o studiowaniu na kierunku związanym z takimi zadaniami, jak: konstruowanie, budowanie, działanie urządzeń, czynności manualne. Ci, którzy reprezentują typ społeczny/socjalny, lubią wyjaśniać, informować, szkolić, doradzać, pomagać i prawdopodobnie wybiorą studia, które przygotowują do szeroko pojętej pracy z drugim człowiekiem. Przedstawiciele przedsiębiorczego typu osobowości z dużym prawdopodobieństwem zdecydują się na studia, które umożliwią im nabycie kompetencji w zakresie promowania, sprzedawania, liderowania, przekonywania (Piróg, 2015b).

Występowanie dużego związku typu osobowości z wyborem kierunku studiów potwierdziły badania empiryczne. I tak okazało się, że osoby działające aktywnie w społecznym życiu w szkole średniej (typ społeczny) wybierały na poziomie akademickim

studia z obszaru nauk społecznych czy pedagogicznych. Ci, którzy w szkole średniej byli zdiagnozowani jako typ artystyczny, mieli większą skłonność do preferowania kierunków związanych ze sztuką, dziennikarstwem i językiem ojczystym. Hedoniści wybierali kierunki biznesowe, technologiczne, administracyjne. Liderzy grup/klas mieli skłonność wybierać prawo, wojskowość. Osoby o dużej niezależności decydowały się na architekturę czy rolnictwo¹ (Astin 1993; Feldman, Smart, Ethington, 1999; Feldman, Ethington, Smart, 2001).

SEKWENCJA PROCESU DECYZYJNEGO

Scharakteryzowane teorie wskazują na istnienie różnych grup czynników warunkujących podejmowanie decyzji edukacyjnych, ale nie traktują o drugim, bardzo ważnym zagadnieniu, które stanowi podstawę kompleksowego poznania ich mechanizmów. Jest nim specyfika samego procesu dokonywania wyboru, który cechuje: chronologia; etapowość; indywidualnie zróżnicowana długość trwania każdego z etapów i ich okazjonalne prolongowanie; znaczna złożoność wszystkich etapów, będąca skutkiem wpływu wielu zmiennych na podmiot w każdym z nich; tak liniowe (oddziałujące tylko w danej fazie), jak i repetytywne (w kilku lub nawet we wszystkich fazach) działanie różnorodnych determinant (Chapman, 1981; Jackson, 1982; Joseph, Joseph, 2000; Holmegaard, Ulriksen, Madsen, 2014).

Generalnie w literaturze funkcjonuje ustalenie, że dokonywanie wyboru jest trój-etapowe. Etapy te nazwane zostały etapami: preferencji, eliminacji i ewaluacji lub odpowiednio: namysłu, poszukiwania i rozważenia alternatyw (Holmegaard, Ulriksen, Madsen, 2014)². Należy podkreślić, że każdy z tych etapów modelują zarówno czynniki ujęte w ramy omówionych teorii, jak i takie, które w tych teoriach nie zostały albo jednoznacznie, albo wcale wskazane (Băcilă, Dorel, Alexandra-Maria, 2009; Drewes, Michael, 2006; Shankle 2009; Kusumawati, Yanamandram, Perera, 2010; Eidimtas, Juceviciene, 2014; Gromadzka, 2014).

Etap namysłu (preferencji) inicjuje proces. Człowiek – pod wpływem różnych czynników wymienianych we wcześniej scharakteryzowanych teoriach i z uwagi na ostateczną ich strukturę (np.: przewaga czynników racjonalnych nad emocjonalnymi, przewaga aspiracji autotelicznych nad instrumentalnymi itp.) – rozważa konsekwencje kontynuowania lub niepodjęcia edukacji w szkole wyższej. Finalną operacją myślową w tej fazie jest wyobrażenie sobie własnej przyszłości zawodowej i osobistej w obu scenariuszach, czyli w sytuacji legitymowania się dyplomem szkoły wyższej i bez niego. Projekcja siebie w każdej ze ścieżek pozostaje w zależności ze środowiskiem rodzinnym i dotychczasowymi osiągnięciami w szkole. Badania wskazały na kluczową rolę poziomu wykształcenia rodziców na charakterystyki wizji przyszłości zawodowej danej osoby, przy założeniu dalszej edukacji (wyższej) lub bez dyplomu uniwersyteckiego. Zanotowano, że niemal wszyscy badani młodzi ludzie, których oboje rodzice mieli wyższe wykształcenie, byli przekonani, że bez ukończenia studiów ich sytuacja zawodowa

¹ Należy dodać, że przeprowadzono także badania, które dowodzą znacznie większego wpływu płci na wybór kierunku studiów niż typ osobowości. Badania te potwierdzają jednoznacznie przewagę kobiet na studiach z zakresu edukacji, opieki zdrowotnej i filologii (Lackland, De Lisi, 2001; Porter, Umbach, 2006).

² Stosowany jest też, choć rzadziej, model pięcioetapowy: uświadomienia aspiracji uczenia się w szkole wyższej; poszukiwania informacji o możliwościach realizowania tych aspiracji; gromadzenia informacji, wysyłania swoich aplikacji, rekrutacji (Vrontis, Thrassou, Melanthiou, 2007).

będzie bardzo zła. Aspekt wykształcenia rodziców miał w tym etapie znacznie większy wpływ niż status ekonomiczny rodziny czy osiągnięcia szkolne (Horn, Chen, 1998; Gallotti i in., 2006). Faza namysłu kończy się w momencie pełnego przekonania człowieka o woli lub rezygnacji ze studiowania lub przynajmniej przy przewadze argumentów przemawiających za którymś ze scenariuszy.

Etap poszukiwania informacji zasadniczo następuje po etapie namysłu, choć – przynajmniej częściowo – może mu towarzyszyć. Jak wskazuje nazwa, dana osoba dąży w nim do ustalenia charakterystyk (typ uczelni, miasto, kierunek, tryb itp.) dla swojego planu dalszej edukacji. W tym celu wykorzystuje dwa typy informacji. Pierwsza to informacja wewnętrzna, zwana zapisaną w człowieku, która kumuluje się w nim pod wpływem przeżytych doświadczeń i zgromadzonej wiedzy. W odniesieniu do wyborów edukacyjnych bardzo ważną rolę w tworzeniu informacji wewnętrznych odgrywają wrażenia, jakie odcisnęły się w pamięci człowieka, a dotyczą osobistych lub pośrednich relacji z osobami związanymi z daną uczelnią, kierunkiem studiów czy emocji i przeżyć doznanych podczas ewentualnej wizyty w szkole wyższej. Informacja zewnętrzna odnosi się do powszechnie dostępnych, pisanych, cyfrowych, medialnych źródeł wiedzy o miejscu, rzeczy, usłudze, którą dana osoba chce ewentualnie wybrać (Yamamoto, 2006; Barber, Dodd, Kolyesnikova, 2009; Simões, Soares, 2010).

Etap rozważania alternatyw polega na porównywaniu ofert kilku uczelni i ich subiektywnej ocenie z uwagi na różnorodne kryteria, które są najważniejsze dla danej osoby. Jak wskazują badania, u zdecydowanej większości uczniów ta faza procesu decyzyjnego cechuje się najwyższym poziomem przewidywalności i racjonalności. Do aspektów, które najpierw i najczęściej są rozważane, należą: bezpośrednie i pośrednie koszty studiowania, a także takie czynniki, jak: atrakcyjność miasta, w którym zlokalizowana jest szkoła wyższa, czy jej prestiż. Wagi, które człowiek przypisze rozważanym zmiennym w tym etapie są zależne od czterech grup czynników: jego cech podmiotowych, indywidualnych umiejętności, warunków środowiskowych oraz dotychczasowych doświadczeń edukacyjnych (Heath, Fuller, Johnston, 2010). Poziom wnikliwości tych rozważań rośnie wraz z wiekiem. Badania pokazują, że nawet względnie mała różnica wieku (2–4 lata) skutkuje zdecydowanie bardziej dogłębnym przeanalizowaniem alternatyw (Cosser, Du Toit, 2002)³.

DOKONYWANIE WYBORU USŁUGI EDUKACYJNEJ – UJĘCIE KOMPLEKSOWE

Studia literaturowe pozwalają na podjęcie próby przedstawienia wyborów edukacyjnych w odniesieniu do szkoły wyższej w sposób syntetyczny, tj. uwzględniający założenia wszystkich naukowych teorii i empirycznie ustalonych czynników wpływających na te wybory. W literaturze tematu w XXI wieku dominuje trend polegający na odchodzeniu od modeli prezentujących wyłącznie podejście eksplanacyjne, służące głównie ukazywaniu struktury, czy stosujących tylko ujęcie behawioralne, skupione na trafności dokonywanych predykcji na podstawie odpowiednio dobranych zmiennych

³ Ta faza procesu decyzyjnego jest szczególnie mocno akcentowana w literaturze andragogicznej. Różnicą pomiędzy osobami kończącymi szkołę średnią i poszukującymi dla siebie dalszej ścieżki kształcenia a osobami dorosłymi jest to, że decyzje tych pierwszych pozostają w dużej zależności od skalkulowanych kosztów, tradycji rodzinnych i indywidualnych ambicji. Decyzje tych drugich, czyli dorosłych, na tym etapie są głównie wynikiem ich samooceny oraz postaw wobec edukacji, będących rezultatem dotychczas zgromadzonych doświadczeń w tym zakresie (Gromadzka, 2014).

(Bergerson, 2010; Pike, Dunne, 2011; Sagan, Łapczyński, 2014). Zaczynają dominować tzw. modele hybrydowe, łączące oba te spojrzenia.

W modelu hybrydowym wyborów edukacyjnych zakłada się uwzględnienie:

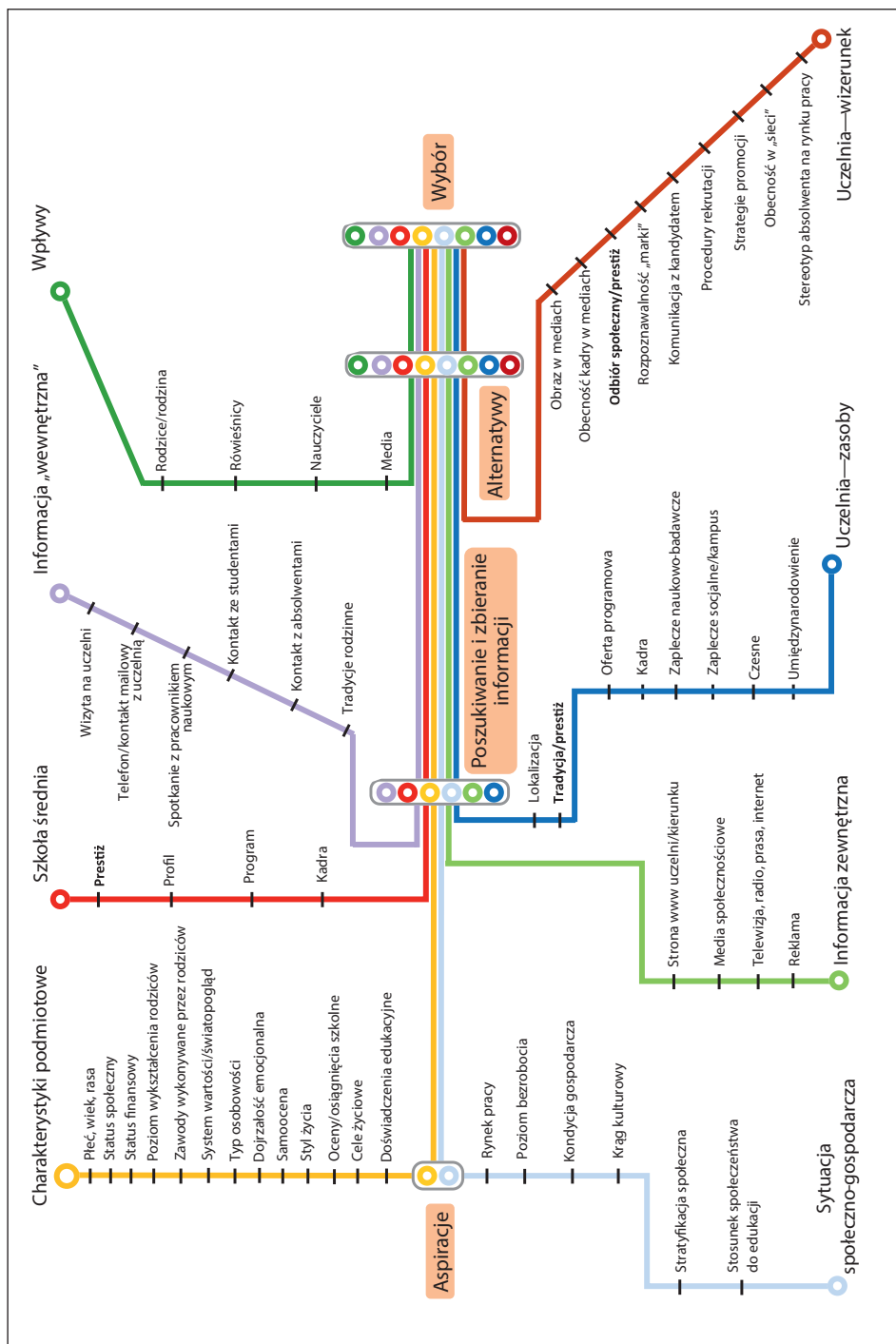
- założeń wszystkich uznanych teorii wyboru, wypracowanych w różnych dyscyplinach naukowych;
- etapowości samego podejmowania decyzji i specyfiki każdej z faz, będącej skutkiem różnorodności czynników oddziałujących w niej na osobę dokonującą wyborów;
- uwarunkowań gospodarczych, w których dokonywane są wybory (poziom rozwoju gospodarczego) (Fernandez, 2010; Maniu, Maniu, 2014).

Na podstawie przeglądu dotychczasowych badań należy stwierdzić, że z jednej strony dokonywanie wyborów edukacyjnych trzeba zdecydowanie zaliczyć do działań uporządkowanych, sekwencyjnych i przewidywalnych a z drugiej strony do wybitnie złożonych, wrażliwych (zarówno na wpływ zmiennych zależnych zewnętrznych, jak i zmiennych podmiotowych) oraz wyraźnie zindywidualizowanych w zakresie długości czasu, w którym zachodzi. Wskazane cechy tego procesu wydają się w trakcie budowania modelu rodzić potrzebę poszukiwania takiego graficznego sposobu jego wizualizacji, który umożliwiłby ich względnie wierne oddanie. W tym celu do wypracowania modelu wyborów edukacyjnych dotyczących kształcenia się w szkole wyższej autorka posłużyła się metaforą schematu linii komunikacji miejskiej. Proces decyzyjny jest w takim ujęciu podróżą z jednego do innego miejsca. Podróż może mieć różne przyczyny, przebieg (trasę, koszt, komfort, długość trwania, środki transportu) i skutki (doprowadzić do celu lub nie).

Biorąc pod uwagę dotychczasowy stan wiedzy w badanym temacie, w wypracowanym modelu proces decyzyjny, zakończony dokonaniem określonego wyboru, jest inicjowany przez aspiracje i motywacje jednostki. Z uwagi na to, czy wśród aspiracji oraz motywacji przeważają te z grupy autotelicznej, czy z instrumentalnej, oraz ze względu na poziom rozwoju gospodarczego kraju większą rolę w tym etapie zaczynają odgrywać albo kryteria racjonalne i ekonomiczne, albo psychologiczno-socjologiczne. Te z kolei pozostają w ściślejszej zależności z podmiotowymi charakterystykami konkretnej osoby (płcią, wiekiem, statusem społecznym, statusem finansowym, zapleczem rodzinnym, samooceną, stylem życia, typem osobowości, dojrzałością emocjonalną) oraz z jej dotychczasowym życiorysem edukacyjnym i oddziaływaniem osób czy grup, z którymi się silnie identyfikuje. Podejmowane decyzje znacząco kształtuje również sytuacja społeczno-gospodarcza w kraju i regionie, zwłaszcza poziom bezrobocia czy wpływ posiadania dyplomu uczelni wyższej na pozycję na rynku pracy. Wymienione czynniki w głównej mierze przesądzają o decyzji kontynuowania edukacji w szkole wyższej lub o niepodejmowaniu dalszego kształcenia (Moogan, Baron, 2003).

Kolejnym etapem jest konkretyzowanie decyzji o studiowaniu, tj.: wybieranie kierunku studiów i uczelni. Precyzowanie tych charakterystyk także pozostaje pod wpływem oddziaływania wskazanych zmiennych, ale jest ono dodatkowo znacząco zależne od cech konkretnych szkół wyższych (prestż, kadra, oferta programowa, zaplecze naukowo-badawcze, zaplecze socjalno-bytowe, czesne, lokalizacja itd.). To, czy rozważane zmienne zostaną pozytywnie, czy też negatywnie ocenione przez daną osobę, nieustająco jest skutkiem jej cech podmiotowych, choć na tę ocenę znacząco wpływają również opinie i rady rodziców, rodziny, kolegów, nauczycieli oraz sądy wyrażane w środkach masowego przekazu na temat danej uczelni czy kierunku. Podobnie istotny

Ryc. 2. Model dokonywania wyborów edukacyjnych dotyczących kształcenia się na poziomie wyższym



Źródło: opracowanie własne

jest wizerunek uczelni w mediach, jej rozpoznawalność i percepcja marki w różnych grupach społecznych. Bardzo duży wpływ na ostateczny wybór uczelni i kierunku studiowania ma doświadczenie, które młody człowiek wyniósł z próby skomunikowania się z wybraną uczelnią (kontakt mailowy, telefoniczny), forma i treść informacji zamieszczanych na internetowych stronach szkoły wyższej, jasność procedur rekrutacyjnych, stopień popularności pracowników naukowych w społeczeństwie oraz sytuacja dotychczasowych absolwentów uczelni czy kierunku na rynku pracy (por. ryc. 2).

PODSUMOWANIE

Dokonane badania wskazują na wyraźną lukę w polskiej literaturze, zarówno w zakresie opracowań traktujących w sposób syntetyczny o teoriach edukacyjnych procesów decyzyjnych, jak i co do prac empirycznych związanych z tą problematyką. Niedostatek opracowań empirycznych pozostaje w pełni zrozumiały z uwagi na brak teoretycznej ramy dla tego typu badań. Niniejszy artykuł staje się zatem próbą uzupełnienia rozpoznanej luki. Wypracowany model wyborów edukacyjnych dotyczących kształcenia się na poziomie wyższym ujawnia złożoność procesu oraz porządkuje czynniki mające istotny wpływ na jego przebieg. Może być on zastosowany w całości do kompleksowych badań wyborów edukacyjnych, może również wspierać badacza w planowaniu procedur badawczych z uwagi na bardziej szczegółowe cele.

Przeprowadzone studia dostarczają także wiedzy o charakterze aplikacyjnym, przydatnej w marketingowej działalności szkół wyższych. Ujawniły one bowiem, które czynniki wpływające na proces decyzyjny nie są i nie mogą być zależne od działań uniwersytetu, oraz które z nich pozostają w ścisłej zależności z jego działaniami. Ustalenie tych drugich pozwala uniwersytetowi celować w strategich marketingowych i skuteczniej przekonywać potencjalnego kandydata do wyboru konkretnej uczelni i kierunku (Vrontis, Thrassou, Melanthiou, 2007). Przeanalizowanie prace dowodzą, że – jak zweryfikowano empirycznie – znaczący wpływ na podmiot w poszczególnych etapach procesu decyzyjnego, a często kluczowy dla jego ostatecznych wyborów, mają:

- eksponowanie kadry naukowej, pracującej na danej uczelni czy kierunku, jako specjalistów zabierających głos w mediach (Zain, Jan, Ibrahim, 2013);
- jasne i poparte konkretnymi przykładami informacje o perspektywach, jakie mają absolwenci na rynku pracy (Alonderiene, Klimavičiene, 2013);
- przejrzyste, atrakcyjne i zilustrowane przykładami informacje o stosowanych innowacyjnych metodach kształcenia, umiędzynarodowieniu procesu dydaktycznego;
- dbałość o nieposzlakowaną reputację (Cosser, Du Toit, 2002);
- regularne odświeżanie stron internetowych uczelni⁴.

Literatura

References

Al Yousef, H. (2009). They know nothing about university – neither of them went: The effect of parents' level of education on their involvement in their daughters' higher education choices. *Compare: A Journal of Comparative and International Education*, 39(6), 783–798. DOI: 10.1080/03057920902913909

⁴ Badania wykazały, że najlepsi uczniowie szukają informacji względnie wcześniej. Skupiając wysiłki na promowaniu swej oferty na stronach www w sezonie okołorekrutacyjnym, można nie przegrać do niej potencjalnie najlepszych kandydatów.

- Alonderiene, R., Klimavičiene, A. (2013). Insights into Lithuanian students' choice of university and study program in management and economics, *Management*, 18(1), 1–22.
- Ardeńska, A., Tomik, R. (2014). Motywacja wewnętrzna, zewnętrzna i amotywacja na studiach w obszarze kultury fizycznej. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 47, 70–79.
- Astin, A.W. (1993). What Matters in College: Four Critical Years Revisited. *The Journal of Higher Education*, 22(8), 74–75. DOI: 10.2307/1176821
- Băcilă, M.F., Dorel, P.O.P.A., Alexandra-Maria, T. (2009). Marketing research regarding faculty-choice criteria and information sources utilised. *Annals of Faculty of Economics*, 4(1), 556–560.
- Bailey, M., Ifenthaler, D., Gosper, M., Kretzschmar, M. (2014). Factors influencing tertiary students' choice of study mode. W: B. Hegarty, J. McDonald, S.-K. Loke (red.). *Rhetoric and Reality: Critical perspectives on educational technology. Proceedings ascilite Dunedin*, 251–261.
- Barber, N., Dodd, T., Kolyesnikova, N. (2009). Gender differences in information search: Implications for retailing. *Journal of Consumer Marketing*, 26(6), 415–426. DOI: org/10.1108/07363760910988238
- Bergerson, A.A. (2010). College choice and access to college: Moving policy, research and practice to the 21st century. *ASHE Higher Education Report*, 35(4), 1–152.
- Breen, R., Goldthorpe, J.H. (1997). Explaining educational differentials. Towards a formal rational action theory. *Rationality and Society*, 9(3), 275–305. DOI: 10.1177/104346397009003002
- Chapman, D.W. (1981). A model of student college choice. *Journal of Higher Education* 52(5), 490–505.
- Cichoń, S. (2012). Szkoła wyższa na rynku usług edukacyjnych. *Edukacja Ekonomistów i Menedżerów: problemy, innowacje, projekty*, 3(25), 11–27.
- Coombs, C.H., Dawes, R.M., Tversky, A. (1977). *Wprowadzenie do psychologii matematycznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cosser, M., Du Toit, J. (2002). *From school to higher education? Factors affecting the choice of Grade 12 learners. The Student Choice Behaviour Project 1*. Pretoria: HSRC.
- Davies, M., Tikoo, S., Ding, L.J., Salama, M. (2016). Motives underlying the choice of business majors: A multicountry comparison. *The International Journal of Management Education*, 14(1), 50–61. DOI: 10.1016/j.ijme.2016.01.001
- Deci, E.L., Koestner, R., Ryan, R.M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125(6), 627–668.
- Drapińska, A. (2011). *Zarządzanie relacjami na rynku usług edukacyjnych szkół wyższych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Drewes, T., Michael, C. (2006). How do students choose a university? An analysis of applications to universities in Ontario, Canada. *Research in Higher Education*, 47(7), 781–800. DOI:10.1007/s11162-006-9015-6
- Eidimtas, A., Juceviciene, P. (2014). Factors Influencing School-Leavers Decision to Enrol in Higher Education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 116, 3983–3988. DOI:10.1016/j.sbspro.2014.01.877
- Eriksson, L. (2011). *Rational Choice Theory: Potential and Limits*. New York: Palgrave Macmillan.
- Feldman, K.A., Ethington, C.A., Smart, J.C. (2001). A further investigation of major field and person-environment fit: Sociological versus psychological interpretations of Holland's theory. *Journal of Higher Education*, 72(6), 670–698. DOI: 10.2307/2672899
- Feldman, K.A., Smart, J.C., Ethington, C.A. (1999). Major field and person-environment fit: Using Holland's theory to study change and stability of college students. *Journal of Higher Education*, 70(6), 642–669. DOI: 10.2307/2649169
- Fernandez, J.L. (2010). An explanatory study of factors influencing the decision of students to study at Universiti Sains Malaysia. *Kajian Malaysia*, 28(2), 107–136.
- Gajda, J., Cichoń, S. (2013). Zarządzanie procesami konsumpcji usług edukacyjnych w szkole wyższej. *Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla Bezpieczeństwa*, 2, 141–168.
- Gajderowicz, T., Grotkowska, G., Giergiczny, M., Czajkowski, M., Mycielski, J. (2015). Preferencje młodzieży względem usług edukacyjnych na poziomie wyższym. W: G. Grotkowska, U. Sztanderska (red.). *Spółeczne i ekonomiczne uwarunkowania dokonywania wyborów osób*

- w wielu 19–30 lat dotyczących studiowania. Raport przygotowany przez Zespół Badawczy Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego, 43–58.
- Galotti, K.M., Ciner, E., Altenbaumer, H.E., Geerts, H.J., Rupp, A., Woulfe, J. (2006). Decision-making styles in a real-life decision: Choosing a college major. *Personality and Individual Differences*, 41(4), 629–639. DOI: 10.1016/j.paid.2006.03.003
- Gottfredson, L.S. (1981). Circumscription and compromise: a developmental theory of occupational aspirations. *Journal of Counseling Psychology Monograph*, 28(6), 545–579. DOI: org/10.1037/0022-0167.28.6.545
- Gromadzka, M. (2014). Idę na studia! – łatwo powiedzieć. Badania narracyjne studentek rozpoczynających studia w okresie średniej dorosłości. *Rocznik Andragogiczny*, 21, 197–211.
- Heath, S., Fuller, A., Johnston, B. (2010). Young people, social capital and network – based educational decision – making. *British Journal of Sociology of Education*, 31(4), 395–411. DOI: 10.1080/01425692.2010.484918
- Holland, J.L. (1973). *Making vocational choices: A theory of careers*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Holmegaard, H.T., Ulriksen, L., Madsen, L.M. (2014). The Process of Choosing What to Study: A longitudinal Study of Upper Secondary Students' Identity Work when Choosing Higher Education. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 58(1), 21–40. DOI: 10.1080/00313831.2012.696212
- Horn, L., Chen, X. (1998). *Toward resiliency: At-risk students who make it to college*. Washington: U.S. Government Printing Office.
- Hossler, D., Schmit, J., Vesper, N. (1999). *Going to College. How Social, Economic, and Educational Factors Influence the Decisions Students Make*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Jackson, G. (1982). Public efficiency and private choice in higher education. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 4(2), 237–247.
- Jæger, M.M. (2007). Economic and social returns to educational choices: Extending the utility function. *Rationality and Society*, 19(4), 451–483.
- Joseph, M., Joseph, B. (2000). Indonesian students' perceptions of choice criteria in the selection of a tertiary institution: Strategic implications. *International Journal of Educational Management*, 14(1), 40–44. DOI: org/10.1108/09513540010310396
- Kozłowski, W., Matczak, E. (2014). Aspiracje edukacyjne rodziców w stosunku do własnych dzieci. *Edukacja*, 1(126), 66–78.
- Kusumawati, A., Yanamandram, V.K., Perera, N. (2010). University marketing and consumer behaviour concerns: the shifting preference of university selection criteria in Indonesia. *Asian Studies Association of Australia 18th Biennial Conference*, Adelaide, South Australia, 1–16. Pozyskano z <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=chsd>
- Lackland, A.C., De Lisi, R. (2001). Students' choices of college majors that are gender traditional and nontraditional. *Journal of College Student Development*, 42(1), 39–47.
- Long, B.T. (2004). How have college decisions changed over time? An application of the conditional logistic choice model. *Journal of Econometric*, 121, 271–296. DOI: 10.1016/j.jeconom.2003.10.004.
- Maniu, I., Maniu, G.C. (2014). A model of students' university decision making behaviour. *SEA – Practical Application of Science*; II, 3(5), 431–436.
- Mazzarol, T., Soutar, G.N. (2002). "Push-pull" factors influencing international student destination choice. *International Journal of Educational Management*, 16(2), 82–90. DOI: org/10.1108/09513540210418403
- Melosik, Z. (2013). Edukacja uniwersytecka i procesy stratyfikacji społecznej. *Kultura–Społeczeństwo–Edukacja*, 1(3), 21–46.
- Moogan, Y., Baron, S. (2003). An analysis of student characteristics within the student decision making process. *Journal of Further and Higher Education*, 27(3), 271–287. DOI: org/10.1080/0309877032000098699
- Olssen, M., Peters, M.A. (2005). Neoliberalism, higher education and the knowledge economy: from the free market to knowledge capitalism. *Journal of Education Policy*, 20(3), 313–345. DOI: 10.1080/02680930500108718
- Pabian, A. (2016). *Rynkowa orientacja szkół wyższych w Polsce – uwarunkowania, wyznaczniki, prawidłowości*. Dąbrowa Górnicza: Wydawnictwo WZB.

- Pike, A.G., Dunne, M. (2011). Student reflections on choosing to study science post-16. *Cultural Studies of Science Education*, 6(2), 485–500. DOI: 10.1007/s11422-010-9273-7
- Piróg, D. (2013). Wybrane teorie przechodzenia absolwentów szkół wyższych na rynek pracy w warunkach gospodarki opartej na wiedzy. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 23, 146–159.
- Piróg, D. (2014). Konkurowanie uniwersytetów na rynku usług edukacyjnych w warunkach kryzysu gospodarczego i nasilających się trudności tranzytacji absolwentów. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 28, 117–130.
- Piróg, D. (2015a). *Przechodzenie absolwentów studiów geograficznych na rynek pracy. Proces, czynniki, predykcja*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej.
- Piróg, D. (2015b). *ZAMEK. Rozpoznawanie predyspozycji zawodowych. Materiały metodyczno-informacyjne i narzędzia dla nauczycieli, doradców zawodowych, psychologów, pedagogów i rodziców*. Warszawa: Wydawnictwo Nowa Era.
- Porter, S.R., Umbach, P.D. (2006). College major choice: an analysis of person-environment fit. *Research in Higher Education*, 47(4), 429–449. DOI: 10.1007/s11162-005-9002-3
- Sagan, A., Łapczyński, M. (2014). Modele hybrydowe CART-LOGIT w analizie podejmowania decyzji w gospodarstwie domowym. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 336, 60–69.
- Shankle, N. (2009). *African Americans and College-Choice: Case Studies of Four Families*. (Electronic Thesis or Dissertation). Pozyskano z <https://etd.ohiolink.edu>
- Sikorski, W. (2005). *Aspiracje. Studium psychologiczne i socjologiczne*. Nysa: Oficyna Wydawnicza PZWS.
- Simões, C., Soares, A.M. (2010). Applying to higher education: Information sources and choice factors. *Studies in Higher Education*, 35(4), 371–389. DOI.org/10.1080/03075070903096490
- Spence, M. (1973). Job Market Signalling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. DOI:10.2307/1882010
- Szapiro, T. (1993). *Co decyduje o decyzji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Tversky, A., Kahneman, D. (1991). Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(4), 1039–1061. DOI: 10.2307/2937956
- Vrontis, D., Thrassou, A., Melanthiou, Y. (2007). A Contemporary Higher Education Student-Choice Model for Developed Countries. *Journal of Business Research*, 60(9), 979–989. DOI: 10.1016/j.jbusres.2007.01.023
- Wach, K. (2010). Od człowieka racjonalnego do emocjonalnego. Zmiana paradygmatu nauk ekonomicznych. *Horyzonty Wychowania*, 9(17), 95–105.
- Yamamoto, G.T. (2006). University evaluation-selection: A Turkish case. *International Journal of Educational Management*, 20(7), 559–569. DOI.org/10.1108/09513540610704654
- Zain, O.M., Jan, M.T., Ibrahim, A.B. (2013). Factors influencing students decision in choosing private institutions of higher education in Malaysia: a structural equation modelling approach. *Asian Academy of Management Journal*, 18(1), 75–90.

Danuta Piróg, dr hab., prof. w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Aktualnie w badaniach naukowych skupia się na trzech problemach. Pierwszym jest specyfika wkraczania na rynek pracy osób z wyższym wykształceniem, rozpatrywana zarówno w kontekście teorii rynku pracy, jak i mechanizmów tranzycyjnych w świetle uwarunkowań społeczno-gospodarczych. Drugi nurt badań odnosi się do czynników wpływających na procesy decyzyjne ludzi w odniesieniu do ich wyborów edukacyjnych na poziomie wyższym w Polsce i w wybranych krajach oraz możliwości implementacji tego typu badań do działań skierowanych na podnoszenie jakości edukacji uniwersyteckiej. Trzeci obszar zainteresowań dotyczy nowoczesnych koncepcji i strategii diagnozowania predyspozycji zawodowych osób młodych.

Danuta Piróg, Ph.D., professor at the Pedagogical University of Cracow (Institute of Geography). Her current research interests cover the following three core areas. First area is the transition of higher education graduates' from education to the labour market. She explores these issues both through labour market theories and mechanisms of this type of transition in the light of socio-economic changes. Second topic is dedicated to factors which influence the educational decisions of young people with a particular concern of higher education in Poland and in other countries. She also explores the possibilities of implementation of these results

into HE quality management. The third area is dedicated to innovative concepts and strategies of vocational counselling among young people.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: dbutryn@up.krakow.pl

JOANNA ŻUKOWSKA
Warsaw School of Economics, Poland

The Role of Key Communication Competences in Corporate Cooperation

Abstract: Currently, much attention is paid to key competences, with particular emphasis on the role and competences of humans. Therefore, the purpose of this paper is to overview the competence definitions and key competences related thereto. Moreover the paper will focus on the role of communication competences along with up to date communication technology. The typologies of competence currently appearing in Polish and international literature will also be presented. The role of cultural dimensions in the formation of relationships with international partners will be highlighted as well. The final element will include the stress put on the role of communication as one of the key competences influencing corporate cooperation and indicating the innovative forms of communication between business partners.

Keywords: business cooperation; communication; communication models; competence; innovative communication tools

Received: 27 December 2016

Accepted: 5 August 2017

Suggested citation:

Żukowska, J. (2017). The Role of Key Communication Competences in Corporate Cooperation. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 31(3), 220–228. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.14>

INTRODUCTION

Effective cooperation is determined by a number of variables. Currently, competences are more and more frequently mentioned in the literature as one of the essential factors thereof (Lunenburg, 2010; Antos, 2010; Eisenberg, 2010). Much attention is paid to key competences, particularly emphasising the role and competences of humans. Communication is also indicated as the core partly responsible for creating cooperation. Furthermore, the position of innovative technological solutions supporting communication in business partner cooperation is also highlighted. Therefore, the purpose of this paper is to overview the competence definitions and key competences related thereto (Antos, 2010). The typologies of competence currently appearing in Polish and international literature will also be presented (Keyton, 2011). The role of cultural dimensions in the

formation of relationships with international partners will be highlighted also (Cheney, 2011). The final element will include the stress put on the role of communication as one of the key competences influencing corporate cooperation and indicating the innovative forms of communication between business partners (Pauley, 2010).

COMPETENCES WITH PARTICULAR REGARD TO KEY COMPETENCES IN THE CONTEXT OF BUSINESS COOPERATION

The term “competence” is derived from the Latin *competentia* and has the original meaning of “holding knowledge enabling an entity to evaluate and express one’s own opinion based on the knowledge and experience held” (Furmanek, 1997).

According to Jenkins (2007), “competence means the ability and readiness to perform tasks on a determined level”. Fontana (1992), however, defines competence as “a studied ability to perform tasks correctly”, and defines it as a skill necessary for handling problems.

The Spencers’ approach is correlated to the above definition, as they understand competence as knowledge, skills, values and standards, motives, ethics of work, enthusiasm and their own image (Spencer and Spencer, 1993).

Thierry (1994), Sauret (1994) and Monod (1994) add that competences represent the inner human potential disclosed when translated into the external effects thereof, for example while performing one’s professional duties. Thus, competences may be considered while being disclosed. Therefore, as in the case of knowledge, some concealed and revealed competences can be distinguished, however, the revealed ones only appear to be valuable. In the opinion of Thierry (1994), Sauret (1994) and Monod (1994) competences consist of knowledge, skills, values, motives and attitudes.

Baugier (1993) and Vuillod (1993) emphasise that competences guarantee the competitive advantage to a business and, in consequence, economic success. From their point of view, competences include knowledge, skills and experience.

Kossowska (2002) and Sołtysińska (2002) acknowledge that competences constitute the aggregate of knowledge acquired in a specific field plus skills and attitudes. The author of this paper shares competence definitions presented by Kossowska (2002) and Sołtysińska (2002), as well as that of the Spencers’ (1993). This results from the fact that in her opinion their definitions are fairly comprehensive at the same time referring to the most important aspects from an individual point of view, which translates into business functioning. In her opinion, it is difficult to discuss an organization’s competences, omitting staff competences. The latter constitute the foundations of an organisation.

Particular attention should be paid at this point to the key competence concepts in the theory of management. According to Prahalad (1999) and Hamel (1999), key competences represent collective knowledge and an instrument of learning in the organization, revealed in the ability to provide clients with additional benefits. They consists of resources and skills. Resources mean assets, both tangible and intangible, which, for key competence purposes, are evaluated in relation to the business targets and strategies, competitors and the applicable economic-financial standards. Abilities are composed of specific skills, relationships, organisational knowledge and reputation. They are invisible and intangible. Key competences enable the accumulation of knowledge

and the channelling of it in the direction enabling the business to succeed (Stankiewicz, 2002; Lunenburg, 2010; Antos, 2010; Eisenberg, 2010).

According to Filipowicz (2014), entrepreneurship, innovativeness, openness to the client's demands and teamwork are frequently indicated as key competences. All the key competences are sourced with individual organizational entities – the employees.

Penc-Pietrzak (2013) further divides key competences into universal and specific ones. However, due to the fact that key competences in a business should be unique and specific, competences treated as being specific and implemented in universal areas of the organisation operations.

THE ROLE OF COMMUNICATING IN CREATING RELATIONSHIPS WITH COOPERATION PARTNERS

In the opinion of Anderson (1964), Lewis (1964) and Murray (1964) communicating is a process of enabling the sender to create meaning for an individual listener or a group of listeners thanks to the application of visual or audible symbols. It is also worth to mention the definition of the term quoted by Antoszewski and Herbut (1995) in which social communication is understood as the process of generation, transformation and transmission of information between individuals, groups and social organisations. The communication assumption is the formation of attitudes and transfer of knowledge, consistent with the values followed by the entities entering the information exchange relationship (Antoszewski and Herbut, 1995). The comprehensive definition of the term “communication” is presented by Rogala (2013), acknowledging that communication is a complex and dynamic process when the sender creates a message to the recipient in a verbal, non-verbal or symbolic form. The assumption of such an action is to evoke a response in the information recipient. Szałkowski (2005) recognises that communicating is a key social competence thanks to which an individual efficiently starts and maintains interpersonal relationships. Communication is the process of penetrating human actions. It focuses on maintaining the contact with the other party and encoding/decoding the information exchange between the individuals.

In the communication process a very significant role, as emphasised in the literature, is the social capital, its core, in the case of organisation, being the personnel, constituting a set of standards and values regulating the mutual cooperation of the individuals. It usually guarantees the synergy effect achieved thanks to the positive relationship in the team (Szałkowski, 2005). It is worth emphasising that a substantial effect on creating the said synergy is made by the competences discussed above, with a considerable role played by communication.

An unusually important role is also played by the international communication that is based on improving the knowledge and awareness of cultural differences, respecting their dimensions and confronting local with foreign values (Matsumoto, 2007). In the opinion of Czerepaniak-Walczak (1994), international communication requires a set of competences that affect the effectiveness of information exchange between international business partners. She includes the openness to information about others, the ability and skills at sustaining a dialogue, the ability to cohabit and solve problems (conflicts), as well as mutual cultural enhancement. Laszuk confirmed this statement in his research as well (Laszuk, 2016). Bennett (1986) also mentions competences particularly important in international communication between the partners. He indicates

the ability to accept diversity, the ability to adapt to cultural differences with particular respect to intercultural thinking. Then he mentions the ability to integrate diversities displayed by making a correct intercultural analysis and a diagnosis of the behaviours of partners originating from different cultural circles.

At this point it is worthwhile to indicate the selected communication models encountered in the literature. The four most significant ones, according to the author of this paper, have been presented in the table below.

Tab. 1. Communication models

Communication model	Characteristics
Information transfer	Unilateral process of information encoding by the sender and decoding by the recipient.
Settling the meaning	Process accentuating the meaning of the message sender and recipient, its purpose being the mutual understanding. Communication has a communitarian dimension, focusing on social relationships considering the cultural dimension.
Persuasion	The model focuses on elaborating the consensus between the parties based on the mutual convincing and arguing. Convincing creates common understanding of meanings.
Creating communities	A model constituting an instrument of building communities and social capital.

Source: Morreale, Spitzberg, Barge (2007)

Disregarding the model, communications are always characterised with the features that may include the social context and nature, purposefulness, awareness of the process, interaction, dynamics, complexity, continuity, creativity, irreversibility and the symbolism thereof (Dobek-Ostrowska, 2007). They all play an important role in the case of creating positive relationships between cooperating partners, either domestic or international.

At this point we should point out the barriers related to communication, the overcoming of which should influence the improvement of cooperation between the partners. Basically, in the reference literature one may find five major varieties of barriers: interpersonal barriers related to the persons of the sender and recipient, barriers resulting from the lack of awareness and the ability to communicate, the barriers concerning the information quality, barriers related to the physical and social environment and the barriers of organizational nature (Sobkowiak, 2005).

It is worthwhile indicating that the barriers often converge with general ones identified on the commencement of cooperation. Thus, we may presume that one of the key competences facilitating cooperation is the ability to communicate effectively.

The examples of specific barriers related to the sender and recipient may be the reluctance to communicate, avoiding openness, earlier negative experiences, prejudices, erroneous views, the lack of assertiveness, suspending information, excessive emotionality, the lack of trust and reliability and hasty judgments. The barriers resulting from the lack of awareness and communication skills should also include unskilful listening, improper message dynamics, limited control of the information contents and language differences. An example of barriers related to the information quality may in turn lead to the transmission of irrelevant messages, delays in message transfer, divergences, ambiguities, information overload and incongruity of the message with the recipient. Communication noises, imposing the message form or excessive or insufficient time

constitute barriers generated by the physical and social environment. The last group are organisational barriers that may include, without limitation, the carrying out of actions impeding communication, discouragement and the lack of motivation, excessive formalism, organisation culture impeding openness and avoiding the expression of opinions, including negative ones (Sobkowiak, 2005).

So the specific barriers, typical to international communication, are worth indicating. The most common barriers include: restrictions related to language differences and the misinterpretation of non-verbal signals (Lunenburg, 2010). A subtle discrimination shown in expressing jokes, comments of a negative shade or the tendency to dominate by one of the groups representing a specific culture or the unawareness or negation of cultural difference occurrence may be included here (Matsumoto, 2007). Moreover, the restrictions may include stereotypical thinking, prejudices and the tendency to proclaim evaluating judgments. The restrictions also include the creation of a deformed image of one's own culture or the occurrence of cultural ethnocentrism. The problems with intercultural communication, resulting from the above-mentioned barriers, may become the source of conflict between the partners (Marx, 2000). Therefore, much attention must be paid to the formation of correct international communication. The potential barriers related thereto must also be diagnosed as neglecting in this aspect may at least cause disorientation or astonishment. In the case of a more pessimistic scenario, it may lead to the suspension or even the termination of the co-operation. Therefore, the monitoring of the course of communication between the parties and continuing intercultural education, e.g. in the form of training courses, are of the utmost importance (Cheney, 2011).

It should be emphasised that appropriate competences may influence communication improvement, especially between international cooperation partners. The most significant competences, from the author's point of view, will be the active listening ability, the skill of constructing clear messages, the ability to adapt information to the recipient or assertiveness. The sensitivity to non-verbal language would also be a valuable competence in the case of communicating with international partners (Keyton, 2011).

In the case of effective communication, the stages taking place prior to the very communication start are essential. Prior to starting cooperation a visit to the partner is recommended in order to get to know them better, identify the actual field of their activity, evaluate the potential and meet the personnel. The appropriate preliminary meeting should influence the restriction of risks related to further cooperation. This will enable the determination of whether the problem the partners plan to work upon is viable, or it whether it can be classed in the declarative sphere. The meeting should also restrict the risk of unethical action on the part of the potential partner, for example the collection of information by such a partner, that might be negatively used against the other party or enable them an easier cooperation start with another partner. Moreover, it should limit the risk of exclusive market surveillance by the potential partner without the intention to start the actual cooperation (Pauley, 2010).

At the cooperation start, it is significant to involve the partner into creating a project concept its assumptions, analysis of the resources available and foreseeing the potential risks. Thanks to such a procedure, communication between the parties is formed positively; the parties are used to a permanent transfer of information, experiences and considerations, they also have a sense of greater commitment including greater cooperation and a sense of balance of strengths and efforts. Another significant

element related to the method of starting cooperation is the acquisition of knowledge concerning the substantial experience of the partners and determination of the mutual expectations of the cooperation partners and principles. The verification of the cultural and economic environment of the partners is of equal importance. The definition of the communication principles, the information and knowledge transfer model, setting the document circulation principles or tools used in the said process appear to be the key aspects here. To provide effective communication, cooperation partners must keep in permanent touch. The very communication must be simple, clear, concise, fast and fluent (Jamrozik, 2013).

INNOVATIVE COMMUNICATION TOOLS USED IN THE COOPERATION OF INTERNATIONAL ENTITIES

At this point we should proceed to the communication tools used by businesses. They are very often used in the case of cooperation. According to the typology suggested by Olsztyńska (2002), the author of this paper proposed a classification of tools divided into traditional and modern ones. In the category of modern tools, the author places those related to state of the art technologies. They have been presented in the table below.

Tab. 2. Communication tools

Traditional communication tools	Modern communication tools with the use of electronic media
Direct conversation	E-mail
Bulletins	Discussion forum
Company newspapers	Helplines
Memorandums	Intranet
Manuals	Community portals (social media)
Reports	Wiki
Meetings	Newsletter
Suggestion boxes	Blog
Surveying opinions and attitudes	On-line comments
Independent coordinators	Chat
Integration meetings	
Courses, training	
Study visits	
Interdisciplinary teams	

Source: Olsztyńska (2002), Raport GFMP (2010)

It is worth to scrutinise selected modern communication tools and the operation of their synthetic characteristics. Intranet is an internal electronic portal to be used by recipients specified by the sender only. Intranet includes electronic message boards, chats, blogs, multi-media presentations and video or audio materials. It enables fast data upgrading, taking place almost in real time. It also provides freedom in the scope of topic or information volume.

Blog is also a tool worth closer description. It enables the management of knowledge, it allows for interactivity. It is time-consuming and requires substantial time volumes devoted by the recipient and sender, however it sometimes is particularly effective

in the case of consulting current topics, explaining complicated issues and implementing processes (Bolek, 2012).

Time constitutes a kind of conversation conducted with the use of Internet between two or more users of computers, based on the alternate transmission of text messages (www.old.stat.gov.pl).

Wiki is in turn a specific website (Web 2.0), that may be browsed and created or edited thanks to an Internet browser. It enables the commitment of numerous people into creating one site (www.informatyka.wroc.pl).

Newsletter is a newspaper sent by e-mail. The specific character of a newsletter is the fact that it often contains synthetic information with reference to the message in its full form (Frankowski, 2009).

A discussion forum is a discussion group transformed into a virtual structure, enabling the exchange of information and views (www.slownik.intensys.pl).

A community portal is a web service which exists on the basis of the community surrounding it (www.slownik.intensys.pl).

The most popular community media in Poland include at present: Facebook, NK, YouTube, LinkedIn, Google+, GoldenLine and Profeo. The data suggest that 86% Polish businesses attempt to communicate with domestic and international partners using Facebook (www.interaktywnie.com). Although this was a system originally oriented on an individual client, at present it also plays a significant role with relation to corporate clients, therefore it is an excellent medium. It enables the solicitation of a wide range of partners, supports interactions with the users and provides easy access to the launch of statistics and "Likes" (Gitomer, 2012). YouTube on its part provides businesses with the possibility of launching virus or shock marketing thanks to the upload of videos in the context of relationships with the cooperating partners (Żukowska and Sroczyński, 2013). More and more frequently the cooperation partners select the development of a mobile application. Although its creation is related to costs, that are usually higher than the cost of building a mobile, responsive web site, the mobile application, however has greater opportunities and is perceived by the users as a more attractive, modern medium (Żukowska and Sroczyński, 2014).

Furthermore, analysing the data acquired from the report about communication in Poland, it is noticeable that the modern tools analysed play an important role also in the communication between the cooperating partners. The most popular ones are discussion forums (65% respondents), comments (63%) and chat (50%). Next the community portals (27%), Wiki (27%), blogs (20%), and newsletter (15%) appear. Intranet and e-mail were not subjected to such surveys (GFMP Management Consultants). Intranet was treated according to the definition suggested above, so the elements composing the tool were analysed. However, in the context of e-mails, according to the *ex-ante* assumption, the result would be that this is the most popular form in communication between the parties, so there is no need to take it into the consideration.

Modern tools are therefore often used by the cooperating partners. They remain even more effective in the case of long geographical distances. Their use enables the levelling of such restriction at the same time enabling significant cost reductions. Modern tools also represent important support in the case of time differences, but also some cultural differences. Therefore, they represent a correct solution between the culturally distant partners. So we may acknowledge that forums play a great role in the cooperation, just like the chats on Skype or the use of community portals.

CONCLUSION

In this paper the author made a reference overview of the term “competences” and the key competences closely correlated with them based on Polish and foreign literature review. She drew attention to the immensely important role of employee competences, emphasised in the literature, as significant in the functioning of businesses and to the cooperation of business partners. Moreover, she highlighted the role of communication as one of the key competences that influences the cooperation between the entities. She also presented innovative technological solutions, supporting communication between domestic and international partners.

References

- Antos, G. (2011). *Handbook of interpersonal communication*. The Hague, The Netherlands: Mouton De Gruyter.
- Antoszewski, A., Herbut, R. (1995). *Leksykon politologii*. Wrocław: Atla 2.
- Baugier, J.M., Vuillod, S. (1993). *Strategie zmian w przedsiębiorstwie: nowoczesna metoda*. Warszawa: Poltext.
- Bennett, M.J. (1986). A developmental approach to training for intercultural sensitivity. *International Journal of Intercultural Relations*, 10(2), 179.
- Bolek, J. (2012). Efektywne wykorzystywanie klasycznych i nowoczesnych narzędzi komunikacji wewnętrznej przez przedsiębiorstwo in: Harasim. W.: *Zarządzanie kapitałem intelektualnym w organizacji inteligentnej*. Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji.
- Cheney, G. (2011). *Organizational communication in an age of globalization: Issues, reflections, practices*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Czerepaniak-Walczak, M. (1994). *Między dostosowaniem a zmianą. Elementy emancypacyjnej teorii edukacji*. Szczecin: Wydawnictwo Uniwersyteckie, 134–140.
- Dobek-Ostrowska, B. (2007). *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- Eisenberg, E.M. (2010). *Organizational communication: Balancing creativity and constraint*. New York, NY: Saint Martin's.
- Filipowicz, G. (2014). *Zarządzanie kompetencjami, perspektywa firmowa i osobista*. Warszawa: Wolters Kluwer, 32–52.
- Fontana, D. (1992). *Psychology for Teachers*. Basingstoke: Macmillan.
- Frankowski, P., Juneja, A. (2009). *Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i moderacja*. Gliwice: Helion.
- Furmanek, W. (1997). Kompetencje. Próba określenia pojęcia. *Edukacja Ogólnotechniczna Inaczej*, 7(11).
- Gitomer, J. (2012). *Społecznościowy BOOM. Wykorzystaj potencjał sieci e-kontaktów do wykreowania marki, zwiększenia sprzedaży i zdominowania rynku*. Gliwice: Helion.
- Hamel, G., Prahalad, C.K. (1999). *Przewaga konkurencyjna jutro*. Warszawa: Business Press.
- <http://interaktywnie.com/biznes/artykuly/raporty-i-badania/jak-czesto-polacy-odwiedzaja-portale-spolecznosciowe-oto-odpowiedz-24547>, 2014-10-12.
- http://old.stat.gov.pl/gus/definicje_PLK_HTML.htm?id=POJ-5919.htm 2014-10-10.
- <http://sownik.intensys.pl/definicja/151/forum-dyskusyjne/> 2014-10-10.
- <https://informatyka.wroc.pl/kursy/mod/page/view.php?id=279> 2014-10-10.
- Jamrozik, M. (2013). *Współpraca ponadnarodowa z perspektywy realizatorów projektów*. Warszawa: Krajowa Instytucja Wspomagająca – Centrum Projektów Europejskich.
- Jenkins, H. (2007). *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Keyton, J. (2011). *Communication and organizational culture: A key to understanding work experience*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kossowska, M., Sołtyśńska, I. (2002). *Szkolenia pracowników a rozwój organizacji*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.

- Laszuk, M. (2016). Przedsiębiorcza kultura organizacyjna jako główna determinanta występowania przedsiębiorczości wewnętrznej. *Przedsiębiorczość Międzynarodowa*, 1(1), 21–29.
- Lunenburg, F.C. (2010). Communication: The Process, Barriers, and Improving Effectiveness. *Schooling*, 1(1).
- Marx, E. (2000). *Przełamywanie szoku kulturowego*. Warszawa: Placet.
- Matsumoto, D., Juang, L. (2007). *Psychologia międzykulturowa*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Morreale, P.S., Spitzberg, H.B, Barge, J.K. (2007). *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Olsztyńska, A. (2002). Komunikacja wewnętrzna w przedsiębiorstwie in Mruk. In: *Komunikowanie się w biznesie*. Poznań: Wydawnictwa Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Pauley, J.A. (2010). *Communication: The key to effective leadership*. Milwaukee, WI: ASQ Quality Press.
- Penc-Pietrzak, I. (2013). System zarządzania kompetencjami w organizacji. *Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego*, 27, 415–429.
- Raport GFMP Management Consultants (2010). *Komunikacja wewnętrzna w Polsce 2010*. Warszawa.
- Rogała, A. (2013). *Determinanty skuteczności komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie, praca doktorska*. Poznań: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Sobkowiak, B. (2005). *Interpersonalne i grupowe komunikowanie się w organizacji*. Poznań – Wrocław: Wydawnictwo Forum Naukowe.
- Spencer, L., Spencer, S. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. New York: John Wiley & Sons.
- Stankiewicz, M.J. (2002). *Konkurencyjność przedsiębiorstwa*. Toruń: Dom Organizatora, 211–232.
- Szałkowski, A. (2005). Kapitał społeczny jako czynnik efektywności pracy. *Praca i Zabezpieczenie Społeczne*, 1(2).
- Thierry, D., Sauret, C., Monod, N. (1994). *Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwie w procesach zmian*. Warszawa: Poltext.
- Zioło, Z., Rachwał, T. (2010). Geografia przemysłu i usług. W: Z. Długosz, Z. Zioło (red.). *Rozwój naukowo-dydaktyczny i kierunki badawcze Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 138–157.
- Żukowska, J., Sroczyński, Z. (2013). Social media jako źródło konkurowania przedsiębiorstw. In: R. Pregiel, M. Rostański (Eds.). *Internet w społeczeństwie informacyjnym. Zastosowania Internetu i systemów komputerowych*. Dąbrowa Górnicza: WSB Press, 11.
- Żukowska, J., Sroczyński, Z. (2014). Internetowe aplikacje mobilne narzędziem budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. In: R. Pregiel, P. Buchwald (Eds.). *Internet w społeczeństwie informacyjnym. Nowoczesne systemy informatyczne i ich bezpieczeństwo*. Dąbrowa Górnicza: WSB Press, 61–71.

Joanna Żukowska, Ph.D., Assistant Professor at the Department of Enterprise at Warsaw School of Economics. She holds an International Coach Certificate in the scope of coaching, learning and development, issued by Edexcel and BTEC Professional Qualifications. She was conferred the CoachWise Certificate accredited with the International Coach Federation. Head of Post-Graduation Studies – Academy of Professional Coach at SGH. She specialises in HR management, marketing communication, coaching, creation of relationships with clients. Her core research area is in HRM. She is particularly interested in employees' evaluation theories and methods. She has participated in scholarships at the University of Bologna in Italy and at Fordham University of New York City. She was the visiting professor in Toulouse Business School, ISCAP Porto, Vilnius Business School, Turku School of Economics, ISCTE Lisbon, Budapest Business School. The author of numerous publications and researches on the above-mentioned topics.

Address:

Warsaw School of Economics
Faculty of Business Administration
Department of Enterprise
al. Niepodległości 162, 02-554 Warsaw, Poland
e-mail: joanna.zukowska@sgh.waw.pl

JANINA PACH

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Dylematy systemu podatkowego w Polsce

Dilemmas of the Tax System in Poland

Streszczenie: Artykuł przedstawia istotę, strukturę oraz główne filary systemu podatkowego funkcjonującego w Polsce. Koncentruje się na wymogach prawno-ekonomicznych, jakie powinien spełniać współczesny system podatkowy, które stały się kryterium oceny jego jakości i problemów. Artykuł z jednej strony przybliża główne dylematy systemu podatkowego, takie jak: uciążliwość i złożoność jego konstrukcji i jego niska przejrzystość, problem ściągальności podatków, niska wydajność podatkowa, nieszczelność systemu podatkowego, funkcjonowanie rajów podatkowych i ich konsekwencje fiskalne oraz szereg innych kwestii. Z drugiej zaś strony artykuł przedstawia konieczność zmian systemu podatkowego w Polsce w kontekście eliminacji i ograniczenia wymienionych problemów oraz unowocześnienia i uproszczenia krajowego systemu podatkowego. Chodzi o to, aby zmiany o charakterze prawno-ekonomicznym i instytucjonalnym przełożyły się na szeroko rozumianą racjonalność systemu podatkowego. Zatem zasadniczym celem artykułu jest próba zaleźnienia odpowiedzi na następujące pytania:

- co to jest system podatkowy kraju i jakie są jego główne elementy,
- jaki charakter ma polski system podatkowy,
- jakie są jego główne słabości i problemy.

Abstract: The paper presents the essence, structure and pillars of tax system in Poland. The main focus of the article is on the legal and economic prerequisites for the contemporary tax system, which simultaneously became the criteria of appraisal of the quality and problems of the system. On the one side, there are chief dilemmas such as: arduousness and complexity of construction, as well as low transparency of tax system, the problem of collectability of taxes, low tax effectiveness, leakage of tax system, tax shelters functioning and their consequences, as well as more other dilemmas concerning taxes, displayed in the paper. On the other side, there is the necessity of alteration of the tax system in Poland exposed in terms of running-off and restraining the presented problems, as well as upgrading and simplifying the national tax system. The key of the legal, economic and institutional changes is their translation into the rationality *sensu largo* of the tax system. Therefore, the fundamental aim of the paper is the answer to a number of questions on:

- what is the tax system and its main constituents?
- what is the nature of the tax system in Poland?
- what are its main weaknesses and problems?

Słowa kluczowe: dochody budżetu; konstrukcja podatku; optymalizacja podatkowa; podatki; raje podatkowe; system podatkowy

Keywords: budget deficit; fiscal optimisation; tax construction; tax heaven; tax system; taxes

Otrzymano: 9 stycznia 2017

Received: 9 January 2017

Zaakceptowano: 21 lipca 2017

Accepted: 21 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Pach, J. (2017). Dylematy systemu podatkowego w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 229–243. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.15>

WSTĘP

Podatki stanowią szczególny rodzaj historycznie ukształtowanej daniny publicznej o charakterze pieniężnym, przymusowej, ogólnej, nieodpłatnej i bezzwrotnej. Pełniąc funkcje: alokacyjną w stosunku do części PKB, redystrybucyjną, stymulacyjną i informacyjną, odgrywają ważną rolę w procesach gospodarczych. Dla budżetu państwa (budżetów lokalnych) są strumieniem dochodów, finansującym dobra publiczne, natomiast dla podatników – obciążeniem ich dochodów (określanym mianem ciężaru podatkowego).

Celem zasadniczym artykułu jest przybliżenie istoty i kształtu polskiego systemu podatkowego, jego głównych filarów.

Celem szczegółowym jest uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- co to jest system podatkowy kraju i jakie są jego główne elementy,
- czym cechuje się polski system podatkowy,
- jakie są jego główne słabości i problemy.

Realizacja nakreślonych celów badawczych, których efektem jest przede wszystkim diagnoza systemu podatkowego w Polsce, wydaje się istotna z punktu widzenia przygotowywanych kierunków reform podatkowych.

ISTOTA PODATKÓW

Daniny publiczne od bardzo dawna odgrywają ważną rolę w dochodach budżetu państwa i budżetów lokalnych. Do najważniejszych z nich zaliczyć należy podatki, opłaty, cła, niepodatkowe należności budżetowe, przymusowe pożyczki na cele publiczne, składki obowiązkowe (Krzywoń, 2011: 47–58). Szczególne znaczenie spośród wymienionych danin ma podatek, stanowiący ważne narzędzie polityki gospodarczej, umożliwiające realizację konkretnych celów. Podatek nie jest zjawiskiem przypadkowym, jest kategorią ukształtowaną ewolucyjnie, historycznie, która znajduje swoje korzenie w życiu społeczno-gospodarczym. Istnieje wiele definicji podatku, a jedna z nich ujęta została także w ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz.U. z 2012 r., poz. 749 ze zm.), zgodnie z którą „podatkiem jest publicznoprawne, przymusowe, nieodpłatne oraz bezzwrotne świadczenie pieniężne na rzecz Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy, wynikające z ustawy podatkowej”. Podobnie podatek definiuje ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (tekst jednolity – Dz.U. z 2013 r., poz. 885). Podatek to danina publiczna, którą wyróżniają następujące cechy konstytutywne:

- przymusowość, oznaczająca możliwość zastosowania sankcji wobec będących w obowiązku podatkowym a uchylających się od jego płacenia;

- pieniężny charakter uiszczenia podatku w przeciwieństwie do stosowanych naturalnych (rzeczowych) form danin publicznych;
- ogólność (powszechność), oznaczająca powinność jego zapłaty przez podmioty będące w obowiązku podatkowym, odstępstwem od powszechności podatku jest system ulg i zwolnień podatkowych;
- bezzwrotność, polegająca na definitywnym pobraniu przez podmiot publiczny podatku należnego;
- nieodpłatność (nieekwiwalentność), wynikająca z braku bezpośredniego świadczenia ze strony państwa na rzecz wpłacającego podatek.

Istota podatku jako szczególnej daniny publicznej i narzędzia polityki gospodarczej wynika z funkcji, jakie pełni. Zaliczyć do nich należy funkcje: fiskalną, redystrybucyjną, stymulacyjną i informacyjną, które ze sobą współistnieją (por. ryc. 1).

Funkcja fiskalna, inaczej dochodowa, to jedna z najstarszych funkcji, jakie pełnią podatki. Podatki bowiem są najważniejszym i najbardziej wydajnym źródłem dochodów budżetowych państwa, niezbędnym do pokrycia potrzeb publicznych.

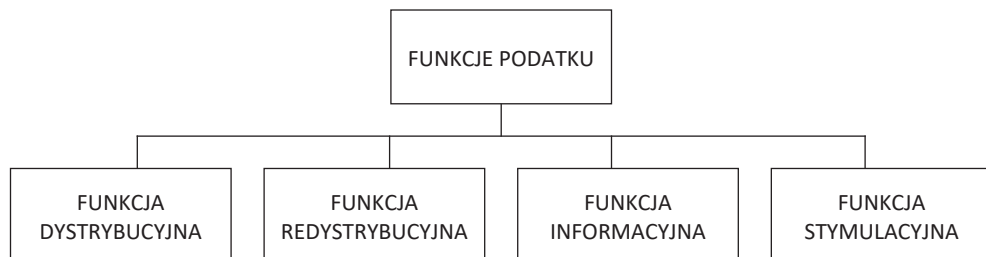
Natomiast funkcja redystrybucyjna, która jest ściśle związana z funkcją fiskalną, polega na podziale wypracowanych dochodów (w zależności od liczby podatków, ich konstrukcji) pomiędzy podatników a państwo.

Obok fiskalnej i redystrybucyjnej funkcji podatki pełnią także funkcję stymulacyjną, polegającą na ich wykorzystywaniu do oddziaływania na zachowania podatników, na podejmowanie przez nich określonych działań. Ważną w tym względzie rolę odgrywają obniżone stawki podatkowe, ulgi i zwolnienia oraz zwwyżki podatkowe. Na podkreślenie zasługuje również funkcja informacyjna podatków. Wielkość wpływów podatkowych informuje o przebiegu procesów gospodarczych w kraju, o jego sytuacji gospodarczej (Pach, 2016: 79–90).

Funkcje podatków nawzajem się warunkują i przenikają, a ich spoiwem są ukształtowane na przestrzeni historii zasady podatkowe. Niezależnie od ich ujęcia (przez różnych autorów), integrują i akcentują cztery zasadnicze aspekty podatków: fiskalny, ekonomiczny, sprawiedliwości i techniczny, istotne z punktu widzenia systemu podatkowego kraju, jego racjonalności. Punktem wyjścia do ich ukształtowania stały się zasady podatkowe sformułowane przez A. Smitha (zasada pewności, dogodności, równości i taniości), uzupełnione i rozbudowane później przez A. Wagnera i innych ekonomistów. A. Wagner wyróżnił cztery grupy zasad podatkowych (por. ryc. 2).

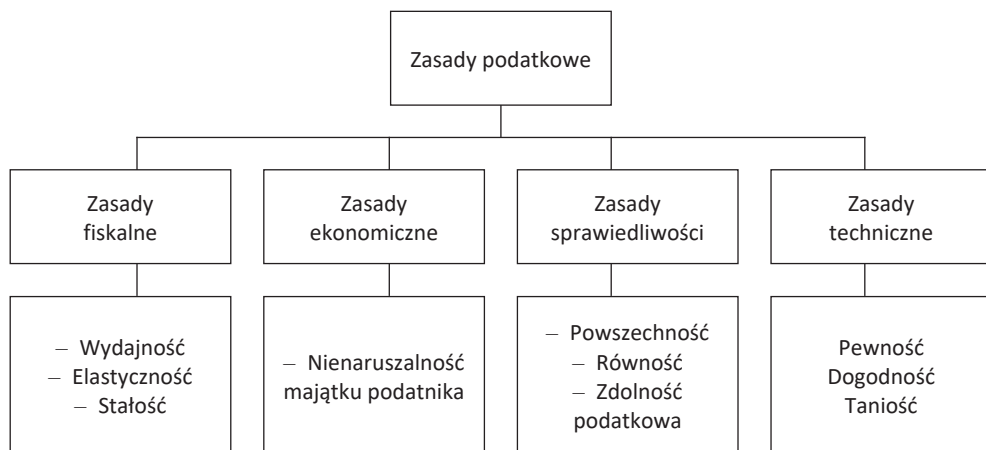
Grupa zasad fiskalnych kładzie nacisk na wydajność podatkową pod kątem wpływów budżetowych, która jest warunkowana konstrukcją podatku oraz kosztami jego poboru (taniością podatku). Ponadto postuluje z jednej strony elastyczność podatku, czyli zdolność reagowania na zmiany koniunktury gospodarczej, a z drugiej strony stałość podatku – ważną zarówno dla podatnika (osób fizycznych i prawnych), jak i dla państwa (Pach, 2016: 79–87). Natomiast zasady ekonomiczne koncentrują się na ekonomicznych implikacjach podatków, akcentując przy tym nienaruszalność majątku podatnika. Oznacza to, iż podatki płaci się z bieżącego dochodu. Jeżeli jest dochód, to pociąga on podatek, jeżeli nie ma dochodu (jest strata), to podatnik nie płaci podatku, a jego majątek jest nienaruszalny. Szczególne znaczenie mają zasady sprawiedliwości szeroko poruszane przez wielu ekonomistów, w tym A. Smitha, J.S. Milla, F.Y. Edgewortha. Podstawą sprawiedliwości podatkowej według A. Wagnera jest powszechność podatku, którą w praktyce naruszają liczne ulgi i zwolnienia podatkowe. Również równość podatkowa budzi wiele kontrowersji pod kątem sprawiedliwości i zdolności

Ryc. 1. Funkcje podatku



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 2. Zasady podatkowe według A. Wagnera



Źródło: S. Owsiak (2005: 189)

podatkowej. Bardziej w tym względzie chodzi o równomierność rozłożenia ciężarów podatkowych. W kontekście sprawiedliwości podatkowej zasadą często przywoływaną jest sprawiedliwość pionowa oznaczająca, iż od wyższych dochodów płać należy wyższe podatki, oraz zasada sprawiedliwości poziomej oznaczająca, że od takich samych dochodów podatnicy winni płać takie same podatki. Czy takie same podatki od takich samych dochodów faktycznie są sprawiedliwe? Okazuje się, że nie zawsze, gdyż rzeczywista sytuacja podatników o tych samych dochodach może być różna.

Z kolei pewność jako zasada podatkowa oznacza, że podatnik powinien z góry i jasno wiedzieć, jakie i kiedy zobowiązany jest zapłacić podatki, tak aby uchronić się przed dowolnością działań ze strony aparatu skarbowego. Dla państwa (budżetów) przyjęcie zasady pewności oznacza nakładanie tylko takich podatków, które będą pewnymi źródłami dochodów publicznych. Funkcjonowanie zasady pewności opodatkowania wymaga także stosowania zasady niedziałania prawa wstecz (*lex retro non agit*) oraz poszanowania i ochrony praw słusznie nabytych.

Zasada dogodności została sformułowana przez A. Smitha, który – wyjaśniając jej istotę – stwierdził, iż „podatki winny być płacone przez rolników po zbiorach plonów” – bo to jest dogodne dla nich (Owsiak, 2005). Dogodność podatków polegać powinna zatem na tym, że podatki powinny być pobierane w czasie i w sposób możliwie najdogodniejszy dla płacących. Zasada dogodności podatkowej powinna być uwzględniana już

na etapie przygotowywania ustaw podatkowych. Przepisy nie powinny obciążać obywateli obowiązkami należącymi do aparatu skarbowego, odpowiedzialnością za cudze zaniedbania w zakresie uiszczania należności z tytułu podatków. W praktyce zasadę tę narusza niski poziom prawa podatkowego, a zwłaszcza mała komunikatywność podatkowych aktów prawnych.

Z kolei zasada taniości głosi potrzebę dbałości o jak najniższe koszty poboru podatku. A. Smith twierdził, iż nie ma sensu nakładać drogich podatków i wymieniać przypadki, kiedy podatek może stać się drogi (Rosiński, 2010: 34–37):

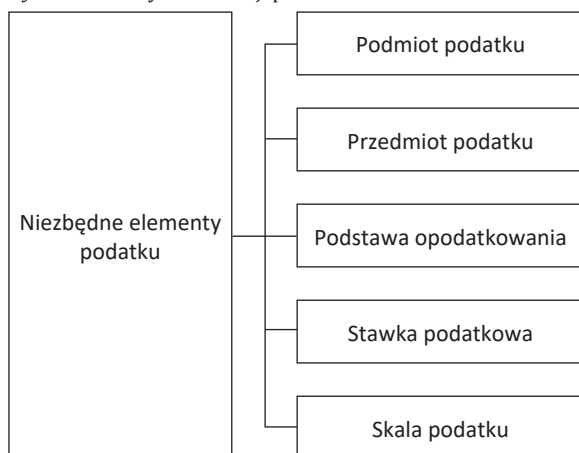
- pobór podatku wymaga rozbudowanego aparatu skarbowego i zatrudnienia dużej liczby urzędników,
- nadmierny fiskalizm wpływa hamująco na podejmowanie działalności gospodarczej w niektórych dziedzinach, a nawet na likwidację pewnych źródeł dochodu,
- represyjność aparatu skarbowego i stosowanych kar jest wysoka wobec podmiotów, które usiłują bezskutecznie uchylić się od podatku, co prowadzi do bankructw i zaniechania działalności gospodarczej,
- podatnicy poddawani są częstym i drogim kontrolom, badaniom ksiąg rachunkowych itp.

Podsumowując omówione zasady, należy podkreślić, że są one ważne, gdyż podatki wpływają nie tylko na dochody, konsumpcję, produkcję i oszczędności w danym kraju, ale także na zwyczaje ludzi. Ustawodawca powinien zatem zgodnie z zasadą moralności podatku nakładać tylko takie podatki, które są raczej zgodne niż sprzeczne z moralnością, czyli ze zwyczajami pozytywnymi dla społeczeństwa (Szczodrowski, 2007: 38–39).

Ważna jest w tym względzie konstrukcja każdego podatku obejmująca następujące elementy (por. ryc. 3):

- podmiot opodatkowania: bierny bądź czynny. Biernym podmiotem jest podatnik podatku, natomiast czynnym są organy władzy, które w swoich kompetencjach mają za zadanie ustalać i pobierać świadczenia podatkowe;
- przedmiot opodatkowania: zdarzenia, zjawiska, rzeczy, które powodują powstanie obowiązku zapłacenia podatku (np. prowadzenie działalności gospodarczej), jak

Ryc. 3. Elementy konstrukcji podatku



Źródło: opracowanie własne

również wypełnienie obowiązków pomocniczych, np. prowadzenia ksiąg rachunkowych;

- podstawa opodatkowania, stanowiąca „wartościowe wyrażenie przedmiotu opodatkowania w pieniądzu lub wielkościowe – w jednostkach naturalnych” (Dolata, 2009: 32). W poszczególnych rodzajach podatku w odmienny sposób liczy się podstawę, np. w podatkach dochodowych jako różnicę przychodów i kosztów ich uzyskania;
- stawka podatkowa, będąca „stosunkiem wysokości podatku do podstawy opodatkowania (wyrażonym najczęściej w procentach). Informuje ona podmiot, jaka część podstawy zostanie przejęta przez państwo, wpływając jednocześnie na jego zachowanie” (Wolański, 2009: 23) oraz decyzje alokacyjne i inwestycyjne;
- ulgi, zwolnienia i zwolnienia podatkowe, nakierowane na realizację celów społeczno-gospodarczych.

Budowa podatków w dużej mierze decyduje o jakości całego systemu podatkowego, gdyż to one stanowią trzon systemu podatkowego każdego kraju.

SYSTEM PODATKOWY W POLSCE

Systemy podatkowe konkretnych państw generalnie składają się z kilkunastu rodzajów podatków. Używając określenia „system”, uznaje się jego pełne podporządkowanie konkretnej dominującej idei, która jest uporządkowana oraz zorganizowana w znaczeniu prawnym i ekonomicznym (Szołno-Koguc, 2000: 13).

Podstawowe założenia systemu opierają się na bieżących potrzebach finansowych, politycznych i ekonomicznych każdego państwa. System podatkowy w wąskim znaczeniu oznacza zbiór zintegrowanych i wewnętrznie spójnych podatków obowiązujących w danym kraju, całokształt podatków, które istnieją obok siebie (Ofiarski, 2013: 39). Można wyróżnić trzy skrajne rozwiązania stosowanych systemów:

- systemy o znacznej przewadze podatków przychodowych,
- systemy o znacznej przewadze podatków dochodowych,
- systemy o przewadze podatków konsumpcyjnych (Gomułowicz, Małecki, 2013).

Każdy z tych systemów winien spełniać wymogi prawno-ekonomiczne. Z punktu widzenia prawnego istotne są:

- wewnętrzna zwartość aktów prawnych regulujących poszczególne podatki,
- przejrzystość konkretnych aktów prawnych, które składają się na dany system podatkowy,
- logiczna konstrukcja podatków, jasne określenie: podmiotu i przedmiotu opodatkowania, wyznaczania podstawy opodatkowania, stosowania stawek i skal w danym podatku oraz ulg, zwolnień i zwolnień podatkowych.

Z kolei wymogi ekonomiczne dotyczą:

- wyboru właściwych źródeł podatków,
- momentu poboru podatków oraz ich wysokości,
- właściwego określenia podmiotu podatkowego,
- selekcji formy procesu ekonomicznego do opodatkowania,
- ustalenia samych granic opodatkowania (Gomułowicz, Małecki, 2013).

W szerokim znaczeniu system podatkowy państwa stanowi zbiór reguł, zasad, sposobów i instytucji ustalania i pobierania podatków od podmiotów gospodarki (rzeczowo-pieniężnej), np. przedsiębiorstw, gospodarstw domowych, podmiotów

zagranicznych. Zatem system podatkowy to nie tylko zestaw podatków wzajemnie ze sobą zintegrowanych i obowiązujących w danym kraju, wewnętrznie spójny i zbudowany według uprzednio założonych celów oraz zasad z uwzględnieniem wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań.

W ujęciu szerokim na system podatkowy w Polsce składają się:

- podatki aktualnie obowiązujące;
- aparat skarbowy, który wiąże wszystkie elementy systemu podatkowego. Jego zadaniem jest organizacja wymiaru, poboru, kontroli, egzekucji w zakresie podatków. Aparat skarbowy dzieli się na:
 - aparat poboru podatków (izby skarbowe, urzędy skarbowe itd.),
 - aparat kontroli skarbowej (generalny inspektor kontroli skarbowej, urzędy kontroli podatkowej itd.),
 - aparat celny (izby celne, urzędy celne, oddziały celne, laboratoria celne);
- prawo regulujące sprawy podatków i aparatu skarbowego, na które składa się szereg aktów, w tym konstytucja, ordynacja podatkowa, ustawy podatkowe i szereg innych;
- zasady funkcjonowania systemu podatkowego, w dużej mierze nawiązujące do zasad podatkowych (np. zasady elastyczności, zasady taniości).

System podatkowy może być także definiowany i oceniany w świetle zasad podatkowych, które powinny stanowić podwaliny jego budowy. Wiąże się to z postulatem racjonalnego systemu podatkowego, który winny charakteryzować (Gomułowicz, Małecki, 2013):

- efektywność oraz sprawność w dziedzinie podziału dochodu narodowego,
- neutralność podatkowa,
- efektywność koniunkturalna,
- taniość wymiaru i poboru podatków,
- wewnętrzna zwartość podatków,
- ochrona źródeł opodatkowania,
- łagodny ciężar podatkowy.

Obecny system podatkowy kształtował się wraz z procesem transformacji gospodarczej rozpoczętej po 1990 roku oraz procesem integracji gospodarczej Polski ze Wspólnotą Europejską, zapoczątkowanym układem stowarzyszeniowym z 16 grudnia 1991 roku.

W kształtowaniu się polskiego systemu podatkowego podkreśla się kilka przełomowych wydarzeń, zawartych w tab. 1.

Tab. 1. Czynniki kształtujące polski system podatkowy po 1990 roku

1.	Rozpoczęcie reformy samorządowej wiążącej się z wprowadzeniem podatków i opłat lokalnych, m.in.: podatku od nieruchomości, podatku rolnego, podatku od spadku i darowizn oraz podatku od środków transportu (1991) stanowiących dochody budżetu gmin.
2.	Reforma podatków dochodowych obejmująca: wprowadzenie 1 stycznia 1992 roku podatku dochodowego od osób fizycznych (PIT) oraz, nieco później, podatku dochodowego od osób prawnych (CIT).
3.	Wprowadzenie 5 lipca 1993 roku podatku od towarów i usług (VAT) opodatkowującego konsumpcję oraz podatku akcyzowego. Podatek ten stał się ważnym elementem harmonizacji systemu podatkowego w Polsce do wymogów unijnych.
4.	Uchwalenie ordynacji podatkowej będącej zbiorem przepisów dotyczących ustalania i poboru podatków (1 stycznia 1998 roku).

5.	Harmonizacja polskiego prawa do ustawodawstwa unijnego rozpoczęta od podpisania układu o stowarzyszeniu się Polski ze Wspólnotami Europejskimi, a usankcjonowana układem akcesyjnym.
6	Ustawa o finansach publicznych z dnia 27 sierpnia 2009 roku (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 885) regulująca m.in.: zasady finansów publicznych, ich jawność i przejrzystość, środki publiczne, problemy nadwyżki i deficytu budżetowego i szereg innych kwestii.

Źródło: opracowanie własne

Aktualnie polski system podatkowy składa się z 13 podatków, klasyfikowanych w oparciu o różne kryteria, w tym w podziale na podatki podstawowe i uzupełniające (Wolański, 2009: 47).

Tab. 2. Podatki funkcjonujące w Polsce

Podatki podstawowe	Podatki uzupełniające
podatek dochodowy od osób prawnych (CIT)	podatek od spadków i darowizn
podatek dochodowy od osób fizycznych (PIT)	podatek od nieruchomości
podatek od towarów i usług (VAT)	podatek rolny
podatek akcyzowy	podatek leśny
	podatek od gier
	podatek od środków transportowych
	podatek od czynności cywilnoprawnych
	podatek tonażowy
	podatek od wydobycia niektórych kopalin

Źródło: opracowanie własne

Podatki podstawowe to te, które z jednej strony dotyczą najszerzej grupy podatników, w tym przedsiębiorców, a z drugiej dostarczają największych dochodów do budżetu państwa oraz budżetów samorządowych i najsilniej oddziałują na decyzje przedsiębiorców.

Z kolei podatki uzupełniające mają funkcję uszczelniającą system podatkowy. Są zróżnicowane przedmiotowo i dotyczą różnych sytuacji i zdarzeń podatkowych, np. nabycia spadku, posiadania nieruchomości. W Polsce stanowią dochód budżetu gmin (poza podatkiem tonażowym i od gier).

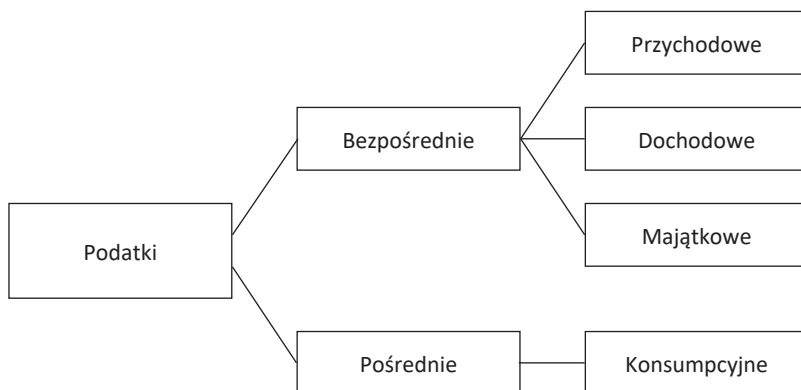
Z punktu widzenia sposobu płacenia i techniki poboru podatku funkcjonujące w Polsce podatki można podzielić na (por. ryc. 4):

- bezpośrednie, do których należy zaliczyć te opłacane przez podmioty bezpośrednio zobowiązane do zapłacenia podatku. W przypadku podatków bezpośrednich istnieje więc tożsamość między podatnikiem podatku w kategoriach prawnych a podmiotem ponoszącym ciężar opodatkowania. Ciężar podatku ponoszony jest zawsze przez podmiot, na którego ustawodawca nałożył obowiązek podatkowy;
- pośrednie – to taki typ podatków, których konstrukcja rozdziela podmiot gospodarczy zobowiązany do ich naliczania i płacenia od podmiotu, który ponosi ten faktyczny ciężar ekonomiczny. W podatkach pośrednich istnieje możliwość przerzucania podatku za pomocą cen na inny podmiot.

Natomiast z punktu widzenia przedmiotu opodatkowania wyróżnia się:

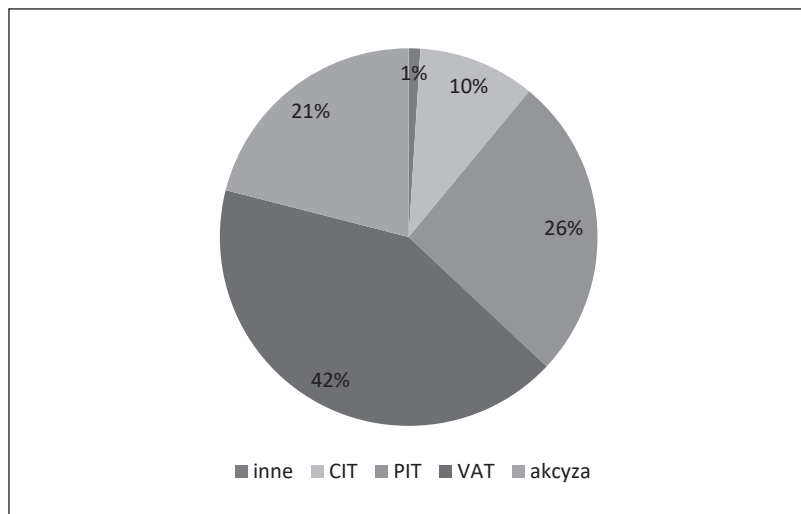
1. podatki przychodowe, w których przedmiotem opodatkowania jest przychód podatnika (bez kosztów ich uzyskania);
2. podatki dochodowe – przedmiotem opodatkowania jest dochód podatnika, określany jako różnica przychodów i kosztów uzyskania przychodu,

Ryc. 4. Klasyfikacja podatków



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 5. Struktura dochodów podatkowych budżetu państwa w Polsce za rok 2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Ministerstwo Finansów (2016a)

3. podatki majątkowe – źródłem podatku jest majątek podatnika, odpowiednio określony do celów podatkowych przez ustawodawcę,
4. podatki konsumpcyjne – sięgają do dochodów indywidualnych podatnika w toku ich wydatkowania (na cele konsumpcyjne). Warto nadmienić, iż ta kategoria podatków stanowi największą część wpływów budżetowych.

Istnieje jeszcze wiele klasyfikacji podatków, np. centralne i lokalne z punktu zasiłania określonego budżetu, jednorazowe i ciągłe. Każda z charakteryzowanych grup ma swoją specyfikę, z której mogą wynikać nieprawidłowości dotyczące:

- stosowania zasad podatkowych, unikania opodatkowania,
- oszustw podatkowych,
- niesprawiedliwego rozkładu ciężaru podatków,
- nadmiernego fiskalizmu, optymalizacji podatkowej.

GŁÓWNE PROBLEMY POLSKIEGO SYSTEMU PODATKOWEGO

Obecny system podatkowy w Polsce kształtował się na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku równolegle z procesem transformacji gospodarczej i integracji Polski z Unią Europejską. Konieczność zmian wzmocnił kryzys finansowy w 1991 roku, a także przejście od gospodarki centralnej do rynkowej. Kolejne aktualizacje prawa podatkowego spowodowane były koniecznością dostosowania systemu fiskalnego do wymogów Unii Europejskiej. Ze względu na dynamikę zmian, które przeprowadzano w polskiej gospodarce, przyjęte rozwiązania podatkowe szybko się dezaktualizowały i wymagały kolejnych zmian, np. PIT w ciągu 20 lat istnienia był nowelizowany ponad 150 razy (Ofiarski, 2013: 44). W 2009 roku opublikowano raport pt. *Fiskalizm oraz efektywność systemu podatkowego*, w którym Ministerstwo Finansów wymieniło m.in. następujące problemy w obecnym systemie podatkowym (Program e-Podatki, 2009):

- niska ściągalność należnych podatków, dotycząca zarówno podatków bezpośrednich, jak i pośrednich, w tym najważniejszego z punktu widzenia dochodów budżetu państwa – podatku od towarów i usług (VAT),
- niska wykrywalność oszustw podatkowych, związanych ze złamaniem prawa podatkowego. Mogą one przyjąć przykładowo w podatku dochodowym od osób fizycznych różne formy, w tym: nieujawniania dochodu do opodatkowania, nieprawidłowej kwalifikacji kosztów uzysku i odliczanych ulg podatkowych itp.;
- skomplikowanie opodatkowania. Znane są przykłady potwierdzające tezę, że uproszczenie podatków skutkuje wzrostem wpływów do budżetu, taki skutek miało uproszczenie opodatkowania od wynajmu nieruchomości oraz obniżka akcyzy na alkohol. Z kolei wysoki podatek akcyzowy na paliwa, zwłaszcza olej napędowy, skutkuje tym, że nawet połowa diesla importowanego do Polski sprowadzana jest nielegalnie, z pominięciem akcyzy i podatku VAT. Ponadto w branży ocenia się, że co dziesięć litr tego paliwa sprzedawany jest nielegalnie (*Nawet połowa diesla...*, 2013);
- wysoki fiskalizm. Według Centrum im. Adama Smitha obciążenie przeciętnego obywatela podatkami pośrednimi i bezpośrednimi w Polsce wynosi 44,8%. Stosunek dochodów podatkowych do dochodów Skarbu Państwa w 2007 roku wynosił w Polsce aż 34,2% (Ministerstwo Finansów, 2016b);
- duża uciążliwość podatkowa po stronie podatników związana z rozliczaniem należności. W rankingu uciążliwości podatkowej Polska została sklasyfikowana na trzecim miejscu (po Włoszech i Turcji) wśród krajów OECD (Bessard, 2009). W związku z tym w 2013 roku redakcja „Rzeczpospolitej”, Krajowa Izba Doradców Podatkowych oraz Konfederacja Pracodawców Lewiatan przygotowały *Białą księgę problemów podatkowych* (2013) dokumentującą najbardziej uciążliwe niespójności polskiej ordynacji podatkowej i skierowały ją do Ministerstwa Finansów;
- zbyt wysokie koszty pobierania podatków. Koszty poboru podatków wyliczone w 2009 roku przez Europejskie Centrum Doradztwa i Dokumentacji Podatkowej wynoszą w Polsce 2,45 euro na każde 100 euro przychodu (dla porównania 1,31 euro w Wielkiej Brytanii, 1,61 euro w Czechach) (*Kosztownie ściąganie podatków*, 2012);
- niska progresywność, czyli relatywnie wysokie obciążenia podatkowe osób mało zarabiających oraz relatywnie niskie osób dużo zarabiających,
- duże zróżnicowanie efektywnych stawek podatkowych między różnymi rodzajami świadczonej pracy, co narusza zasadę sprawiedliwości podatkowej,

- wysokie koszty zewnętrzne nieefektywnego polskiego systemu podatkowego. Według raportu opracowanego w 2010 roku przez Deloitte na zlecenie Ministerstwa Gospodarki obciążenie administracyjne polskich przedsiębiorstw oszacowano na 37,3 mld zł, czyli 2,9% PKB. Przeciętną firmę obsługa obowiązków na rzecz administracji publicznej kosztuje ponad 10 tys. zł, zaś przeciętny przedsiębiorca poświęca na nie jedną trzecią czasu pracy. W wykonanym przez Ministerstwo Gospodarki pomiarze obciążeń administracyjnych (OA) zidentyfikowano łącznie 3712 obowiązków informacyjnych nakładanych na przedsiębiorców przez przepisy prawa, w siedmiu sprawdzonych przez Ministerstwo Gospodarki dziedzinach. Obciążenia te generują w skali całej gospodarki łączne koszty rzędu 77 mld zł (Ministerstwo Finansów, 2016b);
- optymalizacja podatkowa, będąca świadomym i zgodnym z prawem zachowaniem (przedsiębiorcy) przedsiębiorstwa, którego celem jest minimalizacja obciążeń podatkowych oraz ograniczenie ryzyka podatkowego. W praktyce oznacza taki wybór struktury planowanej czynności (np. transakcji), który pozwala na zminimalizowanie obciążeń podatkowych (Wyciśłok, 2013: 30).

Polski system podatkowy charakteryzuje się wysokimi obciążeniami w zakresie podatków pośrednich i bezpośrednich. Dotyczy to m.in. podatku od towarów i usług, będącego największym strumieniem dochodów budżetu państwa w Polsce oraz podatku dochodowego od osób prawnych i podatku dochodowego od osób fizycznych (por. tab. 3).

Tab. 3. Maksymalne stawki podatków w krajach Unii Europejskiej

Kraj	Najwyższe stawki podatku dochodowego od osób prawnych (CIT)	Najwyższe stawki podatku dochodowego od osób fizycznych (PIT)	Najwyższe stawki podatku od towarów i usług (VAT)
Austria	25%	55%	20%
Belgia	33,99%	50%	21%
Bułgaria	10%	10%	20%
Chorwacja	20%	40%	25%
Cypr	10%	35%	18%
Czechy	19%	22%	21%
Dania	22%	51,7%	25%
Estonia	21%	20%	20%
Finlandia	20%	48% (w tym podatek państwowy i gminny)	24%
Francja	33,33% (15% dla małych biznesów)	45% (+4% dla dochodów rocznych powyżej 500 tys. euro)	20%
Grecja	25%	50%	23%
Hiszpania	30%	47%	21%
Holandia	20%	52%	21%
Irlandia	12,50%	41%	23%
Litwa	15%	15%	21%
Luksemburg	28,59%	40%	15%
Łotwa	15%	23%	21%
Malta	35%	35%	18%
Niemcy	30,175%–33,325%	45%	19%
Polska	19%	32%	23%

Kraj	Najwyższe stawki podatku dochodowego od osób prawnych (CIT)	Najwyższe stawki podatku dochodowego od osób fizycznych (PIT)	Najwyższe stawki podatku od towarów i usług (VAT)
Portugalia	12,5%–27,5%	56,5%	23%
Rumunia	16%	45%	20%
Słowacja	23%	19%	20%
Słowenia	15%	50%	22%
Szwecja	22%	57%	25%
Węgry	10–19%	15%	27%
Wielka Brytania	20%	45% dla dochodów powyżej 150 tys. funtów	20%
Włochy	31,4%	43%	22%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *2017 European Union VAT rates* (2017); *Stawki podatku VAT w UE* (2017); *Stawki podatków, składki ZUS...* (2016)

Z tab. 3 wynika, iż Polska na tle innych krajów Unii Europejskiej nie jest krajem o niskich podatkach. Wiele z krajów ma niższe maksymalne stawki zarówno w podatku dochodowym od osób fizycznych, jak i w podatku dochodowym od osób prawnych. Do najwyższych w Unii należy podniesiona w Polsce w 2011 roku zasadnicza stawka podatku VAT z 22 do 23% i druga stawka z 7 do 8%, co wynikało z faktu nadmiernego wówczas deficytu budżetowego.

Należy podkreślić, iż prezentowane w tabeli maksymalne stawki są jednym z wielu czynników świadczących o obciążeniach podatkowych w danym kraju. W tym względzie istotne są: kolejne stawki w danym podatku (średnie, najniższe), progi dochodowe, ulgi, zwolnienia podatkowe oraz kwota wolna od podatku¹. W sumie one decydują o tzw. efektywnej stawce opodatkowania, którą płać obywatele. W Polsce kwota wolna w podatku dochodowym od osób fizycznych do 2016 roku należała do najniższych w UE (por. tab. 4). W prezentowanych w tab. 4 krajach stanowiła ona wielokrotność polskiej kwoty wolnej w podatku dochodowym od osób fizycznych.

Tab. 4. Kwota wolna w podatku dochodowym w niektórych krajach Unii Europejskiej

Kraj	Kwota wolna w podatku dochodowym od osób fizycznych (w zł)
Niemcy	32 816
Wielka Brytania	41 336
Francja	24 448
Austria	45 100
Finlandia	66 010
Polska	3 091

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Podatki w Polsce znacznie wyższe niż w krajach Unii Europejskiej* (2012)

¹ Należy podkreślić, że analizowane podatki w poszczególnych krajach Unii Europejskiej mają podobną konstrukcję, ale nie identyczną, a dotyczy to m.in. podmiotu i przedmiotu opodatkowania, skal podatkowych, ulg, zwolnień itd.

² 29 listopada 2016 roku sejm – przyjmując poprawki senatu do nowelizacji ustawy PIT, CIT i ordynacji podatkowej – postanowił, że kwota wolna od podatku dla najmniej zarabiających wzrośnie w 2017 roku do 6,6 tys. zł, natomiast zarabiający ponad 127 tys. zł rocznie stracą prawo do tego odliczenia.

W związku z tak wysokimi obciążeniami podatkowymi w Polsce dla wielu przedsiębiorców interesującym rozwiązaniem wydaje się przenoszenie części aktywności gospodarczej do państw o bardzo niskich podatkach i rozbudowanych regulacjach prawnych odnośnie do tajemnicy bankowej – tzw. rajów podatkowych. Są to terytoria (na ogół o wyższym PKB na mieszkańca niż Polska) oferujące:

- ochronę majątku przed przyszłymi wierzycielami,
- minimalizację obciążeń podatkowych,
- elastyczną formułę prowadzenia działalności,
- maksimum poufności finansowej i organizacyjnej.

Według przedsiębiorców lokalizujących działalność w rajach podatkowych są one remedium na zachłanność fiskusa, a szum informacyjny wobec nich to skoordynowana akcja marketingowa państw o wysokich podatkach, wymierzona w wolność ekonomiczną ich obywateli. James Henry z Tax Justice Network, organizacji walczącej z rajami podatkowymi, szacuje, że z Polski wyciekło tam 165 mld dol. Trudno jednak znaleźć odpowiedź, czy te 165 mld to nielegalnie wywiezione pieniądze osób prywatnych, a także straty budżetu wynikające z przeniesienia działalności gospodarczej za granicę. Ponadto na świecie ocenia się, że już prawie dwie trzecie transakcji kapitałowych dokonywanych jest przez firmy, banki czy fundusze w miejscach, w których są korzystniejsze warunki podatkowe (tzw. offshore) niż w krajach ich pochodzenia (*Raje podatkowe...*, 2016).

Dla Polski – ze względu na niższe i dogodniejsze podatki – już Czechy stanowią raj podatkowy, bowiem na koniec 2015 roku w Czechach zarejestrowanych było 2235 spółek, w których udział kapitału polskiego przekraczał 25%. Liczba podmiotów ze 100% kapitału polskiego wynosiła 1805. Najwięcej jest zarejestrowanych w Pradze (791), Ostrawie (525), Brnie (184), czeskim Cieszynie (141), Trzyńcu (95), Havirovie (50) oraz Nachodzie (33). Zdecydowana większość nowych podmiotów to spółki z ograniczoną odpowiedzialnością o najniższym wymaganym wkładzie kapitałowym (od 2014 roku 1 korona czeska) niezbędnym do jej zarejestrowania. Większe pieniądze zaangażowano jedynie w: INNVIGO Agrar CZ, ECOL Industrial, Trade Bridge Czechy, Nutit, BM ČESKO, Zing Czech Republic, Gryniewicz company, EuroKadra CZ, ADAM-POL CZECH, EL-IN Železniční stavby, CHECK BY AUDIT, EVO Payments International oraz BBD IT (Wysota, 2016).

W kontekście wymienionych słabości polskiego systemu podatkowego nasuwa się pytanie, w jaki sposób można je usunąć lub ograniczyć. Na pewno niezbędna jest kompleksowa reforma systemu podatkowego w Polsce opierająca się na zachowaniu równowagi między interesem podatnika i państwa. Niemniej jednak z punktu widzenia przygotowywanej reformy systemu podatkowego w Polsce bardzo ważna jest prawidłowa i wnikliwa diagnoza istniejącego systemu oraz jego głównych słabości. Cel fiskalny Ministerstwa Finansów powinien być realizowany z jednoczesnym zachowaniem prawa podatnika do pełnej swobody układania swoich relacji biznesowych.

PODSUMOWANIE

W szerokim znaczeniu system podatkowy państwa stanowi zbiór zintegrowanych prawnie i ekonomicznie podatków, obowiązujących w danym kraju, zasad, sposobów i instytucji ustalania i pobierania podatków od przedsiębiorstw, gospodarstw domowych, podmiotów zagranicznych. Jest on zbudowany według uprzednio założonych celów społeczno-gospodarczych oraz z uwzględnieniem wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań.

Obecny system podatkowy kształtował się wraz z procesem transformacji gospodarczej rozpoczętej po 1990 roku oraz procesem integracji gospodarczej Polski z Unią Europejską i związaną z nim harmonizacją i koordynacją podatkowej. W świetle przeprowadzonych analiz systemu podatkowego oraz najważniejszych jego problemów i słabości obecny system nie spełnia wielu wymogów stawianych współczesnym systemom podatkowym, dotyczących przede wszystkim:

- przejrzystości prawnej, będącej źródłem nieprawidłowości w zakresie podatków,
- logicznej konstrukcji niektórych podatków, powodujących wyłudzenie ich zwrotu i szereg innych konsekwencji,
- wyboru właściwych źródeł podatków, powodującego łamanie zasady taniości podatkowej,
- selekcji formy procesu ekonomicznego do opodatkowania,
- braku ustalenia granic opodatkowania powodującego nadmierny fiskalizm, skutkujący ucieczką przedsiębiorców do rajów podatkowych,
- niskiej uciążliwości podatkowej,
- wysokiej ściągalności podatków oraz eliminacji oszustw podatkowych.

Problemy koniecznych do rozwiązania w polskim systemie podatkowym jest znacznie więcej, co zostało przedstawione szerzej w niniejszym artykule. Funkcjonowanie każdego z podatków wymaga jednakże szczegółowych badań opartych na danych wielu instytucji: w tym Ministerstwa Finansów, urzędów skarbowych, izb skarbowych, jak również badań różnych grup podatników (osób fizycznych, prawnych). Są one trudne do skompletowania, zwłaszcza w sytuacji doraźnie podejmowanych zmian w zakresie wybranych podatków. Na tych szczegółowych wynikach badań, jak również odwołań do praktyki krajów Unii Europejskiej, można budować spójny system podatkowy, eliminujący wiele narosłych w nim problemów, na których tracą państwo i podatnik. Wskazuje to na konieczność podjęcia szeroko zakrojonych badań, będących podstawą gruntownej reformy systemu podatkowego w Polsce.

Literatura

References

- 2017 European Union VAT rates (2017, 20 marca). Pozyskano z <http://www.vatlive.com/vat-rates/european-vat-rates>
- Bessard, P. (2009). *Tax burden and individual rights in the OECD: an international comparison*. Institut Constant de Rebecque.
- Biała księga problemów podatkowych (2013). Warszawa: „Rzeczpospolita”, Krajowa Izba Doradców Podatkowych, Konfederacja Pracodawców Lewiatan.
- Dolata, S. (2009). *Podstawy wiedzy o polskim systemie podatkowym*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Gomułowicz, A., Małecki, J. (2013). *Podatki i prawo podatkowe*. Wydanie 8. Lexis Nexis. Pozyskano z www.lex.pl
- Kosztowne ściąganie podatków (2012). „Rzeczpospolita”. Pozyskano z <http://www.rp.pl/artykul/934267-Kosztowne-sciaganie-podatkow.html>
- Krzywoń, A. (2011). Podatki i inne daniny publiczne – podstawowe pojęcia konstytucyjne. *Zeszyty Naukowe Sądu Administracyjnego*, 2.
- Ministerstwo Finansów (2016a, 20 stycznia). Pozyskano z www.mf.gov.pl
- Ministerstwo Finansów (2016b, 10 listopada). Pozyskano z www.finanse.mf.gov.pl
- Nawet połowa diesła w Polsce pochodzi z nielegalnego importu? (2013). *Forsal.pl*. Pozyskano z <http://forsal.pl/artykuly/683908,nawet-polowa-diesla-w-polsce-pochodzi-z-nielegalnego-importu.html>

- Ofiarski, Z. (2013). *Ogólne prawo podatkowe. Zagadnienia materialno-prawne i proceduralne*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Owsiak, S. (2005). *Finanse publiczne. Teoria i praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Pach, J. (2016). Podatkowe uwarunkowania przedsiębiorczości w teorii i praktyce gospodarczej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 30(1), 76-91.
- Podatki w Polsce znacznie wyższe niż w krajach Unii Europejskiej* (2012). Pox.pl. Pozyskano z <http://zus.pox.pl/pit/podatki-w-polsce-wyzsze-niz-w-krajach-unii.htm>
- Program e-Podatki. Założenia programu* (2009, 4 marca). Ministerstwo Finansów. Pozyskano z http://web.archive.org/web/20090407040836/http://mf.gov.pl/_files/_administracja_skarbowa/aktualnoci/mf/zalozenia_epodatki.pdf
- Raje podatkowe – remedium na zachłanność fiskusa* (2016, 15 grudnia). Pozyskano z <http://kanclaria-skarbiec.pl/raje-podatkowe>
- Rosiński, R. (2010). *Polski system podatkowy. Poszukiwanie optymalnych rozwiązań*. Warszawa: Difin.
- Stawki podatków, składki ZUS i kwota wolna w Polsce i Europie* (2016, 23 listopada). Forsal.pl. Pozyskano z <http://forsal.pl/galerie/939161,duze-zdjecie,2,stawki-podatkow-w-ue-i-w-polsce-pit-cit-skladki-zus-kwota-wolna.html>
- Stawki podatku VAT w UE* (2017, 10 lipca). Money.pl. Pozyskano z <https://msp.money.pl/archiwum/artikul/stawki;podatku;vat;w;ue,102,0,353126.html>
- Szczodrowski, G. (2007). *Polski system podatkowy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szołno-Koguc, J. (2000). *Reforma polskiego systemu podatkowego w latach 1990–1995*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Skłodowskiej-Curie.
- Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r. poz. 885).
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz.U. z 2012 r. poz. 749, z późn. zm.).
- Wolański, R. (2009). *System podatkowy w Polsce*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Wycisłok, J. (2013). *Optymalizacja podatkowa, legalne zmniejszenie obciążeń podatkowych*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Wysota, K., *Podatkowe eldorado tuż za miedzą? Polscy przedsiębiorcy ciągną do Czech* (2016, 9 listopada). Biznes.Onet.pl. Pozyskano z <http://biznes.onet.pl/podatki/wiadomosci/firma-w-czechach/w1b596>

Janina Pach, prof. nadzwyczajny Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, dr hab., Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie, Instytut Politologii, Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej. Kierownik Katedry Ekonomii i Polityki Gospodarczej UP w Krakowie. Autorka licznych artykułów naukowych z dziedziny ekonomii, międzynarodowych stosunków gospodarczych, finansów publicznych i polityki gospodarczej, rozdziałów w książkach i książek. Dorobek naukowy ogniskuje się przede wszystkim wokół: międzynarodowych przepływów myśli naukowo-technicznej, międzynarodowych przepływów kapitałowych, w tym bezpośrednich inwestycji zagranicznych i kredytów zagranicznych, różnych aspektów funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw, finansów państwa, ze szczególnym uwzględnieniem polityki budżetowej.

Janina Pach, Associate Professor of Economic Sciences, Head of Department of Economics and Economic Policy of the Pedagogical University of Cracow. The author of numerous articles in the field of economics, international economic relations, public finance and economic policy, chapters in books and whole books. Academic achievements focus mainly on: international flows of scientific and technical solution, international capital flows, including foreign direct investments and foreign loans, various aspects of the functioning of small and medium enterprises, public finance, with special emphasis on fiscal policy.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Politologii
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: janina.pach@poczta.onet.pl

TOMASZ PADŁO

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Sektorowy podział gospodarki państw europejskich w wyobrażeniu ich mieszkańców

Three-sector Division of the European Economy in the Perception of the Inhabitants

Streszczenie: Jednym z celów badawczych będących przedmiotem artykułu była odpowiedź na pytanie o skojarzenia poszczególnych sektorów gospodarki z państwami Europy. Badania oparte na technice ankietowej, przeprowadzone w latach 2005–2016, objęły ok. 1000 respondentów z siedmiu europejskich krajów. Porównano w nich zróżnicowanie postrzegania na płaszczyznach: przestrzennej (siedem miast w siedmiu państwach) oraz czasowej (lata 2005–2007 oraz 2016). Ustalono, że przemysł i usługi kojarzą się z największymi europejskimi gospodarkami, natomiast rolnictwo kojarzone jest najczęściej z krajem pochodzenia respondenta. W badaniach wykazano wpływ stereotypów na postrzeganie przemysłu oraz powierzchniowego charakteru rolnictwa na jego percepcję. W pracy ustalono, że skojarzenia z sektorami gospodarki nawiązują w dużo większym stopniu do zachodniocentrycznej percepcji Europy niż do ich znaczenia w ekonomii europejskich państw. Nie stwierdzono istotnych zmian w wyobrażeniu podziału sektorowego gospodarki pomiędzy latami 2005 i 2016.

Abstract: The research objective of the article was to answer the question of the perceiving of economic sectors with the European countries. Survey-based research, conducted in 2005–2016, covered about 1000 respondents from 7 European countries. The differentiation of perceptions were analyzed on two levels: spatial (7 cities in 7 countries) and time (2005–2007 compared to 2016). It was established that industry and services are associated with the largest European economies, while agriculture is most often associated with the country of origin of the respondent. Research has shown the impact of spatial stereotypes on the perception of industry and the importance of agro-landscape on the perception of agriculture. It has been established in the paper that the perceptions of the economic sectors relate much more to “Western-Centrism” than to their importance in European economies. There were no significant changes in the perception of the sectoral division of the economy between 2005 and 2016.

Słowa kluczowe: Europa; percepcja; przemysł; rolnictwo; usługi

Keywords: agriculture; Europe; industry; perception; services

Otrzymano: 13 lutego 2017

Received: 13 February 2017

Zaakceptowano: 11 lipca 2017

Accepted: 11 July 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Padło, T. (2017). Sektorowy podział gospodarki państw europejskich w wyobrażeniu ich mieszkańców. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), s. 244–253. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.16>

WSTĘP

Współczesny podział sektorowy europejskiej gospodarki odznacza się wyraźną przewagą usług nad przemysłem, a zwłaszcza nad rolnictwem. Zarówno pod względem udziału poszczególnych sektorów w PKB, jak i w ogóle zatrudnionych gospodarka europejska nawiązuje do trzeciej fazy teorii transformacji strukturalnej gospodarki (Fourastié, 1954), odznaczając się proporcjami zbliżonymi do 70: 25: 5. Mimo że w ostatnich dekadach ekonomiści zaczęli wydzielać z sektora usługowego IV sektor, obejmujący m.in. usługi oparte na wiedzy (Bandt 1999), na potrzeby badań, jak i niniejszego artykułu, wykorzystano klasyczny, trzysektorowy podział gospodarki, powszechnie obowiązujący w podręcznikach do nauczania geografii (Padło, 2013). Mimo że w obrębie Europy występują relatywnie duże różnice pomiędzy strukturą gospodarek poszczególnych państw, czego przykładem może być sektor I, stanowiący od 0,2% udziału w PKB Luksemburga do 22,1% w Albanii, przy średniej europejskiej ok. 2%, wszystkie europejskie gospodarki znajdują się w fazie postindustrialnej odznaczającej się przewagą sektora usług. W sytuacji tak wyraźnej przewagi usług w gospodarkach interesujące wydaje się pytanie o skojarzenia państw europejskich z poszczególnymi sektorami i próba wyjaśnienia tych wyobrażeń. Ponadto w kontekście światowego kryzysu finansowego z 2008 roku oraz szerszego kryzysu Europy jako wspólnoty zasadne wydaje się pytanie o zmiany skojarzeń związanych z gospodarką wśród europejskich społeczeństw.

METODA BADAWCZA

Badania prowadzono od września 2005 do września 2016 roku w siedmiu europejskich miastach (Berno, Bielce, Cork, Kraków, Nisz, Porto, Uppsala). Pierwszy etap projektu bazował na szerszych badaniach, poświęconych postrzeganiu Europy (Padło, 2013). Przeprowadzony został w pozastołecznych (z wyjątkiem Berna) miastach wielofunkcyjnych, zamieszkałych przez ponad 100 tys. ludności. Na potrzeby badań dokonano nieprobabilistycznego doboru grupy respondentów. W każdym z miast wybrano uczniów przedostatnich klas szkół średnich o profilu ogólnym, dających możliwość dalszej edukacji na poziomie uniwersyteckim, co umożliwiło porównanie percepcji respondentów z różnych ośrodków. Badaniami objęto średnio dwie klasy, w trzech szkołach, w każdym z miast. Dobór szkół obejmował jednostki prestiżowe oraz te uchodzące za słabsze.

Pierwszy etap badań przeprowadzono w latach 2005–2007. W 2016 roku, w dwóch miastach – Niszu i Bielicach – powtórzono badania według tej samej procedury i w tych samych szkołach. Ogółem badaniami objęto 1069 respondentów. Zostali oni poproszeni o wypełnienie formularza ankiety, w którym w jednym z pytań mieli wymienić państwa europejskie kojarzące im się z przemysłem, rolnictwem i usługami. Pytanie miało charakter otwarty, respondenci mogli wskazać więcej niż jedno skojarzenie. Autor był obecny podczas wypełniania kwestionariuszy. Wyniki opracowano w programach SPSS oraz Microsoft Excel. Ponadto pomocnym narzędziem wyjaśniającym uzyskane wyniki była analiza podręczników do nauczania geografii w szkołach objętych badaniem.

ZRÓŻNICOWANIE POSTRZEGANIA GOSPODARKI

Znaczenie poszczególnych sektorów gospodarki w krajach zamieszkanym przez respondentów, będące swoistą bazą do analizy postrzegania, obrazuje tab. 1.

Tab. 1. Udział poszczególnych sektorów gospodarki w PKB oraz zatrudnionych ogółem w analizowanych państwach

Kraj	Rolnictwo		Przemysł		Usługi	
	% PKB 2015	% zatrudnionych 2010	% PKB 2015	% zatrudnionych 2010	% PKB 2015	% zatrudnionych 2010
Irlandia	1,0	5	41,7	20	57,3	74
Mołdawia	14,4	28	14,4	19	71,2	54
Polska	2,6	13	34,1	31	63,3	57
Portugalia	2,4	7	21,9	29	75,8	64
Serbia	8,2	22	31,4	26	60,5	52
Szwajcaria	0,7	3	25,5	21	73,8	71
Szwecja	1,3	2	26,3	20	72,4	78

Źródło: Bank Światowy (2017)

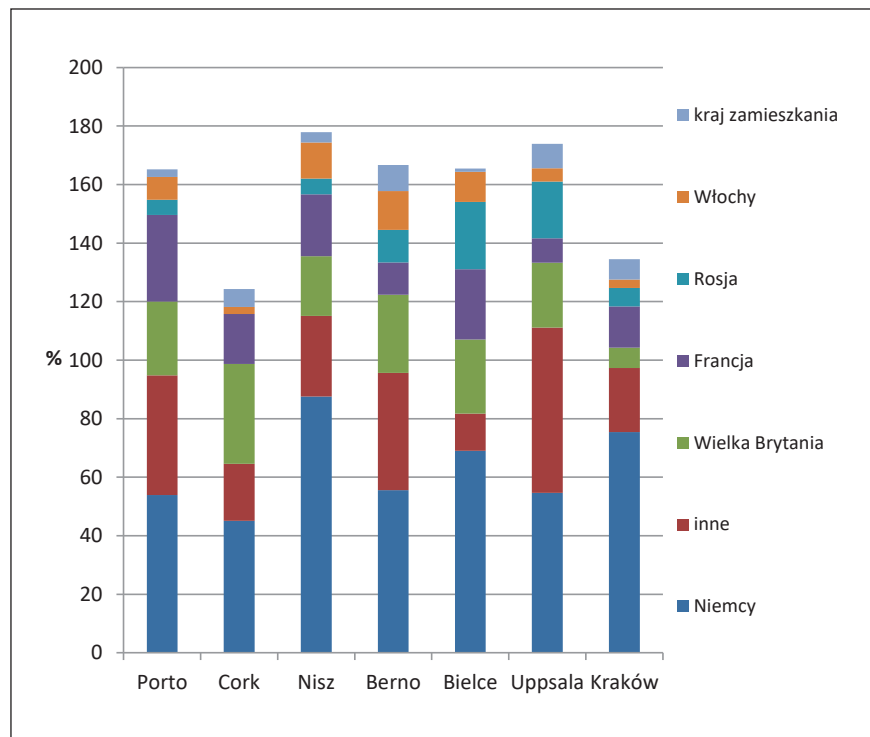
Jak już wspomniano powyżej, struktura gospodarki w tych państwach nie odbiega od klasycznego podziału gospodarek postindustrialnych, warto jednak zauważyć relatywnie duże znaczenie rolnictwa w Mołdawii i Serbii oraz wyraźną dominację usług w państwach Europy Zachodniej. Stosunkowo najmniej zróżnicowany jest udział przemysłu w gospodarkach tych krajów. Pytanie o skojarzenia z przemysłem nie znajduje jednak odbicia w przedstawionej tabeli. Zdecydowanie najczęściej wskazywaną odpowiedzią byli Niemcy, które podało 45–88% respondentów (ryc. 1). Co ciekawe, Niemcy nie odbiegają od analizowanych krajów ani udziałem przemysłu w PKB, ani wśród zatrudnionych (odpowiednio 30,5% oraz 28,5%). Zauważalne są jednak wyraźnie częstsze wskazania Niemiec wśród uczniów ze wschodniej części Europy. Jednym z powodów jest tradycyjna migracja z tego regionu do Niemiec, zwłaszcza do pracy w przemyśle (Hönekopp, 1997), z drugiej strony duży jest wpływ produktów niemieckiego przemysłu na wyobrażenie samego kraju. Niemieckie produkty należą do ścisłej światowej czołówki pozytywnie percypowanych marek (Olins, 2002), a informacja o niemieckim pochodzeniu produktu stała się swoistym synonimem jakości. Trudno w tej sytuacji się dziwić, że wytwory niemieckiego przemysłu, tak masowo występujące na wschodnioeuropejskich rynkach, kształtują wizerunek Niemiec jako kraju przemysłowego. Istotna tutaj wydaje się również bliskość Niemiec i związany z nią relatywnie silny wpływ na krajowe rynki Europy Wschodniej.

Skojarzenia z przemysłem wśród respondentów z Europy Zachodniej są mniej zorientowane na Niemcy, niemniej opierają się na podobnych przesłankach. Olins (2002) wśród światowych liderów, obok marek niemieckich, wymienia m.in. brytyjskie, francuskie i włoskie. Wszystkie te państwa znajdują się wśród najczęściej wskazywanych przez respondentów. Tradycyjne powiązania irlandzko-brytyjskie windują dodatkowo pozycję Wielkiej Brytanii wśród respondentów z Cork (34% wskazań), podobnie jak silne postsowieckie relacje mołdawsko-rosyjskie (Cuc, Ruggiero, 2006) czy portugalsko-francuskie, nasilone na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych

XX wieku, kiedy ok. 700 tys. Portugalczyków osiedliło się we Francji, zasilając w dużej mierze rynek pracy we francuskim przemyśle (Simon, 2003). Silne relacje powodują pełniejsze doświadczenie miejsca przez całe grupy społeczne, co przekłada się z kolei na lepsze poznanie kraju również w miejscach pochodzenia migrantów i, co za tym idzie, bardziej szczegółową percepcję miejsca. Dodatkowym czynnikiem wpływającym na takie, a nie inne skojarzenia z przemysłem jest przekaz formalny w ramach edukacji szkolnej (Pađło, 2013). W treściach podręcznikowych prezentujących zagadnienia regionalne w Europie Niemcy zazwyczaj obrazowane są fotografiami Zagłębia Ruhry, a Wielka Brytania nierzadko poprzemysłowym krajobrazem środkowej Anglii, co utrwała stereotypy przestrzenne, mimo że oba regiony zostały w przeszłości objęte intensywną transformacją gospodarczą. Nadreprezentacja krajów Europy Zachodniej wynika przede wszystkim z zachodniocentryzmu w postrzeganiu Europy, mającego początek w postawie okcydentalistycznej, odnoszącej się do Zachodu jako centrum życia gospodarczego i kulturalnego o wymiarze globalnym. Co ciekawe, skojarzenie przemysłu z bogatymi krajami Zachodu sugeruje, że cechuje się on pozytywnym wyobrażeniem w europejskich społeczeństwach. Nie jest to jednak reguła.

Warto tutaj zwrócić uwagę na Rosję oraz na to, co kryje się w kategorii: inne, szczególnie w odpowiedziach respondentów z Uppsali. Wysoka pozycja Rosji, jak i niemal 20% wskazań na kraje bałtyckie można wyjaśnić poniekąd sposobem obrazowania byłego ZSRR w szwedzkich podręcznikach do geografii. Postapokaliptyczne zdjęcia

Ryc. 1. Skojarzenia przemysłu z państwami Europy



Wartości nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jeden kraj.

Źródło: opracowanie własne

Czarnobyla czy intensywnie dymiące kominy występujące w pejoratywnym kontekście zagrożeń środowiskowych dla regionu mogą dość znacząco kształtować wyobrażenia młodych Szwedów.

Zupełnie inaczej kształtuje się postrzeganie rolnictwa przez respondentów (ryc. 2). Zdecydowanie najwyższe udziały wskazań w każdym z analizowanych państw obejmują kraj zamieszkania respondenta, od 32% w przypadku uczniów z Uppsali, do 73% w Cork. Jest to szczególnie ciekawe, jeśli porównamy te wskazania z udziałem rolnictwa w gospodarce poszczególnych państw (tab. 1). Niezależnie od tego, czy respondent pochodzi ze Szwecji, w której I sektor zatrudnia 2% zawodowo czynnych i generuje ledwie 1,3% PKB, czy z Mołdawii (odpowiednio 14,4% i 28%), wskazania kraju zamieszkania są najwyższe. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest powierzchniowy charakter działalności rolniczej, znacznie silniej kształtującej krajobraz naszego otoczenia niż przemysł czy usługi. Rolę rolnictwa w percepcji lepiej niż wskaźniki gospodarcze wydaje się wyjaśniać struktura użytkowania ziemi (tab. 2).

Tab. 2. Udział użytków rolnych w powierzchni analizowanych krajów

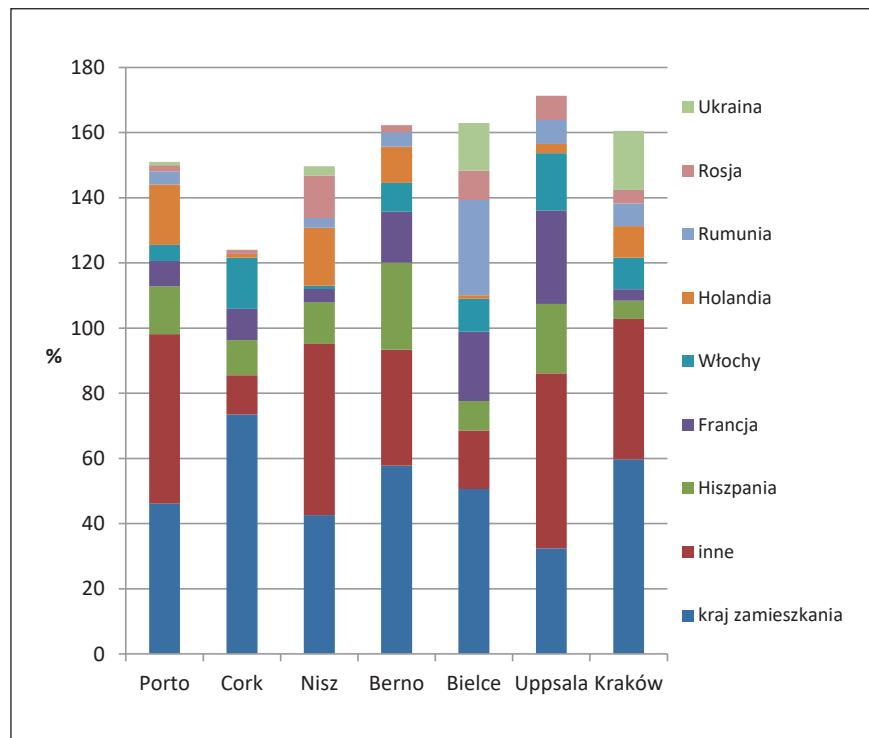
Kraj	Irlandia	Mołdawia	Polska	Portugalia	Serbia	Szwajcaria	Szwecja
% powierzchni kraju	63	73	46	40	40	37	7

Źródło: Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (2017)

W większości państw europejskich użytki rolne stanowią największą powierzchnię formę użytkowania terenu i nawet w Szwecji, zdominowanej przez lasy, regiony południa, Götaland czy Svealand z Uppsalą, odznaczają się krajobrazem rolniczym. Łatwo dostępna przestrzeń rolnicza, będąca również przestrzenią częstej aktywności, jej namacalność i swoista egalitarność sprawiają, że rolnicze tereny wiejskie są nam bliskie i łatwo oszowalne. Nie bez znaczenia mogą tutaj być relacje rodzinne czy miejsce pochodzenia, jak również powiązanie gospodarki żywnościowej z krajowymi zasobami. To, że nawet uczniowie z wysoko rozwiniętych państw nie unikają skojarzenia swojego kraju z rolnictwem, wynika z faktu, że łączą z nim wartości pozytywne, nie traktują go jako wyrazu zacofania (Gobster, Nassauer, Daniel, Fry, 2007). Widać to również po pozostałych, choć już nie tak częstych wskazaniach innych państw. Najczęściej pojawiają się Hiszpania, Włochy, Francja i Holandia. Prawdopodobnie nie jest przypadkiem, że – poza Holandią – są to popularne kierunki aktywności turystycznej. Krajobraz rolniczy stanowi tam integralną część krajobrazu kulturowego, będącego z kolei istotnym elementem atrakcyjności turystycznej tych państw. Znow więc rolnictwo niesie za sobą pewien zbiór pozytywnych wartości. Jedynie powiązanie rolnictwa z Rosją i Ukrainą może odnosić się do pejoratywnego traktowania tej gałęzi gospodarki przez respondentów. Jednak, co ciekawe, tego rodzaju skojarzenia występowały niemal wyłącznie w Europie Wschodniej. Rolnictwo jako sektor gospodarki kojarzony z zacofaniem wydaje się więc częściej pojawiać w słabiej rozwiniętych regionach Europy.

Skojarzenia państw z sektorem usług nie są tak oczywiste jak w przypadku pozostałych sektorów. Może to być efekt zbyt niejednoznacznego rozumienia tego terminu przez respondentów. Biorąc pod uwagę dominującą rolę usług w gospodarce i ich znaczeniową rozciągłość, trudno było uzyskać zgodne wskazania. Ponadto usługi nie posiadają atrybutu przestrzenności jak rolnictwo czy fizyczności jak przemysł. Pięć największych państw Unii Europejskiej otrzymało najwięcej wskazań, co potwierdza

Ryc. 2. Skojarzenia rolnictwa z państwami Europy



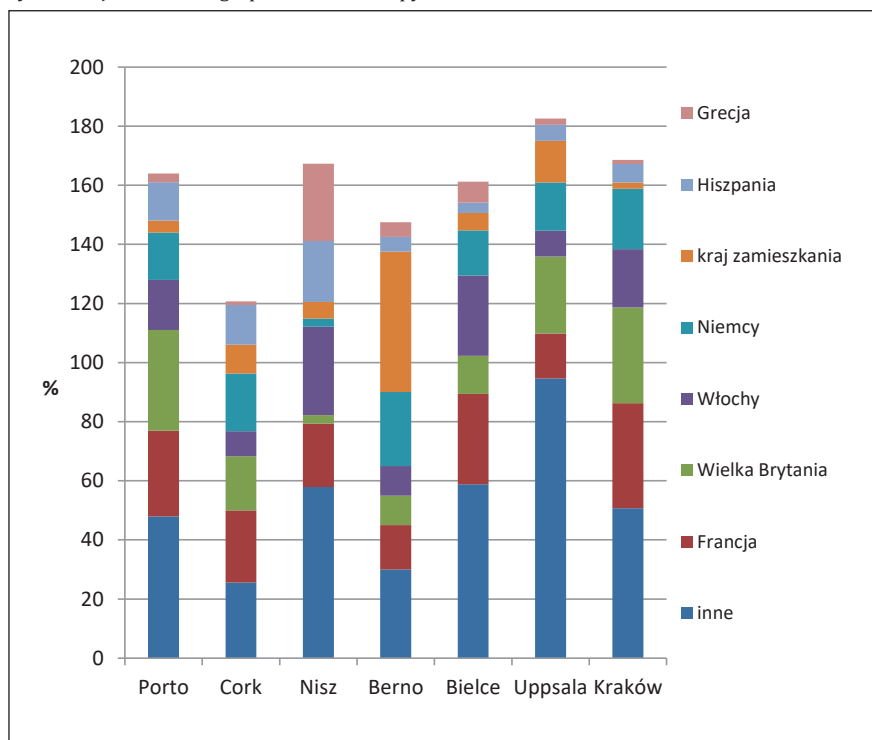
Wartości nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jeden kraj.

Źródło: opracowanie własne

zachodniocentryzm oraz prawdopodobnie brak wyraźnie ugruntowanego przekonania, z którym krajem należy je kojarzyć. Widać to choćby po wyjątkowo dużych różnicach we wskazaniach (ryc. 3).

Podobny udział odpowiedzi wśród uczniów z różnych miast wystąpił jedynie w przypadku wskazywania Francji, którą z usługami skojarzyło od 15% (Berno) do 36% (Kraków) respondentów. Wielką Brytanię wymieniło zaledwie 3% uczniów z Niszu i aż 34% z Porto, a Niemcy z kolei uzyskały od 3% do 25% wskazań odpowiednio w Niszu i Bernie. Włochy z kolei z usługami kojarzą przede wszystkim respondenci z Serbii i Mołdawii (odpowiednio 30% oraz 27%), natomiast w najmniejszym stopniu z Cork i Uppsali (poniżej 9%). Jednym z kluczy interpretacyjnych w tym przypadku może być ważna rola Włoch jako rynku pracy dla Mołdawian (ponad 100 tys.) i Serbów (70 tys.) i jej charakter obejmujący w dużej mierze sferę usług (ISTAT, 2017). Powiązanie własnego kraju z usługami najwyraźniej zaobserwowano wśród respondentów ze Szwajcarii, mimo że pod względem ich udziału w PKB, jak i zatrudnieniu kraj ten nie różni się od Szwecji czy Irlandii. Świadomość dużego znaczenia usług dla szwajcarskiej gospodarki znajduje oczywiście odbicie w rzeczywistości, kreują one bowiem przeszło 70% PKB, niemniej niski udział wskazań innych państw Europy Zachodniej przez respondentów z Berna pozwala przypuszczać, że opinie berneńczyków mogą wynikać z ogólnych stereotypów na temat szwajcarskiej gospodarki, może zwłaszcza jej sektora

Ryc. 3. Skojarzenia usług z państwami Europy



Wartości nie sumują się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jeden kraj.

Źródło: opracowanie własne

finansowego. Nakłada się na to również egocentryzm przestrzenny, widoczny w ogólnej nadreprezentacji miejsca zamieszkania w percepcji przestrzeni (Padło, 2015).

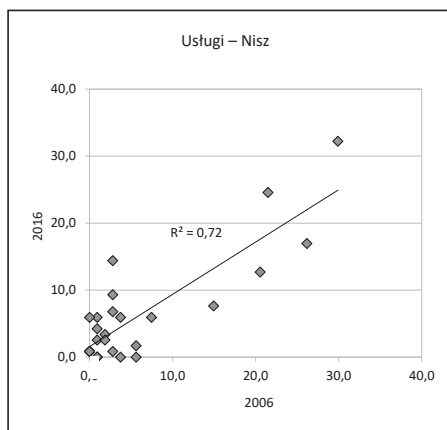
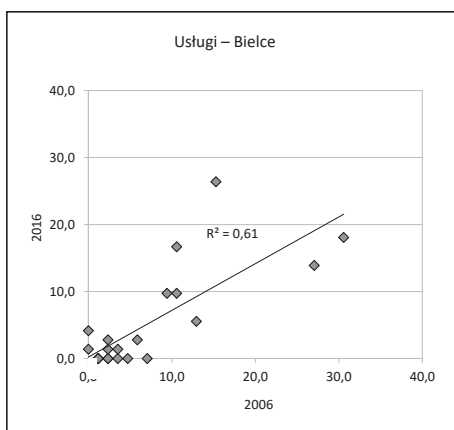
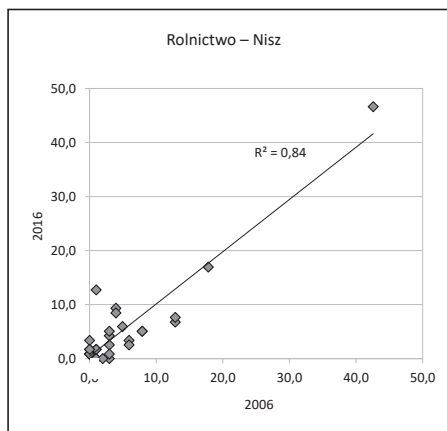
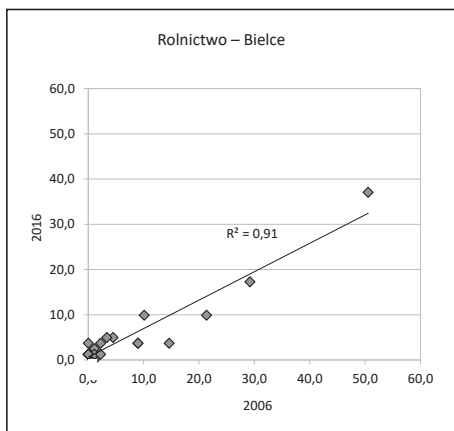
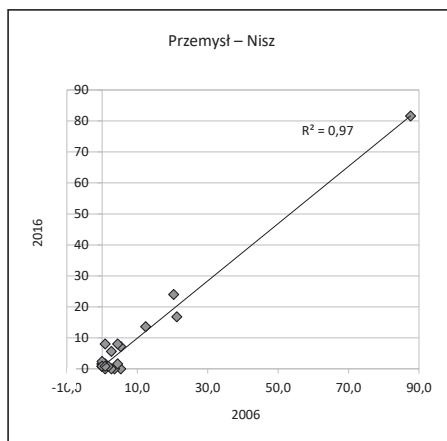
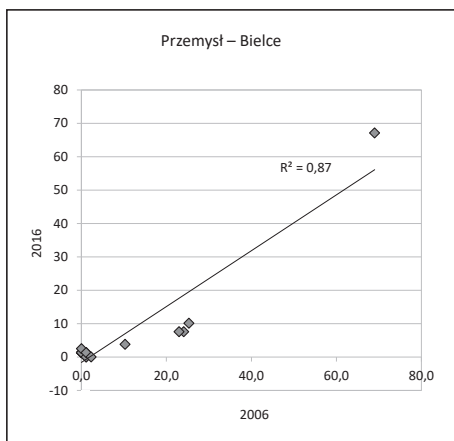
Sektor usług w ograniczonym stopniu kojarzy się z turystyką. Spodziewane wysokie udziały wskazań wakacyjnych destynacji nie potwierdziły się ani w Irlandii, ani w Szwecji, których mieszkańcy tak chętnie wybierają kraje południa w czasie urlopu. Jedynie częste wymienianie Grecji przez uczniów z Niszu wymyka się temu schematowi. Ułatwienia wizowe dla podróżnych, geograficzna bliskość Grecji i przede wszystkim wspólne prawosławne dziedzictwo sprawiają, że jest ona jednym z głównych serbskich kierunków wakacyjnych. Równocześnie należy do najczęściej odwiedzanych przez Serbów państw świata zachodniego, nie można więc wykluczyć, że częstość wskazań wynika z dostrzegania odmiennej od serbskiej struktury gospodarki.

ZMIENNOŚĆ POSTRZEGANIA W CZASIE

W 2016 roku powtórzono badania w Bielicach i Niszu, aby odpowiedzieć na pytanie, czy zmieniające się warunki polityczne i ekonomiczne w Europie wpływają na zmianę postrzegania europejskiej gospodarki.

Jedną z podstawowych różnic w udzielanych odpowiedziach po 10 latach jest wyraźnie mniejsza średnia frekwencja wskazywanych państw wśród respondentów z Bielic (można było wskazać więcej niż jedno). Skojarzenia respondentów z przemysłem,

Ryc. 4. Zmienność skojarzeń sektorów gospodarki z państwami europejskimi wśród respondentów z Biele i Niszu w latach 2006–2016



Źródło: opracowanie własne

zarówno w przypadku Bielc, jak i Niszu, odznaczają się małą zmiennością (ryc. 4). R^2 wynosi odpowiednio 0,87 oraz 0,97. Wśród mołdawskich uczniów zauważalne są niższe częstości wskazań państw innych niż Niemcy, co jeszcze bardziej podkreśla ich dominację. Również w przypadku rolnictwa korelacja pomiędzy latami 2006 i 2016 jest wysoka ($R^2 = 0,91$ dla Bielc oraz $R^2 = 0,84$ dla Niszu), a różnice polegają głównie na mniejszej liczbie wymienionych państw wśród respondentów z Bielc. Najsłabszy związek pomiędzy porównywanymi latami występuje w skojarzeniach z usługami, co potwierdza wspomniane wcześniej przypuszczenie o zbyt dużej pojemności znaczeniowej pojęcia. Stwierdzić jednak trzeba, że respondenci w obu miastach wymieniali tę samą grupę państw co ich rówieśnicy przed 10 laty, odmiennie jednak rozkładali akcenty. I tak respondentom z Bielc z usługami kojarzą się głównie Niemcy, Francja, Rosja i Włochy, a uczniom z Niszu: Włochy, Francja, Grecja i Hiszpania.

PODSUMOWANIE

Skojarzenia państw europejskich z sektorami gospodarki potwierdzają znaczenie egocentryzmu przestrzennego i zachodniocentryzmu w wyobrażeniach Europy (Padło, 2013, 2015). Z jednej strony wyraźnie dostrzegalna jest we wskazaniach respondentów nadreprezentacja najważniejszych państw Europy Zachodniej, z drugiej strony – własnego miejsca zamieszkania. Dowiedzione istotne zróżnicowanie percepcji różnych sektorów gospodarki wydaje się być największą wartością prezentowanych badań. Dominująca rola Niemiec jako kraju przemysłowego w wyobrażeniach Europejczyków potwierdza powszechne odczucia, trudno bowiem znaleźć dla nich konkurenta, tak pod względem wolumenu produkcji, jak i ich znaczenia w europejskim przemyśle czy rozpoznawalności niemieckich marek. Znacznie mniej oczekiwanymi wynikami badań wydają się być skojarzenia z rolnictwem. Brak jakiegokolwiek zależności pomiędzy udziałem rolnictwa w gospodarce a jego wyobrażeniem dowodzi dużo większej roli doświadczenia niż wiedzy w jej percypowaniu. Oceniamy w większym stopniu to, co postrzegamy wzrokowo niż rozumowo, empiryzm wydaje się ważniejszy dla poznania niż racjonalizm metodologiczny. Trudności pojęciowe związane ze sferą usług i rozbieżności pomiędzy skojarzeniami wśród respondentów również wskazują na dominację aposterioryzmu w kształtowaniu wiedzy.

Zaskakująca w tym kontekście może być także zdecydowana przewaga pozytywnych, względnie neutralnych konotacji w postrzeganiu sektorów gospodarki. Mimo obecnej w przestrzeni publicznej narracji stygmatyzującej rolnictwo jako sektor schyłkowy i będący synonimem zacofania czy przemysł jako degradujący środowisko naturalne, w skojarzeniach respondentów ich obraz wydaje się być znacznie bardziej pozytywny. W zasadzie poza katastroficznym wyobrażeniem postkomunistycznego przemysłu, obecnym, choć nie dominującym, w odpowiedziach szwedzkich uczniów i relatywnie niewielką liczbą wskazań na kraje postradzieckie w kontekście rolnictwa, wyobrażenia wydają się być wolne od negatywnych skojarzeń. Najbardziej nieoczywiste są skojarzenia z usługami. Można odnieść wrażenie, że respondenci nie zawsze wiedzą, jak je zdefiniować, co przy tak wyraźnie dominującym znaczeniu usług w europejskiej gospodarce wymagałoby zwrócenia większej uwagi w programach nauczania na III sektor gospodarki.

Skojarzenia i oparte na nich wyobrażenia odznaczają się niewielką zmiennością czasową. Dekada dynamicznych przemian przestrzeni europejskiej nie wpłynęła na

zasadniczą zmianę percepcji gospodarki, choć wyraźnie rzadsze odpowiedzi na to pytanie widoczne w przypadku respondentów z Bielc skłaniają do podjęcia szerszej zakrojonych badań na temat zmian w percepcji różnorodnych aspektów europejskiej przestrzeni.

Literatura

References

- Bank Światowy (2017, 10 lutego). Pozyskano z <http://data.worldbank.org/>
- Bandt, J.D. (1999). The concept of labour and competence requirements in a service economy. *Service Industries Journal*, 19(1), 1–17.
- Cuc, M., Ruggiero, E. (2006). *Migration and Remittances in Moldova*. International Monetary Fund.
- Fourastié, J. (1954). *Die große Hoffnung des zwanzigsten Jahrhunderts*. Köln: Bund-Verlag.
- Gobster, P.H., Nassauer, J.I., Daniel, T.C., Fry, G. (2007). The shared landscape: what does aesthetics have to do with ecology? *Landscape Ecology*, 22(7), 959–972.
- Hönekopp, E. (1997). Labour migration to Germany from Central and Eastern Europe: old and new trends (No. 23). Institut für Arbeitsmarkt-und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit.
- ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica) (2017, 10 lutego). Pozyskano z <http://www.istat.it>
- Olins, W. (2002). Branding the nation—The historical context. *Journal of Brand Management*, 9(4), 241–248.
- Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (2017, 10 lutego). Pozyskano z <http://www.fao.org/>
- Padło, T. (2013). *Postrzeganie Europy przez młodzież w wybranych krajach europejskich*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński, praca doktorska.
- Padło, T. (2015). *Białe plamy w sercu Europy*. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Simon, P. (2003). France and the unknown second generation: preliminary results on social mobility. *International Migration Review*, 37(4), 1091–1119.

Tomasz Padło, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej. W pracy naukowej zainteresowany postrzeganiem przestrzeni, geografią granic, również reliktowych oraz geografią społeczną Europy Środkowej. Współzałożyciel Fundacji Bezgranicza zajmującej się promocją wiedzy za pomocą sztuk wizualnych.

Tomasz Padło, Ph.D., Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Socio-Economic Geography. His field of interest focuses on the perception of geographical space, geography of boundaries, including relic borders and social geography of Central Europe. Co-founder of the Bezgranicza Foundation involved in the promotion of knowledge through visual arts.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: tpadlo@up.krakow.pl

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	3
MICHAŁ ŻEMŁA	
Rola koncepcji ekonomii doświadczeń w postmodernistycznej interpretacji trendów rynkowych w turystyce i budowie nowoczesnych produktów turystycznych	7
MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA, MARIOLA TRACZ, KAMILA WAŁACH	
Rola <i>hallyu wave</i> w rozwoju turystyki kulturowej w Korei Południowej	17
KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS	
Czynniki ekonomiczne warunkujące aktywność i destynacje turystyczne chicagowskiej Polonii	32
MARCIN POPIEL	
Wybrane aspekty turystyki dostępnej w Krakowie w opinii studentów z niepełnosprawnością	50
TADEUSZ STRYKIEWICZ, ROBERT KUDŁAK, JĘDRZEJ GADZIŃSKI, BARTŁOMIEJ KOŁSUT, WOJCIECH DYBA, WOJCIECH KISIAŁA	
Czasoprzestrzenna analiza rynku nowych samochodów osobowych w Polsce	64
TADEUSZ BOCHEŃSKI	
Funkcjonowanie rejonów przeładunkowych na styku sieci kolejowych o rozstawie torów 1435 i 1520 mm w Europie	80
MICHAŁ BEIM, BARTOSZ MAZUR, ANDRZEJ SOCZÓWKA, ROBERT ZAJDLER	
Modele funkcjonowania i rozwój terminali intermodalnych na przykładzie województwa wielkopolskiego	95
MACIEJ TARKOWSKI	
Globalne uwarunkowania rozwoju i czynniki lokalizacji usług dla biznesu – przykład Gdyni	114
ANNA IRENA SZYMAŃSKA, MONIKA PŁAZIAK	
Preferencje i zachowania konsumentów w centrach handlowych w Polsce na przykładzie Krakowa	132
PAWEŁ NOWAK	
Perspektywy upadłości konsumenckiej w Polsce w kontekście zmian ekonomiczno-prawnych	153
BEATA STELMACH-FITA, MONIKA PAULINA PĘKALSKA, PAWEŁ BARTOSZCZUK	
Monitorowanie oraz udostępnianie informacji o zjawiskach społeczno-gospodarczych i przestrzennych w Polsce	167
BEATA STELMACH-FITA	
Europejskie źródła danych w zakresie zagospodarowania przestrzennego: potrzeby i ograniczenia	185
DANUTA PIRÓG	
Dokonywanie wyboru usługi edukacyjnej na poziomie wyższym – ujęcie teoretyczne	204
JOANNA ŻUKOWSKA	
The Role of Key Communication Competences in Corporate Cooperation	220
JANINA PACH	
Dylematy systemu podatkowego w Polsce	229
TOMASZ PADŁO	
Sektorowy podział gospodarki państw europejskich w wyobrażeniu ich mieszkańców	244

CONTENTS

Introduction.....	5
MICHAŁ ŻEMŁA The Role of Experience Economy in the Postmodern Interpretation of Market Trends in Tourism and in the Creation of Contemporary Tourism Products	7
MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA, MARIOLA TRACZ, KAMILA WAŁACH Role of the <i>Hallyu Wave</i> in the Development of Cultural Tourism in South Korea	17
KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS Economic Factors Conditioning Activity and Tourist Destinations of Chicago Polonia	32
MARCIN POPIEL Selected Aspects of Accessible Tourism in Kraków in the Opinion of Students with Disabilities	50
TADEUSZ STRYKIEWICZ, ROBERT KUDŁAK, JĘDRZEJ GADZIŃSKI, BARTŁOMIEJ KOŁSUT, WOJCIECH DYBA, WOJCIECH KISIAŁA Spatio-temporal Analysis of the Market for New Personal Cars in Poland	64
TADEUSZ BOCHEŃSKI The Operation of Handling Areas of 1435 mm and 1520 mm Gauge Railways in Europe	80
MICHAŁ BEIM, BARTOSZ MAZUR, ANDRZEJ SOCZÓWKA, ROBERT ZAJDLER Models of Operation and Development of Intermodal Terminals Based on the Example of the Greater Poland Voivodeship	95
MACIEJ TARKOWSKI The Global Development Conditions and the Location Factors of Business Services – the Case of Gdynia (Poland)	114
ANNA IRENA SZYMAŃSKA, MONIKA PŁAZIAK Consumers' Preferences and Behaviour in Polish Shopping Malls Based on the Example of Kraków	132
PAWEŁ NOWAK The Prospects of Consumer Bankruptcy in Poland in the Context of Economic and Legal Changes.....	153
BEATA STELMACH-FITA, MONIKA PAULINA PĘKALSKA, PAWEŁ BARTOSZCZUK Monitoring and Sharing Information on Socio-economic and Spatial Phenomena in Poland	167
BEATA STELMACH-FITA European Sources of Spatial Data on Land Use: Needs and Constraints.....	185
DANUTA PIRÓG Choosing Educational Services in Higher Education – a Theoretical Approach.....	204
JOANNA ŻUKOWSKA The Role of Key Communication Competences in Corporate Cooperation.....	220
JANINA PACH Dilemmas of the Tax System in Poland	229
TOMASZ PADŁO Three-sector Division of the European Economy in the Perception of the Inhabitants	244

