

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

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

**UWARUNKOWANIA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW
ORAZ WYBRANYCH SEKTORÓW GOSPODARKI**

pod redakcją
Zbigniewa Ziło i Tomasza Rachwał

**CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES
AND SELECTED SECTORS OF THE ECONOMY**

edited by
Zbigniew Ziło and Tomasz Rachwał



DOI 10.24917/20801653.322

32(2) • 2018

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**

32(2)

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 María Liberali, Tadeusz Marszał, Tomasz Rachwał (wiceprzewodniczący/vice-chair), Eugeniusz Rydz, Tadeusz Strykiewicz, Anatoly V. Stepanov, Yolanda Carbajal Suárez, Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Szczyrba, Anna Tobolska, Krzysztof Wiedermann, Nuri Yavan, Zbigniew Ziolo (przewodniczący/chair)

Recenzenci współpracujący od 2016 r. / List of reviewers from 2016

Zoltán Bartha, Bernard Bińczycki, Krzysztof Borodako, Marta Chmielewska, Paweł Czapliński, Anna Czaplińska-Kibycz, Joanna Dominiak, Ludmiła Fakaeva, Hanna Godlewska-Majkowska, Bronisław Górzyński, Andrea Gubik, Mihailo Hamkalo, Bartosz Jenner, Jerzy Kitowski, Arkadiusz Kołosz, Tomasz Komornicki, Joanna Kudęko, Marek Maciejewski, Zbigniew Makiela, René Matlovič, Małgorzata Mędrała, Beata Namyślak, Pavel Ptáček, Eugeniusz Rydz, Marcin Salamaga, Maciej Smętkowski, Piotr Stanek, Jacek Strojny, Zdeněk Szczyrba, Vladimir Szekely, Zygmunt Szymła, Przemysław Śleszyński, Katarzyna Świerczewska-Pietras, Maria Tkocz, Radosław Uliasz, Maria Urbaniec, Krzysztof Wach, Robert Włodarczyk, Bernadetta Zawilińska, Agnieszka Żur

Redaktor językowy / Language editor: Dorota Śrutowska

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 (Editorial Secretary):

Wioletta Kilar, Karolina Smętkiewicz

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 2018

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

WPROWADZENIE

W procesie rozwoju podmiotów gospodarczych bardzo ważnym problemem jest stabilność uwarunkowań społecznych, gospodarczych i politycznych, która umożliwia budowanie długofalowej strategii rozwoju oraz prowadzenia działalności produkcyjnej i usługowej. Natomiast zmiany uwarunkowań mogą przejawiać się w tworzeniu bardziej lub mniej korzystnych możliwości prowadzenia działalności gospodarczej. Mogą one wpływać na konieczność przebudowy wewnętrznej struktury przedsiębiorstwa oraz jego relacji z otoczeniem. Zmiany wewnętrzne odnoszą się głównie do: przebudowy struktury organizacyjnej, zmian wyposażenia technicznego, procesów wytwarzania oraz profilu działalności produkcyjnej czy usługowej. Zmiany zewnętrzne zasadniczo wynikają z: określonej polityki gospodarczej i finansowej państwa, jakości wdrażanych instrumentów prawnych, sytuacji na rynkach oraz stosowanych barier lub przywilejów w obrocie krajowym i międzynarodowym, jakości elit politycznych i innych. Generalnie ujmując, zmiany uwarunkowań powinny umożliwiać podmiotowi gospodarczemu podnoszenie efektywności ekonomicznej jego działalności. Prezentujemy prace, w których autorzy na wybranych przykładach identyfikują różne kategorie uwarunkowań rozwoju działalności wybranych działów przemysłu i niektórych sektorów działalności usługowej (handlu, instytucji finansowych, turystycznych) w kraju i w przestrzeni światowej.

Nowe uwarunkowania wynikające z procesów nasilania się innowacyjności gospodarki wpływają na zmiany rynków pracy oraz na jakość i kierunki kształcenia. Identyfikację empiryczną tej problematyki przedstawiono na przykładzie wybranych krajów Unii Europejskiej cechujących się najwyższym poziomem innowacyjności (G. Węgrzyn) oraz możliwością modelowego ujęcia poziomu innowacyjności gospodarek krajów europejskich (M. Czyżewska, A. Lewicki).

Ważną rolę w kształtowaniu przemysłu w Europie Środkowo-Wschodniej odgrywa światowa sytuacja gospodarcza kształtująca się przed kryzysem gospodarczym w 2008 roku. W kolejnym artykule wskazano więc na nasilające się procesy dezindustrializacji układów regionalnych, które odniosły sukces gospodarczy, podkreślając znaczenie roli instytucji i interwencji zewnętrznej w procesach restrukturyzacji gospodarczej. Doceniono przy tym czynniki endogeniczne, wpływające na wzrost innowacyjności przedsiębiorstw (M. Smętkowski, D. Celińska-Janowicz).

Identyfikację uwarunkowań rozwoju wybranych przedsiębiorstw zaprezentowano na przykładzie: przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce (P. Czapliński), wykorzystania energii geotermalnej przez zakład ciepłowniczy (K. Sala), rozwoju przemysłu samochodowego Wenezueli (M. Wójtowicz) oraz przemysłu taboru tramwajowego i trolejbusowego na Ukrainie (A. Soczówka, I. Rudakevych). Dobrym przykładem rozwoju i wykorzystania prac badawczo-rozwojowych są korporacje działające w sektorze biotechnologicznym i farmaceutycznym. W wyniku nasilającej się konkurencji zmuszone

są do podejmowania ciągłych działań innowacyjnych, związanych z szybkimi zmianami technologicznymi i dużym ryzykiem finansowym (M. Boguś, S. Dorocki).

Procesy globalizacji stwarzają nowe uwarunkowania dla rozwoju firm, co przejawia się w prowadzeniu zintegrowanych działań w złożonym łańcuchu dostaw i budowaniu trwałych relacji z kooperantami w oparciu o normy i standardy społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Umożliwia to rozwijanie współpracy międzynarodowych korporacji z lokalnymi przedsiębiorstwami (K. Kowalska). Znaczącą rolę w rozwoju działalności podmiotów gospodarczych odgrywa dostępność zewnętrznych źródeł finansowania, wśród których największe znaczenie mają kredyty bankowe i własne zasoby kapitałowe (K. Kozioł, R. Pitera). W rozwoju działalności ważne jest wprowadzanie instrumentów prawnych przeciwdziałających nieuczciwej sprzedaży, co przedstawiono na przykładzie rynku ubezpieczeniowego (P. Nowak) oraz przeciwdziałania negatywnym zjawiskom rozwijania patologii w systemie podatkowym (J. Pach).

Rozwijające się nowe technologie teleinformatyczne coraz silniej oddziałują na warunki produkcji i świadczenia usług oraz zmieniają funkcjonowanie społeczeństwa. Upowszechniane narzędzia informatyczne wpływają na poprawę relacji przedsiębiorstw z instytucjami administracji publicznej, co przejawia się również w zwiększeniu ich efektywności ekonomicznej (P. Kasprzowicz). Istotny wpływ na zmiany uwarunkowań wywiera postęp technologiczny. Nasila on procesy globalizacji i przyczynia się do wzrostu konkurencyjności w działalności usługowej. Ilustruje to zmieniający się poziom nowoczesności usług w Polsce na tle innych państw Unii Europejskiej oraz zróżnicowany rozwój usług nowoczesnych w układach regionalnych (J. Dominiak). W odmiennym stopniu na wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw usługowych wpływają różnego rodzaju bariery związane ze zmieniającą się koniunkturą gospodarczą w układach regionalnych (J. Fazlagić, R. Skikiewicz). Na rozwój działalności usługowej oddziałują także zróżnicowane potrzeby ludności zamieszkałej na obszarach o różnym poziomie zurbanizowania, np. dużego miasta i strefy podmiejskiej (J. Pluta i in.). Zwłaszcza działalność usług handlowych w znaczącym stopniu wynika z zachowania konsumentów oraz atrakcyjności i siły oddziaływania centrów handlowych (A.I. Szymańska; M. Mayer-Wydra).

W gospodarce narodowej wielu krajów i regionów zwiększa się znaczenie sektora turystycznego (M. Hendel; Ł. Gawor, P. Dolnicki), w którym ważną rolę odgrywają także: poziom obsługi klientów i jakość działalności hotelarskiej (B. Kowalczyk, M. Olszewski). Z tego zakresu zaprezentowane zostały przykłady państw wyspiarskich (M. Jasiński), Hawajów (B. Wójtowicz) oraz rozwoju turystyki w Polsce i na Ukrainie (O. Korol, T. Skutar).

Zaprezentowane w niniejszym tomie prace w większości otwierają nowe pola badawcze w zakresie problematyki zachowywania się przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych w zmieniających się uwarunkowaniach społecznych, gospodarczych, kulturowych i politycznych. Zachęcamy do rozwijania tej problematyki w kolejnych pracach badawczych, a także podejmowania prób ujęć teoretycznych, służących budowie ogólnej teorii funkcjonowania i rozwoju różnej skali układów przestrzenno-sektorowych.

Zbigniew Zióło, Tomasz Rachwał

INTRODUCTION

In the process of development of business entities a crucial factor is the stability of social, economic, and political conditions that enable the creation of a long-term strategy of development and conducting business in manufacturing and services. Changes in the conditions may manifest themselves in the creation of more or less favourable opportunities for businesses. Occurring changes and transformations can involve the need for a re-structuring of an internal structure of a company and its relationship with its environment. Internal changes relate mainly to: altering the organizational structure; changing technical equipment, manufacturing processes, and the profile of production or services activity. External changes essentially stem from: specific economic and financial policy of a country, the quality of implemented legal instruments, market situation and barriers and privileges used in national and international turnover, the quality of political elite, etc. Generally speaking, changes of conditions that take place should enable business entities to raise the economic effectiveness of their activities. This idea is reflected by works found in the present volume. Their authors use selected examples to identify different categories of development conditions for activities of selected branches of industry and certain sectors of services (retail, financial institutions, tourism) in the country and abroad.

New conditions arising from the intensification of innovation of economy affect changes in labour markets and the quality and direction of education. Empirical identification of said issue was made based on the example of selected countries of the European Union with the highest level of innovation (G. Węgrzyn) and the possibility of model determination of the level of innovation of economies of European countries (M. Czyżewska, A. Lewicki).

World economic situation prior to the economic crisis of 2008 plays an important role in the shaping of industry in Central and Eastern Europe. Therefore, another article focuses on the increasing deindustrialisation of regional systems in which economic success was achieved, stressing the important role of institutions and external interference in processes of economic restructuring. Endogenous factors influencing the increase of innovativeness of enterprises was highlighted.

Identification of conditions for development of selected companies was presented using the examples of: fish processing industry in Poland (P. Czapliński), use of geothermal energy by a heating plant (K. Sala), development of automotive industry in Venezuela (M. Wójtowicz), and industry of trams and trolleybuses production in Ukraine (A. Soczówka, I. Rudakevych). A good example of the development and use of research-and-development are biotechnological and pharmaceutical corporations. As a result of increasing competition they are constantly forced to undertake innovative initiatives associated with rapid technological changes and high financial risk (M. Boguś, S. Dorocki).

Globalisation processes create new conditions for the development of companies which is manifested in carrying out integrated actions in a complex supply chain, building lasting relationships with business partners on the basis of norms and standards of corporate social responsibility (CSR). This enables the development of co-operation of international corporations and local businesses (K. Kowalska). A significant role in the development of business entities is given to the availability of external funding sources among which the most important appear to be bank loans and own capital resources (K. Koziół, R. Pitera). In the development of a business activity an important role is also played by implemented legal instruments against unfair sales, as shown through the example of insurance market (P. Nowak), and counteracting negative phenomena in tax systems (J. Pach).

Developing new information and communication technologies increasingly affect the conditions of manufacturing and the provision of services, as well as change the functioning of the society. Popularised IT tools improve the relationship between enterprises and public administration institutions which is also visible in the increase of their economic efficiency (P. Kasprówicz). Technological progress significantly influences a change in conditions. It intensifies globalisation processes and contributes to raising the competitiveness of the service activity. This is illustrated by a changing level of modern services in Poland in relation to other EU countries and diversified development of modern services in regional systems (J. Dominiak). To a different extent the results of services enterprises are affected by all sorts of barriers related to the changing economic situation in regional systems (J. Fazlagić, R. Skikiewicz). The development of services activity is also influenced by varied needs of population living in areas of different urbanisation level, e.g. big city and suburban area (J. Pluta et al.). In particular, commercial services activity is strongly dependant on consumers' behaviour and the attractiveness of shopping centres (A.I. Szymańska; M. Mayer-Wydra).

In the national economy of numerous countries the significance of tourism sector increases (M. Hendel; Ł. Gawor, P. Dolnicki). The level of customer service and quality of hospitality activities are also of great importance (B. Kowalczyk, M. Olszewski). To present this issue, the examples of island states (M. Jasiński), Hawaii (B. Wójtowicz), and the development of tourism in Poland and Ukraine (O. Korol, T. Skutar) were given.

Articles found in the present volume provide starting points for new research concerning the behaviour of industry and services enterprises in the changing social, economic, cultural, and political conditions. We encourage you to develop this issue in subsequent research, as well as to attempt at formulating theories aimed at providing a general concept of functioning and development of spatial-sectoral systems of different scale.

Zbigniew Zióło, Tomasz Rachwał

GRAŻYNA WĘGRZYN

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Wrocław University of Economics, Poland

Innowacyjność gospodarek w kontekście zmian strukturalnych w zatrudnieniu i kształceniu

Innovativeness of Economies in the Context of Structural Changes in Employment and Education

Streszczenie: Opracowanie ma na celu zidentyfikowanie cech struktury zatrudnienia i struktury kształcenia sprzyjających innowacyjności gospodarki. Założono, że innowacyjność gospodarki jest determinowana z jednej strony przez jej zmiany strukturalne, wyrażające się w nowoczesnej strukturze zatrudnienia, a z drugiej przez strukturę kształcenia na poziomie wyższym, odpowiadającą potrzebom innowacyjnej gospodarki. Opracowanie podzielono na trzy części. W pierwszej, na podstawie wartości wskaźnika *Summary Innovation Index* (SII), wybrano gospodarki Unii Europejskiej o najwyższym poziomie innowacyjności jako benchmark do dalszej analizy. W części drugiej dokonano analizy porównawczej struktury zatrudnienia poszczególnych gospodarek Unii Europejskiej. W części trzeciej analizie porównawczej poddano liczbę i strukturę absolwentów szkół wyższych według kierunków kształcenia. Zakres czasowy analizy obejmuje lata 2008–2016. Zakres przestrzenny obejmuje Unię Europejską (28 państw). W opracowaniu wykorzystano metody analizy opisowej i analitycznej, w tym porównawczej. Z przeprowadzonej analizy wynika, że kraje zaliczane do liderów innowacji wyznaczają kierunki zmian strukturalnych, w jakich mogą, ale nie muszą, podążać kraje je doganiające. Z kolei zmiany struktury gospodarki powodują modyfikację poziomu i kierunków kształcenia.

Abstract: The article attempts at identifying the structural characteristics of both employment and education that are conducive to innovativeness of national economies. The author assumes that innovation is determined on the one hand by structural changes in the economy, as manifested in a modern employment structure, and on the other by the structure of higher education which corresponds to the needs of innovative economy. This study report consists of three sections. In the first one, the Summary Innovation Index (SII) was used as the instrument for selecting the European economies with the highest level of innovation to establish the benchmark for further analysis. The second part presents results of a comparative study on the structure of employment across the EU member countries. The comparative analysis is continued in the third part, but there it focuses on the number and structure of higher education graduates by field of study. The analysis covers the years 2008–2016 and its spatial scope covers the EU-28. The methods used include both descriptive and analytical approach, including comparative analysis. The analysis results show that the countries normally seen as the "Leaders of Innovation" set certain directions of structural change which may or may not be followed by the runners-up. Changes in the structure of economy, in their turn, give rise to changes in the level and fields of education.

Słowa kluczowe: innowacyjność; kierunki kształcenia; zatrudnienie; zmiany strukturalne
Keywords: innovation; employment; fields of education; structural changes

Otrzymano: 29 października 2017

Received: 29 October 2017

Zaakceptowano: 12 maja 2018

Accepted: 12 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Węgrzyn, G. (2018). Innowacyjność gospodarek w kontekście zmian strukturalnych w zatrudnieniu i kształceniu. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 7–20. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.1>

WSTĘP

Gospodarki, współcześnie określane jako gospodarki oparte na wiedzy (*knowledge-based economy*), znajdują się w nieustannej ewolucji, której następstwem jest rozwój gospodarczy i społeczny. Ewolucja to proces przechodzenia od form prostych i homogenicznych do form bardziej złożonych, heterogenicznych i lepiej dostosowanych, doskonalszych. Oznacza to, że struktura każdej gospodarki ewoluuje w kierunku rosnącej złożoności i hierarchiczności, czego przejawem są nierówności pod względem posiadania określonych dóbr i wartości lub dostępu do nich (Włodarczyk, 2011). Struktury gospodarek wykazują zmiany w udziałach poszczególnych części składowych w całości gospodarki, np. wartości dodanej czy zatrudnienia. Gospodarki charakteryzują się różnymi strukturami, które odzwierciedlają poziom rozwoju społeczno-gospodarczego, ale także wskazują na specyfikę gospodarki danego kraju. Czynnikiem odpowiedzialnym za zmiany strukturalne jest postęp techniczny, stanowiący wynik nauki i wiedzy (Zimmermann, 2002).

Gospodarki charakteryzują się coraz większym wykorzystywaniem wiedzy, prowadzącym do zwiększania innowacyjności. Innowacyjność jest powiązana ze zdolnością do generowania i wykorzystywania wiedzy, kreatywnością oraz przedsiębiorczością (*Potencjał innowacyjny gospodarki...*, 2016). Aktualnie za główną siłę napędową gospodarek uznaje się wiedzę i innowacje. Innowacje, będąc efektem komercyjnego wykorzystania wiedzy, decydują o pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw, regionów i gospodarek. Wiedza, rozumiana jako zdolność do działania, przekłada się na innowacje i odgrywa decydującą rolę w stymulowaniu rozwoju gospodarczego i społecznego każdego kraju oraz regionu (Matusiak, 2005). Pojęciem ściśle związanym z gospodarkami opartymi na wiedzy jest innowacyjność, czyli zdolność do tworzenia, wykorzystywania i dystrybuowania osiągnięć wiedzy. Za jedną z głównych determinant innowacyjności uznaje się zasoby pracy, zwłaszcza wysoko wykwalifikowane kadry. Osoby z wyższym wykształceniem, które dysponują odpowiednim zasobem wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, są potencjałem dla wzrostu innowacyjności. Wiedza stanowi zakumulowany zasób informacji, możliwy do wykorzystania i zastosowania (Howells, 2002). Oznacza to, że szkoły wyższe odgrywają ogromną rolę w stymulowaniu innowacji, bo z jednej strony dostarczają gospodarce wysoko wykwalifikowanych, kreatywnych pracowników, a z drugiej same są producentami wiedzy. Zarówno tej, która jest łatwo aplikowana (badania stosowane), jak i wiedzy będącej w sferze teorii (badania podstawowe) (Colyvas i in., 2002).

Opracowanie ma na celu zidentyfikowanie wyróżników (cech szczególnych) struktury zatrudnienia i struktury kształcenia na poziomie wyższym sprzyjających innowacyjności gospodarki. Zakłada się, że innowacyjność gospodarki jest determinowana z jednej strony przez jej zmiany strukturalne, wyrażające się w nowoczesnej strukturze zatrudnienia, a z drugiej przez strukturę kształcenia na poziomie wyższym, odpowiadającą potrzebom innowacyjnej gospodarki.

Opracowanie składa się z trzech części. W pierwszej, na podstawie wartości wskaźnika *Summary Innovation Index* (SII), wybrano gospodarki Unii Europejskiej o najwyższym poziomie innowacyjności jako benchmark do dalszej analizy pod względem struktury zatrudnienia i kierunków kształcenia. W części drugiej dokonano analizy porównawczej struktury zatrudnienia w poszczególnych gospodarkach. Stopień podobieństwa struktur gospodarek przedstawiono za pomocą udziału pracujących w sekcjach PKD w ogólnej liczbie pracujących. Zidentyfikowano cechy charakterystyczne dla gospodarek będących liderami innowacyjności. W części trzeciej analizie porównawczej poddano liczbę i strukturę absolwentów szkół wyższych w poszczególnych krajach Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem struktury absolwentów w krajach referencyjnych. Zakres czasowy analizy obejmuje lata 2008–2016. Zakres przestrzenny podjętych w pracy rozważań obejmuje obszar Unii Europejskiej, czyli 28 państw, ze szczególnym uwzględnieniem Polski. W opracowaniu wykorzystano metody analizy opisowej i analitycznej, w tym porównawczej.

INNOWACYJNOŚĆ GOSPODAREK – LIDERZY INNOWACYJNOŚCI

Ekonomiści są w większości zgodni, że innowacje, szczególnie innowacje technologiczne, są najważniejszym źródłem wzrostu gospodarczego (Kasperkiewicz, 2014). Decydują o nowoczesności, jak i o konkurencyjności gospodarek. Szeroko rozumiana problematyka innowacji i innowacyjności jest jednak stosunkowo nowym przedmiotem zainteresowań naukowych. Innowacyjność najogólniej oznacza potencjał do tworzenia szeroko rozumianych innowacji. Wiąże się z aktywnym zaangażowaniem w procesy innowacyjne oraz podejmowaniem działań w tym kierunku (Nowakowska, 2009). Warunkowana jest przez posiadane zasoby (rzeczowe, ludzkie, finansowe) oraz umiejętności uczestnictwa w procesach tworzenia, wdrażania i absorpcji. Według P. Niedzielskiego innowacyjność jest cechą podmiotów gospodarczych lub gospodarek polegającą na zdolności do tworzenia i wdrażania innowacji oraz do ich absorpcji i wykorzystania (Niedzielski, 2005). Podkreśla się, że innowacyjność ściśle wiąże się z posiadanymi zasobami, ale także z umiejętnością ich wykorzystywania. Innowacyjność, rozumiana jako zdolność do kreowania i wdrażania innowacji, stanowi obecnie jeden z kluczowych czynników determinujących rozwój gospodarczy i trwałą konkurencyjność gospodarek (Wysokińska, 2011). Zwiększanie możliwości absorpcyjnych nowych technologii i innowacji przyczynia się do rozwoju poszczególnych sektorów gospodarki i daje możliwość wzrostu wartości całej gospodarki (Gajda, 2015).

Jednym ze źródeł informacji o poziomie innowacyjności gospodarek jest raport *Europejska tablica wyników innowacji w 2017 r.* (*European Innovation Scoreboard*, EIS) (*European Innovation Scoreboard*, 2017). Prezentowany w nim złożony wskaźnik *Summary Innovation Index* (SII) służy do syntetycznej oceny poziomu innowacyjności krajów Unii Europejskiej (Nowak, 2012). Miary innowacyjności zawarte w EIS ulegają ciągłej ewolucji, wzrasta liczba czynników, które decydują o poziomie innowacyjności

kraju. W raporcie *Europejska tablica wyników innowacji w 2017 r.* zmieniono ramy oceny w stosunku do edycji z lat poprzednich. Pozwoliło to na lepsze dostosowanie wymiarów europejskiej tablicy wyników innowacji do zmieniających się priorytetów politycznych, poprawę jakości wskaźników, lepsze odzwierciedlenie nowych, wyłaniających się zjawisk, np. digitalizacji. Ostatecznie w EIS 2017 do oceny poziomu innowacyjności wykorzystano 27 wskaźników szczegółowych podzielonych na cztery główne kategorie i dziesięć tzw. wymiarów innowacji (tab. 1). Po raz pierwszy wprowadzono wymiar dotyczący środowiska sprzyjającego innowacjom.

Tab. 1. Europejska tablica wyników innowacji w 2017 roku – grupy wskaźników i wymiary innowacji

Rodzaje wskaźników	Wymiary innowacji
warunki ramowe	zasoby ludzkie atrakcyjne systemy badań środowisko sprzyjające innowacjom
inwestycje	finansowanie i wsparcie inwestycje przedsiębiorstw
działania innowacyjne	innowatorzy powiązania aktywa intelektualne
wpływ	wpływ na poziom zatrudnienia wpływ na wielkość sprzedaży

Źródło: opracowanie własne

W 2016 roku w Unii Europejskiej złożony wskaźnik innowacyjności SII wyniósł 0,503¹ (*European Innovation Scoreboard*, 2017). Najwyższą wartość wskaźnika uzyskała Szwecja (0,708), a najniższą Rumunia (0,167). W europejskiej tablicy wyników innowacji państwa członkowskie podzielono – w oparciu o wynik sumarycznego wskaźnika innowacyjności SII – na cztery różne grupy: liderzy innowacji, państwa doganiające liderów, umiarkowani innowatorzy oraz innowatorzy o skromnych wynikach (tab. 2).

Tab. 2. Kraje Unii Europejskiej według poziomu innowacyjności SII w 2016 roku

Grupy państw	Wskaźnik <i>Summary Innovation Index</i> (SII)
liderzy innowacji	Szwecja (0,708), Dania (0,675), Finlandia (0,646), Holandia (0,639), Wielka Brytania (0,618), Niemcy (0,609)
doganiający liderów	Irlandia (0,609), Belgia (0,602), Luksemburg (0,598), Austria (0,591), Francja (0,568), Słowenia (0,485)
umiarkowani innowatorzy	Czechy (0,416), Portugalia (0,409), Estonia (0,393), Litwa (0,391), Hiszpania (0,386), Malta (0,373), Włochy (0,371), Cypr (0,369), Słowacja (0,345), Grecja (0,337), Węgry (0,332), Łotwa (0,287), Chorwacja (0,270), Polska (0,270)
słabi innowatorzy	Bułgaria (0,234), Rumunia (0,167)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *European Innovation Scoreboard* (2017)

W grupie państw zaliczanych do liderów innowacji znalazło się sześć państw, czyli Szwecja, Dania, Finlandia, Holandia, Wielka Brytania (po raz pierwszy w tej grupie)

¹ Wskaźnik SII przyjmuje wartości od 0 do 1. Im wyższa wartość wskaźnika, tym wyższy poziom innowacyjności.

i Niemcy. Są to państwa, których wyniki w zakresie innowacji są zdecydowanie powyżej średniej UE (28) i które posiadają zrównoważony system badań i innowacji, tzn. osiągają najlepsze wyniki we wszystkich obszarach innowacyjności: od warunków ramowych sprzyjających innowacjom, przez publiczne i prywatne inwestycje w badania naukowe i innowacje, działania innowacyjne przedsiębiorstw, do efektów działań innowacyjnych przedsiębiorstw w zakresie zatrudnienia i wielkości sprzedaży. Państwa należące do grupy liderów innowacji w dalszej części opracowania będą stanowiły benchmark, czyli punkt odniesienia dla porównań w zakresie struktury zatrudnienia i kształcenia².

W grupie doganiających liderów znalazło się sześć państw, czyli Irlandia, Belgia, Luksemburg, Austria, Francja i Słowenia. Są to państwa, które uzyskały wyniki w zakresie innowacji na poziomie powyżej lub blisko średniej UE. Polska znalazła się w grupie umiarkowanych innowatorów wraz z trzynastoma innymi państwami, osiągającymi wyniki w zakresie innowacji poniżej średniej UE. Bułgaria i Rumunia z wynikami zdecydowanie poniżej średniej UE znalazły się w grupie słabych innowatorów.

STRUKTURA GOSPODARKI I JEJ EWOLUCJA

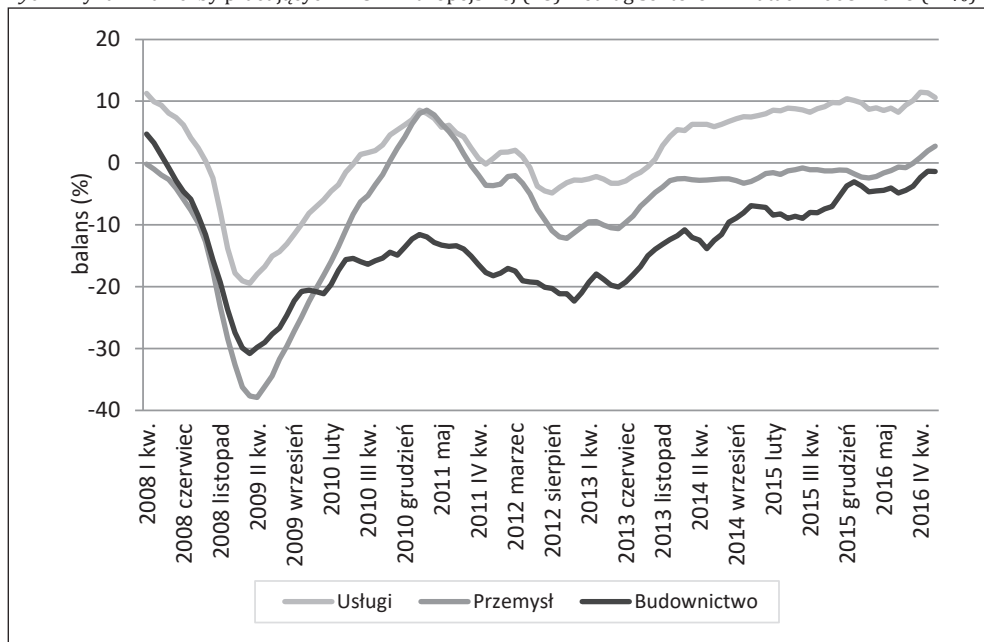
Przyjmuje się, że struktura gospodarki to pewnego rodzaju obraz jej podziału na główne elementy odzwierciedlające stan gospodarki oraz trendy podziału pracy. Gospodarki, znajdując się na różnym poziomie rozwoju gospodarczego, charakteryzują się odmiennymi strukturami. Wynika to z tego, że każda gospodarka jest złożonym systemem społeczno-ekonomicznym, który podlega ciągłym zmianom. Struktura gospodarki to inaczej relacje między poszczególnymi elementami gospodarki a jej całością (Jakóbiak, 2000). Zmiany zachodzące w strukturze gospodarki najczęściej następują według określonych wzorców, w zależności od jej etapu i charakteru rozwoju (Zaidi, Mukhopadhyay, 2006). Można je rozpatrywać na wielu płaszczyznach. Najczęściej z punktu widzenia udziału poszczególnych sektorów w tworzeniu wartości dodanej brutto albo w ogólnej liczbie pracujących.

Zmiany strukturalne najczęściej są efektem zmian technologicznych w produkcji, następują na skutek innowacji redukujących koszty produkcji, ale także wprowadzających nowe produkty czy usługi. W konsekwencji wpływa to na poziom produkcji i sektorowy skład gospodarki (Salvadori, Commendatore, Tamperi, 2009). L. Pasinetti utrzymuje, że ekspansja nowoczesnych sektorów gospodarki nie jest jednolita, gdyż tempo wzrostu wydajności pracy jest różne. W konsekwencji mamy do czynienia z różną dynamiką zmian strukturalnych w zatrudnieniu (Pasinetti, 2006).

Współczesne gospodarki charakteryzują się zmianami wynikającymi z ich przechodzenia w kierunku gospodarek opartych na wiedzy. Wiedza jest kluczowym atutem w uzyskiwaniu przewagi konkurencyjnej zarówno przedsiębiorstw, jak i gospodarek. Przechodzenie gospodarek i cywilizacji z fazy industrialnej do kognitywnej charakteryzuje się tym, że głównym źródłem nowo tworzonej wartości stają się innowacje oraz wytwarzanie wiedzy i jej stosowanie (Kuciński, 2010). Obecnie we wszystkich sektorach gospodarki widać proces nasycania wiedzą, która inicjuje innowacje. Następuje modernizacja piramidy dobrobytu, w której główną rolę odgrywa wiedza (Thurow,

² Pojęcie „benchmark” ma swoje korzenie w geodezji, gdzie oznaczało punkt odniesienia przy wyznaczaniu lokalizacji lub wysokości obiektu nad poziomem morza.

Ryc. 1. Dynamika liczby pracujących w Unii Europejskiej (28) według sektorów w latach 2008–2016 (w %)



Źródło: *Employment and Social Developments in Europe. Quarterly Review* (2017: 15)

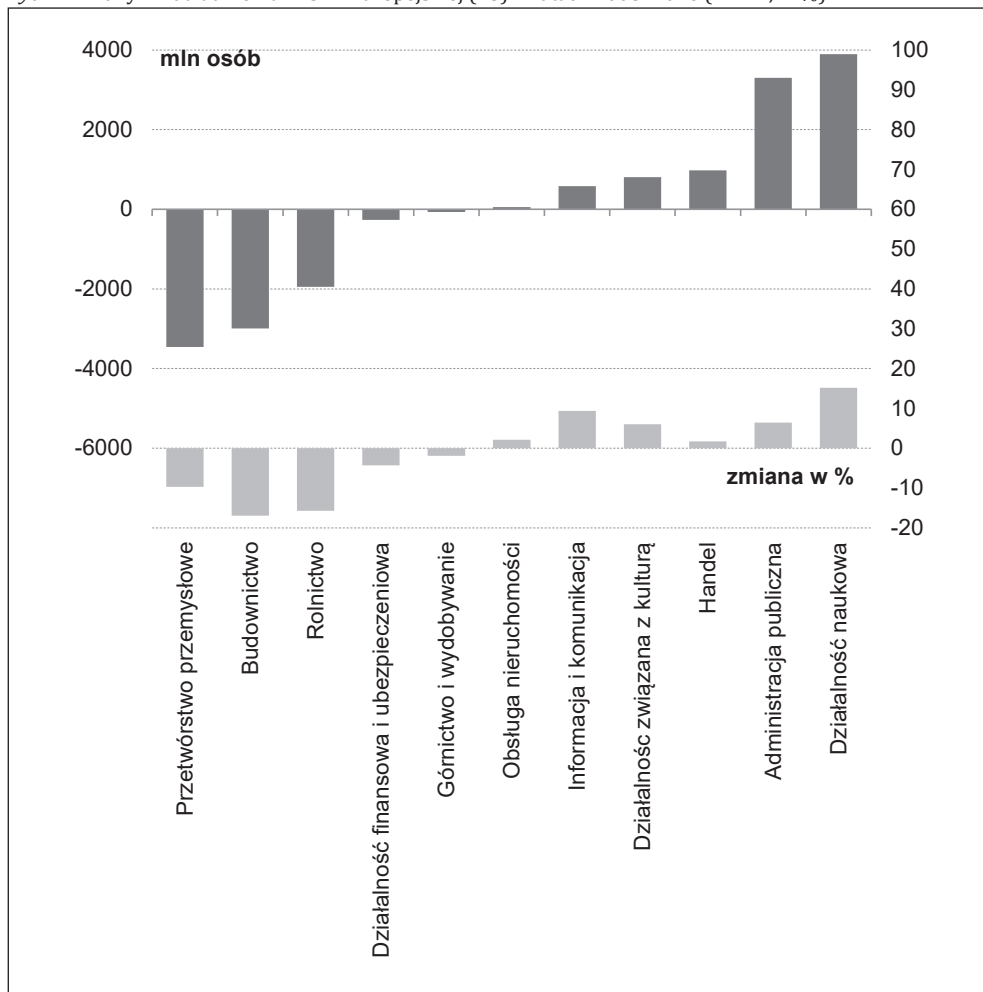
2006). Co więcej, zachodzące zmiany w strukturze gospodarki stają się wyznacznikiem postępu ekonomicznego, społecznego i kulturalnego.

W latach 2008–2016 w Unii Europejskiej (28 państw), po znacznym spadku zatrudnienia w 2009 roku na skutek światowego kryzysu, największy przyrost miejsc pracy wystąpił w sektorze usług (ryc. 1). Dynamika wzrostu zatrudnienia w IV kwartale 2016 roku wyniosła w usługach 10,4%, a w przemyśle 2,7%. W budownictwie od II kwartału 2008 roku dynamika zatrudnienia była ujemna.

Zmiany zachodzące w liczbie pracujących prowadzą do zmian w strukturze zatrudnienia. Struktura zatrudnienia z jednej strony jest wyrazem zmian zachodzących w gospodarce pod wpływem nowych technologii lub zmian w strukturze popytu globalnego, a z drugiej jest zasobem określającym zdolność gospodarek do zmian. Stanowi swego rodzaju potencjał niezbędny do kreowania nowej gospodarki, gospodarki opartej na wiedzy, do rozwoju tych dziedzin, które odpowiadają za tworzenie, rozpowszechnianie i wykorzystywanie wiedzy (Węgrzyn, 2015).

W latach 2008–2016 w Unii Europejskiej (28) nastąpiły zmiany strukturalne w zatrudnieniu we wszystkich sektorach gospodarki. Udział zatrudnionych w sektorze usług zwiększył się o 3 p.p. do 73,1% ogółu zatrudnionych, zmniejszył się w sektorze rolniczym (o 0,4 p.p. do 5%) i w przemyśle (o 2,6 p.p. do 21,9%). Podstawowymi elementami struktury gospodarczej kraju, charakteryzującymi działowo-gałęziową strukturę gospodarki, są sekcje PKD. Trzy sekcje, czyli przetwórstwo przemysłowe (sekcja C), budownictwo (sekcja F) i rolnictwo (sekcja A), odpowiadały za 96% utraconych miejsc pracy w latach 2008–2016 (ryc. 2). Wzrost zatrudnienia nastąpił w sekcjach usługowych, w szczególności w sekcjach opartych na wysoko zaawansowanej wiedzy. Największy wzrost dotyczył działalności naukowej (sekcje M–N),

Ryc. 2. Zmiany w zatrudnieniu w Unii Europejskiej (28) w latach 2008–2016 (w mln, w %)



Objaśnienia:

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

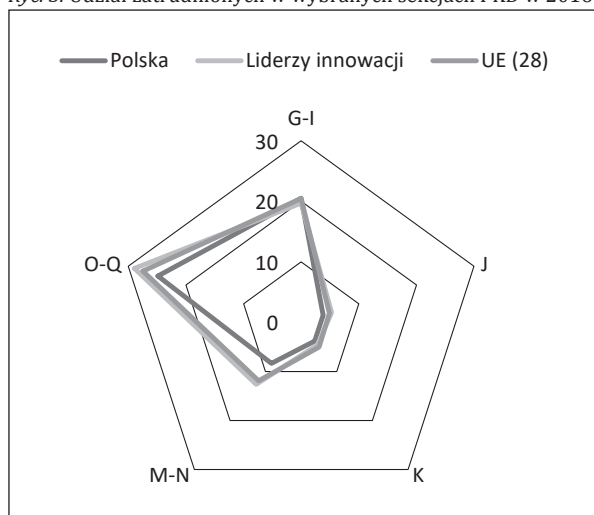
Źródło: Eurostat (2018)

obsługi nieruchomości (sekcja L), informacji i komunikacji (sekcja J) oraz administracji publicznej (sekcje O–Q).

W poszczególnych gospodarkach Unii Europejskiej zmiany strukturalne zachodzą w różnym tempie i wykazują zarówno upodabnianie się struktur, jak i narastanie różnic. W badanym okresie zwiększył się udział zatrudnionych w sekcjach: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (M), Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca (N) oraz w sekcji Informacja i komunikacja (J) w ogólnej liczbie zatrudnionych. Największy wzrost udziału zatrudnionych w sekcjach M–N zanotowały: Rumunia (5,3 p.p.), Malta (5,2 p.p.), Cypr (3,3 p.p.), Łotwa (2,3 p.p.), Irlandia (2,3 p.p.) i Polska (2,2 p.p.). W sekcji J najwięcej nowych miejsc pracy powstało w Rumunii (2,9 p.p.), Bułgarii (2,7 p.p.) i na Łotwie (2,1 p.p.). Powyższe zmiany świadczą o postępującej tzw. konwergencji warunkowej, która przebiega w poszczególnych państwach w różnym tempie. Konwergencja warunkowa oznacza, że państwa mogą różnić się od siebie zarówno pod względem ogólnych charakterystyk (czyli zasobu kapitału fizycznego i ludzkiego, wskaźników demograficznych, egzogenicznego postępu technicznego), jak i z powodu różnych czynników endogenicznych (np. innowacyjności, struktury gospodarczej, systemu finansowego, polityki gospodarczej) (Zielińska-Głębocka, 2012).

Struktura zatrudnienia w poszczególnych państwach Unii Europejskiej jest bardzo zróżnicowana. W krajach przyjętych jako benchmark pod względem innowacyjności, czyli zaliczanych do liderów innowacji, udział zatrudnionych w usługach wahał się w 2016 roku od 68,9% (Niemcy) do 81,7% (Holandia), w przemyśle od 17,5% (Holandia) do 30,6% (Niemcy) oraz w rolnictwie od 0,5% (Niemcy) do 1,2% (Finlandia). Kraje te posiadają rozwinięty sektor usług, jednak z uwagi na jego heterogeniczność należy rozpatrywać odrębnie poszczególne rodzaje działalności. Duże różnice pomiędzy UE (28) a liderami innowacji występują w wielkości udziału zatrudnionych w sekcjach O–Q – Administracja publiczna i obrona narodowa; Obowiązkowe zabezpieczenia społeczne; Edukacja; Opieka zdrowotna i pomoc społeczna; oraz M–N – Działalność

Ryc. 3. Udział zatrudnionych w wybranych sekcjach PKD w 2016 roku (w % ogółu zatrudnionych)



Źródło: opracowanie własne

profesjonalna, naukowa i techniczna oraz Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca, gdzie średnia dla UE (28) jest niższa niż średnia dla liderów innowacji (ryc. 3). Z kolei udział zatrudnionych w sekcjach G–I – Handel hurtowy i detaliczny oraz Transport i gospodarka magazynowa w UE (28) jest wyższy niż w krajach będących liderami innowacji.

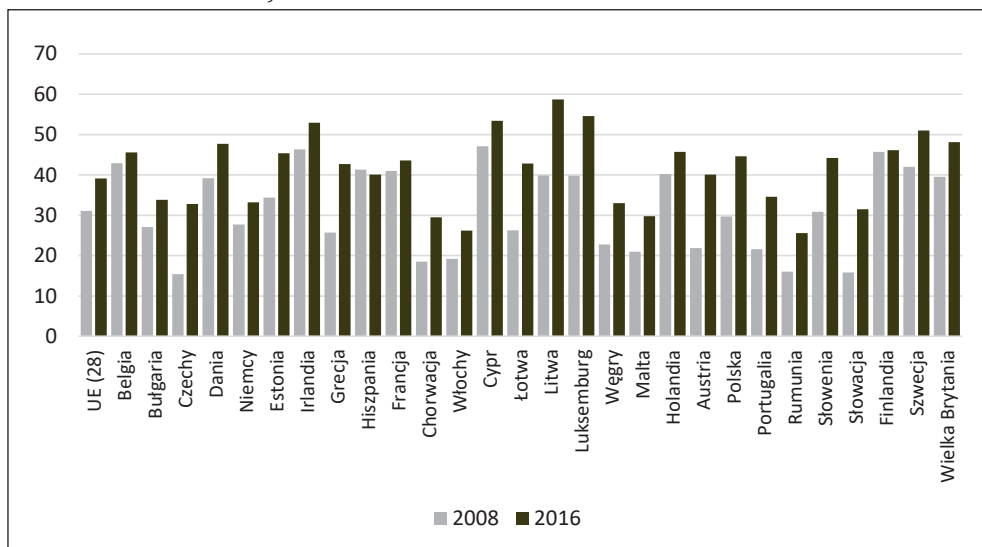
Analiza struktury zatrudnienia według sekcji PKD wskazuje, że kraje będące liderami we wdrażaniu innowacji różnią się między sobą pod względem struktury zatrudnienia w usługach. Największa różnica pomiędzy najwyższym i najniższym odsetkiem zatrudnionych w danej sekcji w ogólnej liczbie zatrudnionych występuje w sekcjach M–N i O–Q (ponad 6 p.p.). W związku z tak dużymi różnicami kraje zaliczane do liderów innowacji należy podzielić na trzy rodzaje. Pierwszy z nich to gospodarki oparte na działalności administracyjnej (sekcje O–Q), obejmującej trzy sekcje PKD, czyli działalność w zakresie administracji publicznej i obrony narodowej (sekcja O), edukację (sekcja P) oraz opiekę zdrowotną (sekcja Q). Są to sekcje, których działalność w znacznej części jest finansowana z budżetu państwa. Udział zatrudnionych w sekcjach O–Q przekracza w Danii, Szwecji i Finlandii 30% ogółu zatrudnionych. Drugi rodzaj stanowią gospodarki oparte na sektorze bankowym, gdzie zatrudnieni w sekcji K – Działalność finansowa i ubezpieczeniowa, stanowią ponad 7% ogółu zatrudnionych. Typową gospodarką opartą na działalności finansowej jest Wielka Brytania, gdzie zatrudnieni w sekcji K w 2016 roku stanowili 7,1% ogółu zatrudnionych. Trzeci rodzaj to gospodarki oparte na działalności naukowej (sekcje M–N), obejmującej dwie sekcje PKD, czyli M – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna oraz N – Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca. Typowym przykładem takiej gospodarki jest Holandia, gdzie zatrudnieni w sekcjach M–N stanowili 17,5% ogółu zatrudnionych. Struktura zatrudnienia w sektorze usług w gospodarce Niemiec nie wykazuje żadnych cech szczególnych, ani też podobieństwa do któregoś z wyróżnionych trzech rodzajów gospodarek. Charakteryzuje się jednak najwyższym udziałem zatrudnionych w przemyśle (30,6% ogółu zatrudnionych).

Struktura zatrudnienia w Polsce różni się znacznie od struktury zatrudnienia w krajach będących liderami innowacji. Wyraźnie udział zatrudnionych w sekcjach O–Q, K oraz M–N jest niższy niż w grupie liderów innowacji.

ABSOLWENCI SZKÓŁ WYŻSZYCH – ZMIANY IŁOŚCIOWE I KIERUNKOWE

W społeczeństwie opartym na wiedzy coraz więcej miejsc pracy wymaga relatywnie wysokiego poziomu wykształcenia, kwalifikacji oraz specjalistycznych umiejętności. Następuje proces przesuwania się od zawodów o niskim poziomie kwalifikacji do zawodów wymagających wyższych i najwyższych kwalifikacji (*Edukacja dla pracy*, 2007). Potrzeba wzrostu kwalifikacji została dostrzeżona w *Strategii Europa 2020*. Wyznaczono w niej cel, zgodnie z którym do roku 2020 co najmniej 40% osób w wieku 30–34 lat powinno posiadać wykształcenie wyższe. Nie ma wątpliwości, że szkoły wyższe odgrywają ważną rolę w życiu gospodarczym i społecznym. Są przede wszystkim instytucjami odpowiadającymi za kształtowanie kapitału ludzkiego i wytwarzanie wiedzy. W wielu regionach są one również znaczącymi pracodawcami i tym samym wnoszą istotny wkład w rozwój gospodarczy. Klasyczną sferą oddziaływania szkół wyższych jest kształtowanie kapitału ludzkiego (Goldstain, 2009). Zapewniając podaż wykwalifikowanych pracowników o danym profilu, uczelnie wyższe przyczynia się do

Ryc. 4. Udział osób z wyższym wykształceniem w krajach Unii Europejskiej w roku 2008 i 2016 (w % ogółu ludności w wieku 30–34 lata)



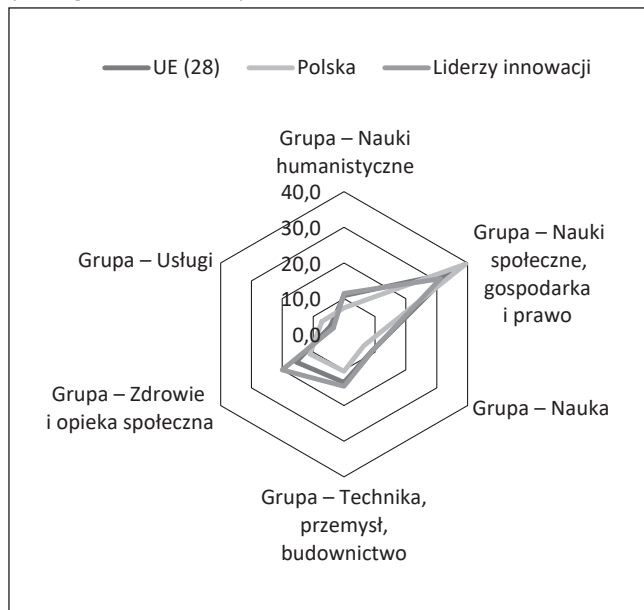
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu (2018)

modernizacji struktury ekonomicznej miasta, regionu czy kraju. Oddziaływania tego nie można jednak ograniczać wyłącznie do jakości kapitału ludzkiego, pamiętając, że stanowi on o możliwościach absorpcyjnych firm w zakresie innowacyjności (Broström, Löf, 2006). Aktualnie uczelnie stanowią również ważny element krajowych i regionalnych systemów innowacji.

Zgodnie z Międzynarodową Standardową Klasyfikacją Edukacji (*International Standard Classification of Education, ISCED 1997*)³, kształcenie na poziomie wyższym obejmuje dwa poziomy, czyli poziom 5 – Pierwszy etap kształcenia wyższego (który nie prowadzi bezpośrednio do zaawansowanych kwalifikacji badawczych) i poziom 6 – Drugi etap kształcenia wyższego (który prowadzi do zaawansowanych kwalifikacji badawczych). Znowelizowana Międzynarodowa Standardowa Klasyfikacja Kształcenia ISCED 2011 uwzględniła zmiany, jakie nastąpiły w systemach edukacji na całym świecie od ostatniej rewizji ISCED w 1997 roku. Zgodnie z ISCED 2011, kształcenie na poziomie wyższym (ISCED 5–8) obejmuje edukację na poziomie uniwersyteckim, studia podyplomowe i doktoranckie. Od 2008 roku w Unii Europejskiej (28) udział osób w wieku 30–34 lata z wyższym wykształceniem wzrósł z 31,1% do 39,1% w 2016 roku (*Eurostat regional yearbook 2017, 2017*). Największy wzrost wśród państw Unii Europejskiej zanotowały: Litwa (18,8 p.p.), Austria (18,2 p.p.), Czechy (17,4 p.p.) i Grecja (17,0 p.p.). Spadek wystąpił jedynie w Hiszpanii (1,2 p.p.). W 2016 roku 15 państw UE, w tym w Polska, spełniało już wyznaczony przez *Strategię Europa 2020* cel (ryc. 4), tzn. 40% osób w wieku 30–34 lat posiadało wykształcenie wyższe. Na Litwie odsetek ten wynosił 58,7% osób w wieku 30–34 lat, co było najwyższym wskaźnikiem wśród państw Unii Europejskiej. Najniższy wskaźnik wystąpił w Rumunii (25,6%). W 2008

³ Do roku 2013 dane na temat poziomu edukacji i wykształcenia były klasyfikowane według ISCED 1997, a od roku 2014 robi się to według ISCED 2011.

Ryc. 5. Udział absolwentów szkół wyższych w wybranych grupach kierunków kształcenia w 2016 roku (w % ogółu absolwentów)



Źródło: opracowanie własne

roku różnica między najwyższym a najniższym odsetkiem osób z wyższym wykształceniem w ogólnej liczbie ludności w wieku 30–34 lat wynosiła 31,7%, a w 2016 wzrosła do 33,1%. W Polsce udział osób z wyższym wykształceniem zwiększył się z 29,7% do 44,6% w 2016 roku, czyli o 14,9 p.p. Od 2014 roku Polska spełnia kryterium *Strategii Europa 2020* w tym zakresie.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że w badanym okresie dokonały się korzystne zmiany ilościowe, którym towarzyszyły zmiany w strukturze kierunkowej kształcenia na poziomie wyższym. Struktura kształcenia na poziomie wyższym ma swoje źródła przede wszystkim w polityce edukacyjnej państwa (zwłaszcza w sposobie finansowania studiów), ale wynika także z poziomu kształcenia, szczególnie w zakresie przedmiotów ścisłych na niższych szczeblach edukacji. Oferta edukacyjna uczelni w poszczególnych krajach jest wypadkową polityki edukacyjnej kraju, zasobów kapitałowych, rozwoju badań (głównie w szkołach publicznych) oraz preferencji kandydatów. Analiza absolwentów szkół wyższych według kierunków kształcenia w poszczególnych krajach Unii Europejskiej wykazała, że w krajach będących liderami innowacyjności największy odsetek absolwentów szkół wyższych stanowili absolwenci kierunków: zdrowie i opieka społeczna oraz technika, przemysł i budownictwo (ryc. 5). Są to kierunki kształcenia wymagające wysokich nakładów finansowych.

Struktura kierunkowa kształcenia w Polsce wyraźnie odbiega od „wzorcowej”, czyli średniej dla liderów innowacji. Odsetek absolwentów szkół wyższych kierunków: usługi i nauki społeczne, gospodarka i prawo przewyższa średnią dla liderów innowacji i UE (28). Z kolei odsetek absolwentów kierunków: zdrowie i opieka społeczna oraz technika, przemysł, budownictwo jest zdecydowanie niższy niż w grupie liderów innowacji czy średniej dla UE (28).

ZAKOŃCZENIE

Innowacyjność jest czynnikiem determinującym zmiany strukturalne zachodzące we współczesnych gospodarkach, czyli gospodarkach opartych na wiedzy. Kraje zaliczane do liderów innowacji wyznaczają kierunki zmian strukturalnych, w jakich mogą, ale nie muszą, podążać kraje je doganiające. Obserwuje się wzrost znaczenia sekcji usługowych – o dużym udziale kapitału opartego na wiedzy – odpowiadających za tworzenie, dystrybuowanie i wykorzystywanie wiedzy. Liderzy innowacji posiadają bardzo różne struktury zatrudnienia w usługach, co wymusiło podział na trzy rodzaje gospodarek. Pierwszy to gospodarki oparte na administracji publicznej, charakteryzujące się silnym wzrostem udziału zatrudnienia w sekcjach związanych z działalnością ustawodawczą i wykonawczą, prowadzoną przez centralne organy administracji państwowej i samorządowej, z edukacją oraz z opieką zdrowotną (w sekcjach O–Q). Najwyższym udziałem zatrudnionych w sekcjach O–Q w ogólnej liczbie zatrudnionych charakteryzowały się Dania, Szwecja i Finlandia (ponad 30%). Drugi rodzaj to gospodarki oparte na działalności finansowej (Wielka Brytania), gdzie udział zatrudnionych w działalności finansowej i ubezpieczeniowej (sekcja K) przekracza 7% ogółu zatrudnionych. Trzeci rodzaj to gospodarki oparte na działalności naukowej (Holandia), gdzie zatrudnienie w sekcjach M–N przekracza 17% ogółu zatrudnionych. W Polsce udział zatrudnionych w sekcjach ważnych z punktu widzenia innowacyjności pozostaje na poziomie dużo niższym nie tylko niż poziom osiągany przez liderów innowacji, ale także niż średnia UE (28 państw). Polska sukcesywnie, ale jednak zbyt wolno, zmniejsza dystans rozwoju w zakresie zmian strukturalnych.

Zmiany struktury gospodarki powodują modyfikację poziomu i kierunków kształcenia. We wszystkich państwach Unii Europejskiej w badanym okresie nastąpiły korzystne zmiany ilościowe, które przejawiają się w upowszechnianiu szkolnictwa wyższego. Dla wzrostu poziomu innowacyjności ważna jest odpowiednia podaż kapitału ludzkiego, dostosowanego nie tylko pod względem ilościowym, ale również pod względem struktury kierunkowej kształcenia. W krajach zaliczanych do liderów innowacji wśród absolwentów szkół wyższych wyraźnie przeważają absolwenci dwóch kierunków: zdrowie i opieka społeczna oraz technika, przemysł, budownictwo. Natomiast w krajach o niskim poziomie innowacyjności, w tym również w Polsce, wśród absolwentów szkół wyższych dominują absolwenci kierunków: usługi i nauki społeczne, gospodarka i prawo. Taka struktura kierunków kształcenia nie sprzyja wzrostowi poziomu innowacyjności gospodarki.

Literatura References

- Broström, A., Löf, H. (2006). *What do we know about Firms' Research Collaboration with Universities? New Quantitative and Qualitative Evidence*. Stockholm: The Royal Institute of Technology Centre of Excellence for Science and Innovation Studies.
- Colyvas, J., Crow, M., Gelijns, A., Mazzoleni, R., Nelson, R.R., Rosenberg, N. (2002). How Do University Inventions Get Into Practice? *Management Science*, 48(1), 61–72.
- Edukacja dla pracy. Raport o rozwoju społecznym. Polska 2007* (2007) (2017, 29 października). Pozyskano z <http://www.undp.org.pl/nhdr2007>, 92
- Employment and Social Developments in Europe. Quarterly Review* (2017, 29 października). Pozyskano z ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=17031&langId=en

- European Innovation Scoreboard 2017* (2017, 29 października). Pozyskano z https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/06/European_Innovation_Scoreboard_2017.pdf
- Eurostat (2018, 2 czerwca). Pozyskano z: http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=t2020_41&plugin=1
- Eurostat regional yearbook 2017* (2017, 29 października). Pozyskano z <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/8222062/KS-HA-17-001-EN-N.pdf/eaee7fa-0c80-45af-ab41-0f806c433763>
- Gajda, W. (2015). Innowacyjność polskiego przemysłu na tle przemysłu światowego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 29(1), 42–55.
- Goldstain, H. (2009). What we know and what we don't know about the regional economic impacts of universities. W: A. Varga (red.). *Universities, Knowledge Transfer and Regional Development*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Howells, J.R.L. (2002). Tacit Knowledge, Innovation and Economic Geography. *Urban Studies*, 39(5–6), 871–884.
- Jakóbk, W. (2000). *Zmiany systemowe a struktura gospodarki w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 18.
- Kasperkiewicz, W. (2014). Uwarunkowania i perspektywy rozwoju innowacyjności gospodarek Unii Europejskiej w świetle Strategii Europa 2020. W: E. Dworak, T. Grabia, W. Kasperkiewicz, W. Kwiatkowska (red.). *Gospodarka oparta na wiedzy, innowacyjność i rynek pracy*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 95–96.
- Kuciński, K. (2010). *Metodologia nauk ekonomicznych. Dylematy i wyzwania*. Warszawa: Difin, 22.
- Matusiak, M. (2005). Gospodarka oparta na wiedzy. W: K.B. Matusiak (red.). *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 57.
- Niedzielski, P. (2005). Rodzaje innowacji. W: K.B. Matusiak (red.). *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 74–75.
- Nowak, P. (2012). Poziom innowacyjności polskiej gospodarki na tle krajów UE. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 19, 153–160.
- Nowakowska, A. (2009). Regionalny kontekst procesów innowacji. W: A. Nowakowska (red.). *Budowanie zdolności innowacyjnych regionów*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 20.
- Pasinetti, L.L. (2006). *Structural Economic Dynamics. A theory of the economic consequences of human learning*. Cambridge: Cambridge University Press, 50.
- Potencjał innowacyjny gospodarki: uwarunkowania, determinanty, perspektywy* (2016). Warszawa: Narodowy Bank Polski, 22.
- Salvadori, N., Commendatore, P., Tambari, M. (red.) (2009). *Geography, Structural Change and Economic Development: Theory and Empirics*. Cheltenham: Edward Elgar, 10–11.
- Thurrow, L.C. (2006). *Powiększanie bogactwa. Nowe reguły gry w gospodarce opartej na wiedzy*. Gliwice: Wydawnictwo Helion, 73.
- Węgrzyn, G. (2015). *Innowacje w sektorze usług a zmiany strukturalne w zatrudnieniu*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 528.
- Włodarczyk, J. (2011). *Przemiany struktur gospodarczych w ujęciu systemowym*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 81, 16.
- Wysokińska, Z. (2011). *Konkurencyjność w międzynarodowym i globalnym handlu technologiami*. Warszawa–Łódź: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zaidi, M.A., Mukhopadhyay, S.K. (2006). *Economic Development, Structural Change and Employment Potential, Employment, Income Distribution and Development*. Stewart, Routledge, 64.
- Zielińska-Głębocka, A. (2012). *Współczesna gospodarka światowa. Przemiany, innowacje, kryzysy, rozwiązania regionalne*. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer, 52.
- Zimmermann, K.F. (red.) (2002). *Frontiers in Economics*. Berlin: Springer-Verlag, 282.

Grażyna Węgrzyn, dr hab., prof. nadzw. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki w Jeleniej Górze, Katedra Ekonomii i Polityki Ekonomicznej. Zainteresowania badawcze: rynek pracy, innowacyjność, gospodarka oparta na wiedzy, makroekonomia, sektor usług.

Grażyna Węgrzyn, an associate professor of economics, Wrocław University of Economics, Faculty of Economics, Management and Tourism in Jelenia Góra, Department of Economics and Economic Policy, Research interests: labour market, innovation, knowledge based economy, macroeconomics, services sector.

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki w Jeleniej Górze
Katedra Ekonomii i Polityki Ekonomicznej
ul. Nowowiejska 3, 58-500 Jelenia Góra, Polska
e-mail: grazyna.wegrzyn@ue.wroc.pl

MARTA CZYŻEWSKA

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

ARKADIUSZ LEWICKI

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie, Polska
University of Information Technology and Management in Rzeszow, Poland

Badanie innowacyjności gospodarek Europy w latach 2010–2016 z wykorzystaniem informatycznych narzędzi doboru modelu, estymatorów i parametrów analizy danych

Research on the Innovation of European Economies in 2010–2016 Using IT Tools for Model Selection, Estimators and Data Analysis Parameters

Streszczenie: Artykuł prezentuje badanie zmienności przestrzennej parametrów będących głównymi wskaźnikami innowacyjności na przykładzie danych European Innovation Scoreboard (EIS) za okres 2010–2016. Zastosowano autorskie narzędzie oceny struktury i wejściowych wektorów danych, doboru modelu analizy korelacji wprowadzonych danych oraz oceny parametrów wybranego modelu. Dzięki temu dokonano pozycjonowania ujętych w indeksie EIS krajów Europy pod względem aktywności innowacyjnej, w szczególności w prowadzeniu działalności B+R, procesie patentowania wynalazków oraz wdrażania innowacji. Autorzy artykułu, przy wykorzystaniu opracowanego narzędzia, podjęli próbę oszacowania wartości nakładów na B+R, intensywności zaangażowania przedsiębiorstw w działalność innowacyjną, niezbędnego do osiągnięcia co najmniej średniego poziomu innowacyjności liczonego dla krajów objętych indeksem EIS. Uzyskane wyniki mogą stanowić podstawę rekomendacji dla twórców polityki innowacyjnej, decydujących o zakresie wspierania działalności innowacyjnej przez rządy państw. Przeprowadzone analizy przedstawiają ocenę efektywności wydatków publicznych i prywatnych na działalność B+R, co – na bazie otrzymanych wyników i ocen porównawczych – pozwala sformułować kierunki i zakres zaangażowania publicznego w stymulowanie innowacyjności, warunkujące przyspieszenie rozwojowe polskiej gospodarki.

Abstract: The article presents the study of spatial variability of parameters being the main indicators describing innovativeness on the basis of European Innovation Scoreboard for the period 2010–2016. For this purpose we applied our own tool to assess the structure and input data vectors, and to select a correlation model for the input data and to assess the parameters of the selected model used. Thanks to this we positioned European countries in the EIS in terms of innovative activity, in particular in conducting research and development, patenting of inventions and implementation of innovations. Using the developed tool we estimated the value of R&D expenditures, the intensity of enterprises' involvement in innovative activity that are necessary to achieve at least the average level of innovation calculated for countries covered by the European Innovation Scoreboard. The results obtained may constitute recommendations for the innovation policy makers deciding on the scope of supporting innovative activities. The analyses carried out present an assessment of the effectiveness of public and private R&D expenditures which are based on the results ob-

tained and comparative assessments and allow to formulate the directions and scope of public involvement in stimulating innovativeness that determines the acceleration of the Polish economy development.

Słowa kluczowe: algorytmy analizy przestrzennej struktury zależności składowych wektorów wejściowych; analiza dużych zbiorów danych; European Innovation Scoreboard; rankingi innowacyjności; wydatki na działalność B+R

Keywords: algorithms for spatial analysis of data vectors; big data analysis; European Innovation Scoreboard; innovativeness rankings; R&D expenditures

Otrzymano: 19 grudnia 2017

Received: 19 December 2017

Zaakceptowano: 23 maja 2018

Accepted: 23 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Czyżewska, M., Lewicki, A. (2018). Badanie innowacyjności gospodarek Europy w latach 2010–2016 z wykorzystaniem informatycznych narzędzi doboru modelu, estymatorów i parametrów analizy danych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 21–37. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.2>

WSTĘP

Artykuł ma na celu prezentację wykorzystania nowego podejścia z zastosowaniem uczenia nadzorowanego do oceny innowacyjności gospodarek Europy na przykładzie danych z European Innovation Scoreboard (EIS) za okres 2010–2016. Wykorzystując narzędzia informatyczne doboru właściwego modelu analizy przestrzennej struktury zależności wektorów danych, autorzy podjęli próbę określenia kierunku i siły związków między wybranymi wskaźnikami opisującymi innowacyjność gospodarek krajów Europy w obszarze prowadzenia działalności B+R, patentowania wynalazków, wdrażania innowacji wraz z oszacowaniem wartości poszczególnych parametrów pozwalającym pozycjonować kraje w rankingu krajów Europy objętych EIS.

W innowacyjności upatruje się sił napędzających rozwój gospodarczy, stąd jest ona przedmiotem zainteresowań zarówno praktyków, jak i badaczy. Złożoność zjawiska stanowi wyzwanie dla podejmujących się jego pomiaru. Silna korelacja między innowacyjnością a rezultatami ekonomicznymi potwierdza wysoką rangę innowacyjności w rozwoju gospodarczym. Analiza poziomu innowacyjności krajów Europy pozwala poczynić spostrzeżenia do formułowania wniosków i rekomendacji dla Polski, której pozycja w wielu rankingach jest wciąż niska.

DEFINICJE INNOWACJI I INNOWACYJNOŚCI ORAZ DETERMINANTY INNOWACYJNOŚCI GOSPODAREK

W literaturze występuje wiele definicji innowacji oraz innowacyjności. Za prekursora w tej dziedzinie uważa się J.A. Schumpetera, który innowację określił jako „wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub też udoskonalenie dotychczas istniejących, wprowadzenie nowej lub udoskalonej metody produkcji, otwarcie nowego rynku, zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów, zastosowanie nowych surowców lub półfabrykatów, wprowadzenie nowej organizacji produkcji” (Schumpeter, 1960: 104). Ph. Kotler określa innowacją dobro, usługę lub pomysł, które ktoś postrzega jako nowe (Kotler, 1994: 15–28). P. Drucker podkreśla, że innowacja jest

pracą zorganizowaną, systematyczną i racjonalną, czyli zorganizowanym procesem zarządzania ukierunkowanym na stymulowanie rozwoju innowacji oraz narzędziem przedsiębiorczości (Drucker, 1992: 36). Zagadnienia innowacji oraz innowacyjności gospodarki zostały szeroko omówione w literaturze (m.in.: Griffin, 1996; Pomykański, 2001; Weresa, 2002; 2012; 2014 Śpionek, 2010; Karlik, 2012; Zioło, Rachwał, 2012; Czerniak, 2013).

Niezbędny dla rozwijania innowacyjnej gospodarki jest sprzyjający klimat pobudzający kreatywność i przedsiębiorczość (Birch, 1987: 140–165). Badania (Kozłowski, 2015: 609–628) wykazują bardzo wysoką korelację między poziomem innowacyjności a rezultatami ekonomicznymi poszczególnych krajów. Powstaje wiele podejść w zakresie tworzenia sumarycznych wskaźników mierzenia innowacyjności i kreatywności jako czynników warunkujących rozwój gospodarek krajów, np. Global Creativity Index (2015), Global Innovation Index (2016), European Innovation Scoreboard (2017).

Z badań i analiz czynników współtworzących wskaźniki sumaryczne wynika, że w krajach najbardziej innowacyjnych udział publicznych wydatków w całkowitych wydatkach na B+R jest niewielki. Natomiast analiza struktury przedmiotowej wydatków na działalność B+R pokazuje, że kraje OECD i UE-28 wydają mniej na badania podstawowe niż na badania stosowane i prace rozwojowe. Z kolei kraje mniej zamożne, o niższym poziomie rozwoju technologicznego i niższym poziomie innowacyjności, przeznaczają na badania podstawowe znacznie większą część inwestowanych środków (Tylec, 2015: 242–253).

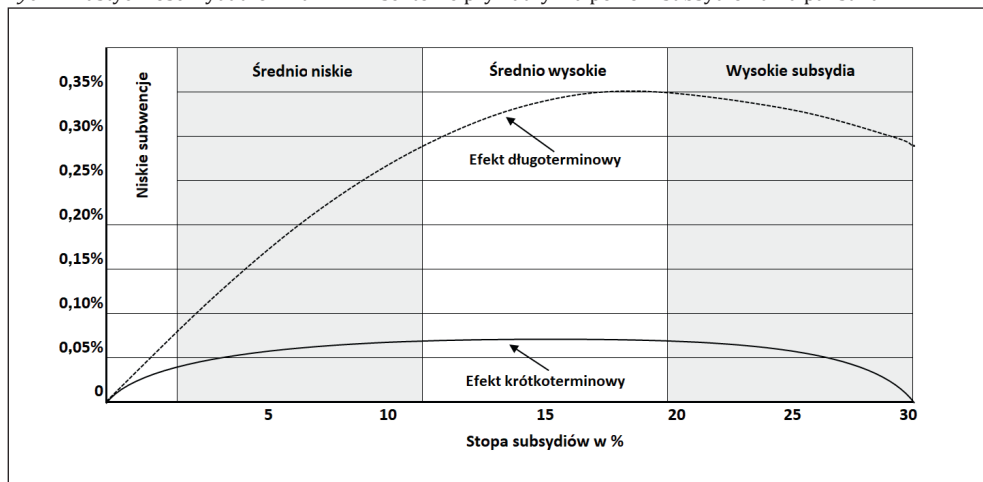
Zważając na szacunki ekonomistów, którzy oceniają, że aż dwie trzecie wzrostu gospodarczego krajów rozwiniętych należy łączyć z wprowadzaniem innowacji, uzasadnione wydaje się od wielu lat postulowane zwiększenie rangi polityki innowacyjnej (*Managing National Innovation Systems*, 1999; *Frascati Manual...*, 2002; *Dynamising National Innovation Systems*, 2002; *Oslo Manual*, 2005; *The Innovation Policy Platform*, 2018).

ZAANGAŻOWANIE PAŃSTWA A EFEKTYWNOŚĆ DZIAŁALNOŚCI BADAWCZO-ROZWOJOWEJ W ŚWIELE DOTYCHCZASOWYCH BADAŃ

Rola polityki państwa w stymulowaniu innowacyjnej gospodarki uwidacznia się przede wszystkim w zakresie wydatków publicznych na B+R. K. Polarczyk stwierdza, że jest to pochodna uwarunkowana ustrojem: im więcej w ustroju danego państwa pojawia się pierwiastków socjalizmu, a mniej liberalizmu, tym większe są rozmiary wydatków publicznych ogółem. W związku z tym Polska, obok Węgier, Szwecji i Francji, zalicza się do krajów UE o najwyższym tzw. poziomie opiekuńczości (Polarczyk, 2007: 1–2). T. Skica, odnosząc się do wydatków publicznych w ogóle, podkreśla, że trzeba je postrzegać przez pryzmat arbitralności rozmiarów i kierunków wydatkowanych środków, ich marnotrawstwa, a finalnie również tzw. efektu wypychania (Skica, 2011: 115–129). Analizując strukturę finansowania B+R, znaczny udział sektora publicznego skutkuje wypychaniem wydatków na ten cel w sektorze przedsiębiorstw (Zegarowicz, Wildowicz-Giegiel, 2017: 415–428).

Doświadczenia okresu transformacji systemowej pokazały jednakże, że zmniejszenie ingerencji państwa nie w każdej dziedzinie jest pożądane (Grosse, 2002: 26). Wyzwaniem toczących się od wielu lat dyskusji na temat uwarunkowań innowacyjności jest wskazanie optymalnego poziomu i pożądanych sposobów ingerencji państwa w gospodarkę, aby inwestycje dokonywane przez państwo były możliwie najbardziej

Ryc. 1. Elastyczność wydatków na B+R w sektorze prywatnym a poziom subsydiowania państwa



Źródło: Guellec, van Pottelsberghe de la Potterie (1999: 108)

efektywne i skutecznie zachęcały sektor prywatny do jak największej skali współfinansowania nakładów na innowacje, aby budować innowacyjną i konkurencyjną gospodarkę kraju.

Polityka proinnowacyjna realizowana jest pośrednio przez regulacje (zachęty podatkowe) oraz bezpośrednio przez dofinansowanie działalności innowacyjnej (subsydia). Każde państwo stoi przed problemem wyboru „mieszanki” narzędzi bezpośrednich i pośrednich (Shirley, 1994: 104). D. Guellec i B. van Pottelsberghe de la Potterie (1999: 95–122) wykazali stymulujący wpływ subsydiów oraz zachęt podatkowych na finansowanie działalności B+R przedsiębiorstw. Rządy państw powinny prowadzić stabilną długookresową politykę wspierania innowacyjnej działalności w przedsiębiorstwach, redukując w ten sposób niepewność i ryzyko, jakich doświadcza przedsiębiorca (ryc. 1).

Wydatki na B+R uważane są za czynnik zapewniający długookresową konkurencyjność, a zatem wzrost gospodarczy i zatrudnienie. Kraje, które M. Cincera, D. Czarnitzki, S. Thorwarth (2011: 131–139) uznali za najbardziej efektywne w zakresie publicznego wspierania działalności B+R, to: Australia, Kanada, Finlandia, Niemcy, Japonia, Holandia, Nowa Zelandia, Singapur, Szwajcaria i USA.

Stymulowanie innowacyjności stanowi ogromne wyzwanie, a cele ustanowione dla krajów UE, wynikające ze *Strategii lizbońskiej*, *Strategii Europa 2020* (*Komunikat Komisji Europa 2020*, 2010), mierzone wskaźnikiem udziału nakładów na B+R w PKB na poziomie 3%, nadal nie zostały osiągnięte.

Wdrażanie systemowych rozwiązań wymaga kompleksowego podejścia do pomiaru innowacyjności na poziomie mikro-, mezo- i makroekonomicznym oraz globalnym. Dlatego koniecznością jest opracowanie metodologii pomiaru, umożliwiającej trafną diagnozę oraz właściwe korygowanie podjętych działań.

ZŁOŻONOŚĆ ZJAWISKA INNOWACYJNOŚCI WYZWANIEM DLA POMIARU

Procesy tworzenia innowacji uległy wielu przemianom w ciągu ostatnich kilkunastu lat. Innowacje są rezultatem współpracy sieciowej podmiotów, często

funkcjonujących w różnych krajach (tzw. model innowacji piątej generacji; Jasiński, 1998: 13–14).

Analizując czynniki uznawane za determinanty innowacyjności, daje się zauważyć wysoki poziom złożoności zjawiska, bowiem według S. Kasprzyka (1980: 47) uwarunkowane jest ono: prawami przyrody, stanem wiedzy naukowej i wiedzy technicznej, bazą materiałowo-techniczną, poziomem organizacyjnym, wymaganiami użytkowników, czynnikami ekonomicznymi, socjologicznymi, psychologicznymi oraz społeczno-politycznymi.

W. Janasz i K. Koziół (2007: 43–44) wskazali na różnorodność czynników otoczenia dalszego, warunkujących procesy kreacji i dyfuzji innowacji. Złożoność zjawiska innowacyjności rodzi wyzwania związane z doskonaleniem zestawów wskaźników pozwalających dokonywać syntetycznego pomiaru innowacyjności gospodarek i międzynarodowych porównań oraz opracowywać rankingi innowacyjności.

Komisja Europejska opracowała Europejski Ranking Innowacyjności, pozwalający mierzyć poziom innowacyjności gospodarek krajów UE. Metodyka oceny w zakresie doboru i grupowania wskaźników ewoluuje, co oznacza, że trwają poszukiwania nowego podejścia do oceny innowacyjności. Wskaźniki cząstkowe Europejskiego Rankingu Innowacyjności składają się na Sumaryczny Wskaźnik Innowacyjności (ang. *Summary Innovation Index, SII*).

Aby zbadać strukturę przestrzenną dostępnych zbiorów danych, a więc przeanalizować związki i zależności pomiędzy rozkładami dwóch lub więcej badanych cech dostępnych wektorów danych wejściowych, autorzy artykułu zastosowali autorskie narzędzie informatyczne LR Search Data. Pozwala ono na ocenę wartości oczekiwanej jednej zmiennej losowej na podstawie innej reprezentacji lub innych reprezentacji zmiennych, niezależnie od wielkości analizowanego zbioru danych. W odniesieniu do danych z EIS za lata 2010–2016 i poszukiwania dla nich zależności przyczynowo-skutkowych, okazało się, że oczekiwanym modelem, który dobrze uwidacznia zależności pomiędzy obserwowanymi zmiennymi, może być już model regresji liniowej z elementami stałymi, losowymi bądź mieszanymi. W odniesieniu do wskazanych zbiorów danych analiza współczynnika determinacji, będącego miarą dopasowania modelu regresji do danych, wykazała, że nawet w przypadku zastosowania modelu z elementami stałymi możemy wnioskować o kierunku i sile związku korelacyjnego pomiędzy badanymi elementami wektora danych. Rozwiązanie to zostało więc przyjęte jako bazowy model do przeprowadzenia badań zależności powiązań pomiędzy wieloma zmiennymi, aby można było prawidłowo zidentyfikować współzależności cech, od których zależy innowacyjność gospodarek europejskich.

ANALIZA KORELACJI ZMIENNYCH W ODNIESIENIU DO BADANIA STRUKTURY PRZESTRZENNEJ DLA ZBIORÓW OBIEKTÓW EUROPEAN INNOVATION SCOREBOARD

W obecnych czasach, gdy możliwości obliczeniowe komputerów są coraz większe, coraz częściej stosuje się też uogólnienia modeli liniowych, tak aby można było przeprowadzić analizę nawet złożonych relacji pomiędzy badanymi zmiennymi. Jednym z najlepiej sprawdzających się w tym obszarze narzędzi modelowania statystycznego jest regresja. Pozwala bowiem ona zarówno na dokonanie charakterystyki zależności pomiędzy zmiennymi objaśniającymi a zmienną objaśnianą, oszacowanie średniej

wartości zmiennej objaśnianej w zależności od zmiennych objaśniających, jak i na wybór zmiennych istotnie zależnych od zmiennej objaśnianej. Dodatkowo taki model regresji możemy rozszerzyć na dowolny model liniowy z elementami stałymi, losowymi bądź mieszanymi w zakresie: jednokierunkowej analizy wariancji, dwukierunkowej analizy wariancji oraz analizy kowariancji.

Dokonana przez aplikację ocena współczynnika determinacji dla zbiorów danych z EIS za lata 2010–2016 wykazała, że już zastosowanie modelu regresji liniowej z elementami stałymi będzie wiązać się z oczekiwaną jakością dopasowania modelu liniowego. Model ten przyjęto więc za podstawowy w odniesieniu do badania korelacji pomiędzy zmiennymi wskazanymi zbiorów danych, aby można było zidentyfikować czynniki zarówno stymulujące, jak i hamujące procesy innowacyjne.

W odniesieniu do struktury przestrzennej danych, wskazującej na zależność liniową pomiędzy badanymi zmiennymi, najlepszy miernikiem korelacji jest współczynnik korelacji liniowej Pearsona (1):

$$r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^k (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^k (x_i - \bar{x})^2 \sum_{j=1}^r (y_j - \bar{y})^2}} = \frac{C(X, Y)}{\delta_x \delta_y} \quad (1)$$

gdzie:

x, y – to zmienne ilościowe,

x_i – to wartość zmiennej x dla obserwacji i ,

y_i – to wartość zmiennej y dla obserwacji i ,

y_j – to wartość zmiennej y dla obserwacji j ,

$\bar{x}$ – oznacza średnią dla wektora x ,

$\bar{y}$ – średnią dla wektora y ,

$C(X, Y)$ – oznacza kowariancję X i Y ,

$\delta_x \delta_y$ – oznaczają odchylenia standardowe.

Jeżeli $r_{xy} = 0$, wtedy zmienne nie są skorelowane. Natomiast dla $0 < r_{xy} < 0,1$ mamy znikomą korelację, dla $0,1 \leq r_{xy} < 0,3$ mamy korelację słabą, dla $0,3 \leq r_{xy} < 0,5$ – korelację umiarkowaną, dla $0,5 \leq r_{xy} < 0,7$ – korelację wysoką, dla $0,7 \leq r_{xy} < 0,9$ – korelację bardzo wysoką, a dla $0,9 \leq r_{xy} < 1$ – korelację, którą możemy określić jako korelację prawie pełną. Kwadrat scharakteryzowanego powyżej współczynnika korelacji nazywamy współczynnikiem determinacji. To on właśnie pozwala zbadać jakość dopasowania modelu liniowego, a więc określić stopień, w jakim zmiany cech objaśnianych mogą być wyjaśnione przez zmienne objaśniające. W przypadku badanych zbiorów zmiennych współczynnik ten już dla modelu regresji liniowej wyniósł 0,93, co oznacza, że zastosowanie już tego modelu wiąże się z wiarygodną i satysfakcjonującą analizą przyczynowo-skutkową.

Regresję liniową, która pozwala badać relację pomiędzy zmiennymi ilościowymi x i y , możemy zapisać jako funkcję (2):

$$y_i = ax_i + b + \varepsilon_i \quad (2)$$

gdzie:

x_i – to wartość zmiennej x dla obserwacji i ,

y_i – to wartość zmiennej y dla obserwacji i ,

a, b – to współczynniki regresji liniowej, które informują, jaki jest przeciętny przyrost wartości zmiennej zależnej na jednostkę przyrostu wartości zmiennej niezależnej, ε_i – to zakłócenie losowe o rozkładzie normalnym.

W procesie analizy przyjętego modelu badania korelacji pomiędzy zmiennymi najbardziej istotna jest odpowiedź, jak bardzo zmienna y jest zależna od zmiennej x . Sprawdzenie tej zależności polega na testowaniu hipotez (3):

$$\begin{cases} H_0: r_{xy} = 0 \\ H_1: r_{xy} \neq 0 \end{cases} \quad (3)$$

Pierwsza z nich oznacza brak zależności, natomiast zależność niezerowa (drugi przypadek) daje podstawy do przyjęcia, że zależność pomiędzy zmienną x i y jest istotna. Funkcją testową korelacji jest zmienna losowa Studenta (stosowanego przy ocenie niepewności pomiaru, gdy nie znamy odchylenia standardowego) t o $(n - 2)$ stopniach swobody, wyrażona wzorem (4):

$$t = \frac{r}{\sqrt{1 - r^2}} \sqrt{n - 2} \quad (4)$$

dla próby n -elementowej, z uwzględnieniem współczynnika r , będącego estymatorem. Wartość krytyczną $t_{n-2, \alpha}$ odczytujemy z rozkładu Studenta (ryc. 2) dla wcześniej przyjętego poziomu istotności, oznaczonego jako α .

W przypadku gdy obliczona wartość t znajduje się w dwustronnym obszarze krytycznym $(-\infty, -t_{n-2, \alpha}), (t_{n-2, \alpha}, +\infty)$, to H_0 należy odrzucić na korzyść hipotezy H_1 .

Do oceny badania dokładności oszacowania zastosowanej funkcji regresji stosuje się analizę reszt (ryc. 3), czyli odchyłeń realizacji zmiennych Y i X , zaobserwowanych w próbie losowej, oraz wartości szacowanych, obliczanych ze wzoru (5):

$$\hat{y}_t = a_0 + a_1 t, \text{ dla } t = 1, 2, \dots, i \quad (5)$$

Wartości e_t = nazywamy resztami modelu. Średni błąd szacunku informuje zaś o tym, jakie jest przeciętne odchylenie empirycznych wartości zmiennej objaśnianej od wartości teoretycznych otrzymanych z funkcji regresji. Stanowi go pierwiastek kwadratowy z wariancji resztowej. Wariancję dla zmiennej y względem zmiennej x obliczamy ze wzoru (6):

$$\delta^2(z_i) = \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y})^2}{n - 2} \quad (6)$$

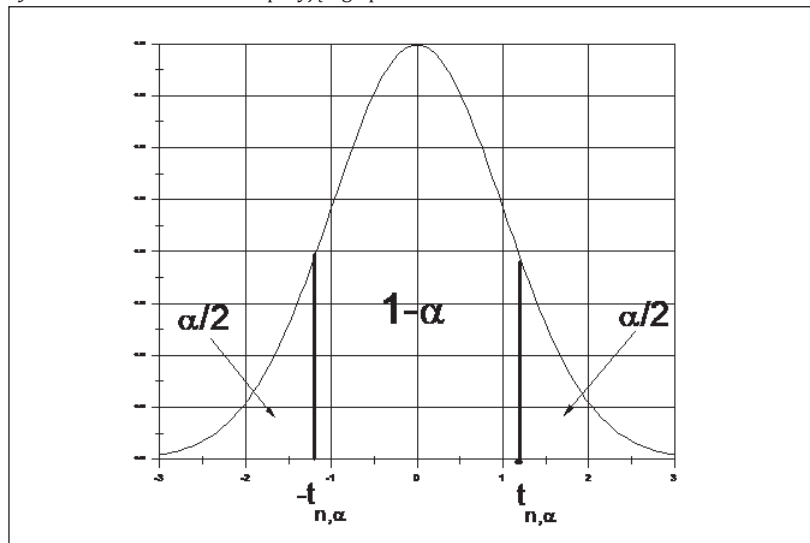
natomiast dla zmiennej x względem zmiennej y ze wzoru (7):

$$\delta^2(u_i) = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \hat{x})^2}{n - 2} \quad (7)$$

gdzie:

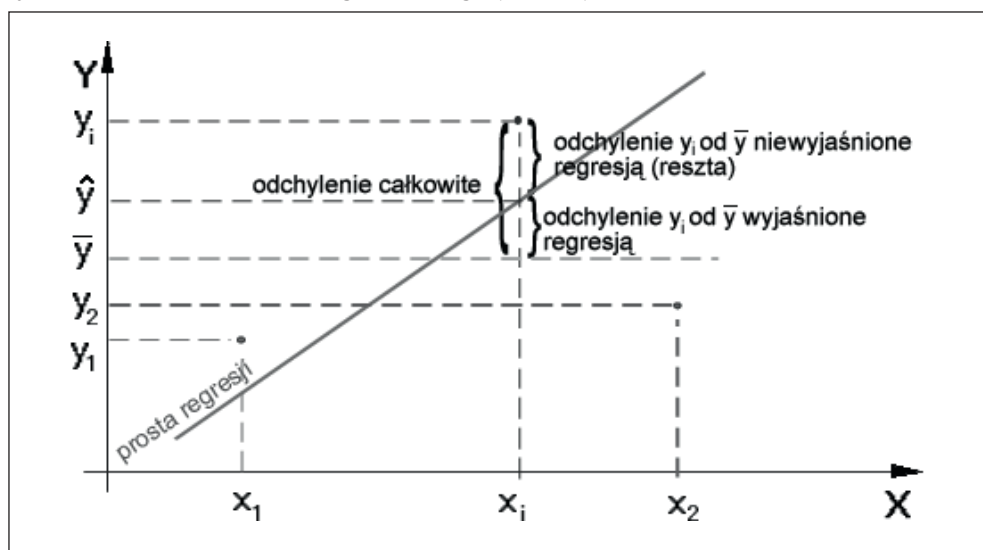
i – oznacza próbę,

x, y – oznaczają wartości zmiennych.

Ryc. 2. Rozkład Studenta dla przyjętego poziomu istotności α 

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Efron, Hastie, Johnstone, Tibshirani (2004)

Ryc. 3. Analiza reszt dla zastosowanego modelu regresji liniowej



Źródło: opracowanie własne na podstawie Gnot (1994)

Wariancja reszt powinna być jednorodna i nie powinna zależeć funkcyjnie od wartości dopasowanych przez model.

W procesie analizy danych rzeczywistych obserwacja wystąpienia dużych reszt zawsze powinna zostać poprawnie zweryfikowana, ponieważ może to świadczyć o błędach w danych, o złym dopasowaniu modelu lub o niewłaściwej charakterystyce badanych zbiorów danych.

Współczynniki a i b regresji liniowej wskazane we wzorze (2) można dobierać i oceniać, stosując rozmaite metody estymacji. Zastosowane zaś w aplikacji informatycznej metody estymacji to: metoda najmniejszych kwadratów oraz metoda największej wiarygodności. W przypadku pierwszej z nich estymatory znajduje się poprzez minimalizację kwadratu różnicy pomiędzy wartościami y a wartościami $\hat{y}$. Minimalizowaną wartość nazywa się zaś błędem kwadratowym. Metoda największej wiarygodności bazuje na logarytmie funkcji wiarygodności. W przypadku maksymalizacji tej funkcji, ze względu na współczynniki regresji, jest to równoważne minimalizacji sumy kwadratów reszt.

Przeprowadzone przez autorów doświadczenia wykazały, że zarówno estymator najmniejszych kwadratów, jak i estymator największej wiarygodności, sprawdzają się bardzo dobrze, jeżeli zakłócenie losowe ma średnią wynoszącą zero, stałą wariancję, a poszczególne zakłócenia losowe są niezależne.

WYNIKI BADAŃ

Przeprowadzone analizy pozwoliły w każdym zbiorze danych dla lat 2010–2016 zaobserwować istotne zależności oraz oszacować wartości poszczególnych wskaźników, plasujące dany kraj przynajmniej w połowie rankingu względem danego wskaźnika.

Analizy pozwoliły sformułować następujące wnioski:

1. Przekroczenie wartości 1% PKB wydatków przedsiębiorstw na B+R powoduje osiągnięcie co najmniej wartości mediany dla wskaźnika odsetek przedsiębiorstw sektora MSP wdrażających innowacje.
2. Liczba patentów na mieszkańca w UE zależy prawie liniowo od wydatków przedsiębiorstw na B+R, ale nie zależy od wydatków publicznych na ten cel.
3. Przekroczenie 2% PKB wydatków przedsiębiorstw na B+R jednocześnie stanowi uzyskanie co najmniej siedmiu patentów na miliard osób.
4. Przekroczenie poziomu 1% wydatków na PKB w przedsiębiorstwach prowadzi do osiągnięcia co najmniej wartości mediany w zakresie odsetka MSP wdrażających innowacje produktowe albo procesowe.
5. Wzrost liczby pracowników zaangażowanych w działania i procesy oparte na wiedzy powoduje również wzrost wartości MSP wdrażających innowacje.
6. Z rozkładu wartości można zaobserwować prawie liniową zależność pomiędzy wskaźnikiem odsetek przedsiębiorstw sektora MSP wdrażających innowacje oraz odsetkiem przedsiębiorstw sektora MSP wdrażających innowacje produktowe albo procesowe.

W analizie uwzględniono dla porównania (mimo braku istotnych zależności) wartości wskaźników w korelacji z publicznymi wydatkami na B+R.

Wyraźnie zaznacza się dodatnia zależność między liczbą zgłoszeń patentowych w trybie PCT na mld PKB a wydatkami na B+R, przy czym zależność prawie liniowa występuje dla wydatków ponoszonych przez przedsiębiorstwa. Skupienie większej części krajów w dolnej części wykresu dotyczącego wydatków publicznych na B+R wskazuje, że wydatki publiczne w mniejszym stopniu przekładają się na zgłoszenia patentowe.

Rysuje się dodatnia zależność między wydatkami przedsiębiorstw na B+R a odsetkiem firm sektora MSP wdrażających innowacje w przypadku wydatków przedsiębiorstw (choć nie tak ścisła jak w przypadku zależności z liczbą zgłoszeń patentowych).

Tab. 1. Wydatki przedsiębiorstw i publiczne na B+R w % PKB a liczba zgłoszeń patentowych w trybie PCT na mld PKB w latach 2010–2016

Rok	Wydatki przedsiębiorstw na B+R w % PKB a liczba zgłoszeń patentowych w trybie PCT na mld PKB	Wydatki publiczne na B+R w % PKB a liczba zgłoszeń patentowych w trybie PCT na mld PKB
2010 2a)		
2012 2b)		
2014 2c)		
2016 2d)		

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Tab. 2. Wydatki przedsiębiorstw i publiczne na działalność B+R w % PKB a MSP wdrażające innowacje (w % MSP) w latach 2010–2016

Rok	Wydatki przedsiębiorstw na działalność B+R w % PKB a MSP wdrażające innowacje (w % MSP)	Wydatki publiczne na działalność B+R w % PKB a MSP wdrażające innowacje (w % MSP)
2010 3a)		
2012 3b)		
2014 3c)		
2016 3d)		

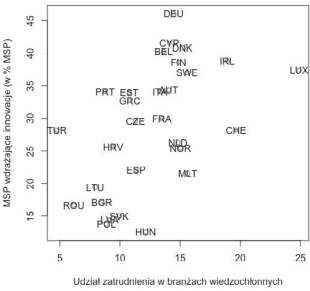
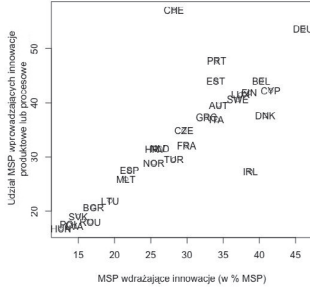
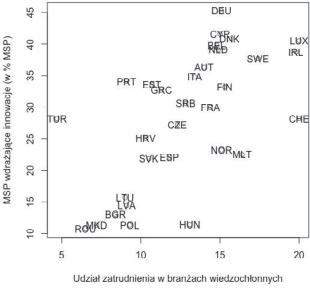
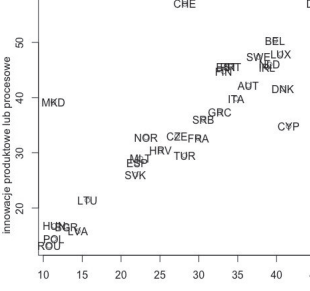
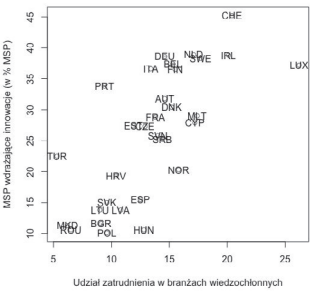
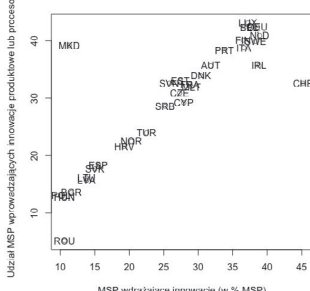
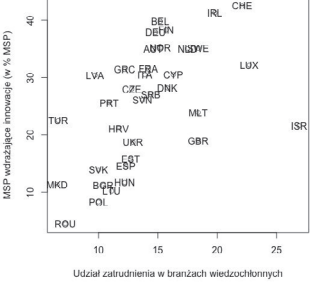
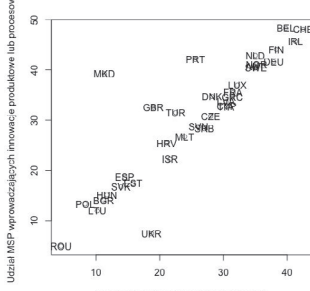
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Tab. 3. Wydatki przedsiębiorstw i publiczne na działalność B+R w % PKB a udział MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe w latach 2010–2016

Rok	Wydatki przedsiębiorstw na działalność B+R w % PKB a udział MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe	Wydatki publiczne na działalność B+R w % PKB a udział MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe
2010 4a)		
2012 4b)		
2014 4c)		
2016 4d)		

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Tab. 4. Udział zatrudnienia w branżach wiodących a MSP wdrażające innowacje oraz MSP wdrażające innowacje (w % MSP) a udział MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe w latach 2010–2016

Rok	Udział zatrudnienia w branżach wiodących a MSP wdrażające innowacje (w % MSP)	MSP wdrażające innowacje (w % MSP) a udział MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe
2010 5a)		
2012 5b)		
2014 5c)		
2016 5d)		

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Progresywny charakter krzywej, wokół której skupiają się poszczególne kraje, świadczy o tym, że innowacje w MSP nie zawsze wiążą się z dużymi nakładami na B+R. Natomiast między wydatkami publicznymi na B+R a wdrażaniem innowacji w MSP niełatwo zauważyć istotne zależności.

Zależności między wydatkami na B+R zarówno przedsiębiorstw, jak i instytucji publicznych a udziałem MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe są mniej ścisłe niż powyżej prezentowane relacje, aczkolwiek dodatnie zależności w przypadku wydatków przedsiębiorstw są łatwiej zauważalne. W krajach zamożnych przedsiębiorstwa zdecydowanie więcej wydają na B+R i relatywnie często sektor MSP wdraża innowacje produktowe lub procesowe, natomiast przykładowo w Grecji, Macedonii i Serbii, pomimo niskich wydatków na B+R, innowacje wdrażane są w MSP relatywnie często.

Zależności między MSP wdrażającymi innowacje a udziałem MSP wprowadzających innowacje produktowe lub procesowe z uwagi na współliniowość powinny zostać pominięte w prowadzeniu dalszych analiz.

Jeśli chodzi o zależności między udziałem zatrudnienia w branżach wiedzy a udziałem MSP wdrażających innowacje można zauważyć, że zatrudnienie specjalistów w branżach wiedzy w krajach mniej zamożnych (w tym w Polsce) nie zależy wprost proporcjonalnie od wdrażania innowacji w MSP.

WNIOSKI

W obecnych czasach poziom życia społeczeństwa każdego kraju zależy nie tyle od stopnia wykorzystania zaawansowanych technologii, co od zdolności do rozwoju potencjału naukowo-technicznego, umiejętności łączenia nauki z przemysłem, rozwoju przedsiębiorczości w sferze generowania nowych i konkurencyjnych rozwiązań oraz od aktywności w dążeniu do zwiększania zdolności do wdrażania innowacji. To właśnie bowiem innowacje w skali makroekonomicznej stanowią jeden z głównych czynników wzrostu gospodarczego, a w skali mikroekonomicznej przyczyniają się do wzrostu konkurencyjności pojedynczych przedsiębiorstw. Aby można było jednak monitorować, kontrolować i analizować poziom rozwoju we wskazanym obszarze, należy posłużyć się ujednoliconą metryką stanowiącą narzędzie statystycznego zarządzania procesem. Jednym z takich narzędzi jest Europejski Ranking Innowacyjności, umożliwiający analizę wyników osiągniętego poziomu innowacyjności w poszczególnych krajach członkowskich UE.

W przedstawionym w artykule procesie badawczym związane z tymi wskaźnikami dane stały się wektorami wejściowymi, które następnie – z zastosowaniem autorskiego narzędzia informatycznego doboru najlepszych modeli rozwiązań – zostały poddane analizie na różnych poziomach szczegółowości, aby osiągnąć wartość, którą była oczekiwana wiedza użyteczna.

Zaimplementowana w zastosowanym oprogramowaniu funkcja analizy współczynnika determinacji badanych zbiorów danych podała informację, że do procesu selekcji, grupowania, wyselekcjonowania właściwych atrybutów wektorów danych oraz ich zestawienia korelacyjnego najbardziej optymalnym modelem będzie w tym przypadku liniowy model regresji przestrzennej struktury zależności zmiennych. Zastosowanie tego podejścia pozwoliło na otrzymanie macierzy wynikowej w postaci wszystkich par zmiennych wzajemnie od siebie zależnych. Wykorzystane w badaniu

zbiory danych nie miały co prawda znaczącego rozmiaru, ale zastosowanie użytego narzędzia informatycznego daje możliwość automatycznego wyodrębnienia podzbioru zmiennych użytecznych dla zdefiniowanej dziedziny rozwiązań z całego dostępnego zbioru danych wejściowych, niezależnie od wielkości tego zbioru. W procesie analizy danych aplikacja dokonuje również wyboru metody estymacji współczynników korelacji zmiennych. Zaimplementowane metody dotyczą metody najmniejszych kwadratów oraz metody największej wiarygodności. Dzięki temu, jeżeli zostaną wykryte potęgowe zależności pomiędzy zmiennymi, to nastąpi również analiza zależności pomiędzy logarytmami tych zmiennych. Pozwala to na analizę danych, dla których wariancja ocen współczynników jest zarówno mała, jak i duża.

Analiza wyników w odniesieniu do wszystkich skorelowanych zmiennych pozwala stwierdzić, że rzeczywisty wzrost innowacyjności można osiągnąć poprzez zwiększoną aktywność sektora prywatnego w tej dziedzinie. Planując kontynuację badań, autorzy zamierzają poddać analizie również zależności zmiennej objaśnianej od dwóch lub większej ilości zmiennych jakościowych, tak aby można było rozpatrzyć wszystkie efekty addytywne i istniejące interakcje.

Literatura

References

- Birch, D.L. (1987). *Job Creation in America*. New York: Free Press.
- Cincera, M., Czarnitzki, D., Thorwarth, S. (2011). Efficiency of public spending in support of R&D activities. W: *Reflets perspectives de la vie économique*, 1–2 (tom L). De Boeck Supérieur, 131–139.
- Czerniak, J. (2013). *Polityka innowacyjna w Polsce. Analiza i proponowane kierunki zmian*. Warszawa: Difin.
- Drucker, P. (1992). *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Dynamising National Innovation Systems* (2002) (2017, 19 grudnia). OECD. Pozyskano z https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/dynamising-national-innovation-systems_9789264194465-en
- Efron, B., Hastie, T., Johnstone, I., Tibshirani, R. (2004). *Least angle regression*. *Annals of Statistics*, 32(2), 407–499.
- European Innovation Scoreboard (2017, 19 grudnia). Pozyskano z http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards_en
- Frascati Manual. Proposed standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development*, (2002) (2017, 19 grudnia). OECD. Pozyskano z <http://www.oecd.org/sti/inno/frascatimanualproposedstandardpracticeforsurveysonresearchandexperimentaldevelopment6thedition.htm>
- Global Creativity Index 2015* (2015) (2017, 19 grudnia). Martin Prosperity Institute. Pozyskano z <http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>
- Global Innovation Index 2016* (2016) (2017, 19 grudnia). *Winning with Global Innovation*. Johnson Cornell University. INSEAD The Business School for the World, World Intellectual Property Organization. Pozyskano z http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf
- Gnot, S. (1994). *Estymacja komponentów wariacyjnych w modelach liniowych*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne.
- Griffin, R.W. (1996). *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grosse, T.G. (2002). Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(8).

- Guellec, D., van Pottelsberghe de la Potterie, B. (1999). Does government support stimulate private R&D? *OECD. Economic Studies*, 29, 95–122.
- Janasz, W., Koziół, K. (2007). *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*. Warszawa: Polskie Wydawnictwa Ekonomiczne, 43–44.
- Jasiński, A.H. (1998). *Innowacje techniczne a działalność marketingowa*. Warszawa: Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania, 13–14.
- Karlik, M. (2012). *Zarządzanie innowacjami w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Kasprzyk, S. (1980). *Innowacje od koncepcji do produkcji*. Warszawa: Instytut Wydawniczy CRZZ.
- Komunikat Komisji Europa 2020. *Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu* (2010) (2017, 19 grudnia). Komisja Europejska. KOM 2020. Bruksela.
- Kotler, Ph. (1994). *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*. Warszawa: Gebethner i Ska, 15–28.
- Kozłowski, J. (2015). Innovation indices: the need for positioning them where they properly belong. *Scientometrics*, 104(3), 609–628.
- Managing National Innovation Systems* (1999) (2017, 19 grudnia). OECD. Pozyskano z https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/managing-national-innovation-systems_9789264189416-en
- Nowak, P. (2012). Poziom innowacyjności polskiej gospodarki na tle krajów UE. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 19, 153–168.
- Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (2005) (2017, 19 grudnia). OECD. Pozyskano z <http://www.oecd.org/sti/inno/oslomannualguidelinesforcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm>
- Polarczyk, K. (2007). *Wydatki publiczne w Polsce na tle państw Unii Europejskiej*, Biuro Analiz Sejmowych, 22, 1–2.
- Pomykański, A. (2001), *Zarządzanie innowacjami*. Warszawa–Łódź: Wydawnictwo Naukowe PWE.
- Schumpeter, J.A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*, Warszawa: PWN, 104.
- Shirley, P. (1994). Venture Capital. *Fiscal Studies*, 2(15), 98–104.
- Skica, T. (2011). Efektywność wydatkowania publicznego w Polsce. *Zeszyty Naukowe Instytutu Ekonomii i Zarządzania Politechniki Koszalińskiej*, 14, 115–129.
- Śpionek, A. (2010). Innowacyjność – definicja, ogólne informacje o innowacyjności w regionie. W: P. Nowak (red.). *Innowacje 2010*. Łódź: Departament Infrastruktury, 11–17.
- The Innovation Policy Platform* (2017, 19 grudnia). Pozyskano z www.innovationpolicyplatform.org
- Tylec, T. (2015). Wielkość i struktura finansowania działalności badawczo-rozwojowej w krajach rozwiniętych gospodarczo. Wnioski dla Polski. *The Central European Journal of Social Sciences and Humanities*, 210, 242–253.
- Weresa, M. (2002). *Wpływ handlu zagranicznego i inwestycji bezpośrednich na innowacyjność polskiej gospodarki*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Weresa, M. (2012). *Systemy innowacyjne a konkurencyjność w świetle wybranych koncepcji teoretycznych*. Warszawa: Kolegium Gospodarki Światowej, Szkoła Główna Handlowa.
- Weresa, M. (2014). *Polityka innowacyjna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zegarowicz, Ł., Wildowicz-Giegiel, A. (2017). Wspieranie działalności B+R a efekt wypychania w krajach OECD. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 475, 415–428.
- Zioło, Z., Rachwał, T. (red.) (2012). Wpływ innowacyjności na rozwój przedsiębiorstw. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 20.

Marta Czyżewska, dr nauk ekonomicznych w zakresie ekonomii, adiunkt w Katedrze Ekonomii i Polityki Gospodarczej w Instytucie Politologii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Były dyrektor Centrum Innowacji i Przedsiębiorczości w WSliZ w Rzeszowie. Badania, jakie w ostatnim czasie prowadzi, skupiają się wokół determinant innowacyjności i przedsiębiorczości jako kluczowych czynników warunkujących rozwój gospodarek. Autorka lub współautorka książek i artykułów nt. venture capital, innowacyjności i przedsiębiorczości.

Marta Czyżewska, Ph.D. in economics in the field of economics, Assistant Professor at the Department of Economics and Economic Policy, The Institute of Political Science at Pedagogical University in Cracow. Former Director of Innovativeness and Entrepreneurship Center at UITM in Rzeszow. Her research focuses recently on determinants of innovativeness and entrepreneurship as key factors underlying economies development. Author and co-author of books and articles on venture capital, innovativeness and entrepreneurship.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Prawa, Administracji i Ekonomii
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2/234, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: mczyzewska@up.krakow.pl

Arkadiusz Lewicki, dr inż., doktor nauk technicznych w dziedzinie informatyki, zastępca kierownika Katedry Zastosowań Systemów Informatycznych Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie. Jego badania dotyczą przede wszystkim inteligencji roju, sieci neuronowych i strategii ewolucyjnych. Obecnie prowadzi również badania w obszarze zastosowania metaheurystyk dla metod optymalizacji problemów natury kombinatorycznej.

Arkadiusz Lewicki, Ph.D. in technical sciences in the field of computer science, Deputy Head of the Chair of Information Systems Applications in Department of Applied Informatics at the University of Information Technology and Management in Rzeszow. His research focuses mainly on swarm intelligence, neural networks and evolutionary computation. Current research interests of dr. Lewicki include also metaheuristics and local search methods for combinatorial optimization and parallel and distributed computing.

Adres/address:

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie
Wydział Informatyki Stosowanej
Katedra Zastosowań Systemów Informatycznych
ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów
e-mail: alewicki@wsiz.rzeszow.pl

MACIEJ SMĘTKOWSKI

Uniwersytet Warszawski, Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych (EUROREG), Polska
University of Warsaw, Centre for European Regional and Local Studies (EUROREG), Poland

DOROTA CELIŃSKA-JANOWICZ

Uniwersytet Warszawski, Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych (EUROREG), Polska
University of Warsaw, Centre for European Regional and Local Studies (EUROREG), Poland

Wybrane przestrzenne aspekty restrukturyzacji przemysłu w Europie Środkowo-Wschodniej przed kryzysem gospodarczym 2008 roku

Selected Spatial Aspects of Industrial Restructuring in Central and Eastern European Countries in the Period before the 2008 Economic Crisis

Streszczenie: Artykuł ma na celu ocenę wybranych przestrzennych aspektów restrukturyzacji przemysłu w krajach Europy Środkowo-Wschodniej (EŚW) w okresie poprzedzającym kryzys gospodarczy w 2008 roku. Badania objęły zarówno porównawczą analizę procesów dezindustrializacji na poziomie krajowym, jak i zmiany znaczenia sektora przemysłowego w podregionach NUTS3 krajów EŚW. W szczególności zidentyfikowano te regiony, które z jednej strony odniosły sukces gospodarczy mierzony dynamiką wzrostu PKB w porównaniu do średniej krajowej, a z drugiej – odnotowały wzrost znaczenia przemysłu w strukturze wartości dodanej brutto. Trzy z nich objęte zostały pogłębionymi badaniami jakościowymi w ramach studiów przypadku, które miały na celu wskazanie czynników rozwoju, w tym roli instytucji i interwencji zewnętrznej w procesach restrukturyzacji gospodarczej. Badania pokazały, że skala sukcesu regionów, które przeszły udaną restrukturyzację przemysłu, była relatywnie niewielka. W procesach rozwoju tych regionów decydującą rolę odegrały czynniki egzogeniczne, w tym zwłaszcza napływ kapitału zagranicznego. Z kolei znaczenie czynników endogenicznych, takich jak wzrost innowacyjności przedsiębiorstw czy też rozwój małych i średnich firm, było w badanym okresie stosunkowo niewielkie. Istotną okazała się natomiast rozwinięta współpraca między głównymi interesariuszami rozwoju regionalnego i lokalnego, skutkująca właściwie sformułowanymi strategiami rozwoju układów terytorialnych objętych badaniami.

Abstract: The aim of the article is to assess selected spatial aspects of industrial restructuring in the Central and Eastern Europe (CEE) countries in the run-up to the 2008 economic crisis. The study includes both a comparative analysis of deindustrialisation processes at the national level as well as changes in the importance of the industrial sector in the NUTS3 regions of the CEE countries. In particular, the analysis enabled to identify regions that, on the one hand, achieved economic success measured by GDP growth in comparison to the national average, and on the other hand regions that noted an increase in the importance of industry in the gross value added structure. In three selected regions an in-depth qualitative research was conducted, aimed at identifying development factors, including the role of institutions and external intervention in the economic restructuring processes. The study shows that the scale of success of regions that underwent a successful restructuring of industry was relatively small. In the development processes of the regions exogenous factors played a decisive role, in particular the inflow of foreign capital. In turn, the importance of endogenous factors, such as the growth of innovativeness of enterprises or the development of small and medium-sized

enterprises was relatively small. What was identified as a particularly important factor was cooperation between the main stakeholders of the regional and local development, resulting in properly formulated strategies of the territorial structures' development.

Słowa kluczowe: kraje Europy Środkowo-Wschodniej; restrukturyzacja przemysłu; rozwój regionalny

Keywords: Central and Eastern European Countries; industrial restructuring; regional development

Otrzymano: 1 grudnia 2017

Received: 1 December 2017

Zaakceptowano: 15 maja 2018

Accepted: 15 May 2018

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Smętkowski, M., Celińska-Janowicz, D. (2018). Wybrane przestrzenne aspekty restrukturyzacji przemysłu w Europie Środkowo-Wschodniej przed kryzysem gospodarczym 2008 roku. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 38–58. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.3>

WSTĘP

Jednym z kluczowych elementów transformacji systemowej krajów postsocjalistycznych była restrukturyzacja gospodarcza (Kukliński, Jałowiecki, 1991). Zastąpienie centralnego planowania zasadami wolnego rynku, których niezbywalnym elementem jest konkurencja, a o sukcesie działalności gospodarczej decyduje popyt na oferowane wyroby i usługi, wymusiło podniesienie racjonalności gospodarowania. Oznaczało to m.in. ograniczenie zasobochłonności gospodarki, co dotknęło zwłaszcza sektor przemysłowy, prowadząc do upadku wielu zakładów i ograniczenia znaczenia wybranych tradycyjnych branż.

Procesy restrukturyzacji krajów postsocjalistycznych zbiegły się w czasie z przekształceniami strukturalnymi obserwowanymi w skali globalnej (np. McMillan, Rodrik, 2011). Te ostatnie w uproszczeniu polegały na spadku roli przemysłu w gospodarkach krajów wysoko rozwiniętych na rzecz usług, przy jednoczesnym przenoszeniu znacznej części działalności przemysłowej za granicę do krajów słabiej rozwiniętych. W ciągu ostatniego ćwierćwiecza spadek znaczenia przemysłu w krajach Unii Europejskiej dotyczył przede wszystkim zatrudnienia, co związane było m.in. z postępującą mechanizacją i automatyzacją produkcji. Procesom tym nie zawsze towarzyszył analogiczny spadek roli sektora w zakresie wartości dodanej brutto, a w niektórych regionach krajów Europy Zachodniej poziom uprzemysłowienia gospodarki mierzony udziałem w tworzeniu wartości dodanej brutto wręcz wzrastał, przede wszystkim w branżach wiedzyochłonnych, o wyższej wartości dodanej. Na tym tle kraje Europy Środkowo-Wschodniej prezentowały raczej niski potencjał przemysłowy, przy czym koncentrował się on przede wszystkim w branżach pracochłonnych (Rachwał, Wiedermann, Kilar, 2009).

Restrukturyzacja w krajach postsocjalistycznych objęła przede wszystkim duże państwowe zakłady przemysłowe, które były dominującą formą działalności gospodarczej w socjalistycznej gospodarce centralnie planowanej. Proces ten, poza likwidacją części dużych przedsiębiorstw państwowych, polegał także na przekształceniach własnościowych, które zazwyczaj przyjmowały formę prywatyzacji. Ponadto, borykające się z problemami natury makroekonomicznej państwa z reguły przestawały prowadzić aktywną politykę przemysłową. Należy jednak podkreślić, że różne formy pomocy publicznej dla nierentownych przedsiębiorstw były popularne aż do momentu wejścia tych krajów do Unii Europejskiej. Wówczas to interwencje tego typu zaczęły podlegać

ograniczeniom polityki konkurencyjności UE, zakładającym warunkowość pomocy publicznej w połączeniu z jej ograniczeniem czasowym (zob. np. Wishlade, 2003), co miało wymuszać korzystne procesy restrukturyzacyjne (Wieloński, Bazydło, 2002; Rachwał, 2015).

Wpływ władz publicznych na procesy restrukturyzacyjne wiąże się z istotnym aspektem definicyjnym restrukturyzacji, a mianowicie z jej celowym charakterem (Tkocz, 2001). O ile bowiem na poziomie poszczególnych przedsiębiorstw działania restrukturyzacyjne mają co do zasady charakter celowy i zaplanowany, o tyle nie wszystkie procesy restrukturyzacyjne widoczne w skali regionalnej lub krajowej wynikają z intencjonalnych działań władz publicznych działających na tych szczeblach (Radło, Spałek, 2017). Dodatkowo wpływ na przebieg i tempo procesów restrukturyzacji przemysłu ma nie tylko określona polityka władz dotycząca tego sektora, ale także działania podejmowane w innych obszarach, zmieniające warunki, w jakich przemysł (i cała gospodarka) funkcjonuje (Zioło, 2010). Ponadto, w coraz bardziej zglobalizowanym świecie procesy te pozostają pod wpływem impulsów o charakterze zewnętrznym, takich jak: inwestycje zagraniczne (Domański, 2003; Radosevic, Rozeik, 2005; Poniatowska-Jaksch, 2006), kryzys gospodarczy (Haugh, Mourougane, Chatal, 2010; Rachwał, 2011c) czy zmiany czynników lokalizacji działalności przemysłowej (Kostrubiec, 2006; Olsen, 2006; Gierańczyk, 2008).

Restrukturyzacja przemysłu jako zagadnienie badawcze może być analizowana w trzech ujęciach: na poziomie poszczególnych przedsiębiorstw (poziom mikro), całej gospodarki (poziom makro) oraz w ujęciu sektorowym i regionalnym (poziom mezo) (Mikołajewicz, 1995; Rachwał, 2010; Rachwał, 2011a; Gierańczyk, Rachwał, 2012). Przekształcenia w skali makro i mezo są wypadkową zmian w funkcjonowaniu przedsiębiorstw przemysłowych i mają swój określony wymiar i wyraz przestrzenny (Stryjakiewicz, 1999; Zioło, 2008; Gierańczyk, 2014; Zioło, 2017). W tym ostatnim aspekcie szczególnie istotnym poziomem analiz jest skala regionalna, gdyż procesy restrukturyzacyjne w gospodarce, w tym w przemyśle, mogą przyczyniać się do pogłębiania różnic strukturalnych oraz w poziomie rozwoju między układami przestrzennymi (Gorzelać, 2003; Smętkowski, 2008; Ulbrych, 2014; Domański, 2015).

Artykuł ma na celu ocenę wybranych przestrzennych aspektów restrukturyzacji przemysłu w krajach Europy Środkowo-Wschodniej (EŚW)¹ w latach 2002–2008, czyli przed światowym kryzysem gospodarczym. W szczególności zamierzeniem artykułu jest identyfikacja podregionów krajów EŚW, które odniosły relatywny sukces rozwojowy przy jednoczesnym wzroście znaczenia przemysłu w strukturze gospodarczej, a także wskazanie czynników tego sukcesu na przykładzie wybranych regionów.

W badaniach wykorzystano, po pierwsze, dane Eurostatu o wielkości i dynamice produktu regionalnego brutto na poziomie podregionalnym (NUTS3) oraz o strukturze gospodarczej i jej zmianach, zarówno w ujęciu wartości dodanej brutto, jak i liczby pracujących. Wybór poziomu podregionów jako obiektu badań nie był przypadkowy i wynikał z bardzo dużych zróżnicowań wewnątrzregionalnych, co było cechą charakterystyczną regionów poziomu NUTS2 w krajach EŚW (Smętkowski i in., 2011). Po drugie, dla wybranych podregionów przeprowadzono pogłębione badania w ramach studiów przypadku, obejmujące – poza analizą danych – również badania jakościowe w formie wywiadów pogłębionych z najważniejszymi interesariuszami rozwoju regionalnego i lokalnego.

¹ Badaniami objęto 10 postsocjalistycznych krajów makroregionu, które wstąpiły do Unii Europejskiej w 2004 roku (z wyjątkiem Chorwacji).

W pierwszej części artykułu przedstawiono krajowy kontekst procesów restrukturyzacji przemysłu w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. W kolejnej części pokazano regionalny wymiar restrukturyzacji przemysłu, koncentrując się na typologii podregionów nowych krajów członkowskich UE pod względem dynamiki wzrostu gospodarczego oraz zmiany udziału sektora przemysłowego w strukturze gospodarczej. Na tej podstawie podjęto próbę uproszczonej charakterystyki przypadków skrajnych dla poszczególnych krajów, koncentrując się na regionach rozwijających się w tempie szybszym od średniej krajowej, przy jednoczesnym wzroście znaczenia przemysłu. Spośród nich wybrano trzy podregiony, które objęto pogłębionymi badaniami, aby określić czynniki ich rozwoju, w tym rolę polityki intra- i interregionalnej (np. Gilowska, Gorzelak, Jałowiecki, Sobczak, 1998) w zachodzących procesach rozwojowych.

ZMIANY STRUKTURALNE GOSPODAREK KRAJOWYCH

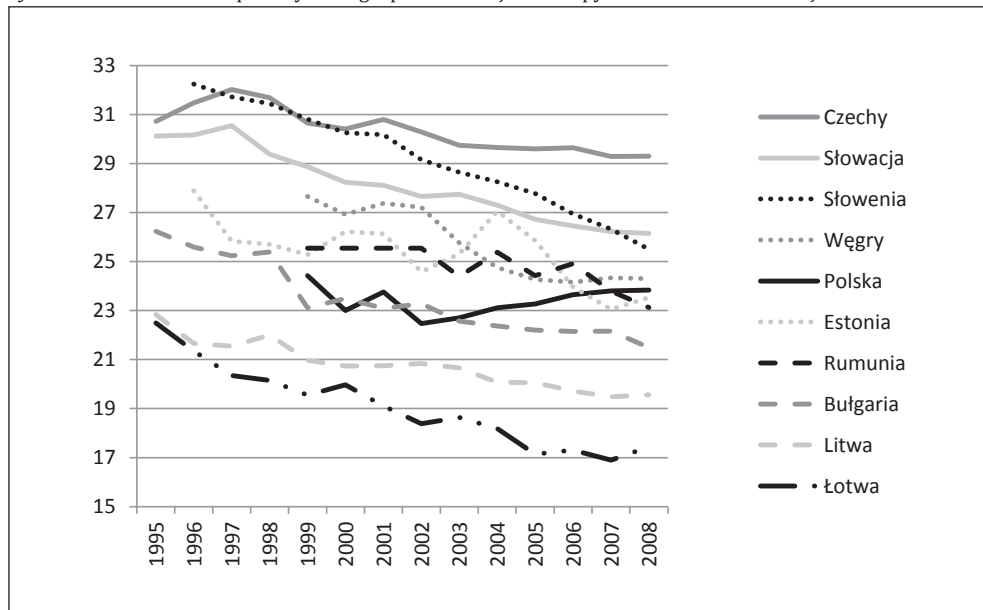
Jednym z efektów restrukturyzacji gospodarczej była gwałtowna dezindustrializacja gospodarek krajów Europy Środkowo-Wschodniej (EŚW), dopasowująca je do postfordowskiego paradygmatu rozwoju (Gorzelak, 1995). Przejawiało się to zwłaszcza drastyczną redukcją zatrudnienia w przemyśle, ale przy zachowaniu relatywnie stabilnego udziału tego sektora w wartości dodanej brutto, co przekładało się na znaczący wzrost wydajności pracy (Rachwał, 2011b). Po 1995 roku (dla pierwszego okresu transformacji z reguły brak porównywalnych danych) w większości krajów nastąpił spadek udziału pracujących w przemyśle (ryc. 1a). Trajektoria zmian była przy tym dość zróżnicowana, choć tempo spadku znaczenia tego sektora w rynku pracy było względnie stałe. W największym stopniu dotyczyło to Słowenii, która jeszcze w połowie lat dziewięćdziesiątych miała największy ze wszystkich krajów odsetek pracujących w przemyśle, jak również Słowacji, Bułgarii, Litwy i Łotwy, a także Węgier. W efekcie na pozycję lidera wysunęły się Czechy, w których obserwowano okresowe wzrosty udziału pracujących w sektorze przemysłowym, a po 2003 roku udział ten był dość stabilny, na poziomie 29%. W Rumunii z kolei znaczący spadek udziału pracujących w przemyśle dał się zaobserwować dopiero po 2006 roku, zaś w Estonii po 2004 roku. W pewnej mierze wyjątkowa była sytuacja Polski, która po 2002 roku odnotowywała niewielki, ale stały wzrost udziału pracujących w sektorze przemysłowym.

Trajektoria zmian udziału przemysłu w wartości dodanej brutto (WDB) była bardziej zróżnicowana (ryc. 1b). Dość znaczny spadek znaczenia przemysłu w tym ujęciu dotknął zwłaszcza Łotwę i Rumunię, ale proces ten uwidocznił się także w Słowenii i Estonii. W Czechach i Bułgarii sytuacja była natomiast stosunkowo stabilna. Na Litwie i Węgrzech następowały z kolei wyraźne zmiany trendu: w pierwszym przypadku wyrażone wyraźnym spadkiem po 2004 roku, podczas gdy w drugim przypadku spadek znaczenia przemysłu został zahamowany w 2004 roku. Podobna sytuacja miała miejsce na Słowacji i w Polsce, w których po 2002 roku odnotowano wyraźny wzrost udziału przemysłu w WDB.

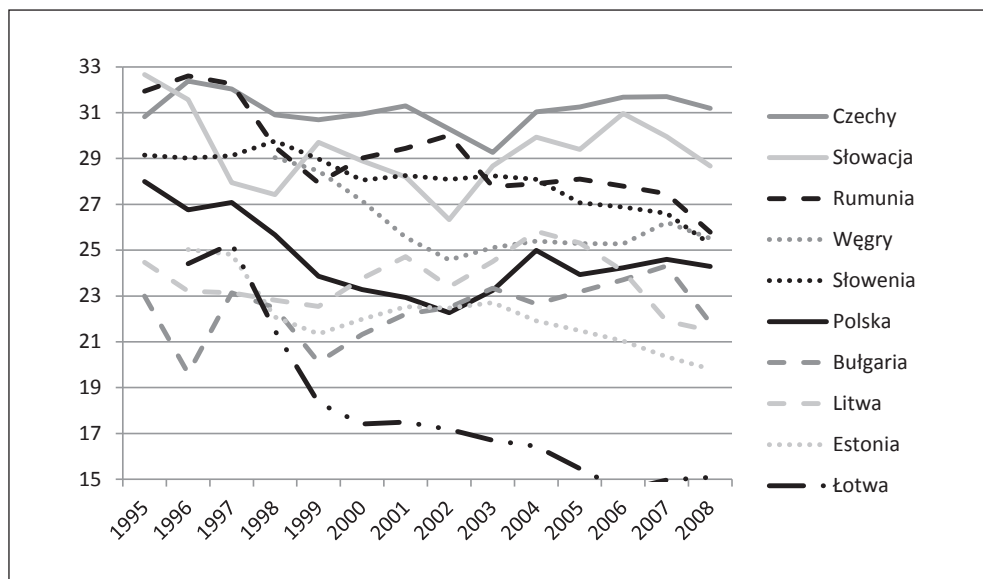
Wydajność pracy w przemyśle w porównaniu z przeciętną wydajnością gospodarek krajowych była dość zróżnicowana. W przypadku Łotwy i Estonii była wyraźnie niższa, a na Łotwie obserwowany był ponadto jej bardzo silny spadek w latach 1997–2000. Najwyższa wydajność pracy w przemyśle, w porównaniu ze średnią krajową, cechowała Rumunię i Litwę, przy dość stabilnej sytuacji w pierwszym przypadku i dużych

wahaniach w drugim. Do grupy krajów o wydajności pracy w przemyśle znacznie poniżej średniej krajowej dołączyła po 2002 roku także Słowacja. W pozostałych krajach EŚW widoczny był natomiast szybszy wzrost wydajności pracy w przemyśle w porównaniu z rozpatrywanymi łącznie pozostałymi sektorami, który jednak po 2007 roku uległ pewnemu zahamowaniu w związku z kryzysem gospodarczym.

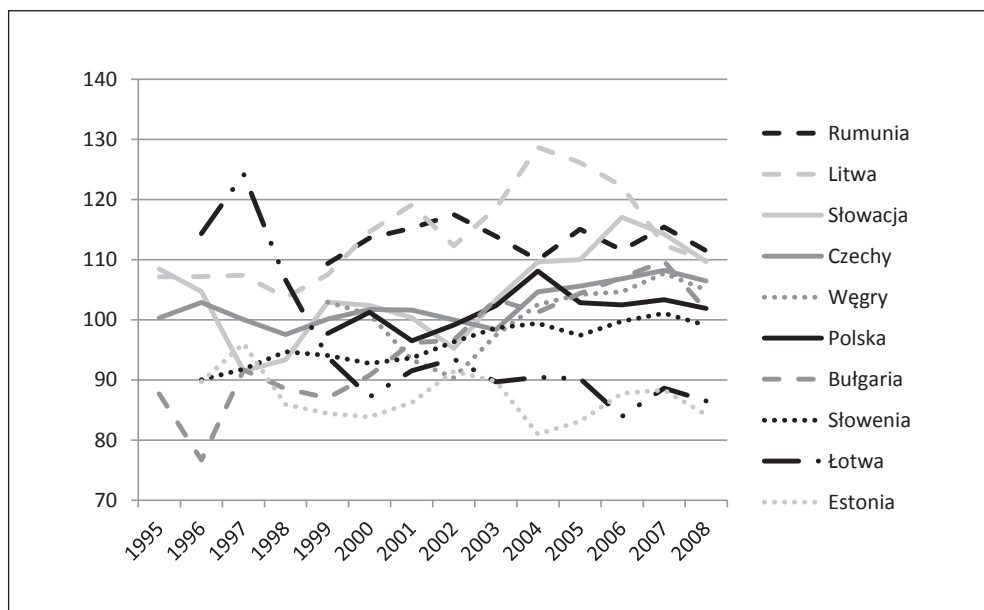
Ryc. 1. Zmiana znaczenia przemysłu w gospodarce krajów Europy Środkowo-Wschodniej



Zmiana udziału pracujących w przemyśle (%)



Zmiana udziału przemysłu w wartości dodanej brutto (%)



Zmiana produktywności (średnia krajowa = 100)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu (2017)

RESTRUKTURYZACJA REGIONALNA

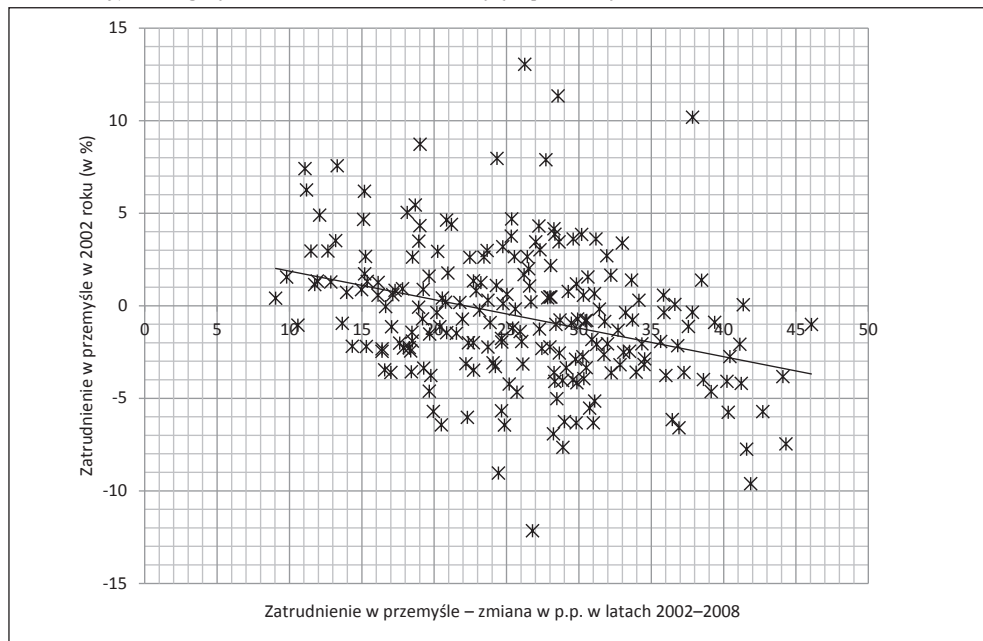
Po 2002 roku² w większości regionów badanych krajów następował wyraźny spadek znaczenia przemysłu w gospodarce, widoczny zwłaszcza w obszarze zatrudnienia, jak również wartości dodanej brutto. Spadek ten był z reguły tym większy, im wyższy był udział przemysłu w gospodarce danego regionu (ryc. 2). Obserwowane korelacje nie były jednak wysokie ($r = -0,30$ ($p < 0,01$) w przypadku liczby pracujących i $r = -0,15$ ($p < 0,01$) w przypadku WDB), co oznacza, że istniało wiele regionów wyłamujących się z tej zależności. Nie zaobserwowano natomiast statystycznej zależności między zmianą roli przemysłu w gospodarce regionu a dynamiką jego tempa rozwoju w porównaniu ze średnią krajową.

Należy jednocześnie zauważyć, że zarówno w ramach całego makroregionu EŚW, jak i w poszczególnych krajach istniało bardzo duże zróżnicowanie pod względem znaczenia przemysłu w gospodarce (ryc. 3). W szerokim ujęciu, znacznie lepiej uprzemysłowione były regiony położone w zachodnich częściach poszczególnych krajów. Można zakładać, że jest to rezultatem wielu zjawisk, z których część jest silnie zakorzeniona w procesach długiego trwania (Braudel, 1970). Należą do nich m.in.:

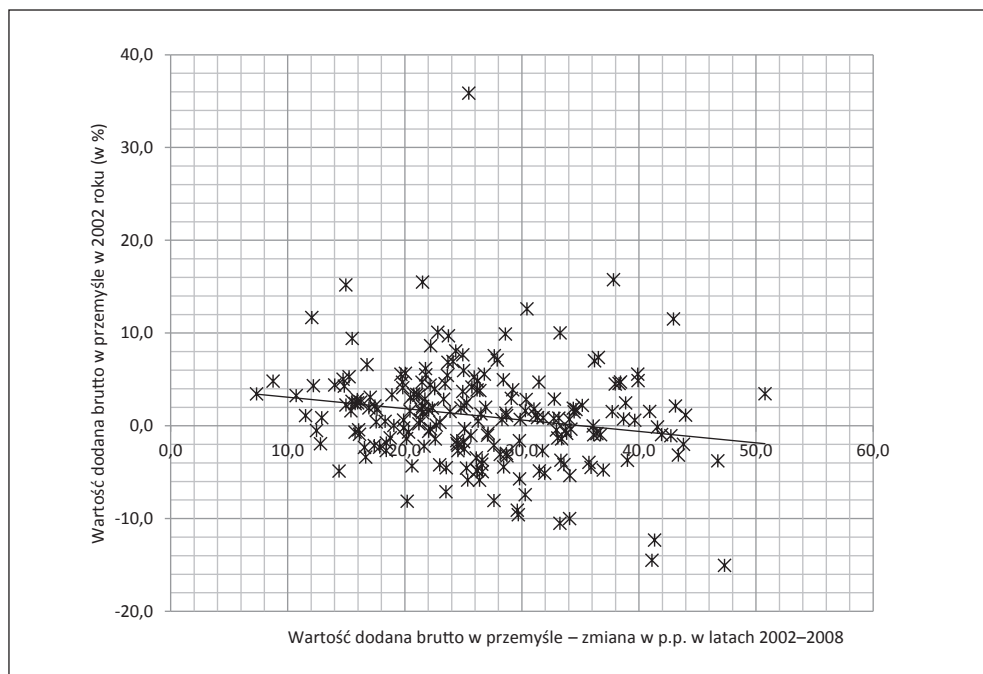
- lepsza dostępność przestrzenna względem głównych rynków zbytu (głównym partnerem handlowym państw makroregionu są kraje EU15, a zwłaszcza Niemcy),
- lepsza dostępność przestrzenna dla inwestorów zagranicznych, w tym zwłaszcza z krajów sąsiadujących,

² Dla wcześniejszego okresu wiarygodność i porównywalność danych regionalnych w ujęciu międzykrajowym jest znacznie niższa, podobnie jak ich dostępność.

Ryc. 2. Zmiana znaczenia przemysłu w gospodarce regionalnej w latach 2002–2008 (NUTS3) (oś pozioma) na tle stanu wyjściowego (udziału sektora w 2002 roku) (oś pionowa)



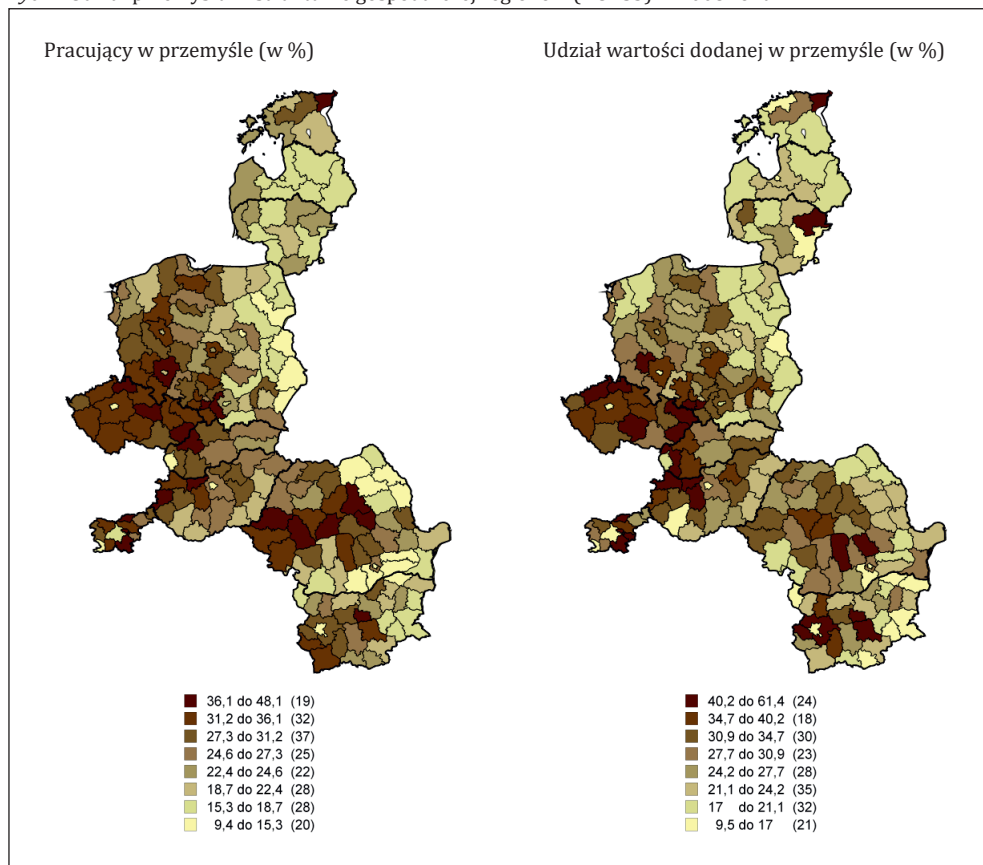
Pracujący



Wartość dodana brutto

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu (2017)

Ryc. 3. Udział przemysłu w strukturze gospodarczej regionów (NUTS3) w 2008 roku

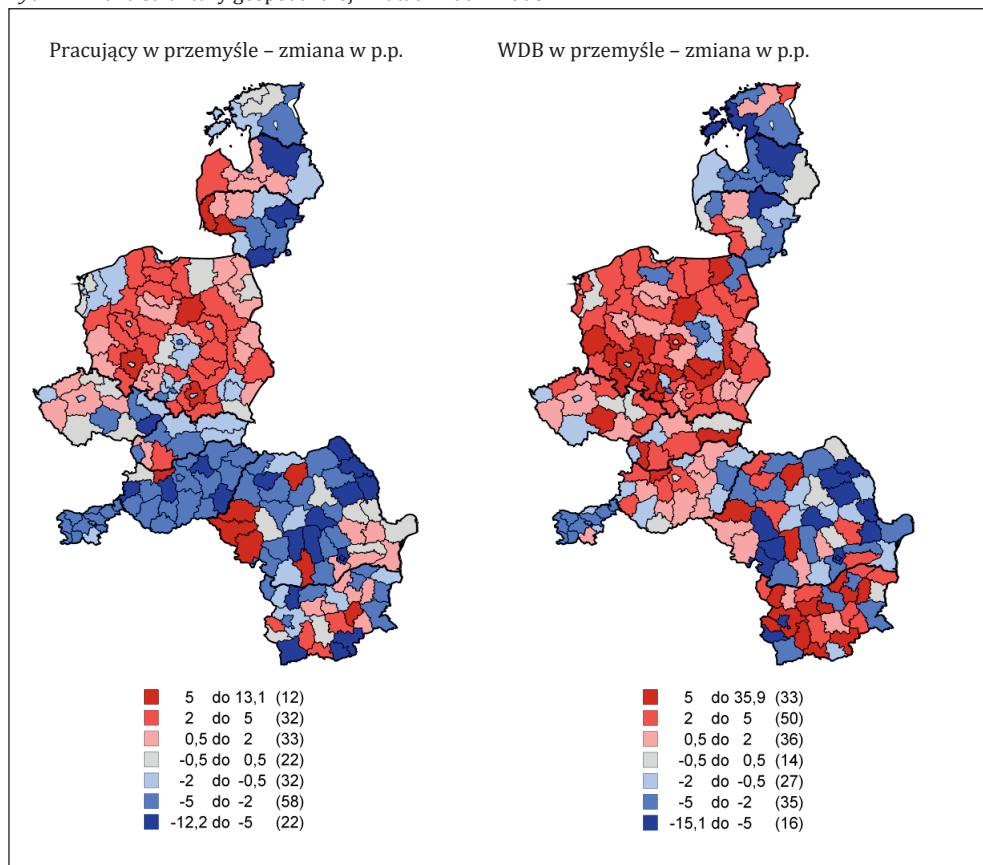


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu (2017)

- istniejące tradycje przemysłowe ukształtowane w procesie przed- i powojennej industrializacji,
- dyfuzja innowacji z zachodu na wschód, wyrażająca się lepszym rozwojem sieci miejskiej w zachodnich częściach krajów, co mogło również sprzyjać rozwojowi bardziej nowoczesnych gałęzi przetwórstwa.

W ujęciu dynamicznym wzrost znaczenia przemysłu w zatrudnieniu w największym stopniu był widoczny w Polsce, za wyjątkiem podregionów należących do województw: śląskiego, łódzkiego, zachodniopomorskiego oraz podkarpackiego (ryc. 4a). Wzrost – choć dość niewielki – był też widoczny w części regionów czeskich, podczas gdy w równie silnie uprzemysłowionej Słowenii następował spadek znaczenia tego sektora w prawie wszystkich regionach. Zwiększenie znaczenia przemysłu można było zaobserwować również w zachodnich regionach Litwy i Łotwy (zwłaszcza nadmorskich) oraz w Rumunii, w tym zwłaszcza przy granicy z Węgrami i Serbią. Pod względem WDB (ryc. 4b), w stosunku do powyższych obserwacji, należy zauważyć wzrost znaczenia przemysłu w większości regionów czeskich, słowackich i węgierskich (z niewielkimi wyjątkami), a także w znacznej części Bułgarii.

Ryc. 4. Zmiana struktury gospodarczej w latach 2002–2008

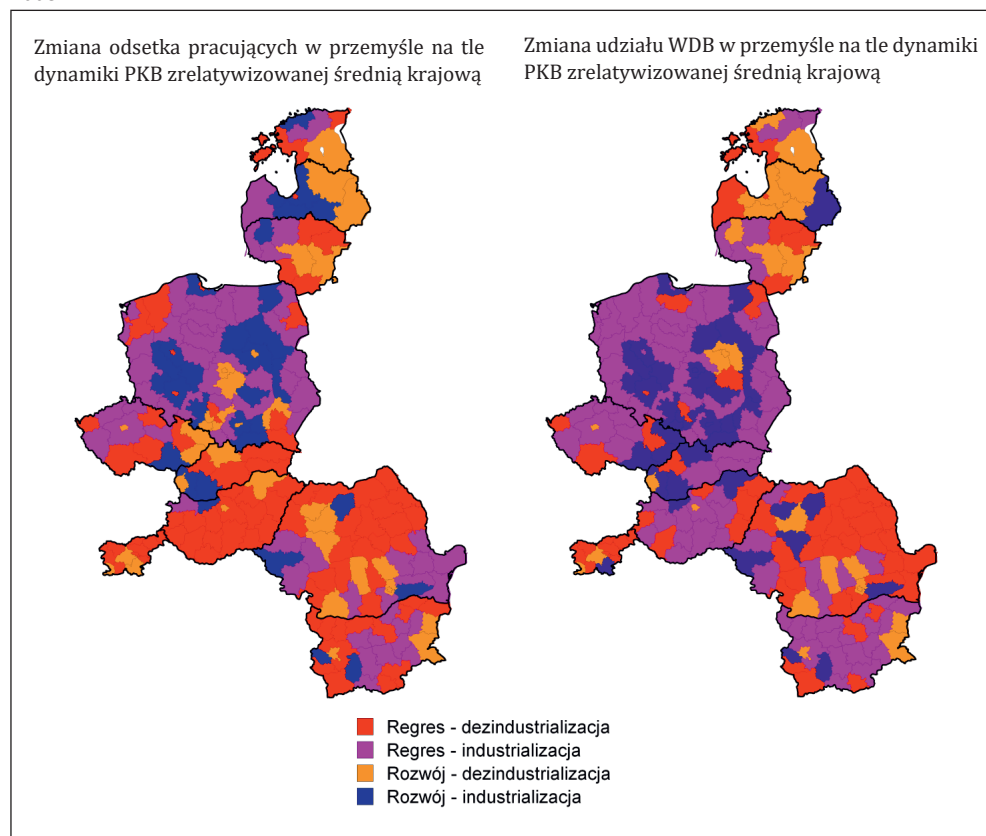


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu (2017)

Analiza zmian udziału przemysłu w gospodarce i rynku pracy w stosunku do relatywnej zmiany pozycji danego regionu wobec średniej krajowej pozwala wyróżnić cztery sytuacje modelowe: a) poprawa pozycji regionu („rozwój”) i proces reindustrializacji b) poprawa pozycji regionu („rozwój”) i proces dezindustrializacji c) pogorszenie pozycji regionu („regres”) i proces reindustrializacji oraz d) pogorszenie pozycji regionu („regres”) i proces dezindustrializacji (ryc. 5).

Pierwsza sytuacja, zwłaszcza w odniesieniu do WDB, była charakterystyczna przede wszystkim dla otoczenia sześciu ośrodków metropolitalnych w Polsce (Warszawy, Poznania, Trójmiasta, Wrocławia, Łodzi, Krakowa) oraz konurbacji górnośląskiej, a także wybranych regionów wydobywania i przetwórstwa surowców (np. legnicki, płocki czy bełchatowski). Do pewnego stopnia było to też widoczne w Rumunii w otoczeniu Bukaresztu, Klużu i Timiszoary, a także na Słowacji w otoczeniu Bratysławy, zaś w Bułgarii w niektórych regionach sąsiadujących z Sofią. W Czechach z kolei proces ten można było obserwować na Morawach (np. w starym okręgu przemysłowym w kraju morawsko-śląskim), a na Węgrzech w podregionie Komarom-Esztergom, sąsiadującym z Budapesztem, oraz w podregionie Miskolca, który również stanowi przykład starego okręgu przemysłowego. Z kolei procesy reindustrializacji w zakresie WDB, ale przy

Ryc. 5. Zmiana znaczenia przemysłu w strukturze gospodarczej na tle dynamiki rozwojowej w latach 2002–2008



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu (2017)

relatywnym pogorszeniu sytuacji regionu w stosunku do średniej krajowej, były charakterystyczne dla wielu regionów Polski, Czech, Słowacji, Węgier oraz Bułgarii.

Poprawa pozycji krajowej regionu przy zachodzącej jednocześnie dezindustrializacji była natomiast charakterystyczna prawie wyłącznie dla regionów NUTS3 dużych miast, które zajmowały ważne miejsce w krajowych systemach osadniczych. Znacznie częstsza była zaś sytuacja, w której procesy restrukturyzacji przemysłowej były nieukończone, a pozycja regionów w stosunku do średniej krajowej ulegała pogorszeniu. Sytuacja ta była charakterystyczna dla Rumunii i w mniejszym stopniu Bułgarii, a zatem dla państw, w których procesy transformacji i restrukturyzacji były w porównaniu do innych krajów opóźnione. Co interesujące, podobna sytuacja dotyczyła również Słowenii, w której – według niektórych autorów (np. Jaklič, Svetličič, 2003) – także widoczne było opóźnienie procesów restrukturyzacji przemysłu. Zmniejszanie roli przemysłu w WDB przy niskiej dynamice PKB było charakterystyczne tylko dla nielicznych regionów położonych w krajach wyszehradzkich. Natomiast w ujęciu liczby pracujących ten typ był reprezentowany przez większość regionów Węgier i Słowacji. Z kolei w krajach bałtyckich sytuacja pod względem rozmieszczenia poszczególnych typów regionów była relatywnie najbardziej mozaikowa.

Tab. 1. Wybrane przypadki skrajne pod względem dynamiki rozwoju i procesów reindustrializacji w poszczególnych krajach (w latach 2002–2008)

Kraj	Region	Zmiana PKB per capita względem średniej krajowej (w p.p.)	Udział przemysłu w 2002 roku		Zmiana udziału przemysłu w latach 2002–2008 (w p.p.)		Typ regionu
			pracujący	wartość dodana brutto	pracujący	wartość dodana brutto	
Estonia	Północna Estonia	2,9	20,8	17,8	0,2	–2,3	region dużego miasta
Czechy	Kraj południowo-morawski	2,5	28,0	28,7	0,5	1,1	region dużego miasta
Rumunia	Timisoara	13,1	27,7	31,3	7,9	0,9	region dużego miasta
Łotwa	Pieriga	11,8	16,1	26,2	0,6	–4,8	obszar metropolitalny
Bułgaria	Pernik	30,3	27,3	25,5	3,0	35,9	makroregion metropolitalny
Słowacja	Kraj trnawski	14,9	30,3	36,5	0,6	7,4	makroregion metropolitalny
Węgry	Komárom-Esztergom	13,5	37,8	42,9	10,2	11,5	region metropolitalny/ stary okręg przemysłowy
Łotwa	Semigalia	3,9	16,1	26,2	1,3	–4,8	makroregion metropolitalny
Słowenia	Słowenia Północno-Wschodnia	0,4	37,6	40,9	–1,1	1,6	makroregion metropolitalny
Czechy	Kraj morawsko-śląski	6,9	35,6	38,4	–1,9	4,7	stary okręg przemysłowy
Węgry	Borsod-Abaúj-Zemplén	0,8	29,1	32,7	–3,4	0,8	stary okręg przemysłowy
Litwa	Okręg telszański	0,5	23,2	36,9	1,2	–4,7	surowcowy
Polska	Legnicko-głogowski	31,2	30,2	37,8	3,8	15,8	surowcowy
Polska	Ciechanowsko-płocki	16,5	15,2	23,7	6,2	9,7	surowcowy
Słowacja	Kraj żyliński	5,4	30,4	29,8	–0,8	0,7	inny
Bułgaria	Pazardżik	2,5	25,5	21,5	2,7	15,5	inny
Rumunia	Alba	9,6	34,3	32,8	–2,1	2,9	inny

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostatu (2017)

Na podstawie przedstawionej typologii można wskazać regiony, które mogą być interesującymi przykładami udanej restrukturyzacji przemysłu, tzn. takie, w których rosło znaczenie przemysłu w gospodarce, przy jednoczesnym wzroście wydajności pracy i poprawie ich pozycji pod względem PKB per capita względem średniej krajowej. Analiza kontekstowa obserwacji skrajnych w obrębie poszczególnych krajów w zestawieniu z wcześniejszymi mapami pozwala przedstawić pewne uproszczone generalizacje (tab. 1).

Po pierwsze, proces reindustrializacji był charakterystyczny dla bezpośredniego otoczenia dużych miast, zarówno tego bliższego, czyli wchodzącego w skład ich obszarów metropolitalnych, jak i dalszego, zawierającego się w ramach makroregionów metropolitalnych. W regionach dużych miast proces ten zachodził z reguły tylko w specyficznym kontekście wynikającym z objęcia przez region NUTS3 zarówno miasta, jak i jego obszaru funkcjonalnego (np. Tallin, Brno czy Timiszoara). Kolejnym rodzajem regionów spełniających założone warunki były wybrane regiony wydobywania lub przetwórstwa surowców (np. plocki i legnicki w Polsce oraz Telsze na Litwie). Ponadto, w skład tej grupy weszły również wybrane stare okręgi przemysłowe, takie jak region Ostrawy czy Miskolca, które przynajmniej w pewnym stopniu poradziły sobie z restrukturyzacją przemysłu. Natomiast pozostałe regiony, niesklasyfikowane we wspomnianych typach, charakteryzowały się z reguły stosunkowo dobrą dostępnością transportową, wyrażającą się położeniem w korytarzach głównych dróg, w tym autostrad.

Z tej grupy do pogłębionych badań w ramach studiów przypadku wybrano trzy regiony, które należały do różnych typów, czyli Komárom-Esztergom na Węgrzech (największe miasto Tatabánya), kraj morawsko-śląski w Czechach (największe miasto Ostrawa) oraz region Alba w Rumunii (największe miasto Alba Iulia). Przeprowadzono w nich zarówno dodatkowe badania ilościowe, jak i jakościowe, polegające na zebraniu wywiadów pogłębionych z interesariuszami rozwoju regionalnego³.

RESTRUKTURYZACJA REGIONALNA – STUDIA PRZYPADKU

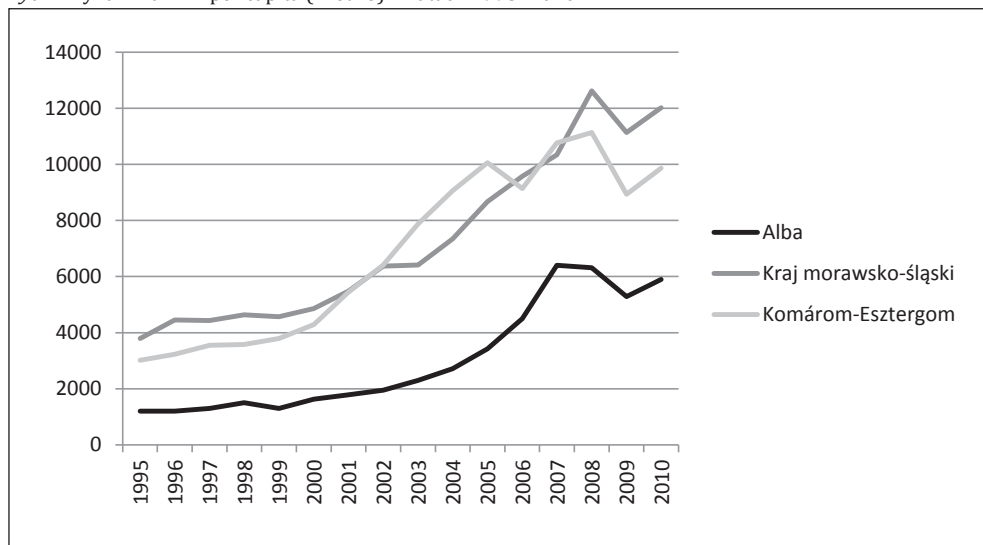
Wybrane do badań regiony administracyjne były zamieszkane przez odpowiednio: 311 tys. osób (okręg Komárom-Esztergom, największe miasto Tatabánya 72 tys.), 371 tys. (okręg Alba, największe miasto Alba Iulia 66 tys.) oraz 1 mln 243 tys. (kraj morawsko-śląski, największe miasto Ostrawa 310 tys.). Pierwszy z nich reprezentował typ starego regionu przemysłowego położonego w regionie metropolitalnym Budapesztu, którego restrukturyzacja na skutek wyczerpania złóż węgla rozpoczęła się jeszcze w latach osiemdziesiątych. Drugi z nich był regionem położonym w centralnej części Rumunii, graniczącym z najważniejszym ośrodkiem miejskim tego makroregionu, czyli Klużem. Trzeci region stanowił klasyczny przykład starego okręgu przemysłowego, którego restrukturyzacja rozpoczęła się wraz z procesami transformacji w latach dziewięćdziesiątych.

Trajektoria rozwojowa i restrukturyzacja

Pod względem poziomu rozwoju, wyrażonego w PKB na 1 mieszkańca w euro, najsłabiej rozwinięty był region rumuński – dochód per capita prawie dwukrotnie niższy niż regionów czeskiego i węgierskiego (ryc. 6). Natomiast w latach 1995–2010 ścieżka rozwojowa wszystkich trzech regionów była podobna. Do 2000 roku PKB per capita wyrażony w euro dość wolno rósł, by później – wraz z perspektywą członkostwa w UE – znacząco przyspieszyć, zwłaszcza w przypadku regionu Komárom-Esztergom; w dwóch pozostałych dynamika znacząco wzrosła dopiero po 2004 roku. Najwyższe poziomy rozwoju odnotowano na przełomie 2007 i 2008 roku, zaś w kolejnych latach,

³ Badania jakościowe przeprowadzono w dwóch turach, czyli w latach 2009–2010 (Smętkowski, 2013) oraz w latach 2012–2013: Alba Iulia (Constantin, Gosin, 2014), Komárom-Esztergom (Scott, Szalai, 2014), kraj morawsko-śląski (Blažek, Bečicová, 2014).

Ryc. 6. Dynamika PKB per capita (w euro) w latach 1995–2010



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostatu (2017)

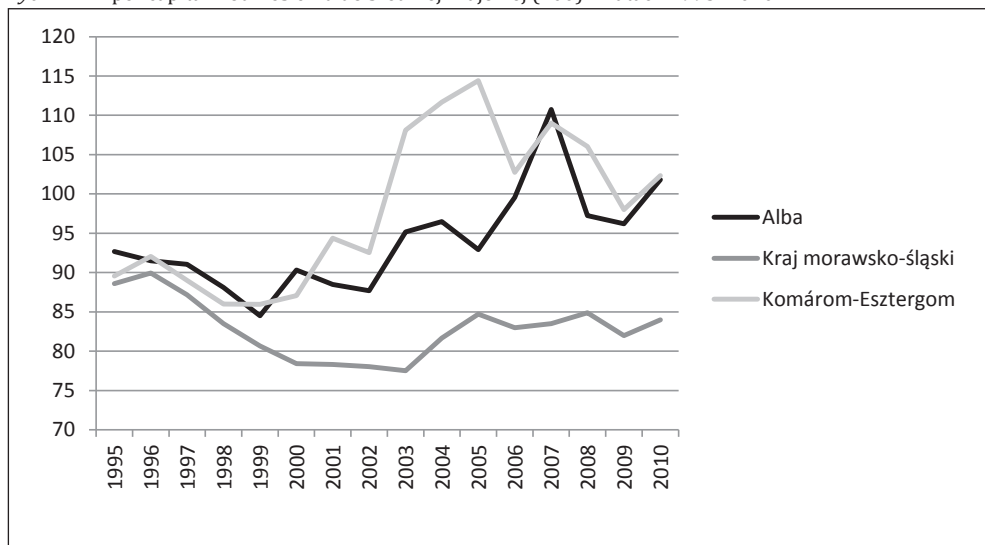
w efekcie kryzysu, nastąpił spadek PKB per capita w euro, który został trwale zahamowany w 2010 roku.

Sytuacja wyglądała inaczej w przypadku odniesienia dynamiki rozwoju tych regionów do średniej krajowej (ryc. 7). O ile bowiem w 1995 roku poziom ich rozwoju wynosił około 90% średniej danego kraju, o tyle po 1999 roku nastąpiło znaczące zróżnicowanie sytuacji. Dotyczyło to zwłaszcza wyraźnej utraty pozycji przez region Ostrawy, co zostało zahamowane dopiero na przełomie 2004 i 2005 roku, a po odbiciu PKB per capita osiągnął poziom ok. 85% średniej. Natomiast regiony Tatabanii i Alby Iulii, po spadku w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych, systematycznie poprawiały swoją pozycję względem średniej, osiągając poziom z 1995 roku odpowiednio w roku 2002 i 2003. W późniejszym okresie nastąpił ich bardzo szybki wzrost, w przypadku Komárom-Esztergom szczególnie widoczny w latach 2003–2005, a w przypadku regionu Alby w latach 2006–2007, co skutkowało przekroczeniem krajowego PKB per capita o kilkanaście p.p. Kryzys w 2008 roku doprowadził do pewnej utraty tej przewagi (w przypadku regionu węgierskiego pierwszy spadek nastąpił już w 2006 roku), ale odbicie, które miało miejsce w 2010 roku, ponownie podniosło PKB na mieszkańca powyżej średniej.

Poprawa pozycji w odniesieniu do średniej wynikała w znacznej mierze z poprawy wydajności pracy w sektorze przemysłowym (ryc. 8), co było dobrze widoczne w przypadku kraju morawsko-śląskiego oraz regionu Tatabanii. Słabiej widoczne było to zjawisko w przypadku rumuńskiej Alby, ale tu również wydajność pracy w przemyśle znacząco przekraczała średnią krajową, za wyjątkiem lat 2002–2004.

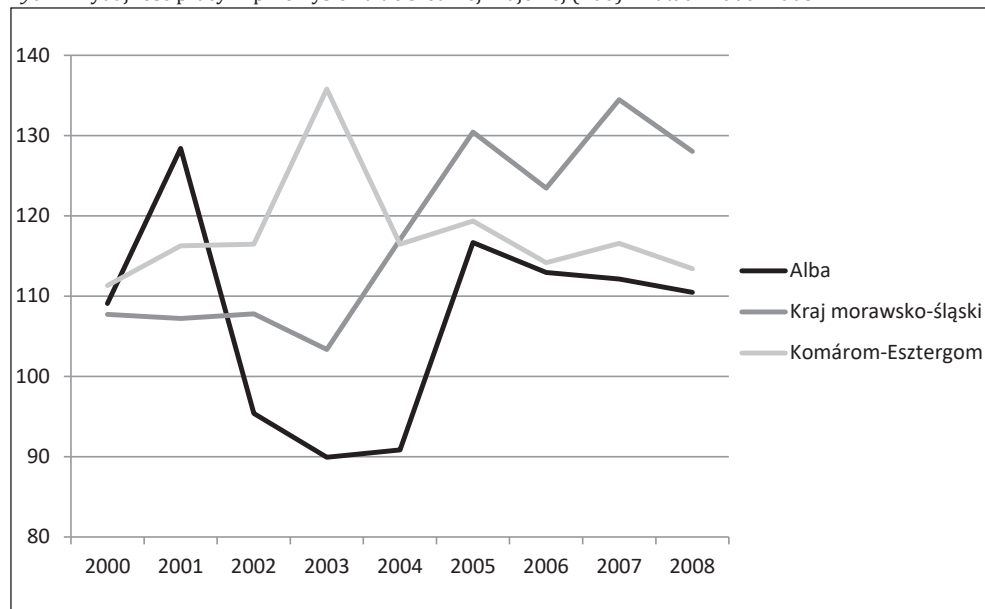
Jednocześnie w przypadku regionów Alby i Komárom-Esztergom wzrost gospodarczy zachodził w warunkach relatywnie stałej stopy bezrobocia (według BAEL), która była zbliżona do poziomu ok. 5% (ryc. 9). Może to oznaczać, że rozwój gospodarczy był w głównej mierze efektem wzrostu produktywności i przesunięć międzysektorowych do bardziej wydajnych branż gospodarki. W przypadku regionu węgierskiego należy

Ryc. 7. PKB per capita w odniesieniu do średniej krajowej (100) w latach 1995–2010



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostatu (2017)

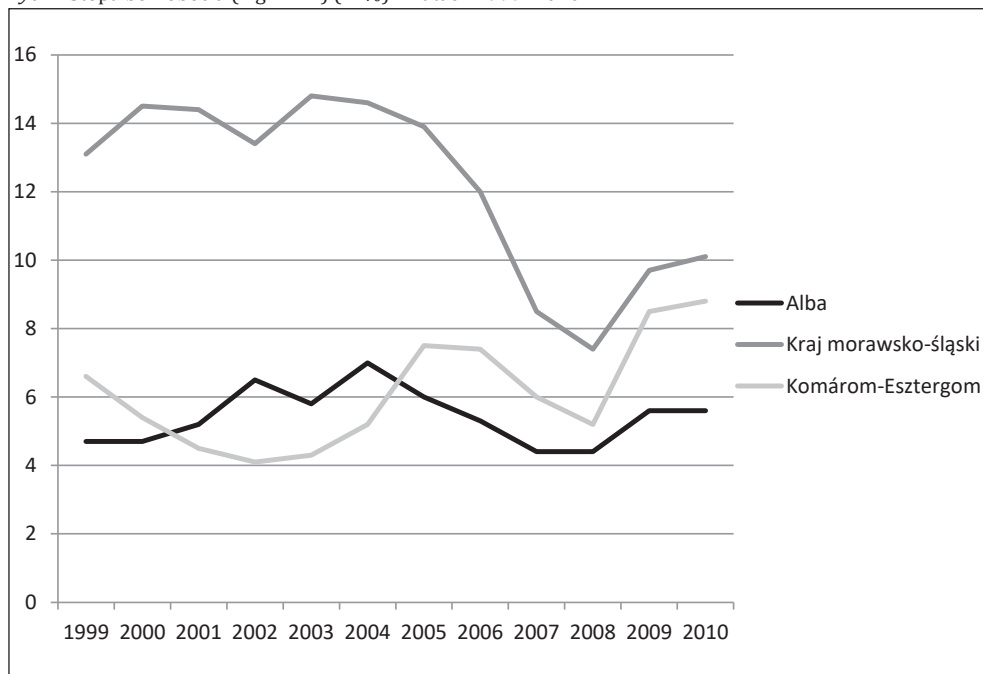
Ryc. 8. Wydajność pracy w przemyśle na tle średniej krajowej (100) w latach 2000–2008



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostatu (2017)

jednak zwrócić uwagę na wyraźny wzrost bezrobocia w efekcie kryzysu gospodarczego zapoczątkowanego w 2008 roku. Natomiast w regionie Ostrawy przyśpieszenie dynamiki gospodarczej po 2005 roku spowodowało wyraźny spadek stopy bezrobocia, który jednak – podobnie jak przypadku regionu węgierskiego – został zahamowany kryzysem gospodarczym.

Ryc. 9. Stopa bezrobocia (wg BAEL) (w %) w latach 1999–2010



Źródło: opracowanie własne na podstawie Eurostatu (2017)

Czynniki rozwojowe

Na podstawie przeprowadzonych badań jakościowych⁴ można stwierdzić, że głównym czynnikiem rozwoju badanych regionów był napływ kapitału zagranicznego, co było szczególnie dobrze jest widoczne w regionach węgierskim i czeskim oraz trochę słabiej w rumuńskim. Jednym z elementów, które przyciągały inwestorów, były zachęty w postaci parków przemysłowych oferujących uzbrojone tereny inwestycyjne i zwolnienia podatkowe (największy park przemysłowy powstał na Węgrzech przy autostradzie M1 między Budapesztem i Wiedniem w regionie Komárom-Esztergom). Ważną rolę odegrały również decyzje koncernów motoryzacyjnych – Isuzu, który zainwestował w Esztergomie, i Hyundaia, który zlokalizował się w Ostrawie. Nowe fabryki samochodów wpłynęły na lokalizację w ich sąsiedztwie licznych kooperantów, choć nierzadko łańcuch dostawców wykraczał nie tylko poza granicę regionów NUTS3, ale również granic państwowych. W Albii napływ zewnętrznych inwestycji nie był tak spektakularny i dotyczył raczej tradycyjnych branż – przemysłu lekkiego (drzewnego i tekstylnego) i maszynowego. Czynniki skłaniające inwestorów do zainwestowania kapitału w badanych regionach były dość różnorodne. W Ostrawie znaczenie miały czynniki aglomeracji, czyli łatwy dostęp do dużego rynku pracy wykwalifikowanych pracowników przemysłowych, ale również możliwości kooperacyjne i dobrze rozwinięta infrastruktura techniczna. Region Komárom-Esztergom również dysponował podobnymi zaletami,

⁴ Badania jakościowe objęły m.in. analizę dokumentów strategicznych oraz wywiady pogłębione z głównymi interesariuszami rozwoju (por. Smętkowski, 2013; Błażek, Bečicová, 2014; Constantin, Goschin, 2014; Scott, Szalai, 2014).

a co więcej jego atutem było bliskie sąsiedztwo Budapesztu i związane z nim korzyści w postaci wykwalifikowanej kadry i rynku zbytu. W przypadku Alby znaczenie miały dostępne zasoby naturalne w powiązaniu z bardzo niskimi kosztami pracy. Ten ostatni czynnik, w połączeniu z wysokimi kwalifikacjami siły roboczej, był bardzo ważnym elementem przyciągającym inwestorów zewnętrznych we wszystkich przypadkach.

O ile czynniki zewnętrzne odgrywały kluczową rolę w rozwoju badanych regionów, o tyle ich potencjał rozwoju endogenicznego był dość ograniczony. Stopień zaawansowania technologicznego przemysłu wciąż można uznać – z pewnymi wyjątkami – za średni lub niski, a wykorzystanie lokalnego potencjału badawczo-rozwojowego było niewielkie. Największy potencjał pod tym względem istniał w Ostrawie, w związku z lokalizacją w tym mieście politechniki oraz parku technologicznego. Kolejną słabą stroną był dość słabo rozwinięty sektor małych i średnich przedsiębiorstw (za wyjątkiem regionu Alba, w którym miały one znaczący udział w sukcesie rozwojowym), które z reguły nie były w stanie nawiązać współpracy z transnarodowymi kooperacjami. Także proces tworzenia klastrów napotykał na liczne bariery, ale z pewnymi wyjątkami, którym był np. rozwijający się w Ostrawie klastr motoryzacyjny i ICT.

Do stosunkowo istotnych mankamentów obserwowanego modelu rozwoju badanych regionów należy zatem stosunkowo małe zakorzenienie inwestycji zagranicznych w układach lokalnych i regionalnych, co w warunkach wzrostu kosztów pracy i dekapitalizacji majątku zakładów przemysłowych może w przyszłości skłaniać zagraniczne firmy do relokacji do krajów lub regionów o niższych kosztach pracy. Ponadto w rozwoju endogenicznym przeszkadzała stosunkowo niska jakość życia, jaką mogą zaferować badane regiony. W najmniejszym stopniu dotyczy to regionu węgierskiego, którego obrzeża znalazły się w strefie procesów suburbanizacyjnych Budapesztu. Jedną z przyczyn są wciąż nierozwiązane problemy środowiskowe związane z poprzednim modelem rozwoju.

Władze lokalne i regionalne, uwarunkowania instytucjonalne i model zarządzania

W sukcesie gospodarczym badanych regionów ważną rolę odegrały lokalne i regionalne polityki oraz zaangażowanie władz w proces przyciągania inwestorów zagranicznych. Przyjmowało to najczęściej wspomnianą wcześniej formę tworzenia parków przemysłowych oferujących, poza infrastrukturą techniczną, również szereg zachęt o charakterze finansowym. Aktywne pod tym względem były również agencje rozwoju, które starały się minimalizować uciążliwości biurokratyczne związane z procesem inwestycyjnym. Ponadto władze lokalne wykazywały aktywność we wspieraniu procesów prywatyzacji istniejących przedsiębiorstw. Rozwój infrastruktury technicznej wspomagany był prowadzeniem działań miękkich w zakresie szkoleń pracowników oraz rozwoju systemu szkolnictwa dopasowanego do potrzeb rynku pracy, co objęło m.in. wzmocnienie szkolnictwa średniego znajdującego się w gestii samorządów lokalnych i regionalnych, a także zabieganie o rozwój szkolnictwa wyższego.

Wszystkie badane miasta miały strategie rozwoju, które były uzupełniane strategiami rozwoju regionów na poziomie NUTS2. W obydwu typach strategii wskazywano równie często na działania na rzecz zwiększenia konkurencyjności danego układu terytorialnego, jak i na te mające poprawić jakość życia mieszkańców. W działaniach dotyczących konkurencyjności coraz większą wagę przywiązywano do zagadnienia

innowacyjności, ale dość często odnośne cele były słabo zoperacjonalizowane. Ponadto podkreślano znaczenie poprawy jakości kapitału ludzkiego, co starano się osiągnąć przez rozwój i wzrost jakości szkolnictwa oraz kształcenia ustawicznego. Ważne miejsce w większości strategii zajmowały sektor MSP oraz działania mające na celu tworzenie warunków do powstawania nowych i rozwoju istniejących firm. Wśród kierunków rozwoju wskazywano również rozwój funkcji ponadlokalnych, w tym administracyjnych, a także turystyki. W większości badanych strategii można było zarysować dość wyraźną i klarowną wizję przyszłego rozwoju. Respondenci z reguły podkreślali zaangażowanie i dość dużą skuteczność władz miast w realizacji opracowanych planów, czemu ich zdaniem sprzyjała dostępność finansowania zewnętrznego, w tym przede wszystkim środków polityki spójności UE.

Należy zauważyć, że o ile powyższe działania są dość szeroko rozpowszechnione, o tyle o sukcesie tych a nie innych regionów zdecydowało ich szybkie podjęcie – jeszcze w pierwszej fazie transformacji – co było widoczne w przypadku regionu węgierskiego i rumuńskiego. Działania te uległy opóźnieniu w przypadku Ostrawy, która jednak dysponowała innymi znaczącymi atutami, związanymi m.in. z efektami aglomeracji. Spowodowały one, że mimo późnego włączenia się do wyścigu o inwestorów zewnętrznych Ostrawa osiągnęła pod tym względem sukces. Mimo to regionowi wciąż nie udało się nadrobić zaległości powstałych w pierwszym okresie transformacji.

Bardzo istotną kwestią podkreślaną przez respondentów była dobrze rozwinięta współpraca władz samorządowych: zarówno wertykalna, jak i horyzontalna. Instytucje publiczne różnych szczebli były otwarte i chętne do współpracy i wdrażania wspólnych strategii oraz przedsięwzięć (np. regionalny bank w Ostrawie). Stopień zaangażowania miejscowych środowisk biznesowych i naukowych, podobnie jak organizacji społecznych, był jednak dość zróżnicowany i daleki od optymalnego.

Interwencja zewnętrzna

Interwencja zewnętrzna realizowana w badanych regionach miała również istotne znaczenie dla osiągnięcia przez nie sukcesu. Odnosi się to zwłaszcza do rozwoju infrastruktury transportowej o znaczeniu ogólnokrajowym, co miało miejsce przede wszystkim na Węgrzech (autostrada) i w Czechach (autostrada i linia kolejowa), choć również region rumuński jest położony w korytarzu transportowym drogi krajowej numer 1, łączącej Bukareszt z granicą węgierską. W tym ostatnim przypadku gorsza pozycja lokalizacyjna kompensowana było dość preferencyjną polityką o charakterze regionalnym, w tym m.in. lokalizacją agencji zarządzającej wdrażaniem programu regionalnego na poziomie NUTS2. Pod tym względem natomiast słabo wypadał region węgierski, który nie ma uprzywilejowanej pozycji pod względem dostępu do środków polityki regionalnej, a w przypadku regionu czeskiego respondenci podkreślali, że środki zewnętrzne wciąż nie przystają do skali potrzebnych działań restrukturyzacyjnych. Dość istotnym elementem interwencji zewnętrznej było funkcjonowanie instytucji publicznych finansowanych ze szczebla centralnego (za wyjątkiem regionu węgierskiego, który jednak korzysta pod tym względem z bliskości Budapesztu). Szczególne znaczenie przypisywano funkcjonowaniu publicznych uniwersytetów, które nie tylko tworzyły miejsca pracy i zasilaty lokalne rynki pracy wykwalifikowanymi specjalistami, lecz także przyciągały studentów spoza regionu, co powodowało określone efekty mnożnikowe (konieczność zamieszkania i utrzymania).

Wykorzystanie środków zewnętrznych na poziomie lokalnym i regionalnym było jednak w większym stopniu ukierunkowane na podniesienie jakości życia mieszkańców niż na projekty o prorozwojowym charakterze. Wynikało to z wieloletnich zaniedbań infrastrukturalnych i konieczności dostosowania się do unijnych norm i standardów pod względem ochrony środowiska oraz ochrony zdrowia. Wśród projektów o charakterze prorozwojowym stosunkowo niewiele dotyczyło wprost sektora MSP, wspierania potencjału innowacyjnego oraz budowy społeczeństwa informacyjnego, a więcej – tworzenia ogólnych warunków rozwoju infrastruktury technicznej, w tym transportowej. Na tym tle pozytywnie wyróżniały się inicjatywy służące podniesieniu jakości szkolnictwa, zwłaszcza na poziomie średnim, oraz inicjatywy związane ze zwiększaniem potencjału innowacyjnego (inicjatywy klastrowe, parki technologiczne itd.).

W rezultacie interwencja zewnętrzna była sprzyjającym, ale nie zawsze koniecznym warunkiem osiągnięcia sukcesu. Przykładem był węgierski region Komárom-Esztergom, w którym – co podkreślano – sukces był w dużej mierze zasługą władz lokalnych, które – nie mogąc liczyć na pomoc rządową – jeszcze w latach dziewięćdziesiątych musiały podjąć trud samodzielnego rozwiązywania problemów restrukturyzacji przemysłu. Brak pomocy zewnętrznej wskazywano wręcz jako czynnik, który zmobilizował lokalne elity do prowadzenia aktywnej polityki rozwojowej. Jak twierdzono, sukces udało się osiągnąć w warunkach dyskryminacji ze strony rządowej agencji odpowiedzialnej za inwestycje zagraniczne, kierującej kapitał raczej do wschodniej i południowej części kraju.

WNIOSKI

Jednym z głównych wniosków płynących z powyższych badań jest relatywnie niewielka skala sukcesu mierzonego dynamiką PKB w pozametropolitalnych regionach przemysłowych w okresie przedkryzysowym. Tylko niektóre z nich utrzymywały lub w niewielkim stopniu poprawiały swoją pozycję w odniesieniu do średniej krajowej. Z reguły było to efektem obarczenia ich dziedzictwem przemysłowym, na które często składały się branże o charakterze tradycyjnym, oraz brak znaczących inwestycji w przemysłach wysokiej techniki. Rozwój ograniczany był też przez konieczność ponoszenia znacznych kosztów związanych z zagospodarowywaniem ugorów przemysłowych po upadłych przedsiębiorstwach. Ponadto, regionalne rynki pracy były stosunkowo mało elastyczne i wymagały znacznych nakładów na przekwalifikowanie pracowników, co skutkowało stosunkowo wysokimi stopami bezrobocia.

W rozwoju tej grupy regionów kluczową rolę odegrały czynniki zewnętrzne, przede wszystkim w postaci napływu znaczących inwestycji zagranicznych. Z drugiej strony, powiązania kooperacyjne dużych firm zagranicznych z lokalnymi firmami były z reguły niewielkie, gdyż międzynarodowe koncerny często budują własną sieć dostawców w wymiarze wykraczającym poza dany podregion. Innym istotnym rodzajem interwencji zewnętrznej były finansowane centralnie instytucje publiczne, w tym zwłaszcza uczelnie wyższe, które z jednej strony tworzyły miejsca pracy, a z drugiej przyciągały studentów z innych regionów lub ograniczały odpływ miejscowych studentów do metropolitalnych ośrodków akademickich. Ważną rolę odegrały również transfery z budżetu centralnego, służące rozwiązaniu różnorodnych problemów społecznych związanych z procesami restrukturyzacji.

Rola czynników endogenicznych w procesach rozwoju była stosunkowo niewielka. Wynikało to z relatywnie niedużego potencjału badawczo-rozwojowego, zwłaszcza w porównaniu z regionami metropolitalnymi. Dotyczyło to zarówno sektora publicznego, jak i prywatnego. Natomiast skala rozwoju lokalnej przedsiębiorczości była dość zróżnicowana. Przeważały mikroprzedsiębiorstwa zajmujące się tradycyjnym rodzajami działalności, zwłaszcza w zakresie usług rynkowych. Liczba aktywnych i odnoszących sukcesów średnich przedsiębiorstw była przy tym stosunkowo niewielka.

W zakresie polityk publicznych można zauważyć duże znaczenie dla sukcesu realizowanych działań strategicznych dobrze rozwiniętej współpracy między różnymi grupami aktorów. Jednak widoczne było także dość tradycyjne podejście do interwencji zewnętrznej, z naciskiem na rozwój infrastruktury technicznej, w tym transportowej oraz społecznej, a nie na gospodarczą orientację tych polityk. Przekładało się to też na wyrażane opinie o większym znaczeniu dużych inwestycji centralnych realizowanych w ramach polityk sektorowych dla rozwoju regionu niż polityki *stricto* regionalnej.

Należy oczekiwać, że wraz z upływem lat model rozwoju oparty na atrakcyjności dla napływu kapitału zagranicznego będzie ulegać stopniowemu wyczerpaniu, a kluczowego znaczenia zacząć nabierać zakorzenione lokalnie zasoby umożliwiające konkurowanie pod względem innowacyjności oferowanych produktów i rozwiązań (Stimson, Stough, Nijkamp, 2011; Gust-Bardon, 2014). Należy jednocześnie zauważyć, że nawet metropolie krajów Europy Środkowo-Wschodniej wciąż są relatywnie dalekie od tego modelu rozwoju (Smętkowski, 2018). Oznacza to wzmożoną konieczność zaangażowania władz lokalnych w uruchamianie nowych zasobów rozwojowych, opartych na jakości kapitału ludzkiego czy przedsiębiorczości ukierunkowanej na wykorzystywanie szans rynkowych. Takie przejawy były widoczne w części regionów, które osiągnęły relatywny sukces w okresie przedkryzysowym. Powinno to zastąpić model wykorzystania prostych zasobów rozwoju głównie dzięki rozwojowi infrastruktury technicznej, co było głównym kierunkiem działań w pierwszym okresie członkostwa państw regionu w Unii Europejskiej (Ciffolilli, Condello, Pompili, Roemish, 2015). Kryzys gospodarczy z 2008 roku obnażył słabość dotychczasowego modelu rozwoju regionów krajów Europy Środkowo-Wschodniej, ale jak dotąd nie doprowadził do wyraźnych zmian pod tym względem, zwłaszcza w odniesieniu do regionów pozametropolitalnych.

Literatura

References

- Blažek, J., Bečicová, I. (2014). *Moravian-Silesian Region (Subregion Nuts 3) as an Example of a Successful Transformation – Case Study Report*. GRINCOH Working Paper Series, Paper No. 6.03.01.03.
- Braudel, F. (1970). History and the social sciences: The long term. *Social Science Information*, 9(1), 144–174.
- Ciffolilli, A., Condello, S., Pompili, M., Roemish, R. (2015). *Geography of Expenditure. Final Report. Work Package 13. Ex post evaluation of Cohesion Policy programmes 2007–2013, focusing on the European Regional Development Fund (ERDF) and the Cohesion Fund (CF)*. European Commission.
- Constantin, D., Goschin, Z. (2014). *The Alba County (Subregion Nuts 3) as an Example of a Successful Transformation – Case Study Report*. GRINCOH Working Paper Series, Paper No. 6.03.01.01.
- Domański, B. (2003). Industrial change and foreign direct investment in the postsocialist economy: the case of Poland. *European and Regional Studies*, 10(2), 99–118.

- Domański, B. (2015). Współczesne procesy przemian regionalnych przemysłu Polski – próba interpretacji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 29(4), 40–53.
- Eurostat (2017, 1 grudnia). Pozyskano z <http://ec.europa.eu/eurostat/>
- Gierańczyk, W. (2008). Problematyka definiowania zmian w tendencjach lokalizacyjnych przedsiębiorstw przemysłowych w dobie globalizacji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 11, 86–97.
- Gierańczyk, W. (2014). Economic situation in the manufacturing sector as an example of modern research in industrial geography in Poland. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 25, 38–55.
- Gierańczyk, W., Rachwał, T. (2012). Structural Changes in the Industry of Poland Against the Background of Eastern European Union States. *Quaestiones Geographicae*, 31(2), 83–93.
- Gilowska, Z., Gorzelak, G., Jałowiecki, B., Sobczak, K. (1998). Kierunki polityki regionalnej Polski. *Studia Regionalne i Lokalne*, 57.
- Gorzelak, G. (1995). *Transformacja systemowa a restrukturyzacja regionalna*. Warszawa: EUROREG, Uniwersytet Warszawski.
- Gorzelak, G. (2003). Bieda i zamożność regionów. Założenia, hipotezy, przykłady. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(11), 37–59.
- Gust-Bardon, N.I. (2014). Regional development in the context of an innovation process. *International Journal of Innovation and Regional Development*, 5(4–5), 349–366.
- Haugh, D., Mourougane, A., Chatal, O. (2010). *The automobile industry in and beyond the crisis*. OECD Economics Department Working Papers, No. 745. Paris: OECD Publishing.
- Jaklič, A., Svetličič, M. (2003). *Enhanced Transition Through Outward Internationalization: Outward FDI by Slovenian Firms*. Hampshire: Ashgate.
- Kostrubiec, B. (2006). Delokalizacja przedsiębiorstw – przejaw światowej samoregulacji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 8, 37–46.
- Kukliński, A., Jałowiecki, B. (red.) (1991). Restrukturyzacja regionów jako problem współpracy europejskiej. *Studia Regionalne i Lokalne*, 34.
- McMillan, M.S., Rodrik, D. (2011). *Globalization, structural change and productivity growth*. NBER Working Paper No. 17143. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Mikołajewicz, Z. (1995). *Procesy restrukturyzacji przemysłu w regionach*. Opole: Uniwersytet Opolski.
- Olsen, K.B. (2006). *Productivity impacts of offshoring and outsourcing. A review*. STI Working Paper 1, OECD.
- Poniatowska-Jaksch, M. (2006). *Przemysłowe bezpośrednie inwestycje zagraniczne źródłem konkurencyjności regionu*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Rachwał, T. (2010). Struktura przestrzenna i działowa przemysłu Polski na tle Unii Europejskiej w dwudziestolecie rozpoczęcia procesów transformacji systemowej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 16, 105–124.
- Rachwał, T. (2011a). Industrial restructuring in Poland and other European Union states in the era of economic globalization. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 19, 1–10.
- Rachwał, T. (2011b). Transformations of the Employment Structure as an Expression of the Transformation of Polish Industry against the Background of the European Union. *Bulletin of Geography. Socio-economic series*, 15(15), 5–25.
- Rachwał, T. (2011c). Wpływ kryzysu na zmiany produkcji przemysłowej w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 17, 99–113.
- Rachwał, T. (2015). Structural changes in Polish industry after 1989. *Geographia Polonica*, 88(4), 575–605.
- Rachwał, T., Wiedermann, K., Kilar, W. (2009). Rola przemysłu w gospodarce układów regionalnych Unii Europejskiej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 14, 31–42.
- Radło, M.J., Spałek, P. (2017). Deklarowana i rzeczywista polityka przemysłowa Polski w świetle danych o pomocy publicznej w latach 2007–2014. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(1), 7–23.
- Radošević, S., Rozeik, A. (2005). Foreign Direct Investment and Restructuring in the Automotive Industry in Central and East Europe. *Economics Working Papers*, 53.

- Scott, J., Szalai, B. (2014). *The Komárom-Esztergom County (Subregion Nuts 3) as an Example of a Successful Transformation – Case Study Report*. GRINCOH Working Paper Series, Paper No. 6.03.01.02.
- Smętkowski, M. (2008). Rola specjalnych stref ekonomicznych w kształtowaniu struktury przestrzennej przemysłu w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 10, 204–216.
- Smętkowski, M. (2013). *Rozwój regionów i polityka regionalna w krajach Europy Środkowo-Wschodniej w okresie transformacji i globalizacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Smętkowski, M., (2018) The role of exogenous and endogenous factors in the growth of regions in Central and Eastern Europe: the metropolitan/non-metropolitan divide in the pre- and post-crisis era. *European Planning Studies*, 26(2), 256–278.
- Smętkowski, M., Gorzelak, G., Kozak, M., Olechnicka, A., Płoszaj, A., Wojnar, K. (2011). *The European Metropolises and their regions: from Economic Landscape to Metropolitan Networks*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Stimson, R.J., Stough, R., Nijkamp, P. (red.) (2011). *Endogenous regional development: perspectives, measurement and empirical investigation*. Edward Elgar Publishing.
- Strykiewicz, T. (1999). *Adaptacja przestrzenna przemysłu w Polsce w warunkach transformacji*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- Tkocz, M. (2001). *Restrukturyzacja przemysłu regionu tradycyjnego*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Ulbrych, M. (2014). Znaczenie przemysłu w gospodarce i polityce regionalnej Unii Europejskiej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 26, 31–45.
- Wieloński, A., Bazydło, A. (2002). Proces integracji z Unią Europejską a przemiany strukturalne w przemyśle Polski. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 41, 19–24.
- Wishlade, F. (2003). *Regional State Aid and Competition Policy in the EU*. Alphen, Londyn: Kluwer.
- Zioło, Z. (2008). Procesy transformacji przemysłowych układów przestrzennych na tle zmieniającego się otoczenia. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 10, 11–22.
- Zioło, Z. (2010). Uwarunkowania kształtowania się procesów transformacji przemysłu i usług. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 15, 45–60.
- Zioło, Z. (2017). Wpływ przemysłu i usług na rozwój społeczno-gospodarczy układów przestrzennych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(4), 7–24.

Maciej Smętkowski, dr hab., geograf społeczno-ekonomiczny, adiunkt w Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych (EUROREG) Uniwersytetu Warszawskiego. Autor wielu publikacji poświęconych procesom metropolizacji, instrumentom polityki regionalnej oraz współpracy transgranicznej, w tym m.in. książek *Rozwój regionów i polityka regionalna w krajach Europy Środkowo-Wschodniej w okresie transformacji i globalizacji* i *Europejskie metropolie i ich regiony. Od krajobrazu gospodarczego do sieci metropolii*. Posiada duże doświadczenie w ewaluacji polityk publicznych. Uczestnik licznych międzynarodowych i krajowych projektów badawczych realizowanych m.in. w ramach programów badań UE (w tym Horizon 2020) oraz programu ESPON (Europejskiej Sieci Obserwatoriów Planowania Przestrzennego). Przewodniczący Zarządu Stowarzyszenia Regional Studies Association – Sekcja Polska.

Maciej Smętkowski, Ph.D. in earth sciences, specialty socio-economic geography, assistant profesor at the Centre for European Regional and Local Studies (EUROREG), University of Warsaw. Author of publications on the metropolisation process, instruments of regional policy and cross-border co-operation, including books "Regional Development and Regional Policy in Central and Eastern European Countries in the Period of Transformation and Globalisation" and "The European Metropolises and Their Regions: from Economic Landscape to Metropolitan Networks". He has extensive experience in evaluation of public policies. He has been involved in a number of research projects carried-out within research framework programmes of the EU (including Horizon 2020) and ESPON Programme (European Spatial Planning Observatory Network). Chair of the Polish Section of the Regional Studies Association.

Adres/address:

Uniwersytet Warszawski
Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych (EUROREG)
ul. Krakowskie Przedmieście 30, 00-927 Warszawa, Polska
e-mail: m.smetkowski@uw.edu.pl

Dorota Celińska-Janowicz, dr nauk o Ziemi w zakresie geografii, absolwentka geografii i gospodarki przestrzennej na Uniwersytecie Warszawskim. Laureatka dyplomu im. Eugeniusza Romera przyznawanego przez Komitet Nauk Geograficznych Polskiej Akademii Nauk, a także stypendiów podoktorskich na Uniwersytecie w Wiedniu oraz na Wolnym Uniwersytecie w Berlinie. W EUROREG-u pracuje od 2010 roku, kiedy to objęła także stanowisko sekretarza redakcji kwartalnika naukowego „Studia Regionalne i Lokalne”. Uczestniczyła w kilku projektach programu ESPON oraz w badaniach ewaluacyjnych i dotyczących rozwoju regionalnego i lokalnego, realizowanych na zlecenie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, NCBiR oraz Urzędu Miasta st. Warszawy. Od września 2016 roku pełni funkcję kierowniczkę ds. toku studiów. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół zagadnień związanych z geografiami handlu, studiami miejskimi, planowaniem przestrzennym oraz rozwojem regionalnym i lokalnym.

Dorota Celińska-Janowicz, Ph.D. in earth sciences, specialty geography. She graduated geography and spatial economy at the University of Warsaw. She was awarded post-doc scholarships at the University of Vienna and the Free University of Berlin as well as the Eugeniusz Romer Prize of the Committee on Geographical Sciences of the Polish Academy of Sciences for the best Ph.D. theses in socio-economic geography. She has been working at Euroreg since 2010, when she also became an Executive Editor of scientific quarterly “Regional and Local Studies”. She has participated in several ESPON projects as well as evaluation studies and projects on regional and local development commissioned by the Ministry of Regional Development and the Warsaw City Hall. Since September 2016 she has been a Counselor for Students’ Affairs. Her research interests focus on retail geography, urban studies, spatial planning as well as regional and local development.

Adres/address:

Uniwersytet Warszawski
Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych (EUROREG)
ul. Krakowskie Przedmieście 30, 00-927 Warszawa, Polska
e-mail: d.celinska@uw.edu.pl

Artykuł przedstawia wyniki badań zrealizowanych w ramach projektu GRINCOH (Growth – Innovation – Competitiveness: Fostering Cohesion in Central and Eastern Europe), finansowanego ze środków VII Ramowego Programu Badań Unii Europejskiej.

PAWEŁ CZAPLIŃSKI
Uniwersytet Szczeciński, Polska
University of Szczecin, Poland

Przemiany w polskim przemyśle przetwórstwa rybnego

Changes in Polish Fish Processing Industry

Streszczenie: Przemysł przetwórstwa rybnego od kilku lat jest uważany za jeden z najszybciej rozwijających się działów przemysłu spożywczego w Polsce. Odgrywa on również znaczącą rolę w zaopatrywaniu rynku Unii Europejskiej w przetwory rybne. Istnieje jednak szereg zagrożeń dla jego dalszego funkcjonowania, tkwiących zarówno w otoczeniu zewnętrznym (bliższym i dalszym), jak i w otoczeniu wewnętrznym. Aktualne problemy krajowego przetwórstwa rybnego mają bardzo zróżnicowaną genezę. Istnieją takie, jak np. problem zaopatrzenia w surowiec, które były sygnalizowane już przed akcesją do struktur UE, ale są również nowe problemy, związane np. z niedoborem zasobów pracy czy brakiem nowoczesnego wsparcia instytucjonalnego. Rozpoznane trudności należy postrzegać nie tylko w perspektywie krótko- czy długookresowej. Warto także dostrzegać ich wagę i wzajemne relacje, które mogą wzmacniać lub osłabiać wyniki działalności gospodarczej pojedynczych podmiotów lub całego sektora. Nie bez znaczenia jest również oddzielenie zjawisk epizodycznych i cyklicznych, które mogą zakłócać poprawną interpretację trendów, zwłaszcza długookresowych. Celem pracy jest identyfikacja podstawowych problemów związanych z działalnością krajowych przedsiębiorstw przetwórstwa rybnego oraz próba określenia ich wpływu na podstawowe struktury przemysłu, w tym na strukturę produkcji, zatrudnienia, zbytu, a ostatecznie także na strukturę przestrzenną.

Abstract: Fish processing industry for several years now is considered as one of the fastest developing sectors of food industry in Poland. It also plays an important role in supplying the EU market in processed fish products. However, there is an array of threats for its further functioning that have roots both in external environment (closer and further) and in internal environment. The present problems of national fish processing industry have a very diverse genesis. Among them there is e.g. the problem of supplying in raw materials, which was indicated already before the accession to the EU structures, but there are also new problems connected with e.g. the shortage of labour force or the lack of modern institutional support. The identification of difficulties should be seen not only in short- or long term perspective. It is also worth to see their importance and mutual relations that can either strengthen or weaken the results of economic activity of single entities or the entire sector. Another important thing is also the separation of episodic and cyclical phenomena, which may disturb correct interpretation of long-term trends in particular. The aim of the paper is the identification of basic problems connected with the functioning of national fish processing companies and an attempt to specify their influence on basic structures of the industry, including the structure of production, employment, market and ultimately the spatial structure.

Słowa kluczowe: przemysł przetwórstwa rybnego; przemysł spożywczy; przetwory rybne; struktury przemysłu

Keywords: fish processing industry; food industry; processed fish products; the structures of industry

Otrzymano: 26 stycznia 2018

Received: 26 January 2018

Zaakceptowano: 21 maja 2018

Accepted: 21 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Czapliński, P. (2018). Przemiany w polskim przemyśle przetwórstwa rybnego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 60–72. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.4>

WSTĘP

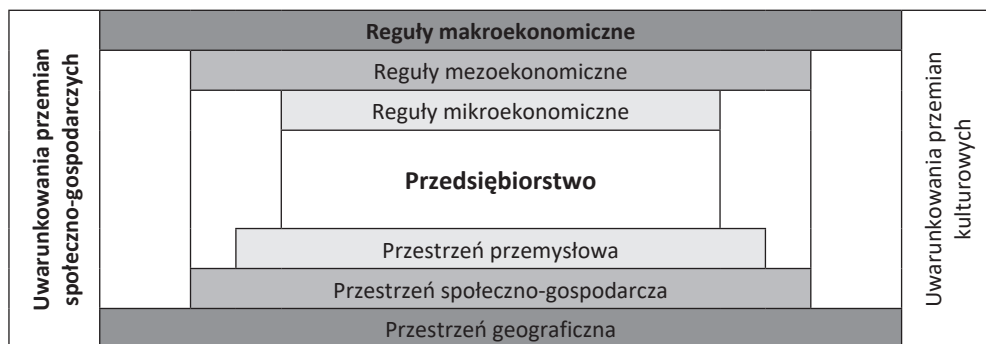
Współczesne studia dotyczące przemian strukturalnych przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce obejmują najczęściej aspekty makroekonomiczne w ujęciu aprze-strzennym (m.in. Kapusta, 2014). Za nieliczne należy również uznać prace, w których prezentowane są wybrane elementy struktury przestrzennej omawianej działalności gospodarczej, jednak bez pełnego wykorzystania modelu nomologiczno-dedukcyjnego (Hryszko, Kuzebski, Lirski, 2014; Kieliszewska, 2016). Wychodząc więc naprzeciw potrzebom środowiska przetwórców ryb, a jednocześnie wypełniając jeden ze współczesnych postulatów badań geograficznych, który dotyczy wykorzystania i pokazywania użyteczności geografii dla opisu i wyjaśniania współczesnych procesów gospodarczych (Kostrzewski, Roo-Zielińska, 2011; Śleszyński, 2016), podjęto kolejną próbę badań nad funkcjonowaniem przedsiębiorstw przemysłu przetwórstwa rybnego, ze szczególnym uwzględnieniem konsekwencji przestrzennych (Czapliński, 2011 i inni).

Podstawą niniejszych rozważań jest model wpływu reguł rozwoju na przemiany przemysłu Z. Zioły (2006) (ryc. 1). W ramach tego modelu przyjęto, że „efekty zmian w przemyśle wiążą się z przyjmowaniem określonych zasad, wynikających z prawidłowości kształtowania się procesów w skali makro-, mezo- oraz mikroekonomicznej, które mają charakter aprze-strzenny i niekiedy w różnym stopniu oddziałują na kierunki rozwoju przestrzeni społeczno-gospodarczej, przestrzeni przemysłowej oraz poszczególnych przedsiębiorstw, zróżnicowanych pod względem potencjału, reprezentowanej branży, powiązań kapitałowo-produkcyjnych i rynkowych” (Zioło, 2006: 14). Według cytowanego autora dla pełniejszej analizy wpływu reguł na przemiany przemysłu należy badać zachodzące między nimi relacje. Ponadto według Zioły (2006: 14): „znacz-ną rolę (...) odgrywają także zmiany uwarunkowań przestrzennych, które wynikają z określonego poziomu rozwoju i zaznaczających się kierunków przemian społeczno-gospodarczych i kulturowych”. Nakładające się procesy ekonomiczne na zróżnicowane uwarunkowania przestrzenne dają często odmienne efekty, zaznaczające się zarówno w układzie europejskim, jak i w uwarunkowaniach krajowych, regionalnych i lokalnych.

Należy również poczynić uwagę, że przemysł przetwórstwa rybnego to całokształt zagadnień składających się na działalność gospodarczą związaną z przetwarzaniem i konserwowaniem ryb, skorupiaków i mięczaków¹. Zaproponowana definicja stanowi

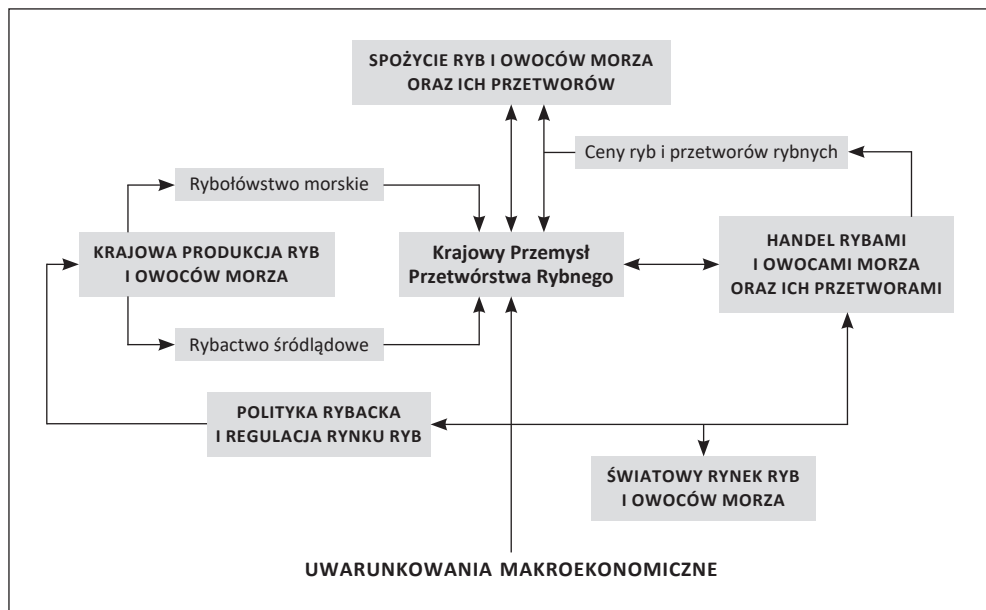
¹ Jest to nawiązanie do klasyfikacji PKD (2007), w której działalność związaną z przetwarzaniem i konserwowaniem ryb oraz skorupiaków i mięczaków umiejscowiono w sekcji C, dziale 10, grupie 10.2. Warto w tym miejscu podkreślić, że omawiana działalność według PKD (2007) stanowi grupę, a jednocześnie klasę klasyfikacyjną, dla której dostępne są wybrane dane. Z tego też powodu należy unikać utrwalania nazewnictwa wynikającego ze starej Klasyfikacji Gospodarki Narodowej (podział na gałęzie i branże). Również pojęcie sektor wydaje się niewłaściwe dla przetwórstwa rybnego, ponieważ to określenie jest przypisane do podstawowych sektorów gospodarki, tj. rolnictwa, przemysłu i usług, zgodnie z teorią trzech sektorów,

Ryc. 1. Wpływ reguł rozwoju na przemianę przemysłu



Źródło: Ziolo (2006: 13) – zmodyfikowane

Ryc. 2. Miejsce krajowego przemysłu przetwórstwa rybnego na tle problematyki badawczej rynku ryb w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie kwerendy

punkt wyjścia dla dalszych badań, a jednocześnie pozycjonuje podjętą problematykę w obrębie szeroko rozumianej gospodarki rybnej, która według A. Niegolewskiego (1979: 12) obejmuje połowy, przetwórstwo, handel krajowy i zagraniczny, a także spożycie ryb (ryc. 2). W świetle tej definicji rozwój współczesnego przetwórstwa rybnego opiera się nie tylko na połowach (dalekomorskich i bałtyckich), ale także na akwakulturze, której znaczenie z roku na rok rośnie. Ponadto na skutek polskiej akcesji do struktur europejskich, a pośrednio także na skutek procesów globalnych, zmieniły się

pierwotnie rozwiniętą w latach trzydziestych XX wieku przez A.B.G. Fishera, C. Clarka oraz J. Fourastiego. Brak skalowania czy też niewłaściwe operowanie poziomami klasyfikacyjnymi wprowadzają niepożądany chaos komunikacyjny.

uwarunkowania rynkowe, w tym uwarunkowania przestrzenne handlu rybami i produktami rybnymi, m.in. poprzez: szybkość i sprawność obiegu informacji o surowcu i produkcji gotowym, łatwość zawierania kontraktów i umów handlowych, rozwój technologii transportu produktów rybołówstwa oraz ich przetworów. Istotnym zagadnieniem w gospodarce rybnej jest także popyt rynkowy, w tym spożycie ryb, które w Polsce jest ciągle niewielkie w porównaniu do średniego europejskiego spożycia². Wszystkie zasygnalizowane problemy są jednak tłem dla przedstawienia przemian strukturalno-przestrzennych w przemyśle przetwórstwa rybnego w Polsce.

PRZEMIANY STRUKTURALNE W PRZEMYŚLE

Następujące od ponad 25 lat głębokie i radykalne przemiany strukturalne całej polskiej gospodarki, w tym również przemysłu, na które z jednej strony silnie oddziałują procesy globalizacyjne, a z drugiej rynkowe i pozarynkowe skutki integracji europejskiej, pozwoliły na szybki wzrost konkurencyjności polskiego przetwórstwa rybnego (Czapliński, 2014; Kieliszewska, 2016). Mimo że w skali całego przemysłu przetwórstwo rybne nie odgrywało większej roli i nadal nie stanowi istotnej wielkości statystycznej³, to jednak jest uznawane za wzorcowy przykład skutecznie przeprowadzonej restrukturyzacji, a jeszcze bardziej efektywnie wykonanej alokacji środków europejskich, czego potwierdzeniem może być dynamicznie rosnąca wielkość produkcji sprzedanej głównie na rynkach Europy Zachodniej, a w konsekwencji wysoki udział grupy w całkowitych obrotach przetwórstwa rybnego UE, który na koniec 2016 roku wyniósł 6,86% (ryc. 3, tab. 1).

Tab. 1. Struktura importu i eksportu ryb oraz przetworów rybnych w 2016 roku

Eksport		Import	
kraj	w %	kraj	w %
Niemcy	52,8	Norwegia	45,2
Francja	7,3	Dania	7,4
Dania	6,0	Szwecja	6,8
Wielka Brytania	5,5	Niemcy	5,7
Włochy	5,4	Chiny	4,9
Pozostałe	23,0	Pozostałe	30,0
Razem	100,0	Razem	100,0

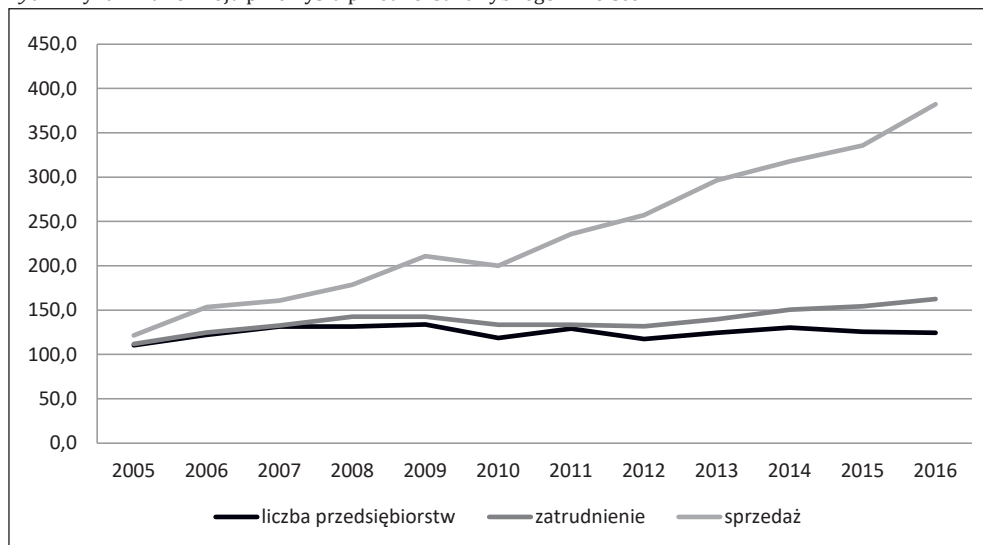
Źródło: na podstawie danych Ministerstwa Finansów, za: IERiGŻ (2017)

Wydaje się, że o sukcesie rynkowym polskiego przetwórstwa rybnego przynajmniej na początku badanego okresu przesądziły sprzyjające uwarunkowania społeczno-gospodarcze, w tym samo wejście Polski do struktur Wspólnoty, które m.in. otworzyło nowe rynki zbytu. Należy podkreślić, że ponad czterokrotnie wzrost produkcji

² W 2016 roku bilansowe spożycie ryb i owoców morza wyniosło w przeliczeniu na mieszkańca 13,11 kg. Średnia Unii Europejskiej to ok. 23 kg na osobę rocznie.

³ Wielkość grupy przemysłowej mierzona np. wielkością zatrudnienia na koniec 2016 roku wyniosła 15,6 tys. pracujących, tj. 4,31% zatrudnienia w dziale 10 (produkcja artykułów spożywczych). Wielkość produkcji sprzedanej – 9,4 mld zł, tj. 5,13% produkcji sprzedanej w dziale 10. Udział podmiotów w ogólnej liczbie podmiotów działu 10 – 0,7%. Obliczenia na podstawie: *Wspólna polityka rybołówstwa...* (2016); *Rocznik statystyczny przemysłu* (2016); *Rynek Ryb* (2010–2017).

Ryc. 3. Dynamika rozwoju przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce*



*Wyniki na podstawie przedsiębiorstw przemysłowych zatrudniających ponad dziewięć osób stałej załogi, które złożyły sprawozdania finansowe F-01/I-01, a ich działalność klasyfikowana była według PKD 2007 do grupy 10.2.

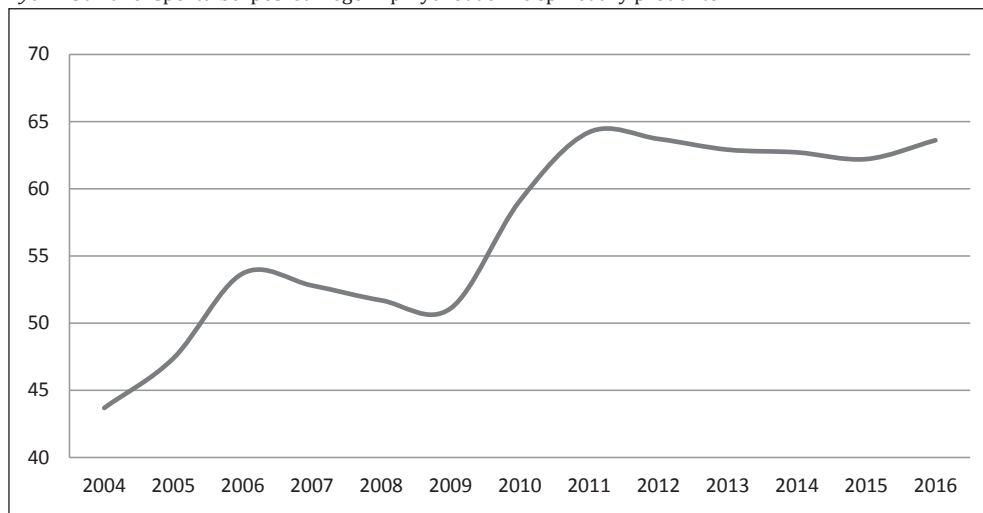
Źródło: opracowanie własne na podstawie analiz rynkowych *Rynek Ryb* (2010–2017)

sprzedanej polskiego przetwórstwa w ciągu ostatniej dekady był efektem korzyści, jakie płyną z funkcjonowania sektorowych programów operacyjnych adresowanych do całej gospodarki rybnej UE, w tym przetwórstwa⁴. Na sukces badanej grupy w Polsce mogły mieć również wpływ uwarunkowania kulturowe, bowiem działania gospodarcze są zakorzenione kulturowo (Glinka, 2008). W tym kontekście można postawić tezę, że jednym z czynników sukcesu przetwórci mogło być ich położenie w układzie regionalnym i lokalnym, z którym wiąże się miejscowy duch przedsiębiorczości, determinujący postawy pracownicze na wszystkich szczeblach zatrudnienia. Trudno jednak w pełni udowodnić, że część wiodących marek (m.in. Seko, Graal, SperFish) odniosła znaczący sukces nie tylko na rynku krajowym, ponieważ pochodzi z Kaszub, gdzie od ponad 20 lat możemy mówić o fenomenie przedsiębiorczości (Dutkowski, 2002; Czapliński, Szymańska, 2013). Faktem jest, że polskie przetwórnictwo rybne znacznie lepiej niż ich konkurenci z pozostałych krajów Unii wykorzystały na niespotykaną do tej pory skalę procedury prawno-administracyjne ułatwiające funkcjonowanie na wspólnym rynku oraz środki finansowe gwarantujące dalsze możliwości rozwoju, podkreślając przy tym swój indywidualizm, kreatywność, dużą aktywność w zgłaszanych i prowadzonych projektach oraz zdolność do uczenia się (Nowaczyk, 2013) (ryc. 4).

Pozyskane w ten sposób nakłady umożliwiły rozwój grupy, która przeszła od fazy rozbudowy mocy wytwórczych, poprzez fazę zwiększania efektywności, fazę kreatywności, do sygnalizowanej znacznie wcześniej, zarówno przez analityków rynku, jak

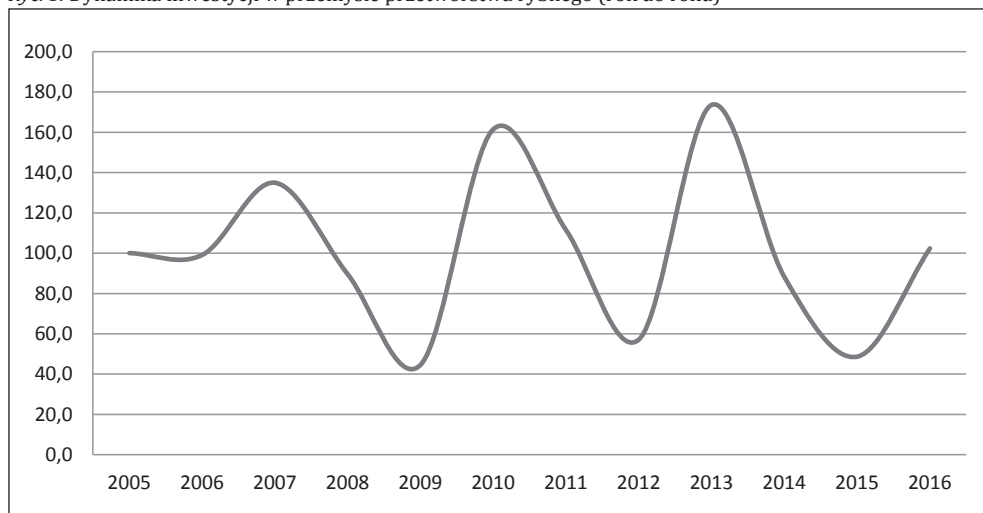
⁴ Po akcesji Polski do UE polskie przetwórstwo rybne było i jest beneficjentem realizowanych sektorowych programów operacyjnych: „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004–2006”, „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007–2013”, „Rybacko i morze” 2014–2020.

Ryc. 4. Udział eksportu bezpośredniego w przychodach ze sprzedaży produktów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych IERiGŻ (2017)

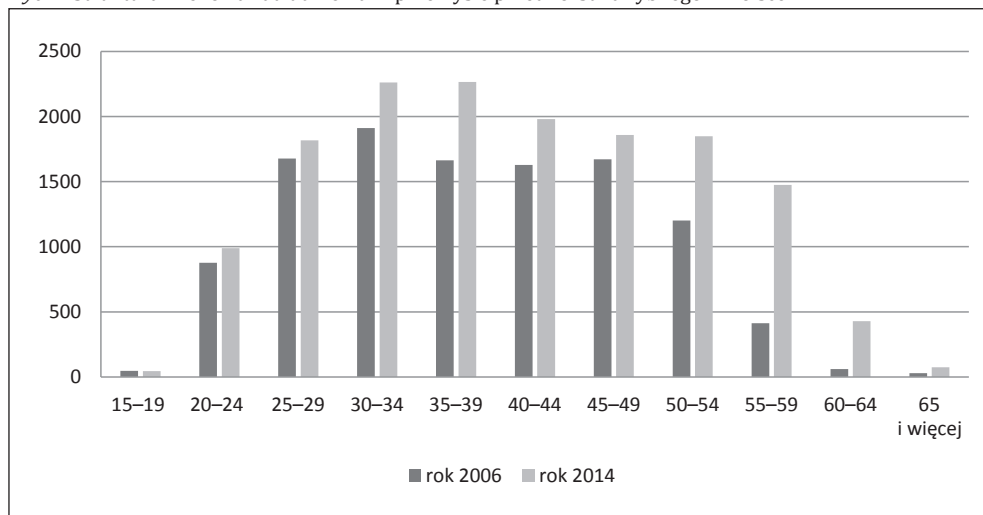
Ryc. 5. Dynamika inwestycji w przemyśle przetwórstwa rybnego (rok do roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie analiz rynkowych *Rynek Ryb* (2010–2017)

i przez samo środowisko przetwórców, koniecznej fazy konsolidacji grupy (ryc. 5). Krajowa konsolidacja zwiększyłaby konkurencyjność, a jednocześnie zmniejszyła ryzyko wrogich przejęć zwłaszcza mniejszych jednostek produkcyjnych przez inwestorów zagranicznych. W opinii wielu ekspertów na skutek krajowej konsolidacji przejmowane przedsiębiorstwa nie zostaną zlikwidowane, lecz dalej będą funkcjonowały jako jednostki produkcyjne, mając swoją specyfikę i specjalizację w ramach większej jednostki organizacyjnej. Potwierdzeniem tego i dobrym przykładem może być spółka Graal SA z siedzibą w Wejherowie, która od dłuższego czasu realizuje z powodzeniem politykę ekspansywnego rozwoju, polegającą na akwizycjach podmiotów o uzupełniających się

Ryc. 6. Struktura wiekowa zatrudnienia w przemyśle przetwórstwa rybnego w Polsce



Źródło: grafika na podstawie Kieliszewska (2016: 10)

profilach produkcji lub regionach działania, co niewątpliwie umocni pozycję spółki na rynku przetworów rybnych (Czapliński, 2012; Szczepaniak, 2013).

Gwałtownemu wzrostowi wielkości sprzedaży produktów przetwórstwa rybnego w latach 2004–2016 towarzyszył również wzrost zatrudnienia. Liczba pracujących w tym okresie wzrosła o 62,4%. Wzrost ten mógłby być znacznie większy, lecz podobnie jak w wielu innych działach polskiego przemysłu postępuje proces kurczenia się produkcyjnych zasobów kadrowych (ryc. 6). W sposób szczególny dotyka to przetwórstwa rybnego, w którym istotna jest nie tylko wiedza merytoryczna, ale również specyficzne umiejętności manualne, tak niezbędne przy obróbce często niestandardowego surowca lub półproduktu. Warto także dodać, że praca fizyczna przy obróbce ryb jest uciążliwa ze względu na warunki termiczne, wilgoć czy bezpieczeństwo i higienę pracy, co wobec faktu, że ponad 65% zatrudnienia ogółem stanowią kobiety, nie jest bez znaczenia. Dlatego podejmowane są różnego rodzaju działania wobec osób wchodzących na rynek pracy, aby uatrakcyjnić wysokie wymagania stawiane pracownikom produkcji, a jednocześnie poszukuje się pracowników poprodukcyjnych, którzy mimo wieku emerytalnego podjęliby się dalszej pracy lub szkolenia młodszej kadry.

Problem zasobów kadrowych nie dotyczy tylko pracowników produkcyjnych. Istnieją również poważne niedobory pracowników średniego i wyższego szczebla. Jest to efekt niemal całkowitej likwidacji szkolnictwa zawodowego oraz gwałtownie spadającego zainteresowania studiami na kierunkach związanych z przetwórstwem rybnym, m.in. na uniwersytetach w Olsztynie i Szczecinie. Część dużych przedsiębiorstw szkoli personel we własnym zakresie, lecz ze względu na czas i skalę jest to poziom dalece niewystarczający. Sytuacja sprzyja również zatrudnianiu obcokrajowców, głównie Ukraińców, ale do końca 2017 roku ich pozwolenia na pobyt i pracę w Polsce wynosiły zaledwie pół roku, więc wydajność była bardzo ograniczona, zważywszy na fakt, że przeszkolenie trwa ok. trzech miesięcy⁵.

⁵ Od 1 stycznia 2018 roku na podstawie rozporządzeń wykonawczych, które były niezbędne w związku ze zmianami wprowadzonymi ustawą z dnia 20 lipca 2017 roku o zmianie ustawy o promocji zatrudnienia

O ile w badanym okresie wzrosła wielkość produkcji sprzedanej oraz wielkość zatrudnienia, o tyle liczba przedsiębiorstw pozostała na względnie zbliżonym poziomie. Warto jednak w tym miejscu podjąć próbę ich oszacowania, bowiem zarówno w literaturze, jak i samej sprawozdawczości występują znaczące rozbieżności wynikające głównie z różnego rodzaju wyłączeń. Najczęściej podlegają temu przedsiębiorstwa do dziewięciu pracujących (rzadziej do 49 pracujących) lub te, które nie mają określonych uprawnień eksportowych.

Jak wynika z analiz rynkowych przygotowanych przez Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut badawczy w Warszawie, w końcu września 2017 roku w Polsce działały 252 przedsiębiorstwa przetwórstwa rybnego uprawnione do handlu produktami rybnymi na obszarze UE⁶. Spośród nich 11 miało po dwa zakłady. Uprawnienia do eksportu do krajów trzecich posiadało 78 zakładów przetwórczych. Roczna fluktuacja liczby zakładów w okresie 2006–2016 była niewielka i nie przekraczała zwykle 10 jednostek w skali kraju. Warto jednak zauważyć, że wlicza się do tego nie tylko uruchomienie czy zaprzestanie produkcji, ale również jej zawieszenie lub ponowne uruchomienie (Szostak, Drożdż, 2017). Jak wynika z badań bezpośrednich przeprowadzonych przez M. Kieliszewską (2016) na reprezentatywnej grupie zakładów przetwórczych, dominują wśród nich zakłady małe (ok. 41%) oraz średnie (ok. 32%), natomiast zakłady duże to niespełna 9% ogółu przedsiębiorstw.

Odwołując się do prac Z. Zioly (1997; 2006), przemiany potencjału przemysłowego (w tym wielkości, natężenia, specjalizacji, funkcji), determinowane w różnej skali regułami ekonomicznymi, w różnym stopniu oddziałują na zmiany struktury przestrzennej przemysłu. Dlatego też współczesna struktura przestrzenna przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce jest wypadkową wielu nakładających się na siebie uwarunkowań i bodźców. Jej obraz ma charakter przekrojowy, stąd konieczność jej stałej interpretacji w szerszej skali czasowej.

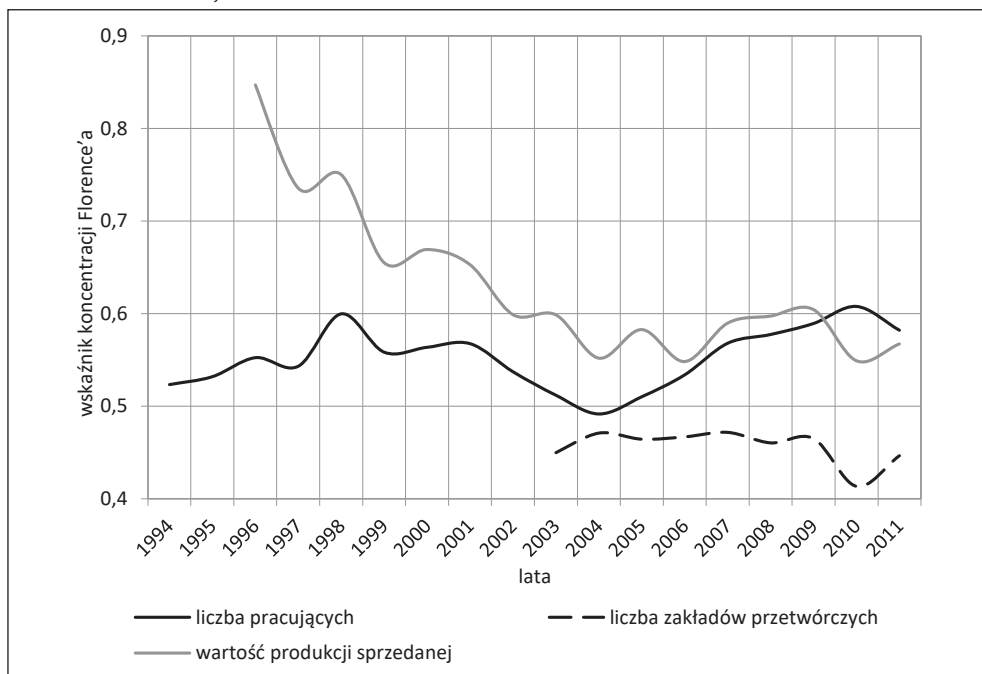
Po przystąpieniu Polski do UE, na skutek braku wymaganych europejskich standardów, część przedsiębiorstw przetwórczych została zlikwidowana, a funkcjonowanie pozostałych zredukowane do rynku lokalnego. W latach 2003–2017 liczba zakładów przetwórczych spadła z 305 do 263. Spadek ten objął w zasadzie wszystkie regiony kraju. Relatywnie największą skalę spadków zanotowały regiony nadmorskie (głównie województwo pomorskie). Duża nieregularność aktywności handlowej przedsiębiorstw, która tłumaczy skokowy charakter spadku wartości wskaźnika koncentracji⁷ w okresie przedakcesyjnym, była związana głównie z niezakończonymi procesami transformacji sektora państwowego oraz adaptacją przetwórci sektora prywatnego do wymogów rynku europejskiego (ryc. 7).

i instytucjach rynku pracy oraz niektórych innych ustaw, będzie możliwość ubiegania się o wydanie zezwolenia na pracę sezonową (do dziewięciu miesięcy w roku kalendarzowym) dla obywateli wszystkich państw trzecich.

⁶ Poza charakteryzowaną grupą funkcjonują również zakłady dopuszczone do sprzedaży bezpośredniej tylko na rynkach lokalnych w kraju. W końcu września 2017 roku w rejestrze Głównego Inspektoratu Weterynarii znajdowało się 908 takich podmiotów gospodarczych. Wśród nich dominują gospodarstwa rybackie i firmy zajmujące się sprzedażą słodkowodnych ryb żywych i świeżych. Tylko niektóre z nich prowadzą wstępną obróbkę ryb. Szacuje się, że spośród wszystkich znajdujących się w tym rejestrze podmiotów gospodarczych przetwórstwem ryb zajmuje się ok. 70 zakładów.

⁷ Wskaźnik koncentracji Florence'a (współczynnik lokalizacji) opisany m.in. w Czaplinski, Rachwał, Tobolska, Uliszak (2008).

Ryc. 7. Zmiany koncentracji przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce w latach 1994–2011 na podstawie wskaźnika koncentracji Florence'a

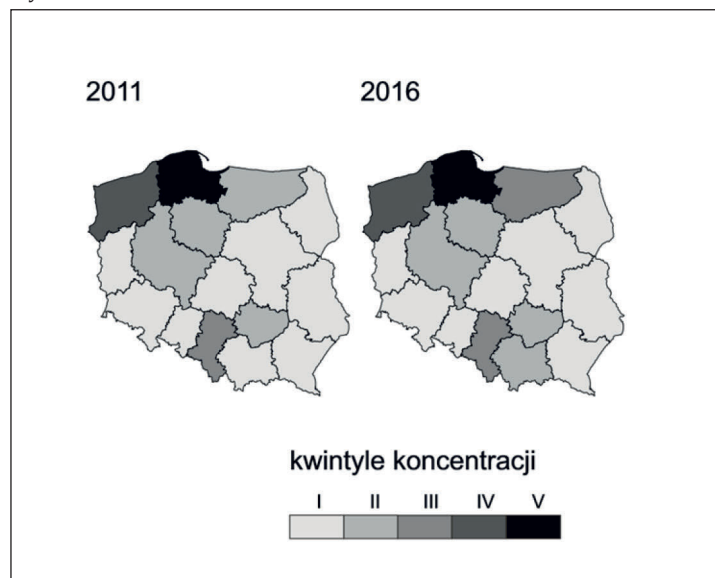


Źródło: opracowanie własne

Ponowny wzrost koncentracji produkcji sprzedanej przetwórstwa w okresie poakcesyjnym (2006–2007), będący skutkiem działania pierwszego sektorowego programu operacyjnego, nie wynikał ze wzrostu produkcji sprzedanej we wszystkich regionach uznawanych wcześniej za wiodące. Znaczny wzrost wartości produkcji sprzedanej uzyskały bowiem przedsiębiorstwa z województw zachodniopomorskiego, wielkopolskiego, podlaskiego i kujawsko-pomorskiego. Natomiast przedsiębiorstwa z województw pomorskiego, a także warmińsko-mazurskiego zaczęły wykazywać spadek wartości produkcji sprzedanej. Za szczególnie interesujący należy uznać okres 2009–2011, w którym początkowo nastąpiły dalsze procesy rozpraszania produkcji przetwórstwa rybnego, a następnie ponowny wzrost koncentracji. Należy to tłumaczyć finalizacją pierwszych inwestycji związanych z działaniem drugiego sektorowego programu operacyjnego oraz przejściem z fazy rozbudowy mocy produkcyjnych do fazy zwiększania efektywności działalności.

Działania inwestycyjne podejmowane w celu podniesienia efektywności funkcjonowania, wykonywane zarówno w regionie nadmorskim, jak i w pozostałych częściach kraju, zwłaszcza w województwach wschodnich i południowych, spowodowały ponowne rozproszenie produkcji sprzedanej (2011–2012). Następny szacowany wzrost koncentracji działalności przetwórczej nastąpił w latach 2013–2014, kiedy to na skutek uruchomienia kolejnej transzy środków z drugiego programu operacyjnego możliwe było wprowadzenie szeregu innowacji, w tym innowacji produktowej, a tym samym wejście w fazę kreatywności. Jako że na innowacje początkowo mogły sobie pozwolić tylko przedsiębiorstwa uznawane za liderów grupy, nastąpił nieznaczny wzrost

Ryc. 8. Koncentracja przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce na podstawie liczby zakładów przetwórczych



Źródło: opracowanie własne

wskaźnika koncentracji. Stan ten nie trwał jednak długo, bowiem na skutek procesu uczenia się i adaptacji do stale zmieniających się warunków rynkowych grupa relatywnie szybko zbliżyła się w ofercie rynkowej do swoich liderów, a w konsekwencji wskaźnik ponownie spadł.

Wydaje się, że kolejną fazą rozwoju będzie oczekiwana faza konsolidacji, możliwa dzięki wdrażaniu kolejnego programu operacyjnego. Powinna ona wpłynąć na ponowny wzrost koncentracji. Należy jednak podkreślić, że amplituda wahań wskaźnika nie przekracza 0,2, dlatego też opisane cyklicznie występujące procesy koncentracji i dekoncentracji, które wpływają na zmienność i nierównomierność przestrzenną jego rozkładu, nie powodują znaczących i trwałych przesunięć przestrzennych, a jednocześnie sygnalizują kolejną fazę rozwoju tej grupy przemysłowej. Średnie wartości wskaźnika obliczone dla liczby pracujących, a także wartości produkcji sprzedanej (mimo wyraźnych różnic między nimi) pozwalają na ocenę koncentracji przetwórstwa rybnego w kategorii koncentracji średniej lub średniowysokiej. Natomiast wskaźnik koncentracji dla liczby zakładów przetwórczych należy zaklasyfikować do średniej kategorii koncentracji. Co interesujące, zmiany koncentracji produkcji sprzedanej w latach 2004–2016 odbywały się przy stale rosnącym wskaźniku koncentracji zatrudnienia i relatywnie stałym wskaźniku liczby zakładów przetwórczych.

W strukturze przestrzennej przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce nadal największe znaczenie mają zakłady przetwórcze z województwa pomorskiego i zachodniopomorskiego⁸ (ryc. 8). Warto jednak zauważyć, że ich udział w ogólnej liczbie przedsiębiorstw nieznacznie, ale sukcesywnie spada. Na koniec 2016 roku wynosił on

⁸ Wymuszona sprawozdawczością agregacja danych na poziomie województw zmusza do dużych uogólnień i nie pozwala na analizę przemian wewnątrzregionalnych.

53%, podczas gdy w 2006 roku – 62%. Natomiast udział obu województw w wartości krajowej produkcji sprzedanej oraz w krajowym zatrudnieniu nie spada, a w ostatnich dwóch latach wykazuje tendencję wzrostową. Może to oznaczać ekspansję przedsiębiorstw nie tylko poprzez zwiększenie produkcji sprzedanej czy zatrudnienia, ale również poprzez procesy konsolidacji, co potwierdzałoby rozpoczęcie kolejnej fazy rozwoju grupy.

ZAKOŃCZENIE

Sprzyjające uwarunkowania społeczno-gospodarcze, jakie pojawiły się przed polskim przetwórstwem rybnym po akcesji Polski do struktur UE, pozwoliły zdecydowanej większości przetwórci na umiejętne wykorzystanie szans rozwojowych. Wiązało się to z efektywnym wykorzystaniem środków unijnych, które pozwoliły zwłaszcza średnim i dużym przedsiębiorstwom na systematycznie wprowadzane zmiany technologiczne, produktowe, marketingowe i zarządcze, a w konsekwencji na wzrost wielkości sprzedaży. Owa cykliczność ma swoje odbicie również w wahaniach wskaźnika koncentracji produkcji sprzedanej. Małe podmioty, korzystając ze środków pomocowych, mogły przetrwać na rynku. Tym samym struktura przestrzenna przedsiębiorstw nie uległa znaczącym zmianom. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że większość dotychczasowych działań w przedsiębiorstwach przetwórczych opierała się na dużych dotacjach zewnętrznych (unijnych). W sytuacji braku tak dużych dotacji istnieje realne zagrożenie konkurencyjności przedsiębiorstw, w tym samodzielnych możliwości sprzedaży produktów. Może to z kolei wymusić proces konsolidacji grupy.

Realnym i stale rosnącym problemem polskiego przetwórstwa rybnego jest również duże uzależnienie od zewnętrznych źródeł surowca oraz zewnętrznych rynków zbytu. Zwłaszcza że zarówno w imporcie, jak i w eksporcie wyraźny jest jeden, dominujący partner. Należałoby więc podjąć próby dywersyfikacji więzi pasywnych i aktywnych przedsiębiorstw np. poprzez poszukiwanie dużych partnerów spoza rynku europejskiego. Takie próby są już podejmowane, ale ich skala jest niewystarczająca. Niewątpliwie wpływ na zmianę silnego uzależnienia polskiego importu i eksportu od jednego partnera handlowego miałaby sygnalizowana wcześniej konsolidacja przedsiębiorstw, zwłaszcza na etapie negocjacji handlowych, a w tym ekonomii skali.

Innym aktualnym problemem polskiego przetwórstwa rybnego jest stale rosnący popyt na wykwalifikowanych pracowników. Jego dynamika na dotychczasowym poziomie może w niedalekiej przyszłości spowodować ograniczenia dalszego rozwoju wielu przedsiębiorstw. Rośnie znaczenie takich czynników, jak koszty pracy i dostępność wykwalifikowanych kadr. Przyczyn wzrostu znaczenia wymienionych czynników należy upatrywać w bardzo tradycyjnym sposobie przetwarzania surowca rybnego. Jego wysoka wrażliwość na obróbkę mechaniczną powoduje, że zakłady przetwórcze korzystają nadal z wieloosobowych taśm produkcyjnych. Ponadto w przetwórstwie rybnym niezwykle cenne są indywidualne, często wynikające z lokalnej tradycji umiejętności obróbki ryb (np. filetowania), które w świetle braku standardu surowca, a jeszcze bardziej upadku polskiego szkolnictwa zawodowego związanego z przetwórstwem rybnym, nabierają specjalnego znaczenia i ceny. Ponadto wysoka pozycja kosztów pracy może oznaczać poszukiwanie nowych miejsc lokalizacji przedsiębiorstw przetwórczych, które nie muszą być związane z atrakcyjną inwestycyjnie, a przez to kosztowną strefą nadmorską.

Wśród wielu zgłaszanych rekomendacji, zarówno przez przedsiębiorców związanych z przetwórstwem rybnym, analityków rynku, jak i przez badaczy tej grupy przemysłowej, istotnymi wydają się być następujące:

- wprowadzanie na rynek nowych, łatwych i szybkich do przyrządzania produktów,
- koordynacja działań przedsiębiorstw poprzez budowę otoczenia instytucjonalnego,
- utrwalanie polskiej marki w kraju i za granicą,
- podniesienie krajowego spożycia ryb.

Reasumując, należy zgodzić się z diagnozą zaprezentowaną przez C. Christowa (2017: 55), który uznał, że „polski przemysł przetwórstwa rybnego dysponuje obecnie wystarczającym potencjałem i jego dalszy rozwój powinien mieć wyłącznie charakter jakościowy...”.

Literatura

References

- Christow, C. (2017, 30 grudnia). *Wyzwania dla przetwórstwa rybnego*. 2 Międzynarodowy Kongres Morski. Wnioski i postulaty. Szczecin. Pozyskano z <http://klastermorski.com.pl/wp-content/uploads/2014/07/Kongres-Morski-2014-Wnioski-i-postulaty-opracowanie-i-prezentacja-prof.-Cz.-Christowa.pdf>
- Czapliński, P. (2011). Funkcjonowanie przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce w okresie kryzysu gospodarczego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 17, 114–128.
- Czapliński, P. (2012). Consolidation strategy in the polish fishing industry in the light of globalization processes and the European integration. W: P. Slaveykov (red.). *Security in the age of global changes*. Sofia: University St. Kliment Ohridski, 236–240.
- Czapliński, P. (2014). Processes of Transformation of Spatial Structure of Fish Processing Industry in Poland. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 25, 151–162.
- Czapliński, P., Rachwał, T., Tobolska, A., Uliszak, R. (2008). *Geografia gospodarcza. Przewodnik do ćwiczeń*. Poznań: Wydawnictwo Bogucki.
- Czapliński, P., Szymańska, W. (2013). The features of economic behavior of the urban population in the ethnic the region of Kashubia (Kashuby / Cassubia). *Miscellanea Geographica – Regional Studies on Development*, 17(2), 30–37. DOI: <https://doi.org/10.2478/v10288-012-0032-3>
- Dutkowski, M. (2002). Fenomen przedsiębiorczości kaszubskiej. W: W. Kosiedowski (red.). *Przedsiębiorczość i innowacyjność jako czynniki rozwoju regionalnego i lokalnego*. Włocławek: LEGA Oficyna Wydawnicza, 495–506.
- Glinka, B. (2008). *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Hryszko, K., Kuzebski, E., Lirski, A. (2014). *Sytuacja na światowym rynku ryb i jej wpływ na rozwój sektora rybnego w Polsce*. Warszawa: Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy.
- Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy (IERiGŻ) (2017). Biuletyn Informacji Publicznej. Pozyskano z <https://www.ierigz.waw.pl/bip>
- Kapusta, F. (2014). Ryby i ich przetwórstwo w Polsce na początku XXI wieku. *Nauki Inżynierskie i Technologie*, 1(12), 59–71. DOI: 10.15611/nit.2014.1.04
- Kieliszewska, M. (2016). Charakterystyka przetwórstwa rybnego w Polsce w latach 2006–2014 na podstawie kwestionariuszy statystycznych RRW-20. W: I. Psuty (red.). *95-lecie Morskiego Instytutu Rybackiego: aktualne tematy badań naukowych. Tom III – Produkty i przetwórstwo rybne*. Gdynia: Wydawnictwo Naukowe MIR, 7–18.

- Kostrzewski, A., Roo-Zielińska, E. (2011). Aktualny stan oraz tendencje rozwoju geografii w Polsce. W: Z. Długosz, T. Rachwał (red.). *Priorytety badawcze i aplikacyjne geografii polskiej*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 9–25.
- Niegolewski, A. (1979). *Ekonomiczne podstawy rozwoju gospodarki rybnej*. Gdańsk: Wydawnictwo Morskie.
- Nowaczyk, P. (2013). Próba ukazania wpływu integracji europejskiej na restrukturyzację polskiej floty rybackiej. *Problemy Światowego Rolnictwa*, 13(28), 172–182.
- Rocznik statystyczny przemysłu*. (2016). GUS: Warszawa.
- Rynek Ryb* (2010–2017). Warszawa: Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, 13–27.
- Szczepaniak, P. (2013). Konkurencyjność polskiego i niemieckiego przemysłu przetwórstwa rybnego na tle wspólnego rynku Unii Europejskiej. W: J. Górski (red.). *Teraz Polska promocja*. Warszawa: Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego, 37–48.
- Szostak, S., Drożdż, J. (2017). Przetwórstwo. W: P. Szajner (red.). *Analizy rynkowe. Rynek ryb – stan i perspektywy*. Warszawa: Dział Wydawnictw Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowego Instytutu Badawczego, 24–27.
- Śleszyński, P. (2016). Spór o polską geografę: diagnoza, ocena i propozycje naprawy. W: A. Suliborski (red.). *Stan, perspektywy i strategia rozwoju geografii społeczno-ekonomicznej w najbliższych latach (do 2030 roku)*. *Dyskusja międzypokoleniowa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 133–156.
- Wspólna polityka rybołówstwa UE w liczbach. Podstawowe dane statystyczne* (2016). Luksemburg: Urząd Publikacji UE.
- Zioło, Z. (1997). Miejsce struktury przestrzennej przemysłu w przestrzeni geograficznej. W: *Geografia, człowiek, gospodarka. Profesorowi Bronisławowi Kortusowi w 70 rocznicę urodzin*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński, 125–132.
- Zioło, Z. (2006). Problematyka badawcza efektów restrukturyzacji polskiej przestrzeni przemysłowej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 9, 11–19.

Paweł Czapliński, dr habilitowany nauk o Ziemi w dyscyplinie geografia, w specjalności geografia ekonomiczna. Od 2014 roku na Wydziale Nauk o Ziemi Uniwersytetu Szczecińskiego. Członek rad redakcyjnych czasopism: „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”, „Przedsiębiorczość–Edukacja” oraz „Rocznik Naukowy Państwowego Uniwersytetu w Chersoniu – Seria Geografia”. Autor ponad 80 publikacji i monografii z zakresu transformacji struktur przestrzennych przemysłu północnej Polski, funkcjonowania i perspektyw rozwoju przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce, przedsiębiorczości młodzieży i osób starszych na obszarach wiejskich oraz wybranych aspektów z zarządzania i administracji samorządowej.

Paweł Czapliński, Ph.D., associate professor of Earth Sciences (economic geography). Since 2014 in the Faculty of Geosciences, University of Szczecin. Member of the editorial board of journals: *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*, *Entrepreneurship – Education and Scientific Journal of the Kherson State University – Geography*. Author of more than eighty publications and monographs on transformation of spatial structures of industry in Northern Poland, performance and prospects of the development of the fish processing industry in Poland, entrepreneurship of young people and the elderly in rural areas and some aspects of the management and administration of local government.

Adres/address:

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Nauk o Ziemi
Pracownia Geoanaliz Społeczno-Gospodarczych
ul. Mickiewicza 18/118, 70-383 Szczecin, Polska
e-mail: pawel.czaplinski@usz.edu.pl

KRZYSZTOF SALA

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

Przemysłowe wykorzystanie energii geotermalnej w Polsce na przykładzie geotermalnego zakładu ciepłowniczego w Bańskiej Niżnej

Industrial Use of Geothermal Energy in Poland Based on the Example of a Geothermal Heating Plant in Bańska Niżna

Streszczenie: Energetyka geotermalna może stanowić interesujące pod wieloma względami źródło energii odnawialnej. Wśród jej wielu rozmaitych zastosowań na uwagę zasługuje wykorzystanie przemysłowe. Celem i przedmiotem artykułu było ukazanie znaczenia odnawialnego źródła energii, jakim jest energia geotermalna, w wykorzystaniu przemysłowym na terenie Polski. Praca powstała na podstawie dostępnej zwartej literatury książkowej, danych statystycznych oraz publikacji i wiadomości netograficznych. W artykule ukazano zasady funkcjonowania energetyki geotermalnej, jej rolę i znaczenie dla gospodarek na świecie i w Polsce. Wymieniono te kraje, które w największym stopniu wykorzystują praktycznie instalacje geotermiczne. Dokonano zestawienia przesłanek i barier wynikających z wykorzystywania geotermiki. Szczególną rolę w niniejszej publikacji poświęcono przemysłowemu wykorzystywaniu energetyki geotermalnej w Polsce. Jako przykład wybrano pierwszy zakład geotermalny na terenie naszego kraju – w miejscowości Bańska Niżna. Zaprezentowane dane zostały zilustrowane przy pomocy tabel i wykresów. Metodą badawczą użytą w artykule była analiza danych zastanych oraz krytyka piśmiennicza. Tezę, jaką postawiono w publikacji, jest założenie, że energetyka geotermalna może stanowić ważne źródło energii w wykorzystaniu przemysłowym. Należy jednak brać pod uwagę zarówno jej zalety, jak i mankamenty. Wyniki analizy danych zastanych pozytywnie zweryfikowały postawioną tezę.

Abstract: Geothermal energy can be an interesting source of renewable energy in many respects. Among its numerous uses, industrial use is most desired. The aim and purpose of the article was to show the importance of renewable energy sources i.e. geothermal energy in industrial use in Poland. The work was based on the use of compact book literature, statistical data, as well as on the basis of Internet sources of information and publications. The publication presents the nature of the geothermal power industry, its role and significance for economies in the world and in Poland. Countries that make the most use of geothermal installations are mentioned. Conditions and barriers resulting from the use of geothermal energy are presented. A special place in this publication is given to the industrial use of geothermal power in Poland. As an example, the first geothermal plant was established in our country in Bańska Niżna. The presented data is illustrated with tables and graphs. The research method used in the article was the analysis of existing data and literature review. The assumption that geothermal energy can be an important source of energy for industrial use is the thesis. However, it must take into account both its advantages and shortcomings. The study positively verified the thesis.

Słowa kluczowe: energetyka odnawialna; geotermia; produkcja; przemysł; rozwój zrównoważony
Keywords: geothermic; industry; production; renewable energy; sustainable development

Otrzymano: 23 października 2017

Received: 23 October 2017

Zaakceptowano: 14 maja 2018

Accepted: 14 May 2018

Sugerowana cytacja/ Suggested citation:

Sala, K. (2018). Przemysłowe wykorzystanie energii geotermalnej w Polsce na przykładzie geotermalnego zakładu ciepłowniczego w Bańskiej Niżnej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 73–82. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.5>

WSTĘP

Wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii wpisuje się w leżącą w polu zainteresowań wielu organizacji międzynarodowych koncepcję zrównoważonego rozwoju. W ramach polityki klimatycznej Polska zobowiązała się do wytwarzania 15% energii z odnawialnych źródeł do 2020 roku.

Celem i przedmiotem publikacji było przedstawienie roli alternatywnego źródła energii, jakim jest energia geotermalna, w wykorzystaniu przemysłowym w Polsce. Publikacja powstała na podstawie ogólnodostępnej literatury, danych statystycznych oraz wiadomości netograficznych.

W artykule przedstawiono zasady funkcjonowania energetyki geotermalnej, jej rolę i funkcje dla gospodarek na świecie i w Polsce. Wskazano kraje, które w największym stopniu korzystają z instalacji geotermicznych. Opisano zalety wykorzystywania geotermiki, jak również jej mankamenty. Szczególną uwagę poświęcono przemysłowemu wykorzystywaniu energetyki geotermalnej do dostarczania ciepła na przykładzie pierwszego zakładu geotermalnego w Polsce w miejscowości Bańska Niżna. Dane zostały zilustrowane przy pomocy tabel i wykresów. Metoda badawcza zastosowana w publikacji to analiza danych zastanych oraz krytyka piśmiennicza.

Z literatury, netografii i danych statystycznych wynika jasno, że energetyka geotermalna może stanowić ważne źródło energii w wykorzystaniu przemysłowym. Jednakże należy mieć świadomość zarówno jej zalet, jak i mankamentów.

Autor prezentuje analizę danych statystycznych i dostępnych materiałów dotyczących wykorzystywania energetyki geotermalnej, ocenia obecną sytuację, a także dokonuje próby oceny przyszłości energetyki geotermicznej w Polsce.

ENERGETYKA GEOTERMALNA JAKO ŹRÓDŁO ENERGII

Energetyka geotermalna, zwana również energetyką geotermiczną lub geotermią, stanowi taki rodzaj energetyki, który polega na wykorzystaniu energii termicznej skał znajdujących się we wnętrzu Ziemi. W przypadku energetyki geotermicznej powszechnie wykorzystuje się fakt, że temperatura Ziemi rośnie wraz z głębokością, osiągając 6600°C w samym jądrze. Około 20% energii cieplnej wnętrza Ziemi pochodzi z kontrakcji grawitacyjnej w okresie formowania się planety, pozostałe 80% zaś – z rozpadu radioaktywnych izotopów potasu (^{40}K), uranu (^{238}U i ^{235}U) i toru (^{232}Th), który zachodzi w płaszczu ziemskim (Anuta, 2006). Niewielki wkład w ciepło skorupy ziemskiej ma też tarcie wewnętrzne wywołane siłami pływowymi i zmianami w prędkości obrotowej Ziemi.

Energia geotermalna wydostaje się na powierzchnię Ziemi w sposób naturalny z mocą określaną na ok. 46 TW (Hollenbach, Herndon, 2001). Średni strumień geotermalny jest niewielki i szacowany na ok. 0,063 W/m² (Richards, Duncan, Courtillot, 1989). Biorąc jednak pod uwagę ogromną objętość Ziemi, jej zasoby geotermalne są niemal niewyczerpane.

Średni wzrost temperatury w kierunku środka Ziemi (gradient) wynosi 25 K/km. W przypadku eksploatacji bezpośredniej istotne są tzw. rejony hipertermiczne (gradient większy od 80 K/km) i semitermiczne (od 40 do 80 K/km). Rejony hipertermiczne to przede wszystkim obszary o dużej zawartości pierwiastków radioaktywnych, obszary występowania skał o bardzo dużej przewodności cieplnej oraz zasobów magmy i wód geotermalnych. W tych rejonach zasoby geotermalne występują jako petrotermiczne (energia zgromadzona w skałach) i hydrotermiczne (w wodzie). Inaczej rzecz ujmując, energia geotermalna to ciepło pozyskane z wnętrza Ziemi w postaci gorącej wody lub pary wodnej. Zasoby geotermalne to ciepło o temperaturze co najmniej 20°C (Lewandowski, 2006).

Według niektórych źródeł zasoby geotermiczne mają zazwyczaj żywotność określaną od 30 do 60 lat, co powoduje, że w literaturze światowej dominuje pogląd o quasi-odnawialności geotermii (Kaczmarczyk, 2009). Geotermia jest pobierana za pomocą odwiertów, do których wtłaczana jest chłodna woda i odbierana gorąca, nagrzana od gorących skał. Występuje również jako naturalne źródło ciepła w źródłach termalnych.

Wody geotermalne mogą być wykorzystywane głównie w następujący sposób:

- lecznictwo uzdrowiskowe,
- ciepłownictwo i źródło ciepłej wody,
- produkcja energii elektrycznej,
- kąpieliska i ośrodki rekreacyjne,
- suszenie produktów rolnych,
- hodowla ryb i innych zwierząt,
- pompy ciepła.

Energię geotermalną wykorzystuje się w ok. 80 krajach, a łączna moc działających elektrowni geotermalnych była szacowana w 2012 roku na 11,4 GW. Stanowi ona najważniejsze źródło energii w przypadku takich krajów, jak Islandia (30%) czy Filipiny (27%). Ponadto do krajów o największej mocy instalacji geotermalnych zaliczyć należy USA, Indonezję, Włochy, Meksyk, Nową Zelandię oraz Japonię.

Na Islandii działa pięć większych elektrowni geotermalnych, które dostarczają 26,2% krajowej produkcji energii elektrycznej (2010). Dodatkowo gorąca woda wykorzystywana jest do ogrzewania blisko 87% budynków w kraju. Koszty jej uzyskania są względnie niskie, stąd też w zimie niektóre chodniki w Reykjavíku czy Akureyri są podgrzewane. W Polsce instalacje geotermalne funkcjonują w całym kraju, natomiast pierwsze powstały na Podhalu.

Tak jak w przypadku wszystkich rodzajów źródeł energii, energetyka geotermiczna ma swoje zalety i wady. Do najważniejszych jej zalet zaliczyć należy niską szkodliwość dla środowiska. W przypadku poprawnego działania nie powoduje bowiem żadnych zanieczyszczeń. Zasoby energii geotermalnej są, w przeciwieństwie do energii wiatru czy energii słońca, dostępne zawsze, niezależnie od warunków pogodowych, co wpływa na opłacalność inwestycji i stosunkowo niskie koszty eksploatacji. Inne zalety geotermiki to:

- pokłady energii geotermalnej mają charakter lokalny, co powoduje, że mogą być pozyskiwane w pobliżu miejsca użytkowania,
- elektrownie geotermalne, w przeciwieństwie do zapór wodnych czy wiatraków, nie wywierają niekorzystnego wpływu na krajobraz.
- Wśród najważniejszych wad związanych z geotermiką należy wspomnieć o jej małej dostępności. Idealne warunki do wykorzystania zasobów geotermalnych występują tylko w niewielu miejscach. Kolejny mankament to konieczność poniesienia dużych nakładów inwestycyjnych na budowę instalacji, co podobnie jak w poprzednim przypadku wpływa na opłacalność. Inne wady geotermiki to:
- efektem ubocznym korzystania z instalacji jest niebezpieczeństwo zanieczyszczenia atmosfery, a także wód powierzchniowych i głębinowych przez szkodliwe gazy i minerały,
- istnieje ryzyko przemieszczenia się złóż geotermalnych.

PRZEMYSŁOWE WYKORZYSTANIE GEOTERMII W POLSCE

Zasoby energii geotermalnej w Polsce są związane z wodami podziemnymi w różnego wieku formacjach na Niżu Polskim, w Karpatach wewnętrznych (Podhale), a także w niektórych lokalizacjach w Sudetach, Karpatach zewnętrznych i w Zapadniku przedkarpackim (Górecki, 2006), (ryc. 1).

Polska ma bardzo dobre warunki geotermalne, mimo że leży poza obszarami wulkanicznymi. Ponad 80% powierzchni kraju pokrywają trzy prowincje geotermalne: centralnoeuropejska (Niżu Polskiego), przedkarpacka i karpacka. Temperatura wody dla tych obszarów wynosi od 30 do 130°C (a lokalnie nawet 200°C), a głębokość występowania w skałach osadowych od 1 do 10 km. Naturalny wypływ zdarza się bardzo rzadko (Sudety – Cieplice, Łądek Zdrój) (Majorowicz, 1971).

Prowincja Niżu Polskiego zajmuje powierzchnię 222 tys. km² i zawiera siedem regionów geotermalnych (zbudowanych ze skał w wieku od paleozoiku do kredy). Temperatury złożowe wynoszą od 30 do 130°C (głębokości 1–3 km). Mineralizacja ogólna wód waha się w szerokim zakresie od 1 do 300 g/l. Zasoby geotermalne zostały oszacowane na ponad 6225 km³ wód zawierających energię cieplną równoważną 32 458 mln t (Bujakowski, 2003).

Prowincja przedkarpacka zajmuje powierzchnię 17 tys. km². Wody geotermalne występują w skałach mezozoiku i trzeciorzędu. Temperatury złożowe wynoszą od 25 do 50°C. Mineralizacja ogólna wód jest zmienna, wahając się od 1 do 100 g/l. Zasoby geotermalne zostały oszacowane na ponad 361 km³ wód zawierających energię cieplną równoważną 1555 mln t.

Prowincja karpacka zajmuje powierzchnię 12 tys. km². Wody geotermalne występują w skałach mezozoiku i trzeciorzędu. Mineralizacja ogólna wód zmienia się od 0,1 do 100 g/l. Zasoby geotermalne oszacowano na ponad 100 km³ wód zawierających energię cieplną równoważną 714 mln t (Sokołowski, 1988).

Możliwości wykorzystania wód geotermalnych dotyczą 40% obszaru kraju – wydobycie jest opłacalne, gdy do głębokości 2 km temperatura osiąga 65°C, zasolenie nie przekracza 30 g/l, a także gdy wydajność źródła jest odpowiednia (Ciechanowicz, Szczukowski, 2006).

Ryc. 1. Instalacje geotermalne w Polsce (2015)



1 – systemy ciepłownicze (c.o.), 2 – uzdrowiska stosujące wody geotermalne, 3 – ośrodki rekreacyjne, 4 – ośrodki rekreacyjne i balneoterapeutyczne w różnych stadiach realizacji, 5 – hodowla ryb, 6 – projekty instalacji kogeneracyjnych (początkowe stadia)

Źródło: Kępińska (2016)

Geotermia powinna znaleźć lepsze warunki rozwoju dzięki wprowadzeniu nowego prawa energetycznego, zgodnie z którym lokalna administracja jest odpowiedzialna za zarządzanie rynkiem ciepłowniczym na swoim terenie (Wilczyński, 2016).

Pierwsze zakłady ciepłownicze w Polsce zaczęły powstawać na początku lat dwudziestych XX wieku. Pionierem w praktycznym zastosowaniu geotermiki w Polsce był wybitny geolog profesor Julian Sokołowski. W latach 1986–2004 roku, pracując w Polskiej Akademii Nauk w Krakowie, dokonał pierwszej w Polsce oceny zasobów energii geotermicznej złóż do głębokości 3 tys. m, 5 tys. m i 7 tys. m oraz zaprojektował i zbudował pierwszy w Polsce zakład geotermalny (Zimny, 2008). Pierwszy zakład uruchomiono na południu Polski w Bańskiej Niżnej (tab. 1).

Tab. 1. Geotermalne zakłady ciepłownicze w Polsce w 2017 roku

Lokalizacja	Rok uruchomienia	Moc/moc docelowa	Oficjalne nazwy poszczególnych zakładów
Bańska Niżna	1993	4,5/70 MJ/s	PEC Geotermia Podhalańska SA
Pyrzyce	1997	15/50 MJ/s	Geotermia Pyrzyce Sp. z o.o.
Mszczonów	1999	7,3 MJ/s	Geotermia Mazowiecka SA
Uniejów	2001	2,6 MJ/s	Geotermia Uniejów im. Stanisława Olasa Sp. z o.o.
Stargard	2005	14 MJ/s	G-Term Energy Sp. z o.o.
Poddębice	2012	10 MJ/s	Geotermia Poddębice Sp. z o.o.
Toruń	w budowie	x	x

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Kubski (2017) i Kępińska (2016)

Pod koniec 2011 roku całkowita moc ciepłowni geotermalnych w Polsce wynosiła 144 MWt, z czego 61 MWt przypadało na geotermię. Jak informuje Polskie Stowarzyszenie Geotermiczne, tylko w 2010 roku całkowita sprzedaż ciepła wyniosła blisko 551 TJ, z czego 370 TJ stanowiło ciepło geotermalne, a pozostała część pochodziła ze źródeł szczytowych (gazu ziemnego, oleju opałowego, biomasy). W Polsce istnieje wiele miejscowości o korzystnych warunkach do rozwoju geotermiki (tab. 2).

Tab. 2. Miasta o najkorzystniejszych w Polsce warunkach do budowy ciepłowni geotermalnych

Bardzo dobre warunki do budowy ciepłowni geotermalnych	Dobre warunki do budowy ciepłowni geotermalnych	Stosunkowo dobre warunki do budowy ciepłowni geotermalnych
Oborniki Wlkp.	Rogoźno	Gniezno
Janikowo	Wągrowiec	Konin
Kruszwica	Murowana Goślina	Mogilno
Koło	Sieradz	Żnin
Poddębice	Ozorków	Trzemeszno
Aleksandrów Łódzki	Pabianice	Łowicz
Konstantynów Łódzki	Uniejów	Nowy Dwór Mazowiecki
Łódź	Żychlin	Skierniewice
Zgierz	Sochaczew	Grodzisk Mazowiecki
Piotrków Tryb.	Lipno	Toruń
Żyrardów	Golub-Dobrzyń	Dębno
Szczecin	Choszczno	Recz
Police	Gryfino	Barlinek
Goleniów	Gostynin	Myślibórz

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Potencjał energii...* (2017)

GEOTERMALNY ZAKŁAD CIEPŁOWNICZY W BAŃSKIEJ NIŻNEJ JAKO PRZYKŁAD PRZEMYSŁOWEGO WYKORZYSTYWANIA GEOTERMII

Bańska Niżna to wieś położona w województwie małopolskim, w powiecie nowotarskim, w gminie Szaflary. Jest ona pierwszą w Polsce wsią ogrzewaną energią geotermalną. W latach osiemdziesiątych XX wieku prowadzono na jej terenie badania mające na celu wykrycie złóż ropy naftowej. Ostatecznie zamiast na ropę, natrafiono na ciepłą wodę pochodzącą z okresu eocenu numulitowego. Odkryte ujęcia wód termalnych

charakteryzują się wyjątkowo wysoką w skali Polski temperaturą – Bańska PGP-1 o temperaturze 86°C i zasobności 550 m³/h, jak również ujęcie Bańska IG-1 o zasobach 120 m³/h i temperaturze 82°C (Chowaniec, 2013).

Pierwsze prace dotyczące ciepłowniczego wykorzystania energii geotermalnej w Bańskiej Niżnej podjęte zostały przez Polską Akademię Nauk na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku. Za sprawą znanego polskiego geologa naftowego profesora Juliana Sokołowskiego zaprojektowano, a następnie zbudowano pierwszy w Polsce zakład geotermalny. Początkowo miał on służyć potrzebom społeczności Białego Dunajca. Jednak po odrzuceniu tej propozycji przez mieszkańców z zakładu skorzystała wieś Bańska Niżna. W 1993 roku do systemu opartego na dublecie otworów geotermalnych podłączono pierwszych pięć budynków. Do 1995 roku ogrzewanie geotermalne objęło większość administracyjnego obszaru wsi.

W grudniu 1993 roku powołano spółkę Geotermia Podhalańska. Głównym celem jej działania była redukcja zanieczyszczenia powietrza i poprawa stanu środowiska naturalnego regionu poprzez ogrzewanie geotermalne (Ślimak, 2016). W 1996 roku rozpoczęła się budowa Ciepłowni Geotermalnej w Bańskiej Niżnej i powstało trzy i pół kilometra linii przesyłowej do Zakopanego. Do sieci ciepłowniczej przyłączyło się 27 odbiorców z Białego Dunajca. Rok 1997 przyniósł zakończenie wiercenia otworów Bańska PGP-1 i Białą Dunajec PGP-2, a także wyliczenie zasobów eksploatacyjnych dla całej Niecki Podhalańskiej. Dynamiczny rozwój przedsięwzięcia skutkowało w 1998 roku fuzją przedsiębiorstw PEC Tatry i Geotermia Podhalańska, w wyniku której powstało Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Geotermia Podhalańska.

Spółka PEC Geotermia Podhalańska SA prowadzi działalność w zakresie wytwarzania, przesyłu, dystrybucji ciepła oraz wytwarzania energii elektrycznej w kogeneracji – w ramach jednego systemu energetycznego obejmującego trzy źródła ciepła: ciepłownię geotermalną w Bańskiej Niżnej, kotłownię centralną i kotłownię Pardałówka w Zakopanem oraz miejską sieć ciepłowniczą. Zainstalowana moc cieplna wynosi 81,5 MW (w tym 40,7 MW w Ciepłowni Geotermalnej, 38 MW w Kotłowni Centralnej oraz 2,8 MW w Kotłowni Pardałówka).

Rok 2000 to okres dalszego dynamicznego rozwoju przedsiębiorstwa, które miało już 212 odbiorców indywidualnych i 51 dużych. Produkowane ciepło ogrzewało 119 bloków mieszkalnych. W roku 2001 dokończono budowę ważnej magistrali ciepłowniczej Bańska Niżna–Zakopane i uruchomiono ciepłownię geotermalną w Bańskiej. W efekcie zlikwidowana została ostatnia uciążliwa kotłownia opalana koksem w Zakopanem. W tym samym roku rozpoczęto również budowę parku wodnego w Zakopanem. Lata 2002–2003 to wzrost sprzedaży ciepła w skali roku do poziomu 244 TJ.

W 2004 roku odbiorcą ciepła stał się pierwszy otwarty basen kąpielowy na Polanie Szymoszkowej. W latach 2005–2006 nastąpił dalszy wzrost sprzedaży ciepła – do poziomu 297 TJ w skali roku. W 2006 roku działalność rozpoczął park wodny w Zakopanem, który stał się największym odbiorcą ciepła od PEC Geotermia Podhalańska. W 2007 roku ciepłownia geotermalna pozyskała kolejnego znaczącego odbiorcę, jakim stał się kompleks turystyczno-rekreacyjny Termy Podhalańskie (Bujakowski, 2010).

Sukcesem zakończyły się starania o uruchomienie chłodni wentylatorowych, które pozwalają na częściowy zrzut wód termalnych do cieku powierzchniowego i zwiększenie mocy produkcyjnych. Została również z powodzeniem przedłużona do 2019 roku

koncesja na wytwarzanie, przesyłanie i dystrybucję ciepła. W 2008 roku, a więc 15 lat po uruchomieniu, spółka osiągnęła sprzedaż ciepła na poziomie 324 TJ w skali roku.

W latach 2008–2015 nastąpił szybki przyrost przychodów spółki. Uzyskano je dzięki dynamicznemu rozwojowi przyłączy ciepłowniczych oraz uruchomieniu produkcji energii elektrycznej w kogeneracji z zastosowaniem generatorów gazowych. Zwiększenie sprzedaży przełożyło się na wyraźną poprawę wyników ekonomicznych. Spółka uzyskała stabilizację ekonomiczną.

Spółka corocznie przyłącza do sieci ciepłowniczej kilkudziesięciu nowych odbiorców. Szacuje się, że obecnie udział ciepła geotermalnego wynosi ok. 35% rynku ciepła w Zakopanem. Natomiast warto podkreślić, iż w Bańskiej Niżnej – pierwszej w Polsce miejscowości, w której uruchomiono ogrzewanie geotermalne – ponad 80% budynków korzysta z ciepła geotermalnego. Dzięki działaniom PEC Geotermia Podhalańska SA osiągnięto znaczący efekt ekologiczny. W latach 1999–2015 zredukowano emisję CO₂ do atmosfery o ponad 450 tys. t, ograniczono stężenie SO₂ oraz zredukowano stężenie pyłu zawieszonego.

Ciepłownia geotermalna w Bańskiej Niżnej o zainstalowanej mocy cieplnej 41 MWT wytwarza ciepło grzewcze i użytkowe, wykorzystując energię zgromadzoną w wodach termalnych wydobywanych trzema odwiertami produkcyjnymi. Z odwiertów woda doprowadzana jest rurociągiem DN300 do wymienników ciepła. Następnie woda termalna, od której woda sieciowa odzyska ciepło, odprowadzana jest rurociągiem zrzutowym DN300 do pompowni geotermalnej, gdzie po przejściu przez filtry jest zatłaczana do złoża poprzez dwa otwory chłonne. Istnieje możliwość zrzutu części wody termalnej do ciekłu powierzchniowego po wcześniejszym jej schłodzeniu w chłodniach wentylatorowych. Energia geotermalna w Bańskiej Niżnej poza ogrzewaniem domów jest wykorzystywana do:

- ogrzewania basenów kąpielowych,
- celów rolniczych i przemysłowych,
- ogrzewania szklarni,
- ogrzewania stawów rybnych (hodowla sumów afrykańskich),
- przyspieszenia procesu suszenia drewna.

Sieć ciepłownicza składa się z rurociągu centralnego, pompowni wody sieciowej i trzech przepompowni z układami redukcji ciśnień w układzie, które niwelują negatywny wpływ dużych różnic położenia nad poziom morza poszczególnych fragmentów ciepłociągu. Rurociąg centralny z Bańskiej Niżnej do Zakopanego liczy obecnie 15 km długości. Jego straty ciepła na tym odcinku nie przekraczają 2–3°C.

Źródło geotermalne jest uzupełniane zasilaniem szczytowym, w skład którego wchodzi dwa kotły gazowe z ekonomizerami (każdy o mocy 10 MWT), kocioł gazowo-olejowy o mocy 15 MWT oraz trzy agregaty gazowe kogeneracyjne o łącznej mocy 2,1 MWT. Łączna moc źródła szczytowego wynosi 39,1 MWT (Bujakowski, Kępińska, Ney, Malenta, Kozłowski, 2006). Obecnie do sieci ciepłowniczej podłączonych jest 490 odbiorców indywidualnych i 146 wielkoskalowych, a także 27 osiedlowych kotłowni węglowych i koksowych.

Rosnąca liczba nowych użytkowników powoduje zmniejszenie emisji szkodliwych gazów do atmosfery, w tym dwutlenku węgla, którego ograniczenie emisji przekroczyło już poziom 22 148 t w skali roku (Bujakowski, Kępińska, Ney, Malenta, Kozłowski, 2006).

PODSUMOWANIE

Energetyka geotermalna może stanowić godne uwagi alternatywne źródło energii w Polsce. Jej liczne korzyści dla bilansu energetycznego czy ekologii są oczywiste i trudne do przecenienia. Geotermia wpisuje się w zasady zrównoważonego rozwoju. Pozwala na likwidację nieekologicznych źródeł energii, jednocześnie zapewniając tanie źródło energii. Może przynosić wymierne korzyści lokalnym społecznościom, władzom samorządowym, a także turystom.

Biorąc pod uwagę korzystne warunki geotermalne w Polsce, należy się spodziewać rozwoju zakładów geotermicznych w kraju. Omawiany w publikacji zakład w Bańskiej Niżnej stał się katalizatorem przemysłowego wykorzystania geotermiki w Polsce. Stanowi wzór do naśladowania dla innych tego typu inwestycji w Polsce.

Literatura

References

- Anuta, J. (2006) (2017, 23 października). *Probing Question: What heats the earth's core?* Pozyskano z physorg.com
- Bujakowski, W. (2003). *Energia geotermalna – przegląd polskich doświadczeń. Systemy energetyczne wykorzystujące, czyste, odnawialne źródła energii na przykładzie energii geotermalnej*. Kraków.
- Bujakowski, W. (2010). Wykorzystanie wód termalnych w Polsce (stan na rok 2009). *Przegląd Geologiczny*, 58(7).
- Bujakowski, W., Kępińska, B., Ney, R., Malenta, Z., Kozłowski, T. (2006). Opis funkcjonujących instalacji geotermalnych w Polsce W: W. Górecki (red.). *Atlas zasobów geotermalnych na Niżu polskim*. Kraków: Wydawnictwo Katedry Surowców Energetycznych Akademii Górniczo-Hutniczej.
- Chowaniec, J. (2013). Obieg wody w skali regionalnej Tatr i Podhala ze szczególnym uwzględnieniem fazy podziemnej. W: Joanna Pociask-Karteczka (red.). *Z badań hydrologicznych w Tatrach*. Zakopane: Tatrzański Park Narodowy.
- Ciechanowicz, W., Szczukowski, S. (2006). *Paliwa i energia XXI wieku szansą rozwoju wsi i miast*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza WIT.
- Górecki, W. (red.). (2006). *Atlas zasobów geotermalnych na Niżu Polskim*. Kraków: Wydawnictwo Katedry Surowców Energetycznych Akademii Górniczo-Hutniczej.
- Hollenbach, D.F., Herndon, J.M., (2001). Deep-Earth reactor: Nuclear fission, helium, and the geomagnetic field. *PNAS*, 20(98).
- Kaczmarczyk, M. (2009). Podstawy geotermii. *GLOBEnergia*, 2.
- Kępińska, B. (2016). Przegląd stanu wykorzystania energii geotermalnej w Polsce w latach 2013–2015. Kraków: *Technika Poszukiwań Geologicznych Geotermia, Zrównoważony Rozwój 1*.
- Kubski, P. (2017, 23 października). *Ciepłownia geotermalna w Stargardzie szczecińskim i jej upadek*. Pozyskano z http://www.cire.pl/pliki/2/ciepl_geotermalna.pdf
- Lewandowski, W. (2006). *Proekologiczne odnawialne źródła energii*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 254, 255.
- Majorowicz, J. (1971). Przebieg wartości stopnia geotermicznego w Polsce w przedziale głębokości 200–2500 m. *Kwartalnik Geologiczny*, 15(4).
- Potencjał energii geotermalnej i kierunki jej wykorzystania* (2017, 25 października). Materiały z wykładu. Politechnika Częstochowska. Pozyskano z http://www.plan-rozwoju.pcz.pl/wyklady/ener_srod/rozdzial4.pdf
- Richards, M.A., Duncan, R.A., Courtillot, V.E. (1989). Flood Basalts and Hot-Spot Tracks: Plume Heads and Tails. *Science* 4926(246).
- Sokołowski, J. (1988). Warunki występowania wód geotermalnych w Polsce i program ich wykorzystania na Podhalu. *Technika Poszukiwań Geologicznych, Geosynoptyka i Geotermia*, 1–2.

- Ślimak, C. (2016). *PEC Geotermia Podhalańska – stan obecny, perspektywy rozwoju*. Pozyskano z <http://www.cire.pl/pliki/2/9141art.pdf>
- Wilczyński, M. (2016). *Geotermia w Polsce – perspektywiczne źródło energii?* Pozyskano z <http://www.reo.pl/komentarze/geotermia-w-polsce-perspektywiczne-zrodlo-energii--Ro9XX0>
- Zimny, J. (2008, 1 października). Profesor Julian Sokołowski – odkrywca polskiej geotermii. *Nasz Dziennik*.

Krzysztof Sala, dr, adiunkt, Wydział Politologii, Instytut Prawa, Administracji i Ekonomii, Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej. Absolwent międzynarodowych stosunków gospodarczych (specjalność studia europejskie) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie (studia magisterskie) zakończonych dyplomem na podstawie pracy *Realizacja polityki ekorozwoju w krajach skandynawskich*, podyplomowych studiów w zakresie zarządzania jakością i ochroną środowiska w Wyższej Szkole Zarządzania i Bankowości w Krakowie oraz Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, zakończone uzyskaniem tytułu doktora nauk ekonomicznych na podstawie rozprawy *Nowe rodzaje turystyki jako przejaw postmodernizmu zachowań konsumenckich w Polsce*. Wieloletnie doświadczenie w praktyce gospodarczej na różnych stanowiskach zawodowych, w tym stanowiskach menedżerskich. Do głównych obszarów zainteresowań zalicza politykę gospodarczą i turystyczną Polski i Unii Europejskiej, przedsiębiorczość w sektorze małych i średnich firm oraz zarządzanie strategiczne.

Krzysztof Sala, Ph.D., Research Assistant, Institute of Law, Administration and Economics, Department of Economics and Economic Policy Pedagogical University of Cracow. A graduate of International Economic Relations (specialization European Studies) at the Cracow University of Economics (MA) with a paper entitled *Implementation of the policy of sustainable development in the Nordic countries*, postgraduate studies in the field of quality management and environmental protection at School of Management and Banking in Krakow and the College of Management and Finance School of Economics in Warsaw, leading to a doctoral degree in economic sciences for the thesis *New types of tourism as a manifestation of postmodern consumer behavior in Poland*. He is experienced in business, including managerial positions. The main areas of his interest include economic policy and tourism of Poland and European Union, entrepreneurship in small and medium-sized businesses, and strategic management.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Wydział Politologii
Instytut Prawa, Administracji i Ekonomii
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: krzysztofsal@onet.pl

MIROŚLAW WÓJTOWICZ

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

Rola przemysłu samochodowego w industrializacji i motoryzacji Wenezueli

The Role of the Automotive Industry in the Development of Industrialization and Motorization in Venezuela

Streszczenie: Celem artykułu jest określenie roli przemysłu samochodowego w procesie industrializacji oraz rozwoju motoryzacji w Wenezueli. Kraj ten dopiero na początku XX wieku wkroczył na drogę uprzemysłowienia, reinwestując część środków uzyskanych z eksportu ropy naftowej. Sektor naftowy stopniowo stał się głównym źródłem dochodów, które można było przeznaczyć na rozwój kraju oraz innych niż naftowa dziedzina gospodarki. Z drugiej strony nadmierna dominacja sektora naftowego okazała się szkodliwa dla rozwoju innych sektorów, a szczególnie przemysłu przetwórczego. Przemysł samochodowy, odnoszący początkowo sukcesy i notujący szybki wzrost produkcji, okazał się jednak w dłuższej perspektywie słabo zakorzeniony w krajowej gospodarce i uzależniony od importu. Niewielki lokalny rynek nie gwarantował stosunkowo licznej grupie firm, które zdecydowały się zainwestować w produkcję samochodów, osiągnięcia opłacalnej skali produkcji ani konkurencji na rynkach zagranicznych. W konsekwencji sektor motoryzacyjny jest stosunkowo niewielki, słabo zintegrowany z lokalnymi poddostawcami, silnie uzależniony od importu części i podzespołów, a w obliczu postępującej liberalizacji wymiany handlowej jego produkty są coraz mniej konkurencyjne w stosunku do importowanych pojazdów.

Abstract: The aim of this article is to define the role of the automobile industry in the process of industrialization and motorization in Venezuela. This country entered the path of industrialization at the beginning of the 20th century reinvesting part of the funds obtained from oil export. The oil sector has gradually become the main source of income that could have been spent on the development of the country and other sectors of the economy. On the other hand, the excessive dominance proved to be detrimental to the development of other sectors, especially in the manufacturing industry. The automotive industry, which was initially successful and recorded rapid growth in production, in the long run turned out to be poorly embedded into the domestic economy and highly dependent on the imported parts. The small local market did not guarantee a relatively large group of companies that decided to invest in the production of cars, neither opportunities to achieve profitable scale of production, nor ability to compete in foreign markets. Consequently, the resulting automotive sector is relatively small, poorly integrated into local productive structures, heavily dependent on imported auto parts and components, and in the face of increasing trade liberalization its products are becoming less competitive in comparison to imported vehicles.

Słowa kluczowe: industrializacja; motoryzacja; przemysł samochodowy; rozwój społeczno-gospodarczy; Wenezuela

Keywords: automotive industry; industrialization; motorization; socio-economic development, Venezuela

Otrzymano: 28 stycznia 2018

Received: 28 January 2018

Zaakceptowano: 14 maja 2018

Accepted: 14 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Wójtowicz, M. (2018). Rola przemysłu samochodowego w industrializacji i motoryzacji Wenezueli. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 83–104. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.6>

WSTĘP

Od lat dwudziestych XX wieku obserwujemy żywiołowy rozwój sektora motoryzacyjnego oraz jego silny wpływ na inne gałęzie przemysłu. Początkowo uwidocznił się on głównie w państwach wysoko rozwiniętych, jednak w kolejnych dekadach, wraz z inwestycjami międzynarodowych koncernów samochodowych, objął także kraje rozwijające się. Ze względu na silne powiązania przemysłu samochodowego z innymi gałęziami przemysłu, a także wpływ na rozwój sektora usługowego, zaczął być on postrzegany jako koło zamachowe industrializacji oraz – patrząc szerzej – rozwoju gospodarczego państw. Wspieranie rozwoju tego sektora przemysłu znalazło się w centrum polityki przemysłowej realizowanej przez liczne państwa Ameryki Łacińskiej (Jenkins, 1977; Womack, Jones, Roos, 2007).

Kolejne rządy Wenezueli, obserwując sukcesy innych państw regionu (Argentyny, Brazylii czy Meksyku) w przyciąganiu międzynarodowych koncernów motoryzacyjnych i skłonieniu ich do inwestycji w rozwój lokalnej produkcji samochodów, również postanowiły wdrożyć podobną politykę (Hurtado, 1970; Jenkins, 1987). Zakładano, że rozwój produkcji samochodów przyczyni się do powstania przemysłów dostarczających części i podzespołów i przyspieszy industrializację oraz rozwój transportu i komunikacji, zwiększając dostępność pojazdów zarówno dla odbiorców indywidualnych, jak i dla przedsiębiorstw. Własne zasoby ropy naftowej i bardzo słabo rozwinięta sieć kolejowa przemawiały, w opinii władz, za rozbudową dróg i rozwojem motoryzacji. Wzrost liczby i zamożności mieszkańców miał zagwarantować rynek zbytu dla produkowanych w kraju pojazdów (Hurtado, 1970; Lucas, 2006).

Celem tej pracy jest zbadanie przebiegu industrializacji Wenezueli oraz określenie roli i znaczenia w tym procesie sektora motoryzacyjnego. Przeanalizowano również zmiany wielkości sprzedaży samochodów w tym kraju, co pozwoliło prześledzić postępy procesu motoryzacji oraz ustalić, jaki udział mieli w nim lokalni producenci. Tym ogólnym celom towarzyszyły następujące pytania badawcze: Jaka jest geneza powstania i rozwoju sektora motoryzacyjnego w Wenezueli oraz jaką rolę odegrały koncerny międzynarodowe? Czy wenezuelski przemysł samochodowy jest w pełni zakorzeniony w krajowej gospodarce i zdolny do samodzielnego rozwoju i konkurencyjności na rynku międzynarodowym? Jakie jest znaczenie tego sektora dla wenezuelskiej gospodarki oraz lokalnego rynku motoryzacyjnego?

Tak postawione cele zdeterminowały układ pracy, w którym kolejny podrozdział został poświęcony charakterystyce procesu uprzemysłowienia Wenezueli od początku XX wieku do 2017 roku. Zaprezentowano w nim periodyzację tego procesu oraz syntetyczną charakterystykę poszczególnych jego faz, bazowano na studiach literatury oraz dostępnych danych statystycznych. W kolejnym podrozdziale przeanalizowano rozwój

przemysłu samochodowego w tym kraju, zwracając szczególną uwagę na zmiany wielkości produkcji oraz liczbę firm i ich znaczenie na tym rynku. W trzecim podrozdziale zbadano rozwój motoryzacji w Wenezueli oraz jej przestrzenne zróżnicowanie. Natomiast ostatnia część pracy podsumowuje przeprowadzone analizy i prezentuje wnioski płynące z odpowiedzi na postawione we wstępie pytania badawcze.

GŁÓWNE FAZY INDUSTRIALIZACJI

Do początku XX wieku gospodarka Wenezueli oparta była głównie na sektorze rolnym, który zapewniał miejsca pracy większości ludności oraz dostarczał wpływów dewizowych związanych z eksportem, głównie kawy, kakao, cukru i skór bydłych (Melcher, 1995; Lucas, 1998; Tarver, Frederick, 2005). Jednak wraz z rozwojem industrializacji w państwach wysoko rozwiniętych, która przyczyniała się do dalszego wzmocnienia ich pozycji międzynarodowej, coraz bardziej oczywista dla rządzących elit oraz społeczeństwa stawała się konieczność rozwoju rodzimego przemysłu. Kolejne rządy realizowały różnorakie strategie i programy mające na celu wspieranie industrializacji kraju, starały się także dopasować je do panujących w danym czasie uwarunkowań międzynarodowych oraz dominujących na „rynku idei” koncepcji rozwoju gospodarczego. Z obecnej perspektywy pozwala to wyróżnić sześć głównych faz uprzemysłowienia Wenezueli:

1. Faza inicjalna (1900–1935)
2. Faza wstępnej industrializacji (1936–1958)
 - Tworzenie burżuazji przemysłowej (1936–1945)
 - Walka o hegemonię burżuazji przemysłowej (1945–1952)
 - Postępująca industrializacja (1952–1958)
3. Faza industrializacji poprzez substytucję importu (1960–1988)
 - Wdrożenie polityki industrializacji poprzez substytucję importu (1960–1972)
 - Kontynuacja industrializacji poprzez substytucję importu (1973–1979)
 - Wyczerpywanie się modelu industrializacji poprzez substytucję importu (1980–1988)
4. Faza neoliberalnych reform (1989–1999)
 - Wielki przełom (*el gran viraje*) w polityce gospodarczej (1989–1993)
 - Upadek sektora przemysłowego (1993–1999)
5. Rewolucja boliwariańska i dalsza deindustrializacja (2000–2017)
 - Próba odwrócenia trendu deindustrializacji (2000–2014)
 - Kryzys rewolucji boliwariańskiej (2015–2017)

Przyjęty powyżej podział ułatwia zwięzłą charakterystykę tego procesu w oparciu o dostępne opracowania oraz pozwala uchwycić główne czynniki związane z polityką gospodarczą i sytuacją wewnętrzną, a także uwarunkowania międzynarodowe, które wpływały na industrializację w poszczególnych okresach (Valbuena, 1981; Sonntag, Cruz, 1985; Melcher, 1995; Astorga, 2003; Banko, 2005; Lucas, 2006; Delgado, 2017). Ze względu na główny temat pracy i ograniczoność miejsca poszczególne fazy industrializacji zostaną scharakteryzowane skrótowo, tworząc jedynie niezbędne tło do bardziej szczegółowych badań rozwoju przemysłu samochodowego.

Początki transformacji i modernizacji kraju należy wiązać z dojściem do władzy Cipriano Castro, rządzącego w latach 1899–1908. W okresie tym doszło do centralizacji władzy, rozbudowy administracji oraz modernizacji kraju, co skończyło XIX-wieczny okres rządów kolejnych *caudillo*, charakteryzujących się niepokojami, długotrwałymi

konfliktami wewnętrznymi, hamującymi rozwój gospodarczy. Juan Vicente Gómez, który przejął władzę i wprowadził krwawe, dyktatorskie rządy w latach 1908–1935, zapoczątkował z kolei ważne zmiany społeczno-gospodarcze. Stracił na znaczeniu sektor rolny, a dochody uzyskiwane głównie z eksportu kawy zostały zastąpione przez zyski z eksportu ropy naftowej. Doprowadziło to do stopniowego spadku wpływów politycznych i ekonomicznych wielkich właścicieli ziemskich (*latifundistas*) na rzecz rosnącego w siłę sektora bankowego oraz przemysłowców związanych z sektorem wydobywania ropy naftowej (Lucas, 1998; Tarver, Frederick, 2005).

Płytka zalegające złoża ropy naftowej, zlokalizowane w sąsiedztwie jeziora Maracaibo, znane były od stuleci, już w początkach hiszpańskiej kolonizacji zaobserwowano, jak miejscowi Indianie używali ropy do uszczelniania swoich łodzi. Pierwszy komercyjny szyb rozpoczął wydobywanie w lutym 1914 roku, a trzy lata później Wenezuela zaczęła eksportować ropę naftową. Do 1926 roku wielkość eksportu osiągnęła poziom 37 mln baryłek rocznie, a w 1928 roku przekroczyła 100 mln baryłek, stając się największym eksporterem tego surowca na świecie (Tarver, Frederick, 2005: 82).

W 1922 roku państwo przejęło kontrolę nad wydawaniem koncesji na wydobywanie ropy oraz związane z tym dochody, co sprawiło, iż w latach trzydziestych XX wieku stanowiły one ponad połowę budżetu państwa (Melcher, 1995: 49). Zyski z eksportu ropy naftowej przeznaczano na rozwój infrastruktury drogowej, energetyki oraz wydatki związane z rozbudową armii, coraz większą ich część przeznaczano także na to, aby przyspieszyć proces industrializacji. Rodzina dyktatora Gómeza oraz jego najbliżsi współpracownicy i poplecznicy zaczęli inwestować w rozwój zakładów przemysłowych, korzystając z polityki rządu gwarantującej im ochronę przed zagraniczną konkurencją (Melcher, 1995; Lucas, 1998). W przeciwieństwie jednak do innych dużych państw regionu (Argentyny, Brazylii, Chile, Kolumbii) Wenezuela nie wykorzystała światowego kryzysu z 1929 roku do przyspieszenia procesu substytucji importu i rozwoju rodzimego przemysłu (Astorga, 2000).

Po śmierci Juana Gómeza w grudniu 1935 roku i przejściu władzy przez generała Lópeza Contrerasa wdrożono pierwszy program rozwoju przemysłu przetwórczego. Skonfiskowano także większość ziemi i przedsiębiorstw, których dorobiła się rodzina Gómeza w trakcie trwania dyktatury. Znacjonalizowane zakłady dały początek państwowemu zaangażowaniu w działalność produkcyjną (Astorga, 2000; Lucas, 2006). Wśród rządzących panował konsensus co do konieczności wspierania rozwoju przemysłu przetwórczego. Główne spory koncentrowały się wokół dwóch kwestii: skali państwowego wsparcia oraz sektorów, które należy szczególnie wspierać. Czy skoncentrować się na przemyśle przetwórstwa rolno-spożywczego, wykorzystując naturalne uwarunkowania i silnie rozwinięte rolnictwo, czy wyjść poza logikę korzyści komparatywnych i zacząć inwestować w inne sektory przemysłu przetwórczego? Największymi barierami rozwoju przemysłu przetwórczego były jednak w tym czasie: ograniczona wielkość rynku wewnętrznego, którego efektywny popyt często nie uzasadniał inwestycji przemysłowych, niedobory wykwalifikowanej siły roboczej oraz hamujący efekt silnej waluty wspierający raczej import towarów (Astorga, 2000; 2003; Banko, 2005; Lucas, 2006; Delgado, 2017).

Okres 1936–1945 był niezmiernie ważny z punktu widzenia tworzenia instytucjonalnych fundamentów industrializacji oraz kształtowania się burżuazji przemysłowej. W 1937 roku z inicjatywy rządu i przy udziale 60% jego kapitałów powstał Bank Przemysłowy Wenezueli (*Banco Industrial de Venezuela*), którego zasadniczym zadaniem

było wspieranie rozwoju tego sektora. W 1939 roku powołano Bank Centralny (*Banco Central de Venezuela*), a rok później przyjęto ustawy regulujące funkcjonowanie systemu bankowego. Bardzo ważną rolę w procesie tworzenia instytucji wspierających rozwój gospodarczy odegrało ustawodawstwo, wśród najważniejszych ustaw należy wskazać przyjęte w 1936 roku prawo pracy (*Ley del Trabajo*) oraz prawo ustalające taryfy celne (*Ley de Arancel de Aduanas*). W 1942 roku przyjęto ustawę o podatku dochodowym (*Ley de Impuesto sobre la Renta*), a w następnym roku ustawę regulującą wydobycie węglowodorów. Z punktu widzenia poprawy jakości siły roboczej ważną rolę odegrały ustawy z 1940 roku dotyczące rozwoju szkolnictwa publicznego oraz opieki społecznej. Zwieńczeniem przemian instytucjonalnych było przegłosowanie przez kongres reformy rolnej w 1945 roku, co przyspieszyło modernizację tego sektora oraz uwolniło część zasobów siły roboczej, która skierowała się do rozwijającego się przemysłu (Melcher, 1995; Astorga, 2000; Lucas, 2006; Delgado, 2017).

W analizowanym okresie bardzo silny wpływ na politykę rozwoju kraju miała strategia zasiania ropy (*sembrar el petróleo*) ogłoszona w 1936 roku przez Artura Uslara Pietriego. Zakładała ona inwestowanie dochodów płynących z eksportu ropy naftowej w rozwój innych sektorów gospodarki, a szczególnie w przyspieszoną industrializację i modernizację kraju (Melcher, 1995; Astorga, 2000; Lucas, 2006). Ważną rolę w realizacji tego planu miał odegrać rząd aktywnie wspierający i finansujący początki industrializacji. W tym celu w 1946 roku powołano Wenezuelską Korporację Rozwoju (*Corporación Venezolana de Fomento* – CVF). W ciągu pierwszych trzech lat działalności miała ona do dyspozycji stosunkowo wysoki budżet, z czego 59,9% środków przeznaczono na finansowanie projektów przemysłowych (Sonntag, Cruz 1985: 85).

Lata 1952–1958 to okres dyktatury wojskowej Péreza Jiménez, który w sprawach industrializacji położył szczególny nacisk na rozwój tzw. przemysłów strategicznych: hutnictwa stali, cementowego, petrochemicznego, hydroenergetyki. Rząd wsparł również rozbudowę sieci komunikacyjnej, ułatwiającej integrację kraju. W okresie tym industrializacja przekroczyła punkt krytyczny, a sektor przemysłowy zdominował rozwój gospodarczy kraju. Wiązało się to jednak ciągle z silnym powiązaniem kapitału lokalnego z zagranicznym, wysokim stopniem oligopolizacji i monopolizacji oraz rosnącym uzależnieniem od importu maszyn i półproduktów. Rząd Jiménez realizował inną strategię industrializacji, zmierzającą raczej do wykreowania rodzimej burżuazji przemysłowej, której działania rozwojowe były hojnie wspierane państwowymi kredytami. Ograniczono natomiast środki przekazywane państwowej Wenezuelskiej Korporacji Rozwoju (CVF) na bezpośrednie inwestycje w rozwoju przemysłu (Sonntag, Cruz, 1985; Melcher, 1995; Astorga, 2000).

Po obaleniu dyktatury Péreza Jiménez w styczniu 1958 roku władzę przejęła demokratyczna opozycja pod wodzą Rómulo Betancourta, realizująca strategię industrializacji poprzez substytucję importu. Strategia ta zakładała przyjęcie przez państwo roli podmiotu pomocniczego i uzupełniającego w stosunku do kapitału prywatnego, przejmującego odpowiedzialność za nierentowne lub nisko rentowne sektory lub przedsiębiorstwa, których głównym zadaniem było zapewnienie po niskich kosztach środków produkcji dla prywatnego przemysłu. Państwo przejęło też odpowiedzialność za gałęzie przemysłu, których utrzymanie uważano za niezbędne z punktu widzenia interesu społecznego. Jednakże w przypadku produkcji niektórych towarów państwo zaczęło też aktywnie rywalizować z kapitałem prywatnym. Wenezuelskiej Korporacji Rozwoju ponownie przywrócono misję wspierania rozwoju i ekspansji przemysłu (Sonntag, Cruz,

1985; Melcher, 1995; Astorga, 2000). Ta skierowana do wewnątrz strategia zapewniła Wenezueli w latach 1960–1972 wysokie tempo wzrostu wynoszące 6% średniorocznie oraz znacząco obniżyła jej uzależnienie od importu wyrobów przemysłowych (Astorga, 2000: 217).

W latach 1973–1979 Wenezuela odnotowała gwałtowny wzrost zysków z eksportu ropy naftowej, co pozwoliło rządowi na prowadzenie aktywnej polityki wspierania inwestycji przemysłowych. Wpłynęło to jednakże na aprecjację lokalnej waluty, co działało spowalniająco na rozwój produkcji lokalnego przemysłu przetwórczego, którego wyroby były coraz mniej konkurencyjne cenowo w porównaniu z importowanymi towarami. Gospodarka zaczynała więc coraz wyraźniej odczuwać symptomy tzw. holenderskiej choroby gospodarki (*dutch disease*) i jedynie dzięki aktywnej roli państwa w ochronie rodzimego sektora przemysłu przetwórczego udało się zwiększyć udział w PKB z 13,4% w 1973 roku do 15% w 1983 roku (Astorga, 2000: 221).

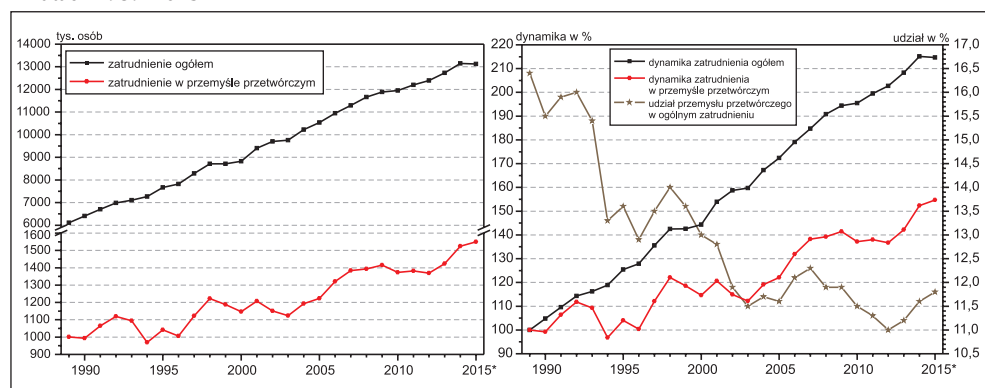
Pomimo utrzymywania się wysokiego, bo wynoszącego aż 5%, średniorocznego tempa wzrostu PKB w przemyśle przetwórczym w latach 1974–1983, od drugiej połowy lat siedemdziesiątych coraz wyraźniej rysuje się spadek produktywności w tym sektorze. Wynikało to z połączenia korzystnego kursu walutowego i stosunkowo wysokich dochodów eksportowych w sytuacji dość niewielkiego i silnie chronionego rynku wewnętrznego. Doprowadziło to do zastosowania kapitałochłonnych technologii, w których szczególnie duże są korzyści skali. Jednakże przy niepełnym wykorzystaniu zdolności produkcyjnych i nadmiernej dywersyfikacji wytwarzanych towarów zaowocowało to spadkiem produktywności całego sektora (Astorga, 2000; Banko, 2005; Delgado, 2017).

W latach osiemdziesiątych XX wieku model industrializacji poprzez substytucję importu pogłębiał swoją nieefektywność, a w gospodarce coraz wyraźniej zaczęły się ujawniać zjawiska kryzysowe. Choć udział przemysłu przetwórczego w tworzeniu PKB osiągnął swoje maksimum sięgające blisko 20% w 1986 roku, to w kolejnych latach zaczął spadać – poniżej 15% w 1990 roku (Banko, 2005; Lucas, 2006; Delgado, 2017).

Początek lat dziewięćdziesiątych XX wieku to wielki przełom (*Gran Viraje*) w polityce gospodarczej Wenezueli związany z wprowadzeniem przez prezydenta Carlosa Andrésa Péreza neoliberalnych reform zalecanych przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy w ramach tzw. konsensusu waszyngtońskiego. Zliberalizowały one wymianę handlową, otwierając rynek na importowane towary, co postawiło pod silną presją konkurencyjną nieefektywny lokalny przemysł, prowadząc do stopniowej deindustrializacji. Liberalizacja gospodarki, przy jednocześnie silnej lokalnej walucie umacniającej się dzięki dochodom z eksportu ropy naftowej, mocno obniżała konkurencyjność produktów lokalnego przemysłu przetwórczego, wywołując deindustrializację będącą efektem pozbawiania ochrony tego sektora przed skutkami holenderskiej choroby gospodarki (Mommer, 1996; Banko, 2007; Delgado, 2017).

Spadek znaczenia przemysłu przetwórczego był szczególnie dobrze widoczny w wielkości zatrudnienia, która w latach 1989–1999 zwiększyła się jedynie o 18,6% z poziomu ok. 1 mln do 1,19 mln osób, podczas gdy ogólne zatrudnienie w gospodarce wzrosło aż o 42,6%. W efekcie udział zatrudnienia w sektorze przemysłowym zmniejszył się z 16,4% do 13,6%. Warto również podkreślić, iż w kolejnej fazie, obejmującej lata 2000–2017, polityka Hugo Cháveza oraz jego następcy Nicolása Madury próbowała przeciwdziałać niekorzystnym tendencjom w sektorze przemysłowym, jednakże nie przyniosła spodziewanych skutków, a w ostatnich latach doprowadziła wręcz do

Ryc. 1. Zmiany zatrudnienia w przemyśle przetwórczym na tle ogólnej wielkości zatrudnienia w Wenezueli w latach 1989–2015



* Dane za pierwsze półrocze 2015 roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instituto Nacional de Estadística (INE)

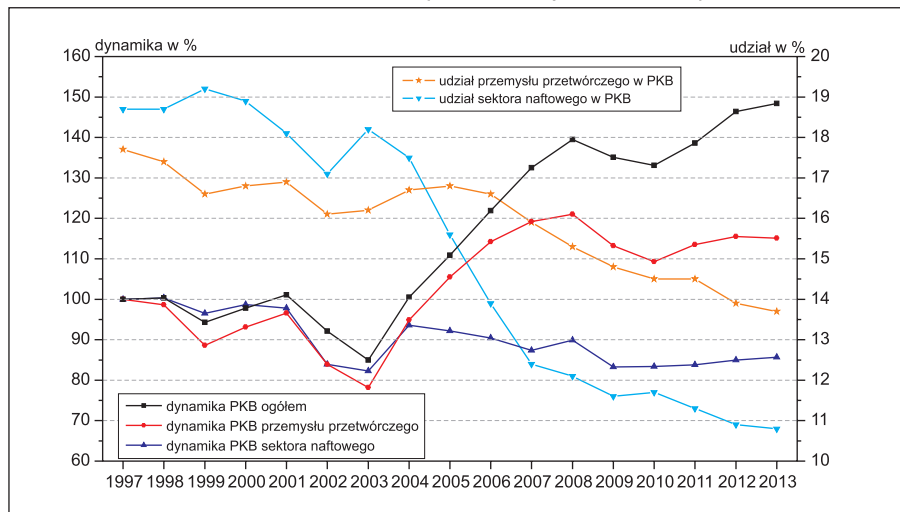
załamania produkcji przemysłowej (Vera, 2009). Co prawda w latach 2000–2015 zatrudnienie w przemyśle wzrosło z 1,15 mln do 1,55 mln osób, jednakże udział tego sektora w ogólnym zatrudnieniu zmniejszył się z 13% do 11,8% (ryc. 1).

Podobna tendencja widoczna jest także w przypadku dynamiki PKB wytwarzanego przez przemysł przetwórczy. Na przełomie XX i XXI wieku wykazywał on znaczący spadek sięgający blisko 22% w 2003 roku w porównaniu z 1997 rokiem. Wiązało się to z kryzysem azjatyckim, który w kolejnych latach rozlał się na inne wschodzące rynki, szczególnie w Ameryce Południowej (Argentyna, Brazylia). Następnie w latach 2003–2008 nastąpił wzrost PKB, jednakże jego wartość notowana w sektorze przemysłowym była znacznie niższa od ogólnego wzrostu, co sprawiło, iż udział tego sektora zmniejszył się z 16,2% do 15,3%. Światowy kryzys gospodarczy, który wybuchł na przełomie 2008 i 2009 roku, doprowadził do spadku, a następnie do stagnacji wielkości PKB sektora przemysłowego, co pogłębiło jego malejące znaczenie w ogólnej strukturze PKB do 13,7% w 2013 roku (ryc. 2).

Przestrzenne rozmieszczenie przemysłu nadal bardzo silnie nawiązuje do historycznie ukształtowanego „korytarza przemysłowego” ciągnącego się od stanów nad jeziorem Maracaibo (Zulia, Merida, Tachira), w kierunku wschodnim przez stany Lara, Yaracuy, Carabobo, aż po otaczające Dystrykt Stołeczny stany Aragua i Miranda. Łącznie wymienione dziewięć stanów koncentrowało w 2015 roku 71,2% ogółu zatrudnionych w tym sektorze i była to wartość nieznacznie niższa w porównaniu z 2002 rokiem, kiedy to ich udział sięgał 74,4% ogółu zatrudnienia w przemyśle (ryc. 3).

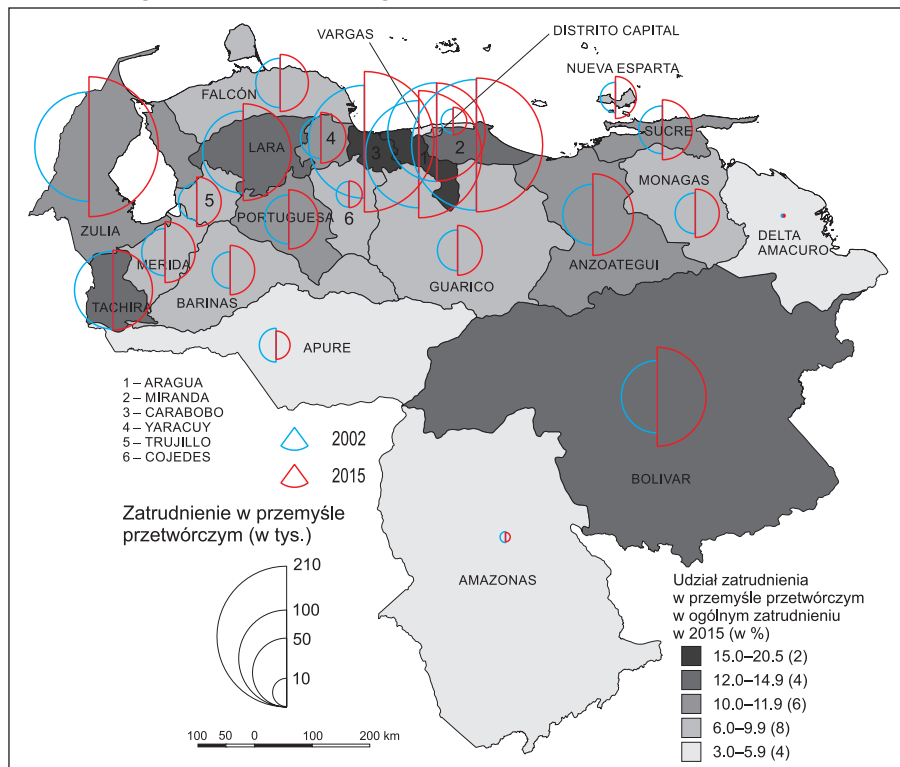
W latach forsownej industrializacji poprzez substytucję importu dzięki inwestycjom państwowym bardzo silnie rozwinął się sektor przemysłowy w stanie Bolívar. Warto również zaznaczyć, iż w latach 2002–2015 stan ten odnotował najwyższy przyrost zatrudnienia w tym sektorze o 84%, podczas gdy w skali całego kraju zwiększyło się ono jedynie o 37% (ryc. 3). Jego specyfiką jest silna specjalizacja w wydobywaniu i przeróbce surowców mineralnych, głównie rud żelaza i boksytów oraz hydroenergetyce. Dominują w nim przedsiębiorstwa państwowe, których wzrost był szczególnie wspierany w okresie tzw. rewolucji boliwariańskiej Hugo Cháveza (Lucas, 2006; Delgado, 2017).

Ryc. 2. Dynamika PKB ogółem, sektora naftowego i przemysłu przetwórczego oraz zmiany udziału tych sektorów w tworzeniu PKB w latach 1997–2013 (w cenach stałych z 1997 roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych PIB, por clase de actividad económica... (2015)

Ryc. 3. Zmiany wielkości zatrudnienia w przemyśle w latach 2002–2015 oraz udział przemysłu w strukturze zatrudnienia ogółem w 2015 roku według stanów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instituto Nacional de Estadística

W ostatnich latach dynamiczny rozwój przemysłu nastąpił także w stanach wschodniego wybrzeża, które w badanym okresie odnotowały wysoki przyrost zatrudnienia w tym sektorze: Anzoategui (77,7%), Nueva Esparta (77,6%), Sucre (53,8%). Zwiększyły to ich udział w regionalnym rozmieszczeniu przemysłu z 6,8% do 8,4% krajowego zatrudnienia w tym sektorze (ryc. 3).

Warto także wspomnieć, że w badanym okresie jedynie w przypadku czterech stanów odnotowano spadek zatrudnienia w sektorze przemysłowym. Niewielkie spadki odnotowały najsłabiej uprzemysłowione stany Delta Amacuro (-5,3%) oraz Amazonas (-10,6%). Natomiast bardzo niepokojące są spadki odnotowane w przypadku silnie uprzemysłowionych stanów Aragua (-26,4%) oraz Dystryktu Stołecznego (-1,4%), mogące świadczyć o postępującej relokacji i deindustrializacji Caracas oraz jego najbliższego sąsiedztwa (ryc. 3). Jeszcze trudniejsza sytuacja w sektorze przemysłowym uwidoczniła się w latach 2015–2017, co ma związek z narastającym kryzysem gospodarczym i politycznym w kraju (Delgado, 2017).

ROZWÓJ PRZEMYSŁU SAMOCHODOWEGO

Początki produkcji samochodów w Wenezueli sięgają 1948 roku, kiedy to uruchomiono pierwszą fabrykę koncernu General Motors (GM) montującą pojazdy z dostarczonych z zagranicy części. Dwa lata później powstał kolejny zakład zajmujący się montażem samochodów firmy Chrysler, utworzony przez miejscowych dilerów tego koncernu przy mniejszościowym udziale samego Chryslera. Jednak po kilku latach działania firma została w całości przejęta przez amerykański koncern i przemianowana na Chrysler de Venezuela SA. W 1960 roku rząd podjął decyzję o uruchomieniu programu rozwoju przemysłu motoryzacyjnego, który miał wejść w życie od 1963 roku. Zgodnie z zezwoleniami wydanymi w latach 1960–1962 w Wenezueli powstało 12 fabryk montujących samochody. Łącznie z działającymi wcześniej ich liczba sięgnęła 14, a ponadto otwarto jeszcze dwa zakłady o niewielkim znaczeniu, produkujące podwozia i karoserie autobusowe oraz cztery fabryki zajmujące się tylko wytwarzaniem karoserii (tab. 1). Pod koniec lat sześćdziesiątych XX wieku działało w Wenezueli 20 zakładów przemysłu samochodowego (Hurtado, 1970).

Główne cele programu rozwoju przemysłu samochodowego przyjętego przez Ministerstwo Rozwoju w 1962 roku zakładały:

- pomoc w rozwiązaniu problemu bezrobocia, gdyż przemysł ten w początkowym stadium rozwoju absorbuje liczną rzeszę pracowników, gwarantując stałe, dobrze płatne miejsca pracy, niewymagające zarazem wysokich kwalifikacji;
- rozwój przemysłu metalowo-maszynowego produkującego na potrzeby sektora motoryzacyjnego;
- poprawę bilansu płatniczego dzięki ochronie dewiz uzyskiwanych z eksportu ropy naftowej poprzez substytucję importu samochodów.

Ministerstwo zakładało też możliwość udziału w produkcji na rynku wenezuelskim wszystkim zainteresowanym firmom, co w dłuższej perspektywie okazało się niezbyt korzystną decyzją, gdyż pogłębiło rozdrobnienie produkcji uniemożliwiające osiągnięcie korzyści skali, a oprócz tego lokalny rynek był zbyt mały w stosunku do liczby działających zakładów i ich mocy produkcyjnych. Przyjęty program zakładał również coraz większe wykorzystanie w produkcji pojazdów części krajowych, co miało sprzyjać rozwojowi tego sektora i ograniczyć import podzespołów z zagranicy (Hurtado, 1970).

W praktyce jednak władze nie były w stanie wymusić na zakładach produkujących pojazdy tak wysokich wskaźników wykorzystania krajowych części, jak to miało miejsce np. w Brazylii czy Argentynie (Wójtowicz, 2008; 2013). Wynikało to z niewielkiej skali wenezuelskiego rynku oraz niedorozwoju przemysłu metalowo-maszynowego, który byłby w stanie zapewnić zaopatrzenie w części fabrykom montującym pojazdy.

Władzom udało się, co prawda, wprowadzić w 1963 roku zakaz importu gotowych samochodów, od którego istniały jedynie nieliczne wyjątki dotyczące pojazdów specjalistycznych. Wymusiło to na działających firmach konieczność ich montażu z importowanych części (SKD lub CKD), przy niewielkim wykorzystaniu lokalnych części, wahającym się w 1963 roku między 2% a 4% wagi gotowego pojazdu (Hurtado, 1970). Warto również wspomnieć, iż w późniejszym okresie realizacji strategii industrializacji poprzez substytucję importu władzom nie udało się zasadniczo rozwinąć sektora produkcji części samochodowych i z końcem lat osiemdziesiątych XX wieku średnio 75% każdego pojazdu powstawało z importowanych części (Astorga, 2000: 217).

Wraz ze wzrostem produkcji samochodów stopniowo rozwijał się także przemysł części samochodowych. Do początku lat sześćdziesiątych XX wieku sektor ten ograniczał się do nielicznych zakładów zajmujących się produkcją opon, tłumików, akumulatorów oraz olejów i smarów. Polityka rządu, starająca się wymusić jak największy udział części i podzespołów produkowanych w kraju, przyczyniła się do szybkiego wzrostu znaczenia tego sektora. Na początku lat siedemdziesiątych XX wieku działało już 200 zakładów produkujących części samochodowe dla miejscowych producentów pojazdów oraz na potrzeby rynku wtórnego, które dostarczały ok. 130 różnych części. Niestety w większości były one proste i niezbyt zaawansowane technicznie – w 1968 roku aż 44,4% stanowiły części zamienne (Hurtado, 1970: 40–41).

Tab. 1. Udział głównych marek w produkcji samochodów w Wenezueli w latach 1965–1968

Producent	1965	1966	1967	1968	
				sztuki	w %
Ford	11 297	14 305	13 877	15 586	24,8
GM	15 381	14 381	13 812	14 456	23,0
Chrysler	9 902	9 662	10 075	10 114	16,1
Volkswagen	6 381	6 644	4 983	6 334	10,1
Fiat	2 711	2 567	3 284	3 473	5,5
Roots	2 940	3 291	2 894	2 962	4,7
Renault i Rambler	3 621	3 712	3 712	2 747	4,4
Mercedes Benz	1 203	1 200	1 402	1 825	2,9
Willys	1 816	1 497	1 446	1 766	2,8
International	1 236	1 137	604	1 172	1,9
C.A. Tocars (Toyota)	354	530	540	890	1,4
Nissan	839	822	765	665	1,1
Mack	561	616	526	632	1,0
Rao	46	50	78	108	0,2
Blue Bird	26	35	40	100	0,2
Citim C.A. (O.M.)	78	53	12	38	0,1
Ogółem	58 392	60 502	58 050	62 868	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Hurtado (1970: 12–15)

Rządowy plan stworzenia rodzimego przemysłu samochodowego początkowo okazał się sukcesem. Jak już wspomniano powyżej, aż 16 producentów rozpoczęło produkcję samochodów – w większości jednak z dostarczonych z zagranicy części. Wielkość produkcji w latach 1960–1966 wzrosła blisko sześciokrotnie z 10,3 tys. do 60,5 tys. sztuk (Hurtado, 1970). Przemysł samochodowy został najpierw zdominowany przez trzy główne amerykańskie koncerny (Chrysler, Ford i GM), które w 1968 roku wyprodukowały łącznie 63,9% ogółu pojazdów. Znacznie słabszą pozycję zajęły europejskie koncerny, natomiast najsłabiej widoczne były firmy z Japonii (tab. 1).

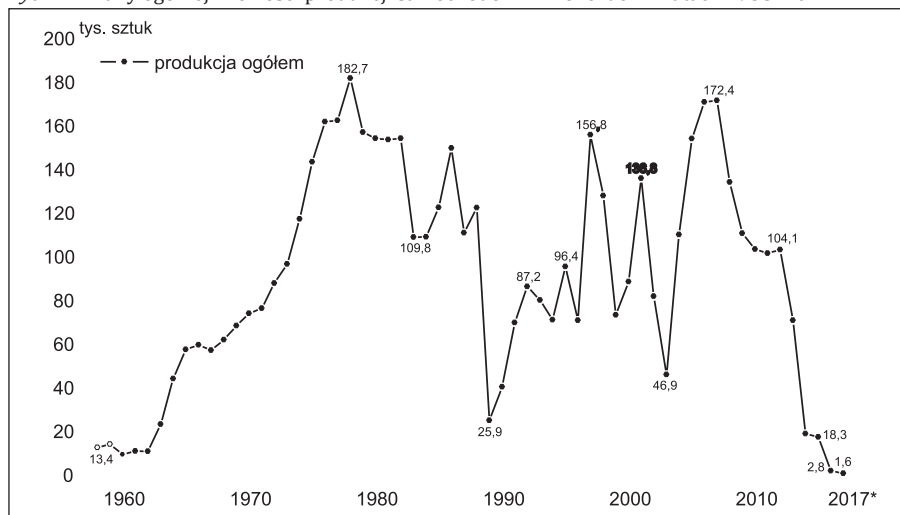
Warto również podkreślić, iż w początkowym okresie rozwoju bardzo ważną rolę odegrały też miejscowe grupy przemysłowe, będące często dystrybutorami poszczególnych marek na wenezuelski rynek, i to one podejmowały się pierwszych inwestycji związanych z budową zakładów zajmujących się montażem pojazdów poszczególnych koncernów, a następnie ich sprzedażą w kraju. Dopiero w sytuacji dostrzeżenia przez zagraniczne koncerny zyskowności tego przedsięwzięcia dochodziło do ich większego zaangażowania kapitałowego w postaci nowych inwestycji lub przejęcia i rozbudowy istniejących zakładów (Hurtado, 1970; Padilla, Sequera, 2007).

W okresie realizacji strategii industrializacji poprzez substytucję importu wenezuelski przemysł samochodowy notował spektakularny wzrost produkcji, w większości przeznaczony na rynek wewnętrzny. Wiązało się to z rosnącymi dochodami z eksportu ropy naftowej w latach siedemdziesiątych XX wieku, które przyczyniły się do wzrostu sprzedaży nowych pojazdów. Maksymalną wielkość produkcji sięgającą blisko 182,7 tys. sztuk osiągnięto w 1978 roku. Jednakże od początku lat osiemdziesiątych XX wieku sektor motoryzacyjny zaczął notować objawy pogłębiającego się kryzysu. Wiązało się to ze spadkiem dochodów z eksportu ropy naftowej, co bardzo pogorszyło bilans płatniczy kraju. Z jednej strony, ograniczyło to wielkość koniecznego importu niezbędnych do produkcji nowych pojazdów części i podzespołów. Z drugiej strony, trudna sytuacja gospodarcza zmniejszyła popyt na nowe auta. Efektem tych dwóch niekorzystnych procesów był gwałtowny spadek produkcji do poziomu 25,9 tys. sztuk w 1989 roku (ryc. 4).

Ostatnia dekada XX wieku to zmiana polityki industrializacji i coraz większa liberalizacja gospodarki, szczególnie jeżeli chodzi o wymianę handlową. Pozwoliło to ponownie zwiększyć produkcję samochodów, jednakże nie osiągnęła ona już nigdy poziomu z końca lat siedemdziesiątych, a co gorsza wykazywała duże wahania, uzależnione od sytuacji na rynku krajowym i międzynarodowym. Po kryzysie gospodarczym ograniczającym produkcję do 46,9 tys. aut w 2003 roku nastąpił jej spektakularny wzrost do poziomu ponad 172,4 tys. sztuk w 2007 roku. Wiązało się to ze wzrostem dochodów z drożęjącej ropy naftowej, co przełożyło się na zwiększenie popytu na nowe auta, dodatkowo wspieranego jeszcze redystrybucyjną polityką rządu Hugo Cháveza.

Niestety wraz z wybuchem światowego kryzysu gospodarczego w 2008 roku produkcja samochodów zaczęła stopniowo spadać. Gwałtowne załamanie nastąpiło po 2012 roku, wraz z pogłębiającymi się trudnościami, jakie dotknęły wenezuelską gospodarkę. Wiązały się one ze spadkiem dochodów z eksportu taniejącej ropy naftowej przy rosnących kosztach obsługi zagranicznego zadłużenia oraz importu, którego ważną część stanowiła żywność, farmaceutyki i inne niezbędne produkty. Należy przypomnieć, iż produkcja przemysłu samochodowego była w większości oparta na imporcie części i podzespołów, co w obliczu braku dewiz oraz spadku popytu gwałtownie ograniczyło produkcję. W 2016 roku fabryki GM oraz Mitsubishi wstrzymały produkcję

Ryc. 4. Zmiany ogólnej wielkości produkcji samochodów w Wenezueli w latach 1958–2017



* Dane za pierwsze 10 miesięcy 2017 roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Anuario Estadístico de Venezuela* (1979; 1988; 1993) oraz *Informa CAVENEZ* (1993–2017)

pojazdów. W kolejnym roku dołączyła do nich fabryka Iveco, a pozostałe firmy montowały jedynie pojedyncze sztuki, wytwarzając do końca października 2017 roku zaledwie 1614 aut (ryc. 4).

Przewycięzenie tego załamania produkcji będzie zdecydowanie trudniejsze, gdyż obecny kryzys ma nie tylko uwarunkowania natury gospodarczej, ale także politycznej, których usunięcie może się okazać znacznie bardziej skomplikowane. Podkopuje on także zaufanie międzynarodowych koncernów samochodowych do wenezuelskiej gospodarki oraz klasy politycznej, co w przyszłości może skutkować niechęcią do większego zaangażowania kapitałowego w wyjście z kryzysu tego sektora.

Przemiany międzynarodowego przemysłu samochodowego, polegające na upadku niektórych producentów oraz przejściach i połączeniach innych koncernów sprawiły, iż z początkowo dość długiej listy współcześnie w Wenezueli funkcjonuje siedem globalnych producentów aut. Czterech z nich specjalizuje się głównie w produkcji aut osobowych, terenowych i lekkich dostawczych (Ford, GM, Toyota, FCA), natomiast kolejnych trzech (Mitsubishi, Iveco, Mack) głównie w produkcji samochodów dostawczych, ciężarowych, a także terenowych. Koncerny nastawione głównie na produkcję aut osobowych charakteryzowały się w ostatnich 17 latach zdecydowanie większym wolumenem produkcji, która w przypadku GM sięgnęła w 2007 roku blisko 80 tys. sztuk. Jednakże od 2014 roku wszystkie zanotowały gwałtowny spadek produkcji, w przypadku kilku z nich prowadzący do całkowitego jej wstrzymania w 2017 roku (GM, Mitsubishi, Iveco) (ryc. 5).

W strukturze produkcji samochodów w latach 2000–2014 zaznacza się wyraźna dominacja dwóch największych koncernów z USA: GM i Forda, które łącznie w tym okresie wytwarzały ponad 50% rocznej produkcji aut. W rekordowym 2007 roku dostarczyły łącznie 110,7 tys. sztuk aut, co stanowiło aż 64,2% ogólnej produkcji (ryc. 6). W 2016 roku po wstrzymaniu produkcji przez GM na pierwsze miejsce wysunął się Ford, wytwarzając zaledwie 2257 pojazdów, co stanowiło 79,2% ogólnej produkcji.

W kolejnym roku na pierwsze miejsce wysunęła się Toyota, wytwarzając do października 1030 sztuk, co stanowiło 63,8% ogólnej produkcji w tym okresie (ryc. 5 i 6).

Przed wybuchem kryzysu z ostatnich lat przemysł samochodowy był dość istotnym sektorem przemysłu przetwórczego. W spisie gospodarczym z lat 2007–2008 odnotowano aż 383 przedsiębiorstwa związane z tym sektorem, choć jedynie 10 z nich zaliczało się do grupy dużych zakładów, czyli zatrudniających ponad 100 pracowników. Łącznie pracowało w nich w zależności od roku od 9,5 do blisko 11 tys. osób, co stanowiło od 7,3% do 8,8% ogółu zatrudnienia w przemyśle przetwórczym (tab. 2).

Tab. 2. Udział dużych przedsiębiorstw* przemysłu samochodowego w ogólnej wielkości zatrudnienia w przemyśle przetwórczym Wenezueli (2007–2011)

Lata	Liczba zakładów	Zatrudnienie ogółem	Udział w ogólnym zatrudnieniu w przemyśle przetwórczym	Dynamika zatrudnienia (2007 = 100%)
2007	10	10 993	8,8	100,0
2008	10	10 298	7,9	93,7
2009	10	9 528	7,3	86,7
2010	9	10 578	7,8	96,2
2011	9	10 818	7,8	98,4

* Duże przedsiębiorstwa w klasyfikacji wenezuelskiego Narodowego Instytutu Statystyki to firmy zatrudniające ponad 100 pracowników.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych: *Encuesta de grandes empresas industriales* (2012; 2013)

Wspomniane powyżej duże zakłady przemysłu samochodowego w rekordowym pod względem liczby wyprodukowanych aut 2007 roku osiągnęły wartość produkcji brutto przekraczającą 21,5 mld boliwarów, co stanowiło aż 26% ogólnej wartości produkcji przemysłu przetwórczego. W kolejnych latach wartość produkcji zaczęła spadać, osiągając w 2010 roku zaledwie 41% poziomu z 2007 roku. W efekcie sektor ten stracił na znaczeniu w ogólnym udziale w wartości produkcji przemysłu przetwórczego, który w 2011 roku stanowił tylko 13,7%, czyli był blisko o połowę mniejszy w porównaniu z 2007 rokiem (tab. 3). Brak nowszych danych nie pozwala precyzyjnie określić dalszego spadku znaczenia tego sektora. Jednakże biorąc pod uwagę obecną wielkość produkcji aut oraz fakt, iż kilka dużych zakładów całkowicie wstrzymało produkcję, należy przypuszczać, że w 2017 roku znaczenie tego sektora w ogólnej wartości produkcji przemysłu przetwórczego było niewielkie.

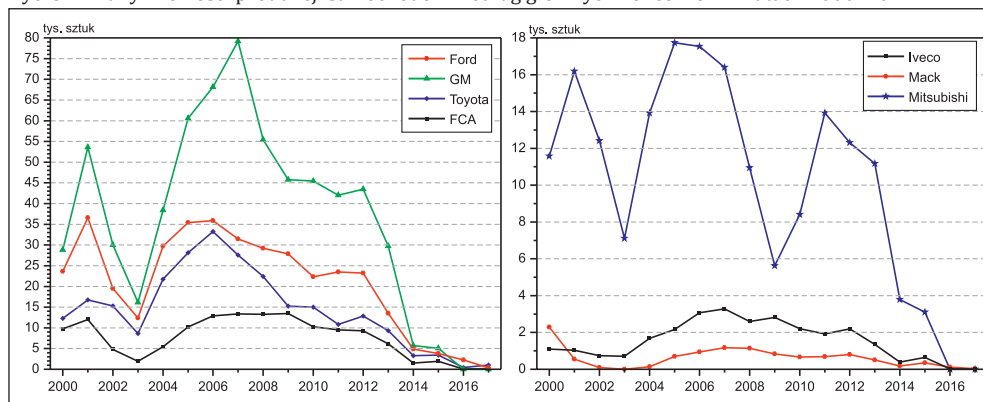
Tab. 3. Udział dużych przedsiębiorstw* przemysłu samochodowego w ogólnej wartości produkcji brutto przemysłu przetwórczego Wenezueli (2007–2011)

Lata	Wartość produkcji brutto (mld boliwarów w cenach bieżących)	Udział w ogólnej wartości produkcji przemysłu przetwórczego (w %)	Wartość produkcji brutto (w mld boliwarów w cenach stałych z 2007 roku)	Dynamika wartości produkcji brutto w cenach stałych (2007 = 100%)
2007	21,5	26,0	21,5	100,0
2008	13,9	14,5	11,8	54,9
2009	14,6	14,2	9,6	44,8
2010	16,4	13,3	8,8	41,0
2011	23,0	13,7	10,4	48,6

* Duże przedsiębiorstwa w klasyfikacji wenezuelskiego Narodowego Instytutu Statystyki to firmy zatrudniające ponad 100 pracowników.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Encuesta de grandes empresas industriales* (2012; 2013)

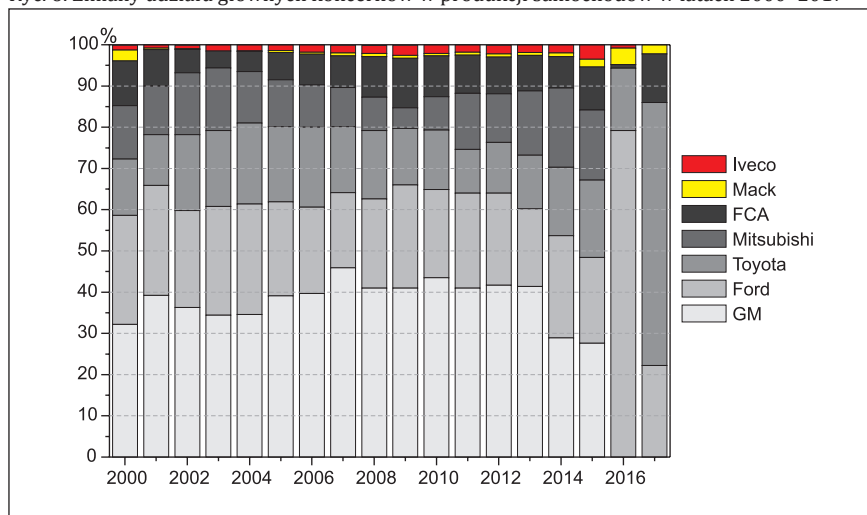
Ryc. 5. Zmiany wielkości produkcji samochodów według głównych koncernów w latach 2000–2017



* Dane za pierwsze 10 miesięcy 2017 roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Informa CAVENEZ* (1993–2017)

Ryc. 6. Zmiany udziału głównych koncernów w produkcji samochodów w latach 2000–2017

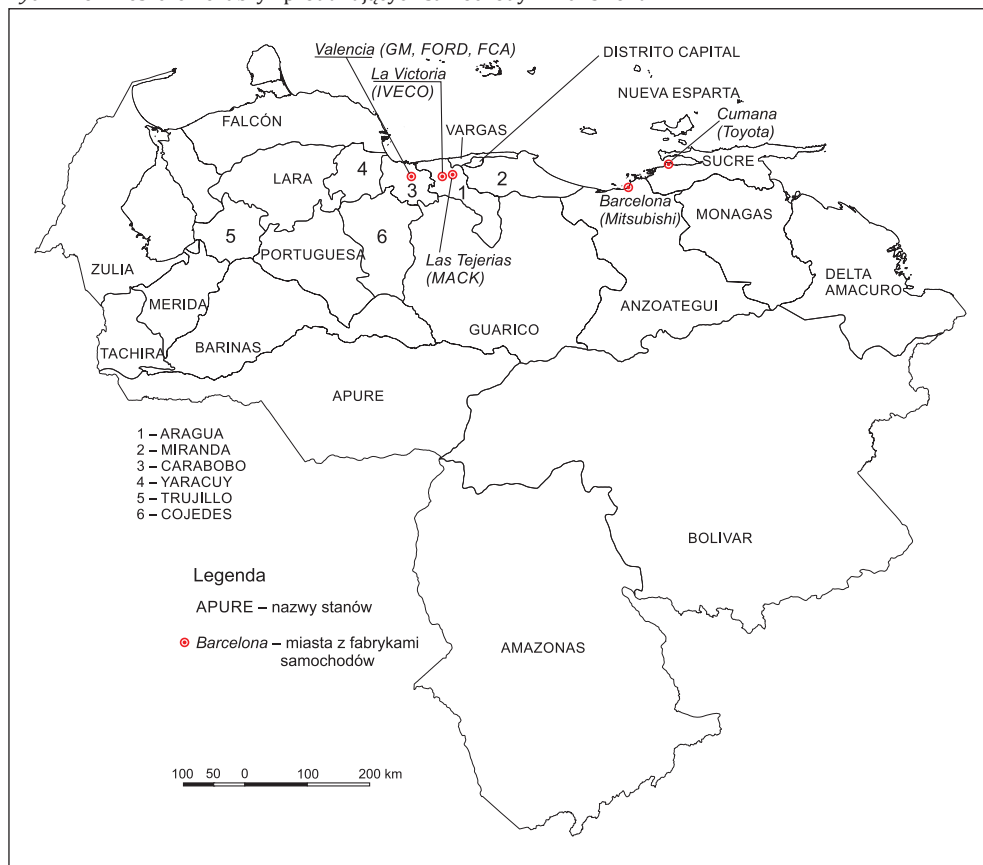


* Dane za pierwsze 10 miesięcy 2017 roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Informa CAVENEZ* (1993–2017)

Rozmieszczenie przestrzenne głównych zakładów produkujących samochody nawiązuje do prezentowanego wcześniej rozkładu stanów o stosunkowo wysokim poziomie industrializacji mierzonym udziałem zatrudnionych w przemyśle przetwórczym. Głównym centrum przemysłu samochodowego w Wenezueli jest miasto Valencia w stanie Carabobo, w którym współcześnie działają fabryki trzech głównych koncernów: GM, Forda i FCA. Wzdłuż głównej drogi łączącej ten ośrodek z Caracas, w niewielkich miastach La Victoria i Las Tejerias w stanie Aragua, zlokalizowały się fabryki samochodów ciężarowych i dostawczych Iveco i Mack (ryc. 7). Stany, w których leżą wymienione zakłady, należą do najsilniej uprzemysłowionych (por. ryc. 3), mających

Ryc. 7. Rozmieszczenie fabryk produkujących samochody w 2015 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Informa CAVENEZ* (1993–2017)

najdłuższe tradycje przemysłowe i skupiających na swoim obszarze największą liczbę mniejszych zakładów produkujących części i podzespoły dla przemysłu samochodowego (Hurtado, 1970; Padilla, Sequera, 2007).

Odminną strategię lokalizacyjną przyjęły japońskie koncerny samochodowe działające na tym rynku. Zdecydowały się one na budowę fabryk w miastach Barcelona i Cumana, leżących w słabiej uprzemysłowionych stanach wschodniego wybrzeża. Pozwoliło im to uzyskać korzyści związane z mniejszym uzwiązkowaniem siły roboczej oraz mniejszą presją płacową w porównaniu z lepiej uprzemysłowionymi obszarami w sąsiedztwie stolicy (Padilla, Sequera, 2007; Hernández, 2010).

Fabryka w Barcelonie, specjalizująca się głównie w produkcji aut marki Mitsubishi, powstała w 1990 roku. Jej głównym udziałowcem jest Nissho Iwai Corporation (51% akcji) oraz wenezuelska grupa finansowo-przemysłowa Consorcio Inversionista Fabril SA (49% akcji). Moc produkcyjna fabryki przy pracy na jednej zmianie wynosi 10 tys., a w systemie dwuzmianowym – 18 tys. pojazdów rocznie (*Informa CAVENEZ*, 1993).

Fabryka Toyoty w Cumana rozpoczęła produkcję w 1981 roku. Wcześniej koncern ten miał swoje zakłady montażowe w mieście Catia, a następnie w Maracay. Produkcją je firma C.A. Tocars była własnością dystrybutorów pojazdów tej marki na

miejscowym rynku. Dopiero w 1989 roku koncern Toyota stał się jej udziałowcem, przejmując pakiet akcji, a w listopadzie 1992 roku przejął nad nią kontrolę i przemianował na Toyota de Venezuela C.A. (*Informa CAVENEZ*, 1993).

ROZWÓJ MOTORYZACJI W WENEZUELI

Polityka rozwoju sieci drogowej (tzw. polityka buldożera) prowadzona za czasów dyktatury Péreza Jiménez (1952–1958) stworzyła podstawy do wzrostu wykorzystania samochodów w transporcie osób i towarów, otwierając drogę do przyspieszonej motoryzacji. W sytuacji niedorozwoju sieci kolejowej rozbudowa dróg i wykorzystanie samochodów wydawało się jedyną alternatywą dla kraju dysponującego bogatymi złożami ropy naftowej (Astorga, 2000).

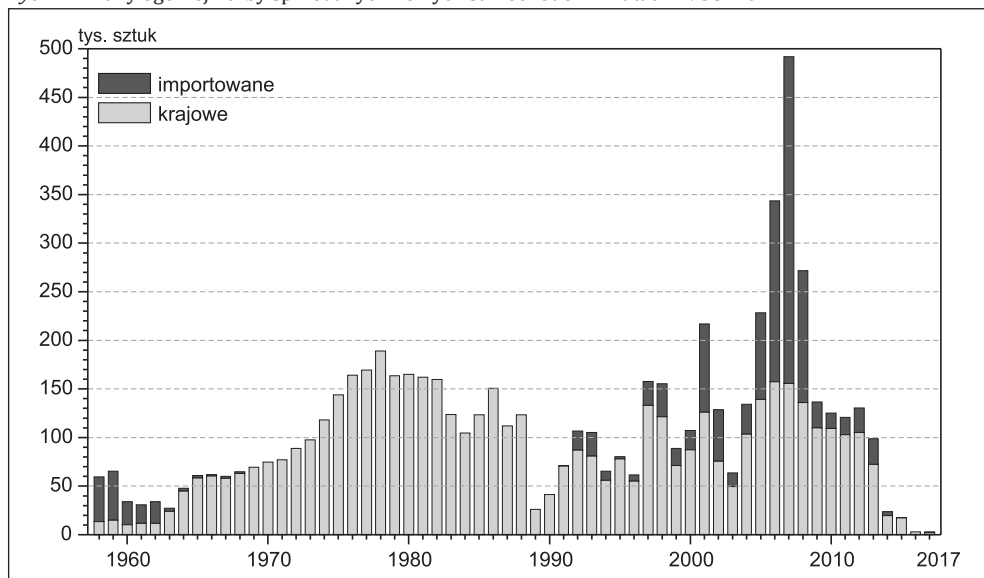
W 1957 roku odnotowano nagły wzrost sprzedaży samochodów, któremu towarzyszyło zwiększenie produkcji w dwóch istniejących wówczas zakładach. Wynikało to głównie z powojennego boomu gospodarczego oraz nieograniczonego importu gotowych pojazdów, który był wymuszony gwałtownym wzrostem popytu, niemożliwym do zaspokojenia przez miejscową produkcję (Hurtado, 1970).

W 1959 roku rząd podjął pierwsze działania administracyjne zmierzające do objęcia kontrolą importu pojazdów i związanego z tym odpływu dewiz, aby przeciwdziałać przyszłemu kryzysowi bilansu handlowego. Importerzy gotowych pojazdów musieli wcześniej uzyskać licencje pozwalające im na sprowadzenie określonej liczby samochodów. Te ograniczenia o charakterze fiskalno-monetarnym nie odegrały większej roli we wspieraniu rozwoju lokalnego przemysłu, ale przygotowały grunt dla wprowadzonego w życie do 1962 roku programu rozwoju przemysłu samochodowego (Hurtado, 1970).

W latach 1960–1963 odnotowano znaczący spadek sprzedaży nowych aut, co wiązało się z recesją gospodarczą i ograniczeniem importu towarów w wyniku dewaluacji miejscowej waluty – boliwara. Od połowy 1962 roku koniunktura zaczęła się poprawiać, co przyczyniło się do wzrostu produkcji krajowej. Impuls ten został jeszcze wzmocniony wejściem w życie rządowego programu rozwoju przemysłu samochodowego. Jego pozytywnym skutkiem był wzrost produkcji nowych samochodów do 62,8 tys. sztuk w 1968 roku. Jednocześnie przyczynił się on do ograniczenia wielkości importu pojazdów, z 50,3 tys. sztuk w 1959 do 1,8 tys. sztuk w 1968 roku. W efekcie udział importowanych aut w sprzedaży na lokalnym rynku obniżył się z blisko 80% w 1959 roku do 3% w 1968 roku (Hurtado, 1970).

Z końcem lat sześćdziesiątych XX wieku udało się praktycznie całkowicie wyeliminować eksport gotowych pojazdów, a rynek wewnętrzny zaopatrywał się tylko dzięki krajowej produkcji, osiągając maksimum w 1978 roku – 189,2 tys. sztuk. Narastający w latach osiemdziesiątych kryzys gospodarczy i wyczerpywanie się modelu industrializacji poprzez substytucję importu doprowadził do spadku sprzedaży nowych aut do poziomu 25,9 tys. sztuk w 1989 roku. Liberalizacja gospodarki, którą zaczęto wprowadzać w życie od początku lat dziewięćdziesiątych, przyczyniła się do wzrostu sprzedaży nowych aut, jednakże coraz większą rolę odgrywały w niej importowane pojazdy. Szczególnie drastyczne rozmiary przyjęło to w okresie wysokiej konsumpcji nowych aut w latach 2005–2008. W rekordowym 2007 roku wielkość sprzedaży nowych aut sięgnęła 491,9 tys. sztuk, z czego 68,4% pochodziło z importu, a jedynie 31,6% pokrywała produkcja krajowa. Wraz ze światowym kryzysem gospodarczym popyt na nowe samochody znacząco spadł i w 2009 roku ich sprzedaż wyniosła tylko 136,5 tys. sztuk,

Ryc. 8. Zmiany ogólnej liczby sprzedanych nowych samochodów w latach 1958–2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Anuario Estadístico de Venezuela* (1979; 1988; 1993) oraz *Informa CAVENEZ* (1993–2017).

z czego jedynie 19,4% stanowiły pojazdy importowane. Natomiast gwałtowne załamanie sprzedaży rozpoczęło się w 2014 roku i wynikało z pogorszenia sytuacji gospodarczej Wenezueli. W efekcie pogłębiającego się kryzysu w 2017 roku sprzedano jedynie 3572 pojazdy, z czego 2461 sztuk (68,9%) wyprodukowanych w kraju, a 1111 sztuk (31,1%) importowanych (ryc. 8).

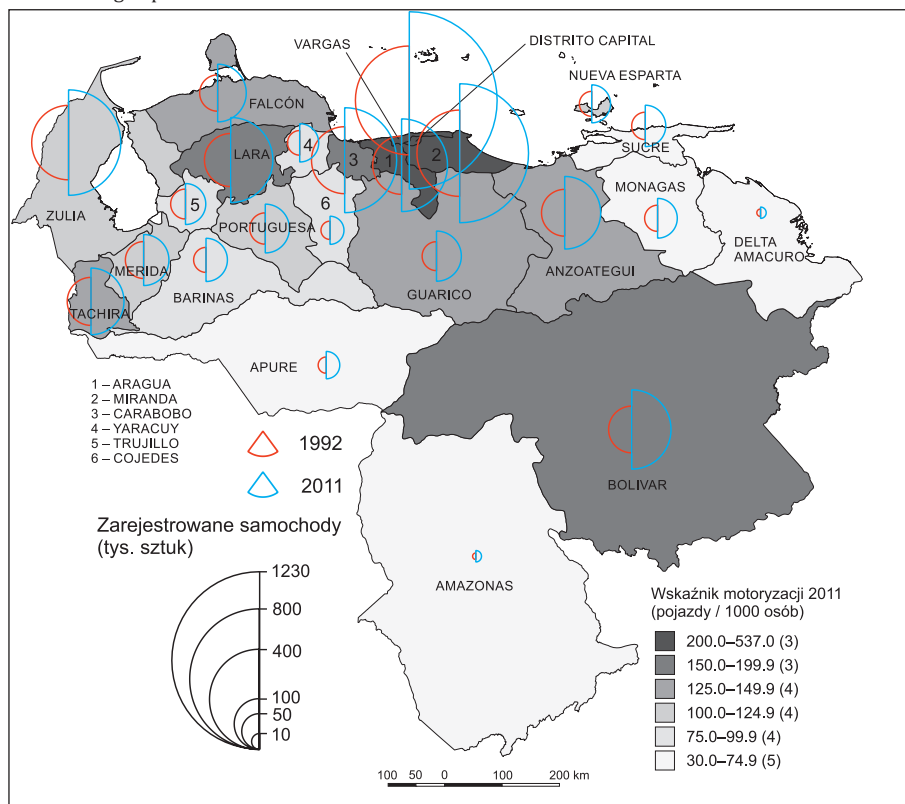
Rozwój rodzimego przemysłu samochodowego wpłynął na poprawę poziomu motoryzacji Wenezueli. W 1968 roku liczba zarejestrowanych samochodów wynosiła 535,4 tys. pojazdów, a wskaźnik motoryzacji zaledwie zbliżał się do 50 sztuk na 1000 mieszkańców. Na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku zarejestrowanych aut było już 2 mln, a po rekordowych zakupach w końcu pierwszej dekady XXI wieku ich liczba sięgnęła blisko 5 mln w 2011 roku. Odnotowano wówczas najwyższą wartość wskaźnika motoryzacji wynoszącą blisko 172 pojazdy na 1000 mieszkańców (tab. 4).

Tab. 4. Zmiany liczby zarejestrowanych pojazdów i wskaźnika motoryzacji w Wenezueli

Lata	Pojazdy zarejestrowane (w tys.)	Wskaźnik motoryzacji (pojazdy na 1000 mieszkańców)
1968	535,4	49,6
1990	2 046,0	103,5
2000	2 294,0	94,9
2011	4 978,0	171,8
2014	4 196,3	139,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Anuario Estadístico de Venezuela* (1979; 1988; 1993) oraz *Informa CAVENEZ* (1993–2017)

Ryc. 9. Zmiana liczby zarejestrowanych samochodów w latach 1992–2011 oraz wskaźnik motoryzacji w 2011 roku według departamentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Anuario Estadístico de Venezuela* (1979; 1988; 1993) oraz *Informa CAVENEZ* (1993–2017)

W kolejnych latach, wraz z nasilaniem się kryzysu gospodarczego i społecznego, liczba zarejestrowanych aut zmalała, co pociągnęło za sobą również spadek wartości wskaźnika motoryzacji (tab. 4). Niemniej jednak jeżeli Venezuela upora się z trudną sytuacją polityczną i gospodarczą, należy spodziewać się kolejnego boomu związanego ze wzrostem popytu na nowe auta. Biorąc pod uwagę obecny, stosunkowo niski poziom wskaźnika motoryzacji w tym kraju, może on w przyszłości stać się chłonnym rynkiem zbytu dla nowych pojazdów, zanim lokalny rynek zostanie w pełni nasycony.

Regionalny rozkład parku samochodowego wykazuje duże dysproporcje. W 2011 roku blisko 1,232 mln aut, czyli 24,7%, zarejestrowanych było w Dystrykcie Stołecznym, a na kolejnej pozycji znajdował się sąsiedni stan Miranda z liczbą 756,6 tys. aut (15,2%). Po uwzględnieniu jeszcze dwóch sąsiednich stanów: Aragua i Carabobo w regionie tym zarejestrowane było 55,3% ogółu aut jeżdżących po drogach Wenezueli w 2011 roku (ryc. 9).

Wspomniane powyżej stany notują także znacząco wyższe od średniej krajowej wartości wskaźnika motoryzacji. W przypadku Dystryktu Stołecznego wynosi on aż 536 aut na 1000 mieszkańców i nie odbiega od wartości typowych dla państw wysoko rozwiniętych. Natomiast w przypadku pozostałych trzech stanów wynosi on odpowiednio:

Miranda – 283, Aragua – 206 i Carabobo – 192 pojazdy na 1000 mieszkańców. Na przeciwnym biegunie znajdują się stany Amazonas i Delta Amacuro, w których w 2011 roku liczba zarejestrowanych samochodów nieznacznie przekraczała 5 tys. sztuk, a wartości wskaźnika motoryzacji wynosiły odpowiednio 35 i 31 aut na 1000 mieszkańców (ryc. 9).

PODSUMOWANIE

Wenezuela jest przykładem państwa, któremu – pomimo późnego wkroczenia w fazę industrializacji – udało się rozwinąć znaczący regionalnie i zróżnicowany sektor przemysłowy. Wydobycie i eksport ropy naftowej zapewniły krajowi duże zasoby dewiz niezbędne do przeprowadzenia inwestycji infrastrukturalnych oraz związanych z rozwojem przemysłu. Jednak wahania cen ropy na rynkach międzynarodowych, a szczególnie ich spadki, miały niekorzystny wpływ na sytuację w sektorze przemysłowym, który pozostawał stosunkowo silnie uzależniony od importu surowców i półproduktów. Zmniejszenie dochodów uzyskiwanych z eksportu ropy naftowej podwójnie niekorzystnie oddziaływało na sektor przemysłowy. Z jednej strony ograniczało dostępne środki niezbędne do importu półproduktów i surowców, a z drugiej strony – zmniejszało dochody ludności, ograniczając i tak stosunkowo niewielki rynek wewnętrzny.

Warto również podkreślić, iż Wenezuela jest przykładem kraju dotkniętego tzw. holenderską chorobą gospodarki (*Dutch disease*), gdyż sektor zajmujący się wydobyciem, przeróbką i eksportem ropy naftowej „wysysa” czynniki produkcji z innych sektorów, powodując ich stagnację, a nawet regres, co jest szczególnie widoczne w przypadku przemysłu przetwórczego. Niekorzystne oddziaływanie tej choroby było łagodzone w okresie realizacji strategii industrializacji poprzez substytucję importu, kiedy to państwo podjęło się aktywnej roli inwestora w sektorze przemysłowym i starało się przeciwdziałać zdominowaniu gospodarki przez sektor naftowy. Jednakże przyjęcie neoliberalnego paradygmatu rozwoju na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku i wprowadzone reformy wolnorynkowe wpłynęły bardzo niekorzystnie na sektor przemysłowy, prowadząc do powolnej deindustrializacji. Reformy Hugo Cháveza próbowały ten proces zatrzymać i mu przeciwdziałać, jednakże zbyt autorytarna polityka gospodarcza, nie licząca się z interesami i zdaniem lokalnych elit biznesowo-przemysłowych, udawała się jedynie do momentu, gdy państwo uzyskiwało rekordowe wpływy z eksportu ropy naftowej. Notowany w ostatnich latach spadek jej ceny zakończył się dla wenezuelskiej gospodarki głębokim kryzysem.

Przemysł samochodowy, który powstał w Wenezueli – podobnie jak w innych państwach regionu – na fali industrializacji poprzez substytucję importu, charakteryzuje się dużym rozdrobnieniem i niewielką produkcją przypadającą na poszczególne koncerny, co utrudnia osiągnięcie korzyści skali i ogranicza opłacalność. Niewielka skala produkcji przy jednoczesnym dużym zróżnicowaniu wytwarzanych modeli ograniczyła możliwości rozwoju krajowych dostawców części, co sprawiło, iż przemysł samochodowy jest słabo zakorzeniony w lokalnej gospodarce i oparty głównie na montażu pojazdów z importowanych części. Z perspektywy czasu wydaje się, że sektor ten mógłby osiągnąć lepsze rezultaty, gdyby władze zdecydowały się wprowadzić politykę ograniczającą liczbę firm działających w kraju oraz liczbę oferowanych przez nie modeli aut przy jednoczesnym większym udziale miejscowych części i podzespołów. Pozwoliłoby

to osiągnąć większą skalę produkcji przy jednoczesnym większym zaangażowaniu lokalnych poddostawców, co miałoby kluczowe znaczenie dla osiągnięcia opłacalności produkcji.

Rozwój produkcji samochodów jest silnie skorelowany z sytuacją na globalnym rynku ropy naftowej i osiąga najlepsze wyniki w okresach wysokich cen tego surowca, które zapewniają krajowi zwiększone zyski z eksportu. Wzrost produkcji samochodów przy relatywnie niewielkim wykorzystaniu lokalnych części i oparciu się głównie na ich imporcie przyczynia się do szybkiego pogorszenia bilansu płatniczego i „przejadania” dochodów płynących z eksportu ropy naftowej. Niewielki udział lokalnych części ogranicza również efekty mnożnikowe, jakie mogłaby generować produkcja samochodów w stosunku do innych sektorów gospodarki. Nie sprzyja to też tworzeniu lokalnych powiązań kooperacyjnych oraz wzrostowi wartości dodanej wypracowywanej w tym sektorze.

Spadek cen ropy naftowej w latach 2014–2017 doprowadził do głębokiego kryzysu gospodarczego i politycznego w Wenezueli, który bardzo silnie ujawnił się w przemyśle samochodowym, prowadząc praktycznie do zatrzymania bądź ograniczenia do absolutnego minimum działalności większości zakładów. Z jednej strony, niedobory dewiz doprowadziły do ograniczenia lub wstrzymania importu części potrzebnych do produkcji nowych samochodów, ograniczając ich podaż na rynku. Z drugiej strony, hiperinflacja oraz niestabilność polityczna i gospodarcza drastycznie zredukowały popyt na nowe auta. Efektem tego jest praktyczne zatrzymanie produkcji sektora motoryzacyjnego, która w 2016 roku wyniosła zaledwie 2,8 tys. sztuk, a w pierwszych 10 miesiącach 2017 roku – jedynie 1,6 tys. sztuk.

Przyszłość wenezuelskiego przemysłu samochodowego zależeć będzie od długości trwania obecnego kryzysu. Jeżeli uda się go stosunkowo szybko przezwyciężyć i sytuacja polityczno-gospodarcza wróci do normy, należy oczekiwać, że również ten sektor stosunkowo szybko odzyska dawne zdolności produkcyjne. Jeżeli jednak kryzys będzie się przedłużać, może to zniechęcić działające na lokalnym rynku koncerny motoryzacyjne i skłonić je do zakończenia działalności bądź przeniesienia jej do sąsiednich krajów. Obecny kryzys może też otworzyć drogę do wejścia na ten rynek nowych graczy, głównie chińskich koncernów samochodowych. Niektóre z nich już w okresie rządów Cháveza próbowały wejść na ten rynek głównie poprzez import pojazdów, ale także poprzez próby uchronienia ich montażu na miejscu. W sytuacji dalszego osłabiania pozycji działających na tym rynku firm, przy jednoczesnym wzroście globalnej siły chińskich koncernów, mających w swojej ofercie tańsze samochody dla mniej zamożnych klientów, rynek wenezuelski może okazać się dla nich bardzo atrakcyjny i wart zainwestowania.

Literatura References

- Anuario Estadístico de Venezuela 1976* (1979). Caracas: Oficina Central de Estadística e Informática.
Anuario Estadístico de Venezuela 1987 (1988). Caracas: Oficina Central de Estadística e Informática.
Anuario Estadístico de Venezuela 1992 (1993). Caracas: Oficina Central de Estadística e Informática.
Astorga, P. (2000). The industrialisation in Venezuela: the problem of abundance. W: E. Cárdenas, J.A. Ocampo, R. Thorp (red.). *An Economic History of Twentieth-Century Latin America. Vol. 3: Industrialization and the State in Latin America: The Postwar Years*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 205–238.

- Astorga, P. (2003). La economía venezolana en el siglo XX. *Revista de Historia Económica*, 21(3), 623–653.
- Banko, C. (2005). Estado e industrialización en Venezuela. *Expresión Económica*, 14, 35–49.
- Banko, C. (2007). Industrialización y Políticas Económicas en Venezuela. *Cadernos PROLAM/USP*, 6(10), 129–147.
- Delgado, R.G.M. (2017). Industrialización y desindustrialización en Venezuela. Un análisis histórico. *Ensayos de Economía*, 50, 87–101.
- Encuesta de grandes empresas industriales 2007–2010* (2012). Caracas: Instituto Nacional de Estadística. Pozyskano z http://www.ine.gob.ve/documentos/Economia/Industria/pdf/EGEI_20072010.pdf
- Encuesta de grandes empresas industriales* (2013). Caracas: Instituto Nacional de Estadística. Pozyskano z http://www.ine.gob.ve/documentos/Economia/Industria/pdf/EGEI_20102011.pdf
- Hernández, C.A. (2010). Flexibilización laboral en el sector automotriz venezolano. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 3(5), 23–42.
- Hurtado, H. (1970). *La industria automotriz en Venezuela*. Grupo de Trabajo Sobre Economías de Escala en la Industria Automotriz Latinoamericana, Documento Informativo no. 6. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina.
- Informa CAVENEZ*, (1993–2017). Caracas: Cámara Automotriz de Venezuela (CAVENEZ). Pozyskano z <http://www.cavenez.com>
- Jenkins, R.O. (1977). *Dependent industrialization in Latin America. The Automotive Industry in Argentina, Chile and Mexico*. New York: Praeger Publishers.
- Jenkins, R.O. (1987). *Transnational corporations and the Latin American automobile industry*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Lucas, G. (1998). *La industrialización pionera en Venezuela: 1820–1936*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Lucas, G. (2006). *Industrialización contemporánea en Venezuela: política industrial del estado venezolano 1936–2000*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Melcher, D. (1995). La industrialización de Venezuela. *Economía*, 20(10), 47–72.
- Mommer, B. (1996). Integrating the Oil: A Structural Analysis of Petroleum in the Venezuelan Economy. *Latin American Perspectives*, 23(3), 132–158.
- Padilla, E., Sequera, J. (2007). *Demanda de automóviles nuevos en Venezuela. Estudio empírico 1960–2003*. Pozyskano z <http://www.eumed.net/libros/2007a/247/>
- PIB, por clase de actividad económica, a precios constantes, I Trimestre 1997 – IV Trimestre 2013* (2015). Caracas: Instituto Nacional de Estadística. Pozyskano z http://www.ine.gob.ve/documentos/Economia/CuentasNacProductoInternoBrutoCuadros/xls/5_2_4.xls
- Reestructuración de la industria automotriz mundial y perspectivas para América Latina (1987). *Estudios e Informes de la CEPAL*, 15. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina (CEPAL).
- Sonntag, H.R., Cruz, R. (1985). The State and Industrialization in Venezuela. *Latin American Perspectives*, 12(4), 75–104.
- Tarver, H.M., Frederick, J.C. (2005). *The history of Venezuela*. Westport–London: Greenwood Press.
- Valbuena, J. (1981). Etapas del crecimiento industrial venezolano. *Revista Geográfica*, XVI–XIX, Universidad de Los Andes, Mérida, 179–197.
- Vera, L. (2009). Cambio estructural, desindustrialización y pérdidas de productividad: evidencia para Venezuela. *Cuadernos del CENDES*, 26(71), 89–115.
- Womack, J.P., Jones, D.T., Roos, D. (2007). *Maszyna, która zmieniła świat*. Wrocław: ProdBPress.com.
- Wójtowicz, M. (2008). Rozwój przemysłu samochodowego w Brazylii w latach 1957–2005. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 10, 140–153.
- Wójtowicz, M., (2013). Kształtowanie przemysłu samochodowego Argentyny w dobie globalizacji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 268–293.

Mirosław Wójtowicz, dr nauk o Ziemi w zakresie geografii (specjalność geografia społeczno-ekonomiczna), adiunkt w Zakładzie Geografii Społeczno-Ekonomicznej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół zagadnień procesów urbanizacji oraz industrializacji w Ameryce Łacińskiej, ze szczególnym uwzględnieniem Argentyny, Brazylii i Meksyku.

Mirosław Wójtowicz, Ph.D. in Earth Sciences in the field of Geography (specialization in Socio-Economic Geography), associate professor in the Department of Socio-Economic Geography at the Pedagogical University of Cracow. His research interests focus on issues of urbanization and industrialization process in Latin America, with particular emphasis on Argentina, Brazil and Mexico.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: mwojt@up.krakow.pl

ANDRZEJ SOCZÓWKA

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

IVAN RUDAKEYVYCH

Tarnopolski Uniwersytet Pedagogiczny, Ukraina
Ternopil National Pedagogical University, Ukraine

Produkcja taboru tramwajowego i trolejbusowego na Ukrainie na tle sytuacji taborowej przedsiębiorstw

Production of Trams and Trolleybuses in Ukraine in the Aspect of Transport Companies Fleet Capability

Streszczenie: Początki produkcji tramwajów na obszarze Ukrainy to okres międzywojenny, a trolejbusów – koniec lat pięćdziesiątych XX wieku. Jednakże wraz z masowymi dostawami importowanego taboru z Rosji i Czechosłowacji produkcję tych środków transportu na Ukrainie wstrzymano. Na początku lat 90. XX wieku – z powodu kryzysu ekonomicznego i problemów finansowych – dostawy zagraniczne uległy znacznemu zmniejszeniu. Sytuacja przedsiębiorstw tramwajowych i trolejbusowych pogorszyła się wraz z rozpadem ZSRR, kiedy to uległy rozerwaniu więzi gospodarcze nie tylko pomiędzy państwami Europy Środkowej i Wschodniej, ale również pomiędzy byłymi sowieckimi republikami. W tych trudnych ekonomicznie warunkach podjęto decyzję o wznowieniu na Ukrainie produkcji tramwajów i trolejbusów. Artykuł ma na celu analizę sytuacji taborowej komunikacji tramwajowej i trolejbusowej na Ukrainie po 25 latach od momentu odzyskania niepodległości, poprzez porównanie dwóch aspektów jej funkcjonowania: ukraińskiego rynku producentów taboru tramwajowego i trolejbusowego oraz sytuacji taborowej przedsiębiorstw. Jako obszar badań przyjęto granice Ukrainy sprzed 2014 roku. Badania mają charakter podstawowy i opierają się w dużej mierze na materiale zebranym przez autorów. W artykule przeanalizowano produkcję taboru na Ukrainie po 1991 roku – nie tylko opisano produkowane marki i modele, ale również przygotowano zestawienia statystyczne dotyczące wielkości produkcji i jej odbiorców. Sytuację na rynku producentów taboru porównano z sytuacją taborową tamtejszych przedsiębiorstw. Badania potwierdziły, że mamy do czynienia z kryzysem systemowym. Komunalne przedsiębiorstwa tramwajowe i trolejbusowe każdego roku generują straty i coraz większe zadłużenie. Nowy tabor kupowany jest nieregularnie i w niewielkich ilościach, co ogranicza liczbę potencjalnych dostawców, a w dodatku przy wyborze najkorzystniejszej oferty preferowany jest rodzimy producent. Tym samym nie musi on być konkurencyjny cenowo, jakościowo i technologicznie, co tylko zwiększa jego dystans rozwojowy w stosunku do czołowych producentów taboru w Europie. A z uwagi na relatywnie niską jakość produktów ze swojego portfolio musi utrzymywać się wyłącznie ze skromnych zleceń krajowych.

Abstract: Production of trams in the area of Ukraine started during the interwar period. However, production of trolleybuses started at the end of the 1950s. Due to huge amount of imported fleet from Russia and Czechoslovakia, production of these means of transport stopped. At the beginning of the 1990s, due to economical crisis and financial problems, import was rapidly reduced. Economic disintegration as a result of dis-

solution of the Soviet Union constituted a serious problem for tram and trolleybus companies. Existing economic ties were severed not only between Central and Eastern European countries but also between ex-Soviet republics. In these tough economic conditions, Ukraine decided on resumption of trams and trolleybuses production. The aim of this article is the analysis of trams and trolleybuses system fleet capability in Ukraine, 25 years after Ukraine's independence. The article shows comparison of two aspects: firstly, Ukrainian manufacturers market of trams and trolleybuses, secondly, transport companies fleet capability. The research areas of the article are Ukrainian border before 2014. The research is basic in character with data gathered mainly by the authors. The authors pass on an analysis of fleet production in Ukraine after 1991. The article describes not only the models and brands produced but also statistics of the size of production and its recipient. Situation on manufacturing market of trams and trolleybuses was compared with transport companies fleet capability. Research confirmed a systemic crisis. Municipal tram and trolleybus companies, each year generate financial losses and higher indebtedness. New trams and trolleybuses are bought rarely and in small number which results in the number of potential providers being limited. Moreover, when the choice of the most beneficial offers is made, native manufacturer is preferred. Therefore, offers do not have to be competitive in terms of price, quality and technology. What is more, it increases distance of development to main manufacturer in Europe. Due to relative poor quality of their portfolio products, native producers have to earn only with low-paid national production orders.

Słowa kluczowe: produkcja; tabor; tramwaj; trolejbus; Ukraina

Keywords: fleet; tram; trolleybus; production; Ukraine

Otrzymano: 20 grudnia 2017

Received: 20 December 2017

Zaakceptowano: 18 maja 2018

Accepted: 18 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

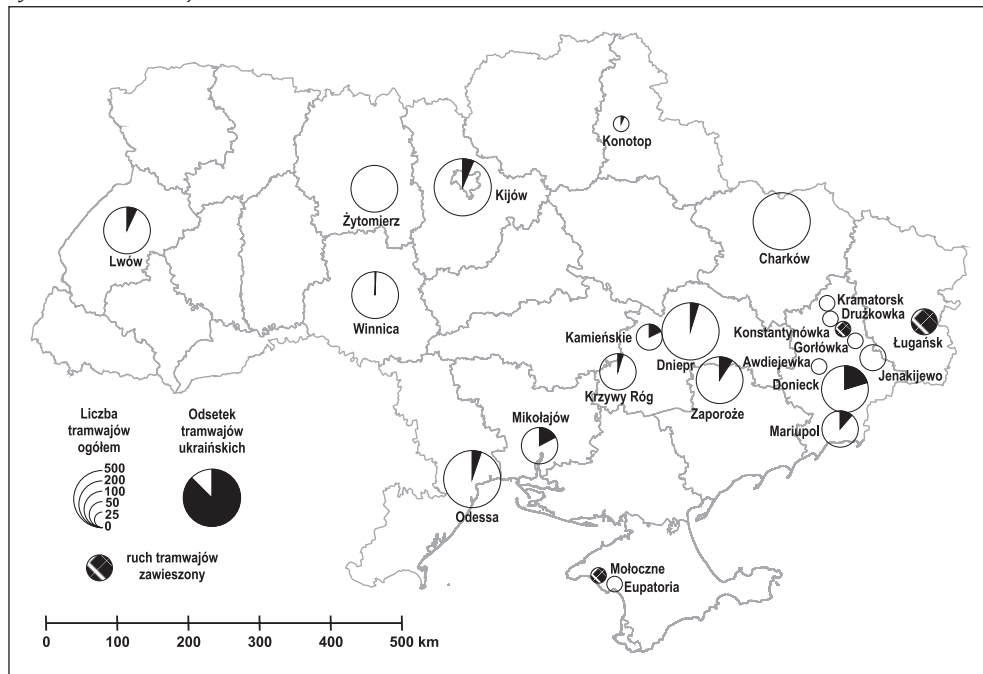
Soczówka, A., Rudakevych, I. (2018). Produkcja taboru tramwajowego i trolejbusowego na Ukrainie na tle sytuacji taborowej przedsiębiorstw. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 105–128. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.7>

WSTĘP

Pomimo trwającego od 2014 roku konfliktu zbrojnego na wschodzie kraju, spornego statusu Krymu, w 2016 roku Ukraina świętowała 25-lecie niepodległości. Ta rocznica jest dobrym pretekstem do analizy sytuacji miejskiego transportu elektrycznego na Ukrainie przez pryzmat sytuacji taborowej, a zwłaszcza ukraińskich producentów taboru tramwajowego i trolejbusowego. Jako obszar badań autorzy przyjęli granice Ukrainy sprzed 2014 roku. Na tym obszarze funkcjonowały historycznie 32 sieci tramwaju elektrycznego. Do końca 2016 roku czynnych pozostało 20 sieci, trzy sieci – Konstantynówka, Ługańsk i Mołoczne – są zakonserwowane, ale możliwe jest teoretyczne przywrócenie ruchu (ryc. 1), a dziewięć historycznie funkcjonujących sieci zostało już definitywnie zlikwidowanych.

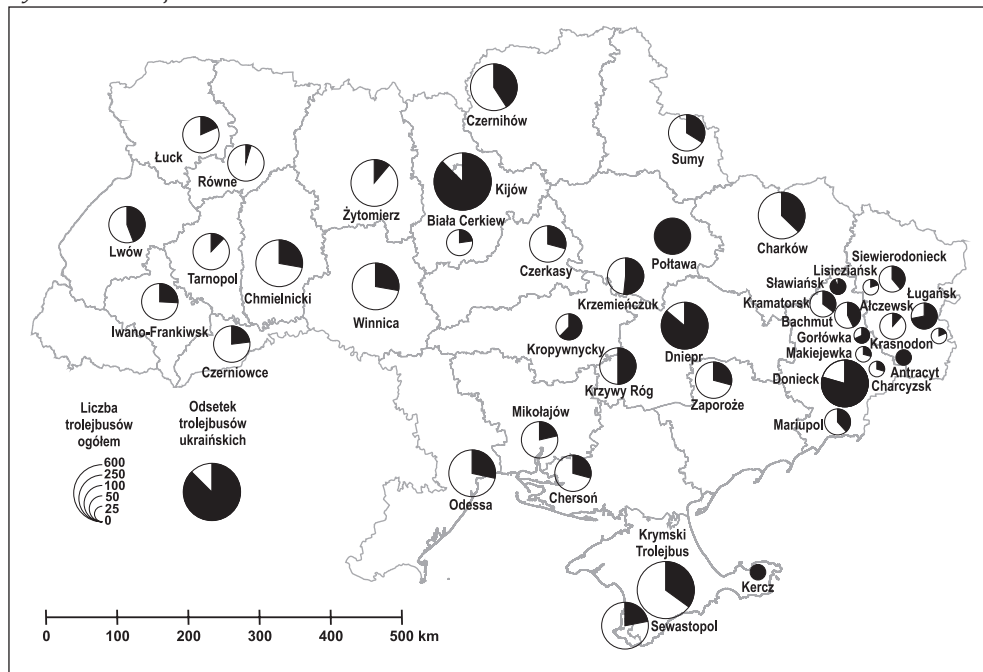
W przypadku trolejbusów statystyki prezentują się trochę lepiej – spośród 45 historycznie funkcjonujących sieci (ryc. 2), zawieszono zaledwie cztery we wschodniej części kraju. Z uwagi na wspólne użytkowanie infrastruktury i specyfikę przewozów sieć krymską, na którą składają się sieci miejskie Symferopola, Ałuszy i Jałty oraz łącząca je trasa międzymiastowa, potraktowano jako jedną sieć. Statystykę miejskiego transportu elektrycznego uzupełniają trzy funkcjonujące sieci metra (Charków, Dnipro i Kijów), nieuwzględnione w tych badaniach. Przy okazji należy wyjaśnić jeszcze jedną różnicę terminologiczną: termin „miejski transport elektryczny” w odniesieniu do krajów byłego ZSRR używany jest łącznie na określenie: tramwajów,

Ryc. 1. Sieci tramwajowe na Ukrainie na koniec 2016 roku



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 2. Sieci trolejbusowe na Ukrainie na koniec 2016 roku



Źródło: opracowanie własne

trolejbusów i metra, w niniejszej pracy występuje jako synonim tylko dla tramwajów i trolejbusów.

Prace poświęcone komunikacji miejskiej to najczęściej, oprócz prac technicznych czy ekonomicznych, wszelkie opracowania historyczne. Najczęściej dotyczą danej sieci, obszaru lub rodzaju transportu. Poruszają one problematykę eksploatowanego taboru, ale czynią to niejako przy okazji, kładąc na kwestie taborowe mniejszy lub większy nacisk – w zależności od rodzaju opracowania i dostępności danych. W komunikacji miejskiej opracowania poświęcone pojazdom tworzone są relatywnie rzadko, ale można znaleźć kilka ciekawych pozycji, np. atlas eksploatowanych w Polsce (Lubka, Stiasny, 2011) lub eksploatowanych w Niemczech tramwajów (*Straßenbahn Fahrzeugkatalog*, 2014), historię zakładów Konstal w Chorzowie (*Od Warsztatów Przetwórczych...*, 1999), historię zakładów Jelcz (Połomski, 2010; 2011; 2013; 2017), monografię poświęconą czeskim tramwajom Tatra T3 (Mara, 2001) lub autobusom i trolejbusom krajów Europy Wschodniej (Harák, 2014). Oprócz wartości historycznej, opracowania takie stanowią często nieoceniony materiał źródłowy w pracach syntetyzujących.

W literaturze przedmiotu – ukraińskiej, rosyjskiej czy też polskiej – nie znajdziemy zbyt wiele prac traktujących kompleksowo o wszystkich sieciach komunikacji miejskiej na Ukrainie. Najbardziej znaną i cenioną publikacją jest kompleksowe opracowanie S. Tarchova, K. Kozlova i A. Olandera (2010) – encyklopedia miejskiego transportu elektrycznego na Ukrainie. Etapy rozwoju i regresu tramwajów w Zagłębiu Donieckim zbadał M. Rechłowicz (2015). Eksploatowany historycznie i współcześnie na Ukrainie tabor trolejbusowy opisał P.A. Bogodistyj, L.V. Zbarskij i A.Ju. Palant (2016), są to jednak w dużej mierze opisy techniczne poszczególnych konstrukcji, w pracy brakuje zestawień porównawczych czy szerszych analiz w oparciu o dane statystyczne. Wciąż brakuje opracowań, które pozwoliłyby na zachodzące na tym obszarze przemiany w komunikacji tramwajowej i trolejbusowej, zwłaszcza w aspekcie taborowym, spojrzeć kompleksowo, krytycznie i z wieloletniej perspektywy.

Artykuł ma na celu analizę sytuacji taborowej komunikacji tramwajowej i trolejbusowej na Ukrainie po 25 latach od momentu uzyskania niepodległości, poprzez porównanie dwóch aspektów jej funkcjonowania: ukraińskiego rynku producentów taboru oraz sytuacji taborowej przedsiębiorstw. Badania mają charakter podstawowy i opierają się w dużej mierze na materiale zebranym przez autorów. Do 2014 roku dane statystyczne o transporcie miejskim dla całego obszaru Ukrainy gromadziła Korporacja Przedsiębiorstw Miejskiego Transportu Elektrycznego na Ukrainie „Ukrelektrotrans”, na podstawie sprawozdań przesyłanych przez poszczególne przedsiębiorstwa. Po tym okresie te dane są niekompletne – brakuje danych z sieci na Krymie i na wschodzie Ukrainy z obszaru objętego działaniami wojennymi.

Z tego względu autorzy posłużyli się aktualizowaną lokalnie bazą taboru prowadzoną przez portal internetowy i fotogalerię Miejski Transport Elektryczny (2017), samodzielnie gromadząc dane i weryfikując je w oparciu o publikacje S. Tarchova i in. (2010) oraz P.A. Bogodistygo i in. (2016). Na serwerze umieszczono dodatkowe skrypty, pozwalające analizować bazę danych taboru w różnych konfiguracjach. Przyjęto stan na dzień 31 grudnia 2016 roku, uwzględniając jednakże styczniowe dostawy taboru wyprodukowanego w poprzednim roku kalendarzowym. Pojazdy znajdujące się w bazie na stanie poszczególnych przedsiębiorstw podzielono na dwie grupy – sprawne, czyli wyjeżdżające codziennie na linie lub posiadające niewielkie usterki pozwalające szybko przywrócić je do eksploatacji, oraz odstawione, czyli figurujące

na stanie przedsiębiorstw, ale wymagające poważnych napraw, bądź też całkowicie niesprawne, służące jedynie jako zapas części zamiennych do pozostałych pojazdów. Zamieszczone w artykule statystyki i zestawienia zawierają szereg danych dotychczas niepublikowanych.

PRODUKCJA TRAMWAJÓW I TROLEJBUSÓW NA UKRAINIE DO LAT DZIEWIĘDZIESIĄTYCH XX WIEKU

Historia miejskiego transportu elektrycznego na obszarze współczesnej Ukrainy ma swój początek w 1892 roku, kiedy to w Kijowie została wybudowana pierwsza w Europie Wschodniej linia tramwaju elektrycznego. Wcześniej w kilku miastach funkcjonowały jedynie tramwaje konne i parowe. Kilka lat później uruchomiono systemy tramwaju elektrycznego we Lwowie (1894 rok), Jekaterynosławiu (późniejsze nazwy: Dniepropietrowsk, obecnie Dniepr – 1897 rok), Czerniowcach (1897 rok), Jelizawietgradzie (późniejsze nazwy: Zinowjewsk, Kirowo, Kirowohrad, obecnie Kropywnycki – również 1897 rok), Sewastopolu (1898 rok), Krzemieńczuku i Żytomierzu (1899 rok). Tabor na pierwsze linie tramwajowe pochodził przede wszystkim z Niemiec (AEG, Siemens, Herbrand, MAN), Belgii i Austrii. Wszystkie ww. systemy, z wyjątkiem Kijowa i Krzemieńczuka, posiadały rozstaw szyn 1000 mm.

Pierwsze tramwajowe wagony rodzimej produkcji były montowane w Południowo-Rosyjskich Zakładach w Kijowie z części dostarczonych przez przedsiębiorstwo MAN. W 1925 roku rozpoczęto produkcję tramwajów w Zakładach im. Marti w Nikołajewie (obecnie Stocznia Czarnomorska). Natomiast w 1927 roku zorganizowano produkcję wagonów tramwajowych w Zakładach im. Dąbala w Kijowie, które w późniejszych latach nazwano Kijowskim Zakładem Transportu Elektrycznego. Po II wojnie światowej zakłady te rozpoczęły produkcję czteroosiowych wagonów serii KTB, a w Charkowskim Zakładzie Remontów Wagonów produkowano wagony doczepne. Wraz z masowymi dostawami czechosłowackich wagonów Tatra oraz KTM z Rosji zaprzestano na Ukrainie produkcji pasażerskich wagonów tramwajowych.

Trolejbusy na Ukrainie są znacznie młodsze od tramwajów. Pierwsza sieć trolejbusowa na obszarze współczesnej Ukrainy powstała w 1935 roku w Kijowie, czyli dwa lata później niż w Moskwie (Shugurov, 1993). Była to druga w kolejności sieć trolejbusowa otwarta w ZSRR. W 1939 roku uruchomiono trolejbusy w Czerniowcach (należących ówczesnie jeszcze do Rumunii), w Charkowie, a w 1940 roku – w Charkowie. Ukraińskie miasta otrzymały od rosyjskich fabryk trolejbusy marki LK-5 i JaTB, natomiast w Czerniowcach kursowały pojazdy niemieckiej marki MAN. Kolejne sieci uruchamiano już po II wojnie światowej – Odessa (1945 rok), Dniepr (1947 rok), Zaporozże (1949 rok), Sewastopol (1950 rok).

Produkcję trolejbusów w Ukraińskiej Socjalistycznej Republice Ludowej rozpoczęto w Kijowskim Zakładzie Transportu Elektrycznego (KZTE) w końcu lat pięćdziesiątych XX wieku. W kraju otwierano wiele nowych systemów trolejbusowych, a rosyjskim i czechosłowackim producentom nie starczało zdolności produkcyjnej na zabezpieczenie dostaw większej liczby trolejbusów. KZTE w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku produkował trolejbusy K-2, K-3, K-4 i K-6. Model K-5LA był składany w fabryce autobusów we Lwowie i w Odessie na bazie autobusów LAZ-695.

Wraz z rozpoczęciem masowych dostaw z rosyjskich Zakładów im. Urickiego (marka Ziu) oraz czechosłowackiej Škody produkcję pasażerskich trolejbusów w Kijowie

i we Lwowie wstrzymano. Kijowska fabryka produkowała jedynie towarowe trolejbusy KTG. O ile trolejbusy pasażerskie produkowano właściwie tylko na potrzeby rynku ukraińskiego, z pewnymi wyjątkami dotyczącymi innych sieci byłego ZSRR, to trolejbusy towarowe wyprodukowane w KZTE można było spotkać praktycznie we wszystkich republikach. Do produkcji taboru na potrzeby miejskiego transportu elektrycznego ukraińskie przedsiębiorstwa powróciły w 1991 roku, wraz ze znacznym spadkiem dostaw importowanych trolejbusów i tramwajów.

PRODUCENCI TABORU TRAMWAJOWEGO

Na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku – z powodu kryzysu ekonomicznego i problemów finansowych – dostawy importowanego taboru na potrzeby komunikacji miejskiej dla ukraińskich miast uległy znacznemu zmniejszeniu. Jeszcze bardziej pogorszyła się sytuacja zajezdni tramwajowych i trolejbusowych wraz z rozpadem ZSRR, kiedy to uległy rozerwaniu więzi gospodarcze nie tylko pomiędzy państwami Europy Środkowej i Wschodniej, ale również między byłymi sowieckimi republikami. W latach 1991–1992 znacznie zmniejszyły się, a do większości miast całkowicie zanikły, dostawy nowego taboru z Rosji od dwóch głównych dostawców – trolejbusów z Zakładów im. Urickiego (marka ZiU) oraz tramwajów z Ust'-Katawskich Zakładów im. Kirowa (marka KTM). Wystąpił także deficyt części zamiennych do importowanego taboru – zarówno z Czechosłowacji, jak też z dawnego ZSRR. W konsekwencji znacznie zmniejszyła się efektywność funkcjonowania miejskiego transportu elektrycznego.

Problemem ekonomicznym na Ukrainie na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku był również kryzys paliwowy. Importowane paliwo z Rosji i z pozostałych krajów kupowano zawsze za deficytową zagraniczną walutę, co spowodowało znaczący wzrost cen. Większość miejskich i podmiejskich autobusów nie wyjeżdżała na linie. Krytyczną sytuację w przewozach autobusowych potęgował brak paliw, a także importowanych części zamiennych. Cena biletu w komunikacji autobusowej nie nadążała za wzrostem cen paliw. W tej sytuacji główny ciężar w komunikacji miejskiej spoczął na transporcie elektrycznym, w którym sytuacja również była problematyczna. Znaczna część taboru była już wyeksploatowana i potrzebowała wymiany. Wiele tramwajów i trolejbusów pozostawało w zajezdniach z powodu braku deficytowych importowanych części zamiennych. W tych trudnych ekonomicznie warunkach podjęto decyzję o wznowieniu rodzimej (czyli ukraińskiej) produkcji tramwajów i trolejbusów.

W celu rozwiązania problemów dostaw nowych wagonów tramwajowych w Ługańskim Zakładzie Produkcji Lokomotyw Spalinowych w 1993 roku rozpoczęto produkcję nowych wagonów własnej konstrukcji LT-10. Wagony te, w liczbie 15 egzemplarzy łącznie, zostały dostarczone do Ługańska i Jenakijewa. Powstał również prototyp – częściowo niskopodłogowy wagon LT-10A. Trzy wagony serii LT-5 oraz jeden wagon serii LT-10 zakupiła także Moskwa. Jednakże obydwie serie wagonów były konstrukcyjnie niedopracowane, ciężkie (wagon ważył aż 23 t), wysoce awaryjne i relatywnie drogie, dlatego w 1998 roku zaprzestano ich produkcji.

W 1994 roku produkcję wagonów tramwajowych wspólnie z czeskim przedsiębiorstwem ČKD-Tatra rozpoczęły Południowe Zakłady Budowy Maszyn im. Makarowa (pot. Jużmasz) w Dnieprze, czyli tak naprawdę największe ukraińskie przedsiębiorstwo przemysłu raketowo-kosmicznego, projektant i producent międzykontynentalnych pocisków balistycznych, raket nośnych, statków kosmicznych, silników

rakietowych i innych produktów zaawansowanych technologii. Wspólnie stworzone przedsiębiorstwo nazwano Tatra-Południe – przez 10 lat produkowało ono wagony Tatra T6B5. Łącznie wytworzono 38 wagonów, które zostały kupione przez siedem ukraińskich miast (tab. 1).

Tab. 1. Tramwaje wyprodukowane na Ukrainie w latach 1991–2016

Marka i model	Lata produkcji	Miejsce produkcji	Wagony wyprodukowane	Wagony w eksploatacji
LT-10	1993–1997	Ługańsk	16	–
LT-5	2003		3	–
Tatra-Jug T6B5	1994–2003	Dniepr	38	34
K1	2003–2013		76	65
K1M	od 2012		10	10
K1M8	2010–2012		4	4
Electron T5L64	2013	Lwów	1	1
Electron T3L44	od 2014		8	8
Electron T5B64	od 2015		3	3
Charków, T3-WPA	2009	Charków	4	4
Kijów KT3UA	2004–2012	Kijów	16	14
Kijów T3UA	2010–2011		3	3
Kijów 71-154M-K	2009		1	1
Bohdan TR843	2012		1	1
K3R-NNP „Kasztan”	2013		1	1
T3UA-3 „Kasztan”	od 2012	Kijów, Odessa	10	10
Tatra KT4-UA	od 2015	Winnica	1	1
KT4UA	od 2016		2	2
T4UA	od 2016		1	1
Razem:			199	163

Źródło: opracowanie własne

Od 2001 roku w ofercie przedsiębiorstwa pojawił się nowy model – wysokopodłogowy wagon K1, konstrukcyjnie nawiązujący do wagonów Tatra T6B5, ale wyposażony w nowoczesne silniki i elektronikę. Pierwsze wagony tej serii dostarczono dopiero w 2003 roku. Cztery lata później rozpoczęto produkcję wielosekcyjnych, częściowo niskopodłogowych wagonów K1M8. Tramwaje serii K1 i K1M8 zakupiło łącznie 10 ukraińskich miast w liczbie 86 wozów, a serię K1M8 zakupił Kijów – cztery wozy na potrzeby linii szybkiego tramwaju. Podobnie jak wcześniejszy model Tatra T6B5, wagony serii K1 charakteryzują się relatywnie wysoką, jak na ukraińskie warunki, niezawodnością. W codziennej eksploatacji jest ok. 90% dotychczas zakupionego taboru (tab. 1).

Swoich szans w produkcji taboru tramwajowego próbowali również inni producenci. Samochodowa korporacja Bohdan wspólnie z białoruskim przedsiębiorstwem Biełkommunmasz wyprodukowała w 2011 roku niskopodłogowy tramwaj Bohdan-Tr843, bazujący na białoruskiej konstrukcji BKM-843. Wóz został ostatecznie zmontowany w Kijowie w KZTE, a jedyny ukraiński egzemplarz tej serii można czasami spotkać w mieście w eksploatacji liniowej.

Najmłodszym na Ukrainie współczesnym producentem tramwajowych wagonów i trolejbusów jest ukraińsko-niemieckie przedsiębiorstwo Elektrontrans ze

Lwowa. W kooperacji z niemiecką spółką TransTec F&E Vetschau UG produkcji taboru podjęła się spółka Elektron, która w przeszłości znana była z produkcji telewizorów i sprzętu gospodarstwa domowego. Pierwszy tramwaj modelu T5L64 został wyprodukowany w 2013 roku dla wąskiego toru (1000 mm) we Lwowie. Później dla tego samego miasta wyprodukowano jeszcze jeden wagon – trzysekcyjny Electron-T3L44, a w 2016 roku na potrzeby otwarcia nowej linii zakupiono jeszcze siedem takich wagonów. W 2015 roku powstał niskopodłogowy model T5B64 dla Kijowa, dotychczas zakupiony w trzech egzemplarzach. Obecnie Elektron-Trans jest jedynym na Ukrainie przedsiębiorstwem, produkującym całkowicie niskopodłogowy, jak również wąskotorowy tabor tramwajowy.

Na Ukrainie funkcjonuje również kilka przedsiębiorstw zajmujących się modernizacją czechosłowackich wagonów Tatra T3, a także produkowaniem na ich bazie nowych wagonów. Wagony Tatra T3 są najpowszechniejszym modelem taboru – na koniec 2016 roku na stanie przedsiębiorstw było ok. 1150 takich wagonów. Znaczną część dostarczono jeszcze w czasach ZSRR, część odkupiono z miast czeskich lub słowackich. Stąd też większość wagonów nadaje się tylko do kapitalnych remontów lub wycofania z eksploatacji.

Pierwsze modernizacje wagonów Tatra T3 rozpoczął po 2000 roku kijowski KZTE. Wagony otrzymały zmodernizowane nadwozie, wnętrze wagonu, elektroniczny napęd i system sterowania. W 2004 roku z udziałem czeskich inżynierów w KZTE na potrzeby linii szybkiego tramwaju na bazie wagonów Tatra T3 powstał trzyczłonowy, częściowo niskopodłogowy, przegubowy tramwaj K3R-N (nazywany również KT3-UA). Łącznie zmodernizowano 14 wozów dla Kijowa i dwa wozy dla Krzywego Rogu. Powstały również trzy wagony wysokopodłogowe T3-UA dla Krzywego Rogu.

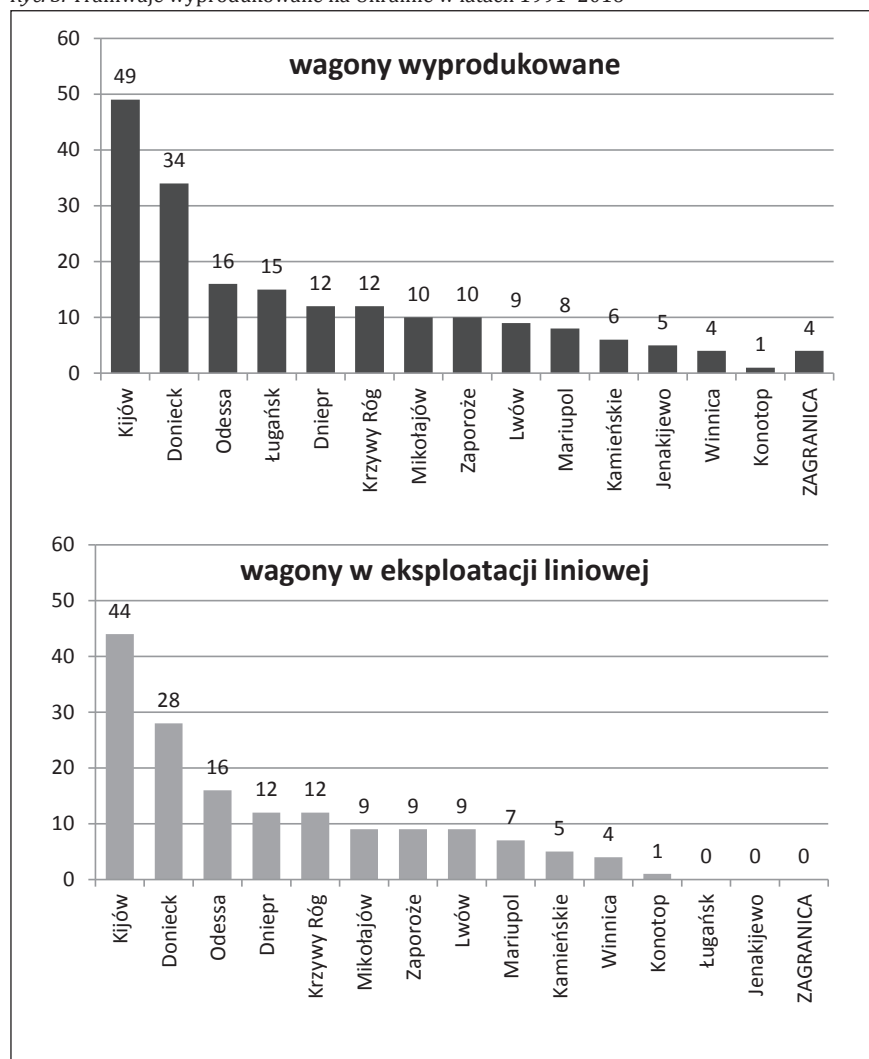
W 2011 roku KZTE wspólnie z Kałuską Fabryką Maszyn Budowlanych (obwód iwano-frankowski), przygotowującą nadwozia tramwajów, rozpoczęli produkcję częściowo niskopodłogowego modelu Tatra T3-UA-3 „Kasztan”. Do końca 2016 roku zakupiono łącznie 10 takich wagonów – cztery do Kijowa i sześć do Odessy (tab. 1), przy czym wagony dla Odessy montowane były już na miejscu. Są to konstrukcje typu SAM, bazujące na modelu Tatry.

W 2009 roku w Charkowie w zakładzie remontu wagonów przygotowano cztery wagony T3-WPA na bazie kratownic i nadwozi starych wagonów Tatra T3. Wagony wyposażono w nowe wózki, silniki, elektronikę, odnowiono wnętrze. Jednakże tamtejsza rada miasta podjęła decyzję, że nie będzie zlecać więcej takich modernizacji, a kupować używane wagony, wycofywane z eksploatacji w krajach unijnych.

W 2015 roku zajezdnia tramwajowa w Winnicy podjęła się, z pomocą czeskich specjalistów, eksperymentu szerokiej modernizacji wąskotorowego wagonu Tatra KT4SU, do modelu Tatra KT4UA. Modernizacja ta była właściwie budową od podstaw nowego wagonu. W 2016 roku ta sama zajezdnia zaprezentowała nowy model – trzysekcyjny, częściowo niskopodłogowy wagon KT4UA VinWay oraz jednosekcyjny, również częściowo niskopodłogowy, wagon T4UA.

Podsumowując, do 2016 roku miasta Ukrainy otrzymały łącznie 195 wagonów rodzimej produkcji (ryc. 3), spośród których: 128 wagonów wyprodukowano w Dnieprze, 28 – w Kijowie, 15 – w Ługańsku, 12 – we Lwowie, po cztery – w Charkowie, Odessie i Winnicy. Ponadto cztery wagony z Ługańska trafiły za granicę – do Moskwy. Najwięcej nowych wagonów zakupiły: Kijów (49), Donieck (34), Odessa (16), Ługańsk (15) oraz Krzywy Róg i Dniepr (12). Większość nowych wagonów trafiła do dużych

Ryc. 3. Tramwaje wyprodukowane na Ukrainie w latach 1991–2016

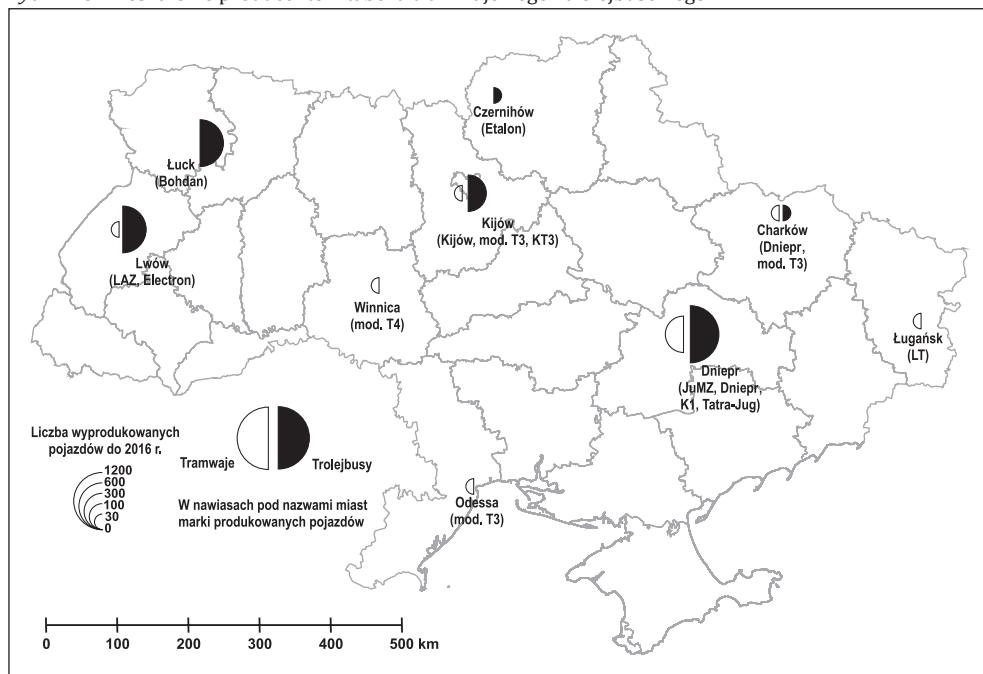


Źródło: opracowanie własne

miast środkowej i wschodniej Ukrainy. Przestrzenne rozmieszczenie produkcji taboru tramwajowego przedstawia ryc. 4.

Na Ukrainie oprócz taboru wytwarzane są także części zamienne. W charkowskich zakładach „Elektroważmasz” wytwarzane są silniki elektryczne dla tramwajów i trolejbusów. W zakładach w Zaporżu, Winnicy i Kamieńcu Podolskim – osprzęt elektryczny, w Głuchowie (obwód sumski) – oporniki hamowania, w Krzemieńczuku (obwód połtawski) – wózki i koła. Ponadto produkcją różnych podzespołów zajmuje się dużo mniejszych przedsiębiorstw w różnych częściach kraju. Chociaż niektóre zaawansowane technologicznie komponenty (np. systemy sterowania napędem, mosty napędowe, elektronikę) importuje się z innych krajów – z UE lub z Chin.

Ryc. 4. Rozmieszczenie producentów taboru tramwajowego i trolejbusowego



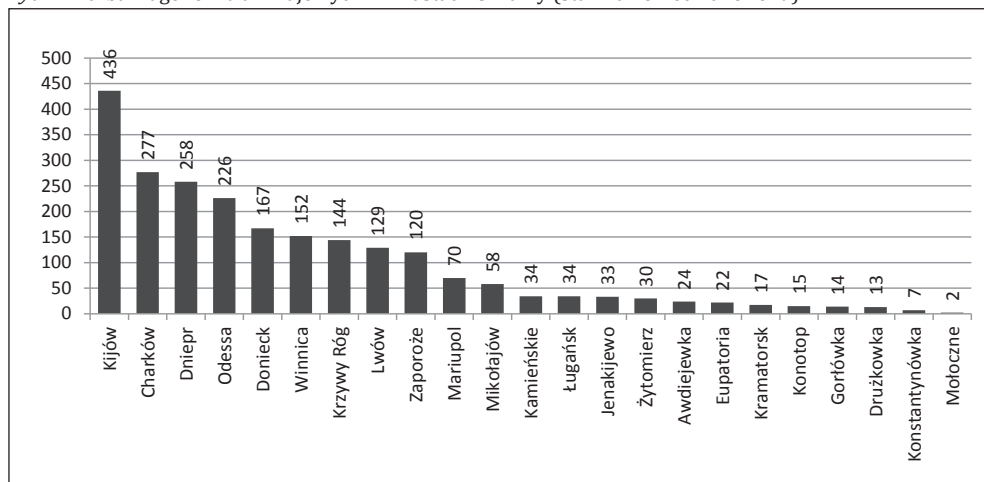
Źródło: opracowanie własne

SYTUACJA TABOROWA PRZEDSIĘBIORSTW TRAMWAJOWYCH

Według zestawień przygotowanych przez autorów, pod koniec 2016 roku na stanie ukraińskich zajezdni znajdowały się 2282 wagony tramwajowe, spośród których sprawnych było 1840 wagonów (ryc. 5). Największe parki taborowe to: Kijów (436 wagonów), Charków (277), Dniepr (258) i Odessa (226). Najliczniej reprezentowaną marką jest czechosłowacka Tatra (1586 wagonów – 69,5% taboru), potem rosyjskie KTM (382 – 16,9%), szwajcarskie Be4/6, Be4/4 i B4 (115 – 5%), K1 (87 – 3,8%), ukraińskie Tatra-Jug (38 – 1,7%) oraz modernizacje Tatra-UA (38 – 1,7%). Pozostałe marki (Electron, Pesa, Gotha, LM, LT i Bohdan) reprezentowane są w liczbie od jednego do kilkunastu wagonów.

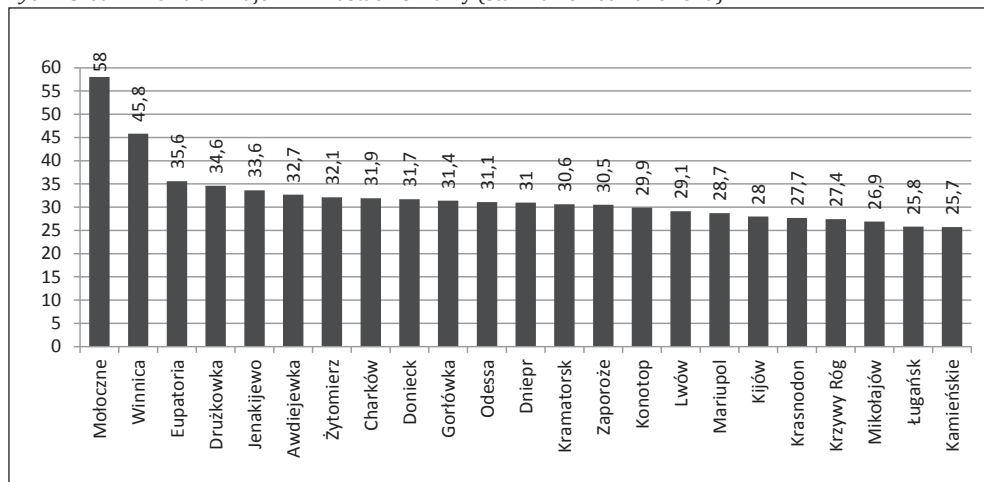
Średnia wieku wagonów tramwajowych w 2016 roku wynosiła 31,2 roku i z każdym rokiem jest coraz wyższa. Najstarszy tabor posiada wieś Mołoczne na Krymie – jest to linia o długości 1,5 km, prowadząca z miejscowego sanatorium na plażę, uruchomiona sezonowo w latach 1989–2014, obsługiwana przez dwa wagony Gotha z końca lat pięćdziesiątych. Relatywnie wysoka średnia wieku taboru jest w Winnicy, większość taboru stanowią podarowane przez szwajcarski Zurich używane wąskotorowe wagony. Są one jednak w bardzo dobrym stanie technicznym. Najmłodszym taborem może pochwalić się Kamieńskie (przez 80 lat oficjalnie nazywane Dnieprodzierżyńskim). Warto też zwrócić uwagę, że konflikt zbrojny na Ukrainie wyłączył z eksploatacji drugą pod względem średniego wieku taboru sieć – Ługańsk (ryc. 6). Działania wojenne i ich skutki dla komunikacji tramwajowej i trolejbusowej szerzej opisuje M. Rechłowicz (2016).

Ryc. 5. Liczba wagonów tramwajowych w miastach Ukrainy (stan na koniec 2016 roku)



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 6. Średni wiek tramwajów w miastach Ukrainy (stan na koniec 2016 roku)



Źródło: opracowanie własne

Oprócz 195 wagonów produkcji ukraińskiej, w latach 1991–2016 zakupiono łącznie 220 wagonów produkcji rosyjskiej, 17 wagonów czeskosłowackich oraz 10 wagonów polskich. Dostawy taboru z Rosji przypadają głównie na lata dziewięćdziesiąte i są to ostatnie wagony z produkowanej od lat sześćdziesiątych serii KTM-5, z późniejszej serii KTM-8 czy też przeznaczonej dla szybkiego tramwaju serii KTM-11. Po 2000 roku z nowszych serii KTM zakupiono zaledwie 13 wagonów, w tym 10 wagonów dla Charkowa. Szerszy rozstaw szyn (1520 mm) i niewielkie wolumeny zamówienia (zaledwie po kilka wagonów) czynią jednocześnie ten rynek mało atrakcyjnym dla większych producentów taboru, za wyjątkiem producentów posiadających już konstrukcje dla tej szerokości toru.

Wąskotorowe sieci tramwajowe zachodniej i środkowej Ukrainy (Lwów, Winnica) odkupywały używany tabor z różnych krajów zachodniej Europy, ponieważ do 2012 roku żaden ukraiński producent nie oferował wąskotorowego taboru. Właściwie to Winnica jest szczególnym przypadkiem, gdzie praktycznie cały eksploatowany liniowo tabor stanowią używane wagony z lat sześćdziesiątych XX wieku ze szwajcarskiego Zurychu, głównie przegubowe wagony serii Be 4/6 Mirage.

Trudna sytuacja taborowa sprawiła, że w ostatnich latach również sieci szerokotorowe posilają się używanym taborem z krajów UE, wycyfywanym z tamtejszych sieci (Tatry T3, Tatry T4 lub Tatry T6), dostosowując wózki do szerszego rozstawu szyn. Skala zakupów jest ogromna – na Ukrainę sprowadzono już ok. 600 używanych wagonów, głównie do największych sieci: Charkowa, Kijowa, Dniepru, ale również do mniejszych sieci – Mariupola, Mikołajowa czy Kamieńskiego.

PRODUCENCI TABORU TROLEJBUSOWEGO

Na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku na Ukrainie konieczność odnowienia taboru trolejbusowego była właściwie ważniejszym wyzwaniem i problemem niż stan taboru tramwajowego. W tym czasie na Ukrainie było ponad 7 tys. trolejbusów, a tramwajów – tylko ponad 4 tys. (ryc. 10a–c). Zakładany wówczas przez producentów okres technicznej eksploatacji trolejbusu (zaledwie 10 lat) był krótszy od tramwaju (14–17 lat). Podobnie jak w przypadku tramwajów – znacząco zmniejszyły się dostawy importowanych pojazdów. Wreszcie ostatnia kwestia – pozornie tylko banalna – problem zagwarantowania regularnych dostaw nowego taboru trolejbusowego dotyczył znacznie większej liczby miast.

Pierwszym przedsiębiorstwem, które wznowiło produkcję trolejbusów, był wspomniany już kijowski KZTE, który w 1991 roku wypuścił na rynek przegubowy trolejbus Kijów-11. Rok później rozpoczęła się produkcja dwuosiowej wersji tego modelu – Kijów-11u. Łącznie na rynek trafiło ponad 50 takich pojazdów, głównie do Kijowa, Białej Cerkwi, Krzemieńczuka i Kirowogradu (ryc. 7). Trolejbusy serii Kijów-11 miały sporo wad konstrukcyjnych i produkcyjnych, stąd też wstrzymano ich produkcję. Były w eksploatacji przez krótki okres, a ostatnie z nich zostały skasowane w pierwszych latach XXI wieku. Ponadto w latach 2004–2005 KZTE dokonywał montażu 59 białoruskich trolejbusów MAZ-103T, zakupionych dla Kijowa. Równolegle zajmował się kapitalnymi remontami eksploatowanych w stolicy trolejbusów – czeskich Škód 14Tr i rumuńskich DAC-217E. Historię zakładów oraz obszernie opisy techniczne produkowanego tam taboru opisali K.P. Kozłov i S.W. Maszkevych (2009).

W 1993 roku zakłady lotnicze im. Antonowa we współpracy z KZTE przygotowały prototyp nowego modelu trolejbusu – Kijów-12 (Kijów-12.00). Na jego podstawie powstało kilka modyfikacji, wśród których najbardziej udaną były Kijów-12.03 (przegubowy z dwoma osiami napędowymi) i Kijów-12.04 (krótki). Trolejbusy serii Kijów-12 były montowane w kijowskiej fabryce samolotów Awiant, dlatego też miały nadwozie z blachy aluminiowej, co zwiększało okres jego eksploatacji do 18 lat; ponadto montowano w nich silniki i napęd z czeskiej Škody. Powstał także jeden trolejbus Kijów-12.05 (przegubowy z oporowo-stycznikowym układem napędowym), jeżdżący w Czerkasach (Tarchov i in., 2010). W latach 1996–2007 korporacja Antonow wyprodukowała łącznie 91 trolejbusów – 89 przegubowych i dwa krótkie; większość z nich (86 wozów) trafiła do Kijowa, pozostałe – na Krym (cztery wozy) i Czerkas (jeden wóz).

W 1991 roku dokumentację techniczną na trolejbusy Kijów-11 przekazano do Południowych Zakładów Budowy Maszyn im. Makarowa (pot. Jużmasz) w Dnieprze. Dotychczasowy producent z powodu braku dostatecznych mocy produkcyjnych nie miał możliwości masowej produkcji tego modelu (Bogodistyj i in., 2016). Na jej podstawie rok później rozpoczęto produkcję przegubowych trolejbusów JuMZ-T1. W 1993 roku fabryka przygotowała dwuosioviowy model JuMZ-T2. Wizualnie obydwie marki trolejbusów produkowanych na Ukrainie na początku lat dziewięćdziesiątych (Kijów, JuMZ) nawiązywały do czeskich konstrukcji Škoda 14Tr i przegubowej Škody 15Tr.

Do momentu zakończenia produkcji, czyli do 1998 roku, wyprodukowano aż 461 przegubowych trolejbusów JuMZ-T1, spośród których znacząca większość zasilila za jezdnie ukraińskich miast. Najwięcej otrzymały Kijów (56 wozów), Dniepr (54), Charków (48), Połtawa (36), Donieck (34) i Odessa (26). Krótkie serie tych trolejbusów trafiły również do innych krajów – Orenburg (Rosja) zakupił 28 wozów, Mińsk – pięć, Kiszyniów – cztery i Tallin – jeden. W momencie spadku przewozów część trolejbusów przegubowych JuMZ-T1 przerobiono na wersję dwuosioviową, dodając trzecie drzwi. Takiej modernizacji poddano ok. 100 pojazdów; są one liczone w statystykach najczęściej JuMZ-T1R, ale zdarzają się też jako... JuMZ-T2.

Trolejbusy dwuosioviowe JuMZ-T2 z niewielkimi modyfikacjami produkowane były aż do 2011 roku. W latach 1998–2007 produkowana była wersja „górska” – JuMZ-T2.09 dla Krymu (łącznie 14 pojazdów). Głównymi odbiorcami modelu JuMZ-T1, podobnie jak przegubowej wersji, były miasta ukraińskie; najwięcej otrzymały: Kijów (93 wozy), Donieck (74) Połtawa (51), Dniepr (42), Czernihów (27), Krzywy Róg (23), Mariupol i Sewastopol (21), Chersoń (18). Ponad 50 pojazdów JuMZ-T2 trafiło za granicę – do Kiszyniowa (20 wozów), Moskwy (17), Aszchabad w Turkmenistanie (13) i Rostowa nad Donem (dwa).

W latach 2005–2006 powstała krótka seria pojazdów JuMZ-E186. Wyprodukowano zaledwie 11 wozów, a ich charakterystyczną cechą było czworo drzwi przy 12 metrach długości nadwozia. Wyprodukowany w 2010 roku prototypowy JuMZ-5265 był testowany w kilku ukraińskich miastach, po czym został sprzedany do rosyjskiego Podolska, gdzie po gruntownej modernizacji dalej jest eksploatowany. W 2014 roku zakłady w Dnieprze wznowiły produkcję trolejbusów z modelem Dnipro-T103. Faktycznie jest to montaż zmodernizowanego białoruskiego trolejbusu MAZ-103T. W 2015 roku Jużmasz wyprodukował 18 takich pojazdów, w 2016 roku – już 28. Głównymi odbiorcami były: Kropywnycki (20 wozów), Dniepr (11), Mariupol i Zaporozże (11).

Nie są to jedyne trolejbusy marki Dnipro, ponieważ przez krótki okres trolejbusy tej samej marki produkowano również w Charkowie. W latach 2007–2008 w Charkowskim Zakładzie Remontu Wagonów na bazie rosyjskiego modelu Trolza-682G-016 montowano trolejbusy Dnipro-E187. Łącznie wyprodukowano w ten sposób 10 pojazdów, które w liczbie od jednego do trzech wozów trafiły do kilku ukraińskich miast.

W 1994 roku Lwowska Fabryka Autobusów (LAZ) wznowiła produkcję trolejbusów (model LAZ-52522) na bazie nadwozia i komponentów autobusu LAZ-5252. Pierwsze wyprodukowane w ten sposób trolejbusy otrzymał Lwów. W porównaniu z autobusami, trolejbusy LAZ-52522 miały bardziej współczesny, nowoczesny wygląd i wiele europejskich komponentów. Dwie podstawowe wady modelu to wysoka cena i niska wytrzymałość na korozję. Łącznie do 2006 roku wyprodukowano 84 pojazdy marki LAZ-52522. Najwięcej kupił Lwów – 48 wozów i Czerniowce – 14 wozów. Sześć

pojazdów sprzedano za granicę – dwa do Moskwy i cztery do turkmeńskiego Aszcha-badu. Obecnie sprawnych jest jeszcze ok. 20 pojazdów z tej serii. W 2004 roku wprowadzono pewne zmiany konstrukcyjne modelu – nowsze nadwozie, oświetlenie i część elektryczną; pojazdy z tej serii trafiły do Tarnopola i do Czerniowców.

W 2006 roku lwowska fabryka przygotowała nowy model niskopodłogowego trolejbusu z napędem tyrystorowym - LAZ-E183D1, a także jego przegubową wersję - LAZ-E301D1. W latach 2006–2012 na Ukrainie funkcjonował państwowy program zakupu taboru miejskiego transportu elektrycznego (*Koncepcja Państwowego Programu Rozwoju Miejskiego Transportu Elektrycznego na lata 2006–2015*), co skutkowało zakupami przez poszczególne miasta dużych partii taboru. Program ten pozwalał finansować zakupy taboru w systemie 50 na 50 – 50% kosztów zakupu taboru pokrywanych było z budżetu państwa, 50% – z budżetów poszczególnych miast. Lwowskie przedsiębiorstwo było jednym z głównych beneficjentów tego programu.

W latach 2006–2014 fabryka wyprodukowała łącznie 488 pojazdów – 217 przegubowych i 271 krótkich; najwięcej zakupiły: Kijów (187 wozów), Donieck (131) i Charków (74), Sewastopol i Krzemieńczuk (16), Lwów (12), Zaporozże (11) oraz Czerniowce (10). Jedynymi zagranicznymi klientami LAZ-a w tym czasie były bułgarskie miasta: Pazardżik (osiem wozów) i Stara Zagora (sześć). Pomimo tak dużej liczby zleceń, w 2015 roku sąd ogłosił bankructwo lwowskich Zakładów Transportu Komunalnego (wcześniej LAZ). Ponadto kilkuletnia praktyka eksploatacyjna pokazała, że trolejbusy LAZ w stosunku do europejskiej konkurencji znacząco odróżniały się jakością wykonania. Obecnie sprawnych jest jedynie ok. 410 pojazdów, co stanowi jedynie ok. 85% taboru tej marki. Drugi problem to estetyka wnętrza pojazdu – brak dbałości i napraw drobnych usterek oraz zastosowanie niższej jakości materiałów sprawiają, że wnętrza te są w stanie o wiele gorszym stanie niż w sprowadzanych z Europy Zachodniej kilkunastoletnich autobusach.

Bankructwo LAZ-a nie oznacza końca produkcji trolejbusów we Lwowie. W 2014 roku swój zakres działalności rozszerzyła korporacja Electron. W tym samym roku do zajezdni trolejbusowej we Lwowie dostarczony został pierwszy trolejbus serii Electron-T191.01. Jest to pojazd niskopodłogowy z silnikiem asynchronicznym, tranzystorową przetwornicą oraz rekuperacją do 40% potrzebnej energii. W kolejnych latach pojazdy te kupił Lwów (łącznie 10 wozów) i Chmielnicki (dwa wozy). Lwowska rada miejska planuje zakup kolejnych pojazdów tej marki.

W 2007 roku produkcją trolejbusów zaczął zajmować się największy producent autobusów na Ukrainie – korporacja Bohdan. W latach 2007–2008 w zakładach w Czerkasach i w Łucku na bazie autobusu Bohdan-A231 wyprodukowano osiem trolejbusów Bohdan-E231. Były to pierwsze na Ukrainie trzyosiowe niskopodłogowe trolejbusy o długości 14,5 m; trzy takie pojazdy zakupił Kijów, a pozostałe pięć – Łuck. Większość z tych trolejbusów nie jest jednak obecnie eksploatowana z uwagi na problemy z ich konstrukcją.

W 2008 roku łucki zakład korporacji Bohdan rozpoczął produkcję nowej rodziny autobusów i trolejbusów na bazie niskopodłogowego modelu A601. Na tej podstawie skonstruowano nowe modele trolejbusów: T501.10 (o długości nadwozia 10 m), T601.11 (10,6 m), serię T701 (12 m), T801.11 (15 m, trzyosiowy) oraz T901.11 (18,8 m, przegubowy). Eksploatowane w Łucku od 2008 roku trolejbusy Bohdan T501 (dwie sztuki) zalicza się do najkrótszych w Europie. Kolejne modele z rodziny T601 (T601.11 i T601.12) były już bardziej popularne, zakupiono łącznie 41 pojazdów,

głównie do Symferopola (19 wozów) i do Ługańska (16). Trzyosiowe trolejbusy Bohdan 801.11 wyprodukowano zaledwie w liczbie dwóch wozów i kupiło je przedsiębiorstwo Krymski Trolejbus. Bardziej udanym modelem jest przegubowy Bohdan 901.11, zakupiony przez Kijów w liczbie 106 egzemplarzy.

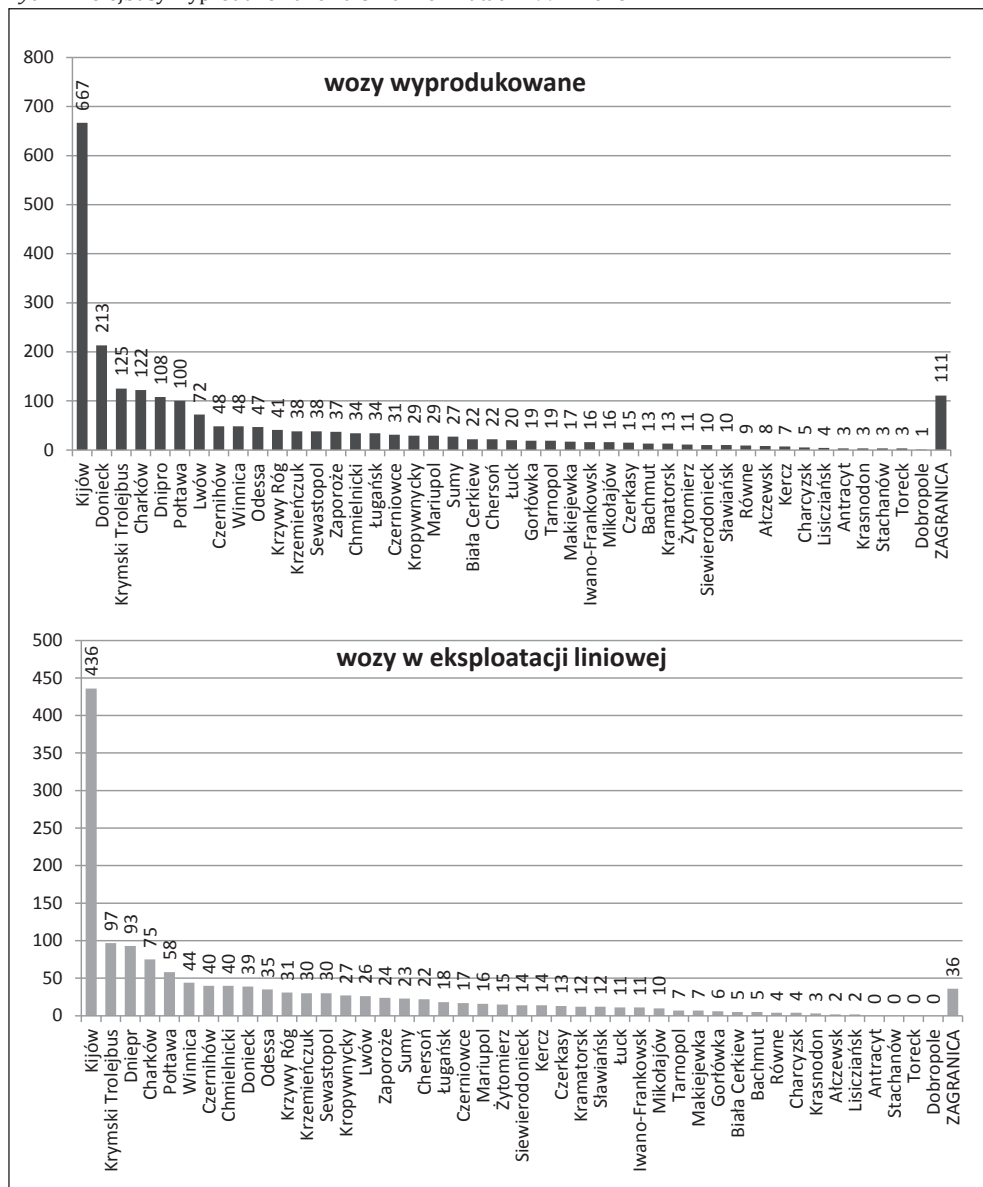
Najbardziej popularnym modelem Bohdana jest seria T701, wśród której występuje kilka modeli. W ramach całej serii T701 wyprodukowano dotychczas 312 wozów, przy czym 38 dla Lublina pod marką Ursus. Początek produkcji trolejbusów serii Ursus T 701.16 miał miejsce w zakładach w Łucku, ale końcowy montaż już w Lublinie. W ramach kooperacji, we współpracy z polską firmą Ursus wprowadzono zmiany konstrukcyjne, umożliwiające przejazd na bateriach, bez zasilania z sieci trakcyjnej. Największymi odbiorcami serii T701 byli: Kijów (97 wozów), przedsiębiorstwo Krymski Trolejbus (82), Winnica (40), Połtawa (15), Chmielnicki (14), Sumy (12) i Odessa (10). Poza współpracą z polską firmą Ursus, zakładom Bohdana nie udało się dotychczas sprzedać większej liczby trolejbusów za granicę – jeden wóz kupiła testowo Ostrawa, później odsprzedając go do Wilna.

Od 2011 roku produkcją trolejbusów zajmuje się jeszcze jedna ukraińska samochodowa korporacja – Etalon. Pierwszymi trolejbusami, zmontowanymi przez tę firmę w zakładach w Czernihowie były białoruskie Etalon-BKM 321 (trzy wozy), klasycznie krótkie 12-metrowe niskopodłogowe trolejbusy. W 2012 roku korporacja zaprezentowała nowy model – Etalon T12110 „Barwinok”, bazujący przede wszystkim na białoruskich i rosyjskich komponentach. Do końca 2016 roku wyprodukowano jedynie 12 pojazdów i zakupił je Czernihów.

Podsumowując, przez 25 lat na Ukrainie wyprodukowano łącznie 2269 trolejbusów, głównie na potrzeby rynku krajowego (tab. 2; ryc. 7). Największym producentem taboru trolejbusowego na Ukrainie jest dniewprowski Jużmasz, który przez 25 lat swojej działalności wyprodukował 1081 pojazdów, głównie pod marką JuMZ. Większość z nich stanowiły krótkie, wysokopodłogowe JuMZ-T2. Drugim pod względem liczby wyprodukowanych wozów producentem trolejbusów na Ukrainie jest lwowski LAZ – 572 wozy. Trzecią lokatę zajmuje korporacja Bohdan, która pod własną marką wyprodukowała dotychczas 433 wozy. Przy czym jest szansa, że w kolejnych latach korporacja Bohdana wyprzedzi lwowskie zakłady LAZ-a, gdyż w tych drugich ogłoszono bankructwo i wstrzymano produkcję. Czwarte miejsce zajmują Kijowskie Zakłady Transportu Elektrycznego (KZTE), które we współpracy z zakładami lotniczymi Awiant wyprodukowały łącznie 147 wozów. Pozostali producenci mają niewielki udział w rynku (łącznie 36 pojazdów). Przestrzenne rozmieszczenie producentów taboru trolejbusowego przedstawia ryc. 4.

Jedynie ponad 100 ukraińskich trolejbusów eksportowano za granicę, głównie do: Rosji (42 wozy), Mołdawii (24) i Turkmenistanu (17). Patrząc na skalę produkcji, nie świadczy to najlepiej o producentach – udało im się wyeksportować zaledwie 5% produkcji, w dodatku nie są to duże serie. Poza epizodem z polskim Ursusem, który potrzebował do kooperacji bardziej doświadczonego partnera, oraz kilkoma pojazdami sprzedanymi do Bułgarii, nie udało się ukraińskim producentom taboru zdobyć rynków unijnych. Wyraźnie przegrywają oni też walkę o rynki wschodnie z białoruskimi producentami – Biełkommunmasz i MAZ, którym udaje się bez problemu zabezpieczyć krajowy rynek, ale również z powodzeniem sprzedawać wozy do Rosji, Mongolii, Serbii, a nawet na Ukrainę, gdzie dotychczas sprzedano 129 wozów produkcji białoruskiej.

Ryc. 7. Trolejbusy wyprodukowane na Ukrainie w latach 1991–2016



Źródło: opracowanie własne

Wśród modeli funkcjonowania producentów trolejbusów można wyróżnić dwa zasadnicze typy. Pierwszy to tradycyjna produkcja pojazdu – od projektu, aż po finalny efekt – na bazie zazwyczaj własnego, unikatowego nadwozia, rozwiązań energoelektronicznych i mechanicznych. Drugi typ producentów charakteryzuje się bardziej elastycznym dostosowaniem produkcji do wymagań klienta. Producent trolejbusu najczęściej ogranicza się do wytworzenia nadwozia oraz skompletowania i zamontowania w nim podzespołów napędu i wyposażenia innych wytwórców (Połom, 2016).

Do tradycyjnych producentów trolejbusów można zaliczyć rosyjską Trolżę i białoruski Biełkommunmasz. Przedstawicielem drugiej grupy producentów jest chociażby lwowski Elektrontrans.

Tab. 2. Trolejbusy wyprodukowane na Ukrainie w latach 1991–2016

Marka i model	Lata produkcji	Miejsce produkcji	Wozy wyprodukowane	Wozy w eksploatacji	Uwagi
Bohdan E231	2007–2008	Łuck	8	4	trzyosiowy
Bohdan T501	2008		2	2	
Bohdan T601	2008–2011		41	34	
Bohdan T701	od 2010		274	264	
Bohdan T801	2011		2	1	
Bohdan T901	od 2011		106	97	
Dnipro E187	2007–2008	Charków	10	10	
Dnipro T103	od 2013	Dniepr	46	46	
Electron T191	od 2014	Lwów	12	12	
Etalon T12110	2012–2014	Czernihów	11	11	
Etalon-BKM 321	2011–2012		3	3	
Jumz E186	2003–2006	Dniepr	11	3	
Jumz T2	1993–2011		562	394	
Jumz T1	1992–1998		461	50	przegubowy
Jumz T1R	–	–	99	68	skrótowy przegub
Jumz-5265	2010	Dniepr	1	–	
Kijów-11	1991–1996	Kijów	8	–	przegubowy
Kijów-11u	1992–1994		48	–	
Kijów-12	1999–2004		2	2	
Kijów-12	1994–2007		89	73	przegubowy
LAZ-52522	1993–2006	Lwów	84	20	
LAZ E183A1	2011–2013		123	107	
LAZ E183D1	2006–2012		148	116	
LAZ E301A1	2011–2013		33	21	przegubowy
LAZ E301D1	2006–2012		184	167	przegubowy
Razem			2269	1505	

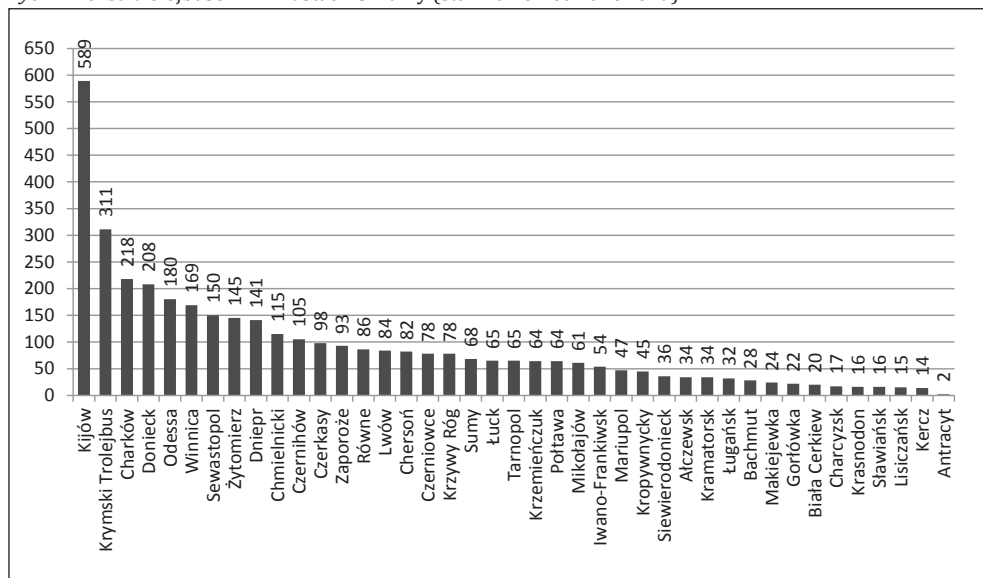
Objaśnienia: liczbę wyprodukowanych pojazdów policzono dla pierwszego właściciela wozu; liczbę wozów w eksploatacji podano z uwzględnieniem zmian właścicieli pojazdu, obliczenia według stanu na koniec 2016 roku.

Źródło: opracowanie własne

SYTUACJA TABOROWA PRZEDSIĘBIORSTW TROLEJBUSOWYCH

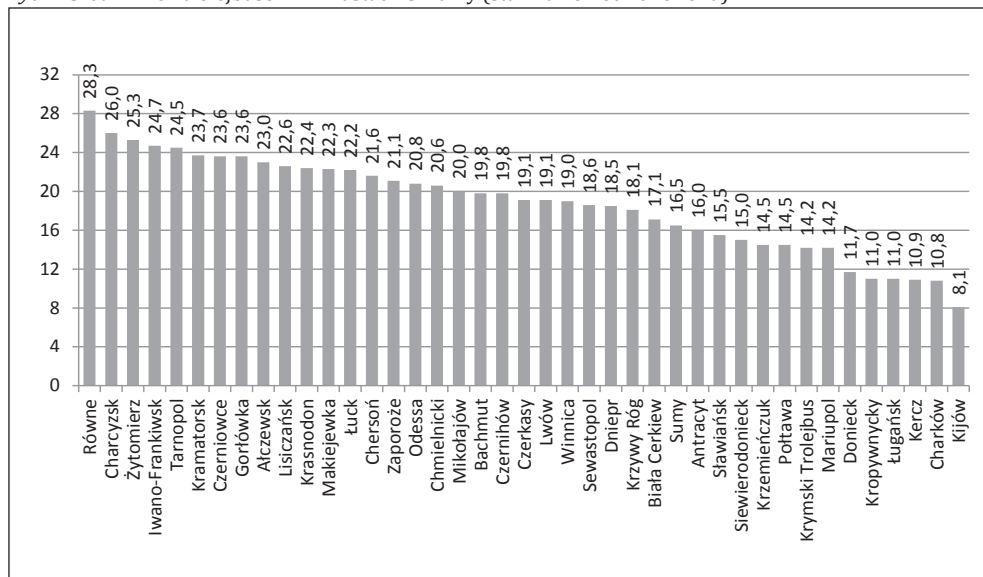
Według stanu na koniec 2016 roku na Ukrainie eksploatowane były 3773 trolejbusy, spośród których sprawnych było 3012 pojazdów. Prawie połowa trolejbusów – 1708 pojazdów jest produkcji rodzimej (ryc. 8). Największe parki trolejbusowe to: Kijów (589 wozów), przedsiębiorstwo Krymski Trolejbus (311), Charków (218), Donieck (208) i Winnica (169). Eksploatowanych jest kilkanaście marek pojazdów, przy czym większość taboru stanowią pojazdy pięciu marek: rosyjski ZiU (1261 wozów – 33,4%

Ryc. 8. Liczba trolejbusów w miastach Ukrainy (stan na koniec 2016 roku)



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 9. Średni wiek trolejbusów w miastach Ukrainy (stan na koniec 2016 roku)



Źródło: opracowanie własne

taboru), JuMZ (603 – 17,9%), LAZ (500 – 14,8%), czeska Škoda (482 – 14,3%), Bohdan (434 – 13,9%), kolejne lokaty zajmują rosyjska Trolza (108 – 2,9%), Kijów (89 – 2,4%), białoruski MAZ (78 – 2,1%), Dnipro (56 – 1,5%), białoruski BKM (45 – 1,2%) oraz polski Jelcz (35 – 0,9%). Pozostałe marki (Etalon, SWARZ, Electron, MAN, WZTM, Gräf & Stift, Den Oudsten, Mercedes) reprezentowane są w liczbie od jednego do kilkunastu

pojazdów. Średnia wieku taboru wynosi 16,7 lat i podobnie jak w przypadku tramwajów – systematycznie rośnie. Najstarszy tabor posiada Równe – średni wiek 28,3 lat, gdzie nadal eksploatowane są liniowo w dużych ilościach wiekowe Škody 9Tr, najmłodszy Kijów – zaledwie 8,1 lat (ryc. 9).

Przez 25 lat najwięcej wyprodukowanych w kraju pojazdów dostarczono do: Kijowa (667 wozów), Doniecka (213), sieci krymskiej (125), a także do Charkowa (122), Dniepru (108) i Połtawy (100). Trzy wymienione na liście miasta to jednocześnie gospodarze miast mistrzostw Europy w piłce nożnej Euro 2012, co globalnie zwiększyło zakres realizowanych na tym obszarze inwestycji. Na drugim biegunie znajdują się niewielkie miasta Donbasu, do których dostarczono jedynie po kilka pojazdów rodzimej produkcji: Antracyt, Krasnodon (trzy wozy), Lisicziańsk (cztery), Charcyzsk (pięć). Najwyższym odsetkiem taboru rodzimej produkcji cechują się cztery duże parki taborowe: Połtawy (100%), Kijowa (87,4%), Doniecka (79,3%) i Dniepru (75,9%) oraz niewielkie sieci: Kerczu, Antracytu (100%) oraz Sławiańska (75,9%). Do niedawna w tej grupie był również Uglegorsk, który otrzymał używany tabor z Kijowa. Najmniejszym odsetkiem charakteryzują się natomiast: Równe (4,7%), Żytomierz (11,0%), Ałczewsk (11,8%), Tarnopol (12,3%) i Czerkasy (13,3%).

W strukturze taboru widoczne są pewne tendencje przestrzenne i charakterystyczna polaryzacja. Historycznie zachodnia i centralna część Ukrainy oraz międzymiastowa linia na Krymie bazowały na pojazdach czechosłowackich, natomiast południe i wschód – na radzieckich i rosyjskich. O ile po uzyskaniu przez Ukrainę niepodległości dostawy taboru z Czechosłowacji praktycznie zanikły (dostarczono jedynie 20 wozów do Kijowa), to wiele miast nadal kupowało pojazdy z Rosji; łącznie na Ukrainę od 1991 roku trafiło ponad 1300 wyprodukowanych tam pojazdów. Podobnie jak w przypadku tramwajów, większość z nich na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Przyczyn przywiązania do rosyjskiego rynku było kilka – konserwatyzm kierownictwa przedsiębiorstw, relatywnie niska cena, ale również relatywnie niska jakość czy też umiejętności personelu technicznego. Dodatkowo w rozliczeniach transakcji handlowych wykorzystywano początkowo barter. Po 2014 roku aneksja Krymu spowodowała natomiast, że na tamtejszy rynek również dostarczany jest wyłącznie tabor produkcji rosyjskiej. Spośród pojazdów zagranicznych – pojawiła się w Charkowie krótka seria 28 rumuńskich przegubowych trolejbusów ROCAR-E217 jako barterowa zapłata za wyprodukowaną dla Rumunii turbinę przez tamtejszą fabrykę Turboatom (Bogodistij i in., 2016).

Trolejbusy produkcji ukraińskiej w dużej mierze trafiały do stolicy lub do rozwiniętych przemysłowo miast centralnej i wschodniej części kraju, w których było wystarczająco dużo pieniędzy na zakup nowego taboru. Na zachodzie kraju władze miejskie preferowały zakup używanego taboru z krajów UE (przede wszystkim z Czech, ale również z Austrii, Litwy, Łotwy, Niemiec, Polski i Słowacji), głównie są to Škody 14Tr i przegubowe Škody 15Tr. Łącznie na Ukrainę po 1991 roku sprowadzono prawie 300 używanych trolejbusów.

PROBLEMY EKONOMICZNE PRZEDSIĘBIORSTW MIEJSKIEGO TRANSPORTU ELEKTRYCZNEGO W DRUGIEJ DEKADZIE XXI WIEKU

Przedsiębiorstwa miejskiego transportu elektrycznego na Ukrainie są od wielu lat finansowane w niedostatecznym stopniu. Przychody ze sprzedaży biletów oraz przychody z pozostałej działalności nie pokrywają nawet kosztów eksploatacyjnych

przedsiębiorstw, a komunalne przedsiębiorstwa każdego roku generują straty i coraz większe zadłużenie. Podstawowymi przyczynami tego stanu są:

1. spadek liczby pasażerów korzystających z usług tego rodzaju transportu, przy jednoczesnym wzroście ilości uruchamianego taboru,
2. utrzymujący się niski odsetek pasażerów płacących za przejazd w ogólnej strukturze przewiezionych pasażerów, co wynika z posiadanych uprawnień do bezpłatnych przejazdów udzielanych licznym grupom społecznym,
3. wzrost kosztów utrzymania taboru, co można wyjaśnić jego stanem technicznym spowodowanym ponadnormatywnym okresem eksploatacji,
4. niepełny i niedoskonały sposób kompensacji przewoźnikowi bezpłatnych i ulgowych przejazdów przez władze państwowe i lokalne – średnio 55–60% planowanych kwot (Filipova, Soczówka, 2014).

W efekcie w większości przedsiębiorstw brakuje środków nie tylko na jakiekolwiek inwestycje, ale nawet na bieżące utrzymanie taboru i wynagrodzenia dla pracowników. Wielokrotnie też zdarzały się okresy, że pracownikom przez kilka miesięcy nie płacono wynagrodzeń lub płacono je jedynie w stopniu częściowym.

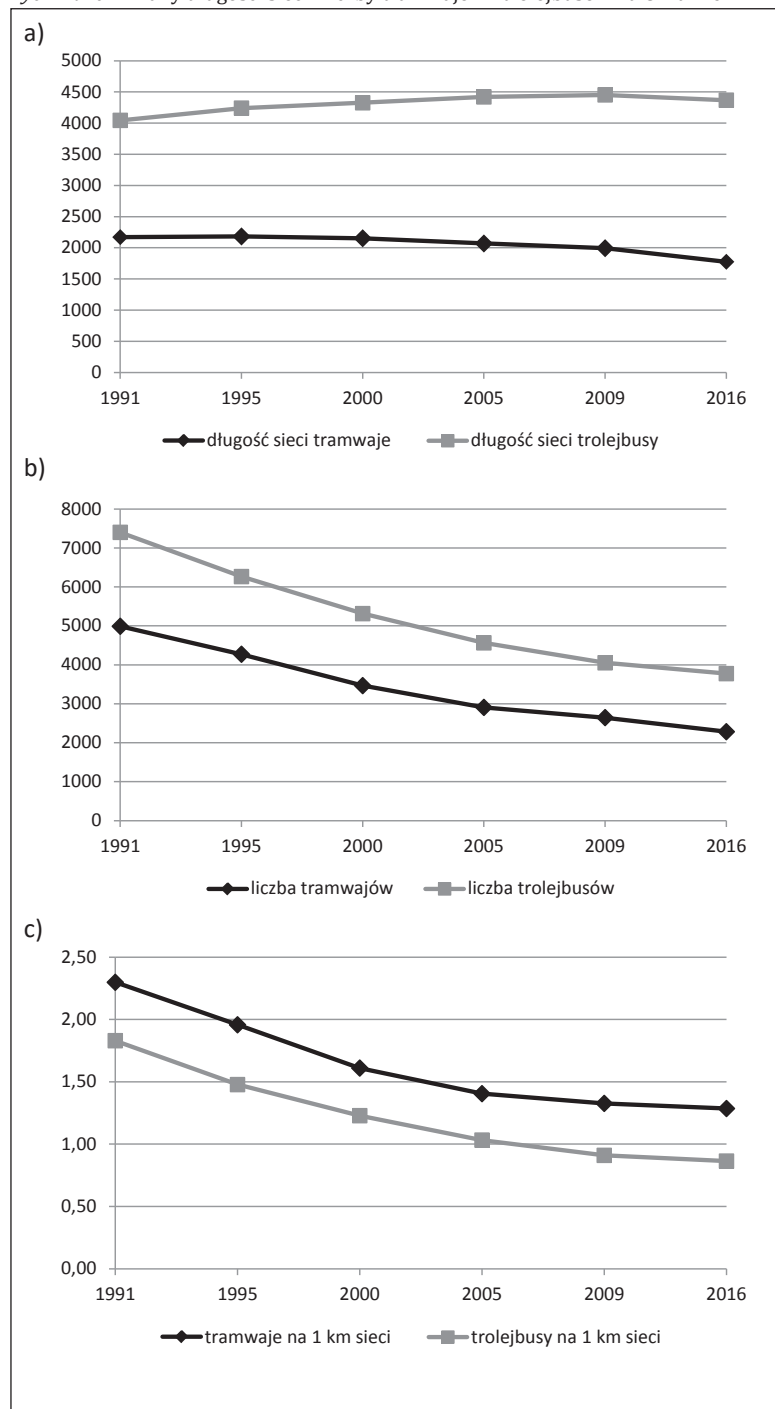
Trudną sytuację przedsiębiorstw dobrze odzwierciedlają porównania długości sieci i liczby taboru w poszczególnych latach (ryc. 10a–c). Wieloletni regres dotyczy zarówno tramwajów, jak i trolejbusów. W momencie uzyskania niepodległości sieci tramwajowe na terenie kraju liczyły łącznie 2171 km i były obsługiwane przez 4988 wagonów, co dawało 2,30 wagonu na 1 km funkcjonującej sieci. Po 25 latach sieci tramwajowe na Ukrainie skurczyły się o prawie 400 km – do 1775 km, a liczba wagonów spadła do 2282. Zmiany długości sieci to przede wszystkim zawieszone sieci Donbasu, jak również likwidacja znacznych odcinków sieci w Kijowie i Charkowie. Tym samym liczba wagonów tramwajowych spadła z 2,30 do 1,29 wagonu na 1 km funkcjonującej sieci.

Odmienne sytuacja wygląda w przypadku trolejbusów, gdzie w wielu miastach próbowano poprawić sytuację poprzez rozbudowę sieci. Najbardziej spektakularne przypadki to: Kijów, który przez 25 lat rozbudował swoją sieć z 318 km do 500 km (o prawie 40%), czy Iwano-Frankowsk – z 27 km do 65 km (o 140%). Zbudowano również nową sieć w Kerczu (31 km). Największy spadek zanotowała Makiejewka, gdzie sieć uległa skróceniu ze 119 km do 39 km (o 60%). W efekcie przez 25 lat, pomimo regresu we wschodniej części kraju, sieci trolejbusowe na Ukrainie wydłużyły się z 4044 km do 4368 km (o 9%). Tymczasem podobnie jak w przypadku tramwajów park trolejbusowy przez 25 lat znacząco zubożał – z 7399 do 3773 wozów. Tym samym liczba trolejbusów spadła przeliczeniowo z 1,83 do 0,86 wozu na 1 km funkcjonującej sieci.

Na Ukrainie, podobnie jak w pozostałych państwach Europy Środkowo-Wschodniej, obserwowany jest systematyczny wzrost liczby zarejestrowanych pojazdów. Miejski transport elektryczny traci pasażerów zarówno na rzecz sprawniej działających i powszechnych linii autobusowych prywatnych przewoźników (pot. marszrutki), ale również na rzecz intensywnie rozwijającej się motoryzacji indywidualnej. Co ciekawe – nie ma w tym znaczącego przesunięcia modalnego, czyli różnic pomiędzy poszczególnymi trakcjami (ryc. 10a–c). W 2005 roku tramwaje przewiozły 1 mld 111 mln, a trolejbusy – 1 mld 896 mln pasażerów. Wyniki za 2016 rok są znacząco niższe – odpowiednio 694 mln i 1039 mln pasażerów, co oznacza że tramwaje utraciły w tym czasie ok. 40% pasażerów, a trolejbusy – ok. 45% pasażerów (Smentyna, Dobrova, 2017).

Po przeanalizowaniu wszystkich danych łatwo zauważyć, że mamy do czynienia z kryzysem systemowym, wynikającym z błędnych założeń organizacji całego

Ryc. 10a-c. Zmiany długości sieci i liczby tramwajów i trolejbusów na Ukrainie



Źródło: opracowanie własne na podstawie Tarchov i in. (2010), danych Ukrelektrotrans oraz obliczeń autorów

systemu miejskiego transportu elektrycznego. Wieloletnie niedofinansowanie przedsiębiorstw, braki kadrowe, zadłużenie, wyeksploatowany i przestarzały tabor, coraz bardziej wysłużona infrastruktura oraz systematyczny spadek liczby pasażerów powodują, że wiele ukraińskich sieci tramwajowych i trolejbusowych zmierza stopniowo ku likwidacji z powodu śmierci technicznej. Rosnące zadłużenie ogranicza, a wręcz uniemożliwia w skali globalnej odnowienie taboru. Powoduje to, że transport komunalny staje się jedynie formą pomocy społecznej dla osób, które nie muszą płacić za przejazdy i akceptują w związku z tym jego niską jakość. Potwierdzają to badania O.Ju. Palanta (2014), prowadzone w latach 2005–2012, w których widać, jak przybywa pasażerów posiadających uprawnienia do bezpłatnych przejazdów w stosunku do płacących za przejazd. Jednocześnie stopień pokrycia bieżących kosztów eksploatacji przychodami z biletów spadł z 39% do 30%, co przy tak niskich cenach biletów jest i tak dobrym rezultatem.

Proces likwidacji transportu miejskiego na Ukrainie trwa tak naprawdę już od kilkunastu lat i odbywa się stopniowo, poprzez ograniczenia liczby uruchamianych pojazdów, zamykania najbardziej nierentownych lub najbardziej wyeksploatowanych odcinków sieci, aż wreszcie zachodzi konieczność całkowitego zawieszenia ruchu. Tym niemniej trudno jest na podstawie zgromadzonych danych (ryc. 10a–c) – niewielka liczebnie próba – prowadzić istotne statystyczne wnioskowanie, pomimo wyraźnie widocznych linii trendu, gdyż głównym zagrożeniem kondycji całej gospodarki jest czynnik ekonomiczny, wynikający z sytuacji politycznej Ukrainy.

Z punktu widzenia doświadczeń Europy Zachodniej dyskusyjne pozostają proponowane przez tamtejszych specjalistów, np. Bogodistyj i in. (2016), rozwiązania ekonomiczne. Słusznie zwraca się uwagę na: konieczność efektywnego zarządzania i adaptacji przedsiębiorstw do warunków gospodarki rynkowej, rozdzielenie funkcji organizatora od przewoźnika i zawarcie umów jasno określających obowiązki obydwu stron, przeniesienie obowiązków inwestycyjnych na budżety lokalne oraz państwowe, a także na niższe koszty eksploatacji nowego taboru. Zapomina się jednak, że transport komunalny, realizujący również określone funkcje społeczne, nigdy nie będzie rentowny. Nie pomogą doraźne działania, np. w postaci podwyżek тариф, czy dochody z reklam. Trudno też oczekiwać, że słabo opłacany personel będzie wysoko wykwalifikowany i nie będzie podlegać wysokiej rotacji. Sprawnie funkcjonujący transport publiczny wymaga regularnego dofinansowania, inwestycji taborowych i infrastrukturalnych, których nie zapewni zadłużający się w coraz większym stopniu deficytowy przewoźnik.

Kryzys systemu miejskiego transportu elektrycznego przekłada się pośrednio na sytuację tamtejszych producentów taboru. Nie muszą oni rywalizować o zlecenia z zagranicznymi producentami w ramach dużych przetargów, bo – poza doraźnym zakupem taboru na Euro 2012 i odnowieniem taboru na międzymiastowej linii trolejbusowej na Krymie – takich przetargów nie było, a większość zleceń to niewielkie zamówienia, od kilku do kilkunastu wozów lub wagonów. Druga sprawa – państwo i tak stara się wspierać rodzimych producentów taboru, zatem wiadomo, że będą oni preferowani przy wyborze najkorzystniejszej oferty. Rozstrzygane przetargi często miały już dyskretnie wskazanego oferenta. Tym samym producenci taboru nie muszą być konkurencyjni cenowo, jakościowo i technologicznie, a to zwiększa ich dystans rozwojowy nie tylko w stosunku do czołowych producentów taboru Unii Europejskiej (np. Siemens, Bombardier, Škoda, Solaris), ale również do pozostałych krajów byłego ZSRR, zwłaszcza do Rosji i nawet do Białorusi. Z uwagi na relatywnie niską jakość produktów ze

swojego portfolio ukraińscy producenci taboru są zmuszeni utrzymywać się wyłącznie ze skromnych zleceń krajowych, które są niewielkie oraz nieregularne.

Literatura

References

- Bogodistyy, P.A., Zbarskij, L.V., Palant, A.Ju. (2016). *Trolejbusy Ukrainy*. Kijów: Korporacja UkrElektroTrans, 480.
- Filippova, O., Soczówka, A. (2014). Podstawowe formy wsparcia finansowego działalności przedsiębiorstw miejskiego transportu elektrycznego na Ukrainie. *Transport Miejski i Regionalny*, 8, 25–32.
- Harák, M. (2014). *Autobusy a trolejbusy východního bloku*. Praga: Grada Publishing.
- Koncepcja Państwowego Programu Rozwoju Miejskiego Transportu Elektrycznego na lata 2006–2015, zatwierdzona rozporządzeniem Rady Ministrów Ukrainy nr 330 z dnia 15 czerwca 2006 r.
- Kozlov, K.P., Maszkevych, S.W. (2009). *Kijiv's'kij trolejbus*. Kijów: KIJ, 608.
- Lubka, A., Stiasny, M. (2011). *Atlas tramwajów*. Poznań: Kolpress.
- Mara, R. (2001). *Tatra T3 1960–2000. 40 let tramvajů Tatra T3*. Praga: K-Report Pavel Malkus.
- Miejski Transport Elektryczny – fotogaleria (2017, 20 grudnia). Pozyskano z transphoto.ru
- Od Warsztatów Przetwórczych do Alstom Konstal S.A.* (1999). Łódź: EMI Press.
- Palant, O.Ju. (2014). Systemna rezul'tatyvnist' roboty mis'kogo elektrotransportu. *Innovacijna Ekonomika*, 6(55), 87–93.
- Połom, M. (2016). Międzynarodowe powiązania na rynku producentów trolejbusów w Europie w latach 2000–2014. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 30(3), 75–90.
- Połomski, W. (2010). *Pojazdy samochodowe i przyczepy Jelcz 1952–1970*. Warszawa: Wydawnictwa Komunikacji i Łączności.
- Połomski, W. (2011). *Pojazdy samochodowe i przyczepy Jelcz 1971–1983*. Warszawa: Wydawnictwa Komunikacji i Łączności.
- Połomski, W. (2013). *Pojazdy samochodowe i przyczepy Jelcz 1984–1989*. Warszawa: Wydawnictwa Komunikacji i Łączności.
- Połomski, W. (2017). *Pojazdy samochodowe i przyczepy Jelcz 1990–1994*. Warszawa: Wydawnictwa Komunikacji i Łączności.
- Rechłowicz, M. (2015). *Dostępność sieci tramwajowych w zagłębiach węglowych Europy Środkowo-Wschodniej po 1990 roku*. Rybnik: Eurosprinter.
- Rechłowicz, M. (2016). Tramwaje i trolejbusy w Donbasie (2014–2015). *Świat Kolei*, 2, 46–53.
- Shugurov, L.M. (1993). *Avtomobili Rossii i SSSR*, t. 1, Wydawnictwo Prosteks, 256.
- Smentyna, N.V., Dobrova, N.V. (2017). Modernizacja mis'kogo elektrotransportu na shljahu zabezpechennja zbalansovanogo rozvytku mista. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, 5(2), 55.
- Straßenbahn Fahrzeugkatalog (2014). *Strassenbahn Magazin Special*, 27.
- Tarchov, S., Kozlov, K., Olander, A. (2010). *Elektrotransport Ukrajini. Enciklopedicznij putivnik*. Kijów: Wydawnictwo Warto, 910.

Andrzej Soczówka, dr, 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 cztery monografie, w tym dwie poświęcone problematyce publicznego transportu zbiorowego na obszarze województwa śląskiego, kilka rozdziałów w monografiach oraz około 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., graduated from the Faculty of Earth Sciences, University of Silesia, a specialist in the field of transport geography. Since 2013 Assistant Professor in the Department of Economic Geography at this faculty. In his scientific achievements he has 4 monographs, 2 devoted to the problem of public transport

in the province of Silesia, several chapters in books and about 30 articles in professional journals. Co-author of several expertise for central and local government. He has several years of experience in the field of cartographic maps editorial transport. Actively granted in the authorities 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

Ivan Rudakevych, dr, absolwent geografii społeczno-ekonomicznej na Uniwersytecie Lwowskim. W 2010 roku obronił rozprawę doktorską nt. rozwoju infrastruktury transportowej w miastach. W latach 2016–2017 stypendysta Programu im. Lane’a Kirklanda na Uniwersytecie Wrocławskim. Od 2011 roku wykładowca na Wydziale Geografii Tarnopolskiego Narodowego Uniwersytetu Pedagogicznego. Zajmuje się naukowo problematyką transportu miejskiego i regionalnego oraz rozwojem infrastruktury. Autor lub współautor ok. 60 publikacji naukowych (w tym trzech podręczników). Od 2015 roku członek Towarzystwa Geograficznego Ukrainy.

Ivan Rudakevych, Ph.D. His academic interests focus on urban and regional transport and tourism infrastructure. He has graduated from the Specialty of Human Geography at the Ivan Franko University in Lviv. In 2007, he defended his doctoral dissertation on development of transport infrastructure in cities. Between 2016 and 2017, he was a fellow of Lane Kirkland Program at the Wrocław University. Since 2011 he is a lecturer the Faculty of Geography at the Ternopil National Pedagogical University. He is the author or a co-author of about 60 publications (including 3 textbooks). From 2015 he was a member of the Ukrainian Geographical Society.

Adres/address:

Tarnopolski Narodowy Uniwersytet Pedagogiczny
Wydział Geografii
46027, Ternopil 2 Maxyma Kryvonosa str., Ukraina
e-mail: ivaco@ukr.net

MARTA BOGUŚ

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

SŁAWOMIR DOROCKI

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

Międzynarodowe korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne na świecie

International Biotechnological and Pharmaceutical Corporations in the World

Streszczenie: Współcześnie przemysł life science (w tym biotechnologiczny i farmaceutyczny – B&F) uznawany jest za jeden z najważniejszych i najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki zaawansowanych technologii. Przemysł ten jest ważnym czynnikiem rozwoju społeczno-gospodarczego poszczególnych krajów oraz regionów i w znaczący sposób wpływa na kształtowanie się gospodarki opartej na wiedzy. Szczególną rolę w kreowaniu rozwoju gospodarczego odgrywają wielkie korporacje międzynarodowe, posiadające bogate zaplecze naukowe i kapitał. Korporacje działające w tym sektorze gospodarki zmuszone są do podejmowania ciągłych działań innowacyjnych, co związane jest z szybkimi zmianami technologicznymi, a tym samym z dużym ryzykiem inwestycyjnym. Przedmiotem przeprowadzonych badań są transnarodowe korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne wyróżnione spośród 2000 największych korporacji różnych sektorów gospodarczych magazynu „Forbes”. Celem badań jest określenie prawidłowości przemian, jakie zachodziły w układach przestrzennych oraz w potencjale ekonomicznym transnarodowych korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych. Współcześnie można zaobserwować wzrost znaczenia tych podmiotów wśród największych korporacji światowych. Szczególnie szybko rozwija się przemysł biotechnologiczny (w tym biotechnologia biała), co jest spowodowane m.in. starzeniem się społeczeństwa, chorobami cywilizacyjnymi, wzrostem gospodarczym w krajach rozwijających się oraz zauważalną akceleracją rozwoju nowych technologii. Jako główne rejony rozwoju biotechnologii i farmacji podaje się kraje wysoko rozwinięte (np. USA, kraje Europy Zachodniej, Japonię). Jednak w ostatnich latach można zauważyć nasilający się proces delokalizacji przemysłu (w tym głównie w aspekcie produkcji i badań klinicznych). Proces delokalizacji sektora life science powiązany jest również z powstawaniem nowych rynków zbytu (np. Azja, Ameryka Południowa) i poszukiwaniem przez korporacje regionów proinwestycyjnych (np. Chiny, Indie). Jednakże spośród wszystkich czynników najważniejsza dla rozwoju biotechnologii sektorów life science jest infrastruktura B&R, wysokiej jakości kapitał ludzki i czynniki infrastrukturalne (w tym odpowiednie normy etyczne i prawne).

Abstract: Contemporary, life science (including biotechnology and pharmacy) are regarded as one of the most significant and the fastest developing sectors of innovative (knowledge-based) economy and as the most important factors of socio-economic development. Biotechnological and pharmaceutical corporations are located mainly in the proximity to the world-class universities, providing access to a highly skilled workforce and research infrastructure and it is associated with a high risk investment resulting from rapid technological changes. The subject of the conducted research are international corporations selected from the list of 2 000 biggest corporations in the world of the Forbes Magazine. The aim of the research is to determine the location and economical potential changes of the international biotechnology and pharmaceutical corporations. Nowadays, the importance of biotechnological and pharmaceutical corporations is growing.

Biotechnology develops rapidly because of the aging of the society, civilisation illnesses, growing economies. The main regions famous for developing biotechnological and pharmaceutical corporations are highly developed countries such as the USA, Western European countries, Japan. However, the relocation of the industry is noticeable (location of production and clinical trials), searching for new markets and more friendly legal policy (China, India). Research and Development infrastructure, highly developed human capital and infrastructural factors (including ethical and legal ones) are the main factors of the development of biotechnology.

Słowa kluczowe: biotechnologia; farmacja; korporacje; life science

Keywords: biotechnology; corporations, life science; pharmacy

Otrzymano: 13 stycznia 2018

Received: 13 January 2018

Zaakceptowano: 21 maja 2018

Accepted: 21 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Boguś, M., Dorocki, S. (2018). Międzynarodowe korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne na świecie. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 129–141. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.8>

WSTĘP

Współcześnie powszechnie przyjmuje się, że rozwój ekonomiczny i społeczny krajów pozostaje w ścisłym związku z rozwojem innowacji i postępowaniem technologicznym na ich terytorium. Innowacyjność i związana z nią konkurencyjność gospodarki jednostek terytorialnych różnego szczebla zależą głównie od poziomu kapitału ludzkiego. Głównym czynnikiem rozwoju przemysłu i usług nowych technologii jest zatem wysoko wykwalifikowana kadra specjalistów, tzw. klasa kreatywna, a także rodzaj kreowanej przez nią działalności naukowo-badawczej (Baum, Silverman, 2004; Dorocki, Boguś, Jastrzębski, 2014).

Po okresie boomu technologii informacyjnej przemysł life science (w tym biotechnologiczny i farmaceutyczny) uznawany jest za jeden z najważniejszych i najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki zaawansowanych technologii. Stanowi on zatem ważny czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego i kształtowania się gospodarki opartej na wiedzy. Przemysł ten uznawany jest za jeden z najbardziej innowacyjnych, generuje postęp nauk podstawowych, a także poprawia w znaczący sposób jakość życia (Dorocki, Jastrzębski, 2012).

Korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne są zlokalizowane głównie w pobliżu światowej klasy uczelni wyższych, zapewniającym im dostęp do wysoko wykwalifikowanej kadry specjalistów i infrastruktury badawczej (Dorocki, Borowiec, Boguś, 2013). Ich przestrzenna koncentracja jest wynikiem ścisłych powiązań pomiędzy podmiotami gospodarki i nauki. Korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne narażone są na duże ryzyko inwestycyjne, co wynika z szybkich zmian technologicznych oraz długiego procesu wdrażania produktów i usług. Rozwój tego przemysłu w dużym stopniu zależy też od czynników: ekonomicznych, społecznych (kulturowych), politycznych, ekologicznych i etycznych. Istotne są postawy społeczne i polityka władz, zwłaszcza w przypadku działań związanych ze stosowaniem modyfikacji genetycznych lub innych „wrażliwych moralnie” działań naukowych. Komercjalizacja biotechnologii wymaga zazwyczaj długich terminów realizacji, co ma związek z trudnościami związanymi z pozyskaniem kapitału na inwestycje o wysokim ryzyku. Dlatego kluczowe stają się regulacje prawne i ochrona własności intelektualnej, a co za tym idzie – zgłoszenia patentowe.

W świetle przedstawionych przesłanek przedmiotem artykułu są transnarodowe korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne wyróżnione spośród 2000 największych korporacji różnych sektorów gospodarczych. Głównym celem artykułu jest określenie tendencji korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych na tle innych największych korporacji światowych oraz dynamiki przemian, jakie zachodziły w ich układzie przestrzennym i w ich potencjale ekonomicznym w latach 2006–2016.

Do realizacji przedmiotu i celu badań wykorzystano zbiorowe raporty publikowane przez „Forbes” – The Global 2000 – zawierające informacje na temat 2 tys. największych korporacji: ich klasyfikację według rodzaju działalności gospodarczej, siedzibę ich zarządów, wartość rynkową, wartość sprzedaży, wartość aktywów, wartość zysków. Przeprowadzone badania obejmują lata 2006–2016.

W badaniach wykorzystano wskaźnik potencjału ekonomicznego opracowany na podstawie wartości standaryzowanych wyników finansowych korporacji dla poszczególnych działów gospodarczych. Szczegółowe opracowanie wskaźnika zostało przedstawione w licznych opracowaniach (Raźniak, Dorocki, Winiarczyk-Raźniak, 2015; Raźniak, Dorocki, Winiarczyk-Raźniak, 2017).

PRZEMYSŁ BIOTECHNOLOGICZNY I FARMACEUTYCZNY NA ŚWIECIE

Biotechnologia przemysłowa jako interdyscyplinarna dziedzina nauki i techniki, oferująca bezpośrednie i potencjalne możliwości wspierania wzrostu gospodarczego, zatrudnienia i konkurencyjności, nie jest łatwa do zdefiniowania. Termin biotechnologia został użyty pierwszy raz w 1919 roku przez węgierskiego agronoma Karla Ereky'ego w odniesieniu do produkcji roślinnej. Współcześnie biotechnologia określana jest jako „zastosowanie procesów technologicznych, które wykorzystując organizmy żywe lub ich składniki, wytwarzają lub modyfikują produkty o określonym zastosowaniu” (Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju, UNCTAD), „zastosowanie metod naukowych i inżynierskich do obróbki materiałów czynnikami biologicznymi w celu pozyskania dóbr i usług” (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) lub „integracja nauk przyrodniczych i inżynierskich w celu zastosowania komórek lub ich części oraz molekularnych analogów w celu pozyskania produktów i usług” (Europejska Federacja Biotechnologów). W opracowaniu przyjęto, że biotechnologia to zastosowanie procesów technologicznych, które – wykorzystując organizmy żywe lub składniki – wytwarzają lub modyfikują produkty o określonym zastosowaniu, a zatem jest interdyscyplinarną nauką, integrującą ze sobą nauki przyrodnicze i technologiczne. Zgodnie z klasyfikacją OECD, można wyróżnić umowne działy biotechnologii, określane kolorami: zielonym – dział dotyczący rolnictwa, czerwonym – stosowanym w ochronie zdrowia, i białym – dział wykorzystujący systemy biologiczne w produkcji przemysłowej i ochronie środowiska. Według innego podziału można wyróżnić biotechnologię tradycyjną – wykorzystującą naturalne enzymy lub organizmy, które nie zawierają obcego materiału genetycznego, oraz nowoczesną – stosującą zmodyfikowane genetycznie organizmy, enzymy i białka.

Przemysł farmaceutyczny definiowany jest jako wszelka działalność gospodarcza zaangażowana w badania, rozwój, produkcję i marketing środków stosowanych w celach medycznych i profilaktycznych u ludzi lub zwierząt. Do celów statystycznych, zarówno w Europie, jak i w USA, klasyfikuje się wszystkie leki produkowane w ramach branży farmaceutycznej, w tym także produkty opracowane z wykorzystaniem

biotechnologii. Głównymi produktami przemysłu farmaceutycznego są zatem leki i środki biologiczne, które są substancjami przeznaczonymi do stosowania w diagnostyce, leczeniu i łagodzeniu chorób lub zapobieganiu im. Współcześnie przemysł farmaceutyczny nastawiony jest głównie na produkcję leków stosowanych w leczeniu raka, chorób związanych z układem krążenia, układu oddechowego, układu pokarmowego, cukrzycy, nadciśnienia, zaburzeń umysłowych i odpornościowych, np. HIV (Dorocki, 2014).

Uznać zatem należy, że przemysły biotechnologiczny i farmaceutyczny z wielu powodów trzeba analizować łącznie. W obu przypadkach jednym z głównych produktów są leki lub środki przeznaczone do ochrony zdrowia, a w procesie produkcji są wykorzystywane podobne technologie. Zarówno przemysł biotechnologiczny, jak i farmaceutyczny współuczestniczą w rozwoju nanotechnologii, która uznawana jest za najbardziej innowacyjną gałąź przemysłu (Dorocki, Kula, 2015).

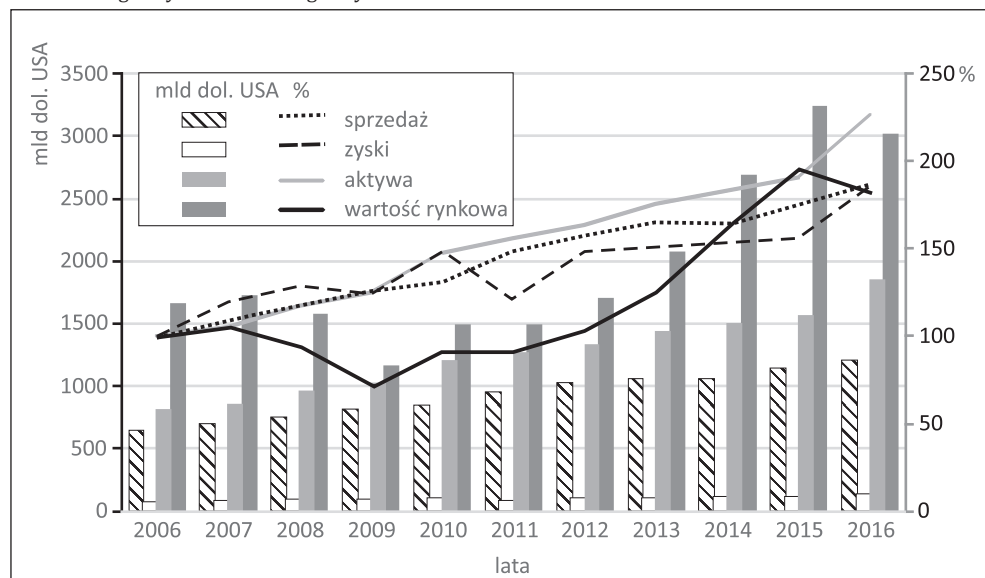
W rankingu The Global 2000 w 2016 roku uwzględniono 2 tys. największych korporacji, które przyporządkowano do 11 różnych sektorów. Firmy z branży biotechnologicznej i farmaceutycznej zaklasyfikowano do sektora: opieka zdrowotna; były to 63 korporacje, czyli 3,15% ogółu firm w rankingu.

W przestrzeni światowej, w wyniku nasilającego się procesu koncentracji kapitału, korporacje odznaczają się coraz większym potencjałem ekonomicznym, który często przewyższa potencjał gospodarczy wielu krajów (Zioło, 2006; 2008; Pugatch, Torstenson, Chu, 2012).

Poszczególne branże charakteryzowały się zróżnicowanym potencjałem ekonomicznym, przejawiającym się w: wartości sprzedaży (*sales*), wartości zysku (*profits*), wartości aktywów (*assets*) i wartości rynkowej (*market value*). W latach 2006–2016 korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne odznaczały się znaczną dynamiką potencjału ekonomicznego. Łączna wartość sprzedaży korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych (B&F) zwiększyła się w tym okresie z 648,14 mld dol. do 1211,65 mld dol., czyli o 187% (ryc. 1 i 2). Wartość zysku zaznaczyła wzrost podobnego rzędu, z 73,88 mld dol. do 136,52 mld dol., czyli o 185%. Również wartość rynkowa firm B&F wzrosła ze 1662,34 mld dol. do 3022,90 mld dol., czyli o 182%. W przypadku wartości rynkowej można zauważyć drobny spadek w latach 2008–2011, co może mieć związek z kryzysem światowym. Jednocześnie aktywa zwiększyły swoją wartość z 820 mld dol. do 1853,60 mld dol., czyli aż o 226% (ryc. 1). Porównywalnie średnia wartość korporacji pozostałych sektorów wzrosła o 78,7%.

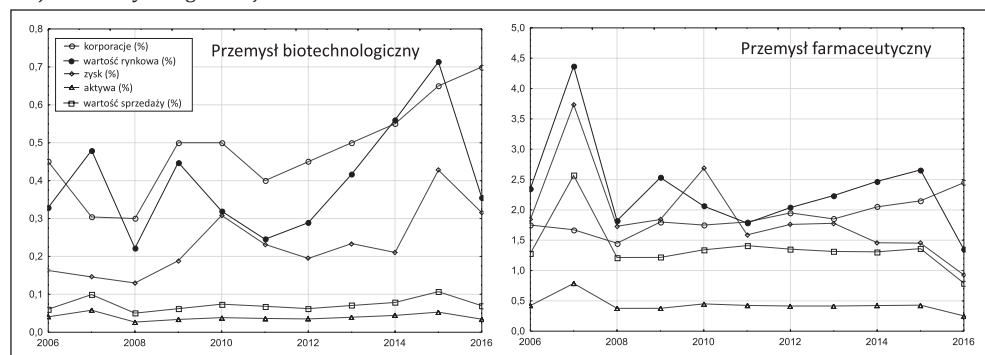
W latach 2006–2016 można zauważyć zmiany udziału korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych w strukturze największych korporacji światowych. W badanym okresie nastąpił wzrost udziału korporacji biotechnologicznych w rankingu „Forbesa”, przy spadku liczby korporacji farmaceutycznych. Może być to spowodowane większą innowacyjnością oraz dochodowością biotechnologii (również wykorzystywanej w produktach farmaceutycznych). Wartość aktywów i sprzedaży utrzymywała się na podobnym poziomie, jednak nastąpił wzrost zysków i wartości rynkowej – bardziej dynamiczny w korporacjach biotechnologicznych i mniej dynamiczny w farmaceutycznych. Duży stopień zróżnicowania ekonomicznego korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych potwierdza wykres wartości miernika potencjału ekonomicznego, który został obliczony na podstawie ustandaryzowanych wskaźników wyników finansowych (wartości sprzedaży, zysku, aktywów i wartości rynkowej) (Raźniak, Dorocki, Winiarczyk-Raźniak, 2017) (ryc. 2 i 3).

Ryc. 1. Zmiany wartości potencjału ekonomicznego i dynamika zmian potencjału ekonomicznego korporacji biotechnologicznych i farmakologicznych w latach 2006–2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Forbes* (2018)

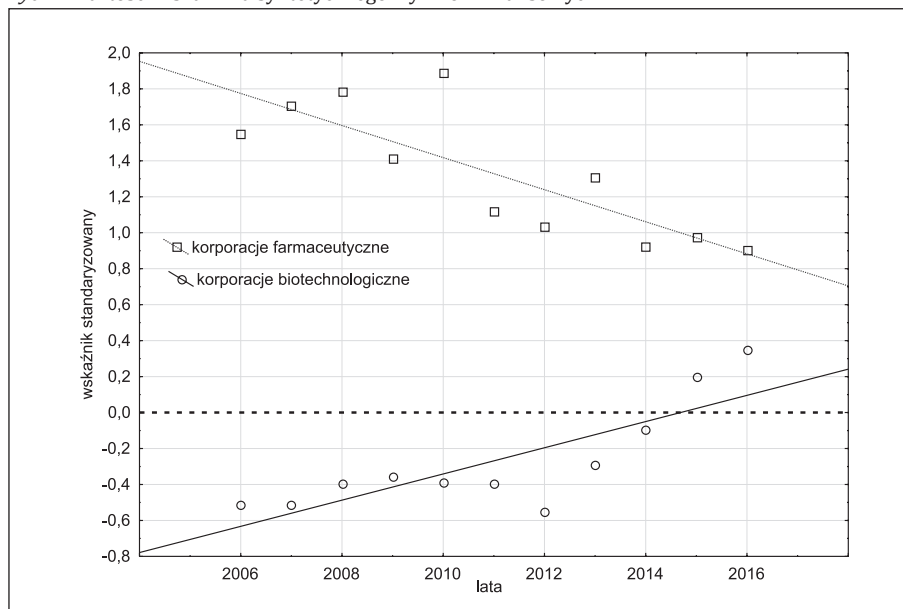
Ryc. 2. Zmiany udziału korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych w strukturze największych korporacji światowych wg rodzaju działalności w latach 2006–2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Forbes* (2018)

W latach 2006–2016 można zauważyć zmiany udziału korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych w strukturze największych korporacji światowych. W badanym okresie nastąpił wzrost udziału korporacji biotechnologicznych w rankingu „Forbesa”, przy spadku liczby korporacji farmaceutycznych. Może być to spowodowane większą innowacyjnością oraz dochodowością biotechnologii (również wykorzystywanej w produktach farmaceutycznych). Wartość aktywów i sprzedaży utrzymywała się na podobnym poziomie, jednak nastąpił wzrost zysków i wartości rynkowej – bardziej dynamiczny w korporacjach biotechnologicznych i mniej dynamiczny w farmaceutycznych. Duży stopień zróżnicowania ekonomicznego korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych potwierdza wykres wartości miernika potencjału ekonomicznego,

Ryc. 3. Wartości wskaźnika syntetycznego wyników finansowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Forbes* (2018)

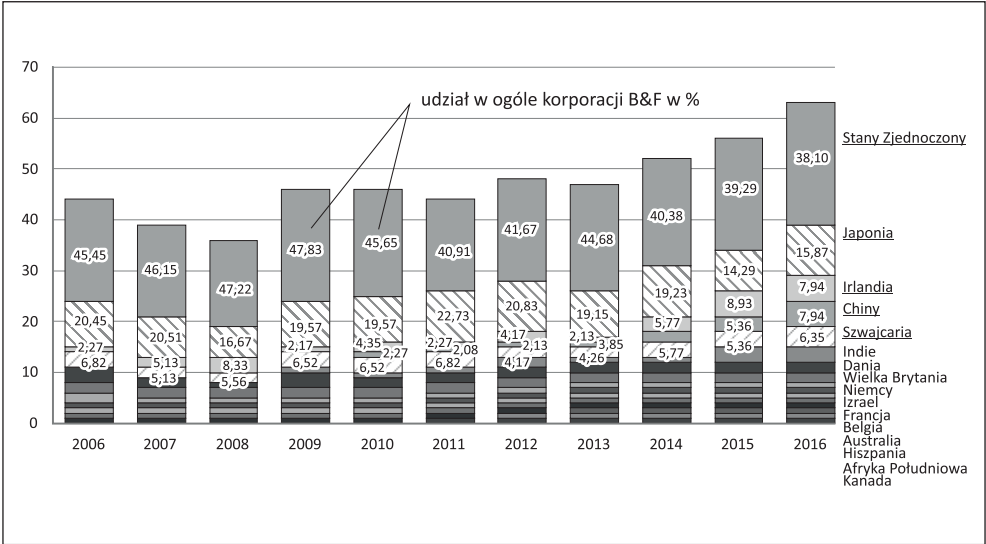
który został obliczony na podstawie standaryzowanych wskaźników wyników finansowych (wartości sprzedaży, zysku, aktywów i wartości rynkowej) (Raźniak, Dorocki, Wiśniarczyk-Raźniak, 2017) (ryc. 2 i 3).

Szczególnie ważną rolę w organizowaniu światowej przestrzeni gospodarczej poprzez różnorodne systemy sieciowych powiązań odgrywają zarządy, pełniące funkcję centrów decyzyjnych w przypadku przepływu środków finansowych, prac badawczo-rozwojowych, nowych lokalizacji, rynków zbytu itp. W 2006 roku liczba korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych wynosiła 44, po czym w 2008 roku spadła do 35 (ryc. 4). Wzrost liczby korporacji postępował od 2009 roku, a w 2016 roku wynosił 63.

Dominującą rolę w strukturze krajów, na obszarze których korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne zlokalizowały swoje zarządy, odgrywały Stany Zjednoczone, w których w 2006 roku swoją siedzibę zarządu posiadało 20 korporacji, czyli 45% ogółu korporacji tych branż (ryc. 5). W 2016 roku liczba zarządów w Stanach Zjednoczonych wzrosła do 24, jednak ich udział w ogóle spadł do 37%. Drugie miejsce pod względem liczby zarządów omawianych korporacji zajmowała Japonia, w której w latach 2006–2016 ich liczba wahała się od ośmiu do 10 siedzib. Dalej plasowały się takie kraje Europy Zachodniej, jak Szwajcaria, w której liczba siedzib w omawianym okresie wahała się od dwóch do czterech, Irlandia, w której liczba siedzib wzrosła z jednej w 2006 roku do pięciu w 2016 roku, i Wielka Brytania – po dwie siedziby. We wszystkich wspomnianych krajach udział siedzib zarządów zmalał w ogóle korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych z wyjątkiem Irlandii, gdzie wzrósł z 2% do 9% (ryc. 5).

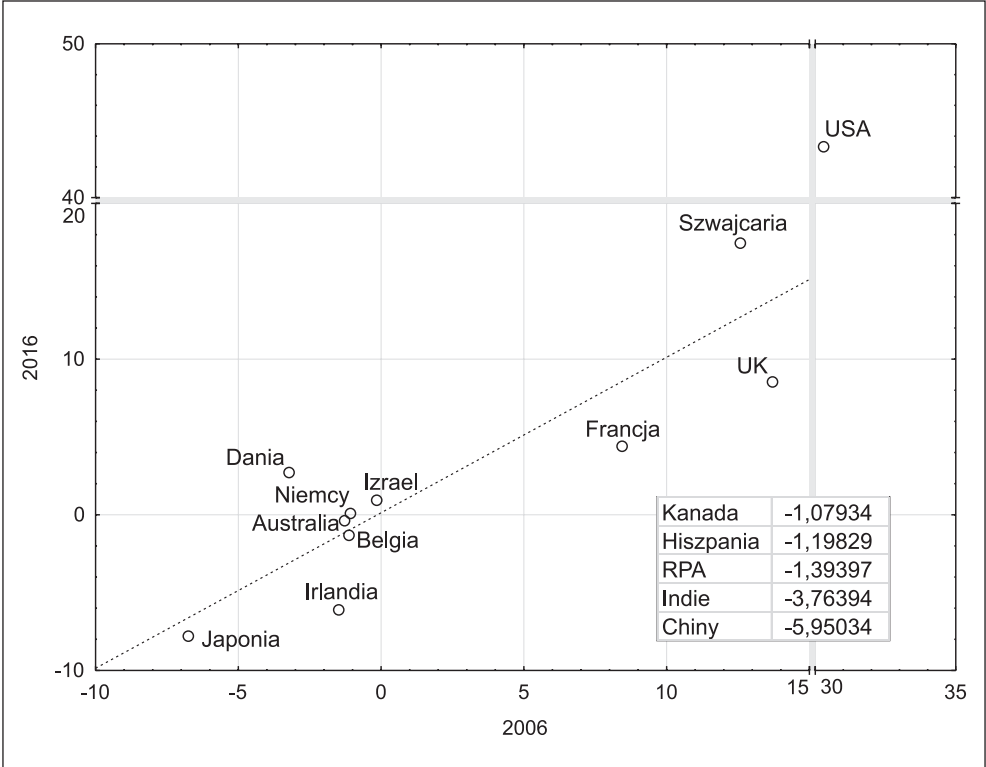
Krajem, w którym nastąpił zauważalny wzrost siedzib korporacji B & F, są Chiny. Pierwsza firma B & F w Chinach pojawiła się w 2010 roku, natomiast pięć lat później

Ryc. 4. Liczba korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych w latach 2006–2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie Forbes (2018)

Ryc. 5. Zmiany wskaźnika syntetycznego finansów w latach 2006–2016 dla biotechnologii i farmacji



Źródło: opracowanie własne na podstawie Forbes (2018)

było ich pięć. W 2016 roku Chiny skupiały 7,9% ogółu firm B&F, wyprzedzając Szwajcarię. W 2003 roku w Chinach utworzono National Bio-Industry High-Tech Industry Base, co stanowiło pierwszy krok do zapoczątkowania kolejnego etapu rozwoju państwa. Tym samym biotechnologia i farmacja zostały uznane za jedną z siedmiu strategicznych gałęzi rozwoju. Podobnie Indie w badanym okresie wykazały się dużym wzrostem liczby firm B&F. Jest to wynikiem procesu delokalizacji przemysłu związanego z rozwojem gospodarczym regionów Azji i Ameryki Południowej (Dorocki, Boguś, 2014; Wójtowicz, Dorocki, 2014) oraz obniżenia kosztów produkcji (Hryniewicz, 2013; Dorocki, Brzegowy, 2014b). Dodatkowym czynnikiem jest prorozwojowa polityka Chin, która jest możliwa dzięki zgromadzonemu kapitałowi i rozwijanej infrastrukturze (Krupa, 2011; Koszek, 2017). Ważnym elementem są również uwarunkowania prawne, które są bardzo różnicowane w poszczególnych krajach (Dorocki, Brzegowy, 2014a). W wielu przypadkach wejście firm na rynek zagraniczny jest łatwiejsze poprzez stworzenie firm typu joint venture, co również może wpłynąć na lokalizację siedzib korporacji (Xia, Gautam 2015; Li, Xie, 2016).

Na wykresie zmian standaryzowanego wskaźnika wyników finansowych według krajów w latach 2006–2016 można zauważyć dwa okresy: od 2006 do 2012 roku, kiedy wskaźnik niewiele się zmieniał, i po 2012 roku, kiedy dynamicznie zaczął wzrastać we wszystkich korporacjach, a przede wszystkim w tych zlokalizowanych w Stanach Zjednoczonych (ryc. 5). Było to związane z poprawą sytuacji ekonomicznej po kryzysie światowym.

Pomimo że w badanym okresie zauważalny był wzrost liczby korporacji B&F w krajach rozwijających się, to jednak – po przeanalizowaniu potencjału tych korporacji – niezaprzeczalnym liderem pozostają Stany Zjednoczone Ameryki Północnej, które w badanym okresie zwiększyły swój potencjał finansowy. Na drugim miejscu pozostaje Szwajcaria, która w analizowanej dekadzie również odnotowała wzrost wskaźnika potencjału. W przypadku innych krajów o wysokim potencjale, czyli Wielkiej Brytanii i Francji, zauważany jest spadek potencjału finansowego w stosunku do innych firm. Spadek odnotowała również Japonia i Irlandia, a wzrost – firmy w Danii. Kraje, w których korporacje na liście „Forbesa” pojawiły się po 2006 roku, posiadają wszystkie ujemne wartości wskaźnika potencjału. Najniższy jest on w Chinach i Indiach. Dowodzi to, że firmy, które zlokalizowane są w tych krajach, posiadają jednak niski potencjał ekonomiczny.

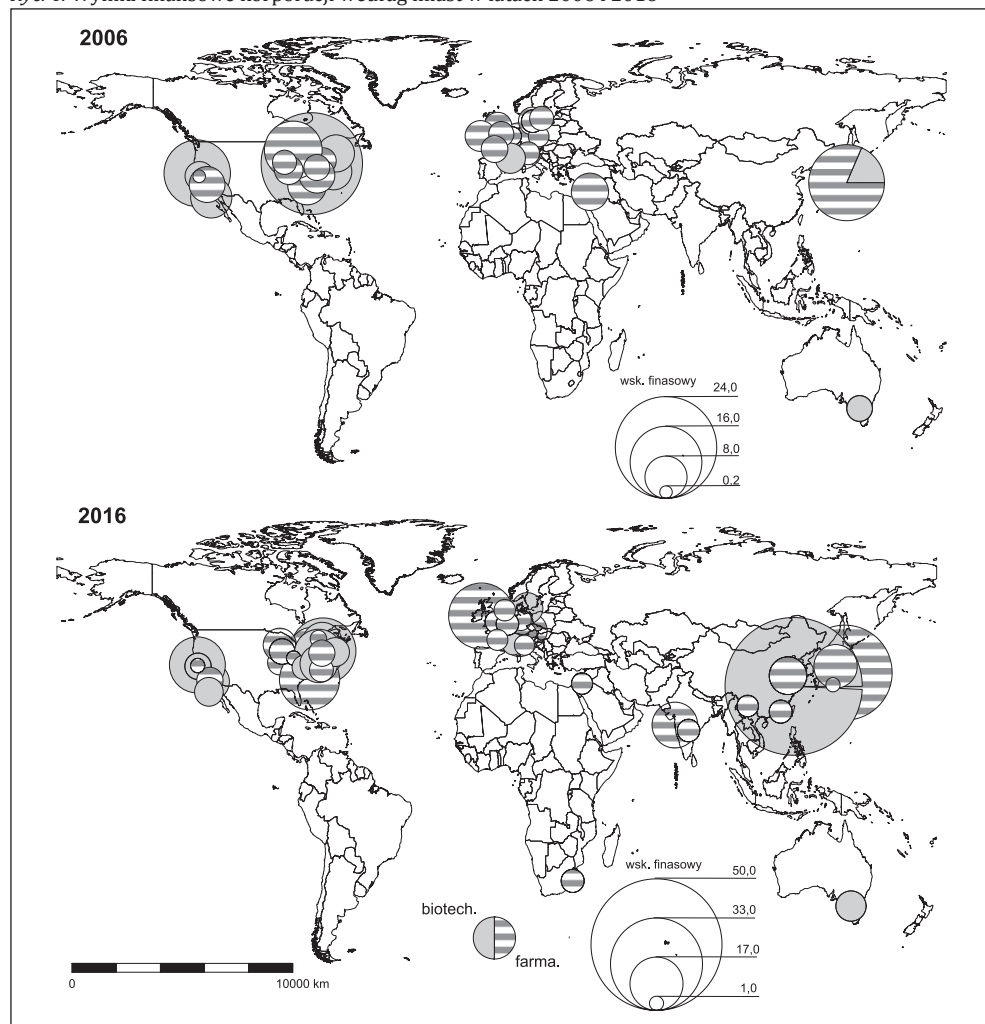
Pośród 10 najlepszych korporacji omawianych branż można zauważyć wyraźny wzrost między 2006 a 2016 rokiem. Zarówno w 2006, jak i w 2016 roku dominowały korporacje amerykańskie, jednak w 2016 roku w ścisłej czołówce pojawiły się korporacje zlokalizowane w Chinach i Japonii. Regiony przodujące pod względem rozwoju biotechnologii i farmacji to Nowy Jork, lider w dziedzinie nauk przyrodniczych i life science, jednak współcześnie wykazujący opóźnienie w stosunku do Kalifornii, zwłaszcza w przypadku liczby zatrudnienia i przyciągania inwestycji kapitałowych (Dorocki, Raźniak, Winiarczyk-Raźniak, Boguś, 2017).

Czynnikami hamującymi rozwój omawianego przemysłu w Nowym Jorku są głównie brak odpowiednich i niedrogich przestrzeni laboratoryjnych oraz deficyt wykwalifikowanego sektora średniego. Największe korporacje należące do przemysłu life science to: Big Pharma, Bayer, Merc, Novartis czy Pfitzer. Bazylea ma długą tradycję działalności w przemyśle chemicznym i farmaceutycznym, czemu sprzyja położenie w centrum Europy i bliskość Renu. W ostatnich latach przekształciła się ona w klastery nauk przyrodniczych opartych na wiedzy. Obok dwóch wiodących firm farmaceutycznych

Novartis i Hoffmann-La Roche obszar Bazylei jest też bazą oddziałów pokrewnych, np. Syngenta (agrobiznes), Ciba i Clariant (przemysł chemiczny) czy firm medycznych, takich jak Straumann i Synthes, a także Huntsman Advanced Materials, BAFS, Bayer Consumer Care (ryc. 6). Pojawienie się znaczących korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych lub przenoszenie ich do Azji (Chiny, Indie) jest spowodowane głównie mniejszymi kosztami produkcji na tamtejszych rynkach i ich otwartością. Co więcej, niektóre państwa, aby wyrazić zgodę na pojawienie się danych leków na ich rynku, muszą udzielić zezwolenia na przeprowadzenie badań na ich terytorium.

Firmy azjatyckie charakteryzuje duża alokacja kapitału (infrastruktura produkcyjna), natomiast bardzo małe wyniki sprzedaży. Niemniej jednak, wraz ze wzrostem rozwoju gospodarczego, ich sytuacja regularnie ulega zmianie i przewiduje się, że wkrótce będą to największe rynki zbytu. Na zachodzie Europy przemysł spotyka się z licznymi

Ryc. 6. Wyniki finansowe korporacji według miast w latach 2006 i 2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Forbes* (2018)

ograniczeniami prawnymi badań, np. genetycznych. Korporacje europejskie działają bardziej zachowawczo w porównaniu z amerykańskimi, nastawionymi na duże ryzyko. Potwierdza to tabela z 10 największymi korporacjami B&F spośród listy „Forbesa” (tab. 1). Podczas gdy w 2006 roku były to głównie firmy zlokalizowane w USA, to już w 2016 roku na pierwszym miejscu znalazły się Chiny, a na drugim Japonia. Wydaje się, że jest to zapowiedź przestrzennej zmiany centrów gospodarczych z zachodu na wschód.

Tab. 1. Wyniki finansowe 10 najlepszych korporacji w latach 2006 i 2016

2006					
Lp.	Korporacja	Kraj	Sektor	Miasto	Wskaźnik finansowy
1	Celgene	USA	biotechnologiczny	Summit, New Jersey	24,01
2	Gilead Sciences	USA	biotechnologiczny	Foster City, Kalifornia	14,65
3	Amgen	USA	biotechnologiczny	Thousand Oaks, Kalifornia	7,91
4	MedImmune	USA	farmaceutyczny	Gaithersburg, Maryland	7,23
5	Teva Pharmaceutical Industries	Izrael	farmaceutyczny	Petach Tikwa	6,83
6	Genzyme	USA	biotechnologiczny	Boston, Massachusetts	6,79
7	Biogen Idec	USA	biotechnologiczny	Weston, Massachusetts	6,66
8	Allergan	USA	farmaceutyczny	Irvine, Kalifornia	6,45
9	Barr Pharmaceuticals	USA	farmaceutyczny	Montvale, New Jersey	6,40
10	Forest Laboratories	USA	farmaceutyczny	Nowy Jork	5,74
2016					
Lp.	Korporacja	Kraj	Sektor	Miasto	Wskaźnik finansowy
1	Shanghai RAAS Blood Products	Chiny	biotechnologiczny	Szanghaj	50,38
2	Ono Pharmaceutical	Japonia	farmaceutyczny	Osaka	22,98
3	Vertex Pharmaceuticals	USA	biotechnologiczny	Cambridge, Massachusetts	21,40
4	Incyte	USA	farmaceutyczny	Wilmington, Delaware	19,11
5	BioMarin Pharmaceutical	USA	biotechnologiczny	San Rafael, Kalifornia	17,33
6	Alexion Pharmaceuticals	USA	biotechnologiczny	Cheshire, Connecticut	14,39
7	Regeneron Pharmaceuticals	USA	biotechnologiczny	Tarrytown, Nowy Jork	10,61
8	Illumina	USA	biotechnologiczny	San Diego, Kalifornia	9,93
9	Jiangsu Hengrui Medicine	Chiny	farmaceutyczny	Lianyungang	9,82
10	Novo Nordisk	Dania	farmaceutyczny	Bagsværd	9,77

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Forbes* (2018)

PODSUMOWANIE

Obecnie następuje wzrost znaczenia korporacji biotechnologicznych i farmaceutycznych wśród największych korporacji światowych. Szczególnie szybko rozwija się przemysł biotechnologiczny (w tym biotechnologia biała), co jest spowodowane starzeniem się społeczeństwa, chorobami cywilizacyjnymi i wzrostem gospodarczym w krajach rozwijających się. Jako główne rejony rozwoju biotechnologii i farmacji podaje się kraje rozwinięte, takie jak USA, kraje Europy Zachodniej czy Japonia. Można jednak zauważyć

delokalizację przemysłu biotechnologicznego, zarówno pod względem produkcji i badań klinicznych, jak i poszukiwania nowych rynków oraz bardziej przyjaznych uwarunkowań prawnych – jako przykład można podać Chiny lub Indie. Konieczne do rozwoju biotechnologii są: infrastruktura B&R, wysokiej jakości kapitał ludzki i czynniki infrastrukturalne (w tym etyczne i prawne).

Wydaje się właściwe, aby w dalszych badaniach podjąć szczegółową analizę rozwoju poszczególnych korporacji – zarówno w krajach rozwiniętych, jak i rozwijających się. Pozwoli to na bardziej szczegółowe określenie znaczenia poszczególnych czynników dla rozwoju przemysłu life sciences. Szczególnie interesujące jest określenie pozaekonomicznych czynników rozwoju. W przyszłości w wyniku globalizacji uwarunkowania te mogą stać się jednymi z najważniejszych elementów warunkujących rozwój przemysłu biotechnologicznego i farmaceutycznego.

Literatura

References

- Baum, J.A.C., Silverman, B.S. (2004). Picking winners or building them? Alliance, intellectual, and human capital as selection criteria in venture financing and performance of biotechnology startups. *Journal of Business Venturing*, 19, 411–436.
- Bednarski, W., Fiedurek, J. (red.) (2017). *Podstawy biotechnologii przemysłowej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dorocki, S. (2014). Contemporary Trends in the Development of the Pharmaceutical Industry in the World. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 25, 108–131. DOI: 10.24917/1681
- Dorocki, S., Boguś, M. (2014). Regional Variety of Biotechnology Development in Asia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 120, 197–212. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.097>
- Dorocki, S., Boguś, M., Jastrzębski, J.P. (2014). Rozwój biotechnologii w miastach wybranych krajów Unii Europejskiej. *Studia Miejskie*, 13, 107–119.
- Dorocki, S., Borowiec, M., Boguś, M. (2013). Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju przemysłu biotechnologicznego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 94–120.
- Dorocki, S., Brzegowy, P. (2014a). France's stand on genetically modified food and its reception in the EU. W: A. Bobko, K. Cynk (red.). *Genetycznie modyfikowany organizm jako przedmiot oceny moralnej*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 217–226.
- Dorocki, S., Brzegowy, P. (2014b). The maquiladora effect on the social and economic situation in Mexico in the era of globalization. W: M. Wójtowicz, A. Winiarczyk-Raźniak (red.). *Environmental and socio-economic transformations in developing areas as the effect of globalization*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 93–110.
- Dorocki, S., Jastrzębski, J.P. (2012). Regionalne zróżnicowanie rozwoju biotechnologii w Europie. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 20, 67–94.
- Dorocki, S., Kula, A. (2015). Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju nanotechnologii w Europie. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 29(1), 27–41. DOI: 10.24917/2703
- Dorocki, S., Raźniak, P., Winiarczyk-Raźniak, A., Boguś, M. (2017). The role of global citizen creation of innovative industry sectors. Case study – life sciences sector. *Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2017)*, 136–146.
- Forbes* (2018, 13 stycznia). Pozyskano z <https://www.forbes.pl>
- Hryniewicz, J. (2013). Przemysł, gospodarka oparta na wiedzy i wspólna europejska polityka przemysłowa. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 31–46. DOI: 10.24917/1193

- Koszek, R. (2017). Przejęcia europejskich firm jako przykłady chińskich inwestycji zagranicznych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(4), 133–147. DOI: 10.24917/20801653.314.9
- Krupa, K. (2011). Ekonomiczne i technologiczne strefy rozwoju Chin (kwantyfikacja, stratyfikacja, metodyka). *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 17, 87–98. DOI: 10.24917/340
- Li, J., Xie, Z. (2016). Governance Structure and the Creation and Protection of Technological Competencies: International R&D Joint Ventures in China. *Management International Review*, 56(1), 123–148, <https://doi.org/10.1007/s11575-015-0268-1>
- Pugatch, M.P., Torstensson, D., Chu, R. (2012). *Taking Stock: How Global Biotechnology Benefits from Intellectual Property Rights*. Pugatch Consilium, Commissioned by the Biotechnology Industry Organization. Pozyskano z [http://www.bio.org/./Pugatch%20Consilium%20-%20Taking%20Stock%20Final%20Report%20\(2\).pdf](http://www.bio.org/./Pugatch%20Consilium%20-%20Taking%20Stock%20Final%20Report%20(2).pdf)
- Raźniak, P., Dorocki, S., Winiarczyk-Raźniak, A. (2015). Ranga miasta w świetle syntetycznego wskaźnika stabilności gospodarczej. *Studia Miejskie*, 18, 119–130.
- Raźniak, P., Dorocki, S., Winiarczyk-Raźniak, A. (2017). Permanence of the economic potential of cities based on sector development. *Chinese Geographical Science*, 27(1), 123–136. DOI: 10.1007/s11769-017-0850-5
- Wójtowicz, M., Dorocki, S. (2014). Regional differences in the development of the biotechnology industry in Latin America, with particular emphasis on Brazil and Mexico. W: M. Wójtowicz, A. Winiarczyk-Raźniak (red.). *Environmental and socio-economic transformations in developing areas as the effect of globalization*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, 111–135.
- Xia, Ch., Gautam, A. (2015). Biopharma CRO industry in China: landscape and opportunities. *Drug Discovery Today*, 20(7), 794–798, <https://doi.org/10.1016/j.drudis.2015.02.007>
- Zioło, Z. (2006). Zróżnicowanie światowej przestrzeni przemysłowej w świetle koncentracji siedzib zarządów wiodących korporacji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 8, 9–26.
- Zioło, Z. (2008). Procesy transformacji przemysłowych układów przestrzennych na tle zmieniającego się otoczenia. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 10, 11–22.

Marta Boguś, mgr, absolwentka pięcioletnich nauczycielskich studiów magisterskich na kierunku geografia, ze specjalnością przedsiębiorczość i gospodarka przestrzenna, oraz czteroletnich stacjonarnych studiów doktoranckich w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania badawcze skupiają się głównie wokół problematyki korporacji ponadnarodowych, w tym korporacji informatycznych, a przede wszystkim biotechnologicznych.

Marta Boguś, M.Sc., graduated from Pedagogical University of Cracow, M.Sc. in Geography with a specialization Entrepreneurship and Spatial Management. She graduated from PhD studies in Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography. Her scientific research are focused on international corporations such as IT corporations and above all biotechnological ones.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: mbogus@up.krakow.pl

Sławomir Dorocki, dr, absolwent studiów z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, doktor nauk humanistycznych w dyscyplinie historia (Instytut Europeistyki, Uniwersytet Jagielloński). Adiunkt w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania badawcze skupiają się wokół problematyki regionów i procesów regionalizacji społeczno-gospodarczej, ze szczególnym uwzględnieniem zróżnicowania przestrzeni europejskiej oraz procesów integracji europejskiej i uwarunkowań historycznych oraz zastosowania metod komputerowych i statystycznych w badaniach nad zróżnicowaniem przestrzeni.

Sławomir Dorocki, Ph.D., Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow. Sławomir Dorocki, graduated from Pedagogical University of Cracow, MA degree in geography, Ph.D. in history (Institute of European Studies of the Jagiellonian University). Adiunkt (assoc. professor) at Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography. His research interests are tied with regional problems and processes of socio-economic regionalization, with particular emphasis on the diversity of Europe, processes of European integration, historical conditions and application computer and statistical methods in the study of diversity of space.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: sdorocki@up.krakow.pl

KATARZYNA KOWALSKA

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

Upowszechnianie praktyk CSR w ramach współpracy międzynarodowych korporacji z lokalnymi firmami kraju przyjmującego

Dissemination of CSR Practices within the Framework of Cooperation Between International Corporations and Local Companies of the Host Country

Streszczenie: W dobie globalizacji, w której wiele firm posiada rozbudowane łańcuchy dostaw, współpraca z dostawcami jest kluczowym obszarem ograniczenia ryzyka reputacyjnego i polem do realizacji praktyk CSR. Ograniczenie ryzyka refutacyjnego oznacza konieczność prowadzenia zintegrowanych działań w całym łańcuchu dostaw oraz budowania trwałych relacji z kooperantami w oparciu o normy i standardy CSR obowiązujące obie strony transakcji. Współpraca międzynarodowych korporacji z lokalnymi przedsiębiorstwami wywołuje procesy dostosowawcze wśród dostawców (również w obszarze CSR); oznacza redystrybucję umiejętności i wiedzy do zleceniobiorców, co w praktyce pozytywnie wpływa na pozycję konkurencyjną analizowanych grup podmiotów. W artykule wykorzystano metodę opisową. Ma on na celu scharakteryzowanie współpracy międzynarodowych korporacji z lokalnymi firmami w kontekście upowszechniania praktyk CSR w łańcuchu dostaw. Przedmiotem artykułu jest współpraca międzynarodowych korporacji z firmami kraju goszczącego w ramach tzw. powiązań do tyłu (*backward linkages*), ze szczególnym uwzględnieniem praktyk CSR.

Abstract: In the era of globalization, where many companies have extensive supply chains, cooperation with suppliers is a key area for limiting reputational risk, as well as a field for implementing CSR practices. Reducing reputational risk means the need of conducting integrated operations within the supply chain; building permanent relationships with cooperators based on CSR standards and standards applicable to both parties of the transaction. The cooperation of international corporations with local businesses evokes adaptation processes among suppliers (also in the area of CSR); it also means redistribution of skills and knowledge towards contractors, which in practice has a positive impact on the competitive position of the analyzed groups of entities. In the article, a descriptive method was used. The purpose of this article is to characterize the cooperation of international corporations with local companies in the context of dissemination of CSR practices in the supply chain. The subject of the article is cooperation of international corporations with companies of the host country within the so-called backward linkages; with particular emphasis on CSR practices.

Słowa kluczowe: CSR; konkurencja; korporacja; współpraca

Keywords: competition; cooperation; corporation; CSR

Otrzymano: 5 stycznia 2018

Received: 5 January 2018

Zaakceptowano: 19 maja 2018

Accepted: 19 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kowalska, K. (2018). Upowszechnianie praktyk CSR w ramach współpracy międzynarodowych korporacji z lokalnymi firmami kraju przyjmującego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 142–151. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.9>

WSTĘP

W dzisiejszych uwarunkowaniach rynkowych wiele okoliczności sprzyja tworzeniu różnego rodzaju interakcji przedsiębiorstw na rynku. Kluczowe znaczenie ma tutaj pogłębiający się proces internacjonalizacji przedsiębiorstw i szereg korzyści, jakie oferują międzynarodowym korporacjom kraje je przyjmujące.

Silna presja konkurencji i rosnąca świadomość społeczna sprawiają, że w warunkach złożonych i wydłużonych sieci powiązań budowanie odpowiedniej reputacji przedsiębiorstwa staje się kluczowym elementem strategii rozwoju firmy. W praktyce oznacza to, że podmioty gospodarcze muszą określić zobowiązania za czyny własne i cudze. Zobowiązania te dotyczą aspektów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych i odnoszą się do różnych grup interesariuszy danego przedsiębiorstwa. Na wielu rynkach (szczególnie wysoko rozwiniętych) długoterminowy rozwój przedsiębiorstwa zależy właśnie od umiejętności spełniania szeroko rozumianych oczekiwań społecznych.

Ukierunkowanie na rozwój przedsiębiorstwa wymaga zatem odpowiedniego spojrzenia na własny łańcuch dostaw, szczególnie zaś na proces budowania relacji z dostawcami.

W artykule wykorzystano metodę opisową. Ma on na celu scharakteryzowanie współpracy międzynarodowych korporacji z lokalnymi firmami dotyczącej upowszechniania praktyk CSR w łańcuchu dostaw. Przedmiotem artykułu jest współpraca międzynarodowych korporacji z firmami kraju goszczącego w ramach tzw. powiązań do tyłu (*backward linkages*), ze szczególnym uwzględnieniem praktyk CSR.

UWARUNKOWANIA WSPÓŁPRACY MIĘDZYNARODOWYCH KORPORACJI Z LOKALNYMI PRZEDSIĘBIORSTWAMI

Pogłębiający się proces umiędzynarodawiania współczesnej gospodarki światowej wywołuje wzrost liczby i intensywności powiązań między przedsiębiorstwami. Kluczową rolę w przypadku tych relacji odgrywają korporacje międzynarodowe, które dokonują ekspansji na rynki zagraniczne, zmieniają realia konkurencji, wyznaczają nowe trendy i standardy działania (Kowalska, 2012).

Decyzja przedsiębiorstwa dotycząca zagranicznej ekspansji wiąże się z wyborem sposobu wejścia na określony rynek, co ma wpływ na jego wyniki finansowe, pozycję konkurencyjną i możliwości nawiązywania współpracy z podmiotami kraju przyjmującego.

Formy (sposoby) internacjonalizacji przedsiębiorstw są pochodną stopnia trudności wejścia na rynki zewnętrzne, wielkości danej firmy, motywów umiędzynarodowienia,

dystansu psychicznego między krajem macierzystym a przyjmującym oraz doświadczenia w działalności międzynarodowej. Najczęstszą i najbardziej zaawansowaną formą wejścia międzynarodowych korporacji na zagraniczne rynki jest rozwój organiczny w postaci zagranicznych inwestycji bezpośrednich (ZIB).

Omawiana forma zagranicznej ekspansji charakteryzuje się przede wszystkim przyjęciem pełnego ryzyka działalności, samodzielnością w ponoszeniu nakładów finansowych, jak również pełną swobodą w prowadzeniu polityki rozwoju na rynkach zagranicznych, w tym wyboru partnerów i obszarów współpracy na rynkach goszczących (Kochaniec, 2002).

Dla poruszonego w artykule tematu (współpraca międzynarodowych korporacji z lokalnymi firmami) istotne znaczenie mają również motywy podejmowania i rozszerzania przez przedsiębiorstwa działalności międzynarodowej.

W literaturze przedmiotu podkreśla się, że omawiana ekspansja dokonuje się pod wpływem czterech zasadniczych grup motywów, mianowicie: rynkowych, kosztowych, związanych z pozyskiwaniem strategicznych zasobów i motywów efektywnościowych (Przybylska, 2001). Motywy te stanowią podstawowe kryteria wyboru miejsca lokalizacji przedsiębiorstw za granicą, a ich rola i znaczenie zależy w dużej mierze od rodzaju działalności i obranej strategii rozwoju przez dane przedsiębiorstwo.

Dla przykładu, dla korporacji handlowych kluczowe znaczenie ma motyw rynkowy (potrzeba pozyskania dodatkowych rynków zbytu, wejścia na zagraniczne rynki), natomiast w przedsiębiorstwach produkcyjnych do głosu dochodzą przede wszystkim motywy kosztowe i związane z pozyskaniem strategicznych zasobów.

Motywy międzynarodalizacji, o którym dyskutuje się najbardziej, jest motyw poszukiwania strategicznych aktywów. Dostęp do zasobów i umiejętności innych firm (m.in. do wiedzy o rynku, znajomości zachowań i preferencji klientów, zdolności do utrzymania z nimi bliskich kontaktów) pozwala bowiem na generowanie nowych źródeł przewagi konkurencyjnej; dostęp ten pozwala wesprzeć atuty przedsiębiorstwa i skoncentrować się na kluczowych obszarach jego działalności.

W literaturze przedmiotu wskazuje się, że specyficznym zasobem mogą być również relacje (wzajemne powiązania), które łączą daną firmę z innymi podmiotami (Przybylska, 2001). A. Sulejewicz w tym kontekście podkreśla, że aktywa te stanowią podstawę strategicznej rywalizacji i w praktyce generują quasi-rentę organizacyjną (Sulejewicz, 1997).

W praktyce przedsiębiorstwa, chcąc sprostać współczesnej konkurencji, zmuszone są poszukiwać optymalnych rozwiązań; integrują poszczególne korzyści: rynkowe, kosztowe i zasobowe.

Jak już wcześniej zaznaczono, międzynarodalizacja międzynarodowych korporacji stwarza podstawę do powstania licznych interakcji (różnych form współpracy) tych podmiotów z firmami kraju je przyjmującego. Współpraca ta jest dobrowolna i nastawiona na osiąganie wspólnych korzyści. Może mieć charakter kapitałowy (umowy franchisingowe, sprzedaż licencji i kontrakty menedżerskie) lub niekapitałowy (*joint venture*, alianse strategiczne).

Współpraca na linii korporacje–lokalne przedsiębiorstwa w praktyce może dotyczyć zaopatrzenia, sprzedaży, współpracy z przedsiębiorstwami prowadzącymi konkurencyjną działalność (Burt, 2001). Tym obszarom odpowiadają określenia: powiązań do tyłu (*backward linkages*), powiązań do przodu (*forward linkages*) i powiązań poziomych (*horizontal linkages*).

Powiązania do tyłu występują, kiedy korporacje zaopatrują się w dobra i usługi w lokalnych firmach kraju goszczącego, natomiast powiązania do przodu – gdy zagraniczne firmy sprzedają swoje produkty lokalnym przedsiębiorstwom (Przybylska, 2010). Z kolei powiązania horyzontalne obejmują współpracę zagranicznych filii i oddziałów z firmami konkurencyjnymi w kraju goszczącym (Przybylska, 2010).

Z punktu widzenia tematu poruszonego w artykule kluczowe znaczenie mają powiązania do tyłu, czyli z dostawcami. Udział lokalnych firm we współpracy z korporacjami najczęściej przybiera formę podwykonawstwa, która polega na zleceniu wykonania produktu lub jego części innemu niezależnemu przedsiębiorstwu, zgodnie z zamówieniami i parametrami określanymi przez firmę oferującą taki kontrakt (Taymaz, Kilicaslan, 2005).

Podwykonawstwo można opisać jako szczególną formę outsourcingu, która obejmuje bezpośrednie kontakty oraz wymianę wiedzy i informacji między obiema stronami kontraktu (Taymaz, Kilicaslan, 2005).

Popularność powiązań przedsiębiorstw w ramach outsourcingu wynika z licznych korzyści, jakie mogą wynikać z kontraktu zarówno dla klienta, jak i usługodawcy systemu. Przede wszystkim, z powodu rosnącej konkurencji i niepewności na rynkach międzynarodowych, przedsiębiorstwa skupiają się na kluczowych obszarach swojej działalności (*core business*), co wywołuje silny popyt na usługi outsourcingowe.

Zdaniem przedstawicieli czołowych światowych firm doradczych korzyści projektów outsourcingowych sprowadzają się przede wszystkim do restrukturyzacji kosztów, jak również do zwiększenia elastyczności i potencjału organizacji (Meronk, Bielewicz, 2009).

Outsourcing pozwala na oszczędność przynajmniej części środków inwestowanych w długotrwałe działania służące budowaniu potrzebnych kompetencji i zmienia je na znacznie mniejsze opłaty stałe (Meronk, Bielewicz, 2009).

Outsourcing to również ważne narzędzie ekspansji przedsiębiorstw na rynki zagraniczne. W dobie silnej internacjonalizacji przedsiębiorstw okazuje się być skutecznym i szybkim sposobem wejścia na rynki zewnętrzne, bez konieczności budowania złożonych i kosztownych kompetencji (Meronk, Bielewicz, 2009).

W literaturze przedmiotu podkreśla się również, że w dłuższej perspektywie outsourcing jest sposobem pozyskania niemal nieograniczonych światowych zasobów siły roboczej, która dzięki lokalizacji w różnych strefach czasowych może realizować zlecenia przez całą dobę (Prahald, Krishan, 2008), jest również kanałem transferu technologii.

Zewnętrzni dostawcy, w ramach omawianych projektów, zapewniają często niezbędną elastyczność, ciągłość działania i szybkość relacji na zapotrzebowanie klientów, co przekłada się na możliwości kreowania dla klienta wartości dodanej (Meronk, Bielewicz, 2009).

Rosnące znaczenie omawianych powiązań wynika również ze zmian, jakie zachodzą w projektowaniu technologii powodujących konieczność częstych modyfikacji czynników wytwórczych i produktów (Przybylska, 2001).

Natomiast korzyści dla lokalnych przedsiębiorstw płynące ze współpracy z międzynarodowymi korporacjami to przede wszystkim (Przybylska, 2010):

- poprawa kondycji finansowej,
- możliwość zwiększenia rynków zbytu,
- dostęp do nowoczesnej technologii,

- zmiana sposobu myślenia i działania właścicieli i menedżerów małych firm po wejściu do międzynarodowej sieci,
- możliwość pozyskiwania cennych informacji i doświadczeń, które niwelują bariery rozwoju charakterystyczne dla małych i średnich przedsiębiorstw,
- wzrost wiarygodności przedsiębiorstwa na rynku krajowym i rynkach zagranicznych,
- procesy dostosowawcze.

W literaturze przedmiotu wskazuje się również na ryzyko wystąpienia po stronie lokalnych firm kosztów współpracy z międzynarodowymi korporacjami. Korporacje posiadające przewagę transakcyjną mogą tworzyć coraz większy popyt na określone struktury organizacyjne i zarządcze, co skutkować może coraz większymi barierami dla lokalnych producentów (Tylec, 2010).

Często podkreśla się także, że poważnym zagrożeniem może być sprowadzenie lokalnych podmiotów do pełnienia funkcji dostawcy prostych czynników produkcji i niewyspecjalizowanych usług, cechujących się niską wartością dodaną (Tylec, 2010). Innym zagrożeniem, regularnie odnotowywanym na polskim rynku, tym razem wśród korporacji handlowych, są liczne praktyki nadużywania silnej pozycji w stosunku do kooperantów w postaci narzucania warunków umów i długich terminów płatności oraz pobierania nieuzasadnionych opłat marketingowych (NIK, 2002).

PRAKTYKI CSR W RAMACH WSPÓŁPRACY KORPORACJI Z LOKALNYMI FIRMAMI

Rozwój współpracy międzynarodowych korporacji z lokalnymi firmami kraju przysługującego wymusza od tych drugich, dysponujących słabszą pozycją i mniejszym doświadczeniem rynkowym, dostosowanie się do jakościowych i ilościowych warunków współpracy. Można mówić o różnych obszarach tych ustaleń i ich pozytywnych oraz negatywnych skutkach. Coraz częściej jednak, dla poprawy kondycji rynkowej przedsiębiorstw lokalnych, istotne znaczenie mają wymogi (standardy, normy) w zakresie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (CSR – Corporate Social Responsibility).

W literaturze przedmiotu występuje wiele definicji CSR. Pojęcie to wciąż ewoluuje. Można jednak zaproponować definicję tego terminu, ujmując ją jako świadome działanie podjęte w danej organizacji, inspirowane rezultatami dialogu społecznego i nakierowane na tworzenie społecznie istotnych wartości odpowiadających oczekiwaniom interesariuszy (Rojek-Nowosielska, 2017: 82).

Kluczową kwestią dla wdrażania CSR w organizacji jest odpowiedzialne zarządzanie łańcuchem dostaw. Jest to praktyczne przełożenie omawianej koncepcji na działalność przedsiębiorstwa. Obejmuje ono wszelkich kontrahentów dostarczających produkty i usługi niezbędne firmie do zaoferowania finalnego towaru na rynku i dotyczy trzech podstawowych obszarów:

- ekonomicznego – m.in. uczciwe warunki kontraktów, terminowe płaćenie należności, niewykorzystywanie przewagi ekonomicznej do negocjowania nieadekwatnych cen i warunków umów, zapobieganie korupcji, co przekłada się na relacje firm z ich dostawcami,
- społecznego – m.in. przestrzeganie prawa pracy i praw człowieka, godziwe wynagrodzenia dla pracowników, przestrzeganie ustalonych godzin pracy oraz bezpieczeństwo w miejscu pracy i relacje kształtowane z lokalną społecznością,

- środowiskowego – m.in. oddziaływanie na środowisko, co należy odnieść do całego cyklu życia produktu – od jego projektowania po utylizację, uwzględniając również transport materiałów i wykorzystanie surowców; nie bez znaczenia jest tutaj również efektywność energetyczna, możliwość ponownego przetworzenia materiałów.

Eksperti w zakresie CSR zgodnie podkreślają, że uwzględnianie w decyzjach szeroko rozumianych skutków oddziaływania firmy na otoczenie wynika z konieczności dostosowania się do realiów konkurencji na rynku. Twierdzą, że samo kreowanie wartości ekonomicznej w biznesie nie stwarza firmie możliwości osiągania dochodu pozwalającego na utrzymanie się na rynku (Ćwik, 2011). Coraz większe znaczenie ma minimalizowanie ryzyka reputacyjnego w biznesie.

Reputacja to subiektywna i zbiorowa ocena tego, czy organizacja jest wiarygodna i godna zaufania (Szwajca, 2016: 88). Zaufanie stanowi podstawę reputacji, natomiast reputacja wpływa na budowanie i wzmacnianie zaufania różnych grup interesariuszy (pracowników, kontrahentów, klientów, instytucji rządowych i pozarządowych, społeczności).

Dla przykładu, zaufanie pomiędzy partnerami w sieciach dostaw powoduje wiele pozytywnych skutków: zmniejsza asymetrię informacji, utrwala współpracę, zmniejsza koszty transakcyjne, stanowi wyróżnik przy ubieganiu się o różnego rodzaju kontrakty (również na rynku międzynarodowym). Podobną zależność można zauważyć pomiędzy reputacją a poziomem zaufania klienta oraz jego identyfikacją z firmą, co przekłada się na intencje zakupów oraz akceptację przez klientów wyższej ceny (Szwajca, 2016).

Biorąc pod uwagę fakt, że współczesne łańcuchy dostaw globalnych firm są bardzo rozbudowane, wdrażanie odpowiedzialnego łańcucha dostaw wymaga ściślej współpracy z kontrahentami (dostawcami) w oparciu o wytyczne i kodeksy postępowania, podlegające zewnętrznym audytom.

Wytyczne dla dostawców i ich kontrola wydają się być – z powodu rosnącego znaczenia powiązań biznesowych – kluczowe dla długoterminowego wzrostu wartości przedsiębiorstwa. Minimalizowanie ryzyka reputacyjnego wymaga bowiem nadzoru nad działaniami wewnątrz własnej organizacji, jak również kontrolowania usług świadczonych przez firmy zewnętrzne. Problem odpowiedzialności firm m.in. w relacjach outsourcingowych to konieczność określenia przez podmioty gospodarcze społecznych zobowiązań za czyny własne i cudze.

Powyższa kwestia jest kluczowa, bo – jak wynika z badań przeprowadzonych w Polsce – zdecydowana większość przedsiębiorstw kontroluje pod względem CSR jedynie dostawców pierwszego rzędu, a część z nich w ogóle nie monitoruje omawianych aspektów w dalszej części łańcucha dostaw (Ćwik, 2011).

W odpowiedzi na potrzebę rynku i biznesu opracowane zostały międzynarodowe, funkcjonalne standardy CSR. Standardy te służą zarządzaniu społeczną odpowiedzialnością, pozwalają identyfikować społeczne i środowiskowe ryzyka. Odnoszą się do poziomu podjęcia zobowiązania realizacji zasad CSR, co powinno stanowić podstawę budowania przez firmę wartości w długim okresie (Makuch, 2011). W szczególności dotyczy to kodeksów zawierających uniwersalne zasady, czyli Wytyczne OECD, 10 zasad Global Compact, ISO 26000, która jest swego rodzaju podsumowaniem teorii i praktyki CSR (Makuch, 2011).

W kontekście podjętego tematu warto również wskazać na GRI – wytyczne do raportowania CSR. Tworzą one ogólne ramy dla raportowania wymienionych wyżej obszarów zrównoważonego łańcucha dostaw (Makuch, 2011). Raportowanie danych

pozafinansowych jest kluczowym narzędziem CSR, pozwala bowiem na kompleksową (wieloaspektową) ocenę działalności przedsiębiorstwa.

Na gruncie polskim próbę odniesienia najistotniejszych międzynarodowych standardów CSR do realiów rodzimego rynku stanowi projekt „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”, realizowany przez Pracodawców RP (Makuch, 2011).

Na liście największych korporacji prezentowanych co roku przez Word Investment Report praktycznie nie ma takich, które nie deklarowałyby wprowadzenia zasad społecznej odpowiedzialności do swoich strategii.

Takie praktyki od kilku lat realizuje np. firma H&M, poprzez stosowanie Kodeksu Postępowania (Code of Conduct), który wyznacza społeczne i środowiskowe standardy dla dostawców. Firma zapewnia, że zobowiązuje każdego dostawcę do podpisania Kodeksu Postępowania przed rozpoczęciem procesu produkcji. Dodatkowo firma prowadzi program audytu (Full Audit Program – FAP), któremu podlegają jej partnerzy.

Powyższe praktyki, choć pozytywnie ukierunkowane, okazują się być niewystarczające. Nierzadko słyszymy o braku konsekwencji pomiędzy tym, co omawiane firmy deklarują, a tym, co faktycznie realizują w zakresie odpowiedzialnego biznesu. Koncernowi H&M (a raczej fabrykom produkującym dla szwedzkiego koncernu) udowodniono m.in. wykorzystywanie bardzo szkodliwej dla zdrowia i środowiska metody piaskowania do wybielania ubrań (Fundacja Centrum CSR, 2013).

Inny przykład dotyczy sieci detalicznej Wal-Mart. W 2012 roku fundusz emerytalny Algemeen Burgerlijk Pensioenfonds (ABP), zarządzający aktywami w wysokości 300 mld dol., zdecydował o wycofaniu się z inwestycji Wal-Mart i umieszczeniu firmy na tzw. czarnej liście (CSRinfo, 2012). Przyczyną takiej sytuacji były nagminne nadużycia koncernu w zakresie praw pracowniczych, kwestii środowiskowych i brak wystarczających postępów, by zmienić tę sytuację (CSRinfo, 2012).

Praktyki CSR międzynarodowych korporacji mają często charakter wybiórczy, sektorowy i marketingowy, uzależniony od stadium rozwoju rynku – realiów politycznych z nim związanych i poziomem ryzyka reputacyjnego na danym rynku.

Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce jest koncepcją wyraźnie rozwijającą się. Widać mniejsze zaangażowanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w stosunku do międzynarodowych korporacji. Wynika to w dużej mierze z braku wiedzy MŚP, jak również z niedostatecznej ilości źródeł, które opisywałyby koncepcję CSR w sposób przejrzysty i dostosowany do realiów funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw (CSRinfo, 2012); a także z ich ograniczeń finansowych (Rojek-Nowosielska, 2017).

Rozwój tej koncepcji na polskim rynku w dużej mierze odbywa się za sprawą korporacji, które – wchodząc na nasz rynek – podejmują współpracę z rodzimymi przedsiębiorstwami. Jako podmioty silniejsze rynkowo, o dużo większym doświadczeniu rynkowym, narzucają krajowym firmom przyjęte normy i standardy działania, monitorują ich realizację, szkolą dostawców w przedmiotowym zakresie. Z drugiej strony realizacja zleconych przez korporację zadań oznacza szereg istotnych efektów, tzw. efektów zamierzonych (np. unowocześnienie produkcji, by sprostać określonym warunkom jakościowym) i niezamierzonych.

Jeżeli chodzi o efekty niezamierzone, wyróżnić można produkcyjne efekty *spillovers* oraz rynkowe efekty *spillovers* (Tylec, 2010). Produkcyjne *spillovers* przejawiają się we wzroście konkurencyjności przedsiębiorstw lokalnych i/lub dalszej redystrybucji

wiedzy i postaw do partnerów poprzez podwykonawstwo lub wystąpienie efektu demonstracji (Tylec, 2010). Natomiast rynkowe *spillovers* mają miejsce wówczas, gdy relacje kooperacyjne między korporacjami a lokalnymi firmami skutkują większym dostępem do rynków zagranicznych (Tylec, 2010).

Pamiętać jednak należy, że – podobnie jak w przypadku technologii – sam transfer norm i standardów współpracy w zakresie CSR nie warunkuje w długim okresie czasu poprawy pozycji przedsiębiorstwa na rynku. Kluczowe znaczenie dla lokalnych firm uczestniczących w omawianych układach biznesowych ma ich zdolność do absorpcji wiedzy i skłonność do uczenia się.

Nabywanie nowych umiejętności i wiedzy w zakresie CSR owocuje wzrostem innowacyjności. CSR stymuluje tzw. zrównoważone innowacje, nowy sposób myślenia, bardziej efektywny ekonomicznie, społecznie i ekologicznie. Chodzi o nowe rozwiązania odpowiadające potrzebom rynku – przeciętnego konsumenta, jak również pozostałych interesariuszy, od których zależy rozwój firmy w dłuższej perspektywie.

Na przykładzie polskiej firmy Mega, produkującej meble pod markami dużych firm, można wskazać, jakiego rodzaju zobowiązania wiążą się z byciem dostawcą dla korporacji. Świadczenie tego rodzaju usług zobowiązuje spółkę do ciągłego usprawniania produkcji (według wyznaczonych standardów i działań wspomagających); co roku odbiorcy produktów Mega audytują działalność przedsiębiorstwa pod kątem zrównoważonej i uczciwej (społecznie i ekologicznie) produkcji. Spółka w ramach współpracy realizuje różne działania w zakresie CSR, a potwierdzeniem tego jest m.in. posiadanie certyfikatu FSC (*Forest Steward Council*), który zaświadcza wykorzystanie w produkcji materiałów drzewnych pochodzących z dobrze zarządzanych lasów (PARP, 2015).

Innowacja w firmie Mega wiąże się z optymalizacją procesu automatycznego szlifowania, w celu ograniczenia energochłonności procesu, zmniejszenia ilości odpadów oraz rozszerzenia oferty o produkty certyfikowane *FSC Reclaimed Wood* (PARP, 2015). Efektem takiego podejścia jest ograniczenie kosztów działalności, budowanie pozytywnego wizerunku firmy, zapewnienie jej trwałej współpracy ze zleceniodawcą, a ostatecznie poprawa jej pozycji konkurencyjnej na rynku.

Na podstawie powyższego przykładu widać, że orientacja na CSR nie jest jedynie domeną korporacji wyposażonych w odpowiedni kapitał i zaplecze pracowników. Lokalne firmy, chcąc współpracować z zagranicznymi przedsiębiorstwami, dostosowują się do warunków współpracy i dokonują istotnych zmian w biznesie, zgodnych z aktualnymi trendami i potrzebą optymalizacji kosztów.

Zmiana sposobu myślenia i działania właścicieli i menedżerów małych firm jest funkcją wiedzy i doświadczenia korzyści związanych z realizacją polityki CSR.

ZAKOŃCZENIE

W dobie globalizacji, w której wiele firm nie posiada własnych zakładów produkcyjnych, a ich produkty wykonują setki niezależnych dostawców, kluczowym obszarem CSR są relacje biznesowe w łańcuchu dostaw.

Minimalizowanie ryzyka refutacyjnego, wynikającego z rozbudowanych łańcuchów dostaw, oznacza konieczność prowadzenia zintegrowanych działań w całym łańcuchu dostaw – ustalania norm i standardów działania zorientowanych na wdrażanie koncepcji CSR w biznesie, a następnie kontroli realizacji tych wytycznych w sposób

niezapowiedziany i przez niezależne podmioty. Kluczową kwestią jest również rozszerzenie omawianej kontroli na dostawców drugiego rzędu i kolejnych.

Współpraca międzynarodowych korporacji z lokalnymi przedsiębiorstwami kraju goszczącego może doprowadzić do redystrybucji umiejętności i wiedzy wśród jej partnerów, również w obszarze CSR. I taka sytuacja ma miejsce na polskim rynku. MŚP, współpracując z zagranicznymi korporacjami, podejmują liczne działania dostosowawcze, które wpływają na ich pozycję konkurencyjną i otwierają nowe możliwości współpracy, również na rynkach zagranicznych.

Z drugiej strony w polskich warunkach relacje między korporacjami a lokalnymi firmami bazują często na przewadze transakcyjnej tych pierwszych; pojawiają się liczne nadużycia zagranicznych podmiotów w stosunku do słabszych ekonomicznie partnerów.

Można jednak przypuszczać, że ta sytuacja powoli będzie się zmieniać. Presja społeczna i polityczna, jak również konieczność zacieśniania relacji z kontrahentami (ze względu na silną konkurencję, dynamikę zmian potrzeb klientów i potrzebę koncentracji na kluczowych obszarach działalności) będzie wymuszać praktyki zorientowane na wzrost zaufania między współpracującymi przedsiębiorstwami (Kłosiewicz-Górecka, 2014).

Literatura References

- Burt, R.S. (2001). Structural Holes versus Network Closure as Social Capita. W: N. Lin, K. Cook, R.S. Burt (red.). *Social Capital: Theory and Research*. New York: Aldine Transaction.
- CSRinfo (2012) (2017, 14 lutego). *Jak zyskać na odpowiedzialności? CSR w strategiach spółek giełdowych*. Pozyskano z http://seg.org.pl/sites/seg13.message-asp.com/files/jak_zyskac_na_odpowiedzialnosc_csrinfo.pdf
- Ćwik, N. (2011) (2016, 10 czerwca). *Wspólna odpowiedzialność. Rola dostaw i zakupów*. FOB. Pozyskano z http://odpowiedzialnybiznes.pl/wpcontent/uploads/2014/01/Wspolna_odpowiedzialnosc_rola_dostaw_i_zakupow.pdf
- Fundacja Centrum CSR.PL (2013) (2017, 2 czerwca). *Brudny zysk*. Pozyskano z [http://www.centrumcsr.pl/wp- Brudny zysk](http://www.centrumcsr.pl/wp-Brudny_zysk)
- Kłosiewicz-Górecka, U. (2014). Nieuczciwe praktyki handlowe w łańcuchu dostaw FMCG. *Przemysł Spożywczy*, 68.
- Kochaniec, A. (2002). Zagraniczne przedsiębiorstwa handlowe w Polsce. W: A. Zorska (red.). *Korporacje międzynarodowe w Polsce. Wyzwania w dobie globalizacji i regionalizacji*. Warszawa: Wydawnictwo Difin, 110–135.
- Kowalska, K. (2012). *Rozwój polskich sieci detalicznych jako sposób ograniczania siły rynkowej międzynarodowych korporacji handlowych*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Makuch, Ł. (2011) (2017, 16 lutego). *Normy i standardy społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)*. Pozyskano z https://obszarcsr.files.wordpress.com/2011/04/standardy_csr.pdf
- Meronk, H., Bielewicz, A. (2009). 10 pułapek projektów outsourcingowych. *Harvard Business Review*, 71, 148–153.
- NIK (2002) (2016, 5 kwietnia). *Informacja o wynikach kontroli lokalizacji dużych obiektów handlowych (super i hipermarketów)*. Białystok. Pozyskano z https://bs.sejm.gov.pl/F?func=find-b&request=000059034&find_code=SYS&local_base=BIS01
- PARP (2015) (2016, 5 kwietnia). *Odpowiedzialność się opłaca, czyli CSR w MŚP*. Pozyskano z <https://www.parp.gov.pl/attachments/article/48658/Odpowiedzialnos%CC%81c%CC%81%20sie%CC%A8%20op%CC%82aca,%20czyli%20CSR%20w%20MS%CC%81P.pdf>
- Prahalad, C.K., Krishan, M.S. (2008). *The New Age of Innovation: Driving Cocreated Value Through Global Networks*. Nowy Jork: McGraw-Hill.

- Przybylska, K. (2001). *Determinanty zagranicznych inwestycji bezpośrednich w teorii ekonomicznej*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
- Przybylska, K. (2010). Obszary współpracy transnarodowych korporacji z lokalnymi dostawcami kraju goszczącego. W: *Wybrane problemy współpracy transnarodowych korporacji z lokalnymi firmami kraju goszczącego*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny, 59–77.
- Rojek-Nowosielska, M. (2017). *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Model–diagnoza–ocena*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Rymarczyk, J. (1996). *Internacjonalizacja przedsiębiorstwa*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sulejewicz, A. (1997). *Partnerstwo strategiczne. Modelowanie współpracy przedsiębiorstw*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Szwajca, D. (2016). *Zarządzanie reputacją przedsiębiorstwa*. Warszawa: CeDeWu.
- Taymaz, E., Kilicaslan, Y. (2005). Determinants of subcontracting and regional development: An empirical study on Turkish textile and engineering industries. *Regional Studies*, 39.
- Tylec, T. (2010). Transfer technologii z transnarodowych korporacji do lokalnych przedsiębiorstw. W: *Wybrane problemy współpracy transnarodowych korporacji z lokalnymi firmami kraju goszczącego*. Kraków: Badania statutowe UEK, 97–117.

Katarzyna Kowalska, dr nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie). Zainteresowania naukowe: konkurencyjność przedsiębiorstw, współpraca przedsiębiorstw, strategie rozwoju przedsiębiorstw, zrównoważony łańcuch dostaw, CSR.

Katarzyna Kowalska, Ph.D. in Economics (Cracow University of Economics). Research interests: competitiveness of enterprises, cooperation of enterprises, strategies of enterprise development, sustainable supply chain, CSR.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny
Wydział Politologii
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: k.kowalska04@wp.pl

KAROLINA KOZIOŁ

Uniwersytet Rzeszowski, Polska
University of Rzeszow, Poland

RAFAŁ PITERA

Uniwersytet Rzeszowski, Polska
University of Rzeszow, Poland

Kredyt bankowy jako podstawa zewnętrznego finansowania małych i średnich przedsiębiorstw sektora usług

Bank Loan as the Basis for External Financing of Small and Medium-Sized Enterprises in Services Sector

Streszczenie: Artykuł podejmuje problematykę finansowania przedsięwzięć z sektora usług. Od kilkunastu lat kredyty bankowe stanowią jedno z najważniejszych zewnętrznych źródeł finansowania przedsiębiorstw. Obok kapitału własnego, będącego podstawowym i jednocześnie głównym finansowaniem, to właśnie środki pochodzące z udzielanych przez banki kredytów pomagają zrealizować przedsięwzięcia przedsiębiorstw na terytorium Polski. Wart podkreślenia jest fakt oceny sytuacji finansowej podmiotów ubiegających się o środki pieniężne od banków. W opracowaniu zostały przedstawione najważniejsze dane ukazujące, w jak dużym stopniu przedsiębiorstwa usługowe sięgają po zewnętrzne źródła finansowania oraz jakie miejsce w tej strukturze zajmują kredyty bankowe. Celem artykułu jest próba oceny istotności i znaczenia środków pochodzących z kredytów i pożyczek bankowych na rozwój w sektorze usług. Z uzyskanych danych empirycznych na temat finansowania działalności przedsiębiorstw w Polsce oraz z badania przeprowadzonego na grupie przedsiębiorstw sektora usług jednoznacznie wynika, iż kredyty bankowe obok kapitałów własnych stanowią główne i jednocześnie najpopularniejsze źródło finansowania realizowanych inwestycji. Mimo coraz większej oferty alternatywnych form finansowania, w dalszym ciągu to środki pochodzące od banków stanowią najczęstszą formę wspomagania przedsiębiorstw.

Abstract: The article deals with the issue of financing projects from the services sector. Bank credits have been one of the most important external financing sources for enterprises for several decades. In addition to equity, which is the basic and at the same time the main financing, it is the funds from the loans granted by banks that help to carry out enterprises' undertakings on the territory of Poland. It is worth emphasizing the fact of assessing the financial situation of entities applying for cash from banks. The study presents the most important data showing how much service enterprises reach for external sources of financing and what place bank loans occupy in this structure. The aim of the article is to attempt to define the significance of funds from bank loans for the development in the services sector. The analysis of empirical data, as well as a survey on the financing of enterprises in Poland conducted on a group of 600 business entities in the services sector clearly state that bank loans, apart from equity, constitute the main and the most popular source of financing of implemented investments. Despite the growing offer of alternative forms of financing, funds from banks are still the most common form of business support.

Słowa kluczowe: finansowanie działalności przedsiębiorstw; kapitał obcy; kredyt bankowy; źródła finansowania

Keywords: bank loan; financing of business activities; financing sources; foreign capital

Otrzymano: 17 grudnia 2017

Received: 17 December 2017

Zaakceptowano: 15 maja 2018

Accepted: 15 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kozioł, K., Pitera, R. (2018). Kredyt bankowy jako podstawa zewnętrznego finansowania małych i średnich przedsiębiorstw sektora usług. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 152–163 <https://doi.org/10.24917/20801653.322.10>

WSTĘP

Działalność gospodarcza prowadzona przez przedsiębiorcę może być finansowana kapitałem pochodzącym z różnorodnych źródeł. Kapitał jako podstawowy czynnik czy nakład, tuż obok pracy i ziemi, jest podstawą warunkującą rozwój, a przede wszystkim przetrwanie każdej firmy. Wyznacza on granice swobody ekonomicznej wyborów dokonywanych przez podmioty gospodarujące, z kolei jego poziom w silnym stopniu kształtuje ich możliwości inwestycyjne (Chęciński, 2015: 397).

Rozpatrując pochodzenie inwestowanego kapitału, możemy go podzielić na własny i obcy. Kapitał własny – pozyskiwany ze źródeł wewnętrznych (np. z zatrzymanego w całości zysku wypracowanego w przedsiębiorstwie) oraz ze źródeł zewnętrznych (np. wpływów z emisji akcji, zwiększenia udziałów). Kapitał obcy pozyskiwany jest tylko i wyłącznie z zewnętrznych źródeł finansowania, którymi są kredyty i pożyczki bankowe, a także wpływy z emisji papierów dłużnych oraz leasingu finansowego (NBP, 2015: 4).

Ogniwami gospodarki każdego kraju są jej trzy zasadnicze sektory: przemysł, rolnictwo i usługi. Dorównanie przedsiębiorstwom uczestniczącym w rynku jest nie lada wyzwaniem dla jednostek rozpoczynających działalność. Wprowadzanie coraz to nowych produktów, usług czy innowacyjnych technologii z jednej strony daje przewagę konkurencyjną większym podmiotom gospodarczym, z drugiej zaś – tego typu działania wymagają odpowiedniej wiedzy, doświadczenia, a co najważniejsze – nakładów finansowych, które często przewyższają możliwości, jakimi dysponują przedsiębiorstwa (Brzozowski, 2013). Firmy spełniające wymogi, tj. mające zdolność kredytową, często muszą skorzystać z zewnętrznych źródeł finansowania, jakimi są kredyty, aby być konkurencyjnym podmiotem mogącym sprostać wyzwaniom stawianym zarówno przez rynek, jak i przez jego uczestników.

W artykule sformułowano następującą hipotezę badawczą: kredyt bankowy stanowi podstawowy instrument zewnętrznego finansowania przedsiębiorstw sektora usług. Oprócz analizy badań ankietowych dokonano przeglądu literatury przedmiotu. Scharakteryzowano najważniejsze źródła finansowania, jakie są obecnie dostępne dla przedsiębiorstw w Polsce, a także zaprezentowano najważniejsze wyniki dotychczasowych badań i wyniki badań własnych.

KREDYT JAKO PODSTAWA FINANSOWANIA ZEWNĘTRZNEGO

Kredyty są najbardziej rozpowszechnioną formą finansowania dłużnego wszystkich podmiotów gospodarczych. Pełnią one podstawową funkcję w pobudzaniu aktywności gospodarczej wszystkich podmiotów uczestniczących w rynku.

Dla podmiotów gospodarczych, decydujących się na zaciągnięcie zobowiązania finansowego pod inwestycje bądź na potrzeby rozpoczęcia lub rozszerzenia działalności gospodarczej, kluczową kwestią jest znajomość rodzajów kredytów i gamy produktów oferowanych przez banki. Prawo bankowe, a dokładnie art. 5 ustawy, wśród wielu czynności właściwych bankom wyróżnia m.in.: udzielanie kredytów, udzielanie i potwierdzanie gwarancji bankowych oraz otwieranie i potwierdzanie akredytyw, udzielanie pożyczek pieniężnych, operacje czekowe i wekslowe oraz operacje, których przedmiotem są warranty, udzielanie i potwierdzanie poręczeń.

Wymienione powyżej czynności mogą być wykonywane wyłącznie przez banki, oddziały banków zagranicznych, oddziały instytucji kredytowych lub inne jednostki organizacyjne uprawnione do tego na podstawie odrębnych przepisów ustawy. Zgodnie z przepisami jednostkami organizacyjnymi uprawnionymi do udzielania kredytów są także spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe (Próchnicka-Grabias, Szelałowska, 2006: 14).

Kredyt bankowy jest zawartą w formie pisemnej umową pomiędzy bankiem a kredytobiorcą (art. 69 ust. 1 prawa bankowego). W krajowym systemie bankowym nie istnieje jeden kompleksowy, jednolity podział czy nazewnictwo kredytów udzielanych przez banki. Podmioty będące stronami umowy mogą same wpływać na kształt danej umowy i formy kredytu. Ze względu jednak na istotne elementy, które powinny zawierać umowy kredytowe, można wyodrębnić kilka ich typów i dokonać klasyfikacji kredytów według określonych kryteriów (NBP, 2015: 23).

Tab. 1. Podział kredytów z uwzględnieniem wybranych kryteriów

Podział kredytów ze względu na kryteria	
Ze względu na przedmiot (przeznaczenie)	- obrotowe - inwestycyjne
Ze względu na okres kredytowania	- krótkoterminowe - średnioterminowe - długoterminowe
Ze względu na formę kredytu	- w rachunku bieżącym - w rachunku kredytowym - dyskontowe - akceptacyjne – jednorazowe - związane ze skupem faktur - w formie linii kredytowej nieodnawialnej i odnawialnej - pomostowe
Ze względu na stawkę procentową	- o stałym oprocentowaniu - o zmiennym oprocentowaniu - o stało-zmiennej stopie procentowej
Ze względu na preferencyjność	- komercyjne - preferencyjne
Ze względu na sposób spłaty kredytu (kapitału i odsetek)	- w stałych bądź zmiennych ratach kapitałowych - annuitetowe - kredyty, w których odsetki są płacone z góry bądź z dołu

Źródło: opracowanie własne na podstawie NBP (2015: 23–26)

Prawidłowo zaciągnięty kredyt jest nie tylko instrumentem finansowania bieżącej działalności operacyjnej firmy, lecz także źródłem finansowania inwestycji, które staje się niezbędnym elementem rozwoju każdego przedsiębiorstwa (Korzeb, 2016: 140).

Udzielenie kredytu bankowego sprowadza się do oddania przez bank środków pieniężnych do dyspozycji kredytobiorcy. Kredytobiorca, korzystając z przeznaczonych środków, zobowiązuje się do spełnienia warunków opisanych w umowie kredytowej, czyli zwrotu zaciągniętej pożyczki wraz z odsetkami i prowizją w określonym terminie. Banki, jako oferenci produktów bankowych, stanowiących główne źródło ich dochodów, starają się dostosowywać swoją ofertę do rosnących potrzeb klientów, w tym kredytobiorców. Zobowiązania finansowe udzielane firmom i osobom fizycznym w formie kredytu są jedną z podstawowych form działalności wielu instytucji bankowych.

Pojęcie zdolności kredytowej oznacza zdolność do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami w terminach określonych w umowie. W odniesieniu do podmiotów gospodarczych zdolność kredytową posiadają te firmy, których stan majątkowy oraz poziom efektywności finansowej prowadzonej działalności gospodarczej stwarzają pełne zabezpieczenie wykonania zobowiązań nie tylko wobec banku, ale i wobec wszystkich wierzycieli (art. 70 ust. 1 prawa bankowego).

Odnosząc się do ogólnego pojęcia zdolności kredytowej, warto nadmienić, iż w tym zakresie banki, udzielając kredytów podmiotom gospodarczym, mają dużą swobodę w ustaleniu głównych czynników warunkujących możliwą do zaciągnięcia kwotę kredytu. Należy zaznaczyć, iż czynniki te zależą zarówno od rodzaju banku, który tego kredytu udziela, rodzaju samego kredytu, jak i podmiotu, który o ten kredyt się ubiega. Charakteryzując zdolność kredytową, należy przytoczyć dwa rodzaje jej oceny. Mianowicie niemal w każdym przypadku bank dokonuje analizy czynników o charakterze ilościowym (mierzalnym), a także jakościowym (niemierzalnym, których wynik zależy od indywidualnego podejścia banku oraz przyjętych kryteriów oceny). Następnie bank ocenia te czynniki całościowo i na tej podstawie określa zdolność kredytową.

Odnosząc się do powyższych elementów, należy podkreślić, że – niezależnie od rodzaju banku – każdy bank musi stosować się do obowiązujących przepisów wynikających z prawa bankowego oraz różnego rodzaju rozporządzeń czy rekomendacji. Warto wspomnieć tylko o rekomendacjach Komisji Nadzoru Finansowego (KNF), która jako podmiot pełniący funkcję nadzorcy reaguje na występujące na rynku finansowym sytuacje i może wydać odpowiednie przepisy, ograniczające bądź zakazujące udzielania pewnych rodzajów kredytów, czy szerzej – produktów bankowych (nie tylko kredytowych).

Mimo norm i przepisów, każdy bank oddzielnie i w sposób dla siebie właściwy warunkuje ocenę zdolności kredytowej. W zależności od banku można spotkać się z podejściem bardziej restrykcyjnym bądź bardziej liberalnym – w granicach dopuszczonych przez prawo. O przyjętym podejściu i stosowanej polityce bankowej decydują zarządzający (Kitowski, 2014). Taka sytuacja może wynikać z wielu czynników, mianowicie – czy bank potrzebuje zdobyć nowych klientów kredytowych, czy ma wystarczające środki na udzielenie dużej liczby kredytów, na jaki segment klientów nastawia swoją działalność, a także czy jest bankiem dla klientów z segmentu *prestige*.

Analizując różnego rodzaju dane statystyczne, można stwierdzić, że najpopularniejszym źródłem zewnętrznego finansowania nadal są kredyty i pożyczki. Zatem charakterystyka tej właśnie formy finansowania staje się zasadna ze względu na wciąż dużą popularność wśród przedsiębiorców w Polsce. Wart podkreślenia jest fakt, iż

mimo coraz większej liczby tzw. alternatywnych źródeł finansowania, w dalszym ciągu nie stanowią one istotnego procentu w strukturze środków wspierających finansowanie przedsięwzięć.

KREDYT A SEKTOR USŁUG

W teoriach ekonomicznych na przestrzeni kilkudziesięciu lat podkreślano znaczenie sektora usług w odniesieniu do siły roboczej oraz jej wysokiego udziału w zatrudnieniu – co wyjaśnia m.in. teoria A. Fishera, C. Clarka czy J. Fourastiégo. Jednocześnie, jak pisze J. Fourastié, to sektor usług cechuje najwolniejsza substytucja pracy przez kapitał, czyniąc ten sektor stabilnym w porównaniu do pozostałych. Także właśnie w usługach docenia się i wykorzystuje w największym stopniu wykwalifikowaną siłę roboczą (Cyrek, 2011: 452). W późniejszych teoriach można znaleźć bardziej krytyczne stanowiska względem sektora usług – określa się go jako ten sektor, który jest najmniej produktywny i nie przyczynia się do realnego wytwarzania produktów. Jednak w ostatnich kilkunastu latach badacze uznają sektor usług za ten, który nakierowany jest na społeczeństwo oparte na wiedzy i daje możliwości spełnienia i rozwoju zawodowego. Niemniej – biorąc pod uwagę ostatnie kilkadziesiąt lat funkcjonowania gospodarek na świecie – to właśnie przemysł i usługi pełnią znaczącą funkcję w kształtowaniu nowych procesów, a mianowicie przejścia do gospodarki opartej na wiedzy. W zależności od struktury gospodarki poszczególnych państw, to przemysł lub usługi stanowią siłę napędową tych zmian (Zioło, 2013: 11–12).

W Polsce, podobnie jak i w wielu innych krajach, sektor usług stanowi kluczowy segment na rynku pracy. To właśnie w tej branży pracuje najwięcej osób. Takie zmiany w strukturze zatrudnienia są przede wszystkim wynikiem dwóch tendencji: przepływu osób z sektora przemysłowego do usługowego, a także równoczesnej migracji osób z rolnictwa do usług i do przemysłu (Skórska, 2016: 13–15). Według danych statystycznych z końca 2016 roku w większości państw europejskich dominującym sektorem, w którym ludność aktywna zawodowo znalazła miejsce pracy, jest branża usługowa. W zależności od państwa udział sektora usług wahał się w przedziale od niemal 40% (Chiny, Rumunia) do ponad 75% (Wielka Brytania, Luksemburg, Malta) (*Mały rocznik statystyczny Polski*, 2017: 120).

Jak podaje raport Ministerstwa Gospodarki: „Sektor usług ma w Polsce największy wkład w tworzenie wartości dodanej brutto i PKB (63,8%). Widać, iż Polska powoli zbliża się do osiągnięcia struktury obserwowanej w krajach OECD, gdzie średni udział usług wynosi 70%. W krajach OECD usługi rynkowe partycypują w ok. 50% wartości dodanej w gospodarce, a usługi nierynkowe w ok. 20% (w Polsce w 2014 roku odpowiednio 49,5% i 14,3%)” (Ministerstwo Gospodarki, 2015: 203).

Zgodnie z danymi z niniejszego raportu, mówiąc o strukturze podmiotowej sektora usług, w którym na koniec 2014 roku działało ok. 76,8% firm zarejestrowanych w rejestrze REGON, można zauważyć wzrost o ok. 0,5% w stosunku do poprzedniego roku. Spośród tych firm blisko 96,2% to przedsiębiorstwa prywatne, w głównej mierze z sekcji: handel, naprawa pojazdów samochodowych (ponad 1 mln firm), działalność profesjonalna naukowa i techniczna (385,1 tys. przedsiębiorstw) oraz transport i gospodarka magazynowa (252,5 tys. przedsiębiorstw) (Ministerstwo Gospodarki, 2015: 204).

Obserwowany od wielu lat rozwój sektora usług w Polsce znajduje odzwierciedlenie w danych charakteryzujących działalność gospodarczą podmiotów usługowych.

W ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat zdecydowanie wzrosło znaczenie tego sektora dla całej polskiej gospodarki. Podobnie jak w latach poprzednich, tak i w 2013 roku głównym źródłem finansowania działalności gospodarczej przedsiębiorstw z sektora usług były środki własne, które stanowiły 79,7% wszystkich nakładów w sektorze usług. Natomiast wśród źródeł obcych najczęściej sięgano po kredyty bankowe – blisko 90% w strukturze zewnętrznych źródeł finansowania (Ministerstwo Gospodarki, 2015: 212).

Zgodnie z danymi publikowanymi przez Związek Banków Polskich kredyt bankowy nadal pozostaje najważniejszym źródłem finansowania zewnętrznego dla polskich przedsiębiorstw – nie tylko z sektora usług, ale także z pozostałych działów gospodarki. Wartość kredytów bankowych udzielonych przedsiębiorcom z sektora usług przekroczyła próg 200 mld zł (201 mld zł na koniec kwietnia 2017 roku). Jednocześnie z przeprowadzonej analizy ZBP wynika, że kredyt bankowy stanowi w dalszym ciągu najłatwiejszą do pozyskania formę finansowania z zewnątrz (ZBP, 2017a). Podobna sytuacja występuje w segmencie małych i średnich przedsiębiorstw, w którym poza środkami własnymi to kredyty stanowią najważniejszą pozycję spośród dostępnych źródeł finansowania działalności gospodarczej.

Kredyt udzielany przez banki wymieniany jest jako najbardziej powszechne zewnętrzne źródło finansowania działalności przedsiębiorstw przez 48% średnich firm (roczne obroty w przedziale 3,6–30 mln zł) oraz 37% mikro- i małych przedsiębiorstw (obroty do 3,6 mln zł). Zdecydowana większość przedsiębiorstw z obu segmentów – 89% – w finansowaniu swojej działalności w dalszym ciągu preferuje wykorzystanie środków własnych – jak wynika z badania „Mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa o usługach finansowych”, zrealizowanego w drugim kwartale przez CBM Indicator we współpracy z Warszawskim Instytutem Bankowości i Związkiem Banków Polskich. Badanie zostało przeprowadzone wśród przeszło 1210 polskich przedsiębiorców metodą indywidualnych zestandaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych (ZBP, 2017b).

Z badań na temat zewnętrznych źródeł finansowania przeprowadzonych przez Komisję Europejską we współpracy z Europejskim Bankiem Centralnym wynika, iż w sektorze usług to kredyty bankowe cieszą się wciąż największą popularnością. Mimo wielu różnych i coraz to nowych możliwości pozyskiwania kapitału, w dalszym ciągu środki pochodzące z banków stanowią najczęstszą pomoc dla przedsiębiorstw usługowych.

Może to oznaczać, iż alternatywne źródła finansowania, takie jak: finansowanie kapitałem zagranicznym venture capital, crowdfunding, szeroko rozumiana pomoc ze środków unijnych lub finansowanie dłużne, są trudno dostępne, możliwość skorzystania z takiej formy wsparcia ma wiele niejasności albo przekaz informacji na temat takich źródeł w społeczeństwie jest stosunkowo słaby. Dodatkowym utrudnieniem w przypadku omawianych źródeł jest procedura pozyskiwania środków pieniężnych. Równie ważnym problemem wydaje się brak jednolitych przepisów bądź częste modyfikacje już istniejących. Środki pochodzące ze źródeł alternatywnych wypadają znacznie słabiej w statystykach niż kredyty bankowe, które na tej płaszczyźnie jawią się jako bardziej uporządkowane i z podobną procedurą. Strukturę zewnętrznych źródeł finansowania działalności gospodarczej sektora usług w Polsce na tle krajów UE przedstawia poniższa tabela.

Tab. 2. Zewnętrzne źródła finansowania działalności gospodarczej sektora usług w Polsce na tle krajów UE

Korzystanie z kredytów i ich rozmiary	Polska (w %)	UE (w %)
Kredyty	53,1	63,3
Finansowanie dłużne pozabankowe	18,4	14,0
Finansowanie udziałowe (VC i BA)	6,0	6,8
Finansowanie dłużne typu equity	6,2	3,1
Inne	11,4	5,7
Trudno powiedzieć / brak odpowiedzi	4,9	7,1
Razem	100,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie *SMEs Access to Finance* (2011)

VC – venture capital rozumiany jest tu jako inwestycje (średnio- bądź długoterminowe) w przedsiębiorstwa niepubliczne znajdujące się we wczesnych fazach rozwoju, często obciążone wysokim ryzykiem niepowodzenia inwestycji i prowadzone przez wyspecjalizowane podmioty (fundusze venture capital). Zgodnie z nomenklaturą Europejskiego Stowarzyszenia Private Equity i Venture Capital (European Private Equity & Venture Capital Association) inwestycje venture capital są podzbiorem inwestycji private equity i obejmują inwestycje znajdujące się na wczesnych etapach rozwoju, tj. na etapie załazkowym, startu oraz wczesnej ekspansji (*seed, startup i later stage venture*). Zamienne stosowanie tych pojęć nie jest zatem poprawne (NBP, 2018). BA jest to *business angels*, czyli osoby fizyczne, inwestujące niewielkie kwoty w przedsięwzięcia o dużym potencjale wzrostu w przyszłości. To inwestorzy, którzy wnoszą do przedsięwzięcia oprócz środków finansowych także swoje doświadczenie, operacyjny know-how oraz zdolności (*Anioły biznesu*, 2018).

W celu uzyskania informacji na temat finansowania działalności przedsiębiorstw w Polsce przeprowadzono badanie ankietowe w formie elektronicznej. Ankieta zawierała 12 pytań zamkniętych. Została ona rozesłana do 600 przedsiębiorstw z sektora usług, mających swoją siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej. Przedsiębiorstwa wybrane zostały drogą losową, tak aby otrzymane wyniki były reprezentatywne. Również w sposób losowy wytypowano osiem województw, spośród których dokonano selekcji podmiotów: lubelskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, podkarpackie, podlaskie, śląskie, świętokrzyskie. Ankiety zostały wysłane w równej liczbie do przedsiębiorstw zlokalizowanych w poszczególnych województwach. Przy doborze podmiotów do badań przede wszystkim kierowano się rodzajem prowadzonej działalności przedsiębiorstw z sektora usług bądź faktem, że głównym obszarem działalności tychże firm było świadczenie usług. Informację zwrotną uzyskano od 73 podmiotów z ośmiu województw, co stanowiło ok. 12% całej próby.

Na podstawie otrzymanych wyników przeprowadzono analizę źródeł finansowania przedsiębiorstw. Najistotniejsze wyniki badań przedstawiono w niniejszej publikacji. Poniżej przytoczono najważniejsze odpowiedzi na pytania, które w sposób istotny wnoszą wkład w poruszaną problematykę. Pytania dotyczące zewnętrznych źródeł finansowania uwzględnione w artykule to:

- znajomość zewnętrznych źródeł finansowania;
- źródła kapitałów obcych obecnie wykorzystywane w działalności gospodarczej;
- determinanty wpływające na wybór rodzaju zewnętrznych źródeł finansowania;
- dostępność źródeł finansowania dla sektora usług (według badanych przedsiębiorstw);

- planowanie wykorzystania w przyszłości zewnętrznych źródeł finansowania.

Kredyt bankowy (56% wskazań) i kupiecki (35% wskazań) okazały się najlepiej znane wśród respondentów spośród innych podanych zewnętrznych źródeł finansowania (tab. 3).

Tab. 3. Znajomość zewnętrznych źródeł finansowania

Wyszczególnienie	Brak znajomości	Średnia znajomość	Bardzo dobra znajomość
Kredyt bankowy	2	15	56
Kredyt kupiecki	7	31	35
Factoring	28	32	13
Leasing	7	35	31
Dotacje oraz subwencje	40	25	8
Pożyczki od innych przedsiębiorstw niebędących bankami ani SKOK-ami	30	37	6
Pożyczki od rodziny	3	10	60
Ulgi podatkowe	46	20	7
Gwarancje rządowe	39	25	9

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wśród źródeł kapitałów obcych wykorzystywanych w działalności gospodarczej w opinii badanych podmiotów najczęściej wykorzystuje się kredyt bankowy (49%) i kredyt kupiecki (30%) (tab. 4).

Tab. 4. Źródła kapitałów obcych obecnie wykorzystywane w działalności gospodarczej

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
Kredyt bankowy	49
Kredyt kupiecki	30
Factoring	8
Leasing	29
Dotacje oraz subwencje	15
Pożyczki od innych przedsiębiorstw niebędących bankami ani SKOK-ami	9
Pożyczki od rodziny	8
Ulgi podatkowe	7
Gwarancje rządowe	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne pytanie w kwestionariuszu ankietowym dotyczyło determinant wpływających na wybór rodzaju zewnętrznych źródeł finansowania. Najwięcej wskazań dotyczyło: wysokości opłat i prowizji (47%), poziomu skomplikowania procedur i liczby wymaganych dokumentów (44%) oraz prostych zabezpieczeń lub ich braku (38%) (tab. 5).

Tab. 5. Determinanty wpływające na wybór rodzaju zewnętrznych źródeł finansowania

Wyszczególnienie	Liczba odpowiedzi
Wysokość opłat i prowizji	47
Poziom skomplikowania procedury i liczba wymaganych dokumentów	44
Wymagane warunki do spełnienia	37

Możliwość szybkiego otrzymania kapitału	36
Proste zabezpieczenie/brak zabezpieczenia	38
Opinie innych firm	21
Inne	3

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W opinii respondentów największą dostępnością spośród źródeł finansowania przedsiębiorstw w sektorze usług cechowały się kredyt bankowy (51% odpowiedzi „bardzo dobry dostęp”) oraz kredyt kupiecki (36% odpowiedzi „bardzo dobry dostęp”) (tab. 6).

Tab. 6. Dostępność źródeł finansowania dla sektora usług (według badanych przedsiębiorstw)

Wyszczególnienie	Brak dostępu	Średni dostęp	Bardzo dobry dostęp	Brak opinii / nie mam wiedzy
Kredyt bankowy	2	13	51	7
Kredyt kupiecki	7	26	36	4
Factoring	18	36	7	12
Leasing	17	39	5	12
Dotacje oraz subwencje	30	27	7	9
Pożyczki od innych przedsiębiorstw niebędących bankami ani SKOK-ami	10	30	20	13
Pożyczki od rodziny	20	21	15	17
Ulgi podatkowe	33	20	12	8
Gwarancje rządowe	20	17	17	19

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnie pytanie z zakresu źródeł finansowania w kwestionariuszu ankietowym dotyczyło przyszłości, tj. planowania skorzystania z zewnętrznych źródeł finansowania. Badani przedsiębiorcy w 45% wskazali, iż w przyszłości skorzystają z kredytu bankowego, a w 20% – z kredytu kupieckiego. Na trzecim miejscu uplasował się leasing z 20% udzielonych odpowiedzi (tab. 7).

Tab. 7. Planowanie wykorzystania w przyszłości zewnętrznych źródeł finansowania

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
Kredyt bankowy	45
Kredyt kupiecki	20
Factoring	5
Leasing	18
Dotacje oraz subwencje	17
Pożyczki od innych przedsiębiorstw niebędących bankami ani SKOK-ami	9
Pożyczki od rodziny	3
Ulgi podatkowe	7
Gwarancje rządowe	3
Inne	0
Nie przewiduję / nie potrzebuję	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Z przeprowadzonej analizy jednoznacznie wynika, iż kredyt bankowy jest najpopularniejszym zewnętrznym źródłem finansowania przedsiębiorstw również w sektorze usług. Wyniki badań dały obraz znajomości dostępnych źródeł i preferencji badanych podmiotów gospodarczych. Udzielone odpowiedzi są zbieżne z przytaczanymi w artykule badaniami przeprowadzonymi m.in. przez Związek Banków Polskich przy współpracy z Cetrum Badań Marketingowych.

PODSUMOWANIE

Obecnie dość powszechne stało się wykorzystywanie w mediach przekazu na temat łatwo dostępnych środków finansowych. Na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat zwiększyły się możliwości sięgnięcia po różnego rodzaju środki finansowe na rozpoczęcie lub rozwinięcie działalności gospodarczej. Mamy do czynienia z coraz to nowymi źródłami finansowania oraz tzw. alternatywnymi źródłami finansowania. Przedsiębiorcy mogą korzystać z wielu rodzajów przeznaczonych dla nich środków finansowych, począwszy od dotacji, pożyczek zwrotnych i bezzwrotnych, po platformy crowdfundingowe, wsparcie aniołów biznesu czy inwestorów dysponujących venture capital.

Pomimo wzrostu liczby różnorodnych źródeł finansowych nadal najważniejszym ze źródeł – poza środkami własnymi – pozostają kredyty bankowe. Przytoczone statystyki i wyniki badań ankietowych pokazują, iż w sektorze przedsiębiorstw usługowych kredyty to główne źródło zewnętrznego finansowania. Kredyty są istotnym wsparciem w rozwoju działalności gospodarczej. Stanowią swego rodzaju pomoc w bieżącym funkcjonowaniu działalności, często zastępują również wymagany wkład własny przy ubieganiu się przedsiębiorcy o dotację z funduszy unijnych. Przeprowadzone badania potwierdzają postawioną hipotezę o popularności kredytu bankowego będącego nadal podstawowym zewnętrznym źródłem finansowania przedsiębiorstw usługowych.

Branża usługowa w Polsce to znaczący dział krajowej gospodarki, patrząc z perspektywy liczby zatrudnionej w niej ludności. Dzięki przedsiębiorstwom świadczącym usługi możliwe staje się zmniejszenie bezrobocia – w firmach zaliczanych do sektora usług pracuje obecnie co druga osoba aktywna zawodowo. Jest to także sektor, który w ostatnich latach charakteryzował się największą dynamiką rozwoju. Przyrost przedsiębiorstw oraz inwestycji z branży usług systematycznie wzrasta (Wróbel, 2014). Rośnie także rola i znaczenie sektora usług w polskiej gospodarce. Od początku przemian społeczno-gospodarczych z lat 1989–1990 wkład w tworzenie wartości dodanej brutto i PKB sektora usług wzrósł – z ok. 50% udziału w tworzeniu PKB w 1990 roku do ok. 65% współcześnie. W statystykach międzynarodowych sektor usług uznawany jest za wyznacznik rozwoju gospodarki danego kraju (Woźniak, 2009: 37–39). Mimo dystansu, jaki nadal dzieli Polskę od państw najwyżej rozwiniętych, w ostatnich latach można mówić o poprawie sytuacji w tym zakresie.

Sektor usług to zarówno mikroprzedsiębiorstwa, jak i duże polskie przedsiębiorstwa działające w oparciu o nowoczesne modele biznesowe, które z sukcesem umiędzynarodawiają swoją działalność. Istotny z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego kraju jest dalszy wzrost tego sektora, który możliwy będzie dzięki odpowiedniemu i rozsądnemu finansowaniu podmiotów gospodarczych (Ministerstwo Gospodarki, 2015: 203).

Literatura References

- Anioły biznesu (2018, 14 maja). Pozyskano z <http://www.private-equity.com.pl/anioly-biznesu-business-angels/>
- Brzozowski, T.T. (2013). Wiedza jako podstawowy czynnik rozwoju przemysłu i usług. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 390–404.
- Chęciński, S. (2015). Źródła finansowania inwestycji w polskich przedsiębiorstwach. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, rynki finansowe, ubezpieczenia*, 855(74), 397–408.
- Cyrek, M. (2011). Sektor usług w Polsce jako obszar zatrudnienia w uwarunkowaniach gospodarki opartej na wiedzy. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 18, 451–467.
- Kitowski, J. (2014). Kryterium oceny czynników subiektywnych w bankowych metodach weryfikacji zdolności kredytowej przedsiębiorstwa. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, rynki finansowe, ubezpieczenia*, 803(66), 345–360.
- Korzeb, Z. (2016). Kredyty bankowe dla przedsiębiorców. W: J. Koleśnik (red.). *Bankowość detaliczna*. Warszawa: Difin.
- Mały rocznik statystyczny Polski (2017, 29 listopada). Główny Urząd Statystyczny. Pozyskano z <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/maly-rocznik-statystyczny-polski-2017,1,18.html>
- Ministerstwo Gospodarki (2015). *Polska 2015 – Raport o stanie gospodarki*. Warszawa.
- Narodowy Bank Polski (NBP) (2015). *Kredyt bankowy jako źródło finansowania działalności*. Projekt „Przedsiębiorczość w praktyce”. Rzeszów.
- Narodowy Bank Polski (NBP) (2018, 14 maja). *Venture capital*. Pozyskano z <https://www.nbpportal.pl/sloownik/pozycje-sloownika/venture-capital>
- Próchicka-Grabias, I., Szelągowska, A. (2006). *Finansowanie działalności gospodarczej w Polsce. Wybrane aspekty*. Warszawa: CeDeWu.
- Skórska, A. (2016). Determinanty i perspektywy rozwoju sektora usług w Polsce – zmiany wewnątrzsektorowe. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 30, 7–20.
- SMEs Access to Finance (2011). Komisja Europejska i Europejski Bank Centralny.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 roku – Prawo bankowe (Dz.U. z 1997 r. nr 140, poz. 939, z późn. zm.).
- Woźniak, M.G. (2009). Zmiany strukturalne gospodarki Polski po 1990 roku. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 12, 33–43.
- Wróbel, A. (2014). Rola sektora usług w rozwoju społeczno-gospodarczym i kształtowaniu gospodarki opartej na wiedzy w Polsce. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 37, 306–319.
- Zioło, Z. (2013). Rola przemysłu i usług w kształtowaniu gospodarki opartej na wiedzy. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 11–30.
- Związek Banków Polskich (ZBP) (2017a, 29 listopada). *Kredyt bankowy nadal najczęstszą formą finansowania zewnętrznego wśród przedsiębiorców*. Pozyskano z <https://zbp.pl/wydarzenia/archiwum/wydarzenia/2017/lipiec/kredyt-bankowy-nadal-najczestsza-forma-finansowania-zewnetrznego-wsrod-przedsiębiorstw>
- Związek Banków Polskich (ZBP) (2017b, 29 listopada). *Polscy przedsiębiorcy o usługach bankowych*. Pozyskano z https://zbp.pl/public/repozytorium/wydarzenia/images/maj.2016/MSP/INDICATOR_i_ZBP_Polscy_przedsiębiorcy_o_usługach_bankowych-prezentacja_1.pdf

Karolina Kozioł, mgr ekonomii, asystent, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Ekonomii, Katedra Ekonomiki i Zarządzania. Absolwentka Wydziału Ekonomii, od kilku lat związana ze środowiskiem start-upowym na Wydziale Ekonomii Uniwersytetu Rzeszowskiego. Główne zainteresowania naukowe koncentrują się wokół rozwoju przedsiębiorczości, w tym przedsiębiorczości start-upowej, czynników warunkujących powstawanie i wzrost start-upów, a także aspektów dotyczących ich finansowania.

Karolina Kozioł, M.Sc., graduated from the Department of Economics of the University of Rzeszow. A graduate of the Faculty of Economics, for several years associated with the startup environment at the Faculty of

Economics of the University of Rzeszów. The main research interests are focused on the development of entrepreneurship, including startup entrepreneurship, factors determining the creation and growth of startups, as well as aspects of their financing.

Adres/address:

Uniwersytet Rzeszowski
Wydział Ekonomii
Katedra Finansów
ul. M. Ćwiklińskiej 2, 35-601
e-mail: kakoziol@ur.edu.pl

Rafał Pitera, mgr ekonomii, asystent, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Ekonomii, Katedra Finansów. Absolwent Wydziału Ekonomii, od kilku lat związany z dziedziną finansów i bankowości. Główne obszary zainteresowań: sprawozdawczość i analiza finansowa, badanie i ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw, optymalizacja podatkowa, analiza ulg podatkowych i ich wpływ na rozwój przedsiębiorczości.

Rafał Pitera, MA, graduated from the Department of Economics of the University of Rzeszow. A graduate of the Faculty of Economics, for several years has been involved in finance and banking. Main areas of interest: financial reporting and analysis, research and assessment of the financial condition of enterprises, tax optimization, tax relief analysis and their impact on entrepreneurship development.

Adres/address:

Uniwersytet Rzeszowski
Wydział Ekonomii
Katedra Finansów
ul. M. Ćwiklińskiej 2, 35-601 Rzeszów, Polska
e-mail: rpitera@ur.edu.pl

PAWEŁ NOWAK

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

Wpływ zmian systemowych i prawnych na poprawę adekwatności produktów ubezpieczeniowych do potrzeb i wymagań klientów

The Impact of System and Legal Changes on Improving the Adequacy of Insurance Products to the Consumer's Needs and Requirements

Streszczenie: Artykuł opisuje zmianę paradygmatu regulacyjno-nadzorczego oraz przepisów prawnych w aspekcie przeciwdziałania zjawisku nieuczciwej sprzedaży (ang. *misseling*) na rynku ubezpieczeniowym. Przedstawiono w nim istotę, formy oraz skalę występowania tego zjawiska. Dokonano analizy treści nowych regulacji prawnych, wprowadzonych w związku z transpozycją dyrektywy o dystrybucji ubezpieczeń IDD 2016/97 z 20 stycznia 2016 roku do polskiego porządku prawnego, z punktu widzenia możliwości ograniczenia nieuczciwej sprzedaży i nieadekwatności produktów ubezpieczeniowych do potrzeb i wymagań klientów. W szczególności przebadano przepisy dotyczące obowiązku działania w jak najlepiej pojętym interesie klienta, badania potrzeb i wymagań klientów oraz wynagradzania pośredników ubezpieczeniowych. Wnioski wskazują na głęboką zmianę modelu ochrony klienta na rynku ubezpieczeniowym. Implementacja przepisów dyrektywy IDD nie doprowadzi do ujednolicenia poziomu ochrony pomiędzy kanałami dystrybucji, natomiast wpłynie na ograniczenie konfliktu interesów i poprawi adekwatność produktów. Skuteczność przepisów będzie przede wszystkim zależała od zdolności do ich egzekwowania przez organy nadzoru. Artykuł powstał na podstawie studiów literatury przedmiotu oraz analizy treści przepisów prawnych.

Abstract: The article presents the changes in the supervisory paradigm and the latest legal regulation on insurance market aimed at prevention of misselling. First, the concept, form and scale of this phenomena were briefly described. There were analyzed some regulations of Insurance Distribution Directive (IDD) 2016/97 of 20 January 2016 implemented into Polish legal system, in aspect of their influence on reduction of misselling and inadequate sales to the needs of customers. In particular the norms imposing on distributors to act in the best interest of their consumers, necessity to recognize consumer's needs and expectations and the compensation system for agents were considered. The conclusions indicate fundamental reconstruction of consumer protection model on insurance market. The implementation of Insurance Distribution Directive will not cause the unification of consumer service between various channels of distribution but will reduce the conflict of interest between contract sides and the unsuitability of insurance products. The efficiency of regulations will depend on the ability of executions by supervisions authority first of all. Research methods used in the article include analysis of literature and legal regulations.

Słowa kluczowe: dyrektywa o dystrybucji ubezpieczeń; nieuczciwa sprzedaż; ochrona konsumenta; ubezpieczenia

Keywords: consumer protection; insurance; insurance distribution directive; misselling

Otrzymano: 31 stycznia 2018

Received: 31 January 2018

Zaakceptowano: 20 maja 2018

Accepted: 20 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Nowak, P. (2018). Wpływ zmian systemowych i prawnych na poprawę adekwatności produktów ubezpieczeniowych do potrzeb i wymagań klientów. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 164–174. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.11>

WSTĘP

Współczesny rynek finansowy jest niestabilny i procykliczny, z tendencją do zachowań stadnych klientów usług finansowych (Małecki, 2014: 31; Monkiewicz, Monkiewicz, 2015: 7). Stało się to szczególnie widoczne w okresie kryzysu finansowego 2007–2010, gdy nadmierne ryzykowne działania instytucji finansowych najpierw zainicjowały, a następnie pogłębiały kryzys i omal nie doprowadziły do upadku światowej gospodarki. Mimo zapowiedzi ze strony władz publicznych, próby zapanowania państwa nad sektorem finansowym jak dotąd nie powiodły się. Instytucje finansowe (w tym ubezpieczeniowe) wciąż są źródłem ryzyka systemowego i poważnym zagrożeniem dla stabilności gospodarki, a relacje z nimi są przyczyną kłopotów konsumentów na masową skalę. Powszechny charakter nieprawidłowości w stosunkach konsumenckich stał się powodem włączenia ochrony konsumentów w zakres nadzoru makroostrożnościowego.

Problemy rynków finansowych spowodowane są m.in. nieuczciwą sprzedażą (ang. *misselling*), która polega na sprzedaży produktów nieużytecznych, zbędnych lub niekorzystnych dla klientów (zdarzają się również takie sytuacje, gdy klienci posiadają produkty finansowe i nawet o tym nie wiedzą) (Cichorska, 2017). Zmiany cywilizacyjne stworzyły warunki do rozwoju tego zjawiska. Nadmiar zadań i powszechne oczekiwanie, aby wszystko było zrealizowane natychmiast, powodują, że zainteresowanie sytuacją i potrzebami drugiej strony maleje. Konsumenci mają coraz więcej uprawnień, ale nie są w stanie z nich korzystać, ponieważ albo nie wiedzą o ich istnieniu, albo skorzystanie z nich byłoby psychicznie, czasowo lub ekonomicznie nieracjonalne (Więcko-Tułowicka, 2014a: 51; Rutkowska-Tomaszewska, 2017: 101). Dlatego zmiany w modelu ochrony konsumenta na rynku finansowym stały się konieczne.

Artykuł koncentruje się na przedstawieniu zmian systemowych i przepisów prawnych, mających na celu przeciwdziałanie zjawisku nieuczciwej sprzedaży (nieadekwatności produktów ubezpieczeniowych do potrzeb i wymagań klientów). Celem artykułu jest analiza postanowień dyrektywy o dystrybucji ubezpieczeń IDD 2016/97 z 20 stycznia 2016 roku, wprowadzonej do polskiego porządku prawnego ustawą o dystrybucji ubezpieczeń z 15 grudnia 2017 roku (Dz.U. z 2017 r. poz. 2487), w kontekście ograniczenia zjawiska nieadekwatności produktów ubezpieczeniowych. W tym celu artykuł stara się odpowiedzieć na następujące pytania:

- jakie są istota i rozmiary nieuczciwej sprzedaży;
- w jakim kierunku ewoluuje model ochrony konsumenta na rynku ubezpieczeniowym;

- w jaki sposób postanowienia dyrektywy IDD odnoszą się do zjawiska nieuczciwej sprzedaży;
- jakie są implikacje prawne i faktyczne wprowadzenia dyrektywy IDD dla poziomu ochrony konsumenta (klienta) na rynku ubezpieczeniowym.

Artykuł powstał na podstawie studiów literatury przedmiotu oraz analizy treści przepisów prawnych.

PROBLEM NIEUCZCIWEJ SPRZEDAŻY

Problem nieuczciwej sprzedaży polega na tym, że konsument kupuje produkt, który jest dla niego bezużyteczny, zbędny lub niekorzystny. Praktyki przedsiębiorców, naruszające interesy konsumentów i mieszczące się w pojęciu nieuczciwej sprzedaży, polegają na:

- oferowaniu konsumentom produktów finansowych, które nie odpowiadają ich potrzebom, szczególnie z uwzględnieniem wieku, stanu zdrowia, doświadczenia i wiedzy lub sytuacji materialnej,
- oferowaniu produktów finansowych w sposób nieadekwatny do ich charakteru.

Zaufanie klientów do instytucji sektora finansowego obniżył w ostatnich latach głównie rynek ubezpieczeń i kredytów hipotecznych denominowanych w walutach obcych. Pojawiło się na nim wiele nieprawidłowości. Ważniejsze z nich dotyczyły ubezpieczeń inwestycyjnych i miały postać nieuczciwej sprzedaży oraz wysokich opłat likwidacyjnych (Nowak, 2016). Rynek ubezpieczeniowy nie uchronił się także przed nieprawidłowościami w dystrybucji innych rodzajów ubezpieczeń, m.in. ubezpieczeń kredytów czy komunikacyjnych.

Kryzys finansowy lat 2007–2010 ujawnił powszechny charakter zjawiska nieuczciwej sprzedaży na rynku ubezpieczeniowym w krajach Europy Zachodniej (Więcko-Tułowicka, 2014b). Stało się ono szczególnie głośnie w Wielkiej Brytanii. Polegało na dodawaniu ubezpieczenia do kredytów bankowych (ang. *Payment Protection Insurance, PPI*). Ubezpieczenia miały chronić kredytobiorców (lub uposażonych) od ryzyka utraty zdolności spłaty rat kredytu, będącego następstwem zgonu, choroby bądź utraty pracy. W ciągu 10 lat na początku XXI wieku sprzedano w Wielkiej Brytanii ok. 34 mln takich polis – dwóch na trzech kredytobiorców posiadało taką polisę, choć połowa z nich w ogóle o tym nie wiedziała (Bielecki, Jasiński, Wiśnios, Wolińska, 2016).

Nieuczciwa sprzedaż w sektorze ubezpieczeniowym jest poważnym problemem również w Polsce. Według danych pochodzących z raportu Polskiej Izby Pośredników Ubezpieczeniowych i Finansowych z 2013 roku 20% agentów ubezpieczeniowych oferuje klientom produkty, których albo nie chcą, albo nie potrzebują (Wierzbicka, 2016: 316). Problem ten dotyczy głównie agentów własnych zakładów ubezpieczeń, w mniejszym stopniu multiagentów, a największy jest w grupie agentów najmłodszych.

Nieuczciwa sprzedaż dotyczy głównie produktów finansowych, których stopień złożoności jest wysoki i dlatego niemożliwa jest ich ocena przez klienta. Do produktów finansowych najbardziej zagrożonych nieuczciwą sprzedażą zalicza się (*Polityka...*, 2015):

- ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym,
- kredyty hipoteczne denominowane w walutach obcych,
- kredyty konsumenckie na krótkie okresy,
- umowy zawierane pomiędzy nieobecnymi, poza lokalem lub na odległość.

Jedną z głównych przyczyn nieuczciwej sprzedaży jest prowizyjny system wynagradzania pośredników finansowych, oparty na wynikach sprzedaży w krótkim okresie.

Współczesne produkty finansowe coraz częściej mają charakter międzysektorowy, o mieszanym charakterze. Podnosi to ich złożoność i utrudnia, a nawet uniemożliwia ocenę, zwłaszcza przez klientów bez specjalistycznej wiedzy. Pogłębia się w ten sposób zjawisko asymetrii informacyjnej i nierównowagi kontraktowej. Do produktów międzysektorowych, bardzo popularnych w Polsce, należą ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (UFK). Mają one zarówno cechy produktów inwestycyjnych, jak i ubezpieczeniowych. Należą do produktów strukturyzowanych, składających się z części ochronnej i inwestycyjnej. Ubezpieczenia na życie z UFK są popularne, ponieważ zapewniają ochronę kapitału (pełną lub częściową), umożliwią pełny lub częściowy wykup przed terminem wymagalności oraz dają możliwość wypracowania wyższego zysku.

Dystrybucja ubezpieczeń inwestycyjnych odbywa się poprzez różne kanały dystrybucji, wśród których ważną rolę odgrywają banki (*bancassurance*). Bardzo często oferują one ubezpieczenia w pakietach, w ramach sprzedaży łączonej – łącząc ich sprzedaż ze świadczeniem usług bankowych: prowadzeniem konta, kredytem hipotecznym lub konsumpcyjnym (Flejterski, Panasiuk, Perenc, Rosa, 2005).

Inwestycje w ubezpieczenia na życie z UFK obarczone są ryzykiem rynkowym, kredytowym i płynności, które obciąża klienta. Ryzyko rynkowe polega na tym, że w dniu wymagalności część inwestycyjna może być ujemna. Wtedy klient poniesie stratę i odbierze tylko część gwarantowaną. Ubezpieczający nie wie *ex ante*, jaki będzie miał dochód z inwestycji. Ryzyko kredytowe polega na tym, że zakład ubezpieczeń może upaść, a środki ulokowane w produkcie finansowym mogą nie być objęte gwarancją. Z kolei ryzyko płynności wiąże się z tym, że wycofanie środków przed terminem umowy jest niemożliwe lub nieopłacalne z uwagi na wysokie opłaty likwidacyjne. Klientów usług ubezpieczeniowych z UFK dotyczy szczególnie ten rodzaj ryzyka.

ZMIANY W PARADYGMACIE REGULACYJNO-NADZORCZYM NA RYNKU UBEZPIECZENIOWYM

Do lat dziewięćdziesiątych XX wieku koncepcja ochrony konsumenta była oparta na założeniu, że dobrze poinformowany konsument jest zdolny do podejmowania racjonalnych decyzji. Opierała się raczej na wyborze konsumenta (ang. *consumer choice*), niż na prawach konsumenta (ang. *consumer rights*). Trybunał Sprawiedliwości UE przyznał, że orzecznictwo sądów unijnych w pierwszym okresie działania Wspólnoty nadało priorytet budowie wspólnego rynku, kosztem interesów konsumentów, którym stawiano zbyt wysokie wymogi co do wiedzy i uwagi przy podejmowaniu decyzji (Jurczyk, Majewska-Jurczyk, 2015: 462).

Stary paradygmat regulacyjno-nadzorczy ukształtował się w latach osiemdziesiątych XX wieku i wyrastał z doświadczeń neoliberalnej gospodarki, której symbolami stały się tacheryzm i reganomika. Opierał się na założeniu, że konsument jest zdolny do dokonywania świadomych wyborów, a ochronę konsumenta zapewnia konkurencja i informacja. W starym modelu ochronę konsumentom miała zapewnić przejrzystość rynku i ujawnianie informacji przez przedsiębiorców (zob. tab. 1).

Tab. 1. Stary paradygmat regulacyjno-nadzorczy rynków finansowych

Wymiary	Cechy
Postrzeganie rynków finansowych	- racjonalne, mądre i samonaprawiające się - innowacje finansowe ważnym składnikiem stabilności finansowej i bezpieczeństwa - ład korporacyjny i model biznesu swobodnym wyborem prywatnym
Instrumentarium oddziaływania	- dyscyplina rynkowa wspierana przez regulacje - rozbudowana transparentność - prywatny zarząd ryzykiem finansowym
Charakter nadzoru	- formalny i powierzchowny - perspektywa mikroekonomiczna - bezpieczeństwo domeną prywatną - nadzór odizolowany od polityki

Źródło: Baker (2013), za Monkiewicz, Monkiewicz (2015: 7)

Skuteczność starego podejścia podważył światowy kryzys finansowy lat 2007–2010. Niską efektywność rozwiązań regulacyjnych opartych na starym paradygmacie regulacyjno-nadzorczym widać w rosnących obowiązkach informacyjnych nakładanych na przedsiębiorców z jednej strony i coraz większym zagubieniu i bezradności konsumentów z drugiej. Kryzys obnażył nieprawidłowości sektora finansowego i zane-gował wiarę w zdolność rynku finansowego do samoregulacji. Podał również w wątpli-wość umiejętności konsumentów w zakresie dokonywania właściwych wyborów. Stało się jasne, że współczesny konsument jest bezradny wobec złożonych produktów finan-sowych. Istnienie poważnych ograniczeń behawioralnych po stronie konsumentów, uniemożliwiających podejmowanie racjonalnych decyzji, znalazło powszechną akcep-tację. W ten sposób ochrona konsumenta nabrała nowego znaczenia i weszła w zakres nowego paradygmatu regulacyjno-nadzorczego.

Ów nowy paradygmat uchyla założenie o zdolności konsumenta do dokonywania racjonalnych wyborów i przyjmuje, że konsument nie jest w stanie podejmować racjo-nalnych decyzji na rynkach finansowych (zob. tab. 2). Konsekwencją tego założenia jest zwiększenie nadzoru regulacyjnego i przeniesienie na przedsiębiorców odpowiedzial-ności za nietrafne decyzje konsumenckie.

Tab. 2. Nowy paradygmat regulacyjno-nadzorczy rynków finansowych

Wymiary	Cechy
Postrzeganie rynków finansowych	- procykliczne, często zawodne, bez gwarancji samonaprawy - innowacje finansowe czynnikiem mogącym destabilizować system finansowy - ład korporacyjny i modele biznesu przedmiotem publicznej kontroli
Instrumentarium oddziaływania	- dyscyplina regulacyjna wspierana przez rynkową - rozbudowane uprawnienia nadzoru - publiczny zarząd ryzykiem finansowym
Charakter nadzoru	- materialny i głęboki - perspektywa makroostrożnościowa - bezpieczeństwo domeną publiczną - ochrona konsumentów ważnym elementem składowym systemu nadzorczego - nadzór infiltrowany przez politykę

Źródło: Baker (2013), za Monkiewicz, Monkiewicz (2015: 7)

Nowy paradygmat regulacyjno-nadzorczy przewiduje daleko idącą ingerencję organów administracyjnych w formie tzw. interwencji produktowych na rynku ubezpieczeniowym, pozwalających regulatorowi wchodzić w ład korporacyjny i ingerować w charakter produktów finansowych, a w skrajnych przypadkach wycofać produkt z rynku na mocy decyzji administracyjnej (Monkiewicz, 2017). W ramach nowego podejścia instytucje finansowe muszą stworzyć wewnętrzne systemy nadzoru i zarządzania produktami finansowymi pod kątem badania ich adekwatności do potrzeb i interesów klientów. Celem wewnętrznego systemu przedsiębiorstwa staje się ciągła ewaluacja i walidacja produktów finansowych z punktu widzenia interesów konsumentów. Wszelkie działania z zakresu nadzoru i zarządzania produktami finansowymi powinny być udokumentowane i dostępne dla organów nadzorczych.

Jednym z założeń nowego podejścia jest rozszerzenie zakresu nadzoru na fazę przed wprowadzeniem produktu finansowego na rynek i skupienie na niej uwagi (nadzór wyprzedzający). Realizacja nadzoru wyprzedzającego realizowana jest m.in. poprzez narzucanie przez regulatora wymagań w zakresie zarządzania produktami finansowymi już na etapie ich projektowania. Cele i charakterystyki konsumentów powinny być należycie uwzględnione w projektowaniu i wprowadzaniu produktów ze wskazaniem klientów, dla których dany produkt jest odpowiedni, i tych kategorii klientów, którym produkt nie powinien być oferowany. Zakłady ubezpieczeń powinny wprowadzać na rynek tylko te produkty, których cechy, ceny, ryzyka i kanały dystrybucji odpowiadają interesom rynków docelowych.

Przy ocenie adekwatności produktu instytucje finansowe muszą brać pod uwagę poziom wiedzy i doświadczenie klienta, jego wiek, stan zdrowia i status materialny. Nowe podejście obejmuje również obowiązek testowania produktów przed wprowadzeniem ich na rynek i przeprowadzanie analiz scenariuszowych. Instytucje finansowe powinny dokonywać przeglądu wprowadzonego systemu i wprowadzać w nim zmiany, jeżeli to będzie konieczne.

Pewne obowiązki, dotychczas tylko o charakterze prywatnoprawnym, stały się obowiązkami o charakterze publicznoprawnym (Szaraniec, 2017a). Publicznoprawny charakter obowiązków polega na tym, że do ich egzekwowania powołane są organy nadzoru, a ich niewykonanie zagrożone jest sankcją administracyjną. Nowy ład regulacyjno-nadzorczy wskazuje na dominację regulacji z zakresu prawa publicznego nad regulacjami z zakresu prawa prywatnego w tym przedmiocie. Normy publicznego prawa gospodarczego zaczynają bezpośrednio wpływać na produkty ubezpieczeniowe na rynku ubezpieczeń gospodarczych – m.in. poprzez nadawanie działaniom informacyjnym instytucji finansowych charakteru publicznoprawnego, a nie tylko prywatnoprawnego.

ZMIANY PRAWNE OGRANICZAJĄCE ZJAWISKO NIEUCZLIWEJ SPRZEDAŻY

10 października 2018 roku wchodzi w życie ustawa o dystrybucji ubezpieczeń, która wprowadza do krajowego porządku prawnego przepisy unijnej dyrektywy IDD (*Insurance Distribution Directive*) 2016/97 z 20 stycznia 2016 roku w sprawie dystrybucji ubezpieczeń. Jest to jeden z ważniejszych aktów prawnych, który wprowadza wiele zmian i znacząco wpłynie na rynek pośrednictwa ubezpieczeniowego. Jednym z podstawowych celów dyrektywy jest podniesienie poziomu ochrony klientów zawierających umowę ubezpieczenia, który realizowany jest m.in. poprzez zapewnienie odpowiedniej informacji o produkcie oraz dystrybutorze ubezpieczenia. Ustawa zakłada, że

klienci będą korzystać z jednakowej ochrony, niezależnie od kanału dystrybucji. Ogólnym celem dyrektywy jest harmonizacja krajowych rynków ubezpieczeń w zakresie bezpośredniego i pośredniego świadczenia usług ubezpieczeniowych na wewnętrznym rynku finansowym UE oraz ochrona klientów tych usług w aspekcie ich skomplikowanej struktury i nieprawidłowości pojawiających się na tym rynku.

Dyrektywa IDD zobowiązuje dystrybutorów ubezpieczeń do „uczciwego, rzetelnego i profesjonalnego postępowania, zgodnie z najlepiej pojętym interesem klientów” (art. 17 ust. 1). W myśl dyrektywy dystrybutorami ubezpieczeń są zakład ubezpieczeń, agent ubezpieczeniowy, agent oferujący ubezpieczenie uzupełniające oraz broker ubezpieczeniowy. Wszystkie informacje marketingowe kierowane przez dystrybutora ubezpieczeń do klientów lub potencjalnych klientów powinny być rzetelne, jasne i nie wprowadzające w błąd.

Obowiązek działania w jak najlepiej pojętym interesie klienta – mający zapewnić adekwatność produktów ubezpieczeniowych – dotyczy wszystkich rodzajów ubezpieczeń i wszystkich dystrybutorów. Różnice w realizacji tego przepisu będą występować w zależności od rodzaju produktu ubezpieczeniowego i rodzaju pośrednika. Działanie w jak najlepiej pojętym interesie klienta w przypadku agentów będzie miało podobny zakres jak zakładów ubezpieczeń, natomiast będzie węższe niż w przypadku brokerów. Realizacja tego obowiązku przez agenta będzie polegała na udzielaniu obiektywnych informacji o produktach i ostrzeżeń odnośnie do ryzyka. Nie jest rolą agentów udzielanie rad czy namawianie do wyboru któregoś wariantu. Na brak takich obowiązków wskazuje m.in. brak wymagań ustawowych co do przygotowania zawodowego agenta.

Natomiast działanie brokerów, poza informowaniem i ostrzeganiem, czyli tym, co uniwersalne w obowiązkach informacyjnych pośrednika, będzie polegało dodatkowo na udzielaniu indywidualnych rekomendacji odnośnie do umowy ubezpieczenia, która w najwłaściwszy sposób spełni oczekiwania klienta, przedstawianiu pisemnych opinii mających na celu optymalizację decyzji klienta. Wykonanie obowiązków informacyjnych przez agentów wyłącznych, oferujących produkty tylko jednego ubezpieczyciela, będzie łatwiejsze aniżeli multiagentów, mających w swojej ofercie produkty kilku ubezpieczycieli. Niejednolite zasady konstruowania produktów ubezpieczeniowych powodują, że ocena i porównanie tych produktów nie jest łatwe.

Wpływ na stopień adekwatności produktów ubezpieczeniowych ma sposób wynagradzania pośredników. Istnieje niebezpieczeństwo, że pośrednik zależny (agent wyłączny lub multiagent), który jest wynagradzany przez zakład ubezpieczeń w niedostatecznym stopniu, będzie działał w interesie klienta, kierując się przede wszystkim interesem instytucji, od której otrzymuje wynagrodzenie. Zgodnie z art. 758¹ k.c. zasadą przy wynagrodzeniu agenta jest system prowizyjny. Agent na podstawie umowy agencyjnej zawartej z mocodawcą zobowiązany jest do działania w interesie i na rzecz mocodawcy. Zobowiązuje go do tego wymóg obustronnej lojalności stron umowy agencyjnej wynikający z art. 760 k.c. (Orlicki, 2017: 23).

Wynagrodzenie brokera nie jest uregulowane prawnie. Formą dominującą, ukształtowaną przez zwyczaj, jest wynagrodzenie prowizyjne (kurtaż) wypłacane przez ubezpieczyciela. Ponieważ broker działa w interesie i na rzecz podmiotu poszukującego ochrony ubezpieczeniowej i ubezpieczyciela, najbardziej właściwe byłoby wynagrodzenie płacone przez te podmioty. W praktyce jednak bardzo rzadko broker otrzymuje wynagrodzenie od zlecniodawcy. Zdarza się to tylko w przypadku dużych zlecniodawców, gdy obowiązki brokerskie są szerokie i obejmują zarządzanie ryzykiem,

doradztwo, pomoc w likwidacji szkody czy opracowanie programu ubezpieczeniowego (Malinowska, 2012: 153). Broker ubezpieczeniowy nie może pozostawać w jakimkolwiek stałym stosunku umownym z zakładem ubezpieczeń, zakładem reasekuracji, agentem ubezpieczeniowym lub agentem oferującym ubezpieczenia uzupełniające. W praktyce stosowane są często umowy o współpracy o charakterze kompleksowym (Szaraniec, 2017b: 193). Nie mogą one jednak wkraczać w sferę współpracy tak dalece, aby naruszały wskazany zakaz ustawowy lub prowadziły do konfliktu interesów.

Działanie w jak najlepiej pojętym interesie klientów ma zapewnić zakaz wynagradzania dystrybutorów ubezpieczeń (w tym zakaz wynagradzania pracowników) i oceny ich wyników w sposób sprzeczny z obowiązkiem działania w jak najlepiej pojętym interesie klientów. W art. 29 IDD przyjmuje się, że najlepiej pojęty interes klienta uznaje się za zachowany w przypadku, gdy pośrednik ubezpieczeniowy otrzymuje jakiegokolwiek korzyści pieniężne i niepieniężne w związku z dystrybucją ubezpieczeniowego produktu inwestycyjnego, za wyjątkiem klienta lub osoby występującej w jego imieniu, wyłącznie w przypadku, gdy opłata lub korzyść:

- a) nie wywiera szkodliwego wpływu na jakość odnośnej usługi świadczonej na rzecz klienta oraz
- b) nie narusza spoczywającego na dystrybutorze ubezpieczeń obowiązku uczciwego, rzetelnego i profesjonalnego działania zgodnie z najlepiej pojętym interesem klienta.

Pojawia się w związku z tym pytanie, na jakiej podstawie oceniać, czy działanie jest zgodne z najlepiej pojętym interesem klienta. W tym zakresie Komisja Europejska na podstawie art. 29 ust. 4 IDD została uprawniona do przyjęcia aktów precyzujących kryteria oceny, czy zachęty wypłacane lub otrzymane przez pośrednika ubezpieczeniowego bądź zakład ubezpieczeń wywierają szkodliwy wpływ na jakość usług, oraz kryteria wywiązywania się pośredników i zakłady ubezpieczeń z obowiązku uczciwego, rzetelnego i profesjonalnego działania zgodnie z najlepiej pojętym interesem klienta. W odpowiedzi na wniosek Komisji Europejskiej Europejski Urząd Nadzoru Ubezpieczeń i Pracowniczych Programów Emerytalnych (European Insurance and Occupational Pensions Authority, EIOPA) przygotował poradę techniczną, w ramach której odniósł się m.in. do zachęt wskazanych w art. 29 ust. 2 IDD.

EIOPA wskazał, że zachęta lub system zachęt ma szkodliwy wpływ na jakość usług, jeżeli ma charakter i skalę, która stanowi motywację do wykonywania działalności dystrybucyjnej w sposób niezgodny z najlepiej pojętym interesem klienta. W celu stworzenia kryteriów ewaluacyjnych EIOPA przygotował przykładową listę konstrukcji zachęt, które mogą zostać uznane za szkodliwe dla jakości usług. Na liście znalazły się następujące praktyki (Tarasiuk, 2017: 127–128):

- zachęta lub system zachęt stanowi motywację do oferowania lub rekomendowania konkretnego produktu ubezpieczeniowego, mimo że istnieją w ofercie pośrednika inne produkty lepiej odpowiadające potrzebom klientów;
- zachęta lub system zachęt opiera się wyłącznie lub w przeważającym stopniu na kryteriach ilościowych, bez uwzględnienia odpowiednich kryteriów jakościowych opartych na jakości usług i zadowoleniu klienta;
- wartość zachęty jest nieadekwatna (zbyt wysoka) w stosunku do wartości oferowanego produktu ubezpieczeniowego;

- zachęta jest w całości lub w znacznej części wypłacana z góry, bez mechanizmu odzyskania jej w całości lub części w wypadku, gdy umowa ubezpieczenia przedwcześnie uległa zakończeniu;
- istnieje mechanizm, który wiąże wysokość zachęty z osiągnięciem określonych progów opartych na wielkości lub wartości sprzedaży.

Prawidłowy system wynagradzania pośrednika przez zakład ubezpieczeń powinien opierać się głównie na kryteriach jakościowych i dawać możliwość zwrotu zachęty ubezpieczycielowi w przypadku naruszenia interesów klienta w trakcie wykonywania usług pośrednictwa.

Jednocześnie EIOPA wskazał, że podana lista nie jest katalogiem zamkniętym i niewystępowanie żadnego z powyższych przykładów u dystrybutora nie stanowi o zgodności z przepisami prawa i celami dyrektywy. Podobnie wystąpienie któregoś z przykładów nie może być podstawą do oceny negatywnej. Wymagane jest całościowe spojrzenie i kompleksowa ocena przez dystrybutora. Podstawowym obowiązkiem każdego dystrybutora pozostaje więc ustalenie, czy dana zachęta nie wpływa w sposób szkodliwy na adekwatność produktu i czy zastosowane rozwiązania są wystarczające do ograniczenia ryzyka takiego szkodliwego wpływu, biorąc pod uwagę indywidualne okoliczności danej sprawy.

EIOPA zaznacza, że system zachęt powinien być ustalony przy uwzględnieniu powyższych rekomendacji i zatwierdzony przez organy zarządzające dystrybutora, a wyniki analizy powinny być udokumentowane na trwałym nośniku.

W dyrektywie uregulowano m.in. kwestię ujawniania przez dystrybutorów ubezpieczeń charakteru ich wynagrodzenia. Dystrybutor ubezpieczeń będzie musiał ujawnić, czy za swoją pracę otrzymuje honorarium (płacone bezpośrednio przez klienta), prowizję (uwzględnioną w kwocie składki ubezpieczeniowej), czy jakiś inny rodzaj wynagrodzenia. W przypadku umów ubezpieczenia na życie o charakterze inwestycyjnym zobowiązano też agentów ubezpieczeniowych, zakłady ubezpieczeń i brokerów ubezpieczeniowych do informowania klientów o wysokości wskaźnika kosztów dystrybucji oraz wskaźnika kosztów prowizji, związanych z proponowaną umową ubezpieczenia.

Wpływ ujawniania informacji o wysokości wynagrodzeń na optymalizację decyzji i lepsze dopasowanie produktów do potrzeb konsumentów budzi wątpliwości. Polegają one na tym, że to nie merytoryczna ocena warunków ubezpieczenia, ale wysokość prowizji znajdzie się w centrum uwagi klienta i stanie się główną podstawą oceny oferty. Jak wskazują niektóre badania, wprowadzenie jawności wynagrodzeń pośredników nie poprawia racjonalności decyzji – konsumenci bywają skłonni przywiązywać nadmierną uwagę do wynagrodzenia pośredników, zapominając o koszcie samej usługi (Lacko, Pappalardo, 2004). Informacja na temat wysokości wynagrodzenia może wpływać zniechęcająco na przekonanie o celowości zakupu ochrony ubezpieczeniowej (Szaraniec, 2013). Ponadto konsumenci mogą próbować unikać płacenia prowizji, zwracając się bezpośrednio do ubezpieczycieli, pozbawiając się samowolnie możliwości wyboru, nie zdając sobie sprawy, że ceny w różnych kanałach dystrybucji są jednakowe.

Dyrektywa stanowi niezbędne ujednolicenie zasad ochrony konsumenta na rynkach inwestycyjnych, wynikającej z MiFID I i MiFID II, i na rynku ubezpieczeniowym (Michór, 2015). Wcześniej, mimo iż ubezpieczenia na życie z UFK są zbliżone do produktów inwestycyjnych, klienci byli pozbawieni takiej ochrony.

ZAKOŃCZENIE

Na rynku finansowym ma miejsce głęboka zmiana paradygmatu regulacyjno-nadzorczego. Wszystko po to, aby rynek ten stał się bardziej przejrzysty, uporządkowany, zrozumiały i bezpieczny dla klienta. Wdrożenie przepisów dyrektywy IDD podniesie poziom ochrony klienta na rynku ubezpieczeniowym. Wprowadza ona podobne zasady ochrony na rynku ubezpieczeń inwestycyjnych, jak już obowiązujące zasady na rynkach innych produktów inwestycyjnych, wynikające z wcześniejszego wdrożenia dyrektyw MiFID I i MiFID II. Jej postanowienia regulują kwestie wynagrodzeń (zachęt) pośredników i pracowników sprzedaży, które były powszechnie źródłem konfliktu interesów podmiotów stosunku ubezpieczeniowego.

Dyrektywa IDD nakłada na wszystkich dystrybutorów obowiązek działania w jak najlepiej pojętym interesie klienta. Pełne ujednolicenie poziomu ochrony, będące przesłanką wprowadzenia dyrektywy, pomiędzy kanałami dystrybucji nie będzie jednak możliwe. Wynika to z ustawowego zróżnicowania obowiązków agenta i brokera. Realizacja obowiązku działania w jak najlepiej pojętym interesie klienta przez agenta czy pracownika zakładu ubezpieczeń będzie miała węższy charakter, aniżeli brokera. Klienci poszukujący doradztwa ubezpieczeniowego powinni skorzystać z usług brokera, a ci, którzy mają jeszcze wyższe oczekiwania, z doradcy inwestycyjnego. Stopień realizacji postanowień dyrektywy będzie zależał od zdolności do wyegzekwowania jej postanowień przez organy nadzoru.

Literatura

References

- Baker, A. (2013). The New Political Economy of the Macprudential Ideational Shift. *New Political Economy*, 18(1), 112–139.
- Bielecki, M., Jasiński, A., Wiśnios, Z., Wolińska, B. (2016). *Ubezpieczenie sprzętu elektronicznego. Raport rzecznika finansowego*. Warszawa: Rzecznik Finansowy.
- Cichorska, J. (2017). Misselling, czyli sprzedaż niepotrzebnych instrumentów finansowych i jej skutki. Stan prawny w Polsce i Wielkiej Brytanii. *Journal of Insurance, Financial Markets & Consumer Protection*, 24(2), 18–34.
- Flejterski, S., Panasiuk, A., Perenc, J., Rosa, G. (red.) (2005). *Współczesna ekonomia usług*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jurczyk, Z., Majewska-Jurczyk, B. (2015). Model ochrony konsumentów w Unii Europejskiej. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 380, 453–464.
- Lacko, J.M., Pappalardo, J.K. (2004). *The Effect of Mortgage Broker Compensation Disclosures on Consumers and Competition: A Controlled Experiment*. Washington: Federal Trade Commission.
- Malinowska, K. (2012). Broker a ubezpieczyciel. W: M. Serwach (red.). *Broker w świetle prawa i praktyki ubezpieczeniowej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Małecki, W. (2014). Przeciwdziałanie procykliczności sektora bankowego. *Gospodarka Narodowa*, 4(272), 27–54.
- Michór, A. (2015). Ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym a ochrona konsumenta. *Bezpieczny Bank*, 1(58), 156–182.
- Monkiewicz, J. (2017). *W poszukiwaniu nowego paradygmatu ochrony konsumentów na rynkach finansowych. Jak chronić konsumenta na rynku finansowym? Modele i doświadczenia międzynarodowe. Materiały konferencyjne*. Warszawa: Rzecznik Finansowy.
- Monkiewicz, J., Monkiewicz, M. (2015). Tendencje rozwoju ochrony konsumentów na rynku ubezpieczeniowym. *Rozprawy Ubezpieczeniowe*, 18(1), 5–17.

- Nowak, P. (2016). Bezpieczeństwo ekonomiczne konsumenta na rynkach usług finansowych. W: A. Piędel, J. Pomiankiewicz, A. Żebrowski (red.). *Współczesne aspekty bezpieczeństwa państwa*. Nisko: Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa i Ochrony im. Marszałka Józefa Piłsudskiego w Warszawie, Wydział Zamiejscowy w Nisku.
- Orlicki, J. (2017). Aksjologia dystrybucji ubezpieczeń – kryteria uznawania działań dystrybutora za zgodne z prawem i etyczne. W: B. Gnela, M. Szaraniec (red.). *Dystrybucja usług ubezpieczeniowych. Wybrane zagadnienia prawne*. Warszawa: Difin.
- Polityka ochrony konkurencji i konsumentów* (2015). Warszawa: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
- Rutkowska-Tomaszewska, E. (2017). Zakres podmiotowy ochrony klienta i jej mechanizmy na regulacji dotyczących dystrybucji ubezpieczeń. W: B. Gnela, M. Szaraniec (red.). *Dystrybucja usług ubezpieczeniowych. Wybrane zagadnienia prawne*. Warszawa: Difin.
- Szaraniec, M. (2013). Kontrowersje wokół relacji łączącej brokera z ubezpieczycielem w zakresie wynagrodzenia brokera w świetle projektu zmiany dyrektywy 2002/92 WE o pośrednictwie ubezpieczeniowym. W: J. Kruczałak-Janowska (red.). *Wpływ europeizacji prawa na instytucje prawa handlowego*. Warszawa: LexisNexis.
- Szaraniec, M. (2017a). Publicyzacja regulacji dystrybucji usług ubezpieczeniowych. W: B. Gnela, M. Szaraniec (red.). *Dystrybucja usług ubezpieczeniowych. Wybrane zagadnienia prawne*. Warszawa: Difin.
- Szaraniec, M. (2017b). *Działalność gospodarcza pośredników ubezpieczeniowych. Studium publicznoprawne*. Warszawa: Difin.
- Tarasiuk, A. (2017). Zachęty do rekomendowania klientom konkretnego produktu ubezpieczeniowego na tle dyrektywy IDD oraz wytycznych EIOPA. W: B. Gnela, M. Szaraniec (red.). *Dystrybucja usług ubezpieczeniowych. Wybrane zagadnienia prawne*. Warszawa: Difin.
- Wierzbička, E. (2016). Misseling barierą rozwoju ubezpieczeń w Polsce. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanistycznej. Zarządzanie*, 2, 315–327.
- Więcko-Tułowicka, M. (2014a). *Ochrona konsumentów w umowach ubezpieczenia*. Warszawa: LexisNexis.
- Więcko-Tułowicka, M. (2014b). Ubezpieczenia kredytu w wybranych państwach Unii Europejskiej w ocenie Europejskiego Urzędu Nadzoru Ubezpieczeń. *Rozprawy Ubezpieczeniowe*, 17(2), 144–158.
- Wojewoda-Leśniewicz, K. (2017, 15 grudnia). *Przełomowy wyrok sądu: polisolokaty niewiarygodnie oszukańcze*. Pozyskano z <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Przelomowy-wyrok-sadu-polisolokaty-niewiarygodnie-oszukancze-7270243.html>

Paweł Nowak, dr, ekonomista, adiunkt w Katedrze Ekonomii i Polityki Gospodarczej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania naukowe: mikro- i makroekonomia, bezpieczeństwo obrotu gospodarczego i ochrona 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

JANINA PACH

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

Formy i skutki niepłacenia oraz wyłudzenia zwrotu podatku w Polsce na wybranych przykładach

Forms and Effects of Non-Payment and Tax Frauds in Poland Based on Selected Examples

Streszczenie: Podatki stanowią ważne źródło dochodów budżetu państwa, finansujących wydatki publiczne. Jednakże nie wszyscy podatnicy z różnych względów (ekonomicznych, politycznych czy religijnych) uczciwie je płacą. Cierpi na tym nie tylko budżet, ale również ci podatnicy, którzy nie uchylają się od obowiązku podatkowego i systematycznie płacą podatki. Gdyby bowiem nie istniało w różnych formach zjawisko niepłacenia podatków oraz wyłudzenia ich zwrotu, to potencjalne opodatkowanie społeczeństwa mogłoby być niższe. Przedmiotem artykułu jest przybliżenie istoty podatków, ich funkcji i znaczenia, pokazanie głównych sposobów i form niepłacenia podatków, jak również unikania opodatkowania, w tym oszustw podatkowych. Głównym celem badawczym jest próba odpowiedzi na następujące pytania: Jaka jest skala niepłacenia przez podatników podatków w Polsce? Na czym polega zjawisko wyłudzenia zwrotu podatku? Dlaczego zjawisko unikania opodatkowania i wyłudzenia zwrotu podatku w największej mierze dotyczy podatku od towarów i usług, będącego głównym źródłem dochodów budżetowych? Uzyskane odpowiedzi pozwolą nie tylko wskazać przyczyny niepłacenia podatków, w tym oszustw podatkowych, ale również kierunki przeciwdziałania tym zjawiskom.

Abstract: Taxes are an important source of income to a state budget, from which public expenditure is financed. However, not all taxpayers are willing to pay them honestly for various reasons (economic, political or religious). Not only does the budget suffer from it, but also those taxpayers who do not avoid the fiscal obligation and regularly pay their taxes. For if various forms of the phenomenon of not paying taxes or extorting tax refund did not exist, a potential taxation of society could be lower. The article aims at describing the essence of taxes, as well as their function and importance; it aims at presenting the main ways and forms of not paying taxes and tax avoidance and evasion. The main research objective is to attempt an answer to the following questions: What is the essence and the economic-social content of tax? What is the scale of tax avoidance by taxpayers in Poland? What does the phenomenon of extortion of tax refund consist in? Why does the phenomenon of tax avoidance and extortion of tax refund concern mostly tax on goods and services? The answers to these questions will allow not only to indicate the reasons for tax avoidance and evasion, but also a policy for counteracting these phenomena.

Słowa kluczowe: optymalizacja podatkowa; oszustwa podatkowe; system podatkowy; unikanie opodatkowania

Keywords: extortion of tax refund; fiscal optimization; tax avoidance; tax evasion; tax system

Otrzymano: 6 stycznia 2018

Received: 6 January 2018

Zaakceptowano: 21 maja 2018

Accepted: 21 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Pach, J. (2018). Formy i skutki niepłacenia oraz wyłudzenia zwrotu podatku w Polsce na wybranych przykładach. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 175–189. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.12>

WSTĘP

Podatki to rodzaj daniny publicznej, która na przestrzeni wieków podlegała głębokiej ewolucji. W świetle ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku o ordynacji podatkowej podatek to „publicznoprawne, nieodpłatne, przymusowe oraz bezzwrotne świadczenie pieniężne na rzecz Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy, wynikające z ustawy podatkowej”. Klamrą spinającą wymienione cechy podatku jest przymusowy charakter tego świadczenia, bowiem państwo nakłada podatki jednostronnie i ma przywilej stanowienia prawa określającego podatki, ich wymiar, pobór, egzekucję i środki represyjne. Ma więc możliwość jego przymusowego wyegzekwowania w sytuacji, w której podmiot uchyla się od jego uiszczenia lub dokonuje oszustw podatkowych. Przymusowość odróżnia podatek od pozostałych świadczeń na rzecz państwa i jest zabezpieczona sankcjami karnymi oraz podatkowymi. Ma ona zabezpieczyć realizację funkcji państwa, finansowanych przez odpowiednie dochody budżetowe państwa i jednostek samorządu terytorialnego.

Przedmiotem artykułu jest przybliżenie istoty podatków, ich cech i funkcji (w tym przede wszystkim fiskalnej), a także zaprezentowanie głównych mechanizmów i form niepłacenia podatków w Polsce, unikania i uchylania się podmiotów od opodatkowania, w tym różnorodnych oszustw podatkowych, oraz ekonomiczno-społecznych skutków z nich wynikających.

Sformułowana hipoteza badawcza brzmi: „Unikanie opodatkowania oraz oszustwa podatkowe stanowią główne źródło luki podatkowej w Polsce”.

Głównym celem badawczym jest próba odpowiedzi na następujące pytania:

- jaka jest istota, cechy i treść ekonomiczno-społeczna podatków?
- jakie są przyczyny i formy niepłacenia podatków w Polsce?
- czym różni się zjawisko unikania podatków od oszustw podatkowych?
- na czym polega mechanizm wyłudzenia zwrotu podatku i jakie formy przyjmuje w Polsce?
- jaka jest skala unikania opodatkowania i oszustw podatkowych w Polsce w świetle statystyk?

Odpowiedzi na powyższe pytania pozwolą na weryfikację hipotezy badawczej i ponadto pozwolą ocenić podejmowane próby uszczelniania systemu podatkowego w Polsce.

PODATKI JAKO SZCZEGÓLNA DANINA PUBLICZNA

Obowiązek uiszczania danin publicznych pojawił się wraz z procesem kształtowania się życia społecznego oraz tworzenia się różnorodnych form organizacyjnych państwa.

Wynikał on z konieczności finansowania funkcji państwa, takich jak zapewnienie bezpieczeństwa, ładu, porządku, sądownictwa, administracji itd. Z czasem funkcje te podlegały licznym poszerzeniom, uwzględniającym różne aspekty życia społeczno-gospodarczego. Na początku daniny publiczne ponosiły określone grupy społeczne, tj. mieszczaństwo czy rolnicy (szlachta i duchowieństwo były z tego obowiązku zwolnione), jednak z upływem czasu to się zmieniło. W procesie historycznym wyodrębniły się trzy zasadnicze formy danin publicznych: osobiste (np. praca na rzecz państwa, służba wojskowa), rzeczowe (żywność) oraz pieniężne. Pomimo iż daniny pieniężne pojawiły się najpóźniej, to ze względu na swoją użyteczność stały się najbardziej powszechne i z czasem wyparły daniny rzeczowe i osobiste.

Współcześnie daniny publiczne mają zróżnicowany charakter i obejmują: podatki, opłaty, cła, niepodatkowe należności budżetowe, przymusowe pożyczki na cele publiczne, składki obowiązkowe (Krzywoń, 2011). Jednakże największe znaczenie ze względów fiskalnych i gospodarczych mają podatki.

W literaturze przedmiotu i w aktach prawnych funkcjonuje wiele węższych i szerszych definicji podatków. Cytowano już we wstępie definicję podatku w ordynacji podatkowej. Podobnie podatek definiuje ustawa o finansach publicznych – jako daninę publiczną, którą wyróżniają następujące cechy konstytutywne:

- pieniężny charakter – w przeciwieństwie do wcześniej stosowanych naturalnych (rzeczowych) form danin publicznych, co wpływa na konstrukcję podatku, jego wymiar i pobór;
- przymusowość – oznacza możliwość zastosowania sankcji wobec osób prawnych i fizycznych, będących w obowiązku podatkowym, a uchylających się od jego płacenia;
- ogólność (powszechność) – oznacza powinność jego zapłaty przez podmioty będące w obowiązku podatkowym;
- bezzwrotność – polega na definitywnym pobraniu przez podmiot publiczny podatku należnego;
- nieodpłatność (nieekwiwalentność) – wynika z braku bezpośredniego świadczenia ze strony państwa czy samorządu na rzecz podatnika.

Szczególny charakter podatku jako daniny publicznej wynika z powyższych cech oraz z funkcji, jakie pełni. Podatki są nie tylko źródłem dochodów budżetu (pełniąc funkcję fiskalną), ale również ważnym narzędziem polityki gospodarczej i społecznej. Wynika to z faktu, iż podatki pełnią także funkcję redystrybucyjną w zakresie PKB, funkcję stymulującą procesy gospodarcze i funkcję informacyjną o ich przebiegu (Pach, 2017).

POJĘCIE I STRUKTURA SYSTEMU PODATKOWEGO W POLSCE

Funkcjonujący obecnie system podatkowy w Polsce ukształtował się pod wpływem szeregu różnorodnych czynników o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym. Do najważniejszych z nich zaliczyć należy (Pach, 2017):

- powojenny system polityczny oraz centralizm gospodarczy,
- realizowaną po 1989 roku transformację społeczno-ustrojową i gospodarczą powiązaną z reformami rynkowymi,
- reformy samorządowe rozpoczęte w 1990 roku, wiążące się z wydzieleniem podatków i opłat lokalnych stanowiących dochody budżetów gmin,

- reformę podatków dochodowych obejmującą: wprowadzenie 1 stycznia 1992 roku podatku dochodowego od osób fizycznych (PIT) oraz, nieco później, podatku dochodowego od osób prawnych (CIT),
- wprowadzenie 5 lipca 1993 roku podatku od towarów i usług (VAT), który zastąpił dotychczasowy podatek obrotowy,
- dostosowanie polskiego prawa podatkowego do wymogów unijnych, rozpoczęte po podpisaniu układu o stowarzyszeniu się Polski ze Wspólnotami Europejskimi a usankcjonowane układem akcesyjnym,
- proces koordynacji i harmonizacji podatków konsumpcyjnych (VAT i akcyza) z systemem podatkowym Unii Europejskiej,
- uchwalenie ordynacji podatkowej (1 stycznia 1998 roku) oraz ustawy o finansach publicznych z dnia 27 sierpnia 2009 roku,
- uchwalenie ustawy z dnia 16 listopada 2016 roku o Krajowej Administracji Skarbowej.

W wąskim znaczeniu system podatkowy oznacza zbiór zintegrowanych i wewnętrznie spójnych podatków obowiązujących w danym kraju (Ofiarski, 2013). W tym rozumieniu systemu można wyróżnić trzy zasadnicze rodzaje systemów podatkowych:

1. systemy o znacznej przewadze podatków przychodowych,
2. systemy o znacznej przewadze podatków dochodowych,
3. systemy o przewadze podatków konsumpcyjnych.

Podział ten nawiązuje do trwającej dyskusji dotyczącej tego, której fazy dochodu narodowego w większym stopniu dotyczyć powinno opodatkowanie: czy fazy jego tworzenia (systemy podatkowe o przewadze podatków przychodowych i dochodowych), czy fazy podziału dochodu (systemy o przewadze podatków konsumpcyjnych). To z kolei wymaga zastanowienia się nad tym, co w większej mierze decyduje o zdolności podatkowej: czy przychód i dochód, czy wielkość i kierunki ich przeznaczenia na konsumpcję bądź majątek. Są to zagadnienia ważne, gdyż nadmierne opodatkowanie przychodów i dochodów może skutkować ucieczką podmiotów do szarej strefy i rajów podatkowych, z kolei nadmierne opodatkowanie konsumpcji może skutkować innymi formami uchylania się od opodatkowania. Na polski system podatkowy aktualnie składa się 13 podatków, z których cztery określa się mianem podstawowych, a dziewięć – uzupełniających (Wolański, 2009; Pach, 2017: 230–243).

Tab. 1. Podatki obowiązujące 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 wydobywania niektórych kopalin

Źródło: opracowanie własne na podstawie Wolański (2009)

Podatki podstawowe to te, które dotyczą najszerszej grupy podatników, w tym przedsiębiorców, dostarczają największych dochodów do budżetu i najsilniej oddziałują na decyzje przedsiębiorców. Natomiast podatki uzupełniające mają funkcję uszczelniającą system podatkowy i dotyczą różnych sytuacji i zdarzeń podatkowych nieuwzględnionych w grupie podstawowych podatków, np. posiadania nieruchomości.

Wymienione podatki z punktu widzenia sposobu płacenia i techniki poboru podatku w Polsce można podzielić na bezpośrednie i pośrednie. Do pierwszej grupy należy zaliczyć te opłacane przez podmioty bezpośrednio zobowiązane do zapłacenia podatku, na które ustawodawca nałożył obowiązek podatkowy, np. podatek dochodowy od osób fizycznych oraz podatek dochodowy od osób prawnych. Natomiast do podatków pośrednich należą te, których konstrukcja rozdziela podmiot gospodarczy zobowiązany do ich naliczania i płacenia od podmiotu, który ponosi faktyczny ciężar ekonomiczny, np. podatek od towarów i usług, podatek akcyzowy.

Każda z tych konstrukcji i technik poboru podatku stwarza inne potencjalne możliwości do niepłacenia, unikania lub wyłudzenia zwrotu podatku, o czym będzie mowa w dalszej części artykułu. W związku z tym niezmiernie ważne są aparat skarbowy oraz precyzyjne prawo podatkowe, które w szerokim znaczeniu, oprócz zbioru zintegrowanych prawnie i ekonomicznie podatków, stanowią filary systemu podatkowego w Polsce.

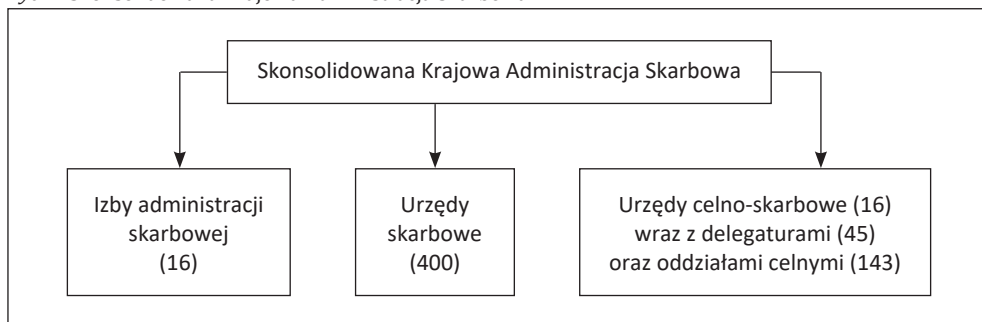
Aparat skarbowy wiąże wszystkie elementy systemu podatkowego. Jego zadaniem jest organizacja wymiaru, poboru, kontroli i egzekucji podatków. Struktura aparatu skarbowego przeszła wiele zmian na przestrzeni lat – na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych oraz ostatnio – które przełożyły się na funkcjonowanie administracji skarbowej¹. Od lutego 2017 roku funkcjonuje Skonsolidowana Krajowa Administracja Skarbowa składająca się z 16 izb administracji skarbowej, 400 urzędów skarbowych oraz 16 urzędów celno-skarbowych (por. ryc. 1).

Skonsolidowana Krajowa Administracja Skarbowa podporządkowana jest ministrowi finansów publicznych. Z kolei dyrektor Izby Administracji Skarbowej nadzoruje wykonywanie zadań przez naczelników urzędów skarbowych oraz naczelnika urzędu celno-skarbowego. Natomiast naczelnicy urzędów skarbowych odrębnie funkcjonujących do 28 lutego 2017 roku mają kompetencje naczelników urzędów skarbowych oraz naczelników urzędów celnych w zakresie poboru podatków, należności celnych, nieopodatkowanych należności budżetowych oraz opłat (*Struktura Krajowej Administracji Skarbowej*, 2017).

Źródłem obowiązującego prawa regulującego podatki są: konstytucja RP, ordynacja podatkowa, ustawy podatkowe, ratyfikowane umowy międzynarodowe, rozporządzenia, akty prawa miejscowego. Zgodnie z nimi podstawą prawną do nakładania podatków w Polsce jest obowiązująca od 17 października 1997 roku konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 roku, której art. 217 stanowi: „Nakładanie podatków i innych danin publicznych oraz określanie podmiotów opodatkowania, przedmiotów opodatkowania, stawek podatkowych, kategorii podmiotów zwolnionych od podatków i zasad przyznawania ulg oraz umorzeń podatkowych może następować wyłącznie w drodze ustawy”.

¹ Na strukturę sprzed reformy z 28 lutego 2017 roku składały się trzy niezależne od siebie piony: administracja podatkowa (16 izb skarbowych oraz 400 urzędów skarbowych), Służba Celna (16 izb celnych), 45 urzędów celnych wraz ze 143 oddziałami celnymi, kontrola skarbową (16 urzędów kontroli skarbowej, osiem zamiejscowych ośrodków urzędów kontroli skarbowej). Specjaliści uważają, że powodowało to rozproszenie i powielanie niektórych zadań, związanych z poborem podatków i ceł, i obniżało efektywność całego systemu podatkowego.

Ryc. 1. Skonsolidowana Krajowa Administracja Skarbowa



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Struktura Krajowej Administracji Skarbowej* (2017)

Jakimi cechami winien charakteryzować się system podatkowy kraju? Większość nich nawiązuje do zasad podatkowych sformułowanych przez A. Smitha i A. Wagnera (Owsiak, 2005: 189), podkreślających:

- wydajność, zapewniającą nagromadzenie odpowiednich dochodów publicznych w wysokości pozwalającej pokryć uznane za niezbędne wydatki publiczne,
- elastyczność, polegającą na łatwym dostosowaniu podatków do zmieniających się wydatków publicznych oraz koniunktury gospodarczej,
- taniość, charakteryzującą się niskim udziałem kosztów poboru w sumie wymierzonych podatków, co wpływa na wydajność systemu podatkowego (Rosiński, 2010),
- trudność w omijaniu i niepłaceniu podatków i w stosowaniu oszustw podatkowych,
- techniczną łatwość dla podatników, nawiązującą do zasad w rozliczaniu podatków, chodzi o nieskomplikowaną technikę podatkową,
- sprawiedliwość i dogodność rozwiązań podatkowych.

Cechy te wiążą się z postulatem racjonalnego systemu podatkowego, który winien charakteryzować się przede wszystkim (Gomułowicz, Małecki, 2013):

1. efektywnością oraz sprawnością,
2. neutralnością podatkową,
3. efektywnością koniunkturalną,
4. taniością wymiaru i poboru podatków,
5. wewnętrzną zwartością podatków,
6. ochroną źródeł opodatkowania,
7. łagodnym ciężarem podatkowym (Bessard, 2009).

Wydaje się, iż wiele z tych zasad pozostaje w sprzeczności, co może powodować trudności w stworzeniu racjonalnego systemu podatkowego.

GŁÓWNE METODY I FORMY NIEPŁACENIA I UNIKANIA OPODATKOWANIA

Polski system podatkowy cechuje wiele niekorzystnych zjawisk, takich jak:

- unikanie opodatkowania,
- stosowanie optymalizacji podatkowej,
- ucieczka podatników do rajów podatkowych,
- szeroko rozumiana przestępczość podatkowa, w tym: oszustwa podatkowe, wyłudzenie zwrotu podatków, rozrost szarej i czarnej strefy oraz szereg innych.

Duży wpływ na te zjawiska ma ukształtowana w Polsce moralność podatkowa, określana jako „zbiór norm moralnych przyjętych w danym środowisku, dotyczący postawy podatnika względem wnoszenia i uiszczania obowiązkowych opłat do budżetu państwa” (Szulc, 2013).

Na moralność podatkową przedsiębiorstw i osób fizycznych wpływa przede wszystkim: budowa systemu podatkowego, jakość administracji podatkowej, efektywność aparatu wymiaru i kontroli podatków, prawo podatkowe, poziom rozwoju społeczno-gospodarczego, system polityczny państwa oraz szereg innych czynników. Sytuują się one nie tylko po stronie podatnika, ale i po stronie państwa i samorządu terytorialnego, będących dysponentami dochodów podatkowych. Moralność podatkowa kształtuje się w społeczeństwach przez długie lata i determinuje skalę niepłacenia podatków oraz uchylania się podmiotów od opodatkowania. Przyczyny niepłacenia podatków generalnie są różne:

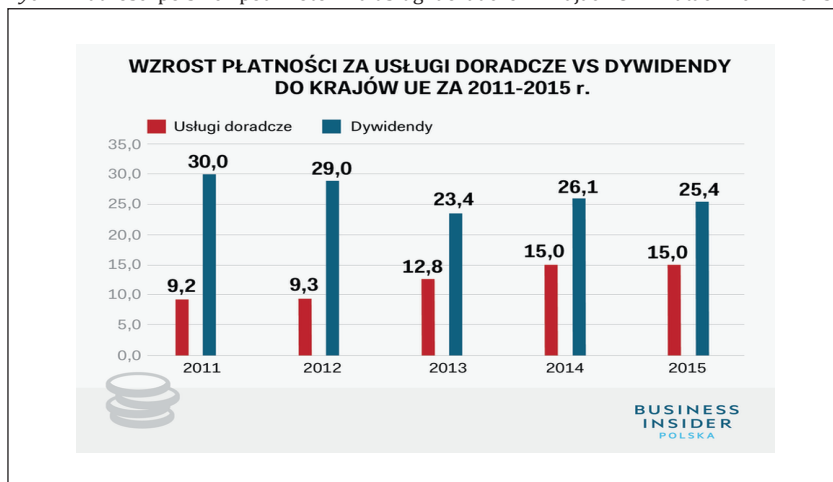
- polityczne: brak zgody podatnika na realizowaną przez władze politykę, finansowanie określonych programów politycznych, partii politycznych itp.,
- religijne: przykładowo zbyt duże zaangażowanie państwa w religię bądź jego brak, finansowanie instytucji religijnych niezgodnych z przekonaniami religijnymi podmiotów,
- ekonomiczne: chęć zatrzymania większego dochodu wynikająca z kalkulacji podatnika, dotyczącej korzyści z przywłaszczenia podatkowego w porównaniu z ryzykiem z niego płynącym. Im wyższa jest skala podatkowa, tym silniejsza jest pokusa niepłacenia i ucieczki przed podatkiem (Bernal, 2008).

Podatnik wykorzystuje różne sposoby zatrzymania potencjalnego podatku, dokonując zatajeń podatkowych, niewłaściwej kwalifikacji kosztów itp. Niepłacenie podatków może zatem przyjąć różne formy: unikania opodatkowania i różnych oszustw podatkowych. Unikanie opodatkowania jest najłagodniejszym sposobem niepłacenia podatku. Ma ono na celu zmniejszenie ciężaru opodatkowania i może nastąpić w sposób legalny, przy wykorzystaniu elementów konstrukcyjnych danego podatku, czyli ulgi, zwolnienia podatkowego oraz odliczenia lub niewchodzenia w obowiązek podatkowy, np. nieprzyjęcie spadku, rezygnacja z wynajmu mieszkania. Szczególnym przykładem unikania opodatkowania jest optymalizacja podatkowa, sama w sobie dozwolona i legalna, a często błędnie traktowana jako oszustwo podatkowe (Wyciśłok, 2013). Celem optymalizacji jest zminimalizowanie obciążenia podatkowego w przedsiębiorstwie poprzez: odpis od podstawy opodatkowania usług doradczych (świadczonych często poza granicą kraju), usług z zakresu badania rynku, usług reklamowych, usług świadczonych zdalnie. Stanowią one koszty pomniejszające przychody, co w efekcie zmniejsza podstawę opodatkowania (por. ryc. 2).

Wykres wskazuje, że o ile dywidendy w ostatnich latach utrzymywały się na zbliżonym poziomie (przy lekkiej tendencji spadkowej), to płatności za usługi doradcze i zarządcze mocno wzrosły. W odróżnieniu od dywidend, tego rodzaju płatności stają się kosztem dla spółki i pomniejszają zysk do opodatkowania w Polsce. Według Ministerstwa Finansów może to świadczyć o tym, że usługi doradcze i zarządcze były wykorzystywane do optymalizacji podatkowej lub transferu dochodów do ich udziałowców.

Innym sposobem unikania podatków we własnym kraju jest przeniesienie działalności do tzw. rajów podatkowych. W polskim prawie podatkowym nie ma definicji rajów podatkowych, stosuje się pojęcie „państwa i terytoria stosujące szkodliwą konkurencję podatkową w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych (rozporządzenie

Ryc. 2. Płatności polskich podmiotów za usługi doradcze w krajach UE w latach 2011–2015



Źródło: Skarbowka zwęszyła nowy wyciek podatków (2017)

Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 17 maja 2017 r. w sprawie określenia krajów i terytoriów stosujących szkodliwą konkurencję podatkową w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych).

W literaturze przedmiotu występują bliskoznaczne określenia, takie jak: „oazy podatkowe”, „azyle podatkowe” lub „terytoria-offshore” stosowane często zamiennie. Do podstawowych cech rajów podatkowych można zaliczyć (Mazur, 2012: 99):

- brak podatków bądź bardzo niskie ich stawki,
- stabilne i korzystne regulacje prawne dla przedsiębiorców,
- przestrzeganie tajemnicy bankowej,
- łatwość założenia firmy oraz niskie koszty jej prowadzenia,
- stabilny system polityczno-ekonomiczny,
- brak efektywnej wymiany informacji podatkowych z innymi państwami.

Raje podatkowe różnią się atrakcyjnością lokalizacji i oferowanymi warunkami. Stosując kryterium warunków, można je klasyfikować następująco (Zyniewicz, Załupka, 1999: 28):

- grupa krajów, w których osoby fizyczne mogą liczyć na łagodne traktowanie prawne, czyli Monako, Wyspy Bahama, Bermudy i Kajmany,
- kraje, w których majątek i dochód nie jest opodatkowany: Vanatu i Kajmany,
- kraje, w których opodatkowane są dochody uzyskane tylko na ich terytorium, natomiast zwolnieniom z podatku podlegają przychody pozyskane z zagranicy: Filipiny, Panama, Kostaryka, Haiti, Liberia,
- obszary o preferencyjnych stawkach podatkowych w wybranych przedsiębiorstwach gospodarczych, m.in.: Anguilla, Jamajka.

Raje podatkowe to nie tylko egzotyczne wyspy leżące w odległej Oceanii czy na Morzu Karaibskim. Nie brakuje ich także w Europie. Do tej kategorii polski fiskus zalicza: Monako, Andorę, Liechtenstein oraz Sark (wyspa u wybrzeży francuskiej Normandii). W ramach polityki ujawniania rajów podatkowych Unia Europejska umieściła na czarnej liście 17 krajów i terytoriów, natomiast Korea Południowa, Barbados, Saint Lucia, Bahrajn, Panama i Zjednoczone Emiraty Arabskie zostały wymienione jako

„niewspółpracujące z wymiarem sprawiedliwości w celach podatkowych”. Malediwy, Bahrajn, Hongkong, Monako to niektóre z 31 państw i terytoriów, które według polskich organów podatkowych prowadzą szkodliwą konkurencję podatkową. Oznacza to, że promują nieuczciwe praktyki podatkowe lub nie dzielą się ważnymi informacjami finansowymi z Unią Europejską².

W świetle danych raportu Komisji Europejskiej budżet Polski jest szczuplejszy nawet o 46 mld zł rocznie z tytułu niepłacenia podatku dochodowego od osób prawnych (CIT), zatrzymanego przez korporacje wykorzystujące raje podatkowe. Dla porównania koszty utrzymania całej armii w 2015 roku wyniosły 38 mld zł (*Polska traci miliardy...*, 2018). Niepłacenie podatków przez międzynarodowe korporacje to nie tylko dziura w budżecie, ale cios w polskie firmy, bo korporacje mające do dyspozycji dodatkowe pieniądze mogą destabilizować rynek, finansować nieuczciwą konkurencję.

W związku z aferą Luxembourg Leaks ujawniono, że ponad 340 międzynarodowych firm z UE latami korzystało z dogodnych umów z luksemburskim fiskusem redukującym im podatek CIT. Przez takie procedury pozostałe kraje UE traciły wpływy podatkowe szacowane na równowartość nawet 500 mld zł.

CO TO JEST OSZUSTWO PODATKOWE?

Unikanie opodatkowania, jego różne formy scharakteryzowane powyżej, w myśl prawa podatkowego nie są oszustwem podatkowym. Oszustwo podatkowe wiąże się z naruszeniem norm podatkowych, nakładających obowiązek zgłoszenia organowi podatkowemu przedmiotu i podstawy opodatkowania. Natomiast uchylanie się od opodatkowania jest prawnokarne i decyduje o bycie oszustwa podatkowego – w myśl art. 54 Kodeksu karnego skarbowego. Artykuł ten stwierdza, że podatnik, który uchylając się od opodatkowania, nie ujawnia właściwemu organowi przedmiotu lub podstawy opodatkowania lub nie składa deklaracji, przez co naraża podatek na uszczuplenie, podlega stosownej karze. Z kolei art. 56 Kodeksu karnego skarbowego dotyczy podania nieprawdy lub zatajania prawdy w deklaracji bądź niedopełnienia obowiązku zawiadomienia o zmianie objętych nimi danych w celu narażenia podatku na uszczuplenie, kar w postaci grzywny lub pozbawienia wolności, albo obu kar łącznie. P. Kardas i G. Łabuda oszustwami podatkowymi określają delikty, o których mowa tylko w art. 76 Kodeksu karnego skarbowego, ponieważ posiadają one elementy wprowadzania w błąd lub wykorzystania błędu, mają zatem znamiona charakterystyczne dla oszustwa (Kardas, Łabuda, 2003).

Według T. Grzegorzcyka oszustwo podatkowe związane jest z całkowitym lub częściowym uchyceniem się od podatku. Obejmuje przede wszystkim takie zachowania podatnika, jak:

- niezgłoszenie przedmiotu opodatkowania,
- niezłożenie w terminie deklaracji,
- nieodpowiednia kwalifikacja, np. kosztów uzyskania dochodu,
- lokalizacja działalności w szarej strefie,
- firmanctwo – jako oszustwo skarbowe polega na posługiwaniu się cudzym nazwiskiem lub nazwą do prowadzenia działalności, którą w rzeczywistości prowadzi inna osoba,
- wyłudzenia zwrotu podatku.

² Na listę szkodliwych rajów podatkowych OECD (i polską zarazem) trafiają te kraje i terytoria, które nie współpracują z obcymi organami podatkowymi w zakresie wymiany informacji fiskalnej.

Oszustwa podatkowe przybierają różną postać w zależności od rodzaju i charakteru podatku. Na inne oszustwa narażone są podatki dochodowe o charakterze bezpośrednim, na inne podatki majątkowe, a jeszcze na inne podatki konsumpcyjne o charakterze pośrednim, np. podatek od towarów i usług, podatek akcyzowy. Przykładem częściowego uchylania się od podatku dochodowego od osób fizycznych (PIT) jest: niewykazanie wszystkich źródeł przychodów (np. zrealizowanych za granicą), wadliwa prawnie kwalifikacja kosztów uzyskania przychodów. Podobnie wygląda sytuacja w przypadku podatku dochodowego od osób prawnych (CIT). Częściowe uchylanie się od podatku ma miejsce, gdy przedsiębiorca w koszty uzyskania przychodu wlicza elementy wydatków, które w myśl ustawy nimi nie są, korzysta z ulg i zwolnień podatkowych prawnie mu nienależnych (nagina sytuację do możliwości prawnych), celowo doprowadza firmę do upadłości, by zmniejszyć podatek.

Przykładem całkowitego uchylania się od opodatkowania jest funkcjonowanie podmiotów (osób fizycznych i prawnych) w szarej strefie, niepłacących podatków od osiągniętych dochodów. Przyczyn tego zjawiska jest wiele, w tym wysokie obciążenie pracy różnymi kosztami, np. podatkami lub składkami ubezpieczeniowymi, oraz zbyt niski poziom kwoty wolnej od podatku, uniemożliwiający odpis całkowitych kosztów, co szczególnie dotyczy pracowników o niskich kwalifikacjach i zarobkach (Barszcz, 2010: 2). Funkcjonując w szarej strefie, zarówno pracownik, jak i firma nie płacą podatków, umniejszając w ten sposób wpływ do budżetu.

Według szacunków ekspertów firmy doradczej PwC szara strefa w Polsce stanowi prawie 12,5% produktu krajowego brutto, co oscyluje wokół 390 mld zł (*Szara strefa w Polsce...*, 2017). Jednakże szacunki dotyczące wartości szarej strefy w Polsce różnią się w zależności od przyjętej metodologii. Niektóre z nich mówią nawet o wielkości 25% PKB. Dane te wskazują, iż jest to poważny problem. Potencjalne dochody podatkowe z szarej strefy, szacowane na ponad 50 mld zł, mogłyby w pełni pokryć deficyt budżetowy z 2016 roku, a to obniżyłoby zadłużenie publiczne Polski.

Szara strefa ma różne oblicza, od tego najłagodniejszego, przejawiającego się w przysłowiowej sprzedaży malin przez rolnika na placu, poprzez wyżej omówione, aż do najgroźniejszego, określanego mianem czarnej strefy. W niej działają mafie gospodarcze, które w sposób profesjonalny zajmują się przemysłem, wyłudzeniami VAT czy akcyzy. Są to sprofesjonalizowane środowiska, będące w stanie generować ogromne straty dla skarbu państwa i zyski dla siebie, na poziomie 7–10 mld zł rocznie w przypadku mafii paliwowej. Takich mafii, o dużym zasięgu, mamy w Polsce przynajmniej 18, w różnych branżach. Szacuje się, iż ok. 10% paliw pochodzi z nielegalnego importu. Podobne zjawisko można zaobserwować na rynku tytoniu, gdzie co czwarty papieros jest produkowany nielegalnie na terytorium naszego kraju lub jest do Polski przemywany. W przypadku papierosów to jest rocznie ok. 6,5 mld zł strat, które są zyskiem dla mafii tytoniowej. Straty wynikające z niedoborów w opłacaniu samej akcyzy na wyroby tytoniowe szacowane były na blisko 5 mld zł (*Ile Polska traci na szarej strefie*, 2018).

W Polsce i w innych krajach UE zjawiskiem szczególnie niebezpiecznym są wyłudzenia podatku od towarów i usług, dokonywane w sposób świadomy i zorganizowany przez grupy przestępcze. Najczęstszymi formami wyłudzeń podatkowych VAT jest:

- fikcyjny wywóz towaru, który w rzeczywistości nie opuścił kraju, a deklarowany jest jako eksport (Górczak, 2017),
- fikcyjne miejsce świadczenia usług, które w rzeczywistości są świadczone na terenie kraju, a fikcyjnie deklarowane są jako wykonane poza jego terytorium,

- czynność pozorna, deklarowana jako eksport, gdzie wywóz faktycznie miał miejsce, lecz wywiezione towary nie miały wartości.

Czynnikiem ułatwiającym powyższe wyłudzenia jest obowiązująca na obszarze Unii Europejskiej stawka 0% dla towarów i usług będących przedmiotem eksportu.

Niemal plagą w wyłudzeniach podatku VAT jest stosowany mechanizm karuzeli podatkowej. Karuzela podatkowa to jeden ze sposobów wyłudzenia zwrotu podatku od towarów i usług przez podmiot, który jest do tego nieuprawniony, poprzez wykonywanie transakcji faktycznych i pozornych, w których w ramach zaplanowanych przez oszustów ról uczestniczy wiele podmiotów gospodarczych: dostawca, znikający podmiot, bufor, broker. Mechanizm karuzeli podatkowej opiera się na znikającym podmiocie, który w praktyce nie prowadzi działalności gospodarczej, ale wystawia faktury, które w rzeczywistości nie dokumentują zdarzeń gospodarczych. Podmiot ten znika bez śladu, pozostawiając po sobie nieuregulowane kwoty podatku. Natomiast towar przechodzi przez kolejne łańcuchy transakcji, do tzw. bufora, nadającego wiarygodność fakturowanym transakcjom (są to najczęściej podmioty znane, o odpowiedniej historii działalności). Natomiast broker, ostatni z podmiotów, odpowiada za sprzedaż towaru poza granicami kraju w ramach wewnątrzwspólnotowej dostawy towarów i występuje do urzędu skarbowego o zwrot podatku VAT. Informacje o oszustwach opartych na karuzeli podatkowej trafiają do opinii publicznej. Poniżej tylko dwie przykładowe sprawy.

Mazowiecki Urząd Celno-Skarbowy wykrył karuzelę podatkową, w której uczestniczyło 170 podmiotów polskich i 55 zagranicznych – poinformowało w komunikacie Ministerstwo Finansów. Wartość wyłudzonego podatku VAT to ponad 108 mln zł (*Wyłudzenia VAT, 2017; Wykryto karuzelę podatkową...*, 2017).

Blisko 82 mld zł wyniosła w 2015 roku łączna suma kwot wskazanych w fikcyjnych fakturach, ujawnionych przez Urząd Kontroli Skarbowej – poinformowali sejmową komisję finansów publicznych prokuratorzy zajmujący się przestępczością gospodarczą (*82 mld zł na fikcyjnych fakturach VAT...*, 2017).

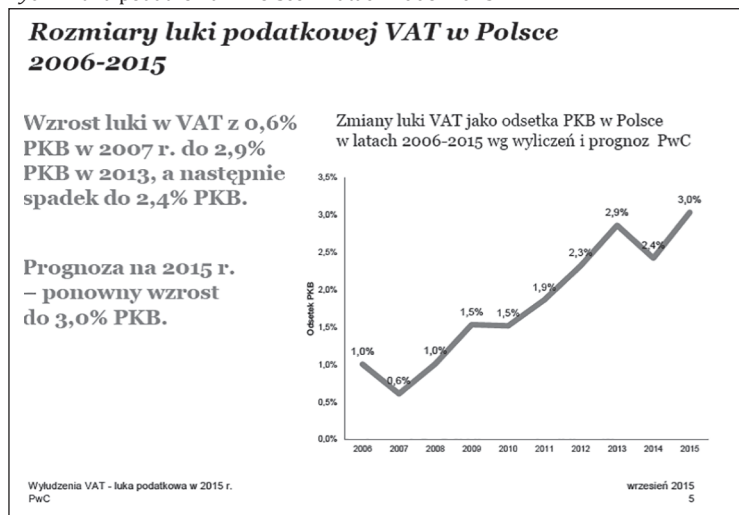
W wyniku oszustw nakierowanych na zaniżenie należnego podatku i wyłudzenia podatku powstaje luka podatkowa, rozumiana jako wysokość zobowiązań podatkowych podatnika, które zostały przez niego nieuregulowane na czas (Pauch, 2015: 637). W latach 2006–2015 nastąpił jej wzrost z 0,6% PKB w 2006 roku do 2,4% PKB 2013 roku (por. ryc. 3).

Największy wzrost uszczupień podatkowych VAT nastąpił w latach 2007–2012 w związku z karuzelowymi oszustwami podatkowymi. Skarb państwa w tym okresie został narażony na straty 699 mln zł (Prokuratura Generalna, 2013: 480). Luka podatkowa VAT w Polsce jest wyższa od średniej Unii Europejskiej. Wyższą lukę w podatku VAT od Polski ma Rumunia i Słowacja, zaś najniższą lukę mają Czechy i Węgry (PwC Polska, 2017).

Luka w zakresie podatku VAT istotnie wpłynęła na wielkość ogólnej luki podatkowej, która miała miejsce w ostatnich latach w Polsce. Obrazuje ona utraconą, potencjalną kwotę podatków, która winna zasilić budżet państwa. Do głównych przyczyn luki podatkowej w Polsce należą: oszustwa podatkowe, szara sfera, nieuczciwa optymalizacja podatkowa, błędy w samowymiarze podatku, upadłość podatników (zarówno obiektywna, jak i strategiczna).

W świetle danych każdego roku z budżetu Polski wypływa ok. 46 mld zł z tytułu niezapłaconego podatku CIT oraz 45 mld z tytułu luki VAT-owskiej oraz kilka miliardów z pozostałych powodów. W świetle wyników badań Centrum Analiz i Studiów

Ryc. 3. Luka podatkowa w Polsce w latach 2006–2015



Źródło: PwC Polska (2017)

Podatkowych Szkoły Głównej Handlowej, luka na poziomie blisko 100 mld zł rocznie może zachwiać stabilnością systemu finansowego państwa (Kalus, 2017). Inną konsekwencją niepłacenia podatków oraz szeroko rozumianych oszustw podatkowych są nieprawidłowości strukturalne w gospodarce, polegające na tym, iż firmy i branże gospodarcze unikające opodatkowania mogą spowodować nieuczciwą konkurencję. Ponadto wyłudzenia podatkowe mają demoralizujący wpływ na innych podatników VAT, powodują też poczucie niesprawiedliwości wśród uczciwych podatników.

W 2016 roku rozpoczęto w Polsce realizację programu uszczelniania systemu podatkowego, która ma ograniczyć skutki wyciekania gotówki z budżetu państwa. Wprowadzane od 1,5 roku działania mają zgodnie z planem przynieść do końca przyszłego roku zmniejszenie luki podatkowej o 22,4 mld zł, a do końca 2020 roku w sumie o ok. 33 mld zł.

Do głównych działań na rzecz przeciwdziałania omówionym nieprawidłowościom systemu podatkowego i jego uszczelnienia zaliczyć należy przede wszystkim:

- zwiększenie publicznej świadomości zjawiska oszustw podatkowych, jego gospodarczo-prawnych i społecznych konsekwencji,
- wprowadzenie 1 lipca 2016 roku jednolitego pliku kontrolnego (JPK), zawierającego dokumenty księgowe prowadzone za pomocą programów komputerowych, przekazywane na żądanie organu podatkowego,
- pakiet paliwowy, ograniczający wyłudzenie podatku VAT – po kilku miesiącach od jego wprowadzenia oficjalny rynek oleju napędowego wzrósł o ok. 30%,
- pakiet energetyczny i transportowy ograniczający szarą strefę,
- nowe rozwiązania legislacyjne, w tym nowelizacja ustawy o podatku od towarów i usług z 1 stycznia 2017 roku,
- poszerzenie międzynarodowej współpracy organów kontroli skarbowej w zakresie przeciwdziałania oszustwom podatkowym.

Warto podkreślić, iż rozwiązania dotyczące przeciwdziałania zjawisku niepłacenia podatków, oszustwom podatkowym, w tym różnym formom wyłudzenia podatku, muszą mieć charakter systemowy i kompleksowy.

PODSUMOWANIE

Podatki stanowią najważniejsze źródło dochodów budżetu państwa spośród wszystkich danin publicznych finansujących wydatki publiczne. Jednakże nie wszyscy podatnicy – zarówno osoby fizyczne, jak i prawne – z różnych względów (ekonomicznych, politycznych czy religijnych) uczciwie je płacą. Część z nich stosuje określone metody niepłacenia podatków oraz unikania opodatkowania, w tym optymalizację podatkową, lokalizację firm w rajach podatkowych oraz wiele innych. Działania te, o ile mieszczą się w ramach prawa, nie są oszustwami podatkowymi.

Oszustwo podatkowe polega na całkowitym lub częściowym uchylaniu się podatnika od podatku, w sposób łamiący prawo podatkowe. Obejmuje ono przede wszystkim takie zachowania podatnika, jak: niezgłoszenie przedmiotu opodatkowania, nieodpowiednią kwalifikację, np. kosztów uzyskania dochodu, firmanctwo, wyłudzenie zwrotu podatku, karuzele podatkowe i inne. Forma i skala oszustw podatkowych zależy od rodzaju i charakteru podatku. Na inne oszustwa narażone są podatki dochodowe o charakterze bezpośrednim, na inne podatki majątkowe, a jeszcze na inne podatki konsumpcyjne – podatek od towarów i usług czy podatek akcyzowy. Cierpi na tym nie tylko budżet w wyniku tzw. luki podatkowej, mniejszych rzeczywistych wpływów podatkowych od potencjalnych, ale również ci podatnicy, którzy nie uchylają się od obowiązku podatkowego i systematycznie płacą podatki.

Wiele firm płacących uczciwie podatki przegrywa w konkurencji z oszustami podatkowymi, silniejszymi ekonomicznie. Ponadto oszustwa podatkowe mają demoralizujący wpływ na innych podatników, powodując poczucie niesprawiedliwości wśród uczciwych podatników. W związku z tym wydaje się, iż rozpoczęta w 2016 roku w Polsce realizacja programu uszczelniania systemu podatkowego, która ma ograniczyć różne formy niepłacenia podatków, w tym oszustw podatkowych i wyciekania gotówki z budżetu państwa, winna być realizowana konsekwentnie i kompleksowo. Nie powinna jednak stać się uciążliwością dla uczciwych podatników, np. poprzez nadmiar sprawozdań, dokumentacji, kontroli ze strony aparatu skarbowego. Chodzi o to, aby system podatkowy był coraz bardziej przyjazny, dogodny i pewny dla uczciwych podatników.

Literatura

References

- 82 mld zł na fikcyjnych fakturach VAT w 2015 r. Tyle straciło państwo (2017, 11 września). Pozyskano z www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artukul/fikcyjne-faktury-vat-podatki-wyludzenie-2015,37,0,2154021.htm1
- Barszcz, M. (2010). *Szara strefa. Raport na temat najczęstszych oszustw podatkowych*. Warszawa: Business Centre Club.
- Bessard, P. (2009). *Tax burden and individual rights in the OECD: an international comparison*. Institut Constant de Rebecque.
- Bernal, A. (2008). *Zjawisko uchylania się od podatków dochodowych i metody jego ograniczania*. Warszawa: Difin.

- Górczak, M. (2017, 11 września). *Wyłudzenia VAT*. Pozyskano z <https://www.zakiewicz-adwokaci.pl/prawo/wyludzenia-vat.html>
- Gomułowicz, A., Małecki, J. (2013). *Podatki i prawo podatkowe*. Wydanie 8. Lexis Nexis. Pozyskano z www.lex.pl
- Górczak, M. (2017, 11 września). *Wyłudzenia VAT*. Pozyskano z <https://www.zakiewicz-adwokaci.pl/prawo/wyludzenia-vat.html>
- Ile Polska traci na szarej strefie* (2018, 6 stycznia). Pozyskano z <https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/arttykul/ile-polska-traci-na-szarej-strefie-cztery,41,0,1990953.html>
- Kalus, K. (2017, 12 października). *Ministerstwo Finansów: luka podatkowa w 2015 roku była 7,1 razy większa niż w 2007 roku*. Pozyskano z www.money.pl
- Kardas, P., Łabuda, G. (2013). Kryminalizacja oszustwa podatkowego w prawie karnym skarbowym. *Prokuratura i Prawo*, 3.
- Krzywoń, A. (2011). Podatki i inne daniny publiczne – podstawowe pojęcia konstytucyjne. *Zeszyty Naukowe Sądu Administracyjnego*, 2, 47–58.
- Mazur, Ł. (2012). *Optymalizacja podatkowa*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Ofiarski, Z. (2013). *Ogólne prawo podatkowe. Zagadnienia materialnoprawne i proceduralne*. Warszawa: LexisNexis.
- Owsiak, S. (2005). *Finanse publiczne. Teoria i praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 189.
- Pach, J. (2017). Dylematy systemu podatkowego w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 230–243.
- Pauch, D. (2015). Problem oszustw podatkowych na przykładzie podatku VAT. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 848.
- Polska traci miliardy przez zagraniczne holdingi* (2018, 6 stycznia). Pozyskano z www.newsweek.pl/biznes/raje-podatkowe
- Prokuratura Generalna (2013). *Sprawozdanie Prokuratora Generalnego z rocznej działalności prokuratury w 2012 roku*.
- PwC Polska (2017, 5 listopada). *Luka podatkowa VAT w Polsce w 2016 roku będzie mniejsza*. Pozyskano z <http://www.pwc.pl/pl/media/2016/2016-11-23-luka-vat-2016.html>
- Rosiński, R. (2010). *Polski system podatkowy. Poszukiwanie optymalnych rozwiązań*. Warszawa: Difin.
- Rozporządzenie Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 17 maja 2017 r. w sprawie określenia krajów i terytoriów stosujących szkodliwą konkurencję podatkową w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych (Dz.U. z 2017 r. poz. 997).
- Skarbowka zwężyła nowy wyciek podatków* (2017, 22 listopada) Pozyskano z <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/prawo-i-podatki/uslugi-doradcze-zwiekszaja-optymalizacje-podatkowa-nie-do-konca/>
- Struktura Krajowej Administracji Skarbowej* (2017, 28 listopada). Pozyskano z <http://www.mf.gov.pl/krajowa-administracja-skarbowa/kas/struktura-organizacyjna>
- Szara strefa w Polsce warta nawet 390 mld zł. Rząd ruszył do walki, są pierwsze efekty* (2017, 2 grudnia). Pozyskano z <https://www.polskieradio.pl/42/5725/Artykul/>
- Szulc, A. (2013). *Przyczyny i skutki zatrudnienia nierejestrowanego w Polsce*. Warszawa: CeDeWu.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz.U. z 2012 r. poz. 749, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. z 2004 r. poz. 535).
- Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. z 2013 r. poz. 885).
- Ustawa z dnia 16 listopada 2016 r. o Krajowej Administracji Skarbowej (Dz.U. z 2016 r. poz. 1947).
- Wolański, R. (2009). *System podatkowy w Polsce*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Wycisłok, J. (2013). *Optymalizacja podatkowa, legalne zmniejszenie obciążeń podatkowych*. Warszawa: C.H. Beck.
- Wykryto karuzelę podatkową z udziałem 170 polskich podmiotów* (2017, 10 października). Pozyskano z <http://podatki.gazetaprawna.pl/arttykuly/1047042,wykryto-karuzele-podatkowa-z-udzialem-170-polskich-podmiotow.html>
- Wyłudzenia VAT – luka podatkowa w 2015 roku i prognozy na 2016 rok* (2017, 10 listopada). Pozyskano z <http://www.pwc.pl/pl/media/2016/2016-11-23-luka-vat-2016.html>
- Zyniewicz, M., Załupka, D. (1999). *Luki podatkowe*. Wrocław: Netnet.

Janina Pach, doktor habilitowany nauk ekonomicznych, profesor nadzwyczajny, kierownik Katedry Ekonomii i Polityki Gospodarczej Uniwersytetu Pedagogicznego 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 Prawa, Administracji i Ekonomii
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: janina.pach@poczta.onet.pl

PAWEŁ KASPROWICZ

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Polska

Wykorzystanie technologii teleinformatycznej w sektorze publicznym jako czynnik wpływający na funkcjonowanie przedsiębiorstw

Use of ICT in Public Sector as the Factor Affecting Companies' Performance

Streszczenie: Rosnąca rola technologii teleinformatycznych (ang. ICT – Information and Communication Technologies) nie pozostaje bez wpływu na środowisko społeczno-ekonomiczne. Upowszechnienie się narzędzi informatycznych wpływa na oczekiwania podmiotów gospodarczych dotyczące sposobu obsługi przez organy administracji publicznej, natomiast stosowane przez nie rozwiązania informatyczne i ich wykorzystanie stwarzają potencjał do poprawy relacji na linii przedsiębiorstwa–administracja publiczna, a także do zwiększenia ich efektywności. Brak działań organów publicznych w tym zakresie oraz niedostosowanie ich struktury, organizacji i sposobu funkcjonowania do zmieniających się standardów podmiotów prywatnych stwarzają zagrożenie, że pojawią się dodatkowe koszty funkcjonowania przedsiębiorstw oraz zwiększą się koszty już istniejące. Ścisła i precyzyjna analiza tych zagadnień jest utrudniona z powodu dużego zróżnicowania rozpatrywanych zjawisk. Celem pracy jest próba rozwiązania tego problemu oraz zaproponowanie podejścia badawczego pozwalającego na objęcie zjawisk spójną analizą. Autor proponuje zastosowanie metodyki i terminologii nowej ekonomii instytucjonalnej, czyli wykorzystanie teorii kosztów transakcyjnych oraz instytucji. Oddziaływanie zróżnicowanych czynników instytucjonalnych zostaje sprowadzone do analizy ich wpływu na koszty transakcyjne, koszty te mogą natomiast zostać opisane z użyciem narzędzi matematycznych i wykorzystane do dalszej analizy.

Abstract: The increasing role of information and communication technologies (ICT) has an impact on the socio-economic environment. The dissemination of IT solutions affects the expectations of business entities regarding the quality of public administration's IT services. Simultaneously the use of IT in public sector creates the potential improvement of the relations between the enterprise and public administration, as well as their efficiency. Inaction of the public authorities and mismatch between their structure, organization, functioning methods and changing social standards pose a threat of creating new transaction costs or increasing the existing ones. Accurate and precise analysis of these issues is difficult due to the wide variety of phenomena considered. The aim of the work is to try to solve this problem and to propose a research approach allowing for a coherent analysis. The author proposes applying the methodology and terminology of the New Institutional Economics, i.e. to use the Transaction Cost Theory and the conception of institutions. In this way the impact of various institutional factors is reduced only to the analysis of their impact on transaction costs and then these costs can be described with the use of mathematical methods and used for further analysis.

Słowa kluczowe: e-administracja; ekonomia instytucjonalna; ICT; instytucje; koszty transakcyjne; sektor publiczny

Keywords: e-administration; ICT; institutional economics; institutions; public sector; transactional costs

Otrzymano: 18 grudnia 2017

Received: 18 December 2017

Zaakceptowano: 15 maja 2018

Accepted: 15 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kasprowicz, P. (2018). Wykorzystanie technologii teleinformatycznej w sektorze publicznym jako czynnik wpływający na funkcjonowanie przedsiębiorstw. *Prace Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 190–203. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.13>

WSTĘP

Podstawowym czynnikiem uważanym obecnie za główne źródło rozwoju i zmian społeczno-ekonomicznych jest postęp technologiczny. Zjawisko to można analizować szerzej niż jedynie przez pryzmat rozwoju technologii prowadzącego do wzrostu produktywności – można je rozpatrywać również na płaszczyźnie społecznej, instytucjonalnej oraz organizacyjnej. Mające miejsce na przestrzeni wieków fale rewolucji technologicznych wpływały na rozwój gospodarczy nie tylko poprzez bezpośrednie zwiększanie produktywności stosowanych czynników produkcji, ale przede wszystkim kształtowały nowe wzorce zachowań, nowe struktury społeczne i ekonomiczne, prowadziły do nowych technik zarządczych. Zmiany te w znacznym stopniu pozwalały na dalszy wzrost efektywności wykorzystania oraz przetwarzania dostępnych zasobów, tworzyły również nowe mechanizmy dystrybuowania ich w społeczeństwie lub wywierały presję na zmiany w mechanizmach dotychczasowych.

Najnowszą falą technologiczną jest rewolucja ICT. Skrót ten, pochodzący od angielskiego „Information and Communication Technologies”, oznacza technologie służące przetwarzaniu informacji oraz komunikacji, określane w języku polskim terminem „teleinformatyka”. Grupa technologii teleinformatycznych uznawana jest obecnie za równie ważną i mającą równie znaczny wpływ na rozwój społeczeństw, jak wcześniejsze rewolucje przemysłowe. Podobnie bowiem jak wcześniejsze zmiany technologiczne tworzyły gospodarki przemysłowe, tak technologia ICT uformowała gospodarki w dużej mierze oparte na przetwarzaniu informacji, a w dalszej perspektywie oparte na wiedzy.

Istotny obszar zastosowań teleinformatyki znajduje się w sektorze publicznym. Urzędy i organizacje publiczne mogą wykorzystywać ICT, aby zwiększyć efektywność działania oraz zmienić sposób swojego funkcjonowania. Tym samym sektor publiczny może tworzyć środowisko bardziej przyjazne biznesowi, a poprzez ten kanał oddziaływać z sektorem przedsiębiorstw, potencjalnie uzyskując pozytywne efekty. Równocześnie zaniechanie wykorzystania teleinformatyki lub niewłaściwa jej implementacja również mogą prowadzić do określonych efektów.

Jak zostanie pokazane w dalszej części artykułu, wpływ ICT odbywa się poprzez zróżnicowane kanały oddziaływania, często trudne do ujęcia w precyzyjny sposób. Utrudnia to włączenie ich w sformalizowane analizy, szczególnie na polu ekonomii teoretycznej. Artykuł ma na celu zaproponować podstawową metodykę, która pozwoli na ujęcie zróżnicowanych, „miękkich” czynników w sposób bardziej ścisły, pozwalający na zastosowanie bardziej precyzyjnego aparatu analitycznego. Dlatego przytoczona

zostanie literatura przedmiotu oraz zostaną wprowadzone podstawowe pojęcia ekonomii instytucjonalnej. Zostaną także ukazane przykładowe kanały wpływu ICT na gospodarkę wraz z próbą ich klasyfikacji, pokazującą występujące wśród nich zróżnicowanie. Ostatecznie pokazane zostanie, że wykorzystując wprowadzone pojęcia ekonomii instytucjonalnej, możliwe jest ujęcie zróżnicowanych czynników wpływu ICT w ramach prostszych kategorii, możliwych do opisanego w sposób matematyczny. W końcowej części artykułu przedstawiony będzie prosty matematyczny model wykorzystujący zaprezentowane powyżej podejście wraz z jego prostą, podstawową analizą.

CHARAKTERYSTYKA TECHNOLOGII TELEINFORMATYCZNEJ

Technologia teleinformatyczna jest pojęciem szerokim i obejmuje duży zakres terminów, pojęć oraz zjawisk. Podstawową cechą, która odróżnia kategorie ICT od pozostałych dziedzin działalności ludzkiej, jest postawienie w centrum zainteresowania informacji oraz jej przetwarzania. Zaznaczyć należy, że przetwarzanie informacji jest nieodłącznym elementem życia człowieka od tysięcy lat i wszelka działalność gospodarcza jest z nim powiązana. Jednakże o ile w pozostałych przypadkach przetwarzanie informacji jest jedynie procesem dodatkowym, towarzyszącym innym działaniom, o tyle przy rozważaniu technologii teleinformatycznej należy mieć na myśli taki zakres procesów i zjawisk, które dotyczą przetwarzania informacji bezpośrednio, a przetwarzanie to jest celem samym w sobie oraz jest główną aktywnością stosujących ICT podmiotów. Innymi ważnymi wyznacznikami technologii teleinformatycznej są automatyzacja, komputeryzacja i digitalizacja.

Automatyzacja w niniejszym tekście rozumiana jest jako wykorzystanie do przetwarzania informacji wyspecjalizowanych narzędzi, działających w dużej mierze bez udziału człowieka. Narzędzia te wymagają wprowadzenia danych wejściowych (*input*), na które składają się zarówno właściwa informacja do przetworzenia, jak i dane dotyczące konfiguracji tego procesu, by w efekcie automatycznie wygenerować dane przetworzone (*output*). Istotną cechą tego typu technologii jest to, że *output* jednych narzędzi może stanowić *input* innych. W efekcie powstaje potencjał sieci automatycznie przetwarzających duże ilości danych, gdzie rola człowieka zostaje zmniejszona do nadzoru nad siecią, kontroli jej działania i rozwiązywania przypadków szczególnych, niestandardowych, z którymi sieć nie może sama sobie poradzić. Obserwacja ta oznacza, że potencjalnie technologia teleinformatyczna jest technologią silnie kapitałochłonną, charakteryzującą się bardzo wysoką produktywnością w przeliczeniu na jednostkę pracy.

Komputeryzacja dotyczy rzeczywistych narzędzi potrzebnych do przetwarzania informacji (Kotecka, 2011). Powiązana jest bowiem z rozwojem technologii obróbki danych – urządzeń, które pozwalają na wykonywanie operacji logicznych, w tym na pracę z informacją. Niezbędnym warunkiem rozwoju ICT była więc popularyzacja komputerów i innych urządzeń przetwarzających dane, które sprawiły, że działalność ta stała się powszechna w gospodarce i w społeczeństwie. Element ten nadal stale się zmienia wraz z rozwojem technologicznym. Informatyzacja natomiast jest rozwinięciem komputeryzacji w wymiarze ludzko-organizacyjnym (Lisiak-Felicka, 2009: 1435).

Digitalizacja (cyfryzacja) jest pojęciem odnoszącym się do tworzenia treści niematerialnych, cyfrowych – lub do przenoszenia informacji dostępnych na nośnikach „analogowych” (przykładowo papier) do postaci cyfrowej – a więc odpowiednich do

przetwarzania w systemach informatycznych (Łuba, 2011). Ważnym aspektem digitalizacji jest asymetria występująca między procesem konwersji danych cyfrowych na analogowe (proces tańszy) oraz odwrotnym (proces droższy). Digitalizacja treści analogowych wiąże się z nakładami, a oprogramowanie służące automatycznemu rozpoznawaniu tekstu jest nadal niedoskonałe i nie daje całkowitej pewności dotyczącej poprawności takiej konwersji. Tymczasem czyste, cyfrowe dane mogą zostać zastosowane po dużo mniej kosztownym, w dużej mierze zautomatyzowanym przygotowaniu. Czynnikiem ten wskazuje, że chcący minimalizować koszty podmiot będzie raczej zainteresowany tworzeniem treści bezpośrednio w sposób cyfrowy (np. poprzez interaktywne formularze, a nie poprzez formularze papierowe).

Komputeryzacja urzędów gmin nie oznacza pełnego wykorzystania potencjału narzędzi teleinformatycznych. Badania pokazują, że w 2015 roku zaledwie 60% urzędów wspierało swoje działanie komunikacją elektroniczną, a aż w 93% urzędów podstawowym kanałem prowadzenia dokumentacji jest forma papierowa (*Gmina na 5!*, 2016: 20). Przetwarzanie będącej w obiegu formy papierowej do wersji elektronicznej wiąże się z ponoszonymi dodatkowo nakładami – pokazuje to rozbieżność kategorii „komputeryzacji” oraz „informatyzacji”, jak również powiązane z nią koszty.

EKONOMIA INSTYTUCJONALNA JAKO SPOSÓB ANALIZY

Szeroki zakres działań, procesów i aspektów, który objęty jest przez technologie teleinformatyczne, stwarza podstawowe trudności w analizie tego typu zjawisk. Bowiern różne działania, rozwiązania i decyzje podmiotów gospodarujących w różnorodny sposób wpływają na ostateczne działanie rynku i społeczeństwa. Pojawia się więc pytanie, w jaki sposób tak zróżnicowany zakres zjawisk włączyć w spójne środowisko analizy, które równocześnie będzie użyteczne oraz odpowiednio przejrzyste. Można zaobserwować, że duża część efektów ICT bezpośrednio wpływa na koszty prowadzonych przez podmioty transakcji. Dlatego jako główny element analizy przyjęta zostaje metodyka ekonomii instytucjonalnej oraz nowej ekonomii instytucjonalnej. W niniejszej części zaprezentowane zostaną podstawy tych nurtów, które posłużą dalszej analizie.

Podstawowym pojęciem ekonomii instytucjonalnej jest „instytucja”. W przeciwieństwie do potocznego znaczenia tego słowa (urząd, organizacja) w ekonomii instytucjonalnej instytucją nazywa się pewnego rodzaju „reguły gry” w społeczeństwie, wzorce interakcji, które ograniczają relacje między podmiotami i nimi zarządzają (North, Joseph, Weingast, 2009). Podmioty w gospodarce nie działają w próżni, lecz otoczone są zestawem zasad i reguł, które służą unormowaniu zachowań jednostek oraz organizacji i które w efekcie kształtują ich końcowe decyzje oraz ograniczają niepewność. Tak rozumiane instytucje mogą być zarówno formalne (prawo, regulacje), jak i nieformalne (zwyczaje, tradycja, normy moralne). Za początek tzw. starej szkoły instytucjonalnej uznaje się prace Thorsteina Veblena (Ratajczak, 2011: 32). Była ona nurtem krytycznym wobec ekonomii neoklasycznej, wykazując brak uwzględnienia w niej kwestii instytucjonalnych. Szkoła ta skupiona była na podejściu w małym stopniu zmatematyzowanym, podejmującym kwestię ewolucji instytucji i ich tworzenia.

W przeciwieństwie do wcześniejszych nurtów instytucjonalnych nowa ekonomia instytucjonalna (NEI) nie powstała jako krytyka ekonomii głównego nurtu, ale sama wyłoniła się z ekonomii neoklasycznej. Jej konstruktywistyczny charakter definiuje

jej cel, jakim jest uzupełnienie ekonomii głównego nurtu o aspekty instytucjonalne (Kowalska, 2005: 47). Dwa podstawowe spojrzenia w zakresie NEI prezentują prace Douglasa C. Northa oraz Oliviera E. Williamsona. D.C. North prezentuje instytucje w dwóch podstawowych kategoriach – otoczenia (środowiska) instytucjonalnego oraz porządku instytucjonalnego (Hardt, 2009). Środowisko instytucjonalne dotyczy otoczenia, w którym funkcjonują podmioty. To wszystkie reguły i ograniczenia, których doświadcza podmiot, podejmując decyzje. Porządek instytucjonalny z kolei to struktury, które podmioty tworzą w ramach danego środowiska instytucjonalnego, a które mają ułatwić im funkcjonowanie. Porządek instytucjonalny zależy od środowiska instytucjonalnego – tworzony jest bowiem przez społeczeństwo w celu organizacji jego funkcjonowania w danym środowisku. Równocześnie sam porządek instytucjonalny może być postrzegany przez inne podmioty (na niższym poziomie) jako element środowiska instytucjonalnego. Przykładowo: w ramach działającego w danej gospodarce systemu prawnego (środowisko instytucjonalne) tworzą się duże przedsiębiorstwa i korporacje (porządek instytucjonalny), a w ramach tych korporacji funkcjonuje wewnętrzna struktura i powiązane z nią zasady, które dla pracujących tam osób same stanowią instytucjonalne środowisko wpływające na ich działania. Pokazuje to, że instytucje oddziałują na społeczeństwo i gospodarkę wielopoziomowo, wzajemnie na siebie wpływając. W szczególności publiczny decydent może poprzez kreowany przez siebie system prawny i organizacyjny wpływać na kształt otoczenia instytucjonalnego, a tym samym działania podmiotów gospodarujących. Jednym z kanałów tego wpływu jest wykorzystanie technologii teleinformatycznych.

Bardziej szczegółowy podział instytucji zastosował O.E. Williamson. Jako kryterium zastosował poziom ogólności, jak również powiązany z nim czas „instytucjonalnej zmiany”. Czas ten w sposób przybliżony pokazuje ramy, w jakich zachodzi dostosowywanie się instytucji, a więc jak bardzo dana grupa instytucji jest trwała i odporna na zmianę, czyli (jak autor niniejszego tekstu nazywa ten aspekt) jaką charakteryzuje się „inercją instytucjonalną”.

Poziomy te prezentuje tabela 1.

Tab. 1. Poziomy analizy instytucjonalnej

Poziom analizy	Przedmiot analizy	Tempo zmian (lata)	Cel analizy
Poziom 4: Teoria społeczna	instytucje nieformalne, zasady moralne, tradycje, religia	100–1000	zinternalizowane normy i zachowania
Poziom 3: Teoria praw własności	środowisko instytucjonalne: formalne reguły gry, prawa własności, ustrój polityczny, biurokracja, wymiar sprawiedliwości	10–100	kształtowanie się środowiska instytucjonalnego
Poziom 2: Ekonomia kosztów transakcyjnych	podstawy mechanizmu rynkowego i struktur hierarchicznych, wybór metod zarządzania	1–10	wybór przez podmioty optymalnych struktur zarządczych
Poziom 1: Ekonomia neoklasyczna	alokacja zasobów – mechanizm rynkowy	bieżące dostosowania	optymalizacja rynkowa, rachunek marginalny

Źródło: opracowanie własne na podstawie Chotkowski (2010: 102)

Szczególnie ważny w niniejszej analizie jest poziom drugi, odnoszący się do teorii kosztów transakcyjnych, która scharakteryzowana zostanie w dalszej części tekstu.

Kategorie instytucjonalne mogą być niezwykle pomocne w opisie zjawisk będących przedmiotem tego artykułu. Analizując wpływ technologii teleinformatycznych, można dokonać wstępnej klasyfikacji efektów jej funkcjonowania w oparciu o podział w dwóch płaszczyznach. Pierwszą płaszczyzną jest podzielenie technologii teleinformatycznej na *online* oraz *offline*. Technologia *offline* powiązana jest z samym wprowadzaniem urządzeń elektronicznych oraz komputeryzacją. Narzędzia tego typu w sposób znaczący usprawniają przetwarzanie informacji oraz zwiększają efektywność powiązanych z tym procesów. Określenie *online* oznacza aspekty związane z łączeniem urządzeń w sieci oraz pozwalające na ich komunikację. Analogicznie – w niniejszej pracy kategoria *online* odwołuje się do tych aspektów wpływu ICT, które wynikają z ułatwienia oraz rozpowszechnienia komunikacji „na odległość” między podmiotami.

Drugą płaszczyzną jest kanał oddziaływania technologii teleinformatycznych. Autor wyróżnia tutaj oddziaływanie bezpośrednie – a więc bezpośredni wpływ na koszty funkcjonowania podmiotów gospodarczych wynikające z zastosowania ICT. Oddziaływanie pośrednie natomiast to wpływ realizujący się poprzez zmiany w otoczeniu instytucjonalnym oraz porządku instytucjonalnym wynikające z dostosowywania się społeczeństwa do warunków funkcjonowania wspieranego przez technologię informacyjną i komunikacyjną.

Przykładowe efekty zastosowania technologii teleinformatycznych w podziale na obie płaszczyzny prezentuje tabela 2.

Tab. 2. Wpływ ICT na gospodarkę

Kanał oddziaływania	Zakres działania		
	zwiększona produktywność	niższy koszt informacji	bezpośredni
	zmieniona organizacja pracy	zmiana instytucjonalna	pośredni
	<i>offline</i>	<i>online</i>	

Źródło: opracowanie własne

Najbardziej pojemną, zróżnicowaną oraz wielowymiarową grupę stanowią efekty pośrednie *online*. Znaczna redukcja kosztów komunikacji, oderwanie samej komunikacji od ram czasowych (e-usługi dostępne w trybie 24/7), zmniejszenie czasu przesyłania informacji do wartości bliskich zeru – te cechy komunikacji z wykorzystaniem rozwiązań elektronicznych wywierają ogromny wpływ na kształt społeczeństwa, sposób jego funkcjonowania, jego oczekiwania dotyczące prowadzonych procesów, a w efekcie na dokonywane oceny oraz podejmowane decyzje i działania. Podmioty na co dzień korzystające na rynku komercyjnym z rozwiązań pozwalających na czerpanie korzyści z informatyzacji mogą wykazywać subiektywną skłonność do postrzegania kosztów interakcji z podmiotami publicznymi jako wyższych, jeżeli nie mogą dokonywać jej na podobnych warunkach. Innymi słowy – niedopasowanie oferowanych przez podmioty publiczne usług do kształtujących się w społeczeństwie informacyjnych norm skutkować może wyższymi poziomami postrzeganych kosztów.

KOSZTY TRANSAKCYJNE

Wspomnianą już we wcześniejszej części niniejszego tekstu kategorią są koszty transakcyjne. Stanowią one podstawę proponowanego tutaj podejścia naukowego, wymagają więc bardziej szczegółowej charakterystyki oraz pogłębienia tego zagadnienia.

Aktywność ekonomiczna podmiotów na rynku wiąże się z kosztami. Pierwotne podejście do kategorii kosztów transakcyjnych wiązało się z analizą kosztów funkcjonowania rynku. Najczęściej stosowaną w tym kontekście analogią jest porównanie systemu rynkowego do układu mechanicznego w fizyce. W uproszczonych modelach fizycznych oddziaływania i zjawiska są często opisywane z założeniem, że siły tarcia są pomijalnie małe oraz mogą zostać niewłączone do analizy. Jednakże w rzeczywistych układach mechanicznych tarcie jest nieodłącznym elementem ich funkcjonowania i w bardziej precyzyjnych zastosowaniach musi zostać uwzględnione. W ekonomii odpowiednikiem układu mechanicznego jest rynek, natomiast odpowiednikiem siły tarcia są występujące w czasie jego funkcjonowania koszty transakcyjne (Williamson, 1998: 22). Korzystanie z rynku jest bowiem kosztowne. Wymaga ono poniesienia takich kosztów, jak: dostarczenie do potencjalnych kontrahentów, transport dóbr, ustalenie ceny, przygotowanie towaru, spełnienie obowiązków prawnych oraz (co jest szczególnie ważne w świetle tego tekstu) zdobycie informacji oraz udostępnienie jej innym podmiotom.

Można zdefiniować „transakcję” jako akty wymiany – nie tylko wymiany rynkowej, ale również dowolnej wymiany mającej miejsce w gospodarce. Transakcję o dobrze zdefiniowanej strukturze i wyraźnie zarysowanych obowiązkach stron nazywa się z kolei „kontraktem”. Transakcje i kontrakty stanowią podstawowe jednostki analizy w ekonomii (teorii) kosztów transakcyjnych (EKT).

Podejście EKT stanowi więc, że zachodzące w gospodarce procesy rozpatrywać należy jako wiązki transakcji, w których każda charakteryzuje się określonym kosztem transakcyjnym. Koszty te należy odróżnić od kosztów produkcji (Williamson, 1998: 32).

Koniecznym w analizie rozróżnieniem jest podział ogółu kosztów transakcyjnych na koszty *ex ante* oraz koszty *ex post* (Williamson, 1998: 32–34). Koszty *ex ante* w literaturze określa się jako koszty przygotowania kontraktu ponoszone przed jego zawarciem. Kategoria ta obejmuje zwłaszcza koszty negocjacji, jak również koszty pozyskania informacji, koszty analizy potencjalnych skutków kontraktu i możliwych zagrożeń oraz zaplanowania działań na skutek realizacji potencjalnych problemów. Koszty *ex post* to koszty występujące już po zawarciu kontraktu i powiązane z jego realizacją. Dotyczą one pozyskiwania informacji o stanie wykonania kontraktu, kontroli, podejmowania działań wynikających z niego. Zależność między obiema kategoriami kosztów jest odwrotna – poniesienie wyższych kosztów *ex ante* (np. na przygotowanie bardziej precyzyjnej umowy) pozwala na redukcję kosztów *ex post* (np. niższe koszty dochodzenia praw w przypadku bardziej precyzyjnej umowy). Oraz odwrotnie – niższe koszty *ex ante* wiążą się z wyższymi potencjalnymi kosztami *ex post*.

Realna zależność obu typów kosztów jest niejednoznaczna i niemożliwa do ustalenia. Każda transakcja charakteryzuje się specyficznym kształtem tej zależności – zależy on od środowiska instytucjonalnego i jest zmienny w czasie. Można jednak podjąć próbę ustalenia postulowanych własności, jakimi taka zależność powinna się charakteryzować. Pomocne w tym zadaniu są rozważania, jakie przeprowadził B. Martens w swojej książce z 2004 roku (Martens, 2004). Analizując głównie kwestie informacyjne, doszedł

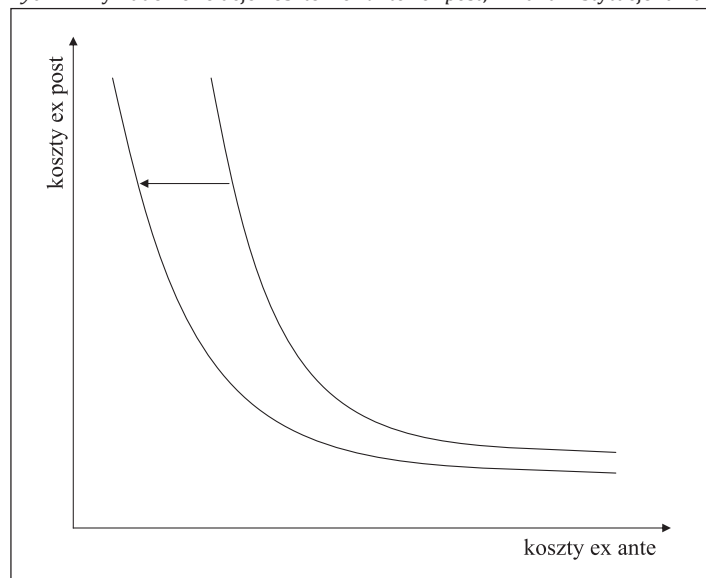
on do wniosku, że zależność między kosztami *ex ante* oraz *ex post* reprezentowana musi być przez hiperbolę opisaną funkcją wymierną dla dodatnich argumentów (ryc. 1).

Obserwacja Martensa opiera się na analizie dwóch przypadków granicznych, gdy koszty *ex ante* dążą do zera oraz gdy koszty *ex ante* dążą do nieskończoności. W celu pozyskania informacji podmiot musi poświęcić część rzadkiego dobra, które Martens określił mianem „zdolności poznawczej”. Zerowe koszty *ex ante* oznaczają brak kontraktu, bowiem nie można zawrzeć kontraktu bez poniesienia jakiegokolwiek kosztu. Brak kontraktu oznacza całkowitą niepewność, strony nie mają bowiem uzgodnionych żadnych warunków transakcji, a co za tym idzie – nie mogą oszacować skończonego poziomu potencjalnych kosztów *ex post*. Koszt niepewności rośnie więc do nieskończoności.

Drugim przypadkiem są koszty *ex ante* dążące do nieskończoności. Wraz ze wzrostem kosztów *ex ante* maleją koszty *ex post*. Jednakże koszty *ex post* nie mogą spaść poniżej pewnej wielkości kosztów transakcyjnych, które określić można „stałymi kosztami transakcyjnymi” (Kowalska, 2005: 56), które są niezależne od podjętych działań. Jeżeli nie występują stałe koszty transakcyjne, granicą tą jest poziom zero – koszty bowiem nie mogą być ujemne.

Uzasadnieniem wypukłości funkcji relacji kosztów jest natomiast rozważenie sposobu, w jaki strony transakcji redukują koszty transakcyjne. Podmiot, który w sposób racjonalny próbuje minimalizować sumę kosztów transakcyjnych, w pierwszej kolejności będzie przeznaczał koszty *ex ante* na rozwiązania najbardziej efektywnie redukujące koszty *ex post*, w dalszej dopiero kolejności będzie stosować rozwiązania coraz mniej efektywne. Z matematycznego punktu widzenia oznacza to, że kolejne przyrosty kosztów *ex ante* prowadzą do coraz mniejszych spadków kosztów *ex ante*, co w połączeniu z malejącym i monotonicznym charakterem relacji między oboma typami kosztów musi prowadzić do wniosku o wypukłości rozważanej funkcji.

Ryc. 1. Przykładowe relacje kosztów *ex ante* i *ex post*, zmiana instytucjonalna



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Martens (2004)

W ramach uściślenia wprowadzonego rozumowania należy zauważyć, że nie istnieje pojedynczy sposób wykorzystania danego poziomu poniesionych kosztów *ex ante* – mogą one zostać wykorzystane przez podmiot mniej lub bardziej efektywnie. Jednakże na potrzeby niniejszych rozważań autor przyjmuje, że funkcja relacji kosztów dla każdego poziomu kosztu *ex ante* przyporządkowuje poziom kosztów *ex ante*, co wynika z najbardziej efektywnego, dostępnego wykorzystania ponoszonych kosztów. Rozszerzenie rozumowania o kwestię efektywności podmiotów jest możliwym pogłębieniem prezentowanego podejścia, nie będzie ono jednak wprowadzone w niniejszym tekście.

Powyższa charakterystyka funkcji prowadzi do ogólnego opisanie relacji między oboma typami kosztów, nie wymaga jednak szczegółowego ustalenia matematycznej postaci tej zależności. Tym bardziej nie oznacza, że podmioty znają taką postać lub też, że w sposób świadomy dokonują jej matematycznej optymalizacji. Jednakże przyjęcie konkretnej matematycznej postaci funkcji będzie pomocne w dokonaniu analizy i równocześnie pozwoli na bardziej precyzyjne wyciąganie wniosków. Najpierw jednak konieczne jest odniesienie teorii kosztów transakcyjnych do relacji między sektorem publicznym a podmiotami rynkowymi – jeżeli funkcja taka ma być użyteczna w kontekście opisu wpływu wykorzystania ICT przez organy publiczne.

TRANSAKCJE A SEKTOR PUBLICZNY

Wyżej zaprezentowana teoria kosztów transakcyjnych opisuje transakcje dokonywane pomiędzy podmiotami przy założeniu dobrowolności ich zawarcia, w szczególności z użyciem mechanizmu rynkowego. Jednakże założenie to nie jest konieczne. Odpowiednia reinterpretacja wprowadzonych pojęć pozwala na objęcie analizą również relacji na linii sektor publiczny–sektor prywatny. W tym celu należy zidentyfikować występujące w tej sytuacji transakcje, sposób i moment ich zawierania oraz ich charakterystykę.

Jako tego rodzaju transakcję autor niniejszego tekstu traktuje każdą aktywność ekonomiczną podmiotów rynkowych wiążącą się z nawiązaniem kontaktu z sektorem publicznym lub wymagającą wypełnienia stawianych przez niego warunków. Publiczni decydenci – kształtując ramy prawne oraz organizacyjne – wpływają na środowisko instytucjonalne. Tworzą tym samym zestaw warunków, które muszą być zaakceptowane i przestrzegane przez podmioty podejmujące konkretne decyzje i działania. W takim podejściu nie ma negocjacji kontraktu (oddzielną kwestią jest mechanizm transmisji preferencji społecznych na poziom polityczny – jest to jednak domena innych dziedzin, takich jak nauki polityczne lub teoria wyboru społecznego, i nie będzie poruszana w niniejszym tekście), lecz dominująca strona publiczna narzuca warunki transakcji, które podmiot niepubliczny albo akceptuje, podejmując daną aktywność ekonomiczną, albo odrzuca, tej działalności nie podejmując. Tego typu decyzją może być np. decyzja o rozpoczęciu lub zakończeniu prowadzenia działalności gospodarczej.

W przypadku kontraktów na rynku podział, wynikających z transakcji kosztów transakcyjnych, na *ex ante* oraz *ex post* w głównej mierze mógł zostać dokonany dzięki identyfikacji kosztów powstających przed oraz po zawarciu kontraktu. Jednakże w przypadku sektora publicznego moment wystąpienia transakcji jest dużo bardziej rozmyty i nieprecyzyjny. Dlatego autor stosuje klasyfikację według charakterystyki kosztu. Koszty o charakterze jednorazowym, prowadzące do podjęcia danej aktywności ekonomicznej, są w niniejszym tekście scharakteryzowane jako koszty *ex ante*, natomiast na koszty *ex post* składają się stale ponoszone koszty w toku prowadzenia danej

działalności i trwania danego procesu w gospodarce. W ujęciu takim kosztem *ex ante* będzie np. koszt zebrania przez potencjalnego przedsiębiorcę informacji o dostępnych w danej okolicy lokalach do wynajęcia (koszt jednorazowy ponoszony w czasie rozpoczynania działalności gospodarczej), kosztem *ex post* natomiast stale występujące w czasie działalności ryzyko potencjalnych problemów w relacji przedsiębiorcy (jako najemcy) z wynajmującym dany lokal.

Jednakże scharakteryzowanie kosztów *ex post* jako „występujących stale w czasie prowadzenia działalności” musi prowadzić do wniosku, że przy nieskończeniu długim okresie również te koszty muszą być nieskończone – bowiem kumulują się wraz z czasem. Ten wstępny wniosek nie jest zgodny z postrzeganiem rzeczywistości przez podmioty z dwóch podstawowych powodów. Po pierwsze – podmioty często nie przewidują nieskończonego czasu trwania tego typu publicznej transakcji. Zarówno przedsiębiorca może odgórnie narzucić sobie określony przedział czasu w przyszłości, w obrębie którego planuje swoje działania, jak i decydent publiczny może być ograniczony takim przedziałem, wynikającym np. z kadencyjności. Po drugie – podmioty subiektywnie przykładają większą wagę do zdarzeń w nieodległej przyszłości niż do wydarzeń mających miejsce po dłuższym okresie. Innymi słowy – koszty, które podmiot przewiduje ponieść np. po pięciu latach, będą dla niego mniej dotkliwe i będą przez niego postrzegane jako niższe niż nominalnie takie same koszty poniesione po upływie miesiąca. Można powiedzieć, że podmiot postrzega przyszłe koszty w sposób zdyskontowany tym silniej, w im bardziej odległej przyszłości mają nastąpić.

OPTIMALIZACJA KOSZTÓW TRANSAKCYJNYCH PRZEZ PODMIOTY W GOSPODARCE

Podmioty gospodarcze postrzegają więc wykonywane przez siebie działania w kontekście otoczenia instytucjonalnego, w którym działają, oraz wynikających z tej działalności kosztów transakcyjnych – zarówno kosztów *ex ante*, jak i kosztów *ex post*. Starają się zatem działać w sposób pozwalający na minimalizację owych kosztów. W celu analizy tego procesu, zgodnie z wcześniejszymi założeniami, autor przyjmuje konkretną postać funkcji relacji kosztów. Nawiązując do koncepcji Martensa, autor wykorzystuje funkcję wymierną, wzbogaconą o zestaw parametrów pozwalający na analizę wpływu na funkcję zróżnicowanej grupy czynników. Funkcja ta spełnia postawione wcześniej w sposób ogólny założenia. Równocześnie funkcja wymierna została rozszerzona o wpływ krótkowzroczności podmiotów – wykorzystano w tym celu czynnik dyskontowy oraz zsumowano koszty w czasie t , rozważanym przez dany podmiot od chwili bieżącej ($t = 0$) do nieskończoności ($t \rightarrow \infty$), co reprezentuje odpowiednia całka:

$$f(x) = \int_0^{\infty} \left(e^{-\rho t} * \left(\frac{\theta}{\alpha x + \beta R} + C \right) \right) dt$$

$$C \geq 0, \theta > 0, R \geq 0, \beta \in [0,1], \alpha > 0, \rho > 0.$$

Zastosowane w powyższym równaniu parametry odnoszą się do różnych czynników mających zróżnicowany wpływ na relacje kosztów *ex ante* i *ex post*, oddziałując one bowiem na tę relację w sposób zróżnicowany.

Parametr α w sposób bezpośredni opisuje wpływ obecnych kosztów *ex ante* (x) na koszty *ex post* ($f(x)$). Zmianę taką można opisać jako zwiększenie parametru α . Przykładem

może być wprowadzenie efektywnego i elastycznego serwisu informacyjnego przez daną gminę lub inną jednostkę terytorialną, jak np. województwo podlaskie oferujące tzw. cyfrowy urząd (*Gmina na 5!*, 2016: 54). Przedsiębiorca, mogąc wykorzystać tego typu system, może bardziej efektywnie obniżyć koszty *ex post*, ponosząc koszty *ex ante*.

Parametr R dotyczy sytuacji „zaktualizowania” kontraktu, tzn. takiej, gdy podmiot nie rozpoczyna nowej działalności, lecz ponownie rozważa poziomy kosztów dla aktywności ekonomicznej będącej już w toku. W takim przypadku nieponiesienie kosztów nie oznacza niezrealizowania transakcji, lecz pozostawienie dotychczasowej w niezmienionej formie. Parametr R reprezentuje więc rezydualny wpływ kosztów *ex ante* poniesionych w przeszłości. Przykładem może być rozważanie przez firmę zmiany systemu informatycznego. Niepodjęcie takiej decyzji oznacza pozostanie przy systemie dotychczasowym, wynikającym z poniesionych nakładów w przeszłości, co reprezentuje wysokość R . Natomiast parametr β reprezentuje siłę wpływu parametru R .

Parametr θ reprezentuje czynniki wpływające zarówno na nowo poniesione koszty *ex ante*, jak i na wpływ tych poniesionych w przeszłości. Przykładowo wprowadzenie bardziej restrykcyjnych przepisów dotyczących administracji bazami danych klientów ma wpływ na koszty transakcyjne działań firmy, niezależnie, czy wprowadzi ona nowy system informatyczny, czy zachowa stary.

Parametr C oznacza pewien minimalny poziom kosztów *ex post*, którego przedsiębiorstwo nie jest w stanie wyeliminować. Przykładem mogą być minimalne możliwe koszty związane z dostępem do infrastruktury zapewniającej dostęp do sieci internet – które przedsiębiorstwo musi ponieść niezależnie od tego, jaki system informatyczny posiada lub jakie elektroniczne usługi publiczne oferuje decydent. Przykładem redukcji tego typu kosztu dla gospodarstw domowych było wprowadzenie tzw. bezpłatnego dostępu do internetu, świadczonego od 2011 roku przez firmę Aero2 na skutek umowy zawartej z Urzędem Komunikacji Elektronicznej (Kawik, 2012).

Czynnik dyskontowy reprezentuje krótkowzroczność podmiotów. Im parametr ρ jest większy, tym podmiot jest bardziej krótkowzroczny, czyli w mniejszym stopniu analizuje koszty występujące w przyszłości. Parametr ρ przyjmuje wartości powyżej zera, co zapewnia zbieżność całki i w efekcie uzyskanie ostatecznego wzoru funkcji relacji kosztów:

$$y = f(x) = \frac{1}{\rho} \left(\frac{\theta}{\alpha x + \beta R} + C \right)$$

$$C \geq 0, \theta > 0, R \geq 0, \beta \in [0, 1], \alpha > 0, \rho > 0$$

Wybór optymalnego poziomu kosztów *ex ante* i *ex post* przez podmiot w gospodarce może być zapisany jako rozwiązanie zadania optymalizacyjnego, w którym podmiot ten minimalizuje sumę obu kosztów przy narzuconej zależności między nimi:

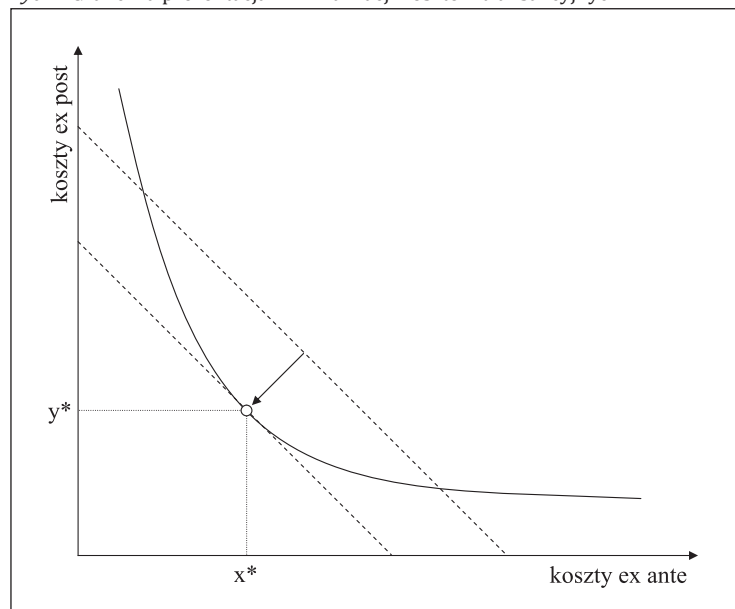
$$y = f(x) = \min_{x,y} (x + y), \text{ p.w. } y = \frac{1}{\rho} \left(\frac{\theta}{\alpha x + \beta R} + C \right)$$

Dzięki założeniom odnośnie do własności funkcji relacji kosztów tak sformułowane zadanie optymalizacyjne ma jednoznaczne rozwiązanie:

$$x^* = \sqrt{\frac{\theta}{\alpha \rho}} - \frac{\beta R}{\alpha}, \quad y^* = \sqrt{\frac{\theta}{\alpha \rho}} + \frac{C}{\rho},$$

a minimalna suma kosztów wynosi $(x^* + y^*) = 2\sqrt{\frac{\theta}{\alpha \rho}} - \frac{\beta R}{\alpha} + \frac{C}{\rho}$.

Ryc. 2. Graficzna prezentacja minimalizacji kosztów transakcyjnych



Źródło: opracowanie własne

Wartość ta stanowi realne koszty, które musi ponieść podmiot gospodарujący realizujący rozważaną działalność (a więc tym samym akceptujący transakcję z decydem publicznym). Jest więc realnym czynnikiem wpływającym na postrzeganą przez niego atrakcyjność podjęcia danego działania lub zlokalizowania swojej działalności w danym miejscu. Jest to obserwacja ważna z punktu widzenia budowania atrakcyjności inwestycyjnej przez samorządy oraz z punktu widzenia organów chcących pobudzać przedsiębiorczość. Pozwala bowiem na analizę możliwości wpływania na te aspekty poprzez kształtowanie otoczenia instytucjonalnego, w tym poprzez wykorzystanie technologii teleinformatycznych. Ponadto dane pokazują, że otoczenie biznesu może być czynnikiem zmniejszającym postrzeganą atrakcyjność inwestycyjną.

Powyższe podejście pozwala zamiast bezpośredniej analizy czynników instytucjonalnych – charakteryzujących się dużym zróżnicowaniem oraz trudnych we włączeniu do formalnej analizy – zastosować podejście podzielone na dwa zasadnicze kroki. Pierwszym z nich jest analiza wpływu zróżnicowanych czynników na relację kosztów *ex ante* i *ex post*. Drugi krok to zastosowanie tak uzyskanej relacji w dalszej analizie, charakteryzującej się bardziej ścisłym charakterem. Podział taki pozwala na bardziej przejrzyste ujęcie tematu, jak również na opis kategorii instytucjonalnych na potrzeby teoretycznej analizy.

PODSUMOWANIE

Publiczni decydenci mają wpływ na kształtowanie otoczenia instytucjonalnego, a otoczenie instytucjonalne w realny sposób wpływa na decyzje podejmowane przez podmioty gospodарujące. Kształtowanie instytucji w gospodarce może więc stanowić ważny kanał oddziaływania na nią – w tym mieć wpływ na atrakcyjność inwestycyjną danej

lokalizacji oraz pobudzanie przedsiębiorczości. Transmisja ta odbywa się poprzez kształtowanie kosztów transakcyjnych, które muszą ponosić podmioty w gospodarce, a które są przez nie optymalizowane.

Czynniki instytucjonalne są kategorią zróżnicowaną i wszechstronnie oddziałującą na gospodarkę. Z punktu widzenia gospodarki opartej na wiedzy szczególną rolę odgrywają zmiany instytucjonalne wynikające z zastosowania technologii teleinformatycznej. Technologia ta stanowi element potencjalnie użyteczny dla publicznych decydentów, pozwala bowiem na kształtowanie kosztów interakcji podmiotów z urzędami. Ponadto zachodzące zmiany społeczne wymuszają na organach publicznych implementację ICT, jej brak bowiem może prowadzić do wzrostu kosztów transakcyjnych i utraty atrakcyjności.

Wykorzystując koncepcje teorii kosztów transakcyjnych, możliwe było proponowanie matematycznego, sformalizowanego podejścia, pozwalającego na opis szerokiego zakresu czynników o charakterze instytucjonalnym. Podejście to zakłada wykorzystanie funkcji relacji kosztów transakcyjnych opisanej *ex ante* i *ex post* i szeregu parametrów, których oszacowanie może być efektem analizy przeprowadzonej w oddzielnym kroku. Podejście takie pozwala z jednej strony na objęcie analizą dużego spektrum zjawisk o charakterze instytucjonalnym, z drugiej natomiast na ujęcie ich wpływu w przejrzysty sposób oraz spójne włączenie go do analizy teoretycznej. Zaprezentowane podejście stanowi wstępną propozycję i może być przedmiotem dalszego rozważania w przyszłości.

Literatura

References

- Chotkowski, J. (2010). Instytucje rynkowe i koszty transakcyjne – kluczowe pojęcia Nowej Ekonomii Instytucjonalnej. *Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G – Ekonomika Rolnictwa*, 97(2), 100–109.
- Gmina na 5! Raport 2015 (2016). Warszawa: Studenckie Koło Naukowe Przedsiębiorczości i Analiz Regionalnych.
- Hardt, Ł. (2009). *Ekonomia kosztów transakcyjnych – geneza i kierunki rozwoju*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Kawik, A. (2012, 25 października). *Aero2: Bezpłatny dostęp do Internetu bez tajemnic*. Pozyskano z <https://socialpress.pl/2012/10/aero2-bezpłatny-dostęp-do-internetu-bez-tajemnic/>
- Kotecka, S. (2011). E-Government & E-Justice. W: L. Górnicki. (red.). *Technologia informacyjna dla prawników*. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.
- Kowalska, K. (2005). Kontraktowanie i koszty transakcyjne w nowej ekonomii instytucjonalnej. *Gospodarka Narodowa*, 7–8.
- Lisiak-Felicka, D. (2009). Wybrane aspekty informatyzacji jednostek samorządu terytorialnego. *Automatyka*, 13(3).
- Łuba, J. (2011). Digitalizacja materiałów archiwalnych. W: K. Ziętał (red.). *Archiwistyka społeczna*. Warszawa: Ośrodek KARTA.
- Martens, B. (2004). *The Cognitive Mechanics of Economic Development and Institutional Change*. Londyn: Routledge.
- North, D.C., Joseph, J., Weingast, B.R. (2009). *Violence and Social Orders*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ratajczak, M. (2011). Popularność ekonomii instytucjonalnej. Moda czy trwała zmiana? *Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego*, 9.
- Williamson, O.E. (1998). *Ekonomiczne instytucje kapitalizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Paweł Kasprowicz, mgr, Studenckie Koło Naukowe Akceleracji, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku ekonomia. Członek Studenckiego Koła Naukowego Akceleracji, były przewodniczący organizacji. Zainteresowania badawcze: koszty transakcyjne, informatyzacja, sektor publiczny, wspieranie przedsiębiorczości, rola małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce.

Paweł Kasprowicz, M.Sc., Student Club of Acceleration, Warsaw School of Economics. Warsaw School of Economics graduate, major: Economics. Member and ex-president of Students' Scientific Society of Acceleration. Research interests: institutional economics, implementation of IT solutions, public sector, supporting the entrepreneurship, role of small and medium enterprises in the economy.

Adres/address:

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Studenckie Koło Naukowe Akceleracji
ul. Madalińskiego 6/8, 02-553 Warszawa, Polska
e-mail: p.r.kasprowicz@gmail.com

JOANNA DOMINIAK

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

Poziom rozwoju nowoczesnych usług w Polsce. Ujęcie regionalne

The Level of Modern Services Development in Poland. Regional Approach

Streszczenie: Działalność usługowa, będąca istotną częścią współczesnej gospodarki, podlega nieustannym zmianom. Zmiany te uwarunkowane są procesami ekonomicznymi, które są skutkiem m.in. postępu technologicznego, nasilającego się procesu globalizacji i zwiększającej się konkurencyjności. Artykuł ma na celu: (1) identyfikację nowoczesnych usług w oparciu o współczesną literaturę przedmiotu, (2) scharakteryzowanie poziomu rozwoju nowoczesnych usług w Polsce na tle innych państw Unii Europejskiej, (3) zanalizowanie zróżnicowania poziomu rozwoju nowoczesnych usług w Polsce w ujęciu regionalnym. Dane wykorzystane w analizie pochodzą z banku danych lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego oraz Eurostatu. W analizie zastosowano również wskaźnik syntetyczny Perkala oraz analizę skupień. Wyniki przeprowadzonych badań prowadzą do następujących wniosków. W ujęciu całościowym wysokim poziomem rozwoju nowoczesnych usług charakteryzują się województwa: mazowieckie, małopolskie, dolnośląskie i pomorskie. Wysoka pozycja województwa mazowieckiego jest wynikiem jego najwyższej pozycji w większości analizowanych kategorii usług nowoczesnych (poza edukacyjnymi i medycznymi). Województwo małopolskie znalazło się w tej klasie głównie za sprawą wysokiego poziomu rozwoju usług edukacyjnych i badawczo-rozwojowych, a województwa dolnośląskie i pomorskie – dzięki usługom profesjonalnym. Niskim poziomem usług nowoczesnych cechują się przede wszystkim słabe gospodarczo województwa Polski Wschodniej oraz województwa: lubuskie, świętokrzyskie i opolskie. Regionalny rozkład wartości wskaźnika syntetycznego poziomu rozwoju usług nowoczesnych w wyraźny sposób nawiązuje do rozkładu ogólnego poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego województw. Szczegółowe potwierdzenie tej relacji wymaga jednak dodatkowych badań.

Abstract: Service activity, which is an essential part of the modern economy, is constantly changing. These changes are conditioned by economic processes resulting, among others, from technological progress, the growing globalization process and increasing competitiveness. The aim of the article is: (1) to identify modern services (based on contemporary literature on the subject), (2) characteristics of the level of development of modern services in Poland compared to other European Union countries, (3) analysis of the level of development of modern services in Poland in regional approach. Data used in the analysis come from the local data bank of the Central Statistical Office and Eurostat. The Perkal synthetic index and cluster analysis were used. The results of the research lead to the following conclusions. In a comprehensive perspective, the following voivodeships are characterized by a high level of development of modern services: Masovian, Lesser Poland, Lower Silesian and Pomeranian. The high position of the Masovian voivodeship is the result of its highest position in the majority of the analyzed categories of modern services (except education and medical). The Lesser Poland voivodeship was in this class mainly due to the high level of development of educational and R&D services, and the Lower Silesian and Pomeranian voivodeships – thanks to professional

services. The low level of modern services is primarily characterized by economically weak voivodeships of Eastern Poland and voivodeships: Lubusz, Świętokrzyskie and Opole. The regional distribution of the value of the synthetic level indicator for the development of modern services clearly refers to the distribution of the general level of socio-economic development of the voivodeships. Detailed confirmation of this relationship requires additional research.

Słowa kluczowe: nowoczesne usługi; Polska; rozwój; województwa

Keywords: development; modern services; Poland; voivodeships

Otrzymano: 18 grudnia 2017

Received: 18 December 2017

Zaakceptowano: 23 maja 2018

Accepted: 23 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Dominiak, J. (2018), Poziom rozwoju nowoczesnych usług w Polsce. Ujęcie regionalne. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 204–215. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.14>

WSTĘP

Działalność usługowa, będąca istotną częścią współczesnej gospodarki, podlega nieustannym zmianom. Zmiany te uwarunkowane są procesami ekonomicznymi, które są skutkiem m.in. postępu technologicznego, nasilającego się procesu globalizacji i zwiększającej się konkurencyjności. Zgodnie z teoriami działalności usługowej, coraz większego znaczenia nabierają usługi wyspecjalizowane, zatrudniające pracowników o wysokich kwalifikacjach zawodowych, wśród nich dynamicznie rozwijające się usługi o wysokim nasyceniu wiedzą. Do ich rozwoju przyczynił się także wzrost zapotrzebowania na nowoczesne usługi w dobie rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. Artykuł ma na celu: (1) identyfikację nowoczesnych usług w oparciu o współczesną literaturę przedmiotu, (2) scharakteryzowanie poziomu rozwoju nowoczesnych usług w Polsce na tle innych państw Unii Europejskiej, (3) zanalizowanie zróżnicowania poziomu rozwoju usług nowoczesnych w Polsce w ujęciu regionalnym. Dane wykorzystane w analizie pochodzą z banku danych lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego oraz Eurostatu.

USŁUGI NOWOCZESNE I ICH ROLA W ROZWOJU W ŚWIELE LITERATURY PRZEDMIOTU

W literaturze przedmiotu równolegle funkcjonują pojęcia: usługi nowe, usługi innowacyjne, a także usługi nowoczesne. Pojęcia te, choć nie są synonimami, często używane są zamiennie. Warto jednak zwrócić uwagę, że pod pojęciem usług nowych rozumie się zwykle te usługi, które pojawiły się stosunkowo niedawno. Nowość bowiem to (według słownika języka polskiego) coś właśnie wynalezione, zrobione, będące od niedawna w jakimś środowisku. W tym miejscu należy też rozgraniczyć nowość w skali przedsiębiorstwa (skala mikro) oraz nowość na rynku (skala makro). Coś, co będzie nowością dla jednego przedsiębiorstwa, może już od dawna funkcjonować w innym. Podobnie w skali makro. Warto więc mieć na uwadze fakt, że coś może być nowością lub nie ze względu na punkt odniesienia. Możliwość zamawiania zakupów drogą elektroniczną w przypadku wielu sklepów w Polsce jest usługą nową, choć przecież sklepy

oferowały już sprzedaż internetową w wielu krajach Europy Zachodniej czy w Stanach Zjednoczonych.

L. Menor, M. Tatikonda i S. Sampson (2002) definiują nową usługę jako ofertę, która wcześniej nie była dostępna dla klientów firmy i wynika z dodania jej do wcześniejszej oferty usług lub ze zmian w koncepcji usług, które pozwalają na ich udostępnianie. Ponieważ w literaturze przedmiotu usługę postrzega się jako szereg interakcji pomiędzy uczestnikami, procesami i elementami materialnymi, zmiany któregośkolwiek elementu powodują „nowość” usługi. Zdaniem autorów wszystkie zmiany w koncepcji usługi, które wymagają innych kompetencji niż dotychczasowe, mogą być uważane za nową usługę. Autorzy podkreślają także, że należy brać pod uwagę zarówno „nowość” oferty usługowej (jaka nowa usługa jest oferowana), jak i zmiany w koncepcji usługi (jak jest oferowana). Takie podejście wymaga jednak podziału usług nowych ze względu na stopień dokonanych zmian. Nowe usługi, podobnie jak usługi innowacyjne, mogą być klasyfikowane ze względu na stopień nowości na radykalne i przyrostowe. Radykalne dotyczą nowych usług dla rynku, wcześniej niezdefiniowanych, najczęściej powstałych w wyniku rozwoju ICT, bądź też nowych usług w przedsiębiorstwie, które jednak świadczone są już na rynku przez inne przedsiębiorstwa. Przyrostowe zaś dotyczą wzbogacenia istniejącej oferty usług przez dodanie nowych pozycji (np. w menu, nowych tras, kursów), zmian w cechach usług dotychczas już świadczonych czy niewielkich zmian, które mają wpływ na ich odbiór przez klientów (Johnson, Menor, Roth, Chase, 2000; Menor, Tatikonda, Sampson, 2002). Nowe usługi mogą być także klasyfikowane ze względu na to, czy „nowość” dotyczy wkładu (*input*), procesu, czy efektu (*output*).

Innowacyjność w odniesieniu do nowości jest pojęciem szerszym. Obejmuje ono cały proces przejścia od pomysłu, przez jego realizację, aż do wprowadzenia nowości w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Innowacja jest więc komercyjnym zastosowaniem czegoś nowego (nowości). Podobnie jak w przypadku nowości, także innowacje rozpatrywać można w różnych skalach. W zależności od punktu odniesienia usługa może być innowacyjna dla przedsiębiorstwa lub na rynku (jeśli wcześniej nie wprowadziło jej żadne przedsiębiorstwo). Podobnie jak w przypadku innowacji produktowych, w przypadku usług także mamy do czynienia z dwoma rodzajami innowacji. W zależności od rozpatrywanej skali możemy je podzielić na radykalne (*radical*) i przyrostowe (*incremental*) (Garcia, Calantone, 2002). Innowacje radykalne to nowe usługi na rynku, wcześniej nieznane, niezdefiniowane, powstające najczęściej w wyniku zastosowania nowych technologii (szczególnie w sektorze ICT). Innowacje przyrostowe polegają najczęściej na rozszerzeniu istniejącej oferty usług przez dodanie nowych elementów, zmiany form dystrybucji. Zwykle (podobnie jak w przypadku produktów) innowacje usługowe o charakterze radykalnym mają charakter innowacji popytowych (i powstają dzięki rozwojowi ICT), a innowacje przyrostowe – popytowych, które są narzucane przez oczekiwania klientów.

Usługi nie są jednakowo podatne na innowacje. Dyfuzja postępu technologicznego w usługach charakteryzuje się nierównomiernością jego rozprzestrzeniania się w różnych rodzajach usług. Wynika to z heterogeniczności i związanych z nią odmiennych prawidłowości rozwoju poszczególnych usług i roli, jaką w nich odgrywają praca i kapitał (Szukalski, 2001). W literaturze odnajdujemy wiele klasyfikacji usług ze względu na stopień podatności na innowacje, jak choćby „sectoral innovation styles typology”

(Soete, Miozzo, 1989) czy „sectoral innovation patterns typology” (Den Hertog, Bilderbeek, 1999), a w polskiej literaturze przedmiotu podział K. Rogozińskiego (2004). Generalnie przeważa w nich pogląd, że mniejszą podatnością na innowacje cechują się usługi *supplier oriented*, czyli zorientowane na dostawcę – usługi osobiste, hotele i restauracje, handel. Zdecydowanie większą podatnością na innowacje cechują się usługi oparte na wiedzy i związane z obsługą działalności gospodarczej. W kontekście podatności usług na innowacje należy także wspomnieć o kategorii usług bazujących na wiedzy (opartych na wiedzy), *knowledge intensive services*. Są to usługi, których ważnym elementem jest wiedza, stanowiąca ich źródło (*input*). Istotna jest także możliwość wykorzystania wyniku procesu lub czynności usługowej jako wkładu do procesu produkcyjnego. Stąd więc ich wysoka podatność na zmiany i innowacje.

Pojęcie „usługa nowoczesna” (*modern service*) ma nieco inny wymiar. Większe znaczenie przypisuje się tu postępowi technologicznemu (Mishra, Lundstrom, Anand, 2011). Nowoczesny to postępowy, jak sama nazwa wskazuje – właściwy nowym czasom. Stąd w dobie dynamicznego rozwoju ICT i wzrostu znaczenia w gospodarce wiedzy sensownym wydaje się być wybór polegający na przyjęciu za usługi nowoczesne takich usług, które zalicza się do usług wiedzochłonnych (opartych na wiedzy) i dodatkowo „właściwych nowym czasom”, czyli podlegających dynamicznemu rozwojowi. Wśród klasyfikacji usług na tradycyjne i nowoczesne często pojawia się także kryterium dynamiki wzrostu udziału usług w tworzeniu PKB. Przykładem tego typu podejścia jest klasyfikacja B. Eichengreena (2009). Wyróżnia on:

- usługi tradycyjne (handel, transport i magazynowanie, administracja), których udział w tworzeniu PKB spada,
- usługi stanowiące hybrydę usług nowoczesnych i tradycyjnych (edukacja, opieka zdrowotna, hotele i restauracje, usługi komunalne i osobiste) – ich udział rośnie powoli,
- usługi nowoczesne (pośrednictwo finansowe, informatyka, usługi dla biznesu, komunikacja), których udział wzrasta bardzo dynamicznie.

Z tego względu drugim przyjętym kryterium wyróżniającym usługi nowoczesne jest ich dynamiczny rozwój mierzony wzrostem ich udziału w strukturze usług (według udziału w tworzeniu dochodu i zatrudnienia) oraz dynamiką zatrudnienia. Nakładając na siebie te dwa kryteria, dokonano identyfikacji nowoczesnych usług, które zostaną poddane szczegółowej analizie w dalszej części opracowania. W oparciu o wcześniej przywołaną literaturę przedmiotu, w pracy, dla potrzeb analizy empirycznej, jako usługi nowoczesne traktuje się więc takie usługi, które spełniają dwa kryteria. Po pierwsze założono, że są to usługi należące do grupy tzw. usług o wysokim nasyceniu wiedzą (KIS). Przyjęcie tego założenia ma tę zaletę, że usługi te występują w oficjalnych klasyfikacjach działalności (NACE, PKD), dzięki czemu możliwe jest pozyskanie danych statystycznych niezbędnych do analizy. Drugim przyjętym kryterium wyróżniającym usługi nowoczesne jest ich dynamiczny rozwój wyrażający się wzrostem ich udziału w strukturze usług według miernika zatrudnienia. Nałożenie na siebie tych dwóch kryteriów pozwala na wyróżnienie rodzajów działalności usługowych, które zostaną poddane szczegółowej analizie w dalszej części opracowania. Należą do nich usługi: informatyczne, badawczo-rozwojowe, obsługa nieruchomości, profesjonalne, finansowo-ubezpieczeniowe oraz edukacyjne i medyczne (tab. 1). Tego typu podejście ma podstawową zaletę – pozwala na prowadzenie analiz empirycznych w oparciu o publikowane

dane statystyczne. Przyjęcie takich założeń nie jest także pozbawione mankamentów. Przede wszystkim nie uwzględnia ważnej grupy – niewątpliwie nowoczesnych usług – które nie zostały sklasyfikowane w NACE (PKD). Chodzi np. o usługi elektroniczne, takie jak: elektroniczna administracja, zdalna medycyna, elektroniczny handel czy elektroniczna bankowość.

Tab. 1. Usługi nowoczesne

Usługi oparte na wiedzy (KIS – <i>knowledge intensive services</i>) – według PKD	Kryterium 1	Kryterium 2
Działalność pocztowa i telekomunikacyjna	V	–
Informatyka i działalność pokrewna	V	V
Działalność badawczo-rozwojowa	V	V
Transport wodny i powietrzny	V	–
Obsługa nieruchomości	V	V
Usługi profesjonalne	V	V
Pośrednictwo finansowe i ubezpieczenia	V	V
Edukacja	V	V
Opieka zdrowotna	V	V
Działalność sportowa, kulturalna i rekreacyjna	V	–

Kryteria:

1. Należą do usług o wysokim nasyceniu wiedzą (*knowledge intensive services* – KIS).
2. Cechują się wzrostem udziału w strukturze usług (według miernika zatrudnienia).

Źródło: opracowanie własne

POZIOM ROZWOJU NOWOCZESNYCH USŁUG W POLSCE

Punktem wyjścia niniejszej analizy była próba ukazania poziomu rozwoju nowoczesnych usług w Polsce na tle innych państw Unii Europejskiej. Na tym etapie postępowania badawczego wykorzystano cechy zamieszczone w tabeli 2, opisujące poszczególne zidentyfikowane usługi nowoczesne.

Tab. 2. Wskaźniki poziomu rozwoju nowoczesnych usług

Rodzaj usług	Wskaźniki działalności usługowej
Usługi edukacyjne i medyczne	wydatki na edukację jako % PKB
	wskaźnik skolaryzacji (szkoły wyższe)
	odsetek osób korzystających z e-learningu
	wydatki na ochronę zdrowia na 1 mieszkańca (euro)
	personel medyczny na 100 tys. mieszkańców
Usługi badawczo-rozwojowe	odsetek pracujących w B+R w aktywnych zawodowo
	wydatki ogółem na B+R (GERD) – na 1 mieszkańca (euro)
	wydatki przedsiębiorstw – na B+R (BERD) na 1 mieszkańca (euro)
Usługi finansowe	odsetek pracujących w sekcji: pośrednictwo finansowe
	liczba instytucji kredytowych na 1 tys. podmiotów gospodarczych
	odsetek zatrudnionych w instytucjach kredytowych
Usługi profesjonalne	odsetek pracujących w sektorze ICT
	odsetek zatrudnionych w usługach profesjonalnych (sekcja M)

Źródło: opracowanie własne

W analizie zróżnicowania przestrzennego poziomu rozwoju nowoczesnych usług zastosowano syntetyczny wskaźnik Perkala¹ w następującej postaci (Kostrubiec, 1965):

$$W_s = \frac{\sum_{j=1}^p y_{ij}}{p}$$

gdzie:

W_s – wskaźnik syntetyczny,

j – 1, 2, ..., p ,

p – liczba uwzględnionych cech,

y_{ij} – standaryzowana wartość j -tej cechy dla i -tego obiektu.

Zastosowanie wskaźnika syntetycznego wymagało w pierwszej kolejności standaryzacji wartości wskaźników opisujących natężenie poszczególnych cech. Standaryzację dla cech mających charakter stymulant przeprowadzono w oparciu o formułę:

$$y_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}}{S_j}$$

gdzie:

y_{ij} – standaryzowana wartość j -tej cechy dla i -tego obiektu,

x_{ij} – wartość j -tej cechy dla i -tego obiektu,

$\bar{x}$ – średnia arytmetyczna wartości j -tej cechy,

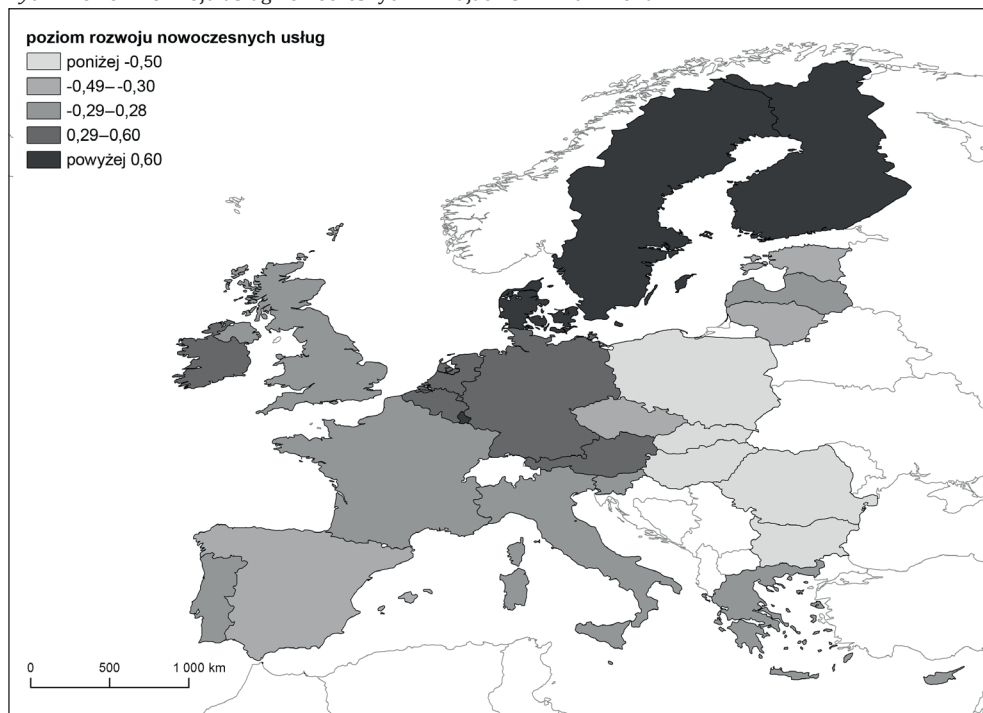
S_j – odchylenie standardowe wartości j -tej cechy.

Standaryzacja wartości wskaźników doprowadziła do uzyskania macierzy zmienionych standaryzowanych, które wykorzystano przy obliczaniu wskaźników syntetycznych (WS) dla 2014 roku. Na podstawie rozpiętości wartości wskaźników syntetycznych określono skalę zróżnicowania występującego w poziomie rozwoju nowoczesnych usług w wybranych państwach europejskich.

W analizie zróżnicowania przestrzennego poziomu rozwoju nowoczesnych usług w wybranych państwach Europy zastosowano wskaźnik sumaryczny poziomu rozwoju nowoczesnych usług (WS) oraz wskaźniki cząstkowe (WC1, WC2, WC3, WC4, WC5), odpowiadające pięciu wyróżnionym rodzajom nowoczesnych usług: edukacyjnych, medycznych, badawczo-rozwojowych, profesjonalnych (dla biznesu) i finansowych. Wyniki klasyfikacji państw europejskich według wartości wskaźnika syntetycznego poziomu rozwoju usług nowoczesnych prezentuje kartogram (ryc. 2) i tabela 3. Najwyższy poziom rozwoju usług nowoczesnych cechuje państwa skandynawskie: Szwecję, Finlandię i Danię, oraz Luksemburg. Wysokie wartości wskaźnika syntetycznego odnotowano także w Belgii, Holandii, Austrii i Niemczech oraz Irlandii. W przypadku państw skandynawskich o ich wysokiej pozycji zdecydował wysoki poziom rozwoju usług badawczo-rozwojowych, edukacyjnych i usług dla biznesu. Niemcy i Austria natomiast cechują się wysokim poziomem rozwoju usług medycznych. Niekwestionowanym liderem w zakresie poziomu rozwoju usług finansowych jest Luksemburg. Najniższy poziom rozwoju nowoczesnych usług charakteryzuje państwa Europy Środkowo-Wschodniej – Rumunię, Bułgarię oraz Polskę, Węgry i Słowację.

¹ Wskaźnik Perkala do oceny potencjału innowacyjnego województw wykorzystali m.in. A. Nowakowska, M. Feltynowski (2009).

Ryc. 1. Poziom rozwoju usług nowoczesnych w krajach UE w 2014 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z bazy Eurostatu (2017)

Tab. 3. Państwa o najwyższym i najniższym poziomie rozwoju wybranych usług nowoczesnych

	Usługi edukacyjne	Usługi medyczne	Usługi badawczo-rozwojowe	Usługi finansowe	Usługi dla biznesu
Najwyższy poziom rozwoju	Szwecja Dania Finlandia	Szwecja Austria Niemcy	Dania Szwecja Finlandia Austria	Luksemburg	Szwecja Finlandia Wielka Brytania
Najniższy poziom rozwoju	Słowacja Rumunia Bułgaria	Węgry Rumunia Polska	Polska Cypr Bułgaria Rumunia	Słowacja Estonia Litwa Rumunia	Słowacja Polska Litwa Rumunia

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z bazy Eurostatu (2017)

POZIOM ROZWOJU NOWOCZESNYCH USŁUG W POLSCE – ZRÓŻNICOWANIE REGIONALNE

W analizie poziomu rozwoju nowoczesnych usług w Polsce w układzie województw zastosowano nieznacznie zmodyfikowany zestaw wskaźników, wymuszony m.in. dostępnością danych statystycznych. Zestaw cech wykorzystanych do analizy zawiera tabela 4. Dane te pochodzą z Głównego Urzędu Statystycznego i dotyczą lat 2015/2016.

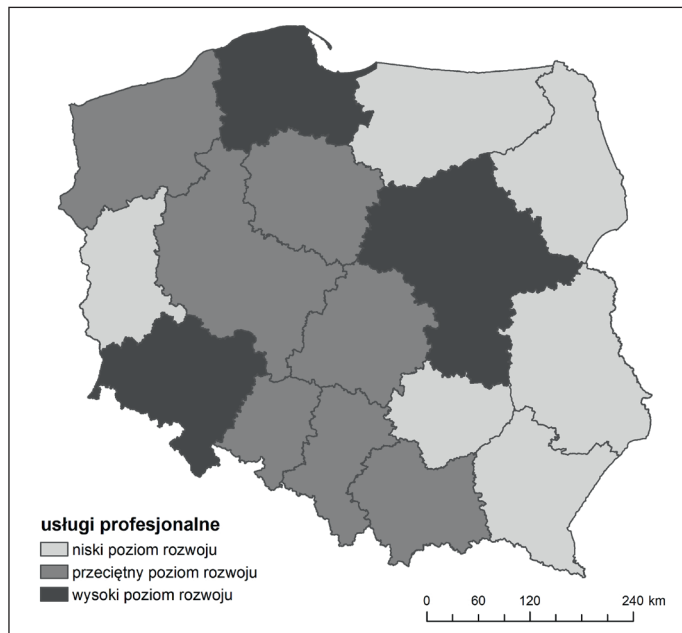
Tab. 4. Wskaźniki poziomu rozwoju nowoczesnych usług

Rodzaj usług	Wskaźniki działalności usługowej
Usługi edukacyjne i medyczne (publiczne)	wskaźnik skolaryzacji (szkoły wyższe) odsetek studentów kierunków technicznych odsetek osób powyżej 25 roku życia biorących udział w kształceniu (LL) odsetek nauczycieli w aktywnych zawodowo liczba nauczycieli akademickich na 10 tys. mieszkańców odsetek uczniów i studentów wszystkich szczebli edukacji w ogólnej liczbie mieszkańców liczba lekarzy na 1 tys. mieszkańców
Usługi badawczo-rozwojowe	nakłady wewnętrzne na B+R w relacji do PKB nakłady wewnętrzne przedsiębiorstw na B+R w relacji do PKB nakłady wewnętrzne na B+R na 1 mieszkańca odsetek pracujących w B+R na 1 tys. aktywnych zawodowo odsetek pracujących w B+R na 1 tys. aktywnych zawodowo jednostki B+R na 10 tys. podmiotów gospodarczych
Usługi profesjonalne i finansowe	odsetek pracujących w sekcji K PKD 2007 (działalność finansowa i ubezpieczeniowa) liczba firm sektora finansowo-ubezpieczeniowego na 1 tys. podmiotów gospodarczych udział sektora ICT w ogólnej liczbie podmiotów gospodarczych odsetek zatrudnionych w usługach profesjonalnych (sekcja M PKD 2007) liczba firm świadczących usługi dla biznesu (sekcje L i M PKD 2007) na 1 tys. podmiotów gospodarczych

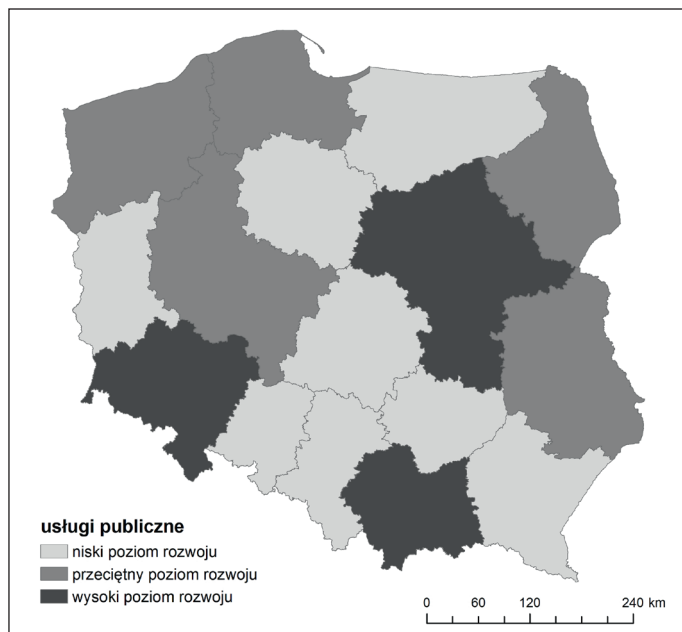
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2017)

Wyniki przeprowadzonej analizy przedstawiono na rycinach 2 i 3.

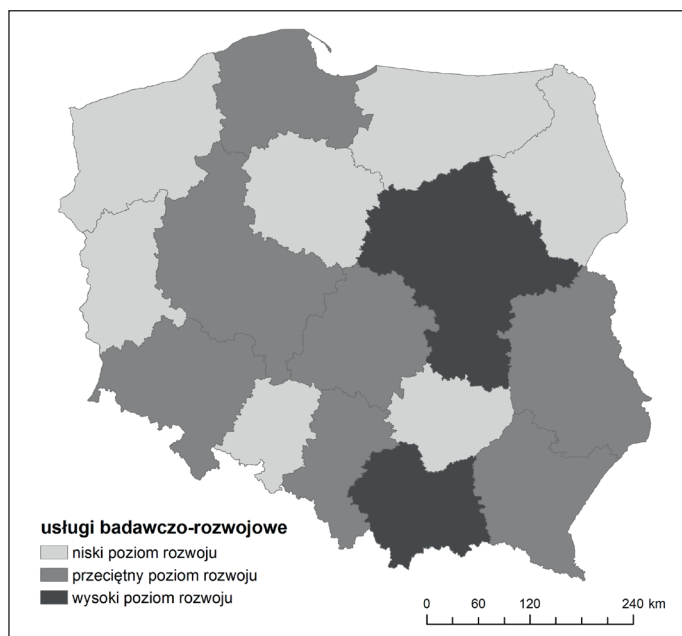
Ryc. 2. Poziom rozwoju usług wybranych grup usług nowoczesnych w 2015 roku w układzie regionalnym



usługi profesjonalne



usługi publiczne



usługi badawczo-rozwojowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2017)

W każdej z trzech analizowanych grup usług (profesjonalnych i finansowych, badawczo-rozwojowych oraz edukacyjnych i medycznych) do klasy województw o wysokim poziomie rozwoju zaliczono województwo mazowieckie. Jego pozycja w stosunku do pozostałych województw była szczególnie wysoka w przypadku usług profesjonalnych i badawczo-rozwojowych. Jedynie w odniesieniu do usług edukacyjnych i medycznych województwo mazowieckie zostało wyprzedzone przez województwo małopolskie. Na wysoką pozycję województwa małopolskiego miał wpływ wysoki odsetek studentów (szczególnie kierunków technicznych) oraz udział nauczycieli w ogólnej liczbie aktywnych zawodowo. W przypadku usług edukacyjnych – poza województwami mazowieckim i małopolskim – w klasie wysokiego poziomu rozwoju znalazło się także województwo dolnośląskie.

W klasie usług profesjonalnych i finansowych – poza województwem mazowieckim – wysokim poziomem rozwoju wyróżniały się także województwa: dolnośląskie oraz pomorskie. Dominacja województwa mazowieckiego uwidacznia się zwłaszcza w zakresie usług finansowych i ubezpieczeniowych oraz sektora ICT. Natomiast biorąc pod uwagę wskaźnik liczby firm świadczących usługi dla biznesu (poza sektorem ICT oraz finansowo-ubezpieczeniowym), wyższą pozycję odnotowano w przypadku województwa dolnośląskiego. Najwyższym poziomem rozwoju usług badawczo-rozwojowych cechowały się województwa: mazowieckie i małopolskie. Przewaga województwa mazowieckiego wynikała przede wszystkim z wysokich wartości wskaźników finansowych (nakłady na działalność B+R).

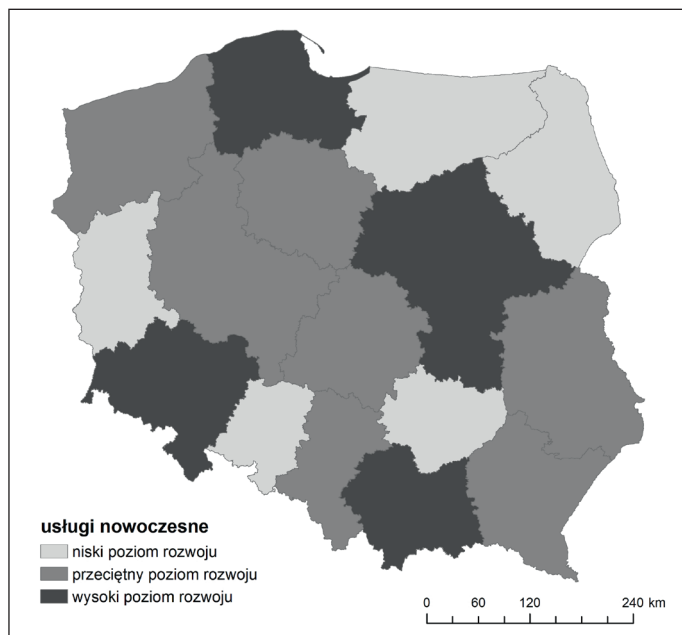
Tab. 5. Wartości wskaźnika syntetycznego Perkala dla analizowanych grup nowoczesnych usług w województwach

Województwo	Usługi profesjonalne	Usługi B+R	Usługi publiczne
świętokrzyskie	-0,93	-0,49	-0,66
podkarpackie	-0,73	0,28	-0,78
lubuskie	-0,64	-0,98	-0,40
lubelskie	-0,58	0,02	0,21
podlaskie	-0,47	-0,34	0,12
warmińsko-mazurskie	-0,47	-0,78	-0,20
zachodniopomorskie	-0,39	-0,97	0,21
kujawsko-pomorskie	-0,29	-0,38	-0,08
opolskie	-0,22	-0,47	-0,41
łódzkie	-0,21	-0,10	-0,29
wielkopolskie	-0,09	0,13	0,09
śląskie	0,29	-0,02	-0,19
małopolskie	0,31	1,05	0,95
pomorskie	0,49	0,30	0,22
dolnośląskie	0,92	0,24	0,57
mazowieckie	2,50	2,09	0,53

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2017)

W klasie przeciętnego poziomu rozwoju w każdej kategorii usług nowoczesnych znalazły się województwa wielkopolskie i śląskie. Pozostałe zmieniały się w zależności od analizowanej kategorii usług.

Ryc. 3. Poziom rozwoju nowoczesnych usług w Polsce w 2015 roku – zróżnicowanie regionalne



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2017)

Niskim poziomem rozwoju usług nowoczesnych cechowały się przede wszystkim województwa: lubuskie, świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie, które znalazły się w tej klasie we wszystkich analizowanych rodzajach usług. W zakresie usług edukacyjnych i medycznych najniższe wartości wskaźnika syntetycznego odnotowano w województwach: podkarpackim, świętokrzyskim i opolskim. W zakresie usług profesjonalnych i finansowych najniższą pozycję zajmowały województwa: świętokrzyskie, podkarpackie i lubuskie, natomiast w odniesieniu do usług badawczo-rozwojowych – województwa: lubuskie, zachodniopomorskie i warmińsko-mazurskie.

PODSUMOWANIE

W ujęciu całościowym wysokim poziomem rozwoju usług nowoczesnych charakteryzują się województwa: mazowieckie, małopolskie, dolnośląskie i pomorskie. Wysoka pozycja województwa mazowieckiego jest wynikiem najwyższej jego pozycji w większości analizowanych kategorii usług nowoczesnych (poza edukacyjnymi i medycznymi). Województwo małopolskie znalazło się w tej klasie głównie za sprawą wysokiego poziomu rozwoju usług edukacyjnych i badawczo-rozwojowych, a województwa dolnośląskie i pomorskie – dzięki usługom profesjonalnym. Niskim poziomem usług nowoczesnych cechują się przede wszystkim słabe gospodarczo województwa Polski Wschodniej oraz województwa: lubuskie, świętokrzyskie i opolskie.

Regionalny rozkład wartości wskaźnika syntetycznego poziomu rozwoju usług nowoczesnych w wyraźny sposób nawiązuje do rozkładu ogólnego poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego województw. Województwa cechujące się wysokim poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego wykazują także ponadprzeciętny poziom rozwoju

usług nowoczesnych, szczególnie w odniesieniu do usług profesjonalnych i badawczo-rozwojowych. Szczegółowe potwierdzenie tej relacji wymaga jednak dodatkowych badań (Dominiak, 2017).

Literatura

References

- Den Hertog, P., Bilderbeek, R. (1999). *Conceptualising Service Innovation and Service Innovation Patterns*. Research Programme on Innovation in Services (SIID) for the Ministry of Economic Affairs. Utrecht.
- Dominiak, J. (2017). Nowoczesne usługi a poziom rozwoju gospodarczego. W: Z. Zioło, T. Rachwał (red.). *Przemiany strukturalne wybranych sektorów gospodarki. Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(1), 81–96.
- Eichengreen, B., Gupta, P. (2009). *The two waves of service sector growth*. Cambridge: The National Bureau of Economic Research.
- Eurostat (2017, 18 grudnia). Pozyskano z <http://ec.europa.eu/eurostat>
- Garcia, R., Calantone, R. (2002). A Critical Look at Technological Innovation Typology and Innovativeness Terminology: A Literature Review. *Journal of Product Innovation Management*, 19, 110–132.
- GUS (2017, 18 grudnia). Pozyskano z <http://stat.gov.pl/>
- Johnson, S., Menor, L., Roth, A., Chase, R. (2000). A Critical Evaluation of the New Service Development Process: Integrating Service Innovation and Service Design. W: J. Fitzsimmons, M. Fitzsimmons (red.). *New Service Development: Creating Memorable Experiences*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1–32.
- Kostrubiec, B. (1965). Klasyfikacja dynamiczna i wielo cechowa województw Polski. *Biuletyn Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju Polskiej Akademii Nauk*, 35.
- Menor, L., Tatikonda, M., Sampson, S. (2002). New service development: areas for exploitation and exploration. *Journal of Operations Management*, 20(2), 135–157.
- Mishra, S., Lundstrom, S., Anand, R. (2011). Service Export Sophistication and Economic Growth. World Bank. *Policy Research Working Paper*, 5606.
- Nowakowska, A., Feltyński, M. (2009). Metoda oceny potencjału innowacyjnego regionów. W: A. Nowakowska (red.). *Zdolności innowacyjne polskich regionów*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 11–23.
- Rogoziński, K. (2004). Innowacyjność i nowa taksonomia usług. *Wiadomości Statystyczne*, 3.
- Runge, J. (2007). *Metody badań w geografii społeczno-ekonomicznej – elementy metodologii, wybrane narzędzia badawcze*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Soete, L., Miozzo, M. (1989). *Trade and Development in Services: A Technological Perspective*. Maastricht: UNU-MERIT.
- Szukalski, S.M. (2001). *Sektor usług w gospodarce niemieckiej. Hipotezy i empiryczna weryfikacja przekształceń strukturalnych*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

Joanna Dominiak, dr, adiunkt w Zakładzie Analizy Regionalnej Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zainteresowania naukowe koncentrują się wokół roli innowacyjności w kształtowaniu gospodarki opartej na wiedzy, wpływu otoczenia biznesu na rozwój regionów oraz przemian w strukturze usług.

Joanna Dominiak, Ph.D., assistant professor in the Regional Analysis Department in the Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management of Adam Mickiewicz University in Poznań. Research interests revolve around the role of innovation in the development of the knowledge-based economy, the impact of the business environment on the development of regions and changes in the structure of services.

Adres/address:

Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
Zakład Analizy Regionalnej
ul. Dziegiełowa 27, 61-680 Poznań, Polska
e-mail: dominiak@amu.edu.pl

JAN FAZLAGIĆ

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

ROBERT SKIKIEWICZ

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

Analiza kształtowania się barier prowadzenia działalności w wybranych działach sektora usług w świetle zmian klimatu koniunktury w województwach Polski

Analysis of Barriers to Economic Activity Shaping in Selected Branches of the Services Sector in the Light of the Business Climate Changes in Polish Regions

Streszczenie: Uzyskiwane przez przedsiębiorstwa wyniki ekonomiczne są uzależnione nie tylko od jakości posiadanych zasobów materialnych i niematerialnych, ale także od oddziaływania czynników zewnętrznych, które mogą stymulować rozwój przedsiębiorstwa lub ograniczać go. Czynniki z otoczenia przedsiębiorstwa, które w istotnym stopniu mogą wpływać na warunki prowadzenia działalności gospodarczej, klasyfikuje się jako bariery dla prowadzenia działalności. W opracowaniu podjęto próbę analizy barier dla prowadzenia działalności na tle koniunktury gospodarczej w wybranych sekcjach sektora usług oraz wyciągnięcia odpowiednich wniosków. Kolejność województw w rankingu według średniego poziomu barier w poszczególnych sekcjach sektora usług (H, I oraz J) dość znacznie się różni. Niewiele jest województw o wysokim poziomie barier równocześnie we wszystkich trzech sekcjach. Zależności między natężeniem barier dla prowadzenia działalności oraz ogólnym klimatem koniunktury na poziomie województw są słabsze niż na poziomie całego kraju, przy czym w znacznej większości przypadków pozostają ujemne. W opracowaniu zastosowano miary statystyki opisowej, analizę korelacji oraz metodę Warda. Pozycja danego województwa na tle pozostałych województw pod względem poziomu koniunktury ulega zmianie w czasie. Wraz z poprawą koniunktury gospodarczej w wyodrębnionych segmentach województw zasadniczo zmniejsza się natężenie barier dla prowadzenia działalności gospodarczej.

Abstract: The economic performance of business enterprises depends not only on the quality of its tangible and intangible resources but also on the influence of external factors which may either stimulate a company's growth or hinder it. Those external factors which may substantially influence the general conditions of economic performance are classified as barriers to doing business. The aim of this paper is to investigate the relationship between the business barriers and the general business climate. The intensity of barriers in different Polish regions is analysed against the general business climate indices for the Polish economy in selected branches of the service sector in the Polish economy. The ranking of Polish regions in terms of the average intensity of barriers in the service sector (sections H, I and J) is substantially diversified. Only a few regions are characterised by high intensity of business barriers in all three sections. The relationships between the intensity of barriers and the general business climate at the regional level are weaker than at the country level

and remain predominantly negative. The position of a region in the general population of regions in terms of business climate varies in time. The following statistical methods have been applied: descriptive statistics measures, correlation analysis, Ward method. The improvement of general business climate in the selected branches of economy in regions, in principle, decreases the intensity of barriers to doing business.

Słowa kluczowe: koniunktura; przedsiębiorczość; rozwój regionalny; sektor usług

Keywords: business climate; entrepreneurship; regional development; services sector

Otrzymano: 31 grudnia 2016

Received: 31 December 2016

Zaakceptowano: 18 maja 2018

Accepted: 18 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Fazlagić, J., Skikiewicz, R. (2018). Analiza kształtowania się barier prowadzenia działalności w wybranych działach sektora usług w świetle zmian klimatu koniunktury w województwach Polski. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 216–228. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.15>

WSTĘP

Funkcjonowanie podmiotów gospodarczych jest uzależnione od warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Osiągane przez nie efekty w postaci wyników sprzedaży oraz wyników finansowych są konsekwencją nie tylko posiadanych zasobów wewnętrznych oraz umiejętności firmy, ale także oddziaływania czynników zewnętrznych, które mogą stymulować rozwój przedsiębiorstwa lub ograniczać go (Pierścionek, 2003). Czynniki z otoczenia przedsiębiorstwa, które w istotnym stopniu mogą niekorzystnie oddziaływać na warunki prowadzenia działalności gospodarczej, klasyfikuje się jako bariery dla prowadzenia działalności. Analizy występowania tego rodzaju barier prowadzone są zwykle w ujęciu rocznym i prezentowane w raportach na poziomie krajowym i międzynarodowym – m.in. ranking Banku Światowego pod nazwą *Doing Business w Polsce 2015* (2016), raport Związku Przedsiębiorców i Pracodawców o warunkach prowadzenia firm w Polsce (*Warunki prowadzenia firm w Polsce*, 2016). Ponadto w krajach Unii Europejskiej poziom barier dla prowadzenia działalności gospodarczej jest regularnie monitorowany w ramach badań prowadzonych metodą testu koniunktury. Wiedza o kształtowaniu się barier dla prowadzenia działalności daje możliwość podjęcia działań, które umożliwią złagodzenie ich skutków dla przedsiębiorstw.

Wśród barier dla prowadzenia działalności gospodarczej wyróżnia się najczęściej następujące: finansowe, rynkowe, prawne, społeczne oraz informacyjne (Zdrajowska, Zakrzewska-Bielawska, 2006). W innej klasyfikacji zwraca się uwagę na następujący podział barier dla prowadzenia działalności gospodarczej: prawne, administracyjne, ekonomiczne, edukacyjne, zarządzania (Leoński, 2014). Z kolei w badaniach barier dla przedsiębiorczości prowadzonych w ujęciu rocznym przez Ministerstwo Gospodarki wyróżnia się następujące ich kategorie: wysokość podatków i opłat przewidzianych prawem, skomplikowanie przepisów prawnych, brak odpowiednich kwalifikacji siły roboczej, konkurencja innych małych i średnich przedsiębiorstw, konkurencja dużych przedsiębiorstw, warunki lokalowe (wysokość czynszu, zakup lokalu) oraz inne (*Przedsiębiorczość w Polsce*, 2014).

Z analiz wynika, że w przypadku niemal połowy barier dla prowadzenia działalności w dziale 64 sekcji K (finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszów emerytalnych) występuje statystycznie istotna ujemna zależność z tempem wzrostu PKB Polski. Poprawa sytuacji gospodarczej prowadziła do spadku poziomu barier dla prowadzenia działalności (Skikiewicz, 2014). Ponadto przeprowadzone dla sektora budowlanego analizy wykazały, że między wskaźnikiem określającym ogólne natężenie barier prowadzenia działalności oraz ocenami sytuacji finansowej w prawie wszystkich województwach Polski występują silne lub umiarkowane ujemne zależności (Mikołajczak, Skikiewicz, 2014). Analiza kształtowania się szeregów danych przekrojowych dla krajów Unii Europejskiej ukazuje, iż w grupach krajów charakteryzujących się lepszą koniunkturą w sektorze usług natężenie barier dla prowadzenia działalności również jest niższe, a wskaźnik braku barier kształtuje się na wyższym poziomie w porównaniu do pozostałych krajów (Skikiewicz, 2016).

W artykule została podjęta próba oceny zależności występujących między poziomem barier ograniczających prowadzenie działalności podmiotów gospodarczych w sektorze usług (w sekcjach H – transport i gospodarka magazynowa, I – zakwaterowanie i usługi gastronomiczne, J – informacja i komunikacja) a ogólnym klimatem koniunktury gospodarczej.

Głównym celem artykułu jest ocena wpływu ogólnego klimatu koniunktury na występowanie barier ograniczających prowadzenie działalności gospodarczej w sekcjach H, I oraz J. Analizy zostały przeprowadzone zarówno na podstawie danych ogólnokrajowych, jak i danych dla poszczególnych województw. Takie ujęcie pozwala na wskazanie prawidłowości występujących na poziomie ogólnokrajowym, jak również na dokonanie porównań między poszczególnymi województwami.

W ramach prowadzonych analiz zostały wykorzystane metody statystyki opisowej, przeprowadzono analizę współzależności między zmiennymi, a ponadto dokonano segmentacji województw na podstawie wskaźników koniunktury gospodarczej z zastosowaniem metody Warda. W przypadku metody Warda grupowanie obiektów przeprowadzane jest na podstawie macierzy odległości tworzonej w oparciu o zestaw zmiennych segmentacyjnych. Metoda ta opiera się na algorytmie, w ramach którego skupienia podlegające łączeniu dobierane są tak, aby uzyskać możliwie najmniejszy przyrost wariancji. Na największą skuteczność metody Warda w tworzeniu homogenicznych skupień oraz jej przewagę nad innymi hierarchicznymi metodami analizy skupień wskazują wyniki wielu analiz (Hands, Everitt, 1987; Ferreira, Hitchcock, 2009).

Analizy prowadzone są w oparciu o dane pochodzące z badań realizowanych metodą testu koniunktury przez Główny Urząd Statystyczny w sektorze usług w ujęciu miesięcznym. W ramach badania realizowanego przez Główny Urząd Statystyczny przedstawiciele przedsiębiorstw z sektora usług określają występowanie 11 różnych barier prowadzenia działalności gospodarczej: niedostateczny popyt, niedobór wykwalifikowanych pracowników, niedobór powierzchni usługowej i/lub wyposażenia, koszty zatrudnienia, trudności z uzyskaniem kredytu, wysokie obciążenia na rzecz budżetu, konkurencja firm krajowych, konkurencja firm zagranicznych, niejasne i niespójne przepisy prawne, niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej, inne (*Badanie koniunktury gospodarczej*, 2016). Na podstawie powyższych wskaźników barier został wyznaczony syntetyczny wskaźnik barier, jako średnia arytmetyczna nieważona. Zakres czasowy badania obejmuje okres od stycznia 2011 do października 2016 roku.

CHARAKTERYSTYKA POZIOMU BARIER DLA PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI W WOJEWÓDZTWACH W SEKCJI H, I ORAZ J

Poziom barier prowadzenia działalności gospodarczej w sekcjach H, I oraz J wykazuje zróżnicowanie pomiędzy poszczególnymi województwami. W analizowanym okresie – od stycznia 2011 do października 2016 roku – w poszczególnych województwach maksymalna wartość syntetycznego wskaźnika barier często była niemal dwukrotnie wyższa od jego wartości minimalnej, co wskazuje również na istotne jego zmiany w czasie.

Syntetyczny wskaźnik barier dla sekcji H – transport i gospodarka magazynowa kształtował się w całym analizowanym okresie na poziomie najwyższym w województwach: małopolskim (37,1), lubuskim (35,6) oraz łódzkim (34,8) (tab. 1). Oznacza to, że podmioty gospodarcze z sekcji H spotykały się z największym natężeniem barier ograniczających prowadzenie działalności w powyższych trzech województwach. Z kolei najniższe wartości syntetycznego wskaźnika barier i najkorzystniejsze warunki prowadzenia działalności występowały w województwach – podlaskim (27,0), dolnośląskim (26,7) oraz warmińsko-mazurskim (26,5). Porównując wartość analizowanego wskaźnika dla województwa małopolskiego oraz warmińsko-mazurskiego, można stwierdzić, że natężenie barier prowadzenia działalności w województwie małopolskim było przeciętnie wyższe o 40% w porównaniu do województwa warmińsko-mazurskiego.

Tab. 1. Statystyki opisowe dla syntetycznego wskaźnika barier prowadzenia działalności gospodarczej w sekcji H – transport i gospodarka magazynowa od stycznia 2011 roku do października 2016 roku

Województwo	Średnia	Minimum	Maksimum
małopolskie	37,1	30,3	41,9
lubuskie	35,6	25,6	44,3
łódzkie	34,8	26,9	51,7
świętokrzyskie	33,3	23,6	41,5
podkarpackie	32,9	25,6	45,2
lubelskie	31,7	27,2	36,7
opolskie	30,1	23,0	35,1
pomorskie	29,9	26,8	35,4
śląskie	29,7	26,2	33,1
mazowieckie	29,1	25,4	32,2
kujawsko-pomorskie	29,0	20,1	37,4
zachodniopomorskie	28,2	19,1	34,6
wielkopolskie	27,3	22,0	32,0
podlaskie	27,0	17,1	36,7
dolnośląskie	26,7	20,5	33,8
warmińsko-mazurskie	26,5	10,3	42,7

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Wśród barier występujących w większości województw największe natężenie w sekcji H w analizowanym okresie miały: niedostateczny popyt, wysokie obciążenia na rzecz budżetu, konkurencja firm krajowych. Z kolei najrzadziej jako bariery dla prowadzenia działalności w większości województw wskazywano niedobór powierzchni usługowej i/lub wyposażenia, koszty zatrudnienia oraz inne bariery.

Tab. 2. Statystyki opisowe dla syntetycznego wskaźnika barier prowadzenia działalności gospodarczej w sekcji I – zakwaterowanie i usługi gastronomiczne od stycznia 2011 roku do października 2016 roku

Województwo	Średnia	Minimum	Maksimum
podkarpackie	30,2	19,9	44,1
wielkopolskie	29,9	18,6	41,6
mazowieckie	29,6	25,8	36,7
małopolskie	29,0	22,4	35,3
podlaskie	28,6	20,7	39,8
śląskie	28,2	20,1	37,3
zachodniopomorskie	28,1	22,0	40,4
łódzkie	27,6	19,0	37,6
lubelskie	27,2	9,6	63,6
kujawsko-pomorskie	25,1	11,0	41,3
pomorskie	23,7	14,9	32,2
dolnośląskie	23,5	16,9	31,1
świętokrzyskie	23,4	13,2	39,4
lubuskie	22,8	13,8	34,7
opolskie	22,4	5,8	35,8
warmińsko-mazurskie	18,1	6,7	37,4

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Nieco inaczej ukształtowała się kolejność województw według wartości syntetycznego wskaźnika barier dla sekcji I – zakwaterowanie i usługi gastronomiczne. Wśród województw o najwyższym średnim poziomie barier prowadzenia działalności w całym analizowanym okresie znalazły się: podkarpackie (30,2), wielkopolskie (29,9) oraz mazowieckie (29,6) (tab. 2). Wśród województw o najniższym natężeniu barier w sekcji I pojawia się tylko jedno województwo, które również znalazło się w tej grupie w przypadku sekcji H: warmińsko-mazurskie (18,1). Składu grupy województw o najkorzystniejszych warunkach prowadzenia działalności w sekcji I i najniższym średnim poziomie barier dla prowadzenia działalności gospodarczej dopełniają województwa: lubuskie (22,8) oraz opolskie (22,4). Pomiędzy województwem o najwyższym poziomie barier dla prowadzenia działalności oraz województwem o najniższym poziomie barier występuje znaczna różnica – syntetyczny wskaźnik barier jest tam wyższy aż o 67%.

Wśród głównych barier dla prowadzenia działalności w sekcji I – występujących z największym natężeniem w większości województw – pojawia się bariera, która była jedną z najmniej istotnych w sekcji H: koszty zatrudnienia. Zestawu trzech najważniejszych barier dla prowadzenia działalności dopełniają wysokie obciążenia na rzecz budżetu oraz niedostateczny popyt. W grupie trzech najrzadziej występujących barier dla prowadzenia działalności w większości województw znajdują się: niedobór powierzchni usługowej i/lub wyposażenia, trudności z uzyskaniem kredytu oraz inne bariery.

W ostatniej z analizowanych sekcji sektora usług, w sekcji J – informacja i komunikacja, syntetyczny wskaźnik barier przyjmuje najwyższe średnie wartości dla następujących trzech województw: świętokrzyskie (33,9), lubelskie (31,7) oraz lubuskie (30,1) (tab. 3). Powyższy skład województw o najwyższym średnim poziomie barier różni się zatem znacznie od otrzymanego dla sekcji I oraz H. Wśród województw o najniższych wartościach syntetycznego wskaźnika barier w sekcji J znalazły się województwa: opolskie (24,6), łódzkie (24,4) oraz podlaskie (23,9). Wartość średnia syntetycznego

wskaźnika barier dla województwa świętokrzyskiego (o najwyższym natężeniu barier) jest wyższa o 42% w porównaniu do województwa podlaskiego (o najniższym natężeniu barier).

Tab. 3. Statystyki opisowe dla syntetycznego wskaźnika barier dla prowadzenia działalności gospodarczej w sekcji J – informacja i komunikacja od stycznia 2011 roku do października 2016 roku

Województwo	Średnia	Minimum	Maksimum
świętokrzyskie	33,9	25,1	50,2
lubelskie	31,7	19,6	44,6
lubuskie	30,1	16,4	44,1
pomorskie	30,0	22,8	35,2
zachodniopomorskie	29,9	22,4	36,1
wielkopolskie	29,2	20,5	36,6
dolnośląskie	27,6	18,8	36,2
mazowieckie	26,6	23,2	29,2
małopolskie	25,6	20,6	29,3
śląskie	25,6	21,0	31,0
warmińsko-mazurskie	25,5	15,5	38,9
kujawsko-pomorskie	25,3	19,3	33,1
podkarpackie	25,0	15,5	32,9
opolskie	24,6	16,7	40,4
łódzkie	24,4	17,6	31,6
podlaskie	23,9	16,7	32,1

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Kolejność poszczególnych barier dla prowadzenia działalności w sekcji J różni się nieco w porównaniu do sekcji I oraz H. Głównymi barierami dla prowadzenia działalności w większości województw są: koszty zatrudnienia, wysokie obciążenia na rzecz budżetu oraz niejasne i niespójne przepisy prawne. Z kolei zestaw barier stanowiących najmniejsze utrudnienia przy prowadzeniu działalności gospodarczej w sekcji J jest taki sam, jak w przypadku sekcji I, gdyż obejmuje: niedobór powierzchni usługowej i/lub wyposażenia, trudności z uzyskaniem kredytu oraz inne bariery.

ANALIZA ZALEŻNOŚCI MIĘDZY WSKAŹNIKAMI NATĘŻENIA BARIER DLA PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI ORAZ WSKAŹNIKIEM OGÓLNEGO KLIMATU KONIUNKTURY

Rozpatrując kształtowanie się barier dla prowadzenia działalności gospodarczej na tle wskaźnika klimatu koniunktury można wskazać, które bariery prowadzenia działalności nasilają się wraz z poprawą koniunktury gospodarczej, a poziom których zmniejsza się. Przeprowadzona analiza korelacji pozwala stwierdzić, że najsilniejsze zależności między koniunkturą gospodarczą oraz kształtowaniem się barier dla prowadzenia działalności występują w przypadku sekcji H oraz J. W obu przypadkach syntetyczny wskaźnik barier wykazuje ujemną znaczącą zależność ze wskaźnikiem klimatu koniunktury (tab. 4). Oznacza to, iż w przypadku tych dwóch sekcji poprawa koniunktury gospodarczej przynosi ogólny spadek natężenia barier dla prowadzenia działalności gospodarczej.

Tab. 4. Współczynniki korelacji między wskaźnikami barier dla prowadzenia działalności gospodarczej oraz wskaźnikiem ogólnego klimatu koniunktury od stycznia 2011 roku do października 2016 roku w sekcjach H, I oraz J

Bariery dla prowadzenia działalności	Sekcja H	Sekcja I	Sekcja J
Niedostateczny popyt	-0,846	-0,315	-0,748
Niedobór wykwalifikowanych pracowników	0,776	0,377	0,747
Niedobór powierzchni usługowej i/lub wyposażenia	-0,222	0,071	0,066
Koszty zatrudnienia	-0,720	-0,071	-0,340
Trudności z uzyskaniem kredytu	-0,862	-0,362	-0,501
Wysokie obciążenia na rzecz budżetu	-0,685	0,204	-0,532
Konkurencja firm krajowych	-0,199	-0,213	-0,399
Konkurencja firm zagranicznych	0,517	-0,281	0,429
Niejasne i niespójne przepisy prawne	-0,239	0,100	-0,582
Niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej	-0,732	-0,125	-0,830
Inne	-0,451	0,110	-0,785
Syntetyczny wskaźnik barier	-0,828	-0,180	-0,786

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

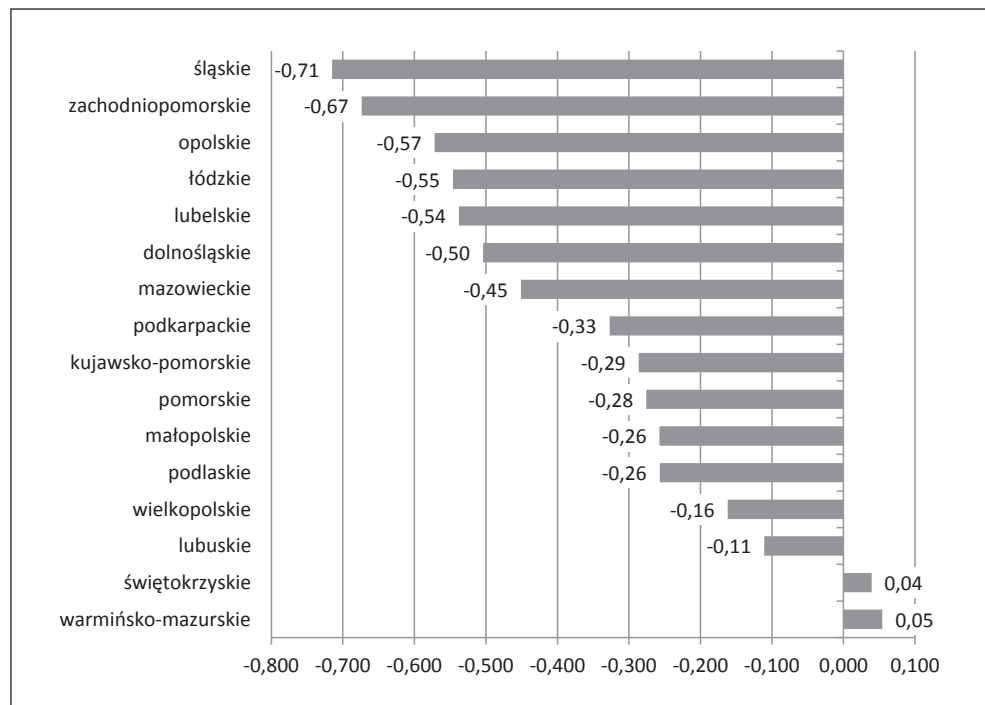
W przypadku sekcji H najsilniejsze ujemne zależności ze wskaźnikiem ogólnego klimatu koniunktury wykazują następujące bariery dla prowadzenia działalności gospodarczej: trudności z uzyskaniem kredytu, niedostateczny popyt, niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej oraz koszty zatrudnienia. W sekcji J zestaw barier, w przypadku których stwierdzono najsilniejszy ujemny związek ze wskaźnikiem ogólnego klimatu koniunktury, wykazuje częściowe podobieństwo do zestawu z sekcji H, gdyż obejmuje: niedostateczny popyt, niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej oraz inne bariery.

Znacznie słabsze są zależności między ogólnym poziomem koniunktury oraz natężeniem barier dla prowadzenia działalności gospodarczej w sekcji I, gdyż słabe ujemne zależności ze wskaźnikiem ogólnego klimatu koniunktury wykazują tylko cztery bariery: niedostateczny popyt, trudności z uzyskaniem kredytu, konkurencja firm krajowych oraz konkurencja firm zagranicznych.

Analizując wyniki analizy korelacji, warto zwrócić uwagę na dwie bariery, które wykazują w przypadku sekcji H oraz J umiarkowane lub znaczące dodatnie zależności ze wskaźnikiem ogólnego klimatu koniunktury. Zestaw ten tworzą: niedobór wykwalifikowanych pracowników oraz konkurencja firm zagranicznych. Oznacza to, że lepsza koniunktura gospodarcza przynosi częstsze występowanie powyższych barier jako czynników ograniczających prowadzenie działalności gospodarczej w sekcji H oraz J.

Analiza korelacji między średnim wskaźnikiem ogólnego klimatu koniunktury dla sekcji H, I i J oraz średnim syntetycznym wskaźnikiem barier dla prowadzenia działalności gospodarczej w tych sekcjach, przeprowadzona dla każdego z województw, pozwala stwierdzić, iż siła zależności pomiędzy tymi dwiema zmiennymi w poszczególnych województwach wykazuje zróżnicowanie, przy czym w większości przypadków występują zależności ujemne (ryc. 1). Najsilniejsze ujemne zależności występują w województwach: śląskim, zachodniopomorskim oraz opolskim. Oznacza to, że w tych województwach wraz z poprawą koniunktury gospodarczej w kolejnym miesiącach można spodziewać się spadku barier dla prowadzenia działalności gospodarczej w sekcjach H, I oraz J.

Ryc. 1. Ranking województw według wartości współczynnika korelacji między syntetycznym wskaźnikiem barier dla prowadzenia działalności gospodarczej oraz wskaźnikiem ogólnego klimatu koniunktury w sekcjach H, I oraz J od stycznia 2011 roku do października 2016 roku



Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Natomiast w przypadku czterech województw uzyskane wartości współczynników korelacji wskazują na brak zależności między koniunkturą gospodarczą oraz poziomem barier dla prowadzenia działalności w trzech analizowanych sekcjach sektora usług. Sytuacja taka występuje w województwach: warmińsko-mazurskim, świętokrzyskim, lubuskim oraz wielkopolskim.

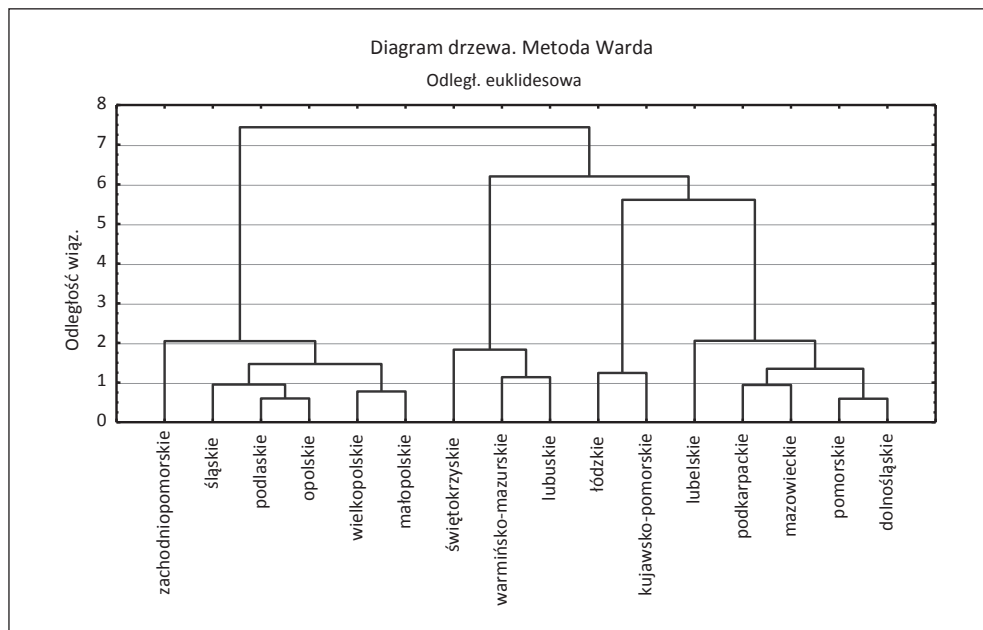
SEGMENTACJA WOJEWÓDZTW NA PODSTAWIE WSKAŹNIKÓW KONIUNKTURY W 2011 I 2016 ROKU

Występujące różnice między województwami w zakresie natężenia barier dla prowadzenia działalności, jak również obserwowane od stycznia 2011 roku do października 2016 roku korelacje między poziomem koniunktury gospodarczej oraz poziomem barier dla działalności skłaniają do przeprowadzenia analizy porównawczej w tym zakresie między grupami województw o podobnym poziomie koniunktury gospodarczej. W tym celu zostaną wyodrębnione grupy województw o podobnym poziomie koniunktury gospodarczej na podstawie średnich wartości zmiennych dla 2011 roku oraz 2016 roku. Podstawą segmentacji jest zestaw trzech zmiennych, obejmujących wskaźniki ogólnego klimatu koniunktury dla sekcji H, I oraz J. Segmentacja została przeprowadzona z zastosowaniem metody Warda. Jako zmienne profilujące segmenty zostały przyjęte syntetyczne wskaźniki barier. Pozwala to na porównanie kształtowania się barier

dla prowadzenia działalności między grupami województw o zbliżonym poziomie koniunktury gospodarczej.

Na podstawie dendrogramu uzyskanego metodą Warda dla 2011 roku można wyodrębnić cztery segmenty województw (ryc. 2). Poszczególne segmenty obejmują od dwóch do sześciu województw.

Ryc. 2. Diagram drzewa uzyskany metodą Warda dla 2011 roku



Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Tab. 5. Charakterystyka segmentów otrzymanych w 2011 roku

Wyszczególnienie	Segment A	Segment B	Segment C	Segment D
zmienne segmentacyjne				
Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury – sekcja H	-6,4	-0,7	-9,9	-32,9
Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury – sekcja I	4,9	5,1	-14,7	6,0
Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury – sekcja J	16,8	-15,6	7,6	2,7
zmienne profilujące				
Syntetyczny wskaźnik barier – sekcja H	31,1	26,5	30,7	40,2
Syntetyczny wskaźnik barier – sekcja I	27,7	21,3	30,8	29,0
Syntetyczny wskaźnik barier – sekcja J	25,8	30,9	25,2	24,2

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Segment A obejmuje województwa: dolnośląskie, lubelskie, podkarpackie, mazowieckie oraz pomorskie. Wyróżnia się najkorzystniejszą koniunkturą w sekcji J oraz nieco korzystniejszą niż w całym kraju koniunkturą w sekcjach H oraz I. Pod względem natężenia barier dla prowadzenia działalności prezentuje się natomiast nieco korzystniej od przeciętnego ich natężenia w całym kraju, jednakże na tle pozostałych segmentów klasyfikuje się na drugim lub trzecim miejscu w zależności od sekcji.

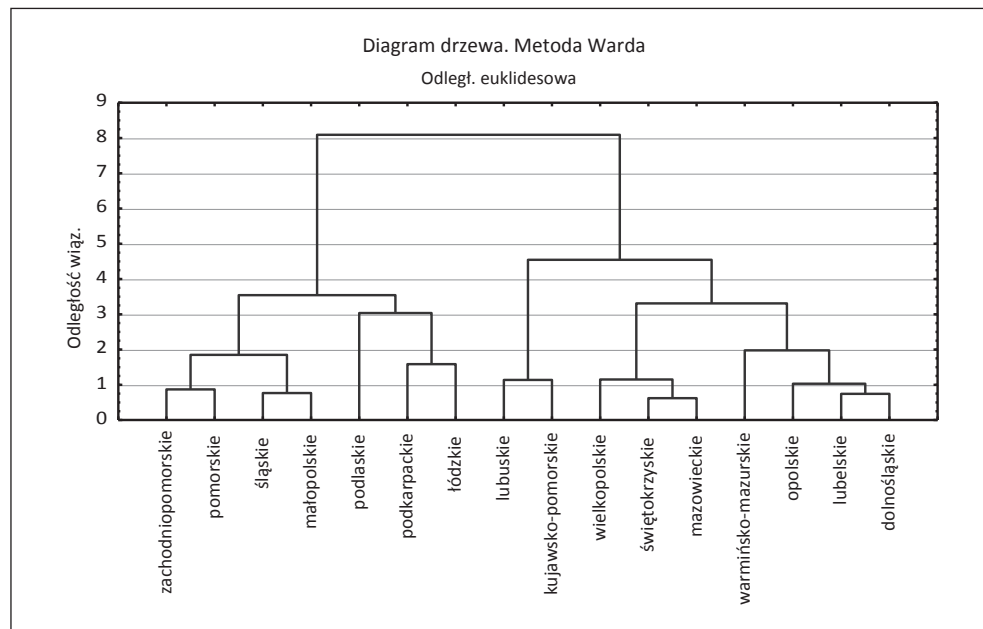
Segment B skupia trzy województwa: lubuskie, świętokrzyskie oraz warmińsko-mazurskie. Wyróżnia się najkorzystniejszą koniunkturą w sekcji H oraz najslabszą w sekcji J. Warto podkreślić, iż konsekwencją tego jest występowanie również najkorzystniejszej (najniższej) wartości syntetycznego wskaźnika barier w sekcji H oraz najmniej korzystnej (najwyższej) wartości tego wskaźnika w sekcji J.

Segment C obejmuje sześć województw: małopolskie, opolskie, podlaskie, śląskie, wielkopolskie oraz zachodniopomorskie. Wyróżnia się najslabszą koniunkturą w sekcji I oraz zbliżoną do panującej w całym kraju w pozostałych sekcjach. Efektem tej sytuacji jest najmniej korzystne kształtowanie się syntetycznego wskaźnika barier w sekcji I oraz poziom zbliżony do ogólnokrajowego w przypadku pozostałych sekcji.

Segment D tworzą dwa województwa: kujawsko-pomorskie oraz łódzkie. Charakteryzuje się najslabszą koniunkturą w sekcji H oraz najlepszą w sekcji I. Prowadzi to do występowania najwyższego natężenia barier dla prowadzenia działalności w sekcji H. Warto zauważyć jednak, że segment ten wyróżnia się również najniższym poziomem barier dla prowadzenia działalności w sekcji J, pomimo ogólnego klimatu koniunktury nieco słabszego niż w całym kraju.

Na podstawie dendrogramu uzyskanego metodą Warda dla 2016 roku można wyodrębnić tylko dwa segmenty województw. Segment A obejmuje dziewięć województw: lubuskie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie, opolskie, wielkopolskie, kujawsko-pomorskie, dolnośląskie, lubelskie, mazowieckie. Wyróżnia się znacznie korzystniejszą niż w segmencie B koniunkturą w sekcji I oraz J. Konsekwencją jest niższy poziom barier dla prowadzenia działalności w tych sekcjach w porównaniu do segmentu B, przy czym warto zaznaczyć, iż największe różnice w zakresie natężenia barier dla prowadzenia działalności występują w przypadku sekcji J (tab. 6).

Ryc. 3. Diagram drzewa uzyskany metodą Warda dla 2016 roku



Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Tab. 6. Charakterystyka segmentów otrzymanych w 2016 roku

Wyszczególnienie	Segment A	Segment B
zmienne segmentacyjne		
Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury – sekcja H	-1,4	5,8
Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury – sekcja I	9,9	-3,7
Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury – sekcja J	18,5	5,8
zmienne profilujące		
Syntetyczny wskaźnik barier – sekcja H	29,1	29,8
Syntetyczny wskaźnik barier – sekcja I	26,2	26,3
Syntetyczny wskaźnik barier – sekcja J	25,5	28,7

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Tab. 7. Skład segmentów otrzymanych w 2011 i 2016 roku

2011			
Segment A	Segment B	Segment C	Segment D
dolnośląskie lubelskie podkarpackie mazowieckie pomorskie	lubuskie świętokrzyskie warmińsko-mazurskie	małopolskie opolskie podlaskie śląskie wielkopolskie zachodniopomorskie	kujawsko-pomorskie łódzkie
2016			
Segment A		Segment B	
zachodniopomorskie pomorskie śląskie małopolskie podlaskie podkarpackie łódzkie		lubuskie świętokrzyskie warmińsko-mazurskie opolskie wielkopolskie kujawsko-pomorskie dolnośląskie lubelskie mazowieckie	

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS (2016)

Segment A otrzymany dla 2016 roku tworzony jest przez aż cztery województwa z segmentu C z 2011 roku, dwa województwa z segmentu A oraz jedno województwo z segmentu D. Z kolei segment B w 2016 roku tworzą wszystkie województwa z segmentu B z 2011 roku oraz pozostałe województwa z segmentów A, C i D. Powyższe wyniki wskazują, że dobra koniunktura gospodarcza danego województwa w 2011 roku na tle pozostałych nie oznacza dobrej koniunktury również w 2016 roku. W konsekwencji można zaobserwować przesunięcia województw z segmentów o lepszej koniunkturze w 2011 roku do segmentu o gorszej koniunkturze w 2016 roku.

ZAKOŃCZENIE

Przeprowadzone analizy pozwalają na sformułowanie pewnych wniosków dotyczących kształtowania się barier dla prowadzenia działalności na tle koniunktury gospodarczej w wybranych sekcjach sektora usług.

Kolejność województw w rankingu według średniego poziomu barier w poszczególnych sekcjach sektora usług (H, I oraz J) dość znacznie się różni. Niewiele jest województw o wysokim poziomie barier równocześnie we wszystkich trzech sekcjach.

Na tle ogółu województw najniższym poziomem barier w analizowanych sekcjach sektora usług i najkorzystniejszymi warunkami prowadzenia działalności wyróżniają się województwa: dolnośląskie, podlaskie, opolskie, warmińsko-mazurskie oraz kujawsko-pomorskie. Województwa te zajmowały korzystne pozycje pod względem wysokości syntetycznego wskaźnika barier przynajmniej w dwóch spośród trzech analizowanych sekcji sektora usług. Najtrudniejsze warunki prowadzenia działalności – na co wskazuje relatywnie wysoki poziom barier przynajmniej w dwóch spośród trzech analizowanych sekcji sektora usług – występowały w województwach: małopolskim, lubelskim, świętokrzyskim, lubuskim oraz podkarpackim.

Wśród determinant prowadzenia działalności gospodarczej w analizowanych trzech sekcjach sektora usług można wskazać kilka barier, które wykazują silne ujemne zależności od wskaźnika ogólnego klimatu koniunktury – niedostateczny popyt, niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej. W przypadku jednej z barier (niedobór wykwalifikowanych pracowników) dla dwóch spośród trzech analizowanych sekcji stwierdzone zostały silne dodatnie zależności.

Zależności między natężeniem barier prowadzenia działalności oraz ogólnym klimatem koniunktury na poziomie województw są słabsze niż na poziomie całego kraju, przy czym w znacznej większości przypadków pozostają ujemne.

Pozycja danego województwa na tle pozostałych województw pod względem poziomu koniunktury ulega zmianie w czasie. Prowadzi to do zmiany składu segmentów województw o podobnym poziomie koniunktury w sektorze usług wyodrębnionych w 2011 oraz 2016 roku. Spośród województw, które znalazły się w 2011 roku w segmentach A oraz B, charakteryzujących się najkorzystniejszym poziomem koniunktury w analizowanych sekcjach sektora usług, w 2016 roku jedynie dwa województwa zostały sklasyfikowane w segmencie A, cechującym się korzystniejszym poziomem koniunktury (podkarpackie i pomorskie).

Wraz z poprawą koniunktury gospodarczej w wyodrębnionych segmentach województw zasadniczo zmniejsza się natężenie barier dla prowadzenia działalności gospodarczej.

Literatura References

- Badanie koniunktury gospodarczej* (2016, 17 grudnia). Główny Urząd Statystyczny. Pozyskano z http://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5516/5/7/1/badanie_koniunktury_gospodarczej_2016_05_25.pdf
- Doing Business w Polsce 2015* (2016, 17 grudnia). Pozyskano z <http://polish.doingbusiness.org>
- Ferreira, L., Hitchcock, D.B. (2009). A Comparison of Hierarchical Methods for Clustering Functional Data. *Communications in Statistics: Simulation and Computation*, 9, 235–243.
- GUS (2016, 21 października). Pozyskano z <http://stat.gov.pl/>
- Hands, S., Everitt, B. (1987). A Monte Carlo study of the recovery of cluster structure in binary data by hierarchical clustering techniques. *Multivariate Behavioral Research*, 2, 1925–1949.
- Leoński, W. (2014). Bariery funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. *Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych Politechniki Koszalińskiej*, 18, 95–108.
- Mikołajczak, P., Skikiewicz, R. (2014). Bariery prowadzenia działalności jako determinanty sytuacji finansowej przedsiębiorstw sektora budowlanego. *Studia Ekonomiczne*, 82(3), 361–380.

- Pierścionek, Z. (2003). *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Przedsiębiorczość w Polsce* (2014) (2016, 17 grudnia). Ministerstwo Gospodarki. Pozyskano z https://www.mr.gov.pl/media/15513/Raport_o_przedsiębiorczosci_2014.pdf
- Skikiewicz, R. (2014). Bariery w działalności instytucji finansowych na tle zmian sytuacji gospodarczej Polski. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 330, 352–60.
- Skikiewicz, R. (2016). *Barriers to business and economic situation in the services sector in the EU countries*. Copenhagen: Paper presented at 33rd CIRET Conference.
- Warunki prowadzenia firm w Polsce* (2016, 17 grudnia). Pozyskano z <http://zpp.net.pl/files/manager/file-89f8e33aae96c88c42a1d5ef1a6e6.pdf>
- Zdrajowska, H., Zakrzewska-Bielawska, A. (2006). Bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce i Wielkiej Brytanii. W: I.K. Hejduk, J. Korczak (red.). *Gospodarka oparta na wiedzy*. Koszalin: Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej, 723–733.

Jan Fazlagić, dr hab., profesor nadzwyczajny Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Tematyka badawcza dotyczy: zarządzania szkołą, edukacji, innowacyjności w oświacie, zarządzania kapitałem intelektualnym, marketingu i projektowania usług. Współautor wielu ekspertyz dla firm i instytucji sektora publicznego. Stypendysta Fulbright Senior Scholarship (2006–2007) oraz Marie Curie Research Fellowship (2002–2003). Autor dziesięciu książek i ponad 250 artykułów naukowych i popularnonaukowych.

Jan Fazlagić, Ph.D., is a professor in management at the Poznan University of Economics and Business in Poznań. His research interests include knowledge management, intellectual capital, service design, education and innovation management. He was a Senior Fulbright Scholar at Sam Houston University, TX, USA and Marie Curie Research Fellow at the Centre for Social Innovation (zsi.at) in Vienna, Austria. He is the author of the first Polish Intellectual Capital Report in a Higher Education Institution (2004). He is an author of 10 books and over 250 research papers. Prof. Fazlagić has participated in numerous research projects including Innovation Report on the Polish Pharma Sector (2012), Service Design (2013) and the national survey on the trust in Polish business sector (2015). He is active as a business consultant and trainer. He also supports the development of European head teachers by organising seminars and conferences aimed at improving leadership skills and marketing competences in schools.

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Katedra Badań Rynku i Usług
al. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, Polska
e-mail: jan.fazlagic@ue.poznan.pl

Robert Skikiewicz, dr nauk ekonomicznych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Podejmowana problematyka badawcza obejmuje głównie zagadnienia z zakresu analizy koniunktury gospodarczej oraz na rynku bankowym. Ponadto zainteresowania naukowe autora obejmują analizę zachowań gospodarstw domowych na rynku usług finansowych.

Robert Skikiewicz, Ph.D. Poznań University of Economics and Business. Undertaken research topics include issues concerning the analysis of business cycle in the whole economy, as well as in the banking market. In addition, the author's research interests include analysis of the behaviour of households in the financial services market.

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Katedra Badań Rynku i Usług
al. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, Polska
e-mail: robert.skikiewicz@ue.poznan.pl

JACEK PLUTA

Uniwersytet Wrocławski, Polska
University of Wrocław, Poland

ŁUKASZ DAMURSKI

Politechnika Wrocławska, Polska
Wrocław University of Science and Technology, Poland

JERZY ŁADYSZ

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Economics University in Wrocław, Poland

WAWRZYNIEC ZIPSER

Politechnika Wrocławska, Polska
Wrocław University of Science and Technology, Poland

MAGDALENA MAYER-WYDRA

Politechnika Wrocławska, Polska
Wrocław University of Science and Technology, Poland

AGNIESZKA KRIESEL

Politechnika Wrocławska, Polska
Wrocław University of Science and Technology, Poland

Struktura potrzeb użytkowników lokalnych centrów usługowych w różnych kontekstach osadniczych. Studium porównawcze pl. I.L. Pereca we Wrocławiu i rynku w Siechnicach

The Structure of Users' Needs in Local Service Centres in Urban and Suburban Settlements. Comparative Study of I.L. Pereca Square in Wrocław and Siechnice Main Square (Poland)

Streszczenie: Celem pracy jest rozpoznanie codziennych potrzeb mieszkańców obszarów zurbanizowanych w Polsce oraz ocena możliwości ich zaspokojenia w lokalnych (osiedlowych) centrach usługowych, rozumianych jako wielofunkcyjne przestrzenie publiczne zapewniające dostęp do podstawowych usług, sprzyjające integracji społecznej i budowaniu tożsamości lokalnej mieszkańców. Mając na uwadze zróżnicowaną dynamikę rozwoju osadniczego kraju, do badania wytypowano tereny reprezentujące różne formy przestrzenne obszarów zurbanizowanych: część dużego miasta i część miejscowości podmiejskiej. Badanie przeprowadzone metodą ankietową w czerwcu i lipcu 2017 roku na pl. I.L. Pereca we Wrocławiu i na rynku w Siechnicach (łącznie 232 respondentów) pozwala określić strukturę potrzeb użytkowników, praktyki ich zaspokajania oraz deficyty w zakresie usług. Zestawienie wyników dla społeczności lokalnych w mieście i na przedmieściach daje szeroki obraz relacji między sposobem zagospodarowania przestrzeni publicznych a codziennym funkcjonowaniem ich użytkowników w różnych kontekstach osadniczych. Artykuł potwierdza potrzebę tworzenia lokalnych centrów usługowych jako istotnego narzędzia w kształtowaniu jakości życia w obszarach zurbanizowanych i staje się przyczynkiem do wypracowania uniwersalnych rozwiązań funkcjonalno-przestrzennych sprzyjających budowaniu silnych społeczności lokalnych w Polsce.

Abstract: The aim of the paper is to define the everyday needs of citizens in urban areas and to evaluate the potential for satisfying them in local (neighbourhood) service centres defined as multi-functional public spaces offering access to basic services, enabling social integration and building territorial identity of residents. Bearing in mind the diverse dynamics of urban development in Poland, the research refers to two typical forms of urban settlement: a neighbourhood in a big city and a suburban neighbourhood. The research conducted in June and July 2017 in I.L. Pereca Square in Wrocław and in Siechnice Main Square (232 respondents in total) enables to draw a structure of users' needs, the practices of satisfying them and deficits in the field of everyday services. A comparison of the results for local communities in a big city and in suburbs provides a wide picture of relationships between the development of public spaces and actual functioning of their users in various settlement contexts. The paper confirms the need for building and supporting local service centres as an important tools for shaping quality of life in urban areas. It also gives a reasoning for elaborating some universal solutions for building strong local communities in Poland.

Słowa kluczowe: lokalne centrum usługowe; osiedla miejskie; osiedla podmiejskie; potrzeby; Siechnice; usługi; Wrocław

Keywords: local (neighbourhood) service centre; needs; services; Siechnice; suburban neighbourhoods; urban neighbourhoods; Wrocław

Otrzymano: 18 grudnia 2017

Received: 18 December 2017

Zaakceptowano: 18 maja 2018

Accepted: 18 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Pluta, J., Damurski, Ł., Ładysz, J., Zipser, W., Mayer-Wydra, M., Kriesel, A. (2018). Struktura potrzeb użytkowników lokalnych centrów usługowych w różnych kontekstach osadniczych. Studium porównawcze pl. I.L. Pereca we Wrocławiu i rynku w Siechnicach. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 229–244. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.16>

LOKALNE CENTRUM USŁUGOWE – GENEZA I DEFINICJA

Charakterystyczną, naturalną cechą usług jest ich koncentrowanie się w określonych lokalizacjach. Koncentracja z jednej strony umożliwia klientom zaspokojenie różnych potrzeb w jednym miejscu, a z drugiej – gwarantuje usługodawcom opłacalność prowadzonej działalności (Zipser, 1983). Zjawisko to można zaobserwować w różnych skalach (regionalnej, ogólnomiejskiej, dzielnicowej, osiedlowej), a jego uniwersalność i powszechność zasadza się na dwóch cechach: znacznym nagromadzeniu urządzeń i obiektów o charakterze instytucjonalnym, kulturalnym, handlowym i usługowym, co stwarza okazję do załatwienia kilku spraw za jednym razem, oraz oferowaniu zestawu obiektów i urządzeń unikatowych, co daje możliwość załatwienia określonych spraw jedynie w tym miejscu (por. Brzosko-Sermak, Płaziak, Trzepacz, 2017).

Szczególną formą takiej koncentracji jest lokalne centrum usługowe (w skrócie: LCU), które można zdefiniować jako wielofunkcyjną przestrzeń publiczną zapewniającą dostęp do podstawowych (codziennych) usług, sprzyjającą integracji społecznej i budowaniu tożsamości lokalnej mieszkańców. LCU nabierają obecnie szczególnego znaczenia w związku z obserwowanym w krajach wysoko rozwiniętych odchodzeniem od urbanizacji ilościowej na rzecz jakościowej, która poprzez rewitalizację istniejących przestrzeni publicznych i dostosowywanie ich oferty do potrzeb użytkowników dąży do podniesienia jakości życia w miastach i na przedmieściach (por. Domaradzka, Sadowy, 2015).

Archetypem (pierwowzorem) lokalnego centrum usługowego, jako przestrzeni publicznej kumulującej życie społeczne, do dziś pozostaje ateńska agora. Źródłem idei

LCU należy zatem poszukiwać w starożytnych greckich *polis*, gdzie główny plac miejski łączył w sobie różnego rodzaju obiekty: świątynie, bibliotekę, stoły handlowe, arsenał itd., będąc tym samym miejscem spotkań i wymiany (zarówno handlowej, jak i metafizycznej – wymiany myśli). Później, w okresie średniowiecza, bardzo podobne funkcje, pomimo odmiennych warunków społecznych, religijnych, politycznych i gospodarczych, pełniły niewielkie, uporządkowane i świadomie projektowane miasta lokacyjne, z ich rynkami otoczonymi zabudową pierzeją, wyposażonymi w różne obiekty towarzyszące (kościół, targ) (Ostrowski, 2001). Ten wzorzec, kontynuowany w kolejnych epokach, utrwalił zestaw charakterystycznych cech miejskiego centrum usługowego jako przestrzeni publicznej oferującej określony zakres usług (handel, administracja, finanse, religia, kultura, rozrywka itp.).

Dopiero era przemysłowa z jej szybkością, masowością i początkowo bezplanową urbanizacją zatraciła ludzki wymiar miasta, zaburzając tym samym naturalne procesy koncentracji usług i prowadząc do niedorozwoju struktur urbanistycznych opartych na sąsiedztwie komplementarnych funkcji, a w efekcie do zatracenia pierwotnej roli centrum lokalnego jako czynnika strukturalnego, organizującego przestrzeń osiedli mieszkaniowych. Szukając odpowiedzi na problemy tej epoki, moderniści stworzyli szereg koncepcji teoretycznych zmierzających do odwrócenia niekorzystnych trendów w rozwoju miast i przywrócenia wielofunkcyjności osiedli miejskich. Szczególne miejsce zajmuje wśród nich jednostka sąsiedzka C. Perry'ego, której celem było stworzenie osiedla funkcjonalnego, samowystarczalnego (przynajmniej w podstawowym zakresie) i oferującego pożądaną jakość życia. Wielkość jednostki (między 5 tys. a 9 tys. mieszkańców) i jej forma przestrzenna były zdeterminowane przez promień dojścia pieszego do szkoły zlokalizowanej w centrum w taki sposób, by dojście do niej nie wymagało przekraczania głównych arterii komunikacyjnych. Lokalne sklepy umiejscowiono w rejonie głównej przestrzeni wejściowej do osiedla (Perry, 1998).

Uniwersalność koncepcji jednostki sąsiedzkiej sprawiła, że stała się ona punktem odniesienia dla późniejszych modeli kształtowania LCU, w tym dla idei współczesnej agory promowanej przez F. van Klingeren w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku. Zgodnie z tym podejściem centrum osiedlowe ma być miejscem integracji społecznej, umożliwiającym wymianę wiedzy oraz kultywowanie różnorodnych aktywności i zainteresowań. Program funkcjonalno-przestrzenny współczesnej agory nie musi być przeznaczony dla konkretnej grupy ludzi – powinien raczej być otwarty, elastyczny i dawać możliwość dopasowania do bieżących potrzeb różnych użytkowników w cyklu dnia, tygodnia, miesiąca i roku (Kowicki, 2004).

REPERTUAR POTRZEB REALIZOWANYCH W LCU W WYNIKACH WCZEŚNIEJSZYCH BADAŃ

W przytoczonej wcześniej definicji lokalnego centrum usługowego istotne jest to, że jako przestrzeń urządzona, wyposażona w „meble miejskie”, sprzyjająca przebywaniu ludzi LCU jest w skali osiedla wartością dodaną i wyróżnia się z bezpośredniego otoczenia. Nie jest to przestrzeń duża pod względem powierzchni, gdyż nastawiona jest na zaspokojenie potrzeb względnie małej liczby osób – mieszkańców osiedla, kwartału zabudowy – ale jednocześnie jest to przestrzeń celowo wytworzona, będąca ramą dla różnych funkcji, również prospołecznych, integrujących.

Jak zauważa D. Mantey (2015), analizę potencjału przestrzeni w zakresie realizacji określonych potrzeb mieszkańców należy prowadzić na dwóch płaszczyznach: przestrzennej (gdzie ważny jest sam sposób zagospodarowania przestrzeni) i społecznej (skupiającej się na użytkownikach przestrzeni, ich stylu życia i wartościach). Taki właśnie schemat opisu przyjęto w tym artykule, łącząc materialne wyposażenie LCU z jego oceną przez mieszkańców.

Podstawową populacją, której ekonomiczne i społeczne potrzeby ma zaspokajać LCU, jest ta, w której więzi społeczne odpowiadają koncepcji lokalnej wspólnoty jako formy zwielokrotnionego sąsiedztwa, opartego na bezpośrednich i względnie częstych interakcjach międzyludzkich. W ujęciu ilościowym można taką zbiorowość oszacować na 2 do 10 tys. mieszkańców (Borsa, 2016), gdzie czas dojścia od miejsca zamieszkania do LCU nie powinien przekraczać 10 minut.

Mechanizm koncentracji opiera się w dużej mierze na popycie, czyli repertuarze potrzeb danej społeczności oraz środkach, jakimi dysponuje (por. Zipser, 1983; Flejterski, Panasiuk, Perenc, Rosa, 2005). Dlatego jednym z głównych wątków w opisie LCU będą funkcje spełniane w układzie zasobów oraz potrzeb społeczności lokalnej, co z kolei odsyła nas do pojęcia jakości życia.

Można wyróżnić trzy integralne komponenty globalnej jakości życia człowieka: sferę fizyczną (potrzeby fizyczne, biologiczne, fizjologiczne), sferę psychiczną (potrzeby bezpieczeństwa, przynależności, szacunku, poznawcze) oraz sferę duchową (potrzeby estetyczne, samorealizacji i transcendencji) (Borys, Rogala, 2008). Oczywiście zadaniem LCU nie jest zaspokojenie wszystkich potrzeb użytkowników, ale ów globalny repertuar potrzeb pozostaje ważnym punktem odniesienia dla konceptualizacji problematyki badań w tej dziedzinie. Niezaprzeczalne jest wszakże to, że ogólnodostępna przestrzeń interakcji i integracji w sąsiedztwie miejsca zamieszkania jest ważnym elementem jakości życia (Mantey, 2015).

Ogólnopolskie badania CBOS dotyczące oczekiwań Polaków względem miejsca zamieszkania wskazują, że w ostatnich latach struktura potrzeb w tym zakresie podlega powolnym zmianom. Rośnie znaczenie otoczenia miejsca zamieszkania: respondenci pytani o czynniki ważne przy wyborze nowego lokum coraz częściej akcentują ilość zieleni i wolnej przestrzeni, obecność szkoły i przedszkola oraz przestrzeni publicznych (rynek, park, plac) (CBOS, 2010).

Istotnym nurtem w rozpoznawaniu potrzeb mieszkańców jest bez wątpienia metoda pracy środowiskowej (Faliszek, Kowalczyk, Mandrysz, Leśniak-Berek, Wódz, 2010), w której organizacja środowiska lokalnego mieszkańców następuje w oparciu o istniejące zasoby przestrzenne. Powszechnie stosowany w tym zakresie standard CAL (Centrum Wspierania Aktywności Lokalnej, 2017) służy sporządzaniu map zasobów i potrzeb oraz powiązanych z nimi katalogów deficytów oraz problemów społecznych i przestrzennych w miejscach zamieszkania.

Cennym doświadczeniem na drodze do identyfikacji potrzeb mieszkańców był projekt Analiza Funkcjonalna Osiedli (Dom Pokoju, 2016), który pozwolił na wskazanie kluczowych deficytów jakości życia w przestrzeniach zamieszkiwania we Wrocławiu. Dotyczyły one przede wszystkim rozwiązań poprawiających funkcjonalną użyteczność przestrzeni zamieszkiwania w zakresie dostępu do infrastruktury komunikacyjnej i usług, poprawy czystości i estetyki, podnoszenia spójności społecznej (integracji sąsiedzkiej, poczucia bezpieczeństwa) i poszerzania możliwości spędzania czasu

wolnego. Na podstawie tych obserwacji można za D. Mantey stwierdzić, że „im więcej lokalnych sklepów i punktów usługowych, obiektów sportowych, szkół, parków i kościołów, tym większa szansa tworzenia więzi i wzajemnych zależności między ludźmi” (Mantey, 2015: 30–31). Wszystko to wskazuje na rosnącą potrzebę kształtowania LCU jako punktów węzłowych osiedlowego habitatu, zaspokajających podstawowe, codzienne potrzeby mieszkańców.

CEL I ZAKRES BADAŃ

Celem pracy jest rozpoznanie codziennych potrzeb mieszkańców obszarów zurbanizowanych w Polsce oraz ocena możliwości ich zaspokojenia w lokalnych (osiedlowych) centrach usługowych. Mając na uwadze zróżnicowaną dynamikę rozwoju osadniczego kraju, do badania wytypowano tereny reprezentujące różne formy przestrzenne obszarów zurbanizowanych: część dużego miasta i część miejscowości podmiejskiej. Podjęte pytania badawcze brzmią następująco:

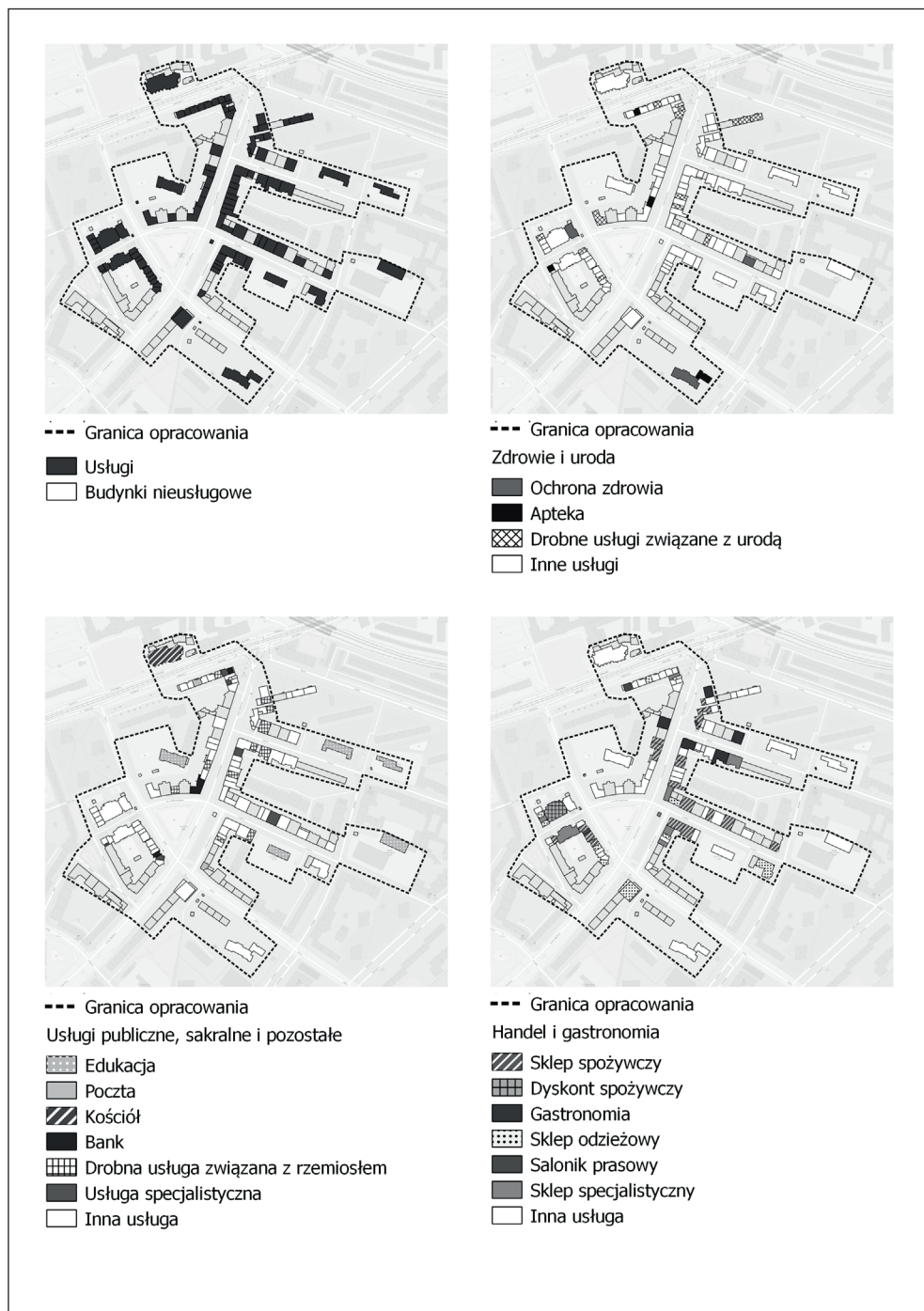
1. jakie potrzeby użytkowników zaspokaja, a jakich nie zaspokaja lokalne centrum usługowe i dlaczego,
2. jakie różnice występują między potrzebami użytkowników w mieście i na przedmieściach.

Jako przykład osiedla wielkomiejskiego wybrano Gajowice we Wrocławiu, gdzie pl. I.L. Pereca tworzy silne, historycznie ugruntowane LCU w zabudowie kamienicowej i częściowo blokowej, z usługami na parterze, z trójkątnym placem i odchodzącym od niego czytelnie zarysowanym układem ulic i chodników. Centralną częścią LCU jest skrzyżowanie ulic z obszernym, urządzonym i odgrodzonym placem zabaw w otoczeniu drzew. Zakres oferowanych usług w okolicy pl. Pereca obejmuje sklepy, drobne rzemiosło, pocztę, przedszkole, banki, bibliotekę i niewielkie lokale gastronomiczne (cukiernia, kawiarnia), choć bez restauracji i pubów. Bezpośrednim zapleczem placu jest mniejsza przestrzeń międzyblokowa, w której zlokalizowano dyskont wielobranżowy (ryc. 1).

Z kolei jako przykład struktury podmiejskiej wybrano rynek w Siechnicach – nową przestrzeń zorganizowaną w formie dużego placu pieszego z ratuszem, otoczonego blokami zabudowy wielorodzinnej z usługami na parterze. Dominantą przestrzeni jest plac z wyeksponowanym budynkiem ratusza – miejscem załatwiania spraw urzędowych – po jednej stronie i kościołem po drugiej stronie. Na urządzenie placu składają się ławki oraz ustawione w szeregu wielofunkcyjne budki przeznaczone na prowadzenie działalności handlowej o charakterze targowym w wybrane dni tygodnia. Bezpośrednie otoczenie placu stanowi zabudowa pierzejowa, składająca się z nowo wybudowanych budynków mieszkalnych typu niski blok, w części z lokalami parterowymi przeznaczonymi dla handlu. Wśród najemców dominują oferenci usług gastronomicznych (kawiarnia, cukiernia, piekarnia) oraz banki. Dalsze linie zabudowy (w odległości 50 m) tworzą stare, typowe dla Siechnic domy jednorodzinne i budynki w zabudowie zagrodowej (ryc. 2).

Wytypowane obszary są zbliżone pod względem skali i funkcjonalności, co daje dobre podstawy do prowadzenia badań porównawczych. Istotną różnicą jest jednak kontekst. Wrocław jako duże miasto posiada zaawansowaną i rozbudowaną (co najmniej trzystopniową) strukturę centrów usługowych, podczas gdy Siechnice to jednostka

Ryc. 1. Kategorie usług w LCU pl. I.L. Pereca we Wrocławiu (stan na maj 2017)



Źródło: opracowanie własne

Źródło mapy podkładowej: OpenStreetMap (2017)

Ryc. 2. Kategorie usług w LCU na rynku w Siechnicach (stan na czerwiec 2017)



Źródło: opracowanie własne

Źródło mapy podkładowej: OpenStreetMap (2017)

wybitnie suburbanialna pod względem przestrzennym, społecznym i gospodarczym, należąca do wrocławskiego obszaru funkcjonalnego i pod wieloma względami zależna od stolicy Dolnego Śląska. Siechnicki rynek pełni funkcję LCU, ponieważ w pobliżu nie istnieje alternatywna przestrzeń o podobnym potencjale – najbliższa konkurencja to centra usługowe wyższej rangi we Wrocławiu.

Trzeba również zauważyć, że przyjęty dobór obszarów do badań nie uprawnia do generalizowania uzyskanych wyników. Plac Pereca we Wrocławiu i siechnicki rynek to stosunkowo dobrze funkcjonujące LCU, które w oczywisty sposób nie oddają wszystkich możliwych sytuacji. Na przykład opisany ostatnio przez A. Brzosko-Sermak, M. Płaziaka i P. Trzepacza (2017) przypadek krakowskiej Nowej Huty, gdzie nawet rewalizacja nie zdołała zahamować spadku liczby funkcji handlowo-usługowych, pokazuje, że na skutek starzenia się i ubożenia społeczeństwa, wolnorynkowej konkurencji oraz braku restrykcyjnej polityki przestrzennej bardziej tętniące życiem i przyciągające użytkowników w związku z codziennymi sprawunkami okazują się duże centra handlowe ze sklepami wielkopowierzchniowymi i targowiska niż zaprojektowane, historycznie ugruntowane przestrzenie urbanistyczne predysponowane do pełnienia funkcji ośrodków usługowych (Brzosko-Sermak, Płaziak, Trzepacz, 2017). Stąd interpretacja prezentowanych w tym artykule badań wymaga ostrożności.

METODY BADAŃ

W artykule przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych pomiędzy majem a lipcem 2017 roku w rejonie pl. Pereca we Wrocławiu i rynku w Siechnicach, zdefiniowanych jako lokalne centra usługowe. Pomiary przeprowadzono metodą ankietową wśród użytkowników LCU, to jest mieszkańców z obszarów bezpośrednio przylegających do terenu badań oraz osób odwiedzających LCU. Wielkość uzyskanej próby badawczej wyniosła ogółem 232 osoby, z czego 159 z Wrocławia i 73 z Siechnic (tab. 1).

Tab. 1. Struktura próby przyjętej do badań wyrażona za pomocą liczby wypełnionych ankiet w poszczególnych grupach respondentów oraz procentowego udziału w ogólnej liczbie wykonanych pomiarów

	pl. Pereca we Wrocławiu	Rynek w Siechnicach	Ogółem
Wersja „a” przechodnie	64	30	94
	40,3%	41,1%	40,5%
Wersja „b” lokatorzy	95	43	138
	59,7%	58,9%	59,5%
Ogółem	159	73	232
	100,0%	100,0%	100,0%

Źródło: opracowanie własne

W pomiarze wykorzystano kwestionariusz wywiadu i ankiety składający się z siedmiu pytań związanych z problematyką badań oraz czterech pytań metryczkowych o różnym stopniu złożoności (jednokrotnego, wielokrotnego wyboru oraz jednego pytania otwartego i mapki). Sposób organizacji pomiaru był dwojaki. Po pierwsze,

ankietowano przechodniów w wytypowanych uprzednio (w drodze wizji lokalnej) miejscach LCU związanych z ich różną funkcjonalnością w stosunku do możliwości zaspokajania potrzeb (robienie zakupów, korzystanie z usług, spotkania, wypoczynek i rekreacja). Pomiar zrealizowano przez przeszkolonych ankietatorów i polegał on na aranżacji wywiadu z wytypowanymi w sposób losowy osobami z zastosowaniem metody typowania systematycznego (poprzez typowanie co n-tej osoby przechodzącej przez obszar działania ankietera).

Drugą metodą wykorzystującą to samo narzędzie było rozdawanie ankiet w wytypowanych ciągach mieszkalnych (punktach lokalowych gospodarstw osób fizycznych), usytuowanych w bezpośredniej bliskości rejonu badań. Ten sposób pomiaru polegał na rozdawaniu w kopercie kwestionariusza do samodzielnego wypełnienia, a następnie na powtórnej wizycie w krótkim odstępie czasu i odebraniu wypełnionej ankiety. Tym samym w uzyskanej ostatecznie próbie można rozróżnić kategorię lokatorów i przechodniów. Odsetek lokatorów w obydwu próbach był wyrównany.

WYNIKI BADAŃ: LCU JAKO MIEJSCE ZASPOKAJANIA POTRZEB

Rozpatrywanie roli i znaczenia LCU dla lokalnej społeczności winno, w pewnym choćby stopniu, uwzględniać ewentualną alternatywę. W referowanych badaniach kwestię tę ujęto poprzez złożone pytanie, w którym respondentom przedstawiono do oceny różne czynności związane z zaspokajaniem potrzeb warunkowanych przez dostęp do zasobów. Posługując się skalą odpowiedzi, w której wyróżniono zarówno samo LCU, jak i jego otoczenie (bliższe i dalsze), respondenci mogli wskazać tylko jedno z miejsc dla każdej z usług (tab. 2).

Porównanie roli i pozycji dwóch LCU w strukturze zaspokajanych potrzeb ujawnia znaczące różnice między przedmieściami a dużym miastem. Generalny wniosek, jaki można wysnuć, jest taki, że siechnicki rynek w znacząco mniejszym stopniu narażony jest na konkurencję ze strony otoczenia zewnętrznego. Wykaz usług bezpośrednio załatwianych w miejscu LCU prezentuje tab. 3. Ponadto w obrębie LCU użytkownicy korzystają z tych usług, dla których konkurencja nie ma większego znaczenia (bankomat, poczta, podstawowy sklep spożywczy, miejsce zabaw dzieci, strefa wyprowadzania psów), ponieważ i tak najważniejsza jest bliskość przestrzenna – codziennych usług szuka się w najbliższym sąsiedztwie.

W przeciwieństwie do wrocławskiego placu Pereca, który przegrywa najczęściej konkurencję z miastem jako takim (inną częścią miasta), siechnicki rynek i jego najbliższe otoczenie jest bezpośrednim miejscem zaspokajania większego spektrum usług. Z kolei plac Pereca – co bezpośrednio wynika z jego funkcji – jest częściej wskazywany jako miejsce spacerów z psem oraz spacerów z dziećmi.

Natomiast wspólną cechą obydwu LCU jest to, że nie są one pierwszym wskazywanym miejscem dla spotkań towarzyskich i miejsc spędzania czasu wolnego, co jest zbieżne z obserwacjami D. Mantey (2015), która stwierdza, że pomimo istnienia przestrzeni publicznych mieszkańcy rzadko z nich korzystają, co obniża poziom kapitału społecznego i uniemożliwia budowanie poczucia wspólnoty. Być może jest więc tak, że spędzanie czasu wolnego nie należy do funkcji pełnionych przez LCU, że tego typu potrzeby realizowane są poza lokalnym habitatem. Ten zaskakujący wniosek wymaga jednak jeszcze potwierdzenia w dalszych badaniach.

Tab. 2. Zaspokajanie potrzeb – LCU wobec otoczenia

Gdzie najczęściej załatwia Pani/Pan takie sprawy, jak:	Pomiar									
	pl. Pereca we Wrocławiu					Rynek w Siechnicach				
	w badanym miejscu	w bezpo-średniej bliskości miejscowości	w innej części miasta/gminy/poza gminą	nie dotyczy	ogółem	w badanym miejscu	w bezpo-średniej bliskości miejscowości	w innej części miasta/gminy/poza gminą	nie dotyczy	ogółem
robinie codziennych zakupów do domu	39 25,8%	87 57,6%	24 15,9%	1 0,7%	151 100,0%	21 32,3%	38 58,5%	5 7,7%	1 1,5%	65 100,0%
robinie większych zakupów do domu	25 16,3%	40 26,1%	80 52,3%	8 5,2%	153 100,0%	7 10,4%	30 44,8%	28 41,8%	2 3,0%	67 100,0%
odprowadzanie dzieci do szkoły lub przedszkola/ odbieranie ich stamtąd	6 4,1%	22 15,2%	11 7,6%	106 73,1%	145 100,0%	3 4,1%	17 23,3%	5 6,8%	48 65,8%	73 100,0%
usługi bankowe (placówki bankowe, bankomaty)	52 33,5%	54 34,8%	31 20,0%	18 11,6%	155 100,0%	41 58,6%	1 1,4%	21 30,0%	7 10,0%	70 100,0%
usługi pocztowe	74 48,1%	46 29,9%	17 11,0%	17 11,0%	154 100,0%	60 85,7%	1 1,4%	5 7,1%	4 5,7%	70 100,0%
usługi gastronomii (bar, restauracja, kawiarnia, cukiernia itp.)	15 10,0%	33 22,0%	68 45,3%	34 22,7%	150 100,0%	37 52,9%	6 8,6%	17 24,3%	10 14,3%	70 100,0%
usługi zdrowia (przychodnia, gabinety lekarskie itp.)	9 6,1%	51 34,5%	65 43,9%	23 15,5%	148 100,0%	7 10,3%	25 36,8%	29 42,6%	7 10,3%	68 100,0%
korzystanie z innych usług (np. fryzjer, kosmetyczka, siłownia, kwiaciarnia)	22 14,7%	42 28,0%	63 42,0%	23 15,3%	150 100,0%	16 21,9%	27 37,0%	21 28,8%	9 12,3%	73 100,0%
spacery z dzieckiem i zabawy na placu zabaw	30 20,0%	18 12,0%	10 6,7%	92 61,3%	150 100,0%	13 18,1%	18 25,0%	2 2,8%	39 54,2%	72 100,0%
spacery z psem	17 11,8%	10 6,9%	6 4,2%	111 77,1%	144 100,0%	6 8,6%	16 22,9%	1 1,4%	47 67,1%	70 100,0%
aktywność fizyczna na powietrzu (bieganie, nordic walking)	14 9,2%	33 21,7%	47 30,9%	58 38,2%	152 100,0%	7 10,3%	29 42,6%	6 8,8%	26 38,2%	68 100,0%
spotkania towarzyskie	26 17,2%	14 9,3%	86 57,0%	25 16,6%	151 100,0%	17 25,0%	18 26,5%	26 38,2%	7 10,3%	68 100,0%
spędzanie czasu wolnego z rodziną	19 12,5%	21 13,8%	64 42,1%	48 31,6%	152 100,0%	16 24,2%	18 27,3%	21 31,8%	11 16,7%	66 100,0%

Źródło: opracowanie własne

Tab. 3. Pierwszeństwo zaspokajanych potrzeb: w LCU czy poza LCU?

Czynność	pl. Pereca we Wrocławiu	Rynek w Siechnicach
Robienie codziennych zakupów do domu	W bezpośrednim otoczeniu LCU	W bezpośrednim otoczeniu LCU
Robienie większych zakupów do domu	Inna część miasta/gminy	W bezpośrednim otoczeniu LCU = inna część miasta/gminy
Odprowadzanie dzieci do szkoły lub przedszkola i odbieranie ich stamtąd	Nie dotyczy > w bezpośrednim otoczeniu LCU	Nie dotyczy > w bezpośrednim otoczeniu LCU
Usługi bankowe (placówki bankowe, bankomaty)	W bezpośrednim otoczeniu LCU = w tym LCU	W tym LCU
Usługi pocztowe	W tym LCU	W tym LCU
Usługi gastronomii (bar, restauracja, kawiarnia, cukiernia itp.)	Inna część miasta/gminy	W tym LCU
Usługi zdrowia (przychodnia, gabinety lekarskie itp.)	Inna część miasta/gminy	Inna część miasta/gminy
Korzystanie z innych usług (np. fryzjer, kosmetyczna, siłownia, kwiaciarnia)	Inna część miasta/gminy	W bezpośrednim otoczeniu LCU
Spacery z dzieckiem i zabawy na placu zabaw	Nie dotyczy > w tym LCU	Nie dotyczy > w bezpośrednim otoczeniu LCU
Spacery z psem	Nie dotyczy > w tym LCU	Nie dotyczy > w bezpośrednim otoczeniu LCU
Aktywność fizyczna na powietrzu (bieganie, nordic walking)	Nie dotyczy > inna część miasta/gminy	W bezpośrednim otoczeniu LCU > nie dotyczy
Spotkania towarzyskie	Inna część miasta/gminy	Inna część miasta/gminy
Spędzanie czasu wolnego z rodziną	Inna część miasta/gminy	Inna część miasta/gminy

Źródło: opracowanie własne

WYNIKI BADAŃ: NIEZASPOKOJONE POTRZEBY ORAZ OCZEKIWANE KIERUNKI ZMIAN

Ankietowanych uczestników badań poproszono także o krótką wypowiedź swobodną na temat postulowanych propozycji zmian w ich otoczeniu. Uzyskane wyniki poddano analizie treści i skategoryzowano w postaci pytania zamkniętego, którego rozkład odpowiedzi prezentuje tab. 4.

Tab. 4. Braki w wyposażeniu LCU i niezbędne zmiany w przestrzeni

Czego brakuje w tym rejonie?	pl. Pereca we Wrocławiu	Rynek w Siechnicach	Ogółem
sklepy drobne różnych typów	14	30	44
	8,8%	41,1%	
duży sklep wielobranżowy	6	4	10
	3,8%	5,5%	
gastronomia	12	11	23
	7,5%	15,1%	
miejsca spotkań i spędzania czasu wolnego	25	10	35
	15,7%	13,7%	

zielen, miejsca rekreacji i uprawiania sportów	25	11	36
	15,7%	15,1%	
parkingi	9	0	9
	5,7%	0,0%	
plac zabaw i inne atrakcje dla dzieci	4	2	6
	2,5%	2,7%	
usługi dla ludności	3	3	6
	1,9%	4,1%	
braki infrastruktury i złe zagospodarowanie terenu	14	7	21
	8,8%	9,6%	
nic/ jest wszystko	15	7	22
	9,4%	9,6%	
inne	19	0	19
	11,9%	0,0%	
brak wskazania	50	16	66
	31,4%	21,9%	
Ogółem	159	73	232

Źródło: opracowanie własne

Poziom oczekiwań wydaje się korespondować ze zidentyfikowaną strukturą potrzeb. Co charakterystyczne, propozycje zmian i uzupełnień w wyposażeniu LCU są znacznie bardziej wyraźne w przypadku Siechnic, mimo iż teoretycznie siechnicki rynek był częściej wskazywanym miejscem zaspokajania codziennych potrzeb. Być może społeczność Siechnic postrzega przestrzeń przez pryzmat wielkiego miasta i stąd wyższe aspiracje mieszkańców i użytkowników, którzy od siedziby gminy oczekują czegoś więcej niż tylko placu i kilku punktów usługowych.

Istotny może być tu również kontekst miejsca i jego położenie względem tego, co oferuje otoczenie. O ile w przypadku placu Pereca mamy wzmogłą konkurencję innych części miasta, o tyle w odniesieniu do rynku w Siechnicach brakuje liczącej się alternatywy, co powoduje tym większe poczucie deficytów w badanym miejscu, zwłaszcza jeśli chodzi o sklepy wielobranżowe czy usługi gastronomiczne (lokale i restauracje). Z kolei w przypadku zieleni oraz urządzonych miejsc aktywnego spędzania czasu wolnego i rekreacji poziom deficytów był podobny i w obu analizowanych przypadkach drugi w kolejności pod względem znaczenia.

WNIOSKI

Zestawienie wyników dla społeczności lokalnych w mieście i na przedmieściach daje szeroki obraz relacji między sposobem zagospodarowania przestrzeni publicznych a codziennym funkcjonowaniem ich użytkowników w różnych kontekstach osadniczych. Lokalne centrum usługowe w oczywisty sposób nie zaspokaja wszystkich potrzeb mieszkańców: wiele z nich jest realizowanych poza LCU. Jednocześnie jako przestrzeń publiczna wyróżniająca się z otoczenia jest ono naturalnym miejscem koncentracji działalności usługowych i posiada realny potencjał do wzbogacenia oferty zgodnie z oczekiwaniami użytkowników.

Niewielka liczebność próby i specyfika obszarów wytypowanych do badań z pewnością nie uprawniają do generalizacji uzyskanych wyników. Można jednak wysunąć

wstępne wnioski dotyczące hierarchii usług w różnych kontekstach osadniczych. I tak, usługi, których obecność w bezpośredniej bliskości miejsca zamieszkania jest dla użytkowników istotna, to sklepy (codzienne zakupy do domu), placówki edukacyjne (przedszkola, szkoły), usługi finansowe (placówki bankowe, bankomaty) oraz usługi pocztowe. Wśród deficytów szczególnie widoczny jest niedobór usług zdrowia, zieleni, miejsc spotkań i spędzania czasu wolnego – dotyczy on obu badanych lokalizacji.

Istotne różnice w ocenie stopnia realizacji potrzeb między miastem a przedmieściami pojawiają się w zakresie usług gastronomii i drobnych usług rzemieślniczych (np. fryzjer, kosmetyczna, siłownia, kwiaciarnia) – w tym zakresie lepiej wypada oferta podmiejskich Siechnic, zapewne w związku z brakiem alternatywy w otoczeniu. Z kolei oferta Wrocławia lepiej zaspokaja potrzeby związane z codziennymi zakupami, co wydaje się naturalne zważywszy na większą skalę całego założenia.

Artykuł potwierdza potrzebę istnienia (a pośrednio również tworzenia i wspierania) lokalnych centrów usługowych jako narzędzia w kształtowaniu jakości życia w obszarach zurbanizowanych. Zaprezentowane wyniki badań nad LCU w różnych kontekstach osadniczych mogą być przyczynkiem do wypracowania uniwersalnych rozwiązań funkcjonalno-przestrzennych, sprzyjających budowaniu silnych społeczności lokalnych w Polsce.

Literatura

References

- Borsa, M. (2016, 20 września). Pozyskano z www.m-borsa.net/edu
- Borys, T., Rogala, P. (red.) (2008). *Jakość życia na poziomie lokalnym – ujęcie wskaźnikowe*. Warszawa: UNDP Polska.
- Brzosko-Sermak, A., Płaziak, M., Trzepacz, P. (2017). Przemiany funkcji handlowych i usługowych centrum dzielnicy mieszkaniowej na przykładzie Krakowa-Nowej Huty. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(2), 95–110.
- CBOS (2010). *Jak Polacy mieszkają a jak chcieliby mieszkać*. Komunikat z badań CBOS BS/120/2010. Warszawa.
- Centrum Wspierania Aktywności Lokalnej (2017, 29 lipca). Pozyskano z www.cal.org.pl
- Dom Pokoju (2016, 2 listopada). Pozyskano z <http://www.lokietka5.pl/badanie-miejskie-analiza-funkcjonalna-wroclawskich-osiedli/>
- Domaradzka, A., Sadowy, K. (2015). Definicja i funkcje centrum lokalnego. W: *Studium koncepcyjne dotyczące centrów lokalnych w Warszawie*. Warszawa: Wydawnictwo Oddziału Warszawskiego Stowarzyszenia Architektów Polskich, 10–15.
- Faliszek, K., Kowalczyk, B., Mandrysz, W., Leśniak-Berek, E., Wódz, K. (2010). Programy aktywności lokalnej jako instrument aktywizacji środowiska lokalnego w rozwiązywaniu problemów mieszkańców. *Przegląd Socjologiczny*, 4, 29–60.
- Flejterski, S., Panasiuk, A., Perenc, J., Rosa, G. (red.) (2005). *Współczesna ekonomia usług*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kowicki, M. (2004). *Współczesna agora. Wybrane problemy kształtowania ośrodków usługowych dla małych społeczności lokalnych*. Kraków: Politechnika Krakowska.
- Mantey, D. (2015). Miejsca spotkań w kontekście postmaterialistycznych wartości w suburbiach (przykład gmin Podkowa Leśna i Brwinów). *Przestrzeń Społeczna (Social Space Journal)*, 2(10), 91–126.
- OpenStreetMap (2017, 30 listopada). Pozyskano z <https://www.openstreetmap.org/>
- Ostrowski, W. (2001). *Wprowadzenie do historii budowy miast. Ludzie i środowisko*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej.
- Perry, C. (1998). *The Neighbourhood Unit, a Scheme for Arrangement for the Family-Life Community* (1929). London: Reprinted Routledge/Thoemmes.
- Zipser, T. (1983). *Zasady planowania przestrzennego*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej.

Jacek Pluta, dr, socjolog, adiunkt w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Wrocławskiego. Swoje zainteresowania naukowe lokuje w polu socjologii kultury, socjologii miasta, problemów społecznych, jakości życia oraz przedsiębiorczości. Specjalizuje się w opracowaniu i wdrażaniu metodologii projektów badawczych w obszarze stosowanych nauk społecznych (CAPI, PAPI, FGI). Jako ekspert szeroko współpracuje z instytucjami samorządowymi, NGO oraz podmiotami gospodarczymi w sektorze polityki społecznej, usług społecznych, kultury i organizacji czasu wolnego. Kierownik wielu projektów badawczych, w tym m.in. takich jak: „Ogólnopolskie badanie sytuacji, potrzeb i możliwości osób niepełnosprawnych” (2008–2010), „Strategie sukcesyjne polskich przedsiębiorstw rodzinnych” (2012–2013), „Czynniki rozwoju przedsiębiorczości na lokalnym rynku pracy” (2005–2007), „Ewaluacja Europejskiej Stolicy Kultury Wrocław 2016” (2016–2017), „Analiza funkcjonalna osiedli” (2015–2016), „Wrocławska diagnoza społeczna” (edycja 2010, 2014, 2017), „Strategia Kultura Obecna!” (2017), „Strategia Wrocław 2030” (2018). Autor i współautor książek: *Atlas problemów społecznych Wrocławia* (2006), *My, Wrocławianie. Społeczna przestrzeń miasta* (2006), *Problemy społeczne w przestrzeni Wrocławia* (2010), *Stare i nowe problemy społeczne wielkiego miasta* (2010), *City and Power – Postmodern Urban Spaces in Contemporary Poland* (2018).

Jacek Pluta, Ph.D., assistant professor at the Institute of Sociology at the University of Wrocław. His research interests are focused around the field of sociology of culture, urban sociology, social problems, quality of life and entrepreneurship. He specialises in preparing and implementing methodologies in applied social sciences (CAPI, PAPI, FGI). As an expert he widely cooperates with public authorities, NGOs and market actors in social policy, social services culture and free time organisation. He is a director of many research projects, including Ogólnopolskie badanie sytuacji, potrzeb i możliwości osób niepełnosprawnych (2008–2010), Strategie sukcesyjne polskich przedsiębiorstw rodzinnych (2012–2013), Czynniki rozwoju przedsiębiorczości na lokalnym rynku pracy (2005–2007), Ewaluacja Europejskiej Stolicy Kultury Wrocław 2016 (2016–2017), Analiza funkcjonalna osiedli (2015–2016), Wrocławska diagnoza społeczna (edycja 2010, 2014, 2017), Strategia Kultura Obecna! (2017), Strategia Wrocław 2030 (2018). He is an author and co-author of books: *Atlas problemów społecznych Wrocławia* (2006), *My, Wrocławianie. Społeczna przestrzeń miasta* (2006), *Problemy społeczne w przestrzeni Wrocławia* (2010), *Stare i nowe problemy społeczne wielkiego miasta* (2010), *City and Power – Postmodern Urban Spaces in Contemporary Poland* (2018).

Adres/address:

Uniwersytet Wrocławski
Instytut Socjologii
Zakład Socjologii Kultury i Cywilizacji
ul. Koszarowa 3, 51-149 Wrocław, p. 341 (budynek IS), Polska
e-mail: jacek.pluta@uwr.edu.pl

Łukasz Damurski, dr inż., urbanista, badacz i nauczyciel akademicki na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej (od 2006 roku). Jego zainteresowania badawcze oscylują wokół lokalnych (osiedlowych) centrów usługowych, komunikacji społecznej w planowaniu przestrzennym i kwestii e-planowania. Kierował licznymi projektami badawczymi w ramach grantów Komisji Europejskiej, Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz Narodowego Centrum Nauki. Od 2014 roku jest członkiem międzynarodowej Rady Recenzentów w czasopiśmie „International Journal of E-Planning Research” (IJEPR). Jego prace – artykuły i książki dotyczące różnych aspektów planowania przestrzennego – charakteryzują się szerokim spojrzeniem uwzględniającym czynniki polityczne i aksjologiczne. Obecnie pracuje nad interdyscyplinarnym projektem badawczym dotyczącym lokalnych centrów usługowych w funkcjonalnych obszarach miejskich.

Łukasz Damurski, Ph.D., urban planner, post-doc researcher and academic teacher at the Faculty of Architecture, Wrocław University of Science and Technology, Poland (since 2006). His research interests focus on local (neighbourhood) service centres, public communication in urban planning and e-planning issues. He has conducted numerous research projects funded within grant programmes from the European Commission, Polish Ministry of Science and National Research Centre Poland. Since 2014 he has been a member of the Editorial Review Board in the International Journal of E-Planning Research (IJEPR). His works – papers and books on various aspects of urban planning theory and practice – are characterised by a wide, political and axiological perspective. Currently he is working on a multi-disciplinary project on local service centres in functional urban areas.

Adres/address:

Politechnika Wrocławska
Wydział Architektury
Katedra Urbanistyki i Procesów Osadniczych
ul. B. Prusa 53/55, pok. 120d, 50-317 Wrocław, Polska
e-mail: lukasz.damurski@pwr.edu.pl

Jerzy Ładysz, dr inż., ekonomista i urbanista, adiunkt w Katedrze Nauk o Przedsiębiorstwie na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu; absolwent Wydziału Gospodarki Narodowej Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu oraz Wydziału Architektury Politechniki Wrocławskiej. Specjalizuje się w modelowaniu i optymalizacji lokalizacji obiektów usługowych, spójności terytorialnej, współpracy transgranicznej. Autor ponad 85 publikacji naukowych. Wykonawca kilku krajowych i międzynarodowych projektów badawczych.

Jerzy Ładysz, Ph.D., economist and urban planner, assistant professor at the Department of Enterprise Studies at the Wrocław University of Economics; graduate of the Faculty of National Economy of the Wrocław University of Economics and the Faculty of Architecture at the Wrocław University of Science and Technology. He specializes in modelling and optimization of the location of service facilities, territorial cohesion and cross-border cooperation. Author of over 85 publications. Executant of several national and international research projects.

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki w Jeleniej Górze
Katedra Nauk o Przedsiębiorstwie
ul. Nowowiejska 3, 58-500 Jelenia Góra, Polska
e-mail: jerzy.ladysz@ue.wroc.pl

Wawrzyniec Zipser, dr inż., urbanista, adiunkt na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej. Pochodzi z Wrocławia, choć jego korzenie rodzinne odwołują się do ważnych dla urbanistyki miast: Lwowa i Pragi. Skończył studia w czwartym roczniku świeżo uruchomionego kierunku gospodarka przestrzenna na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej (jeden z dwu pierwszych w Polsce), tam też obronił w 2005 roku dysertację doktorską na temat wpływu handlu wielkopowierzchniowego na kształtowanie struktury miejskiej. Pracuje jako dydaktyk i pracownik naukowy w Katedrze Urbanistyki i Procesów Osadniczych Politechniki Wrocławskiej. Zajmuje się przede wszystkim szeroko ujętym problemem procesów osadniczych: w skali lokalnej po regionalną, stosuje narzędzia symulacyjne oraz systemy informacji przestrzennej.

Wawrzyniec Zipser, Ph.D., urban planner, assistant professor at the Faculty of Architecture at the Wrocław University of Science and Technology. He was born in Wrocław, although his family roots reach cities important for urban planning: Lviv and Prague. He has graduated from the newly-launched Spatial Management (one of the first two in Poland) at the Faculty of Architecture of the Wrocław University of Science and Technology where he obtained his doctoral title in 2005 based on a dissertation about the impact of large-scale retail on shaping the city structure. He works as a teacher and researcher at the Department of Urban Design & Planning and Settlement Processes at the Wrocław University of Science and Technology. He deals mainly with the problems of settlement processes: on a local – regional scale, uses simulation tools and spatial information systems

Adres/address:

Politechnika Wrocławska
Wydział Architektury
Katedra Urbanistyki i Procesów Osadniczych
ul. B. Prusa 53/55, pok. 120d, 50-317 Wrocław, Polska
e-mail: wawrzyniec.zipser@pwr.edu.pl

Magdalena Mayer-Wydra, mgr inż., geograf i urbanista, doktorantka na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej, wykładowca Uniwersytetu Wrocławskiego. W swoich badaniach zajmuje się problematyką z zakresu struktury usługowej (handlowej) jednostek osadniczych, specyfiką miast poprzemysłowych, jakością przestrzeni publicznych oraz tożsamością miejsca.

Magdalena Mayer-Wydra, M.Sc., geographer and town planner, Ph.D. candidate at the Faculty of Architecture at the Wrocław University of Science and Technology. In her research she deals with problems of service (retail) structure of spatial units, post-industrial cities, quality of public spaces, place identity.

Adres/address:

Politechnika Wrocławska
Wydział Architektury
Katedra Urbanistyki i Procesów Osadniczych
ul. B. Prusa 53/55, pok. 17, 50-317 Wrocław
e-mail: magdalena.mayer@pwr.edu.pl

Agnieszka Kriesel, mgr. inż., absolwentka studiów II stopnia na kierunku gospodarka przestrzenna na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej. Jej zainteresowania dotyczą szeroko pojętej rewitalizacji oraz kształtowania przestrzeni publicznych. Działa w Studenckim Kole Naukowym Gospodarki Przestrzennej, brała czynny udział w organizacji szkoły letniej we współpracy z firmą Here oraz w IV Kongresie Rewitalizacji Miast w Wałbrzychu. Obecnie jest stypendystką w ramach interdyscyplinarnego projektu badawczego „Model lokalnego centrum usługowego” finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

Agnieszka Kriesel, B.Sc., graduate of Spatial Planning at the Faculty of Architecture, Wrocław University of Science and Technology. Her research interest is connected with regeneration processes and shaping urban structures. She is a member of the Students Association of Spatial Planning. She co-organized a summer school with Here Company and worked as a volunteer on the 4th Congress of Towns Regeneration in Wałbrzych, Poland. Currently she is a research fellow within a research project “Model of a local service centre” financed by National Science Centre Poland.

Adres/address:

Politechnika Wrocławska
Wydział Architektury
Katedra Urbanistyki i Procesów Osadniczych
ul. B. Prusa 53/55, pok. 17, 50-317 Wrocław
e-mail: agnieszka.kriesel@gmail.com

Artykuł prezentuje wstępne wyniki projektu badawczego „Model lokalnego centrum usługowego jako narzędzie kształtowania spójności terytorialnej obszarów miejskich” realizowanego na Wydziale Architektury Politechniki Wrocławskiej w latach 2016–2019 ze środków Narodowego Centrum Nauki (numer projektu 2015/19/B/HS4/01301).

ANNA IRENA SZYMAŃSKA

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

Atrakcyjność centrów handlowych jako miejsc dokonywania zakupów i korzystania z oferty usługowej w opinii respondentów

Attractiveness of Shopping Malls as the Places of Purchasing and Services Use in the Opinion of Respondents

Streszczenie: Zasadniczym celem niniejszego artykułu była identyfikacja kluczowych determinant warunkujących określone intencje zachowań konsumentów w zakresie wyboru centrów handlowych jako miejsc korzystania z oferty handlowo-usługowej. Identyfikacja ta oparta była na analizie dostępnej literatury przedmiotu oraz weryfikacji siły oddziaływania wybranych determinant na intencje określonych zachowań konsumentów. W artykule postawiono trzy hipotezy badawcze H1, H2 i H3, a także zaproponowano model teoretyczny, który następnie poddano procesowi weryfikacji z wykorzystaniem modelowania strukturalnego (SEM). Opracowany model poddano również analizie w zakresie poziomu rzetelności oraz dobroci dopasowania. W oparciu o przeprowadzone analizy statystyczne można stwierdzić, że zmodyfikowany model równań strukturalnych nie był satysfakcjonujący i wymaga dalszej uwagi. W toku prowadzonych analiz odrzucono hipotezę H2. Uzyskanie pozytywnej weryfikacji postawionych wstępnie hipotez badawczych H1 i H3 wymaga dalszych badań. W związku z tym nie da się jednoznacznie stwierdzić, że czynniki osobiste oraz lokalizacja w istotny statystycznie sposób wpływają na intencje zachowań konsumentów w zakresie wyboru centrum handlowego jako miejsca korzystania z oferty handlowo-usługowej. W modelowaniu wykorzystano dane pozyskane w ramach badań empirycznych przeprowadzonych na grupie 424 respondentów. Natomiast obliczenia wykonano z wykorzystaniem modułu SEPATH w programie Statistica 13.

Abstract: The aim of this article was to identify key determinants conditioning specific consumer behaviour intentions during the shopping centres selection. The identification was based on the analysis of available literature on the subject and the verification of strength of impact of selected determinants on the intentions of consumer behaviour. In the article three research hypothesis H1, H2, H3 and a conceptual model were proposed. This model was then subjected to the verification process using structural modeling (SEM). The model was also analyzed in terms of the level of reliability and the accuracy of match. On the basis of the statistical analyses it was found that the modified model was not satisfactory and requires further attention. In the course of the analyses, the hypothesis H2 was rejected. Obtaining positive verification of the hypotheses H1 and H3 requires further research. Therefore, it cannot be clearly stated that personal factors and location influence the intentions of consumer behaviour in the selection of a shopping centre as a place to use the commercial and service offer in a statistically significant way. Data used were obtained in empirical studies conducted on the group of 424 respondents. However, the calculations were made using the SEPATH module in the Statistica 13.

Słowa kluczowe: centrum handlowe; modelowanie SEM; zachowania konsumentów

Keywords: consumers behaviours; SEM models; shopping mall

Otrzymano: 2 lutego 2018

Received: 2 February 2018

Zaakceptowano: 22 maja 2018

Accepted: 22 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Szymańska, A.I. (2018). Atrakcyjność centrów handlowych jako miejsc dokonywania zakupów i korzystania z oferty usługowej w opinii respondentów. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 245–254. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.17>

WSTĘP

Centra handlowe stanowią istotny element przestrzeni miejskiej i jednocześnie poważną konkurencję dla pozostałych form handlu detalicznego. Proponują one szeroką ofertę produktowo-usługową, akcje promocyjne i degustacyjne, duże własne parkingi i stacje benzynowe, jak również wiele różnych placówek znajdujących się na terenie kompleksu handlowego. Ponadto – w efekcie wielokierunkowego zakresu oddziaływania centrów handlowych (przestrzennego, ekonomicznego, społecznego) – stały się one przedmiotem zainteresowania wielu środowisk naukowych. Należy tu wymienić przede wszystkim nauki techniczne, społeczne, ekonomiczne oraz geografię społeczno-ekonomiczną. Prowadzone badania odnoszą się m.in. do:

- typologii i hierarchizacji centrów handlowych w oparciu o ich wielkość i generację (Sikos, Hoffmann, 2005; Szczyrba, 2005; Lambert, 2006; Kaczmarek, 2010; Mikołajczyk, 2012; Twardzik, 2014),
- postrzegania centrów handlowych jako nowych przestrzeni konsumpcji (Jałowicki, 2005; Żerebecka, 2005),
- rozpatrywania społecznego oddziaływania centrów handlowych na rozwój miast, funkcji pełnionych w strukturze miasta (Jarczewski, Huculak, 2010; Knecht-Tarczewska, 2011; Hefner, Twardzik, 2013; Rochmińska, 2015; 2016),
- czynników oddziałujących na decyzje konsumentów w zakresie korzystania z oferty centrów handlowych oraz tych świadczących o atrakcyjności centrów handlowych dla konsumentów (Woźniak, 2002; Żalikowski, 2002; Kłosiewicz-Górecka, 2005; Dzieciuchowicz, 2012; Rousseau, Venter, 2014; Płaziak, Szymańska, 2017; Szymańska, Płaziak, 2018),
- identyfikowania profili konsumentów korzystających z oferty handlowo-usługowej centrów handlowych (Chudzik, 2006; Rochmińska, 2011; 2013),
- identyfikowania czynników 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),
- przestrzennego zasięgu oddziaływania centrów handlowych (Chaberko, Ciechowski, Kretowicz, 2013).

Zasadniczym celem niniejszego artykułu była identyfikacja kluczowych determinant wpływających na decyzje konsumentów w zakresie wyboru centrów handlowych jako miejsc zakupów oraz korzystania z oferty usługowej. Identyfikacja ta oparta była

na analizie dostępnej literatury przedmiotu oraz weryfikacji siły oddziaływania wybranych determinant na intencje określonych zachowań konsumentów. W artykule zaproponowano model teoretyczny, który wstępnie składał się z trzech egzogenicznych oraz jednej endogenicznej zmiennej latentnej oraz 13 opisujących je zmiennych obserwowalnych. Model ten poddano następnie weryfikacji z wykorzystaniem modelowania strukturalnego (SEM).

W modelowaniu wykorzystano dane pozyskane w ramach badań empirycznych przeprowadzonych na grupie 424 respondentów. Natomiast obliczenia wykonano z wykorzystaniem modułu SEPATH w programie Statistica 13.

METODYKA BADAŃ

W oparciu o przeprowadzoną analizę literatury przedmiotu dokonano identyfikacji kluczowych czynników determinujących wybór centrum handlowego jako miejsca zakupów oraz korzystania z oferty usługowej. Czynniki te następnie zestawiono w trzy grupy, a są nimi: czynniki osobiste, lokalizacja centrum handlowego oraz oferta handlowo-usługowa. Wyszczególnione grupy czynników zostały wybrane jako charakterystyczne i niezależne kategorie, w ramach których postawiono hipotezy badawcze.

Czynniki osobiste, m.in. takie jak odczuwane potrzeby czy preferencje w zakresie sposobu spędzania czasu wolnego, w zasadniczy sposób determinują dokonywane przez konsumentów wybory oraz podejmowane zachowania rynkowe. Podobnie forma i jakość świadczonych usług istotnie oddziałują na decyzje podejmowane przez konsumentów. Fakt ten stanowił podstawę do sformułowania następującej hipotezy:

H1: Czynniki osobiste, takie jak odczuwane potrzeby, przyjemność spędzania czasu, oczekiwana jakość usług, mają istotny wpływ na wybór centrum handlowego do korzystania z oferty handlowo-usługowej.

Ponadto szeroka, atrakcyjna cenowo oferta handlowo-usługowa oraz sezonowe obniżki cen i promocje przyczyniają się do wyboru centrum handlowego jako miejsca zakupów i spędzania wolnego czasu. Fakt ten stanowił podstawę do sformułowania następującej hipotezy:

H2: Oferta centrum handlowego ma istotny wpływ na wybór centrum handlowego jako miejsca korzystania z oferty handlowo-usługowej.

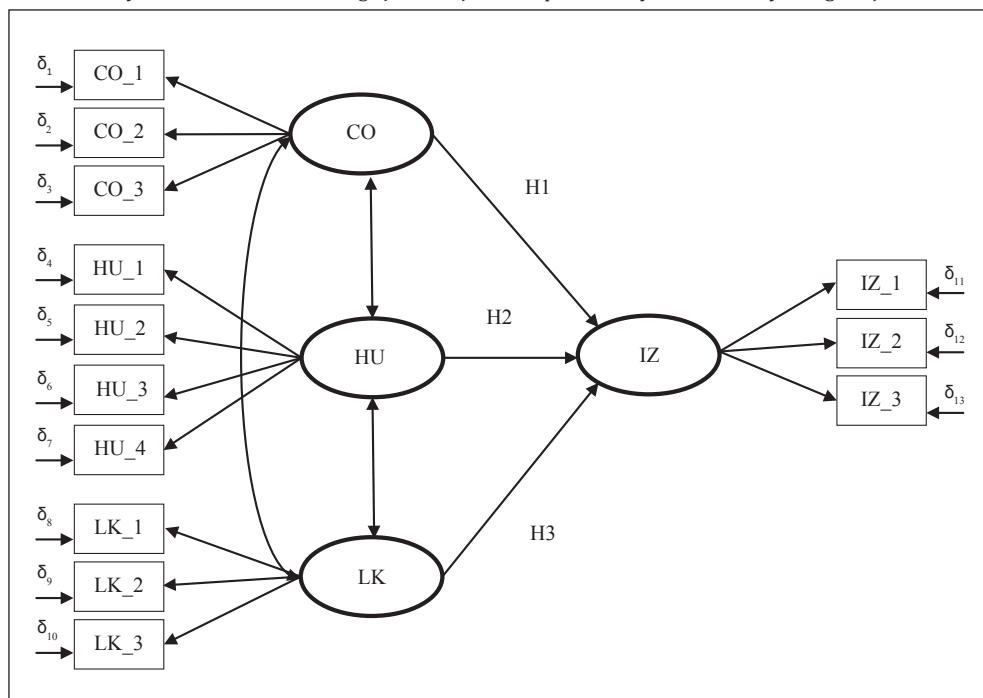
Istotną determinantą z perspektywy konsumentów wydaje się być również lokalizacja centrum handlowego. Jego dogodne położenie względem miejsca zamieszkania konsumentów oraz innych podmiotów handlowo-usługowych, jak też duża liczba podmiotów gospodarczych funkcjonujących w centrum handlowym mogą decydować o określonych zachowaniach konsumentów. Fakt ten stanowił podstawę do sformułowania następującej hipotezy:

H3: Lokalizacja centrum handlowego ma istotny wpływ na jego wybór do korzystania z oferty handlowo-usługowej.

W toku dalszych rozważań teoretycznych skonstruowano teoretyczny model badawczy – model równań strukturalnych (SEM), który posłużył następnie do weryfikacji postawionych hipotez H1, H2 i H3. W wyszczególnionym modelu trzema czynnikami, będącymi egzogenicznymi zmiennymi latentnymi (czynniki osobiste – CO, oferta handlowo-usługowa centrum handlowego – HU, lokalizacja centrum handlowego – LK), przyporządkowano odpowiednie, charakteryzujące je zmienne jawne (wskaźniki). Również endogeniczna zmienna latentna określona została za pomocą trzech zmiennych jawnych (ryc. 1, tab. 2). Zmienne jawne przedstawione zostały w figurach o kształcie prostokąta, zaś zmienne latentne w elipsach. W modelu SEM założono, że są to zależności refleksywne. Oznacza to, że zmienne jawne stanowią odzwierciedlenie zmiennych ukrytych.

W celu weryfikacji postawionych hipotez badawczych w okresie od października do grudnia 2017 roku przeprowadzono bezpośrednie badania rynkowe z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety jako narzędzia badawczego. W badaniach zastosowano metodę PAPI (Paper & Pen Personal Interview), tj. bezpośredni wywiad kwestionariuszowy. W badaniach uczestniczyło 424 respondentów – mieszkańców Krakowa. Dobór próby był dogodny, nieprobabilistyczny (nielosowy), a podstawą doboru stanowiła dostępność badanych. Nieco ponad 63% respondentów uczestniczących w badaniach stanowiły kobiety, a niemal 37% – mężczyźni. Ponad połowę respondentów (51%) stanowiły osoby młode w wieku do 30 lat, pracujące zawodowo (ponad 52%) i mające średnie (47,6%) lub wyższe (42%) wykształcenie (tab. 1).

Ryc. 1. Diagram postulowanego modelu równań strukturalnych deklarowanych zachowań respondentów w zakresie wyboru centrum handlowego jako miejsca zakupów i korzystania z oferty usługowej



Źródło: opracowanie własne

Tab. 1. Charakterystyka respondentów uczestniczących w badaniach

Cecha (N=424)		Liczba respondentów	Liczebność w %
Płeć	kobieta	269	63,4
	mężczyzna	155	36,6
Wiek (w latach)	18–20	59	13,9
	21–30	157	37,0
	31–40	104	24,5
	41 i więcej	104	24,5
Wykształcenie	podstawowe, zawodowe	44	10,4
	średnie	202	47,6
	wyższe	178	42,0
Czym respondent zajmuje się obecnie?	pracuję	221	52,1
	nie pracuję	52	12,3
	uczę się / studiuję	151	35,6

Źródło: opracowanie własne

Dla czterech zoperacjonalizowanych zmiennych latentnych wyznaczono 13 zmiennych obserwowalnych oraz 13 błędów pomiaru DELTA. Zarówno zmienne latentne, charakteryzujące je zmienne jawne, jak i wartości ładunków czynnikowych oraz błędy pomiaru DELTA wyszczególniono w tab. 2.

Tab. 2. Parametry strukturalne postulowanego modelu równań strukturalnych

Konstrukty	Wskaźniki	Regresja czynnikowa	DELTA
CO_Czynniki osobiste	CO_1 – Oferta handlowo-usługowa centrum handlowego w pełni zaspokaja moje potrzeby	0,286	0,972
	CO_2 – Odwiedzając centrum handlowe, kieruję się przyjemnością spędzonego czasu	0,206	1,047
	CO_3 – Podczas zakupów w hipermarkecie zwracam uwagę na jakość świadczonych usług	0,189	1,062
HU_Oferta handlowo-usługowa centrum handlowego	HU_1 – Przy wyborze sklepu kieruję się cenami, obniżkami cen i promocjami	-0,123	0,887
	HU_2 – Odwiedzając centrum handlowe, kieruję się szerokim wyborem produktów	-0,085	0,385
	HU_3 – Odwiedzając centrum handlowe, kieruję się usługami dostępnymi w centrum	-0,056	0,667
	HU_4 – Podczas zakupów w hipermarkecie odwiedzam również sklepy znajdujące się w jego pasażu handlowym	-1,103	0,000
LK_Lokalizacja CH	LK_1 – Odwiedzając centrum handlowe, kieruję się odległością od miejsca zamieszkania	0,037	1,780
	LK_2 – Lokalizacja centrum handlowego może sprzyjać uzupełnieniu oferty lokalnej sieci placówek handlowo-usługowych	0,910	0,000
	LK_3 – Podczas zakupów w hipermarkecie odwiedzam również sklepy znajdujące się w jego pasażu handlowym	0,214	1,284

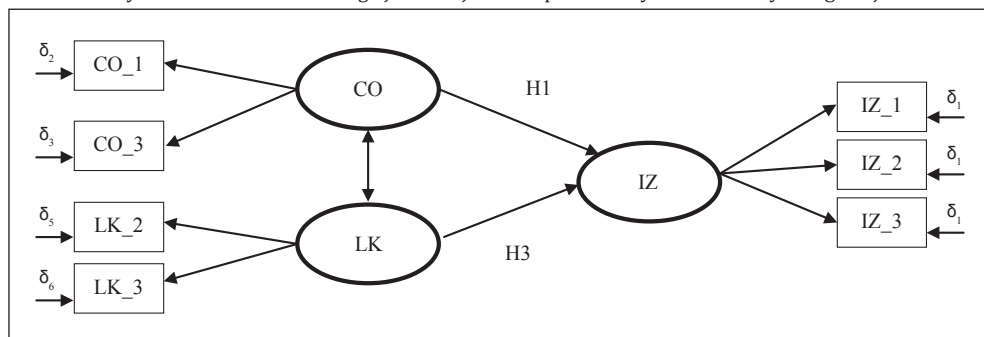
IŻ_Intencje zachowania	IŻ_1 – Często korzystam z oferty handlowo-usługowej centrum handlowego	1,000	0,892
	IŻ_2 – Odwiedzanie hipermarketów jest dla mnie sposobem na spędzanie wolnego czasu	2,038	0,743
	IŻ_3 – W centrum handlowym spotykam się ze znajomymi	1,805	0,950

M – średnia arytmetyczna, SD – odchylenie standardowe

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem programu SEPETH, Statistica 13

Parametry modelu są istotne na poziomie $p = 0,05$. Wyniki estymacji parametrów modelu hipotetycznego wskazują, że siedem spośród 13 uzyskanych współczynników ścieżkowych (regresja czynnikowa) było istotnych statystycznie i potwierdza dwa spośród trzech postawionych przypuszczeń. Wskaźniki nieopisujące postulowanego modelu to CO2 dla konstruktów „CO_czynnik osobiste”, HU1, HU2, HU3 i HU4 dla konstruktów „HU_oferta handlowo-usługowa CH”, LK1 dla konstruktów „LK_lokalizacja CH”. Z uwagi na niewystarczające dopasowanie postulowanego modelu dokonano jego modyfikacji. Usunięto ścieżki, którym odpowiadały nieistotne statystycznie współczynniki i odpowiadające im wariacje zmiennych objaśnianych (ryc. 2). Hipoteza H2, zgodnie z którą oferta centrum handlowego ma istotny wpływ na wybór centrum handlowego jako miejsca korzystania z oferty handlowo-usługowej, okazała się nie być istotna statystycznie i została usunięta z modelu.

Ryc. 2. Diagram zmodyfikowanego modelu równań strukturalnych deklarowanych zachowań respondentów w zakresie wyboru centrum handlowego jako miejsca zakupów i korzystania z oferty usługowej



Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem programu Statistica 13

Tab. 3. Miary rzetelności dopasowania zmodyfikowanego modelu równań strukturalnych

Konstrukty	Wskaźniki	Regresja czynnikowa	DELTA	Alfa	RHO	AVE
CO_Czynnik osobiste	CO_1 – Oferta handlowo-usługowa centrum handlowego w pełni zaspokaja moje potrzeby	0,291	0,969	0,172	0,086	0,114
	CO_3 – Podczas zakupów w hipermarkecie zwracam uwagę na jakość świadczonych usług	0,388	0,947			

LK_Lokalizacja CH	LK_2 – Lokalizacja centrum handlowego może sprzyjać uzupełnieniu oferty lokalnej sieci placówek handlowo-usługowych	0,910	0,000	0,441	0,334	0,346
	LK_3 – Podczas zakupów w hipermarkecie odwiedzam również sklepy znajdujące się w jego pasażu handlowym	0,214	1,284			
IŻ_Intencje zachowania	IŻ_1 – Często korzystam z oferty handlowo-usługowej centrum handlowego	–	0,886	0,638	0,864	0,760
	IŻ_2 – Odwiedzanie hipermarketów jest dla mnie sposobem na spędzanie wolnego czasu	1,967	0,783			
	IŻ_3 – W centrum handlowym spotykam się ze znajomymi	1,811	0,926			

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem programu SEPATH, Statistica 13

Statystyki rzetelności AVE, RHO Joreskoga oraz Alfa Cronbacha w przypadku rozważanych egzogenicznych zmiennych ukrytych uzyskały wartość poniżej 0,5. Wartości analizowanych wskaźników pokazują, że poszczególne zestawy zmiennych obserwowalnych w zasadzie nie mierzą badanego zjawiska i wymagają dalszej uwagi. Natomiast wartość badanych wskaźników dla zmiennej endogenicznej jest powyżej 0,6, co świadczy o dość dobrej rzetelności skali. Można przyjąć, że poszczególne zestawy zmiennych obserwowalnych dla egzogenicznych zmiennych ukrytych wymagają dalszej uwagi, natomiast zmienne jawne opisujące endogeniczną zmienną latentą rzeczywiście mierzą to zjawisko.

Tab. 4. Miary dobroci dopasowania testowanego modelu równań strukturalnych

Miary dobroci dopasowania	
Chi-kwadrat	371,813
GFI Joreskoga	0,954
AGFI Joreskoga	0,908
Wskaźnik Bentlera-Bonetta	0,772
RMSEA Steigerna-Linda	0,083
Wskaźnik Gamma populacji	0,944

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem programu SEPATH, Statistica 13

Wskaźniki dopasowania wskazują na względnie akceptowalny poziom dopasowania modelu (tab. 4). Wartość pierwiastka średniokwadratowego błędu aproksymacji (RMSEA = 0,08) mieści się w dolnej granicy. Zarówno indeks dobroci dopasowania Gamma, jak i GFI wskazują, że około 0,94% rzeczywistych kowariancji jest wyjaśnianych przez opracowany model. Nieco niższą wartość przyjęły wskaźniki dobroci dopasowania: AGFI oraz Bentlera-Bonetta.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI KOŃCOWE

W niniejszym opracowaniu przedstawiono analizę zależności między determinantami: czynnikami osobistymi, ofertą handlowo-usługową centrum handlowego, lokalizacją centrum handlowego, a występowaniem u konsumentów określonych intencji zachowań do odwiedzania centrów handlowych. W analizie wykorzystano modelowanie SEM i utworzono hipotetyczny model SEM, w ramach którego uwzględniono wskaźniki opisujące poszczególne determinanty. Dokonano estymacji i weryfikacji modelu, a następnie jego modyfikacji, wykorzystując w tym celu uzyskane wartości parametrów.

W oparciu o przeprowadzone analizy statystyczne można stwierdzić, że zmodyfikowany model równań strukturalnych nie był satysfakcjonujący i mimo odrzucenia hipotezy H2 (oferta centrum handlowego ma istotny wpływ na wybór centrum handlowego jako miejsca korzystania z oferty handlowo-usługowej) wymaga dalszej uwagi. Uzyskanie pozytywnej weryfikacji postawionych na wstępie hipotez badawczych H1 i H3 wymaga dalszych badań. Mimo że wskaźniki dobroci dopasowania modelu wskazują na jego względne dopasowanie, to jednak z uwagi na bardzo niskie wartości statystyk rzetelności skali konieczne jest dopracowanie narzędzia wykorzystywanego w badaniach. W związku z tym nie jest możliwe jednoznaczne stwierdzenie, że czynniki osobiste oraz lokalizacja centrum handlowego w istotny statystycznie sposób wpływają na intencje zachowań konsumentów w zakresie wyboru centrum handlowego jako miejsca korzystania z oferty handlowo-usługowej.

Literatura

References

- 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.). *Konwersatorium wiedzy o mieście, XXIV, Człowiek w przestrzeni publicznej miasta*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 149–156.
- Chaberko, T., Ciechowski, M., Kretowicz, P. (2013). Funkcjonowanie wielkiego centrum handlowego w ujęciu przestrzennym i czasowym (na przykładzie Bonarka City Center w Krakowie). *Ekonomia. Rynek, gospodarka, społeczeństwo*, 32, 121–136.
- Chudzik, D. (2006). Wizerunek klienta supermarketów. *Handel Wewnętrzny*, 4–5, 63–66.
- 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.
- Hefner, K., Twardzik, M. (2013). Społeczne oddziaływanie nowoczesnych centrów handlowo-usługowych na małe miasta w zewnętrznej strefie aglomeracji śląskiej. *Studia Ekonomiczne*, 144, 95–108. Katowice.
- 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. Ślodziak (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*, 175, 293–303.
- Lambert, J. (2006). One Step Closer to a Pan-European Shopping Center Standard. *Research Review*, 13, 2.
- Mikołajczyk, J. (2012). *Kreowanie wartości centrum handlowego – perspektywa interesariuszy*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2017). Regres czy rozwój lokalnej działalności handlowo-usługowej w najstarszej części Nowej Huty? *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 13, 228–243.
- Rochmińska, A. (2011). Zakupy a czas wolny Łódzian. *Acta Universitatis Lodzianensis. 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. Wolaniuk (red.). *Konwersatorium wiedzy o mieście, XXVIII. Współczesne czynniki i bariery rozwoju miast*. Łódź: Uniwersytet Łódzki, 229–246.
- Rochmińska, A. (2016). Shopping centres as the subject of Polish geographical research. *Geographia Polonica*, 89(4), 521–535.
- Rousseau, G.G., Venter, D.J.L. (2014). Mall shopping preferences and patronage of mature shoppers. *SA Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde*, 40(1).
- Sikos, T., Hoffmann, M. (2005). *Typology of shopping centres in Budapest*. Komárno: J. Selye University.
- Sobala-Gwosdz, A., Gwosdz, K. (2011). Polska Wschodnia w strategiach lokalizacji sieci hipermarketów. W: M. Woźniak (red.). *Uwarunkowania sprawnego działania w przedsiębiorstwie i regionie*. Rzeszów: Uniwersytet Rzeszowski, 276–290.
- Szczyrba, Z. (2005). *Nakupni centra v Ceske Republice – nova forma zabavy a nakupni turistiky*. Opole: Politechnika Opolska.
- Szymańska, A.I., Płaziak, M. (2018). Consumer Preferences and Behaviours in Shopping Malls in Poland with the particular reference to Krakow. *Urban Development Issues Journal*, 55, 33–43.
- Twardzik, M. (2014). Typologia i znaczenie centrów handlowych dla miast województwa śląskiego. *Studia Miejskie*, 16.
- 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, konsumpcji kolaboratywnej i innych form alternatywnego dostępu do dóbr, nowych trendów w konsumpcji oraz ich implikacji dla strategii biznesowych przedsiębiorstw, jak również zagadnień z obszaru przedsiębiorczości i innowacyjności przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem sektora MŚP oraz gospodarki cyrkularnej.

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.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych St. 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: aszym@up.krakow.pl

MAGDALENA MAYER-WYDRA

Politechnika Wrocławska, Polska

Wroclaw University of Science and Technology, Poland

W kierunku normalizacji wyników badań o handlu detalicznym. Próba reklasyfikacji działalności handlowej

Retail Reclassification as an Important Step in Normalisation Process in Retail Studies

Streszczenie: Artykuł dotyczy ważnego problemu pozyskiwania danych o handlu detalicznym oraz możliwości porównywania wyników badań realizowanych w oparciu o inwentaryzację terenową. Problem wynika z zaobserwowanej przez autorkę ogromnej dywersyfikacji typologizacji działalności handlowej w badaniach naukowych oraz braku jednoznacznych definicji pojęć: sklep, punkt handlowy i innych, jakimi posługują się badacze w procesie inwentaryzacji. Cel pracy jest następujący: autorka, w oparciu o liczne inwentaryzacje (z różnych okresów) dokonała alternatywnej wobec PKD typologizacji handlu detalicznego. Istotą prezentowanej typologii jest możliwość poszerzania i pogłębiania wielopoziomowej typologii handlu, w zależności od potrzeb badacza. Wielopoziomowość umożliwia odpowiedzi na różny zakres pytań naukowych – od branżowości punktu sprzedaży po określenie jego struktury funkcjonowania (dyskont, galeria handlowa itd.). Równocześnie podkreśla się, że typologia nie jest zamknięta w obrębie stacjonarnych form handlu. W tekście omówiono metody pozyskiwania danych w zakresie handlu detalicznego, ze szczególnym uwzględnieniem metod inwentaryzacyjnych. Kolejno przeprowadzono analizę poziomu zgodności pomiędzy publicznymi danymi statystycznymi a wynikami autorskiej inwentaryzacji terenowej na przykładzie trzech miast różnej skali: Nysy, Bielska-Białej i Wrocławia. W oparciu o zebrane surowe dane statystyczne dokonano typologizacji działalności handlu detalicznego – jako kroku w dążeniu do ujednolicenia badań inwentaryzacyjnych.

Abstract: The article focuses on an important problem of retail data sources and ability to make inventory databases comparable. The biggest problem with the inventory methods lay in difficulties to compare the results from different research. This fact has resulted from: existence of only one widely known, not fully corresponding to reality retail classification (public PKD) (1), diversified typology of the retail structure created by each researcher for their own purpose (2), and the lack of unambiguous definitions of such terms as a retail point, a shop etc. (3). The aim of the article is to establish an alternative to the PKD retail typology, based on the author's experience from many inventories. The essence of this topology lies in an ability to broaden and deepen the presented structure on the basis of the individual researcher's needs. Five-level structure of the typology shows answers to the different types of questions, not only about the branches but about the retail point types (discount, shopping mall etc.) among others. Simultaneously, the typology is still open and can be modified. In the text, there are discussed retail data sources with the biggest emphasis on the inventory

method. Next, there are presented analysis of the compliance level between public statistical data and the results from own inventory of 3 case studies: Nysa, Bielsko-Biała, and Wrocław. The raw statistical data of those cities were directly used to build the retail typology presented in the article.

Słowa kluczowe: handel detaliczny; inwentaryzacja; klasyfikacja; PKD; reklasyfikacja; typologia handlu

Keywords: classification; reclassification; retailing; retail inventory; typology of the retail

Otrzymano: 18 grudnia 2017

Received: 18 December 2017

Zaakceptowano: 13 maja 2018

Accepted: 13 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Mayer-Wydra, M. (2018). W kierunku normalizacji wyników badań o handlu detalicznym. Próba reklasyfikacji działalności handlowej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 255–277. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.18>

WSTĘP

Dynamiczna tendencja przeobrażeń struktur sprzedaży detalicznej jest dziś faktem powszechnym, a wręcz globalnym. To, co obserwowali B.J.L. Berry (1967) oraz P.T. Kivell i G. Shaw (1980) w krajach Zachodu jeszcze w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku, dziś wydaje się procesem niemal nieodwracalnym, trudnym do zatrzymania czy choćby spowolnienia w innych częściach świata. Pod wpływem międzynarodowych marek lokalne rynki handlu ulegają coraz silniejszym przekształceniom. Procesy te odzwierciedlają rosnący potencjał struktury handlowej i procesów w obrębie wewnętrznego rynku wymiany towarów jako istotnych mierników poziomu życia społeczno-gospodarczego w różnych skalach. Weryfikacja tych przeobrażeń wymaga coraz szerszych, a przede wszystkim aktualnych baz danych. O ile pewną grupę takich danych z powodzeniem zdobywają i przetwarzają wyspecjalizowane firmy, o tyle podmioty statystyki publicznej oraz je wykorzystujący pozostają z niezwykle okrojonymi i błędnymi bazami danych o tej dziedzinie gospodarki. Fakt ten jest podkreślany w licznych publikacjach, niezależnie od okresu prowadzonych badań czy wykorzystywanych źródeł (Chudzyńska, 1985; Nowosielska, 2000; Celińska-Janowicz, 2016).

W konsekwencji można mówić o dwubiegowym charakterze źródeł danych, na których opierają się badania naukowe: gotowe bazy danych – publiczne i komercyjne (najpopularniejsze) oraz dane autorskie, pozyskiwane z inwentaryzacji terenowych (przede wszystkim w skali małych miast lub wewnętrznych fragmentów jednostek osadniczych, dotyczące głównie badań z pogranicza geografii i urbanistyki). Istnieją również przesłanki w zakresie możliwości wykorzystywania pewnych alternatywnych źródeł, takich jak książki telefoniczne.

Niniejszy artykuł przedstawia metody pozyskiwania danych w zakresie handlu detalicznego, ze szczególnym uwzględnieniem metod inwentaryzacyjnych. W dalszej części autorka przeprowadza analizę poziomu zgodności pomiędzy publicznymi danymi statystycznymi a wynikami autorskiej inwentaryzacji terenowej na przykładzie trzech miast różnej skali: Nysy, Bielska-Białej i Wrocławia. W oparciu o zebrane surowe dane statystyczne dokonano typologizacji działalności handlu detalicznego jako ważnego etapu w dążeniu do ujednolicenia badań inwentaryzacyjnych.

ŹRÓDŁA DANYCH O HANDLU DETALICZNYM

Informatyzacja systemów obsługi w handlu umożliwiła znaczny przeskok w zakresie pozyskiwania danych statystycznych o poziomach sprzedaży, charakterystyce klientów czy też o zmianach generowanego popytu (w oparciu o kody kreskowe, karty stałego klienta, realizacje płatności kartą debetową). W wyniku tego powstają gigantyczne bazy danych, dostępne jednak przede wszystkim w obiegu komercyjnym. Jednymi z najpopularniejszych takich źródeł danych są bazy: Retail Index, Euromonitor International. Choć ich zawartość jest nie do przecenienia dla badaczy handlu i działalności gospodarczej, to jednak ogromną barierę w ich pozyskiwaniu stanowi cena za dostęp.

Firmy analityczne, takie jak Deloitte czy PwC, działają również na polu *open access*, jednak wyłącznie w zakresie raportów zbiorczych, których poziom przydatności dla badań naukowych jest porównywalny z innymi publikacjami popularnonaukowymi i prasowymi (m.in. z powodu braku przedstawionej metodologii badań). Zwraca się tu uwagę na ograniczoną możliwość weryfikacji wniosków oraz porównywania danych pomiędzy różnymi źródłami, które cechuje ogromna dywersyfikacja metod pozyskiwania i przetwarzania danych pierwotnych (Kucharska, Malinowska, 2016). Co więcej, bazy tego typu funkcjonują w Polsce stosunkowo od niedawna, co wciąż jeszcze ogranicza możliwości ich wykorzystania.

Powszechnie dostępnymi źródłami informacji o działalności gospodarczej, w tym sprzedaży handlu detalicznego, są: Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD, dot. skali globalnej), Eurostat (w skali Unii Europejskiej), a w przypadku Polski – Krajowy Rejestr Urzędowy Podmiotów Gospodarki Narodowej (REGON) oraz Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej (CEIDG), na których opierają się m.in. publikowane dane Głównego Urzędu Statystycznego (GUS).

Mimo powszechnego wykorzystania tych źródeł w badaniach naukowych, wielokrotnie zwracano uwagę na ich nadreprezentacyjność oraz nieaktualność, co *de facto* oznacza tworzenie błędnych lub niepełnych wniosków badawczych (Rowley, 1984; Raczyk, 2009). O ile stan ten jest do zaakceptowania w pewnych przypadkach, w tym porównywania wyłącznie danych GUS, a więc obarczonych podobną podstawą nadmiaru jednostek obserwacji (co jednak nigdy nie zostało udowodnione), o tyle odniesienie ich do różnych źródeł danych i szerszej perspektywy czasowej jest już wysoce wątpliwe co do poprawności uzyskanych wyników.

Błędy zawarte w rejestrach statystycznych wynikają wprost z procesu zgłaszania działalności przez podmioty do urzędu. W pierwszej kolejności należy wymienić konieczność zakwalifikowania działalności do jednej z podkategorii klasyfikacji działalności gospodarczej. Szczególnie w tym względzie daleka od ideału pozostaje klasyfikacja działalności handlowej. W rzeczywistości struktura sklepów nieustannie ewoluuje pod względem szerokości, głębokości oferowanego asortymentu i sposobu sprzedaży. Z tego powodu również zgłaszający swą działalność handlową często kwalifikują ją do różnych podkategorii (co w prosty sposób można zweryfikować w wyszukiwarce CEIDG). W konsekwencji następuje rozmycie informacji statystycznej o nowych i trudnych do sklasyfikowania typach działalności handlowej.

Kolejną kwestią pozostaje liczba dominujących branż, jakie prowadzący działalność zgłasza do urzędu. Ze względów praktycznych przyjęło się zawyżanie ich liczby do wszystkich potencjalnych branż, w obrębie których może działać przedsiębiorca. W ten sposób podmiot zabezpiecza się na wypadek poszerzenia lub zmiany profilu

działalności, przy jednoczesnym braku konieczności zgłaszania tego faktu do urzędu. Rezultat jest taki, że dane REGON mają nadreprezentatywność pewnych form sprzedaży, w tym w szczególności następujących: sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (47.11.Z), sprzedaż detaliczna wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach (47.26.Z), sprzedaż detaliczna kosmetyków i artykułów toaletowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach (47.75.Z).

Należy również zwrócić uwagę na wielkopowierzchniowe obiekty handlowe, skupiające podmioty handlowe. W PKD 2007 istnieją dwie kategorie odpowiadające tego typu obiektom: 47.11.Z¹ oraz 47.19.Z². Szczególnie w oparciu o kontekst domów towarowych (47.19.Z) można zauważyć pewną komplikację. Inaczej niż kiedyś, aktualnie domy handlowe nie funkcjonują w oparciu o jeden podmiot gospodarczy (np. DH Feniks, Wrocław).

Kolejnym argumentem, przemawiającym za niemożnością wykorzystania do wielu badań urzędowych danych statystycznych, jest ich błędna grupa cech przestrzennych. O ile dane ogólnodostępne GUS takich informacji nie mają w ogóle, o tyle na poziomie pozyskiwania danych REGON oraz z urzędów lokalnych metadane mogą okazać się tylko częściowo odzwierciedlające stan rzeczywisty. Wynika to z faktu, że podmiot zakładający działalność gospodarczą zgłasza „adresy siedziby bądź miejsca zamieszkania w przypadku osoby fizycznej będącej przedsiębiorcą” (*Jak uzyskać wpis...*, 2017), co często nie jest jednoznaczne z miejscem prowadzenia działalności gospodarczej, szczególnie w przypadku posiadania przez firmę więcej niż jednej placówki handlowej. Okazuje się, że reprezentatywność danych urzędowych może być też zróżnicowana pod względem lokalizacji wewnątrz jednostki osadniczej. Jak wynika z badań A. Raczyka (2009: 143), zdecydowana nadreprezentacja jednostek nieistniejących oraz o niestabilnym statusie występuje w obszarach peryferyjnych. Stąd wniosek, że interpretacja bazy REGON nie daje jednoznacznych wyników na temat rzeczywistego stanu przestrzeni.

Szczególnie więc przy analizach rozmieszczenia przestrzennego handlu to inwentaryzacja terenowa okazuje się najbardziej wiarygodną, choć jednocześnie najbardziej pracochłonną formą pozyskiwania danych. O ile wskazuje się na pewne trudności w utworzeniu kompletnej bazy na podstawie inwentaryzacji szeroko pojętych usług, o tyle nie powinno dotyczyć to samych usług handlu detalicznego. W przeciwieństwie bowiem do tzw. ukrytych form działalności gospodarczej (m.in. biur rachunkowych, pracowni krawieckich), handel detaliczny charakteryzuje się potrzebą „pokazania się” w przestrzeni, informowania o swej lokalizacji potencjalnych klientów, których część wciąż stanowią przechodnie. Chociaż nie wyklucza się możliwości pojawienia się właśnie ukrytych obiektów handlowych w przestrzeni, w tym opartych na reklamie internetowej, to z punktu widzenia niniejszych badań wciąż jeszcze można uznać je za marginalne.

Wobec licznych badań naukowych wykorzystujących ten sposób pozyskiwania danych, zwraca się uwagę jedynie na brak ich regularności oraz fragmentaryczność. Dążąc do zawężenia skali badań, ograniczenia dokonuje się przede wszystkim na płaszczyźnie przestrzeni (w granicach administracyjnych mniejszych miast: Taylor, 2000; Twardzik, 2009) lub wewnętrznych fragmentów jednostek osadniczych (Płaziak, Szymańska,

¹ Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych.

² Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach, gdzie żywność, napoje i wyroby tytoniowe nie zajmują dominującej pozycji; do tej kategorii zalicza się działalność domów towarowych.

2016; Twardzik, Halama, 2017), struktury branżowej (stacje paliw: Miszewska, Slenczyk, 1998; targowiska: Wojdacki, 2011; inne: Maleszyk, 2008) lub formy sprzedaży (najpopularniejsze we współczesnych badaniach Europy Środkowo-Wschodniej, dot. dyskontów, centrów handlowych lub podobnych: Maleszyk, 1999; Werwicki, 2000; Zipser, 2004).

Tym niemniej należy wspomnieć o obecności w literaturze analiz całościowych obszarów wielkoskalowych, w tym m.in. dla Wrocławia, Poznania i Bolesławca (Pustelnik, 1979), Bielska-Białej (Pustelnik, 1979; Zallam, 1993), województwa wrocławskiego i rejonów podgórskich (Zipser, 1977; 1979). Badania te – przy wysokim stopniu szczegółowości opisu metody agregacji danych pierwotnych – można uznać za istotne w szczegółowych badaniach zmienności struktury handlu detalicznego. Brak odniesienia do tego typu źródeł archiwalnych. Zauważa się jednak pewne ograniczenie możliwości wykorzystania wyników tych badań, polegające na konstruowaniu jednopoziomowej klasyfikacji działalności handlowej, co uniemożliwia czasem porównanie z późniejszymi modyfikacjami pewnych grup branż (np. w latach siedemdziesiątych sklepy odzieżowe rozróżniano przede wszystkim ze względu na: męskie – damskie – młodzieżowe – dziecięce, dziś nastąpiła konsolidacja tych grup na rzecz rozwarstwienia w innym kierunku, np. markowe – niemarkowe – outlety – tania odzież).

Omówienie procesu inwentaryzacji wymaga komentarza wobec współczesnych możliwości jej przeprowadzania. Poza tradycyjną formą ewidencji prowadzonej w terenie, dostępne są narzędzia analizy przestrzeni poprzez obraz wirtualny, w tym aplikację Google Street View. Forma ta jest przez część naukowców krytykowana za brak pełnej dostępności przestrzeni oraz często zdywersyfikowane okresy pozyskiwania obrazów (w tym z różnych lat). Istotnie ścieżki *street view* nie pokrywają w sposób kompletny struktur osadniczych (szczególnie w Niemczech, Austrii oraz w krajach z wschodniej granicy Polski), niemniej obejmują najważniejsze przestrzenie, w tym znaczą część ciągów komunikacyjnych w największych miastach Polski. Ponadto są rzetelnie datowane, co w przypadku niektórych miast zachodnich umożliwia już w chwili obecnej analizę retrospektywną całej struktury zagospodarowania poszczególnych ciągów komunikacyjnych (nie tylko ulic). Problemem wydaje się brak możliwości weryfikacji wnętrza sklepu, chociaż i na tym polu obserwuje się już pewne rozwiązania: niektóre obiekty, w tym galerie i centra handlowe, udostępniają możliwość „przechadzania się” po swych wnętrzach poprzez aplikację *street view*, normą zaś większości wielobranżowych struktur handlowych (od centrów handlowych po hale targowe i bazyry włącznie) jest posiadanie własnej strony internetowej z aktualnymi planami rozmieszczenia punktów sprzedaży.

Aplikacja typu *street view* stanowi ogromny potencjał i ułatwienie w obszarze szczegółowych analiz przestrzennych, choć na chwilę obecną może dotyczyć przede wszystkim wybranych fragmentów przestrzeni.

Istnieje również trzecia metoda, stworzona i udowodniona w zakresie swej rzetelności przez M. Palomäkiego (1964). Jego badania w zakresie handlu detalicznego w południowej Bothnii (Finlandia) były prowadzone, poza inwentaryzacją terenową, w oparciu o dane pochodzące z książek telefonicznych. Baza ta okazała się niezwykle cennym źródłem danych w dobie powszechnie występujących telefonów stacjonarnych, w tym u niemalże każdego przedsiębiorcy. Trzeba wspomnieć, że o ile nie zawsze numer telefonu odpowiadał punktowi adresowemu, w którym aparat się znajdował, o tyle istotny był przede wszystkim adres sklepu, który stanowił informację o jego lokalizacji,

a nie np. miejscu zamieszkania jego właściciela. Fakt ten wynikał z traktowania w tych czasach książek telefonicznych jako dobrego źródła reklamy.

Podobna tendencja miała miejsce w Polsce dopiero od połowy lat dziewięćdziesiątych XX wieku, co wynikało przede wszystkim z upowszechnienia się telefonów stacjonarnych, a przez długi czas również zależności funkcjonowania łącz internetowych od sieci telefonii stacjonarnej. W oparciu o analogię dyfuzji innowacji (telefonów stacjonarnych i książek telefonicznych jako skutecznej reklamy) można stwierdzić, że książki telefoniczne z drugiej połowy lat dziewięćdziesiątych stanowią dobre źródło pozyskiwania danych archiwalnych na temat handlu detalicznego w Polsce.

Górną granicą rzetelności źródła jest rok 2004, w którym weszło w życie prawo telekomunikacyjne. Art. 169 ust. 3 informuje o możliwości zamieszczania w spisie danych identyfikujących abonenta będącego osobą fizyczną wyłącznie w oparciu o wyrażenie przez niego zgody na dokonanie tych czynności. W konsekwencji tego zapisu spis abonentów w książkach telefonicznych musiał być zredukowany o osoby fizyczne niewyrażające takiej zgody. Równolegle należy pamiętać, że osoby prowadzące działalność gospodarczą to nie tylko osoby prawne, ale również osoby fizyczne (osoba fizyczna wykonująca działalność gospodarczą, wpisana do rejestru CEIDG). Poza aspektami prawnymi, za istotne należy uznać zmiany rynkowe i technologiczne, w tym przejmowanie krajowego rynku telekomunikacji przez sieci komórkowe, które notowały intensywny rozwój już od 1999 roku (Zieliński, 2017), przy równoległej stałej tendencji spadkowej posiadaczy telefonów stacjonarnych (szczególnie w miastach). Skończył się również monopol TP SA na obsługę sieci stacjonarnych (pojawiły się m.in. UPC, Netia, Orange). Wszystkie powyższe czynniki przyczyniły się do obniżenia potencjału książek telefonicznych jako kompletnej bazy danych.

OPTIMALIZACJA ŹRÓDEŁ DANYCH DO BUDOWANIA MACIERZY DANYCH O HANDLU

Tab. 1 stanowi podsumowanie wyżej omówionych metod pozyskiwania danych typu *open access* w zakresie handlu detalicznego.

Tab. 1. Porównanie źródeł danych o charakterze *open access* dot. handlu detalicznego w Polsce (rangowanie w skali <-1; 1>)

	[1]	[2]	[3]
	REGON	Inwentaryzacja	Książka telefoniczna
Szybkość pozyskania danych	1	-1	0
Stopień dokładności	-1	1	0
Szerokość możliwych do pozyskania cech danych	-1	1	0
	narzucona	dowolna	ograniczona
Możliwość analizy przestrzennej	-1	1	1
Możliwości porównania	1	0*	0
	0	1	-1
Aktualność danych	dane archiwalne z rocznym opóźnieniem	w okresie prowadzenia badań	tylko dla lat dziewięćdziesiątych XX wieku
SUMA	-1	3	0

* Zależy od szczegółowości opisu metody badawczej.

Źródło: opracowanie własne

Bilans ten uznaje metodę inwentaryzacyjną za najlepszą z punktu widzenia analizowanych czynników. W rzeczywistości zalety korzystania ze źródeł [2] i [3] niwelowane są przez czasochłonność ich pozyskiwania oraz trudności komparacji.

Ponadto trzeba mieć na uwadze, że obecne zmiany w sektorze sposobu sprzedaży generują tak odmienne warunki, iż już wkrótce sama inwentaryzacja jako sposób zbierania danych może okazać się niewystarczająca (analogicznie do obecnego potencjału książek telefonicznych). Dotyczy to przede wszystkim procesu powszechnej informatyzacji usług przestrzennych i upowszechniania sprzedaży internetowej. W przestrzeni wirtualnej tworzona jest baza danych przestrzeni realnej (Google Maps, OpenStreetMap, Panorama Firm i inne), która zmienia wagę czynników lokalizacji w procesie doboru umiejscowienia działalności gospodarczej. Warto jednak podkreślić, że występowanie obiektów w tych bazach ma charakter dobrowolny i nie jest w żaden sposób regulowane (w przypadku map Google występuje wiele błędów z powodu powszechnego dostępu do treści mapy, dokładniejsze mapy OpenStreetMap są natomiast wciąż jeszcze niekompletne). Z drugiej strony zaś mamy do czynienia z „zasysaniem” przestrzeni rzeczywistej przez internet (sklepy funkcjonujące wyłącznie w przestrzeni wirtualnej) i upowszechnianiem się możliwości sprzedaży przez osoby fizyczne nieprowadzące działalności gospodarczej (poprzez portale takie jak: Allegro.pl., Olx.pl, Sprzedajemy.pl, Gumtree.pl i inne). Jakkolwiek trudna do weryfikacji jest struktura handlu detalicznego na płaszczyźnie wirtualnej (wciąż jeszcze), to jednak przewiduje się systematyczny wzrost jej istotności z punktu stanowienia silnej konkurencji wobec handlu stacjonarnego.

DANE STATYSTYCZNE A RZECZYWISTE – ANALIZA POZIOMU ZGODNOŚCI

Skala błędów statystyki publicznej była już wykazywana przez wielu badaczy. Niemniej jednak warto raz jeszcze zwrócić uwagę na różnice, jakie wykazały badania terenowe autorki względem danych publikowanych przez GUS, w tym dotąd nieanalizowanego poziomu zróżnicowania skali błędu.

Dla zachowania poprawności interpretacyjnej zwraca się uwagę na znaczenie stosowanych pojęć. Odwołując się do publikacji GUS w tym zakresie, wskazuje się, że punkty handlu tymczasowego stanowią tu łącznie wszystkie stragany uliczne i kioski (jako formę architektoniczną nieprzypisaną na stałe do gruntu). Warto jednak zauważyć, że stragany oddziałują w znacznie odmienny sposób na przestrzeń, chociażby ze względu na faktyczną możliwość przemieszczania się i brak stałych godzin funkcjonowania. Łączenie tych dwóch typów punktów sprzedaży wydaje się pewnym anachronizmem, odbiegającym od przydatności interpretacyjnych. Stąd zapewne powszechne stwierdzenie o malejącym udziale kiosków w strukturze przestrzennej. Okazuje się, że w strukturze szczegółowej ten podtyp branży (jako sklep wielobranżowy typu kiosk) zajmuje nawet trzecie miejsce w rankingu częstotliwości występowania (we Wrocławiu).

Podobnie domy towarowe i handlowe to formy handlu, które już powoli przechodzą do historii. Błędy pomiędzy statystyką GUS a stanem faktycznym wynikają m.in. z faktu występowania w przestrzeni wciąż jeszcze tych budynków i podmiotu zarządzającego. W konsekwencji mimo stopniowego pustoszenia budynków z funkcji handlowych lub ich transformacji w inne formy sprzedaży, dla urzędu wciąż pozostają formami stałymi (np. Dom Handlowy Podwałe, Wrocław). Równocześnie urząd

statystyczny traktuje łącznie hipermarkety, galerie i centra handlowe, supermarkety i dyskonty, co wynika raczej z ich powierzchni użytkowej niż ze struktury organizacji handlu, a w konsekwencji obniża zakres możliwości ich analizy sieciowej.

Poniżej (tab. 2–4) zestawiono dane o handlu zebrane na podstawie inwentaryzacji terenowych w latach 2014–2015 dla miast: Bielsko-Biała, Nysa, Wrocław. Dane te porównano z wynikami publikowanymi przez GUS, zachowując urzędowe definiowanie pojęć.

Tab. 2. Korelacja danych statystycznych GUS i rzeczywistych (z inwentaryzacji) dla Wrocławia, 2015

	Inwentaryzacja 2015		Dane GUS 2015	
l. punktów handlu tymczasowego	213		390	
l. bazarów/targowisk	8		8	
l. punktów sprzedaży stacjonarnej	5186		12936	
Domy towarowe	7		$\Sigma=9$	3
Domy handlowe				6
Supermarkety	40	$\Sigma=109$	108	
Dyskonty	69			
Hipermarkety*	9	$\Sigma=16$	17	
Centra handlowe	7			

* Według klasyfikacji autorki: hipermarkety i galerie handlowe stanowią osobną kategorię, tu: traktowane łącznie w celach porównawczych z GUS; podobnie u autorki: centra handlowe zawierają w sobie hipermarkety i supermarkety.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2015) oraz inwentaryzacji własnej

Tab. 3. Korelacja danych statystycznych GUS i rzeczywistych (z inwentaryzacji) dla Bielska-Białej, 2015

	Inwentaryzacja 2015		Dane GUS 2015	
l. bazarów/targowisk	6		7	
l. punktów sprzedaży stacjonarnej	1924		3368	
Domy towarowe	0		0	
Domy handlowe			1	
Supermarkety	36	$\Sigma=50$	41	
Dyskonty	14			
Hipermarkety	7	$\Sigma=9$	7	
Centra handlowe	2			

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2015) oraz inwentaryzacji własnej

Tab. 4. Korelacja danych statystycznych GUS i rzeczywistych (z inwentaryzacji) dla Nysy, 2015

	Inwentaryzacja 2015		Dane GUS 2015	
l. bazarów/targowisk	1		1	
l. punktów sprzedaży stacjonarnej	663		1278	
Domy towarowe	0		0	
Domy handlowe			0	
Supermarkety	3	$\Sigma=13$	13	
Dyskonty	10			
Hipermarkety	1	$\Sigma=1$	2	
Centra handlowe	0			

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS (2015) oraz inwentaryzacji własnej

Zaobserwowane różnice w wynikach, szczególnie w zakresie obiektów wielkopowierzchniowych, wskazują na różnicę czasu przeprowadzania inwentaryzacji a okresem opublikowania danych przez GUS (np. zmiany w funkcjonowaniu kilku domów towarowych we Wrocławiu), ale częściej dotyczą zróżnicowanego klasyfikowania obiektów pewnych marek do działu: supermarkety lub hipermarkety. O ile badania nie podważają słuszności tych kwalifikacji, co z pewnością wynika z przyjętej w projekcie architektoniczno-budowlanym powierzchni użytkowej budynku, o tyle badaczy wprowadza to w błąd. Okazuje się bowiem, że np. w Nysie – według GUS – funkcjonują dwa hipermarkety, w tym zaliczany w pozostałych miastach do supermarketów, a co więcej tak się reklamujący Kaufland. Wiele podobnych dysproporcji pierwszej grupy sklepów zauważono również w Bielsku-Białej. Niemniej jednak najbardziej znacząca jest różnica w liczbie sklepów (przeszacowanie pomiędzy 1,75 a dwuipółkrotnością wobec stanu faktycznego). Tendencja ta rośnie wraz ze wzrostem skali miasta.

Wnioskować więc można, że dane GUS nie odzwierciedlają stanu rzeczywistego struktury handlu detalicznego, co dotyczy przede wszystkim punktów sprzedaży poza obiektami wielkopowierzchniowymi oraz bazarami. Wynika to zapewne z dynamiki zmian, jaka ma miejsce w tej grupie obiektów sprzedaży. Niemniej jednak intuicja badacza, a także obserwacja zjawisk rzeczywistych, pozwala sądzić, że nie mogą to być zmiany tak liczne (rzędu dwukrotnej różnicy stanu rzeczywistego wobec statystycznego).

ZAMIAST PODSUMOWANIA: SYSTEMATYKA BRANŻ HANDLU DETALICZNEGO

Skala błędów statystyki publicznej ponownie skłania do podejmowania badań w oparciu o inwentaryzację, o ile to możliwe. Decydując się na wykorzystanie alternatywnych wobec oficjalnych źródeł danych, badacz musi liczyć się z koniecznością ich obróbki, przez co należy rozumieć agregację, typologię i standaryzację cech danych. Brak informacji o tym procesie w opracowaniach naukowych może utrudniać dalsze ich wykorzystanie.

W niniejszych badaniach zastosowano systematykę punktów sprzedaży handlu detalicznego w oparciu o rodzaj branży [2], szerokość [1] i głębokość oferty [3], przedstawioną w tab. 5.

Jednym z podstawowych pytań wobec różnych źródeł danych jest to, w jaki sposób rozpatrywane są sklepy z kilkoma branżami dominującymi. Mając na uwadze rozkład przestrzenny występowania branż, podział na punkty jedno- i wielobranżowe może stanowić zbyt duże uogólnienie. Zatracić można w ten sposób informacje o wielu branżach, w tym np. chemii gospodarczej (często występującej w kooperacji z drogeriami, tanią odzieżą lub papierniczymi), piekarniach (łączonych często z cukierniami, sklepami monopolowymi lub żywnością ekologiczną), księgarniach czy sklepach papierniczych. W wielu badaniach, w tym T. Zipsera (1977; 1979) i R. Pustelnika (1979) są one traktowane jako osobna kategoria. Metoda nie jest jednak skuteczna, szczególnie ze względu na aktualną dywersyfikację oferty handlowej. Tylko w przestrzeni badanych miast można wskazać wiele przypadków unikatowych, takich jak: rowery + kominki (Nysa, rynek), części samochodowe + rowery (Bielsko-Biała, ul. Akademii Umiejętności), AGD + księgarnia (Wrocław, ul. Orzechowa). Potraktowanie każdego z nich osobno prowadzi do zwiększania liczby cech i tworzenia wielu zbiorów jednoelementowych, co jest błędne z punktu widzenia zasad poprawnej standaryzacji.

Rozwiązanie tego problemu leży w podziale punktów handlowych na trzy kategorie ze względu na szerokość oferowanego asortymentu: jednobranżowe, dwu-branżowe, wielobranżowe. Przekłada się to na obecność w macierzy danych trzech kolumn z informacją o rodzaju branży dla każdego elementu, przy czym pierwsza kolumna posiada informację dla wszystkich kategorii punktów, kolejne dwie są wypełnione w przypadku punktów dwu- i trzybranżowych.

Kolejnym problemem w procesie systematyzacji punktów handlowych jest określenie stopnia szczegółowości branż obiektów handlowych. Zwykle decyduje się na pewien stopień ogólności (np. PKD), ale w takich przypadkach nie jest możliwe wychwycenie informacji o pewnych grupach branż unikatowych (np.: filatelistyka, artykuły erotyczne) lub trudnych do jednoznacznej klasyfikacji. Dobrym przykładem może tu być wędkarstwo. Czy należy je traktować na tym samym poziomie szczegółowości co branżę zoologiczną lub sportową? A jeśli nie, to której z tych branż stanowi podkategorię? Według PKD 2007 jest to podkategoria artykułów sportowych (47.64.Z), jednak w rzeczywistości jest różnie rozpatrywana przez samych przedsiębiorców.

Problem ten jest znacznie szerszy i dotyczy liczby stopni szczegółowości. Mamy więc w przestrzeni miast do czynienia z ogromną liczbą sklepów branży ogólnospożywczej (typ branży), ale i takich, które oferują tylko produkty wyspecjalizowane: mięsne, mleczarskie, monopolowe (podtypy branży). W przypadku sklepów monopolowych, szczególnie w ciągu ostatnich lat, rozwinęły się ich specjalizacje (rodzaje): sklepy winiarskie i piwne. Analogiczny problem określenia szczegółowości oferty handlowej dostrzega się praktycznie we wszystkich branżach.

Stąd zdecydowano się stworzyć typologię działalności gospodarczej o charakterze handlu detalicznego. Różnica względem PKD polega przede wszystkim na wielostopniowości i jednoznaczności, ponieważ zawiera wszystkie jednostkowe nazwy zaobserwowane podczas inwentaryzacji.

Ryc. 1. Schemat typologii branż handlu detalicznego

A	BRANŻA						
B		PODBRANŻA					
C			TYP	OGÓLNY	WYSPECJALIZOWANY	KOMPLEKSOWY	OUTLET/KOMIS
D			PODTYP				
E			RZĄD				
F			RODZAJ	SKLEP	MARKET	DYSKONT	SUPERMARKET
							HIPERMARKET

Źródło: opracowanie własne

W takim układzie wyróżniono: 19 branż oraz 46 podbranż, z których większość dzieli się na typy (z podziałem na sklep z asortymentem ogólnym, wyspecjalizowanym, kompleksowym oraz tzw. outlet, w tym komisy i sklepy z elementami używanymi). Pełen spis zawiera 350 rodzajów branż, przy czym należy pamiętać, że wyczerpuje on jedynie zakres aktualny (z lat 2012–2018) inwentaryzowanych terenów (Bielsko-Biała, Częstochowa, Nysa, Radom, Wrocław).

Zawarta w niniejszej publikacji typologia daje naukowcom możliwość jednoznacznego odniesienia się do poziomu badanych jednostek. Równocześnie rozpowszechnienie tej systematyki nadaje wynikom inwentaryzacji cech komparatywności i jednoznaczności, co wydaje się kluczowe w dążeniu do ekstrahowania prawidłowych i szerokokich wniosków w zakresie geografii handlu.

Tab. 5. Typologia handlu detalicznego

BRANŻA	PODBRANŻA	TYP	PODTYP	RZĄD	RODZAJ	UWAGI, przykłady	PKD 2007
		ogólny – wyspecjalizowany – kompleksowy – outlet		dot. branż wyspecjalizowanych	sklep – market – dyskont – supermarket – hipermarket – centrum handlowe – inne		sekcja G
wielobranżowa		wielobranżowy ogólny	bazar /targowisko		stragan / kaseton	prasa i inne	47.8
			wielobranżowy kiosk				–
			wielobranżowy sklep	„wszystko po 5 zł” / art. z Niemiec / market chiński			47.19.Z
			wielobranżowy typu „wszystko dla domu”		„wszystko do domu” – sklep		
					„wszystko do domu” – dyskont	Pepco, Kik	
			wielobranżowy pawilon handlowy		hala kupiecka/targowa		–
					pasaż handlowy		–
					pawilon handlowy		–
			wielobranżowy dom towarowy		dom towarowy		–
					dom handlowy		–
			wielobranżowa galeria handlowa			hala targowa, pasaż, pawilon handlowy	–
			wielobranżowy hipermarket			Selgross, Makro, Selgros	–
			wielobranżowe centrum handlowe			Magnolia Park, Korona	–
			wielobranżowy wyspecjalizowany	art. ekologiczne/naturalne			47.19.Z
				art. pszczelarskie			
				prezenty, upominki			
				(...)			
		wielobranżowy z dominacją spożywczą			wielobranżowy z dominacją spożywczą – sklep market		47.11.Z
						Lewiatan, Eko, Tesco, Społem	
					dyskont	Biedronka, Lidl, Netto, Dino, Aldi	

BRANŻA	PODBRANŻA	TYP	PODTYP	RZĄD	RODZAJ	UWAGI, przykłady	PKD 2007
wielobranżowa		wielobranżowy wyspecjalizowany	wielobranżowy z dominacją spożywczą		supermarket	Kaufland, Tesco, Carrefour	
					hipermarket	Cash&Carry, Makro, Auchan	47.11.Z
		wielobranżowy outlet	wielobranżowy – art. niepełnowartościowe		„wszystko do domu” – outlet	TK Maxx	
spożywcza					wielobranżowy hipermarket typu outlet	typu Factory	
		spożywczy ogólny	wielobranżowy komis			też: lombard*	47.79.Z
		spożywczy wyspecjalizowany	cukiernia				47.11.Z
			mięсны	drób			47.24.Z
			monopolowy	piwo / wino / akcesoria do produkcji			47.22.Z
			piekarnia				47.25.Z
			rybny				47.24.Z
			warzywno-owocowy				47.23.Z
			wyroby regionalne, własne	(...)			47.21.Z
			żywność ekologiczna/vege			sklep z makaronami, przetworami	47.29.Z
tytoniowa			(...)				
			tytoń, papierosy	papierosy elektroniczne			47.26.Z
przemysłowa		przemysłowy ogólny					–
		przemysłowy wyspecjalizowany	art. z tworzyw sztucznych	opakowania / worki foliowe			47.78.Z
			gadżety i zabawki dla dorosłych	art. erotyczne / art. śmieszne			
	farmaceutyczna	farmaceutyczny ogólny	apteka				47.73.Z
		farmaceutyczny wyspecjalizowany	odżywki, suplementy diety				47.73.Z lub 47.74.Z
			zielarski	prod. benedyktyńskie			

przemysłowa	medyczna	art. medyczne – ogólny					w tym: ortopedyczny; nie dot. sprzętu dla medyków	47.74.Z
		art. medyczne – wyspecjalizowany	aparaty słuchowe / optyczny / ...					47.79.Z
	kosmetyczna	art. medyczne – komis						47.75.Z
		drogeryjny ogólny						
		drogeryjny wyspecjalizowany	drogeryjny dla profesjonalistów	art. do manicure / pedicure / art. dla fryzjerów				
			kosmetyki naturalne					
			mydlarnia					
			perfumeria					
			(...)					
	chemiczna (chemii gospodarczej)	drogeryjny outlet						47.78.Z
		drogeryjny kompleksowy	drogeryjno-chemiczny				Rossmann, Hebe	
		chemia gospodarcza – ogólny						
budowlany – dla majsterkowiczów (ang. DO IT YOURSELF – DIY)	art. pirotechniczne	chemia gospodarcza wyspecjalizowana	„chemia z Niemiec” / chemia profesjonalna					47.52.Z
			fajerwerki					
		DIY – ogólny						
		DIY – wyspecjalizowany	chemia budowlana	chemia budowlana ogólnie				
			metalowy	chemia budowlana wyspecjalizowana	farby, lakiery			
				metalowy ogólny				
	DIY – kompleksowy		pozostałe elementy surowcowe	metalowy wyspecjalizowany	okucia, materiały ściernie, spawalnicze			47.78.Z
				elementy drewniane / z tworzyw sztucznych				
					DIY – kompleksowy supermarket	Mrówka		
					DIY – kompleksowy hipermarket	Castorama, Praktiker, Obi		

BRANŻA	PODBRANŻA	TYP	PODTYP	RZĄD	RODZAJ	UWAGI, przykłady	PKD 2007
budowlany – dla majsterkowiczów (ang. DO IT YOURSELF – DIY)	budowlana	budowlany ogólny			skład budowlany		47.52.Z lub 47.78.Z
					sklep budowlany ogólny		
	budowlany wyspecjalizowany			hipermarket			
				remontowo-budowlany			
		bramy, ogrodzenia					
		elementy okienne i drzwiowe	akcesoria okienne / drzwi / okna				
		elewacja zewnętrzna	ocieplenie				
		materiały budowlane	elementy konstrukcyjne		stal zbrojeniowa, rusztowania		
			materiał sypki		piasek		
			materiał kamieniarski		bruk, marmur		
			(...)				
	instalacyjna	instalacyjny ogólny	narzędzia i akcesoria remontowo-budowlane				
			pokrycia dachowe				
		instalacyjny wyspecjalizowany	sprzęt techniczny				
			armatura sanitarna			części: wyposażenie łazienek, w tym kafelki	
			odnawialne źródła energii	fotowoltaika			
			systemy hydrauliczne	systemy filtracyjne		wodno-kanalizacyjne	
			systemy wentylacyjne	klimatyzacja / systemy chłodnicze			
			technika grzewcza	kominki			
					w tym drzwi wewnętrzne + podłogi		
wykończeniowa	wykończeniowy ogólny					47.53.Z	
	wykończeniowy wyspecjalizowany	elementy dekoracji ściennych i sufitowych	listwy, boazeria / tapety / stuki				
		elementy podłogowe	panele / podłogi drewniane				
		płytki ceramiczne				47.52.Z lub 47.78.Z	
		(...)					

wypożyczenia wnętrz	wypożyczenia wnętrz – ogólny	wypożyczenia wnętrz – kompleksowy	meblowa	meblowy ogólny	meble ekskluzywne				supermarket	lusk	47.52.Z lub 47.78.Z
					salon meblowy (firmowy)				galeria wyposażenia wnętrz	wiele firm w 1 budynku (DOMAR)	
				meblowy wyspecjalizowany	akcesoria meblowe / meble drewniane / kuchnie				hipermarket	IKEA	
				meblowy outlet	meble używane	komis meblowy, meble z Holandii/Niemiec					
wypożyczenia wnętrz	tekstylna	tekstylny ogólny	tekstylny wyspecjalizowany	tekstylny ogólny	bielizna pościelowa itp.	pościel				pościel, ręczniki, koce	47.51.Z
					wykładziny, dywany						47.53.Z
					materiały, tkaniny	resztki materiałowe, materiał tech., inne					47.51.Z
					tekstylia okienne					firany, zasłony, karnisze	47.51.Z lub 47.78.Z
			art. dekoracyjnych	art. dekoracyjne – ogólny							47.78.Z
				art. dekoracyjne – wyspecjalizowany	art. dekoracji przyjęć, dekoracje świąteczne	bombki / choinki / dekoracje świąteczne					47.78.Z
					szkło, ceramika, porcelana – art. dekoracyjne						47.78.Z
					wikliniarski						47.78.Z
			AGD		AGD nieelektryczne	zastawa stołowa					47.78.Z
ogrodnicza	ogrodniczy	ogrodniczy wyspecjalizowany	ogrodniczy kompleksowy	ogrodniczy ogólny							47.76.Z
				ogrodniczy wyspecjalizowany	sadzonki / maszyny rolnicze / nawozy	kosiarki					
									market		
					art. cmentarne	kwiaty sztuczne / znicze			hipermarket		

BRANŻA	PODBRANŻA	TYP	PODTYPE	RZĄD	RODZAJ	UWAGI, przykłady	PKD 2007
elektryczna i elektrotechniczna	elektryczna						47.54
			oświetleniowy		outlet oświetleniowy		47.59.Z
	elektryczna i elektrotechniczna	elektryczny – elektrotechniczny ogólny					
		elektryczne urządzenia specjalistyczne	elektronarzędzia / systemy inteligentnych budynków			w tym: systemy bezpieczeństwa	47.54.Z, 47.59.Z
	sprzęt audiowizualnego i AGD	RTV i AGD – ogólny					47.43.Z, 47.54.Z
		RTV i AGD – wyspecjalizowany	AGD elektryczne części, zamienniki RTV, AGD RTV	maszyny do szycia			47.54.Z
			telewizja cyfrowa, anteny				47.43.Z
		RTV i AGD – kompleksowy			supermarket RTV, AGD		–
		RTV, AGD używane, komis			AGD elektryczne – outlet		
	sprzęt telekomunikacyjny		sklep sieci komórkowej i akcesoria			usługa + handel	47.42.Z
	komputerowa	komputerowy ogólny					
		komputerowy wyspecjalizowany	programy, akcesoria komputerowe elektroniczny sprzęt biurowy	gry multimedialne, konsole i akcesoria drukarki / kasy fiskalne			47.41.Z
		komputery i akcesoria używane			komputerowy komis		47.79.Z
elektryczna i elektrotechniczna	fotograficzna					sprzęt fotograficzny	47.78.Z
	muzyczna					instrumenty muzyczne	47.59.Z

odzieżowa	odzieżowy ogólny	odzież damska	sukienki			47.71.Z
		odzież męska	spodnie			
	odzieżowy wyspecjalizowany	odzież markowa	damska / męska / dziecięca			
		bieliźniani	bielizna damska / rajstopy / stroje kąpielowe			
		garnitury i dodatki	koszule			
		odzież hobbystyczna / subkulturowa	odzież dla subkultur: gothic / skate shop			
			odzież motocyklowa			
			odzież reklamowa			
		odzież sportowa				
		suknie ślubne, wieczorowe i inne	suknie ślubne	outlet sukni ślubnych		
			odzież komunijna			
			suknie wieczorowe, koktajlowe			
	odzieżowy outlet	odzież ciężowa				47.79.Z 47.71.Z
		odzież dla puszystych (...)				
		odzież nowa i używana				47.79.Z
		odzież używana		komis odzieżowy		
		tania odzież		outlet odzieży firmowej		47.71.Z
		galanteria damska / męska			czapki, rękawiczki, portfele	
		kapelusze / galanteria skórzana / parasole				47.72.Z
		obuwie damskie / męskie / firmowe				
		obuwie skórzane / taneczne				
modowa	galanteryjna	galanterijny ogólny				
		galanterijny wyspecjalizowany				
	obuwnicza	obuwniczy ogólny				
		obuwniczy wyspecjalizowany				
		obuwniczy outlet				

BRANŻA	PODBRANŻA	TYP	PODTYP	RZĄD	RODZAJ	UWAGI, przykłady	PKD 2007
art. dziecięcych	art. dziecięce	dziecięcy ogólny				odzież + artykuły	47.65.Z
		dziecięce art. wyspecjalizowane	gry i zabawki odzież dziecięca (...)	gry planszowe			
		dziecięcy kompleksowy			supermarket	np. wózki, fotele samochodowe	47.65.Z lub 45.32.Z
		dziecięce art. – komis					47.79.Z
rekreatyjna	sportowo-turystyczna	sportowy ogólny				też: podróżniczy	
		sportowy wyspecjalizowany	jeździecki narciarski, snowboardowy				47.64.Z
			rowerowy	rowery nowe i używane	rowery używane		47.64.Z, 47.79.Z
				części rowerowe i akcesoria			
			outdoorowy	dla biegaczy / trekkingowy / górski			
			sprzęt do nurkowania				
			żeglarski				47.64.Z
			(...)				
zoologiczna	zoologiczna	sportowy kompleksowy			sportowy kompleksowy – supermarket	Decathlon	
		sportowy outlet					
		harcerski					47.78.Z
		militarny					47.78.Z
		myśliwski				nie: spożywczy	47.78.Z
zoologiczna	zoologiczna	zoologiczny ogólny					
		zoologiczny wyspecjalizowany	akwarystyczny / dla psów i kotów wędkarski	karma dla kotów i psów			47.76.Z

rękodzieło/ sztuka	rękodzielniczy/ artystyczny ogólny	cepelia					47.78.Z
		galeria artystyczna					
		rękodzieło			rękodzieło z wełny		
		pamiątki			art. dla kibiców / patriotyczne	nie: dzieła sztuki	
	rękodzielniczy/ artystyczny wyspecjalizowany	art. liturgiczne, dewocjonalia			artykuły do chrztu		47.79.Z
		art. orientalne					
		kamienie, minerały					
		obrazy, ramy			plakaty		
biżuteria i dodatki	rękodzielniczy – artystyczny outlet	(...)					47.78.Z
		antyki, starocie					
		filatelistyczna					
		numizmatyczna				nie jubilerskie	
	wydawnicza	biżuteria inna, dodatki modowe					47.77.Z
		jubilerski			bransoletki, charmsy / wyroby ze srebra		
		zegary, zegarki					
						Empik	
	księgarnia	klubowy wydawnicze					47.61.Z
		językowa / prawnicza / podręczniki szkolne					
		antykwarjat wydawniczy					
		stara prasa, książki używane					
multimedia	multimedialny ogólny multimedialny wyspecjalizowany multimedialny outlet						47.63.Z
		filmy, płyty DVD / muzyka					
		płyty winylowe					
papier- nicza	papierniczy ogólny papierniczy wyspecjalizowany						47.62.Z
		modelarski / plastyczny				też: art. biurowe w tym: akcesoria rękodzielnicze, poligraficzne	

BRANŻA	PODBRANŻA	TYP	PODTYPE	RZĄD	RODZAJ	UWAGI, przykłady	PKD 2007
wypożyczenia firm		wypożyczenie firm – ogólny	wypożyczenie biur / hoteli / gastronomii / ...				-
			art. dla pracowników medycznych	odzież dla personelu medycznego / art. dentystyczne / ...			-
	art. BHP	art. BHP – ogólny					47.78.Z lub 47.71.Z
		art. BHP – wyspecjalizowany	odzież BHP / sprzęt i akcesoria BHP				47.78.Z lub 47.71.Z
		akcesoria firmowe wyspecjalizowane	art. dektetywistyczne				47.78.Z
			art. edukacyjne	art. do szkół			47.78.Z
			sprzęt i akcesoria rzemieślnicze	art. krawieckie / szewskie / masarskie			47.78.Z
			sprzęt precyzyjny	sprzęt geodezyjny / urządzenia pomiarowe	wagi	w PKD 2007 występuje tylko forma hurtowa	47.78.Z
			sprzęt specjalistyczny	części do maszyn / maszyny budowlane	wózki widłowe / windy		47.78.Z
		sprzęt dla firm – outlet	sprzęt techniczny – komis				47.79.Z
motoryzacyjna	motoryzacyjny ogólny				supermarket		-
	samochody osobowe		sprzedaż pojazdów		samochodowy salon	w PKD 2007 łącznie hurt-detal	45.11.Z*
					samochodowy komis		
	części i akcesoria samochodowe	części i akcesoria samochodowe – ogólny					45.32.Z
		... – wyspecjalizowany	akumulatory / opony / oleje, smary				
samochodów ciężarowych			sprzedaż pojazdów			w PKD 2007 łącznie hurt-detal	45.19.Z*
					salon		
			części i akcesoria dla TIR-ów	plandeki	komis		45.32.Z

motoryza- cyjna	motory i in.	wyspecjalizowany	quady / motory / skutery			w PKD 2007 łącznie hurt-detal	45.19.Z* lub 45.40.Z
surowców energ- tycznych	opał		części i akcesoria motorowe	części do motorów / odzież dla motocyklistów			45.40.Z
	paliwo		drewno / ekogroszek / węgiel	drewno kominkowe			47.78.Z
	butle gazowe		gaz		stacja paliw		47.30.Z
pogrze- bowa	pogrzebowa		nagrobki				47.78.Z

* Sprzedaż hurtowa i detaliczna.

Źródło: opracowanie własne

Literatura References

- Berry, B.J.L. (1967). Commercial Structure and Commercial Blight. *Research Paper University of Chicago*, 85.
- Celińska-Janowicz, D. (2016). Rejestry podmiotów jako źródła danych w analizach lokalizacji działalności gospodarczej w mikroskali. *Wiadomości Statystyczne*, 1(656), 27.
- Chudzyńska, I. (1985). Struktura przestrzenna handlu detalicznego w Warszawie. *Dokumentacja Geograficzna*, 2. Warszawa: Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania Polskiej Akademii Nauk.
- Jak uzyskać wpis w rejestrze REGON? (2017, 12 listopada). *Gazeta Podatkowa*. Pozyskano z <https://www.gofin.pl/firma/17,10,305,680,jak-uzyskac-wpis-w-rejestrze-regon.html>
- Kivell, P.T., Shaw, G. (1980). The Study of Retail Location. W: J.A. Dawson (red.). *Retail geography. Routledge library editions: retailing and distribution*. London, New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Kucharska, B., Malinowska, M. (2016). Handel detaliczny w Europie. Obszary i wyzwania badawcze. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 270, 143–151.
- Maleszyk, E. (1999). Rozwój hipermarketów, supermarketów i sklepów dyskontowych z kapitałem zagranicznym. *Wiadomości Statystyczne*, 44(6), 44–52.
- Maleszyk, E. (2008). Tendencje do specjalizacji handlu detalicznego na rynku artykułów częstego zakupu. *Handel Wewnętrzny*, 8(54), 1–9.
- Miszewska, B., Slenczyk, M. (1998). *Stacje benzynowe – nowy (?) element w krajobrazie Wrocławia*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 53–63.
- Nowosielska, E. (2000). Sektor usług w aglomeracji warszawskiej 1992–1997: przemiany strukturalne i tendencje rozwojowe. *Dokumentacja Geograficzna*, 2.
- Palomäki, M. (1964). *The functional centers and areas of South Bothnia*. Finland: Fennia.
- Płaziak, M., Szymańska, A. (2016). Uwarunkowania rozwoju handlu i usług na przykładzie Krakowa – Nowej Huty. *Przedsiębiorczość Międzynarodowa*, 2(1), 231–246.
- Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2004 r., nr 171, poz. 1800 z późn. zm.).
- Pustelnik, R. (1979). *Rozmieszczenie miejskich usług handlowych i ich struktura hierarchiczna na przykładzie czterech miast polskich*. Wrocław: Politechnika Wrocławska (praca doktorska).
- Raczyk, A. (2009). Metody badania przedsiębiorczości oparte na rejestrze podmiotów gospodarki narodowej. W: T. Ziolo, T. Rachwał (red.). *Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego. Przedsiębiorczość-Edukacja*, 5, 133–146.
- Rowley, G. (1984). Data Bases and Their Integration for Retail Geography: A British Example. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 9(4), 460–476.
- Taylor, Z. (2000). Przekształcenia sieci handlu detalicznego i gastronomii w okresie transformacji społeczno-gospodarczej Polski. *Prace Geograficzne*, 175.
- Twardzik, M. (2009). Zmiany funkcji handlowej małych miast województwa śląskiego. W: T. Marszał (red.). *Funkcja usługowa małych miast*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Twardzik, M., Halama, A. (2017). Dostępność usług handlowych w obszarach suburbanizacji na przykładzie południowych dzielnic Katowic. *Studia Ekonomiczne*, 316, 183–196.
- Werwicki, A. (2000). *Handel targowiskowy aglomeracji łódzkiej na tle jego znaczenia ogólnopolskiego w latach 1994–1997*. Łódź: Łódzkie Towarzystwo Naukowe.
- Wojdacki, K. (2011). Przestrzenne aspekty rozwoju handlu targowiskowego w Polsce. *Handel Wewnętrzny*, 6(335), 23–35.
- Zallam, I. (1993). Analiza struktury hierarchii zagospodarowania turystycznego i usługowego w obszarach o rozwiniętej funkcji rekreacyjnej. Wrocław: Politechnika Wrocławska (praca doktorska).
- Zieliński, A. (2017, 9 października). *Rozwój rynku usług telekomunikacyjnych w Polsce po przystąpieniu do Unii Europejskiej*. Pozyskano z http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ZkH1CsI8AyYJ:yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.baztech-article-BAT3-0023-0027/c/httpwww_itl_waw_plczasopismatiti20051-223.pdf+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl

- Zipser, T. (red.) (1977). *Wstępne określenie zasad struktury przestrzennej sieci obiektów usługowych*. Wrocław: Instytut Architektury i Urbanistyki, Politechnika Wrocławska.
- Zipser, T. (red.) (1979). *Kompleksowa analiza sieci usług w wybranych rejonach kraju – obszary podgórskie*. Wrocław: Instytut Architektury i Urbanistyki, Politechnika Wrocławska.
- Zipser, W. (2004). Oddziaływanie wrocławskich hipermarketów na klientów – mieszkańców Dolnego Śląska. W: E. Bagiński (red.). *Wybrane wyniki badań nad miejską siecią osadniczą Dolnego Śląska*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, 117–126.

Magdalena Mayer-Wydra, mgr inż., doktorantka Politechniki Wrocławskiej, wykładowca Uniwersytetu Wrocławskiego, czynny urbanista, mgr inż. w dziedzinie planowania przestrzennego (Politechnika Wrocławska) oraz mgr w dziedzinie geografii (Uniwersytet Wrocławski). W badaniach zajmuje się problematyką z zakresu struktury usługowej (handlowej) jednostek osadniczych, specyfiką miast poprzemysłowych, jakością przestrzeni publicznych oraz tożsamością miejsca.

Magdalena Mayer-Wydra, M.Sc., Ph.D. student at the Wrocław University of Science and Technology, lecturer at University of Wrocław, urban planner, M.Sc. title in Urban Planning (Wrocław University of Science and Technology) and M.Sc. in Geography with specialization in spatial analysis (University of Wrocław). In her research she deals with problems of service (retail) structure of spatial units, post-industrial cities, quality of public spaces, place identity.

Adres/address:

Politechnika Wrocławska
Wydział Architektury
Katedra Urbanistyki i Procesów Osadniczych
ul. B. Prusa 53/55, 50-317 Wrocław, Polska
e-mail: magdalena.mayer@pwr.edu.pl

MAREK HENDEL

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Polska
University of Economics in Katowice, Poland

Produkt obszaru recepcji turystycznej w odniesieniu do konsumpcji zrównoważonej w turystyce. Wstęp do dyskusji

Tourism Destination Product in Reference to Sustainable Consumption in Tourism. Introduction to a Discussion

Streszczenie: Artykuł ma na celu odniesienie produktu obszaru recepcji turystycznej do konsumpcji zrównoważonej w turystyce poprzez bliższe przedstawienie obu pojęć oraz ich bezpośrednie zestawienie ze sobą na podstawie wyszczególnionych cech produktu obszaru recepcji turystycznej. Podejmując rozważania na gruncie konsumpcji zrównoważonej w turystyce, uwzględniając również wskazywaną konieczność badań nad zrównoważonym rozwojem w odniesieniu do przestrzeni, autor wybrał szczególny dla tej tematyki przedmiot badawczy, jakim jest produkt obszaru recepcji turystycznej. Zdaniem autora jest to zagadnienie wymagające szczególnego odniesienia do konsumpcji zrównoważonej w turystyce, ze względu na swą ogólną specyfikę, różnorodność potrzeb zgłaszanych przez turystów oraz zróżnicowany stopień zaangażowania w proces zaspokajania własnych potrzeb. Dyskusja nad ogólnymi pojęciami obszaru recepcji turystycznej i konsumpcji pokazała, że już na etapie dość ogólnych wniosków pojawiają się wątpliwości i niejednoznaczność. Próba odniesienia pojęcia produktu obszaru recepcji turystycznej do konsumpcji zrównoważonej w turystyce wydaje się więc wyzwaniem szczególnym, które zdaniem autora wymaga dalszych badań. Przedstawione w artykule rozważania mogą stać się przyczynkiem do dyskusji.

Abstract: The aim of this article is to refer tourism destination product to sustainable consumption in tourism. Realization of this aim was possible by theoretical presentation and directly compiling of both concepts. The starting point of them was a specification of the features of tourism destination product. Decision about choosing the issues was a result of literature review on sustainable development. The researchers highlight that further consideration will be concentrating on space (as one of areas of implementation of sustainable development) and sustainable consumption. In the author's opinion the issues presented should be particularly related to tourism sector. The basic reasons for this approach are: specifics of tourism destination product; differences in tourists' needs; varied degree of satisfying tourists needs. The general consideration of consumption and tourism destination showed that no clear conclusions can be drawn. In relation to the above, in the author's opinion the reference of tourism destination product to sustainable consumption in tourism seems like a challenge. The issues mentioned in the article can serve as a starting point of a discussion.

Słowa kluczowe: produkt obszaru recepcji turystycznej; rozwój turystyki; turystyka zrównoważona; zrównoważona konsumpcja; zrównoważona konsumpcja w turystyce; zrównoważony rozwój

Keywords: sustainable consumption; sustainable consumption in tourism; sustainable development; sustainable tourism; tourism destination product; tourism development

Otrzymano: 9 października 2017

Received: 9 October 2017

Zaakceptowano: 14 maja 2018

Accepted: 14 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Hendel, M. (2018). Produkt obszaru recepcji turystycznej w odniesieniu do konsumpcji zrównoważonej w turystyce. Wstęp do dyskusji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 278–288. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.19>

WSTĘP

Na początku lat siedemdziesiątych XX wieku uważano, że ruchliwość przestrzenna i turystyka zaczynają stawać się aspektami życia człowieka współczesnego (Przeclawski, 1973). Założenie to w swej prostocie niesie za sobą kilka fundamentalnych kwestii, które nie tylko można, ale i powinno się odnieść do czasów obecnych. W pierwszej kolejności można śmiało zadeklarować, że grono sceptyków zastanawiających się nad ogólnym znaczeniem turystyki już dawno przekonały statystyki zawarte w raportach Światowej Organizacji Turystyki, m.in. powszechnie cytowany wskaźnik międzynarodowych podróży turystycznych, który w 2012 roku wskazał po raz pierwszy liczbę 1 mld (UNWTO, 2013). Kolejną kwestią jest, rzadko dziś stosowane, określenie ruchliwości przestrzennej. W zestawieniu z turystyką określenie to powoduje, że akcent rozważań nakierowany jest na przestrzeń, stanowiącą kluczowy element zjawiska turystyki. B. Meyer (2011) zwraca przy tym uwagę, że pomiędzy turystyką a przestrzenią nie występuje relacja jednostronna, lecz pewnego rodzaju interakcja zakładająca wzajemne oddziaływanie. W tym przypadku nie bez znaczenia jest charakter wspomnianego oddziaływania, który może być zarówno pozytywny, jak i negatywny.

Odwołanie do lat siedemdziesiątych XX wieku nie jest przypadkowe. Wspomniane lata to okres wzrostu zainteresowania skutkami działalności człowieka, głównie w obszarze jego wpływu na środowisko przyrodnicze. To wówczas pierwszy raz posłużono się koncepcją zrównoważonego rozwoju i zaprezentowano ją. Z czasem fundamentalnym znaczeniem dla jej konkretyzacji stało się pojęcie ładu, które w podstawowym ujęciu określane jest w obszarze społecznym, ekonomicznym i środowiskowym, natomiast w szerszym ujęciu uzupełniane jest o ład instytucjonalno-polityczny, a także przestrzenny (Borys, 2011). Przestrzeń w dyskusji nad zrównoważonym rozwojem coraz częściej zestawia się z koncepcjami wypracowanymi na gruncie nauk społecznych, w tym nauk ekonomicznych. Za przykład może posłużyć koncepcja konsumpcji zrównoważonej, uważana za jeden z najważniejszych elementów umożliwiających wdrożenie zrównoważonego rozwoju (Lorek, 2011). Badacze zagadnienia zalecają przy tym odniesienie do różnych sektorów gospodarczych w celu bliższego poznania i zidentyfikowania potencjalnych problemów, a przede wszystkim szybszej implementacji. Tymczasem badania w tym obszarze podejmowane są bardzo rzadko, czego przykładem jest sektor turystyki.

Podejmując rozważania na gruncie konsumpcji zrównoważonej w turystyce, uwzględniając również wskazywaną konieczność badań nad zrównoważonym rozwojem w odniesieniu do przestrzeni, autor wybrał szczególny dla tej tematyki przedmiot badawczy, jakim jest produkt obszaru recepcji turystycznej. Tym samym autor

określił za cel główny artykułu odniesienie produktu obszaru recepcji turystycznej do konsumpcji zrównoważonej w turystyce. Realizację celu umożliwiło bliższe przedstawienie obu pojęć oraz ich bezpośrednie zestawienie ze sobą, na podstawie wyszczególnionych cech produktu obszaru recepcji turystycznej.

KONSUMPCJA ZRÓWNOWAŻONA W TURYSTYCE

Zmiana charakteru konsumpcji, wraz ze zmianą stylów życia i zaspokajania potrzeb, pojawia się wśród najważniejszych wyzwań realizacji zrównoważonego rozwoju (Kiełczewski, 2012). Odpowiedzią na tak postawione wyzwanie jest konsumpcja zrównoważona, uznawana za „...konsumpcję świadomą, opartą na odpowiedzialności i wysokiej świadomości własnych potrzeb, co sprowadza się do podejmowania świadomych i odpowiedzialnych decyzji przez konsumenta” (Jaros, 2016: 26). Z kolei D. Kiełczewski (2008) wyróżnia dwa podejścia w interpretacji konsumpcji zrównoważonej, które opierają się w obu przypadkach na racjonalności wyborów nabywczych. Oba przypadki różnią się odmiennym postrzeganiem przeszkód prowadzących do racjonalności. W obu przypadkach osiągnięcie zrównoważenia odbywa się poprzez wybory konsumenckie, które nie powinny przyczyniać się do pogorszenia sytuacji innych konsumentów oraz uniemożliwiać im zaspokojenia ich fundamentalnych żywotnych potrzeb. Ponadto podejście konsumenta nie powinno prowadzić do ograniczania możliwości dokonywania wyborów konsumenckich w przyszłości, jak również zaspokojenia potrzeb przez przyszłe pokolenia. Warto przy tym dodać, że oparcie konsumpcji zrównoważonej na atrybucie racjonalności może stanowić zbyt duże uproszczenie, istnieją bowiem zachowania nabywcze, które nigdy nie posiadały w sobie racjonalności, lub istniały zjawiska, które znacznie je ograniczały (Kiełczewski, 2004).

W podejmowanych próbach interpretacji konsumpcji zrównoważonej bardzo często dochodzi do zaakcentowania podmiotowości konsumpcji i odwołania się do świadomości czy racjonalności działań konsumenta. Zdaniem M.H. Huang i R.T. Rust (2011), budowanie świadomości wśród konsumentów jest drogą do zrównoważonej przyszłości. Podejście to można również odnieść do turystyki, co przedstawiają dwa ujęcia (Hendel, 2016): szerokie, w którym świadomość ta dotyczy wiedzy o negatywnych skutkach niekontrolowanego wzrostu ruchu turystycznego na świecie; wąskie, w którym świadomość ta dotyczy możliwości etycznych i odpowiedzialnych wyborów podejmowanych przez jednostkę, a więc własnego udziału w rozwoju zrównoważonym.

Kierując rozważania w stronę turystyki, konsumpcja zrównoważona w swym ogólnym zakresie obejmuje również ten sektor. Specyfika rynku turystycznego nakazuje jednak ściśle odniesienia do konsumpcji zrównoważonej, co wydaje się szczególnie uzasadnione. Spośród wielu obszarów realizacji zrównoważonego rozwoju to właśnie konsumpcja w turystyce wymieniana jest jako dająca rezultaty wdrożenia (Sharpley, 2015). Ponadto występuje konieczność bezpośredniego odniesienia konsumpcji zrównoważonej do różnych sektorów gospodarczych, czego szczególnym zwolennikiem jest T. Borys (2016), zwracający uwagę na inspirującą rolę nowych paradygmatów konsumpcji i produkcji w sektorowych operacjonalizacjach koncepcji rozwoju, eksponujących cechę równoważenia (jednym z wyróżnionych sektorów przez badacza była turystyka zrównoważona). Podkreślenie turystyki zrównoważonej nie jest przypadkowe, większość badaczy uznaje ją bowiem za model idealny w ściśle zachowanych warunkach równowagi pomiędzy środowiskiem przyrodniczym, turystami, społecznością

lokalną i usługodawcami turystycznymi (Durydiwka, Kowalczyk, Kulczyk, 2010). Jednocześnie turystyka zrównoważona odwołuje się do ciągłego wzrostu konsumpcji dóbr i usług turystycznych, dążąc do niezmiennego zachowania stanu wzrostu w formie jak najbardziej przyjaznej środowisku (Zaręba, 2010), uwzględniając przy tym warunki ekonomicznego i społecznego rozwoju (Niezgoda, 2006).

Przedstawiając bliżej pojęcie konsumpcji zrównoważonej w turystyce, można odwołać się do definicji zaproponowanej przez M. Hendla (2016: 16), który określa ją jako „...konsumpcję dóbr i usług, opartą na świadomym i odpowiedzialnym wyborze decydującym o realizacji potrzeb turystycznych w sposób zrównoważony, tj. w sposób pozwalający na zachowanie stanu harmonii pomiędzy zgłaszanymi potrzebami turystów a lokalną społecznością i środowiskiem naturalnym, umożliwiając przez to przyszłym turystom realizowanie potrzeb na równym poziomie”. Badacz wyszczególnia przy tym kilka cech szczególnych pojęcia (Hendel, 2016): wielowymiarowość – odwołująca się do zachowania stanu harmonii pomiędzy wieloma aspektami równoważenia; samoograniczenie – konsumpcja oparta na świadomym i odpowiedzialnym dokonywaniu wyborów przez konsumentów poprzez własne ograniczenia; minimalizacja negatywnych skutków konsumpcji oraz dążenie do całkowitej ich eliminacji; holistyczny wymiar – konsumpcja zrównoważona jako jeden z elementów realizacji zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce. Ponadto M. Hendel (2016) odwołuje konsumpcję zrównoważoną w turystyce do ogólnych cech zrównoważonego rozwoju, a więc trwałości, samopodtrzymywania oraz równoważenia: cecha trwałości dotyczy stałego wzrostu konsumpcji wśród turystów, umożliwiając przyszłym turystom konsumpcję na równym poziomie; samopodtrzymywanie oznacza utrwalanie aktualnego stanu konsumpcji zrównoważonej, prowadząc do dalszego jej rozwoju; cecha równoważenia wymaga zachowania równowagi i harmonii w procesie konsumpcji, obejmując m.in. aspekty ekonomiczne, ekologiczne, społeczne. Dodać można, że cecha równoważenia będzie dotyczyła w tym przypadku również przestrzeni.

PRODUKT OBSZARU RECEPCJI TURYSTYCZNEJ

Jedną z podstawowych kategorii w analizie zjawiska turystyki jest obszar recepcji turystycznej, który najogólniej oznacza miejsce, do którego kieruje się ruch turystyczny, i w zależności od sytuacji może odnosić się do gminy, regionu lub kraju (Cieślowski, Żemła, 2002). Pomimo powszechnie funkcjonującego pojęcia, nie wypracowano do tej pory jednej akceptowalnej definicji, która mogłaby całkowicie oddać złożoność obszaru recepcji turystycznej – analizy krytycznej pojęcia dokonał m.in. M. Żemła (2010), Ł. Nawrot i P. Zmyślony (2009) czy M. Smoleński (2012).

Za interpretację bliską ukazania całości pojęcia obszaru recepcji turystycznej, łączącą w sobie różne ujęcia problemu (m.in. cechy ujęcia popytowego i podażowego), można uznać definicję zaproponowaną przez M. Żemłę (2010: 29), który obszar recepcji turystycznej określa jako „...dowolny obszar (miejscowość lub jej część, grupa miejscowości, region, państwo) będący miejscem koncentracji ruchu turystycznego i wywołanych przez niego skutków społeczno-ekonomicznych i przyrodniczych, posiadający takie walory i zagospodarowanie turystyczne, że postrzegany może być przez turystów jako odrębna i jednolita całość, i jest przez nich traktowany jako jedna z dostępnych alternatyw (marek) branych pod uwagę w procesie podejmowania decyzji o wyborze produktu turystycznego”. Ponadto zdaniem M. Żemły (2010), w ramach obszaru recepcji

turystycznej powinna funkcjonować odpowiednia struktura sieciowa sterowania rozwojem turystyki, posiadająca formalne uprawnienia i rzeczywiste możliwości do planowania i wdrażania strategii rozwoju turystyki dla tego obszaru. Dzięki temu obszar recepcji turystycznej można uznać za świadomie zarządzany podmiot strony podaźowej rynku turystycznego, „...gdzie celem marketingowym tego zarządzania jest zdobycie mocnej pozycji w konkurencji rynkowej z innymi obszarami recepcji turystycznej, przy poszanowaniu zasad równoważonego rozwoju, a weryfikatorem tej pozycji jest klient (turysta) i dokonywane przez niego wybory” (Żemła, 2010: 29). Jednocześnie M. Żemła (2010) dodaje, że określenie obszaru recepcji turystycznej jako podmiotu rynkowego pozostaje w sprzeczności z klasycznymi i neoklasycznymi zasadami ekonomii i możliwe jest przede wszystkim na gruncie nowej ekonomii instytucjonalnej. Powodem takiego stanu jest fakt, że obszar recepcji turystycznej trudno uznać za organizację formalną, w której wyraźnie można wyodrębnić strukturę i granicę. Ponadto zarządzanie obszarem recepcji turystycznej, czy raczej regulacja tego obszaru, odbywa się na fundamencie nieformalnych powiązań niezależnych podmiotów, które łączy oferowanie wspólnego i zintegrowanego produktu na rynku turystycznym w percepcji turystów.

Obszar recepcji turystycznej jest niezwykle złożony w kontekście zaspokajania potrzeb turystów. Ten sam obszar może bowiem oferować kilka produktów skierowanych do różnych grup odbiorców, co powoduje, że system zarządzania obszarem jest bardzo rozbudowany (Middleton, Hawkins, 1998). Dodatkowo za kryterium weryfikujące obszar recepcji turystycznej uznaje się takie składniki konsumpcji turystycznej, jak (Dziedzic, 1998): walory turystyczne, które po przystosowaniu do potrzeb ruchu turystycznego stanowią atrakcje turystyczne; usługi świadczone przez urządzenia obsługowe; usługi infrastruktury ogólnej; dostępność komunikacyjną. Konsumpcja turystyczna składa się jednak z wielu pozornie niezależnych elementów, które muszą być dostarczone w odpowiednim miejscu i czasie, aby podróż turystyczna mogła się odbyć. Ponadto na podróż turystyczną składa się ciąg decyzji i działań konsumentów podejmowanych w różnych miejscach i w ciągu pewnego czasu. To wszystko daje pewien obraz, że wszystkie składniki konsumpcji turystycznej podporządkowane są oczekiwaniom, które powstały w umyśle turysty w czasie planowania podróży, a wymienione wcześniej dobra i usługi nie są produktem z punktu widzenia turysty, tylko bazą do wykreowania produktu będącego całością przeżyć turysty (Marczak, Borzyszkowski 2009).

Na fundamencie rozważań o konsumpcji w turystyce obszar recepcji turystycznej można przedstawić jako produkt będący pewną całością „...elementów materialnych i niematerialnych, stanowiących podstawę istniejącego w umyśle turysty wyobrażenia i oczekiwań związanych z pobytem w danym miejscu” (Dziedzic, 1998: 23). Pojawienie się produktu obszaru recepcji turystycznej związane jest z wykorzystaniem przez obszary dorobku teorii i pragmatyki marketingu i przyjęcia orientacji marketingowej, co zdaniem T. Żabińskiej (2000) może się przyczynić do skutecznego zarządzania rozwojem turystyki z uwzględnieniem lokalnych warunków, właściwie pojętych interesów społeczności lokalnej oraz turystów. Jak uważa M. Żemła (2011: 1073), produkt obszaru recepcji turystycznej „...stanowi konglomerat znacznej liczby produktów o wieloaspektowych powiązaniach i relacjach, a przede wszystkim wytwarzanych przez różne podmioty, które dążą do realizacji różnych, niekiedy sprzecznych ze sobą celów”. Dobitnie zagadnienie to przedstawia macierz zgodności i sprzeczności celów społeczności lokalnych, podmiotów gospodarczych oraz środowisk ochrony przyrody i kultury zaangażowanych w rozwój turystyki na szczeblu lokalnym (Szczechowicz, 2010).

PRODUKT OBSZARU RECEPCJI TURYSTYCZNEJ A KONSUMPCJA ZRÓWNOWAŻONA W TURYSTYCE

Coraz częściej obszary recepcji turystycznej zaczynają przyjmować strategie i plany zarządzania oparte na turystyce zrównoważonej, jednak nadal skala tego zjawiska ogranicza się do nielicznych przykładów dobrych praktyk i indywidualnych projektów. Zmianą w tym przypadku może być określenie współczesnego priorytetu i kierunku dotyczącego zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej, który odwołuje się wprost do konieczności rozwoju obszarów recepcji turystycznej w zgodzie z założeniami zrównoważonego rozwoju oraz dążeniem do zrównoważonych wzorców konsumpcji turystycznej (*Podstawowe wytyczne dla zrównoważonej turystyki europejskiej*, 2003). Kształt ustalonych priorytetów związany jest ze specyfiką struktury przestrzennej turystyki, która sprawia, że problemy rozwoju turystyki powinny być rozpatrywane głównie na szczeblu lokalnym i regionalnym, bowiem to właśnie na konkretnych obszarach dochodzi do największej części konsumpcji turystycznej, z wszelkimi pozytywnymi i negatywnymi tego konsekwencjami (Goranczewski, Puciato, 2010).

Zagadnieniem wymagającym szczególnego odniesienia do konsumpcji zrównoważonej w turystyce jest produkt obszaru recepcji turystycznej, który ze względu na swą ogólną specyfikę, różnorodność potrzeb zgłaszanych przez turystów oraz zróżnicowany stopień zaangażowania w proces zaspokajania własnych potrzeb, nie jest tak jednoznaczny w ogólnej interpretacji. Odniesienie produktu obszaru recepcji turystycznej do konsumpcji zrównoważonej w turystyce przedstawia tabela 1. Wyodrębniono w tym celu cechy produktu turystycznego oddające szczegółowo istotę opisywanego produktu.

Tab. 1. Produkt obszaru recepcji turystycznej w odniesieniu do konsumpcji zrównoważonej w turystyce

Cechy produktu obszaru recepcji turystycznej	Opis cechy	Odniesienie do konsumpcji zrównoważonej w turystyce
Charakter usługowy i cechy typowe dla produktów niematerialnych	Produkt obszaru recepcji turystycznej jest w przeważającej części produktem o charakterze niematerialnym, usługowym, posiadając jednocześnie wszystkie cechy typowe przypisywane produktom usługowym.	Produkt obszaru recepcji turystycznej wpisuje się w zjawisko serwicyzacji. Zastąpienie dóbr i usług materialnych niematerialnymi traktowane jest wprost jako element istoty konsumpcji zrównoważonej w turystyce.
Charakter mentalny i subiektywny produktu	Odczuwane przeżycia turysty dotyczą nie tyle samych materialnych i niematerialnych elementów produktu obszaru recepcji turystycznej, co sposobu ich wykorzystania przez poszczególnych odwiedzających. Decyzje odwiedzającego dotyczące tego, z których usług i walorów skorzystać podczas pobytu w obszarze recepcji turystycznej, i w jaki sposób, a nawet jego zaangażowanie emocjonalne, stan psychiki, wynikający niekoniecznie z przyczyn związanych z jego pobytem w danym obszarze recepcji turystycznej, w istotny sposób kształtują produkt konsumowany przez odwiedzającego i wpływają istotnie na jego postrzeganą jakość.	Zrównoważony charakter konsumpcji zależy w głównej mierze od indywidualnego podejścia konsumenta do produktu. Odnosi się to zarówno do produktów zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju, jak i do produktów zupełnie odmiennych. Zauważalny wzrost zachowań konsumentów na rynku turystycznym w kierunku konsumpcji zrównoważonej będzie prowadził do większego zaangażowania podmiotów zarządzających turystyką na danym obszarze oraz podmiotów strony podaży do kreowania produktów spełniających oczekiwania konsumentów zrównoważonych oraz zaspokajających ich potrzeby.
W procesie tworzenia produktu istotną rolę odgrywają decyzje i nastawienie konsumenta.		

Cechy produktu obszaru recepcji turystycznej	Opis cechy	Odniesienie do konsumpcji zrównoważonej w turystyce
Produkt obszaru recepcji turystycznej ma charakter złożony, a całościowe doświadczenie konsumenta jest sumą przeżyć związanych z korzystaniem z poszczególnych usług i walorów oraz ogólnego doświadczenia związanego z przebywaniem w określonym miejscu.	Przeżycie związane z pobytem w danym miejscu jest przeżyciem całościowym i obejmuje doświadczenia związane ze wszystkim, co dany odwiedzający robił w danym miejscu, ale także swego rodzaju doświadczenie przebywania w nim.	Realizacja konsumpcji zrównoważonej na obszarze recepcji turystycznej wymaga podejścia holistycznego, uwzględniającego szereg elementów składających się na produkt obszaru. Realizacja konsumpcji zrównoważonej dotyczy wszystkich elementów produktu obszaru i odbywa się na każdym etapie podróży. Nieopuszczalne jest traktowanie przez konsumenta charakteru zrównoważonej konsumpcji fragmentarycznie, a więc na zasadzie realizacji tylko wybranych elementów produktu.
Produkt nie jest prostą sumą poszczególnych elementów, gdyż wartość dla klienta powstaje często nie podczas konsumpcji poszczególnych produktów prostych oferowanych w obszarze recepcji turystycznej, ale niejako pomiędzy nimi.	Elementy produktu obszaru recepcji turystycznej nie powinny być oferowane „przypadkowo” w jednym miejscu, lecz powinny podlegać jednolitej koncepcji. Jest to możliwe jedynie w sytuacji wprowadzenia do obszaru recepcji turystycznej pewnych procesów koordynacji.	
Jakość produktu zależy od dopasowania do siebie poszczególnych elementów, które powinny tworzyć jednorodną koncepcyjnie całość.	Produkt obszaru recepcji turystycznej jest kształtowany przez wiele podmiotów, składa się z wielu pojedynczych, częściowo podobnych, częściowo heterogenicznych, ale zawsze komplementarnych elementów. Każdy z nich jest funkcjonalnie związany z innymi, nawet jeśli wytwarzane są one przez różne podmioty, a pojedyncze dobra i usługi turystyczne muszą pozostawać ze sobą w stosunku komplementarnym.	Kształtowanie produktu obszaru recepcji turystycznej zgodnie z koncepcją turystyki zrównoważonej jest przykładem niezwykle trudnej w realizacji idei opartej na jednym ogólnym celu. W tym przypadku charakter działań jest w większości sprzeczny z ekonomicznymi przesłankami podmiotów współuczestniczących w kształtowaniu produktu, dlatego fundamentalnym zadaniem jest wspólne wypracowanie zgody co do realizacji takiego produktu.
Wykreowanie jednorodnego koncepcyjnie produktu możliwe jest jedynie na drodze długofalowej, uświadomionej lub nieuświadomionej współpracy wielu różnorodnych podmiotów realizujących wspólną wizję, pozwalającą na osiągnięcie indywidualnych sukcesów poszczególnych podmiotów tworzących składowe złożonego produktu.	Najważniejszym zagadnieniem wydaje się uzyskanie konsensusu w kwestii naczelnej wizji produktu obszaru recepcji turystycznej i kierunków jego rozwoju, która byłaby realizowana w działaniach wszystkich zainteresowanych podmiotów, które rozumieją zależność łączącą ich sukces rynkowy z sukcesem obszaru recepcji turystycznej jako całości. Osiągnięcie wysokiej jakości produktu obszaru recepcji turystycznej wymaga od podmiotów gospodarczych, organizacji i instytucji aktywnego uczestnictwa w procesie przygotowania jego potencjału usługowego, poznawania potrzeb i oczekiwań turystów, świadczenia usług i spełnienia wyobrażeń turysty o produkcie, który był przedmiotem oferty i konsumpcji.	Wzrost zainteresowania wśród konsumentów turystycznych zrównoważonym charakterem konsumpcji wymusza na podmiotach współtworzących produkt obszaru recepcji turystycznej skoordynowanych działań na rzecz jego dostosowania do oczekiwań i potrzeb konsumentów. Identyfikacja zachodzących zmian rynkowych, w tym przypadku opartych na konsumpcji zrównoważonej, i ich właściwa interpretacja może prowadzić do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej produktu.

Cechy produktu obszaru recepcji turystycznej	Opis cechy	Odniesienie do konsumpcji zrównoważonej w turystyce
Wypracowanie wspólnej wizji rozwoju produktu akceptowanej przez absolutnie wszystkie podmioty współtworzące produkt jest trudne, a w niektórych przypadkach wręcz niemożliwe, ze względu na przeciwstawny charakter celów poszczególnych podmiotów.	Produkt obszaru recepcji turystycznej stanowi konglomerat znacznej liczby produktów o wieloaspektowych powiązaniach i relacjach, a przede wszystkim wytwarzanych przez różne podmioty, które dążą do realizacji różnych, niekiedy sprzecznych ze sobą, celów. Ta sprzeczność interesów pomiędzy poszczególnymi podmiotami współtworzącymi produkt obszaru recepcji turystycznej jest zrozumiała, biorąc pod uwagę, że, z jednej strony, produkt ten jest współtworzony przez podmioty pozostające ze sobą niekiedy w bezpośrednim stosunku konkurencyjnym, z drugiej strony, przez podmioty bardzo zróżnicowane, poczynając od przedsiębiorstw komercyjnych, poprzez władze samorządowe i ich agendy, inne podmioty sektora publicznego, stowarzyszenia i podmioty sektora non-profit, podmioty publiczno-prywatne, aż na mieszkańcach kończąc.	Wielowymiarowy charakter ról przypisanych konsumentom zrównoważonym odnosi się do czynnego uczestnictwa we wspieraniu i współtworzeniu inicjatyw na rzecz turystyki zrównoważonej.
W ramach jednego obszaru recepcji turystycznej możliwe jest oferowanie kilku produktów nakierowanych na zaspokajanie potrzeb turystów należących do innych segmentów i oczekujących innych form spędzania czasu w miejscu docelowym. W większości przypadków niemożliwe jest jednak całkowite oddzielenie od siebie poszczególnych produktów, ponieważ wiele elementów produktów stanowi ich część wspólną – z reguły jest to przede wszystkim infrastruktura ogólna i niektóre podstawowe usługi turystyczne. Ponadto, złożony i komplementarny charakter wiązki motywów, którymi kierują się turyści, sprawia, że często podstawowe atrakcje przyciągające jeden segment turystów będą także wykorzystywane jako atrakcje dodatkowe dla osób o innym preferowanym sposobie spędzania czasu.	Wiązka potrzeb, którą turyści zaspokajają podczas pobytu w danej miejscowości, jest złożona. Składa się na nią wiele rozmaitych potrzeb, wśród których jedynie w niektórych przypadkach można wyodrębnić główny cel wyjazdu i cele uzupełniające, a i tak ta hierarchia może ulec zmianie podczas konsumpcji produktu turystycznego. Osoby należące do jednego segmentu często korzystają także z atrakcji przygotowanych z myślą o innym segmencie.	Niedobór zrównoważonej oferty turystycznej wymaga od konsumentów zrównoważonych korzystania w możliwie zrównoważony sposób z produktów turystycznych skierowanych do różnych segmentów. Różnorodność produktów turystycznych i ich jakość wpływa na konsumentów w wieloraki sposób. W przypadku indywidualnych działań podmiotów kształtujących produkt obszaru recepcji turystycznej, skierowanych w stronę konsumentów, zachodzi ryzyko wydania jednoznacznej opinii przez konsumenta w stosunku do całego obszaru, pomimo jego oceny dotyczącej tylko jednego podmiotu lub jednego produktu występującego na obszarze. Istnieje przez to potrzeba skoordynowanych i wspólnych działań podmiotów, ograniczających szereg konsekwencji.

Źródło: odniesienie do konsumpcji zrównoważonej w turystyce stanowi autorskie opracowanie; pozostałą część zaczerpnięto z: Żemła (2010: 30–46).

ZAKOŃCZENIE

Pojęcie produktu turystycznego jest niezwykle trudne do zdefiniowania. W orientacji marketingowej za produkt uważa się „...wszystko, co jest oferowane na rynku, aby zaspokoić pragnienia i potrzeby konsumentów” (Holloway, Robinson, 1997: 114). Bezpośrednie odniesienie produktu do turystyki rodzi pewne komplikacje ze względu na złożoność produktu turystycznego, który może obejmować miejsce, usługę, pakiety usług oraz produkty materialne (Holloway, Robinson, 1997). Wprawdzie większość produktów turystycznych składa się w całości lub w większości z usług to ich złożoność i wielowymiarowy charakter wymaga uwzględniania różnych ujęć, również w odniesieniu do jego poszczególnych składników spełniających odmienne role (Kruczek, Walas, 2009).

Jak zauważyła A. Niezgoda (2011), pojawiające się trendy związane z realizacją zasad zrównoważonego rozwoju oraz zmiany w stylu życia mogą wpływać na zmianę postaw wśród podmiotów odpowiedzialnych za kreowanie produktów turystycznych i ich konsumentów. Takich wniosków dostarcza analiza wielowymiarowości zjawisk zachodzących na współczesnym rynku turystycznym, której przykładem jest analiza zmian zachowań konsumentów, wymuszająca reakcję podaży rynku turystycznego, i zmian składowych produktu turystycznego (Niezgoda, 2013). Coraz częściej pojawiają się również sygnały rynkowe, że realizacja zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce poprzez konsumpcję zaczyna być elementem warunkującym jej rozwój, co może stanowić w dłuższej perspektywie istotną cechę wyróżniającą sektor turystyki na tle innych sektorów usług (Hendel, Żemła, 2016).

Produkt obszaru recepcji turystycznej jest przykładem na to, że brak uwzględnienia specyfiki rynku turystycznego w rozważaniach nad turystyką powoduje, że zagadnienie może nie zostać w pełni wyjaśnione lub nawet jego poznanie może zostać całkowicie zaburzone. Postulat o zachowaniu bezpośredniego odniesienia pojęć funkcjonujących w wielu dyscyplinach naukowych do turystyki nie pojawia się bez przyczyny. Rozważania nad produktem obszaru recepcji turystycznej i konsumpcją pokazały, że już na etapie dość ogólnych wniosków pojawiają się wątpliwości i niejednoznaczność. Tym samym próba odniesienia pojęcia produktu obszaru recepcji do tak szczegółowego zagadnienia, jakim jest konsumpcja zrównoważona w turystyce, wydaje się wyzwaniem wymagającym dalszych badań. Jednym z nich może być badanie relacji między produktem obszaru recepcji turystycznej a konsumpcją zrównoważoną w turystyce w warunkach rzeczywistości funkcjonalnej. Przedstawione w artykule rozważania mogą stać się zatem przyczynkiem do dyskusji.

Literatura

References

- Borys, T. (2011). Zrównoważony rozwój – jak rozpoznać ład zintegrowany. *Problemy Ekorozwoju*, 6(2), 75–81.
- Borys, T. (2016). O dwóch komplementarnych ujęciach nowego paradygmatu konsumpcji. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 452, 22–31.
- Cieślukowski, K., Żemła, M. (2002). Pozycjonowanie obszaru recepcji turystycznej z wykorzystaniem map percepcji. *Marketing i Rynek*, 2, 20–26.

- Durydiwka, M., Kowalczyk, A., Kulczyk, S. (2010). Definicja i zakres pojęcia „turystyka zrównoważona”. W: A. Kowalczyk (red.). *Turystyka zrównoważona*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 21–43.
- Dziedzic, E. (1998). *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Goranczewski, B., Puciato, D. (2010). Zastosowanie analizy SWOT w formułowaniu strategii rozwoju turystyki na obszarach recepcyjnych. *Turyzm*, 20(2), 47–55.
- Hendel, M. (2016). Koncepcja konsumpcji zrównoważonej w turystyce jako możliwość realizacji założeń turystyki zrównoważonej. *Marketing i Rynek*, 2, 13–19.
- Hendel, M., Żemła, M. (2016). Zrównoważona konsumpcja jako atrybut i uwarunkowanie rozwoju branży turystycznej w XXI wieku. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 30(4), 187–197.
- Holloway, J.C., Robinson, C. (1997). *Marketing w turystyce*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Huang, M.H., Rust, R.T. (2011). Sustainability and consumption. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 40–54.
- Jaros, B. (2016). Bariery i pozytywne tendencje w rozwoju zrównoważonej konsumpcji w Polsce. *Ekonomia i Środowisko*, 57(2), 24–36.
- Kiełczewski, D. (2004). *Konsumpcja a perspektywy trwałego i zrównoważonego rozwoju*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Kiełczewski, D. (2008). Sektor publiczny a kształtowanie wzorców trwałej konsumpcji. *Optimum. Studia Ekonomiczne*, 40(4), 75–92.
- Kiełczewski, D. (2012). Różnorodność stylów życia jako czynnik rozwoju zrównoważonego. *Ekonomia i Środowisko*, 43(3), 73–84.
- Kruczek, Z., Walas, B. (2009). Nowoczesne postrzeganie promocji kulturowych produktów turystycznych. W: A. Stasiak (red.). *Kultura i turystyka – wspólnie zyskać*. Łódź: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa, 335–360.
- Lorek, E. (2011). Ekonomia zrównoważonego rozwoju w badaniach polskich i niemieckich. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 90, 103–112.
- Marczak, M., Borzyszkowski, J. (2009). Region (obszar) jako produkt turystyczny. *Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych Politechniki Koszalińskiej*, 13, 117–126.
- Meyer, B. (2011). Turystyka a ład przestrzenny. Wzajemne relacje. *Turyzm*, 21(1–2), 25–32.
- Middleton, V.T.C., Hawkins, R. (1998). *Sustainable tourism: A marketing perspective*. Londyn: Routledge.
- Nawrot, Ł., Zmyślony, P. (2009). *Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego. Od programowania rozwoju do zarządzania strategicznego*. Kraków: Wydawnictwo PROKSENIA.
- Niezgoda, A. (2006). *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Niezgoda, A. (2011). Rola działań proekologicznych w kształtowaniu produktu turystycznego. *Turyzm*, 21(1–2), 33–40.
- Niezgoda, A. (2013). Prosumers in The Tourism Market: The Characteristic and Determinants of Their Behaviour. *Poznan University of Economics Review*, 13(4), 130–141.
- Podstawowe wytyczne dla zrównoważonej turystyki europejskiej* (2003). Komunikat Komisji Wspólnot Europejskich do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów COM(2003)516.
- Przeclawski, K. (1973). *Turystyka a wychowanie*. Warszawa: Nasza Księgarnia.
- Sharpley, R. (2015). Sustainability: A Barrier to Tourism Development. W: R. Sharpley, D.J. Telfer (red.). *Tourism and Development. Concept and Issues, Second Edition*. Bristol, Buffalo and Toronto: Channel View Publications, 428–452.
- Smoleński, M. (2012). Modelowanie przestrzeni turystycznej peryferyjnych regionów turystycznych. *Ekonomia i Zarządzanie*, 4(1), 64–91.
- Szczechowicz, B. (2010). Zrównoważony rozwój obszarów recepcji turystycznej – grupy interesów i źródła konfliktów. *Folia Turistica*, 22, 167–184.
- UNWTO (2013). *UNWTO World Tourism Barometer*, 11.
- Zaręba, D. (2010). *Ekoturystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Żabińska, T. (2000). Wybrane modele strategii marketingowych w usługach i turystyce na tle ich paradygmatów. W: L. Żabiński (red.). *Modele strategii marketingowych. Wybrane ujęcia paradygmatyczne i sektorowe*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 53–82.
- Żemła, M. (2010). *Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej*. Katowice: Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im W. Korfańtego w Katowicach.
- Żemła, M. (2011). Rola mieszkańców w budowie produktu obszaru recepcji turystycznej – przyczynek do dyskusji. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 157, 1072–1081.

Marek Hendel, mgr, były doktorant kierunku ekonomia na Wydziale Ekonomii, Zarządzania i Turystyki Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Obecnie doktorant kierunku zarządzanie na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Pracownik dydaktyczny Górnośląskiej Wyższej Szkoły Handlowej w Katowicach. Zainteresowania badawcze związane są ze zrównoważonym rozwojem turystyki, zachowaniami konsumentów na rynku turystycznym oraz rolą samorządu terytorialnego w rozwoju turystyki.

Marek Hendel, M.Sc., former Ph.D. student of Economics at the Wrocław University of Economics, Faculty of Economics, Management and Tourism. Currently a Ph.D. student of Management at University of Economics in Katowice, Faculty of Management. Member of the teaching staff in Katowice School of Economics. His research interests are related to sustainable tourism development, consumers' behaviour on the tourist market and the role of local government in tourism development.

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Zarządzania
ul. 1 maja 50, 40-287 Katowice, Polska
e-mail: hendel.marek@gmail.com

ŁUKASZ GAWOR

Silesian University of Technology, Gliwice, Poland

PIOTR DOLNICKI

Pedagogical University of Cracow, Poland

Arctic Tourism Development with Regard to Legal Regulations and Environmental Protection

Abstract: Arctic tourism develops very quickly and requires both changing of legal regulations and considering environmental issues. The developing branch of services (significantly tourism) has become an important sector in the shaping of the budget of numerous countries worldwide. World-wide climate changes provide new possibilities of visiting remote countries with severe climate conditions. Global warming is particularly intense in the Arctic, where mean temperatures have recently risen twice as fast as in the rest of the world. A comprehensive set of regulations was recently developed to protect the wilderness of Arctic environment from the negative impact of tourism. The purpose of the paper is to present legal and organizational regulations connected with organization of tourist trips in the Arctic, based on the example of Svalbard area, American Arctic and Russian Arctic. There are described particularly legal regulations that concern cruise operators. These issues have been described based on literature studies, analysis of legal regulations and statistical data. The time range of the study is about 20 years. Also discussed are challenges of tourism as seen in the Northwest Passage, a historical challenge for many sailors and Russian Arctic tourism development. The issues of economic benefits, environmental protection and connections between tourism and climate conditions are presented. There is also a focus on weather enabling tourism in the Arctic. It can be said that new possibilities of visiting remote places with severe climate conditions (e.g. Arctic region) are opening due to global changes. It occurs mainly due to the reduced sea ice cover for longer periods of time, which facilitates tourist access and extends visitor seasons. It has been assumed that global climate change may lead to a shift of tourism demand to higher latitudes, creating additional opportunities for tourism in northern regions.

Keywords: arctic tourism; environmental protection; global changes; legal regulations

Received: 5 December 2017

Accepted: 20 May 2018

Suggested citation:

Gawor, Ł., Dolnicki, P. (2018). Arctic Tourism Development with Regard to Legal Regulations and Environmental Protection. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 32(2), 289–298. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.20>

INTRODUCTION

The significance of the Arctic tourism is growing yearly. New possibilities of visiting remote places with severe climate conditions are opening due to global changes. World-wide warming of the climate is particularly intense in the Arctic, where mean temperatures have recently risen twice as fast as in the rest of the world (Snyder 2007). Reduced sea ice cover for longer periods of time facilitates tourist access and extends visitor seasons. Satellite data since 1978 show that the annual average Arctic sea ice extent has decreased by 2.7% per decade, with larger decrease of 7.4% per decade in summer (www.ipcc.ch). It enables particularly cruise tourists to discover high latitude regions.

The aim of the article is to show the organizational requirements for tourism in the Arctic, including legal regulations, to describe challenges of tourism in polar regions based on the example of three Arctic regions (Svalbard area, American Arctic, and Russian Arctic) and discussing the issues of environmental protection and connections between tourism and climate conditions.

These issues have been described based on literature studies, analysis of legal regulations and statistical data. The time range of the study is about 20 years.

SIGNIFICANCE OF TOURISM FOR ECONOMICS

Tourism has become a very important sector in the shaping of the budget of numerous countries worldwide. A classic interpretation of the term "tourism" was proposed by W. Hunziker and describes tourism as "the sum of the phenomena and relationships arising from the travel and stay of non-residents, insofar as they do not lead to permanent residence and are not connected with any earning activity" (Hunziker and Krapf, 1942, after Panasiuk, 2006). Definition in the literature is consistent with the standpoint worked out during International Conference of Statistic in Tourism organized by WTO in Ottawa in 1991, which defines tourism as "the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes" (www.world-tourism.org). A clearer definition can be found at the British Tourism Society, which in 1979 adopted a definition based upon the work of Burkart and Medlik (1974): "Tourism is deemed to include any activity concerned with the temporary short-term movement of people to destinations outside the places where they normally live and work, and their activities during the stay at these destinations" (Burkart and Medlik, 1974).

Tourism branch comprises not only important component of international service sector but also stimulates using new terrains as new "product" which enables to reinforce competitiveness of tourist companies and local region. It is also a cognitive impulse stimulating demand for visiting these places.

Undoubtedly one of such regions is the Arctic, which is still identified with inaccessible and mysterious places of the globe and tourist traffic, which in fact has existed for years, but is relatively low in comparison with other tourist regions of the world. This region ensures a direct meeting with nature which is a basis of natural part of tourist product.

The Arctic referring to tourist terminology presents high resistance of the natural environment, where the following should be mentioned: adaptation for relations with nature and barrier with regard to the distance, as well as to the non-developed

environment. The limits are connected also with logistic problems, which may be eliminated in connection to the investors' interest. A more serious problem is the concern about protection of unique ecosystems, which in the period of global climate changes are dynamically transforming. Weather and climate belong to the most important tourist values and they are the factors of popularity of the region. as well as risk factors.

THE INFLUENCE OF GLOBAL CHANGES ON TOURISM INDUSTRY

Observed climate changes inspire predictable scenarios, which determine the increase of air temperature of 2.5–4.0 °C in winter and 1–3 °C in summer (www.ipcc.ch; www.acia.uaf.edu/pages/scientific.html). The Arctic is a region particularly sensitive to global changes in the climate. Since the half of the 1970s warming of the European part of the Arctic has significantly risen. R. Przybylak (2002) counted that the trend of the increase of air temperature induces for attempts of determining of symptoms of climate changes which have influence on different components of environment and are impulse for discussion on changes of climate conditions for tourism (Przybylak, 2002). Climate affects the length of tourist season, behaviours of inhabitants and tourists. Climate determines technologies, infrastructure and characteristics of base and development of tourist space. Climate imposes production of particular goods and applying in tourist traffic service proper facilities and equipment.

It is obvious that the organization of tourism looks different in non-glaciated areas in periglacial regions, which create new geotourist attractions. The melting of ice cover results in emergence of new glacial landforms at the glacier forefields; definite relief of frost wedge polygons etc. creates possibilities of showing new, natural tourist attractions (photo. 1).

Photo 1. Werenskiöld Glacier's forefield as a geotourist attraction



Photo: Ł. Gawor

The occurrence, as well as changing time of maximal accumulation and total ablation of snow cover change time of scooter or ski exploration of Arctic regions. Higher and higher rise of sea level accompanied by concurrent shrinking of ice-cover, lead to larger damage caused by increasing shore erosion, but also enables new communication solutions. Increasing number of communication trails and accommodation facilities is a general factor stimulating development of tourism in studied area (photo. 2).

Till now only few representatives of tourism branch realize direct dependence between depletion of natural resources of particular region and impoverishment of its touristic values. It is often said that tourism destroys environmental components, among them also indirectly climate. Especially transport and energy-consuming technologies (heating, ventilation) applied in tourist objects cause the increase of emissions of Greenhouse gases. The UN, during an international meeting in Davos warned the whole tourist branch of negative results of climatic changes. What is more, the UN institutions say that it is world tourism that contributes to negative consequences of climate changes. As World Trade Organization reports, in 2013 there were 842 million journeys all over the world and in 2020 this number can reach 1.5 billion. It is exactly transport, accommodation and other factors connected with tourism that are responsible for 4–6% of world pollution. Tourism is more and more often reproved for its negative influence on the environment, but it is important to give these opinions in categories of sustainable development. The paradox depends upon the fact that tourism is concurrently “guilty” and “a sufferer”. Tourism activities cause damage which directly threatens regions of tourist penetration and, on the other hand, tourism is also a “victim” of consequences of degradation of the environment, which diminishes attractiveness and, in consequence, incomes obtained from recreation and travelling. This strict evaluation of tourism did not concern relations between tourism and global climate changes.

Photo 2. New houses and communication networks in Logyearbyen, Svalbard



Photo: Ł. Gawor

Another conferences organized by WTO have taken thematic scope of relations between development of tourism and climate changes. The first meeting in Djerba, Tunisia in 2003 has induced long discussions (Pagnan, 2003). The second conference took place in Davos-Bali in 2007 and ended with a declaration of taking regular activities towards common action of propagation of qualified tourism and mass tourism in harmony with the environment. Another meetings (Copenhagen, 2009; Cancun, 2010; Durban, 2011; Doha, 2012) were a consequence of Davos Declaration. The legal systems of particular Arctic countries take into consideration these statements in tourism traffic regulations. Nowadays it is common to speak about sustainable development in tourism, which imposes the necessity of applying environmental protection strategies – including climate (www.wto.org).

DYNAMICS OF TOURISM IN THE ARCTIC

Nowadays European Arctic is the best developed market with a majority of visitors concentrating in this area, which covers Scandinavia, Svalbard, Greenland, Iceland and Faroe Islands. Most visitors are reported on the continent (e.g. Norway, Sweden, Finland). In the year 2013 in Svalbard there were 107,000 visitors reported, 81,000 in Greenland and around 112,000 tourists visited Faroe Islands (Bystrowska, Dolnicki, 2015).

As far as the American Arctic is concerned, Alaska holds the record in cruise traffic numbers. The biggest growth occurred there between 1997 and 2008 – from 500,000 to more than 1,000,000 tourists. During the summer season of 2014, Alaska was visited by around 1,660,000 tourists, with around 1,000,000 on boards of ships (www.commerce.alaska.gov).

The Russian Arctic has been only recently opening to tourists, among others, by improving routes and cross-border cooperation mainly in the Barents region. The number of tourists is presented on the example on the Russian Arctic National Park area. In the first season (2008), there were 11 cruises reported in the park with 865 tourists. In 2012 there were 1,005 visitors, 636 in 2014 and 738 in 2014 (www.aeco.no).

CASE STUDIES

One of the best examples of described processes may be Northwest Passage, a historical challenge for many sailors. The other example can be Russian Arctic tourism development, which shows a combination of economic and environmental conditions. Both examples are presented below as case studies.

Northwest Passage case study

In 1906 Roald Amundsen successfully traversed the Northwest Passage. In 1944 a Royal Canadian Mounted Police sergeant Henry A. Larsen made the first single-season crossing of the Northwest Passage. Since then, many ships have made the trip through the Northwest Passage (Rosenberg, 2007).

The first cruise ship successfully crossed the Northwest Passage in 1984. Sailing the Northwest Passage in private yachts took off in the 2000s. As the Northwest Passage becomes increasingly ice-free during summer, a significant upswing in tourists arriving by sea can be noticed (Wallace, 2006). For the last five years, the passage has

been nearly ice-free in the late summer, according to Environment Canada data (<http://climate.weather.gc.ca>). An ice-free and navigable Northwest Passage not only opens up the possibility of trade routes but also environmental and cultural destruction in the delicate Arctic ecosystem (Wallace, 2006). Nowadays cruises are the basis of tourism in the Arctic Canada. These are only expedition cruises up to 100–300 passengers and private vessels, so tourism numbers in the area are relatively small, however they are expected to grow in the near future (Stewart et al. 2013; Bystrowska, Dolnicki, 2015).

Russian Arctic case study

Russia is the single largest Arctic land. The Russian sector of Europe may be subdivided into two main groups: coasts of the Barents and the White Seas, as well as high-latitude archipelagos. Cruises to Franz Josef Land and the Novaya Zemlya islands may include even a visit to the North Pole on nuclear icebreakers (e.g. Yamal) or helicopters (sometimes – with last kilometres on skies). These areas have no permanent population. Infrastructure there is completely absent or undeveloped (http://www.biodiversity.ru/coastlearn/tourism-eng/casestudies_arctic.html).

The Russian Government has allocated RUB 23.4 million to the establishment of a state institution called “Russian Arctic National Park”. This institution will create conditions for regulated tourism in the Arctic. The national park covers the northern territory of the Novaya Zemlya archipelago, an area known for its rich bird cliffs and large populations of walrus and polar bears. The Russian Arctic consists of 15 million hectares, including the two major archipelagos Novaya Zemlya and Franz Josef Land. The latter is situated about 540 miles from the North Pole and is a convenient and popular stop for cruise liners (<http://barentsobserver.com/en/sections/politics/russian-arctic-national-park-novaya-zemlya>).

LEGAL REGULATIONS AND POLICY AS A CONSEQUENCE OF PARTICULAR POLITICAL SITUATION OF ARCTIC SECTORS

Decisions regarding sovereign powers and jurisdictional boundaries determine the terms and conditions for allowable uses of Arctic resources. Alteration of wildlife, management practices and jurisdictional boundaries will directly impact tourism activities. (Snyder, 2007).

One of the most successful management techniques for conserving Arctic resources and directly influencing lawful visitor behaviour is guide licensing. Licensing requirements vary considerably among Arctic jurisdictions and responsible resource agencies, but fundamental general requirements include: proven knowledge of specific locations, technical skills, safe and efficient recreation delivery systems, waste removal, emergency response systems, and detailed reporting of activities and observations. Arctic guide licensing and the issuance of special use permits have proven to be effective polar tourism management techniques (<http://www.grida.no/publications/tourism-polar/page/1422.aspx>).

The eight Arctic nations have enacted and enforce numerous laws and regulations governing marine operations and pollution. Based on international regulations, the national laws provide a framework to protect the Arctic environment, promote human safety and provide for a coordinated response to marine incidents, as well as enabling

cooperation among the Arctic states. National attempts to regulate marine tourism extend from exceedingly stringent controls to considerably more flexible management techniques (Snyder, 2007).

About 40,000 tourists visit Svalbard each year, and a comprehensive set of regulations was recently developed to protect the wilderness there from adverse impacts of tourism (http://www.sysselmannen.svalbard.no/travel_en.htm). There is a heavy cruise ship traffic in and around of Svalbard archipelago, particularly in the capital city Longyearbyen (photo. 3).

Norway's government, for example, plans to significantly restrict cruise ship traffic around the Arctic archipelago of Svalbard and prohibit the use of heavy fuel oil. The new rules will limit to 200 the number of passengers allowed on board each ship that enters nature preserves on East Svalbard, and those tourists who are allowed entry are paying a special environmental tax. All tourist operators on Svalbard must comply with national and international laws and regulations, as well as local jurisdictions. Cruise operators operating on Svalbard have to be familiar with rules and regulations that apply to the group of islands. First of all the Svalbard Environmental Protection Act is important (out to 12 nautical miles from the coast), since it regulates many of the activities that are part of the cruise operators' portfolio. The act is a collection of updated environmental legislation for Svalbard (Jørgensen, 2013).

The Ministry of Justice of Norway has issued a numbers of regulations that are also of relevance to cruise operators. Examples of such regulations are "Regulations relating to tourism and other travel in Svalbard", "Regulations relating to environmentally hazardous substances, waste and waste water and waste management fees in Svalbard", "Regulations relating to off-road motor traffic and the use of aircraft for tourism purposes on Svalbard", "Regulations relating to camping activities in Svalbard",

Photo 3. Example of cruise ship traffic in Longyearbyen, Svalbard



Photo: P. Dolnicki

"Regulations relating to harvesting of the fauna on Svalbard", and "Regulations relating to environmental impact assessment and delimitation of the land-use planning areas in Svalbard". The Regulations apply to Svalbard's land territory and sea territory to the limit of the territorial waters. Due to these regulations all visitors in Svalbard that plan to visit areas outside the permanent settlements must notify the Governor of Svalbard or a person authorized by the Governor. All ships that travel around Svalbard must report their positions to the Norwegian Coastal Administration when they enter or leave the Svalbard area (Evenset, Christensen, 2011).

Nowadays tourism in Canadian Arctic is regulated on the national law level and there is a lack of effective international legal regulation. This lack of legal rules entails negative risk of the tourism business in the Arctic territory like dealing with hunting permissions in Alaska and Canada (Duhaime et al., 1997).

WEATHER PREFERENCES OF TOURISTS IN THE ARCTIC

Climate understood as weather is one of the important factors influencing tourism attractiveness of many areas. It has been assumed that global climate change may lead to a shift of tourism demand to higher latitudes, creating additional opportunities for tourism in northern regions (Jacobsen et al., 2011). The ideal climate for tourism should provide basic levels of comfort, enjoyment, and safety (Gómez-Martín, 2006).

In the research of Jacobsen (Jacobsen et al., 2011) there is an example of the interview with 100 respondents, 50 male and 50 female from different countries of various tourism activities, e.g.: sightseeing, guided excursion with boat/ship, outdoor recreation, visit to friends/relatives. The number of 55% of the respondents had researched the weather/climate conditions for their destination(s) before deciding to go on their trip. There was estimated general description of weather (e.g. very poor, fairly poor, neither bad nor good, fairly good, very good) and weather was compared to expectations (worse than expected, 2, 3, 4, better than expected). 80% of visitors disagreed with the survey statement "I would not like to return to this area because of the bad weather conditions". Results indicate that tourists to Arctic destinations have a fairly high tolerance for what would regularly be considered unfavourable weather conditions for a summer holiday tour. Looking first at the totals, the main finding is that a clear sky is generally preferred by 87% of the tourists. In Svalbard, 20% of the tourists would actually prefer the weather to be rather cool, 70% would not care, and only 10% would not like it. Tourists to such Arctic regions generally have fairly low expectations (i.e. they expect rather low temperatures, wind, rain, etc.) with respect to destination weather conditions. The overall preference for clear sky (87%) stands in contrast to some earlier publications emphasizing temperature as the most important weather aspect. Only a minority of 41% of Svalbard tourists would like it to be rather warm on a possible future visit. The conclusion is that weather should not be considered a major obstacle to tourism in high-latitude destination areas (Jacobsen et al., 2011).

CONCLUSIONS

Arctic tourism is developing very quickly. Two groups of factors influencing this phenomenon can be distinguished: natural and anthropogenic. Natural factors are mostly

connected with climate conditions and particularly sea ice cover, what is linked with accessibility. As far as human activity is concerned, we can focus on development of technical possibilities, meaning e.g. infrastructure and means of transport for cruise tourism, but a very important factor is also the creation of new regulations in order to protect wild environment. Basing on analysis of literature and statistical data the following conclusions may be drawn:

- New possibilities of visiting remote places with severe climate conditions (e.g. Arctic region) are opening due to global changes.
- Reduced sea ice cover for longer periods of time is facilitating improved tourist access and extending visitor seasons.
- One of the best examples of rapid development of tourism in the Arctic may be the Northwest Passage, a historical challenge for many sailors, and Russian Arctic tourism development, which shows a combination of economic and environmental conditions.
- Decisions regarding sovereign powers and jurisdictional boundaries determine the terms and conditions for allowable uses of Arctic resources.
- It has been assumed that global climate change may lead to a shift of tourism demand to higher latitudes, creating additional opportunities for tourism in northern regions.

References

- Burkart, A.J., Medlik, S. (1974). *Tourism. Past, Present and Future*. London: Heinemann.
- Bystrowska, M., Dolnicki, P. (2015). The impact of endogenous factors on diversification of tourism space in the Arctic. *Current Issues of Tourism Research*, 5, 36–44.
- Duhaime, G., Rasmussen, R.O., Comtois, R. (1997). Sustainable Development in the North: Local Initiatives vs Megaprojects. Proceedings of the Second Circumpolar Social Science Ph.D. Network Conference, held in Aguanish, Québec, GETIC, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval.
- Evenset, A., Christensen, N. (2011). Environmental impacts of expedition cruise traffic around Svalbard. Association of Arctic Expedition Cruise Operators.
- Gómez Martín, M.B. (2006). Climate potential and tourist demand in Catalonia (Spain) during the summer season. *Climate Research*, 32, 75–87.
- Intergovernmental Panel on Climate Change (2007). Climate change 2007: synthesis report. Contribution of working groups I, II and III to the fourth assessment report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Core Writing Team. In: R.K. Pachauri, A. Reisinger (Eds.). IPCC, Geneva, Switzerland.
- Jacobsen, J., Denstadli, J., Lohmann, M., Førland, E. (2011). Tourist weather preferences in Europe's Arctic. *Climate Research*, 50, 31–42.
- Jørgensen, F. (2013). Regulation of tourism and prevention of accidents CMERA Workshop. Tromsø, 6–7 Nov, AECO.
- Pagnan, J. (2003). The impact of climate change on Arctic tourism: A preliminary review. World Tourism Organization First International Conference on Climate Change and Tourism. Djerba, Tunisia, 9–11.04.
- Panasiuk, A. (2006). *Informacja turystyczna*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Przybylak, R. (2002). Changes in seasonal and annual high-frequency air temperature variability in the Arctic from 1951–1990. *International Journal of Climatology*, 22.
- Rosenberg, M. (2007). The Northwest Passage may allow ship travel across Northern Canada, <http://geography.about.com/od/specificplacesofinterest/a/northwestpassag.htm>
- Snyder, J. (2007). *Tourism in the Polar Regions. The Sustainability Challenge*. UNEP.

- Stewart, E.J., Dawson, J., Howell, S.E.L., Johnston, M.E., Pearce, T., Lemelin, H. (2013). Local-level responses to sea ice change and cruise tourism in Arctic Canada's Northwest Passage. *Polar Geography*, 36(1–2).
- Svalbard Environmental Protection Act, Act of June 15, 2001, No. 79, Norway. (www.syssemmannen.svalbard.no/laws_enviro_en.htm)
- Wallace, J. (2006). Taking the Northwest Passage. Experts stress the importance of answering Arctic sovereignty questions sooner rather than later. *Canadian Geographic*, 3–4.
- www.acia.uaf.edu/pages/scientific.html
- www.aeco.no
- www.biodiversity.ru/coastlearn/tourism
- www.barentsobserver.com/en/sections/politics/russian-arctic-national-park-novaya-zemlya
- www.cbc.ca/news/canada/north/arctic-tourism-heating-up-as-northwest-passage-melts
- www.climate.weather.gc.ca
- www.commerce.alaska.gov
- www.ipcc.ch
- www.syssemmannen.svalbard.no/travel
- www.world-tourism.org
- www.wto.org

Łukasz Gawor, Ph.D., assistant professor, Silesian University of Technology. Research interests: mining zoology, legal regulations regarding reclamation, reclamation and using of post-mining dumping grounds, geotourism. Other interests: high mountain tourism, polar expeditions, running, ski running.

Adres/address:

Silesian University of Technology
Institute of Applied Geology
ul. Akademicka 2, 44-100 Gliwice, Polska
e-mail: lukasz.gawor@polsl.pl

Piotr Dolnicki, dr nauk o Ziemi, pracownik Zakładu Turystyki i Badań Regionalnych Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania naukowe: geomorfologia, badania polarne, turystyka w obszarach polarnych.

Piotr Dolnicki, Ph.D., Doctor of Earth Sciences, currently employed in the Department of Tourism and Regional Studies at the Pedagogical University of Cracow. Research interests: geomorphology, polar research, tourism in polar regions.

Adres/address:

Pedagogical University of Cracow
Department of Tourism and Regional Studies
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: dolnicki@up.krakow.pl

BARBARA KOWALCZYK

Ośrodek Przetwarzania Informacji – Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa, Polska

MARCIN OLSZEWSKI

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska

Znaczenie relacji z klientami w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw hotelarskich

The Role of Relations with Customers in the Innovative Activities of Hotel Companies

Streszczenie: Przedsiębiorstwa, nawet te najmniejsze, znajdują się obecnie pod silną presją wdrażania innowacji, postrzeganych jako jeden z kluczowych czynników funkcjonowania i rozwoju firmy. Ze względu na immanentne cechy przedsiębiorstw hotelarskich wiedza pochodząca z relacji z klientami może odgrywać istotną rolę w ich działalności innowacyjnej. Artykuł ma na celu identyfikację znaczenia relacji z klientami w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw hotelarskich w Polsce. Przybliżono w nim pojęcie innowacji pochodzących od klienta (*User-Driven Innovation*), a także zaprezentowano aktualny stan badań nad tym zagadnieniem w odniesieniu do podmiotów gospodarki turystycznej, a szczególnie przedsiębiorstw hotelarskich. Kluczową część artykułu stanowią wyniki badania empirycznego prowadzonego w 400 losowo wybranych hotelach w Polsce. Z badania wynika, że relacje z klientami mają istotne znaczenie w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Dodatkowo przedstawione zostały podstawowe źródła innowacji, a także sposoby zaangażowania klientów w działalność innowacyjną. Z badania wynika, że ważną rolę w pozyskiwaniu i wykorzystaniu wiedzy pochodzącej od klientów odgrywają pracownicy, którzy bezpośrednio kontaktują się z gośćmi. Ponadto ustalono, że polskie hotele są jeszcze na wczesnym etapie procesu adaptacji koncepcji innowacji pochodzących od klienta. Wykorzystanie wiedzy od klienta w działalności innowacyjnej wymaga intensyfikacji działań w zakresie zarządzania wiedzą i zarządzania kadrami.

Abstract: Nowadays enterprises, including the smallest ones, are facing strong pressure of implementing innovative solutions, which are regarded as one of the key factors of the companies' performance and development. Due to the immanent characteristics of hotel enterprises, knowledge derived from customers' relations can play an important role in their innovation activities. The purpose of the article is to identify the importance of relations with customers in the innovative activities of hotel enterprises in Poland. The article presents the concept of User-Driven Innovation, as well as the current state of research on this issue in the tourism industry, particularly in hotel enterprises. The results of an empirical study conducted among 400 randomly selected hotels in Poland, are the key part of the article. According to the survey, customers' relations play great role in the innovative activities of hotel enterprises. In addition, the main sources of innovations, as well as the scope of customer engagement in innovative activities are presented. Employees who directly contact the guests have a key role in acquiring and utilising knowledge coming from customers. The survey shows that Polish hotels are still at an early stage of adapting the concept of user-driven innovations. Moreover, the utilisation of knowledge from the clients for innovations requires intensification of the activities in the field of knowledge, as well as human resources management.

Słowa kluczowe: innowacje otwarte; przedsiębiorstwa hotelarskie; relacje; *user-driven innovation*

Key words: hotel companies; open innovations; relations; user-driven innovation

Otrzymano: 19 grudnia 2017

Received: 19 December 2017

Zaakceptowano: 15 maja 2018

Accepted: 15 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kowalczyk, B., Olszewski, M. (2018). Znaczenie relacji z klientami w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw hotelarskich. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 299–310. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.21>

WSTĘP

Zmiany w strukturze gospodarki są efektem procesów dostosowawczych, które następują głównie poprzez wdrażanie innowacji. Źródłem innowacji w gospodarce jest wiedza (OECD, 1996). W tradycyjnych modelach procesu innowacyjnego pochodzi ona przede wszystkim z wnętrza organizacji, np. z działów badawczych. Jednak w turbulentnym otoczeniu coraz większego znaczenia nabierają zewnętrzne źródła informacji pozyskiwane od klientów i kooperantów. Dotychczasowe badania potwierdzają rosnącą rolę klientów w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw (Von Hippel, 1990; Von Hippel, 2005; Salter, Laursen, 2006; Piller, Ihl, 2009). Te prawidłowości zaobserwowano także w odniesieniu do podmiotów gospodarki turystycznej (Hjalager, Nordin, 2011), w tym przedsiębiorstw hotelarskich (Sundbo, Orfila-Sintes, Sørensen, 2007). Wzrost znaczenia zewnętrznych źródeł wiedzy pozwolił na sformułowanie nowego podejścia do innowacji znajdującego wyraz w nurcie otwartych innowacji i koncepcji innowacji pochodzących od klientów (*user-driven innovation*, UDI). Coraz większa koncentracja przedsiębiorstwa na potrzebach i wymaganiach klienta sprawia, że przestaje on być uczestnikiem transakcji kupna-sprzedaży, a staje się podmiotem kształtującym ofertę i mającym swój udział w tworzeniu innowacji. Celem artykułu jest identyfikacja znaczenia relacji z klientami w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw hotelarskich w Polsce.

Artykuł składa się z trzech części poprzedzonych wstępem. W pierwszej z nich omówiono znaczenie relacji z klientami w oparciu o koncepcję innowacji pochodzących od klienta (UDI), zidentyfikowano cechy mające wpływ na implementację koncepcji UDI w przedsiębiorstwach hotelarskich, a także przedstawiono wyniki dotychczasowych badań nad tym zagadnieniem. W drugiej części przybliżono metodykę i wyniki ogólnopolskiego badania przeprowadzonego pod koniec 2015 roku wśród 400 przedsiębiorstw hotelarskich. Trzecia część, zakończenie, zawiera podsumowanie rozważań oraz propozycję kierunków dalszych prac badawczych.

RELACJE Z KLIENTAMI I ICH ZNACZENIE W DZIAŁALNOŚCI INNOWACYJNEJ – KONCEPCJA INNOWACJI POCHODZĄCYCH OD KLIENTÓW (*USER-DRIVEN INNOVATION*, UDI)

Innowacje są elementem szerszego procesu, w który zaangażowane jest przedsiębiorstwo budujące przewagę konkurencyjną na rynku. Wynikają one m.in. z otwartości przedsiębiorstw na nowości oraz z dążenia do doskonałości i nieustannej poprawy

jakości oferowanych dóbr i usług. Firmy poszukujące nowych źródeł innowacji coraz częściej otwierają się na pozyskiwanie informacji z zewnątrz. E. von Hippel (1988) wskazuje na cztery podstawowe zewnętrzne źródła informacji, które mogą być wykorzystywane w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Są nimi: klienci, konkurenci, dostawcy i uczelnie. Według A.M. Hjalager i S. Nordin (2011), aktywna wymiana idei i zasobów z partnerami zewnętrznymi może przyspieszyć proces uczenia się w firmie, zwiększyć zdolności innowacyjne i w efekcie podnieść jej konkurencyjność. Ponadto przedsiębiorstwa podejmujące współpracę z podmiotami z ich otoczenia w zakresie działalności innowacyjnej częściej wdrażają nowe na rynku i znaczące rozwiązania niż przedsiębiorstwa, które koncentrują się na wewnętrznych źródłach innowacji (Tether, 2002).

Istotnym zewnętrznym źródłem wiedzy dla przedsiębiorstw są tak zwani użytkownicy. E. von Hippel (2005) definiuje ich jako indywidualnych konsumentów lub firmy oczekujące wymiernych korzyści z zastosowania (użycia) określonego produktu czy usługi. Relacje i aktywna komunikacja z użytkownikami mogą być wykorzystywane w celu wdrażania nowych produktów i usług. Otwarte podejście do innowacji i zastosowanie wiedzy użytkowników, aby wprowadzić nowe produkty, usługi lub rozwiązania, które opierają się na prawdziwym zrozumieniu potrzeb nabywców oraz systematycznym angażowaniu ich w rozwój przedsiębiorstwa, charakteryzuje koncepcję *user-driven innovation*, UDI (Wise, Høgenhaven, 2008). A.M. Hjalager i S. Nordin (2011) definiują innowacje pochodzące od klienta jako zjawisko, w którym nowe produkty, usługi, procesy oraz zmiany o charakterze organizacyjnym i marketingowym są inspirowane potrzebami, pomysłami i opiniami użytkowników produktu. Rosnące znaczenie wiedzy użytkowników wykorzystywanej w celu rozwoju produktów jako pierwszy zauważył wspomniany E. von Hippel (1976). Ustalił on, że ta grupa osób szybciej niż inne dostrzega potrzebę udoskonalania rozwiązań lub wprowadzania nowych, wnoszących nowe wartości. Co więcej, jak podkreśla S.B. Tether (2002), jest także cennym źródłem informacji potrzebnych do identyfikowania trendów rynkowych oraz rynkowych szans.

Zapotrzebowanie na informacje pochodzące od klientów różni się w zależności od poziomu, na jakim dokonywane są zmiany w obrębie produktu lub usługi. Zaangażowanie nabywców w realizację poszczególnych etapów procesu innowacyjnego pozwala na klasyfikację użytkowników w następujący sposób (Fuller, Matzler, 2007; O'Hern, Rindfleisch, 2008):

- etap powstawania pomysłów; do zewnętrznych źródeł informacji zaliczani są użytkownicy określani jako wiodący, projektanci, inżynierowie oraz inni użytkownicy, których sugestie uwzględnia się w procesach innowacyjnych przedsiębiorstwa;
- etap rozwoju pomysłu w innowacyjny produkt lub usługę; nabywcy odgrywają rolę zarówno współkreatorów, jak i użytkowników aktywnie uczestniczących w procesach ukierunkowanych na postęp i wynalazczość w przedsiębiorstwie;
- etap wprowadzania innowacyjnego produktu lub usługi na rynek (uwzględniający działalność polegającą na przygotowaniu do wdrożenia); użytkownicy stają się testerami produktów i usług, mogą również stanowić tzw. użytkowników końcowych, czyli bezpośrednich odbiorców, dokonujących zakupu testowanego produktu lub usługi.

Chociaż pozyskiwanie informacji od użytkowników jest procesem wymagającym od przedsiębiorstw zaangażowania jego wewnętrznych zasobów oraz środków, to

wykorzystanie tego źródła wiedzy może pozytywnie oddziaływać na pozycję rynkową przedsiębiorstwa. Dodatkowymi korzyściami z perspektywy przedsiębiorstw jest wzrost postrzeganej przez użytkowników użyteczności i lepsza jakość usług (Baldwin, Hiennerth, Von Hippel, 2006; Flowers, Von Hippel, De Jong, Sinozic, 2010). Jednym z zagrożeń dla przedsiębiorstwa otwartego na rynkowe źródła informacji jest większy (niż w przypadku przedsiębiorstw działających w zamkniętym cyklu innowacji) stopień ujawniania pomysłów (Harhoff, Henkel, Von Hippel, 2003). Jest to związane z dzieleniem się zgromadzoną w przedsiębiorstwie wiedzą z innymi uczestnikami rynku oraz ułatwianiem dostępu do informacji, które są ważne dla przedsiębiorstwa.

Znaczenie relacji z użytkownikami w działalności innowacyjnej jest przedmiotem badań nad przedsiębiorstwami turystycznymi (np. Szymańska, 2017), w tym również przedsiębiorstwami hotelarskimi (Sundbo, Orfila-Sintes, Sørensen, 2007). Wyjątkowość hoteli jako podmiotów w badaniach charakteryzujących zjawisko innowacji pochodzących od klienta wynika z cech tych przedsiębiorstw, takich jak: otwarty charakter działalności, duża intensywność i wielorakość relacji z użytkownikami, czas spędzony przez klienta w przedsiębiorstwie, rozproszony i silnie lokalny charakter działalności. Klient jest obecny w przedsiębiorstwie hotelarskim znacznie dłużej niż w innych typach przedsiębiorstw usługowych, co można wykorzystać do pozyskiwania informacji o jego potrzebach i oczekiwaniach. Kolejną cechą, która sprzyja zastosowaniu koncepcji UDI w hotelarstwie, jest kompleksowość i heterogeniczność produktu. Jest on indywidualną wiązką wybranych przez klienta usług, mających spełnić jego potrzeby. Ponadto oczekiwania względem oferty zmieniają się w czasie i różnią się w zależności od motywu przyjazdu. Innowacyjność wynikać może tym samym zarówno z udoskonalenia jednego elementu, jak i złożonego produktu. Z perspektywy przedsiębiorstw hotelarskich koncepcja innowacji pochodzących od klienta jest więc kluczowym filarem wzrostu innowacyjności tego sektora usług.

Dotychczasowe badania dowodzą, że wiedza odgrywa istotną rolę i determinuje sukces rynkowy przedsiębiorstw hotelarskich (Sørensen, 2007; Nieves, Quintana, Osorio, 2014). Poza wiedzą zdobywaną w wyniku prac badawczych oraz dzięki postępowi technicznemu i nowym technologiom, potrzeby rynkowe uznawane są za kluczowe źródło informacji wykorzystywane w procesach innowacyjnych przedsiębiorstw działających w sektorze usług hotelarskich oraz pozostałych przedsiębiorstw świadczących usługi turystyczne (Hall, Williams, 2008). Ponadto w literaturze przedmiotu zwraca się uwagę na zjawisko tzw. customizacji (z ang. *customization*, czyli oferowanie indywidualnie dopasowanych produktów lub usług), pojawiające się w obszarach, w których rośnie siła nabywczą konsumentów (Hjalager, 2010). Zjawisko to łączy się także z gromadzeniem i przetwarzaniem informacji na temat każdego indywidualnego konsumenta. Badania w sektorze hotelarskim nie rozstrzygają jednak, jaka jest rola relacji z klientami w działalności innowacyjnej. Wyniki niektórych prac potwierdzają, że zaangażowanie klienta i wykorzystanie jego wiedzy zwiększa szanse na powstawanie nowych rozwiązań w usługach hotelarskich (Orfila-Sintes, Mattsson, 2009). Współpraca z klientami została także doceniona w badaniach A. Trigo i X. Vence'a (2012).

Zależność pomiędzy orientacją przedsiębiorstw hotelarskich na klienta a ich innowacyjnością była przedmiotem nielicznych prac badawczych podejmowanych w tym sektorze (Tajeddini, 2010; Tajeddini, Trueman, 2012; Grisseman, Plank, Brunner-Sperdin, 2013). Pierwsze badanie zrealizowane w grupie szwajcarskich hoteli (Tajeddini, 2010) nie potwierdziło statystycznego wpływu relacji z klientami na innowacyjność

tych obiektów. Udowodniono jednakże, że komunikacja z nabywcami usług wpływa na korzyści finansowe badanych przedsiębiorstw, przekładając się na wzrost sprzedaży oraz rentowności. Wspomniana zależność nie potwierdziła się z kolei w badaniu S. Agarwala, M.K. Erramilli, S.C. Deva (2003) dotyczącym obiektów hotelarskich należących do międzynarodowych sieci oraz w badaniu innowacyjności hoteli działających w regionie Alp (Grissemann, Plank, Brunner-Sperdin, 2013). W ich przypadku priorytetowe traktowanie klienta i relacje z nim nie miały bezpośredniego wpływu na korzyści finansowe i pozafinansowe przedsiębiorstw, jednak U. Grissemann, A. Plank, A. Brunner-Sperdin (2013) udowodnili pozytywną korelację pomiędzy współpracą z klientami a aktywnością innowacyjną hoteli i poziomem ich innowacyjności, przekładającą się na pozyskanie wielu nabywców.

Kolejne badania K. Tajeddini i M. Trueman (2012) zweryfikowały innowacyjność szwajcarskiego sektora hotelarskiego, potwierdzając pozytywną korelację między innowacyjnością a orientacją na klienta. Co więcej, badania dowiodły, że bardziej innowacyjne są obiekty, które podejmują długoterminowe działania w utrzymywaniu relacji z klientami (Tajeddini, Trueman, 2012).

Relacje z klientami w obiektach hotelarskich były również przedmiotem badań prowadzonych przez M. Ottenbachera (2007). Dowiódł on, że we współpracy z klientami istotną rolę odgrywają pracownicy przedsiębiorstwa, którzy często są pierwszymi odbiorcami informacji pochodzących od klientów. Jak wskazują wyniki badania M. Ottenbachera (2007), efektywność przedsiębiorstwa w obszarze innowacji podnoszą m.in. szkolenia personelu oraz działania umożliwiające zaangażowanie pracowników w procesy innowacyjne. Ponadto z perspektywy rozwoju nowych produktów istotna jest również otwartość kadry kierowniczej na nową wiedzę oraz długoterminową współpracę pracowników z klientami.

W kolejnej części przedstawione zostaną wyniki autorskiego badania prowadzonego wśród przedsiębiorstw hotelarskich w Polsce, które pozwoliło ocenić, w jakim zakresie relacje z użytkownikami są wykorzystywane w działalności innowacyjnej polskich hoteli, oraz w jakim stopniu wpływają na ich innowacyjność.

METODYKA I WYNIKI BADANIA

Prezentowane dane pochodzą z ogólnopolskiego badania realizowanego w ostatnim kwartale 2015 roku. Zastosowano w nim losowy i warstwowy dobór próby, uwzględniający podział na hotele należące do międzynarodowych sieci oraz hotele działające poza strukturami sieciowymi. Operat badania stanowiła baza teleadresowa Centralnego Wykazu Obiektów Hotelarskich administrowana przez Ministerstwo Sportu i Turystyki. Badaniem objęto 326 hoteli niezależnych, działających poza strukturą międzynarodowych sieci hotelowych, i 74 hotele należące do takich sieci.

Respondentami badania były osoby zarządzające hotelami lub wyznaczeni pracownicy szczebla kierowniczego. W każdym z hoteli zrealizowany został jeden wywiad techniką CAWI lub CATI. Największy odsetek w próbie hoteli niezależnych, działających poza strukturami sieci międzynarodowych, stanowiły małe (do 50 pokoi), trzygwiazdkowe obiekty. Z kolei wśród hoteli sieciowych najsilniejszym ich reprezentantem w próbie były obiekty czterogwiazdkowe, oferujące od 101 do 350 pokoi.

Celem badania było ustalenie, jak bardzo przedsiębiorstwa są otwarte na zaangażowanie klientów w procesy innowacyjne, poprzez umożliwianie im współtworzenia

oferty lub poprzez wykorzystanie ich wiedzy na innych etapach procesu innowacyjnego. Ponadto zidentyfikowano zależność pomiędzy orientacją na klienta, rozumianą jako podejmowanie działań mających na celu utrzymywanie relacji z klientami a innowacyjnością. Ostatecznie oceniono, czy orientacja przedsiębiorstwa na utrzymywanie relacji z klientami wpływa na innowacyjność przedsiębiorstwa.

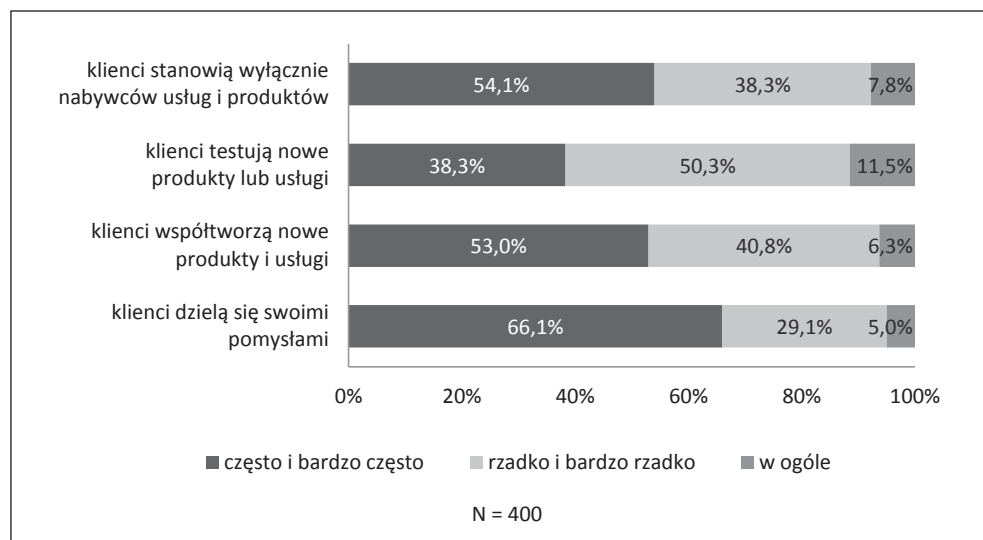
W pierwszym etapie procedury badawczej przeanalizowano poziom oraz częstotliwość zaangażowania klientów w procesy innowacyjne przedsiębiorstwa (ryc. 1).

Wyniki badania wskazują, że najczęściej rola klientów w działalności innowacyjnej polega na dzieleniu się z przedsiębiorstwem swoimi pomysłami. Znacznie rzadziej aktywność klientów sprowadza się do testowania oferty przedsiębiorstwa. Co ciekawe, również często rola klientów jest pasywna, ograniczona jedynie do nabywania usług, co aktywna – polegająca na współtworzeniu z przedsiębiorstwem nowych produktów i usług. P. Christiansson i inni (2008) podkreślają, że osoby korzystające z produktów i usług rzadko są zaangażowane w cały proces innowacji, począwszy od zgłaszania pomysłu po jego realizację.

Poziom zaangażowania klientów w procesy innowacyjne warto porównać z pytaniem o to, kto najczęściej inicjował i opracowywał innowacje (ryc. 2). Z rozkładu odpowiedzi respondentów wynika, że kluczowym źródłem powstawania innowacji w przedsiębiorstwach hotelarskich są pracownicy. W przypadku 40% badanych obiektów powstają one dzięki kooperacji personelu z klientami, a dla 36% – stanowią efekt samodzielnych działań pracowników. Ostatecznie wyniki badania potwierdzają kluczową rolę pracowników w kontaktach z klientami, których opinie i informacje są wykorzystywane w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw.

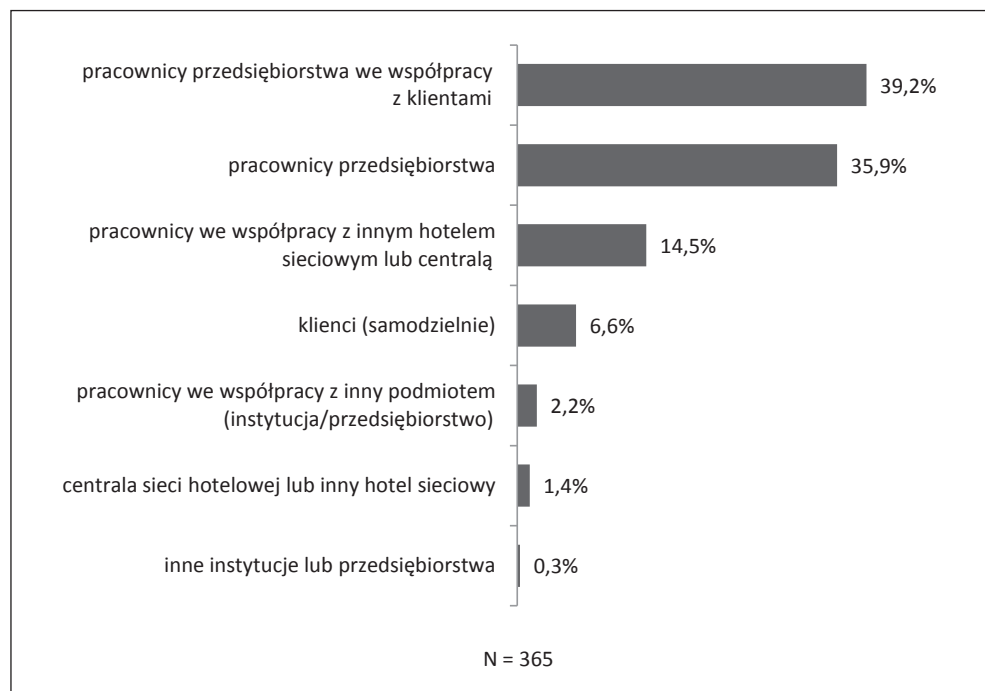
Kolejny etap procedury badawczej polegał na oszacowaniu wpływu działań badanych przedsiębiorstw odnoszących się do pozyskiwania informacji od klientów na ich innowacyjność. Działania związane z aktywnością przedsiębiorstwa w zakresie

Ryc. 1. Ocena poziomu zaangażowania klientów w procesy innowacyjne przedsiębiorstwa



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania ilościowego

Ryc. 2. Najczęściej wskazywane źródło innowacji w przedsiębiorstwach hotelarskich



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania ilościowego

wsluchiwanie się w potrzeby i oczekiwania gości oraz budowanie relacji z nimi zdefiniowano w postaci zmiennej niezależnej – orientacja na klienta. Jej wartość oszacowano za pomocą modelowania strukturalnego, wykorzystując metodę największej wiarygodności (ML). Na orientację na klienta złożyły się zmienne odnoszące się do sposobów pozyskiwania informacji od klientów oraz zmienna kodująca istotność informacji pochodzących od klientów.

Z kolei zmienną zależną, innowacyjność przedsiębiorstwa, oszacowano na podstawie pytania o rodzaj innowacji wprowadzonych w ostatnich trzech latach działalności badanych przedsiębiorstw (2012–2014). Wyniki badania dowiodły, że większość przedsiębiorstw hotelarskich objętych badaniem wdrożyło innowacje do swojej działalności (91,2%, N = 365).

W celu estymacji zależności między zmienną zależną – orientacja na klienta, a zmienną niezależną – innowacyjność, posłużono się modelem regresji jednozmiennowej. Dzięki temu określona została siła analizowanej zależności.

Wyniki analizy regresji przedstawione w tabeli 1 dowodzą, że orientacja na klienta ma bardzo silny wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw hotelarskich objętych badaniem ($\beta = 0,877$; zależność istotna statystycznie). Uzyskana standaryzowana wartość parametru wskazuje, że wzrost orientacji przedsiębiorstwa na klienta o jedno odchylenie standardowe spowoduje wzrost zmiennej zależnej innowacyjność o 0,877 jej odchylenia standardowego. Ponadto zmienna niezależna objaśnia innowacyjność w 77%, o czym świadczy wartość współczynnika determinacji wynosząca 0,768.

Tab. 1. Wpływ zmiennej niezależnej orientacja na klienta na zmienną zależną innowacyjność – wyniki analizy regresji

Model	Wartości niestandardyzowane		Wartości standaryzowane	Statystyka t	Istotność
	B	błąd standardowy	β		
Stała	7,019E-06	,005		,001	,999
Orientacja na klienta	,581	,016	,877	36,357	,000

Analiza: metoda wprowadzania. Model dopasowany do danych $F(1, 398) = 1321,85$, $p < 0,01$. Statystyki współliniowości VIF = 1, Statystyka Durbin-Watsona: 1,888.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania ilościowego

Analiza współczynników korelacji Pearsona wskazuje, że między poszczególnymi zmiennymi odnoszącymi się do sposobów komunikacji przedsiębiorstwa z klientami oraz do oceny znaczenia informacji pochodzących z tego źródła występują istotne statystycznie dodatnie współzależności (tab. 2).

Tab. 2. Współczynniki korelacji Pearsona

Zmienne	Orientacja na klienta
Media społecznościowe	0,348**
Strona internetowa	0,229**
Ankieta hotelowa	0,443**
Badania marketingowe	0,695**
Kontakty osobiste pracowników w trakcie obsługi	0,746**
Obserwacja klientów w trakcie obsługi	0,536**
Indywidualne spotkania z klientami	0,765**
Księga gości	0,474**
Istotność informacji od klientów	0,154**

** Korelacja istotna na poziomie 0,01 (dwustronnie).

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania ilościowego

Dane przedstawione w tabeli 2 potwierdzają, że najsilniejsze współzależności występują w przypadku przedsiębiorstw hotelarskich, które nawiązują relacje z klientami dzięki indywidualnym spotkaniom z nimi, osobistym kontaktom pracowników w trakcie obsługi oraz informacjom pozyskiwanym w badaniach marketingowych. W przypadku pozostałych zmiennych wartości współczynników osiągają niższe wartości, tym samym siłę badanych współzależności oceniono jako przeciętną lub słabą.

WNIOSKI

Relacje z klientami zawsze miały kluczowe znaczenie w turystyce (Hjalager, Nordin, 2011). Jak wynika z przeprowadzonego badania, aktywne zaangażowanie w utrzymywanie relacji z użytkownikami ma znaczenie dla kształtowania innowacyjności przedsiębiorstw hotelarskich w Polsce. Niezależnie, czy przybiera ono najbardziej dojrzałą

formę, którą określić można jako innowacje pochodzące od klienta (koncepcja *user-driven innovation*), czy ma mniej rozwiniętą postać, wsłuchiwanie się w oczekiwania nabywców i śledzenie rynkowych trendów jest fundamentem innowacyjnej aktywności przedsiębiorstw.

Przedstawione wyniki badania dowodzą, że hotele, które charakteryzuje wysoka orientacja na klientów, cechuje też wyższy poziom innowacyjności. Jest to zgodne z wynikami innych prac badawczych, które prowadzili m.in. K. Tajeddini i M. Trueman (2012) oraz U. Grisseemann, A. Plank, A. Brunner-Sperdin (2013). Ponadto wpływ wiedzy klientów na innowacyjność ma charakter pośredni i odbywa się przy ważnym udziale pracowników. W badanych przedsiębiorstwach klienci dzielą się swoimi pomysłami, które dzięki wykwalifikowanemu personelowi stają się źródłem wdrażanych zmian. W mniejszym stopniu klienci mają bezpośredni wpływ na powstawanie innowacji poprzez tworzenie nowych produktów czy nawet ich testowanie. Badania P. Christianssona i innych (2008) wskazują, że użytkownicy rzadko angażowani są w cały proces innowacji. Przedsiębiorstwa hotelarskie, mimo że ich cechy sprzyjają szerokiemu wykorzystaniu wiedzy pochodzącej od klienta, znajdują się na wczesnym etapie procesu adaptacji koncepcji innowacji pochodzących od klienta. Jednakże warto podkreślić, że wykorzystanie nawet wybranych elementów koncepcji UDI stwarza przedsiębiorstwu szansę na zmiany w ofercie, zwiększa zaangażowanie w obserwowanie rynku i zachowań konkurentów, pozwala reagować na zmiany w popycie (Feng, Sun, Zhang, 2010). Zaprezentowane wyniki są zgodne z pracami M. Ottenbachera (2007), z których wynika, że to pracownicy sektora hotelarskiego pełnią funkcję depozytariuszy wiedzy pochodzącej od klientów. Poprawa skuteczności działalności innowacyjnej opartej na relacjach z klientami wymaga więc tworzenia kultury organizacyjnej premiującej gromadzenie i wykorzystanie wiedzy klienta, a także systematycznego podejścia, opartego na praktykach wpisanych na stałe w zakres obowiązków pracowników.

Dalsze badania powinny koncentrować się wokół problematyki wsparcia przedsiębiorców w działalności innowacyjnej. Za szczególnie interesujące uznać należy zbadać uwarunkowań innowacyjności opartej na relacjach, a przede wszystkim tych związanych z zasobami ludzkimi oraz wykorzystaniem nowych technologii. Warto także przeprowadzić pogłębioną analizę zależności pomiędzy orientacją przedsiębiorstw na klienta wykorzystywaną w celu podnoszenia innowacyjności a osiąganymi rezultatami ekonomicznymi. Ponadto można wskazać dwa kierunki rozwoju koncepcji innowacji opartych na relacjach z klientami, wyodrębnione na podstawie sposobu gromadzenia informacji oraz ich skuteczności. Z jednej strony, pozyskiwanie informacji tradycyjną drogą, czyli z wykorzystaniem pogłębionych badań marketingowych. Pozwoli to na projektowanie kluczowych komponentów usługi i dokonywanie istotnych z punktu widzenia przedsiębiorstwa zmian innowacyjnych. Z drugiej strony, konieczne jest wsłuchiwanie się w oczekiwania nabywcy, poprzez regularne obserwacje prowadzone przez personel lub dzięki wykorzystaniu nowych kanałów komunikacji, np. mediów społecznościowych lub portali typu OTA (internetowych biur podróży). Dzięki temu możliwe będzie pozyskanie niezwykle bogatego materiału empirycznego wywodzącego się z „głosu konsumenta”, który pozwoli na dokonywanie często drobnych, ale niezwykle pożądanых przez gości zmian. Podejście do działalności innowacyjnej oparte na relacjach z klientami może stanowić więc jeden z kluczowych czynników sukcesu rynkowego firmy i przyczynić się do uzyskania trwałej przewagi konkurencyjnej.

Literatura References

- Agarwal, S., Erramilli, M.K., Dev, S.C. (2003). Market orientation and performance in service firms: role of innovation. *Journal of Services Marketing*, 17(1), 68–82.
- Baldwin, C., Hiennerth, C., Von Hippel, E. (2006). How User Innovations Become Commercial Products: A Theoretical Investigation and Case Study. *Research Policy*, 35(9), 1291–1313.
- Christiansson, P., Sørensen, K.B., Rødtne, M., Abrahamsen, M., Riemann, L.O., Alsdorf, M. (2008). User-Driven Innovation in the Building Process. *Tsinghua & Technology*, 13(1), 248–254.
- Feng, T., Sun, L., Zhang, Y. (2010). The effects of customer and supplier involvement on competitive advantage: An empirical study in China. *Industrial Marketing Management*, 39(8), 1384–1394.
- Flowers, S., Von Hippel, E., De Jong, J., Sinozic, T. (2010). *Measuring user innovation in the UK. The importance of product creation by users*. NESTA.
- Fuller, J., Matzler, K. (2007). Virtual product experience and customer participation – A chance for customer-centered, really new products. *Technovation*, 27(6–7), 378–387.
- Grissemann, U., Plank, A., Brunner-Sperdin, A. (2013). Enhancing business performance of hotels: the role of innovation and customer orientation. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 347–356.
- Hall, C.M., Williams, A.M. (2008). *Tourism and innovation*. London: Routledge.
- Harhoff, D., Henkel, J., Von Hippel, E. (2003). Profiting from voluntary information spillovers: How users benefit by freely revealing their innovations. *Research Policy*, 32, 1753–1769.
- Hjalager, A.M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12.
- Hjalager, A.M., Nordin, S. (2011). User-Driven Innovation in Tourism – A Review of Methodologies. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 289–315.
- Nieves, J., Quintana, A., Osorio, J. (2014). Knowledge-based resources and innovation in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 38, 65–73.
- OECD (1996) (2017, 30 listopada). *The Knowledge-Based Economy*. Paris: OECD. Pozyskano z <http://www.oecd.org/sti/sci-tech/1913021.pdf>
- O'Hern, M., Rindfleisch, A. (2008). Customer Co-creation: A Typology and Research Agenda. *Innovation Thoughts on Innovation from the Wisconsin School of Business, Working Paper*, 4.
- Orfila-Sintes, F., Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. *Omega*, 37(2), 380–394.
- Ottensbacher, M. (2007). Innovation Management in the Hospitality Industry: Different Strategies for Achieving Success. *Journal of hospitality and Tourism Research*, 31(4), 431–454.
- Piller, F., Ihl, Ch. (2009). *Open Innovation with Customers. Foundations, Competences and International Trends*. Technology and Innovation Management Group. Germany: RWTH Aachen University.
- Salter, A., Laursen, K. (2006). Open for innovation: The role of openness in explaining innovation performance among UK manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 27(2), 131–150.
- Sørensen, F. (2007). The geographies of social networks and innovation in tourism. *Tourism Geographies*, 9(1), 22–48.
- Sundbo, J., Orfila-Sintes, F., Sørensen, F. (2007). The innovative behavior of tourism firms – Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36(1), 88–106.
- Szymańska, E. (2017). User-Driven Innovation – the Concept and Research Results. *Procedia Engineering*, 182, 694–700.
- Tajeddini, K. (2010). Effect of customer orientation and entrepreneurial orientation on innovativeness: Evidence from the hotel industry in Switzerland. *Tourism Management*, 31(2), 221–231.
- Tajeddini, K., Trueman, M. (2012). Managing Swiss hospitality: how cultural antecedents of innovation and customer – oriented value systems can influence performance in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1119–1129.

- Tether, B.S. (2002). Who co-operates for innovation, and why. An empirical analysis. *Research Policy*, 31, 947–967.
- Trigo, A., Vence, X. (2012). Scope and patterns of innovation cooperation in Spanish service enterprises. *Research Policy*, 41(3), 602–613.
- Von Hippel, E. (1976). The Dominant Role of Users in the Scientific Instrument Innovation Process. *Research Policy*, 5(3), 212–239.
- Von Hippel, E. (1988). *The Sources of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Von Hippel, E. (1990). Predicting the Source of Commercially Valuable User Innovation Via Lead Users. *Advances in Telecommunication Management*, 1(1), 131–145.
- Von Hippel, E. (2005). *Democratizing Innovation*. Cambridge, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Wise, E., Høgenhaven, C. (2008). *User-Driven Innovation. Context and Cases in the Nordic Region*. Oslo: Nordic Innovation Centre.

Barbara Kowalczyk, dr, główny specjalista badawczy w Laboratorium Analiz Statystycznych i Ewaluacji w Ośrodku Przetwarzania Informacji – Państwowym Instytucie Badawczym. W 2017 roku obroniła rozprawę doktorską poświęconą wpływowi relacji z użytkownikami na innowacyjność przedsiębiorstw hotelarskich. Ukończyła Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu. Jej zainteresowania badawcze skupiają się wokół problematyki innowacyjności, działalności badawczo-rozwojowej, sektora szkolnictwa wyższego. Doświadczenie zdobywała, uczestnicząc w kilkunastu projektach badawczych, realizowanych m.in. dla Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, Komisji Europejskiej. Jest autorem oraz współautorem kilkunastu publikacji i artykułów z tematyki innowacyjności, przedsiębiorczości, sektora B+R.

Barbara Kowalczyk, Ph.D., is Chief Researcher at the Laboratory of Statistical Analysis and Evaluation of the National Information Processing Institute. She has finished her Ph.D. studies in 2017 with a doctoral thesis on the influence of relationship with the users on innovativeness of hotel companies. She has graduated from the Poznań University of Economics and Business. Her interests are focused on innovativeness, R&D actions, higher education sector. She has participated in several research and commercial projects, financed by the Ministry of Science and Higher Education, The National Center for Research and Development, European Commission. She is an author or co-author of several books and articles on innovation, entrepreneurship, R&D sector.

Adres/address:

Ośrodek Przetwarzania Informacji – Państwowy Instytut Badawczy
Laboratorium Analiz Statystycznych i Ewaluacji
al. Niepodległości 188b, 00-608 Warszawa, Polska
e-mail: bkowalczyk@opi.org.pl

Marcin Olszewski, dr, adiunkt w Katedrze Turystyki na Wydziale Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. W 2011 roku obronił rozprawę doktorską poświęconą zarządzaniu wiedzą w procesie konkurowania przez jakość na rynku hotelarskim. Jego zainteresowania badawcze obejmują problematykę współpracy uczelni z przedsiębiorstwami turystycznymi, zarządzania wiedzą, transferu wiedzy, konkurencyjności gospodarki turystycznej. Brał udział w kilku krajowych i międzynarodowych projektach badawczych dotyczących gospodarki turystycznej (w tym finansowanych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego i Narodowe Centrum Nauki). Jest autorem lub współautorem ponad 50 artykułów (rozdziałów w monografiach naukowych, artykułów w czasopiśmie naukowych oraz prac w materiałach konferencyjnych).

Marcin Olszewski, Ph.D., is an Assistant Professor at the Department of Tourism, Faculty of International Business and Economics at the Poznań University of Economics and Business, Poland. He has finished his Ph.D. studies in 2011 with a doctoral thesis on knowledge management in hospitality industry. His areas of research include university-industry collaboration in tourism industry, knowledge management, tourism industry competitiveness, economics of tourism enterprise. He has participated in several research projects on tourism and hospitality industry (including those financed by the Ministry of Science and Higher Education and the National Science Center). He is an author or co-author of more than 50 papers (chapters in monographs, articles in journals and conference papers).

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Wydział Gospodarki Międzynarodowej
Katedra Turystyki
al. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, Polska
e-mail: marcin.olszewski@ue.poznan.pl

MICHAŁ JASIŃSKI

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Polska
Warsaw School of Economics, Poland

Nasycenie gospodarki turystyką a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego w małych rozwijających się państwach wyspiarskich

Tourism Penetration and the Socio-Economic Development Level of Small Island Developing States

Streszczenie: Przedmiotem artykułu jest zbadanie stopnia nasycenia gospodarki turystyką i poziomu rozwoju społeczno-ekonomicznego w 29 małych rozwijających się państwach wyspiarskich. Stopień nasycenia gospodarki turystyką wyznaczono przy zastosowaniu wskaźnika *Tourism Penetration Index* (TPI) – indeksu, którego konstrukcja opiera się na trzech płaszczyznach: ekonomicznej, społeczno-kulturowej i przestrzennej. Poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego wyznaczono w oparciu o wskaźnik rozwoju społecznego (*Human Development Index*, HDI) i zamożności (dochód narodowy na osobę). Przeprowadzone analizy wykazały, że gospodarki o wysokim i średnim stopniu nasycenia gospodarki turystyką charakteryzowały się wyższym poziomem rozwoju społeczno-ekonomicznego. Wyniki badania stanowią element przemawiający na korzyść (z perspektywy ekonomicznej) w dyskusji nad oceną monokultury turystycznej. Zjawiska, które zarówno w literaturze z zakresu geografii turystyki, jak i ekonomiki turystyki postrzegane jest na ogół jednostronnie negatywnie.

Abstract: The aim of article is an analysis of tourism penetration and the socio-economic development level of 29 small island developing states (SIDS). The tourism penetration was measured by Tourism Penetration Index (TPI) which is divided into three aspects of tourism impacts: economic, social, and special. The level of socio-economic development was assessed with the use of Human Development Index (HDI) and Gross national income (GNI) per capita. The analysis shows that economies with high and medium tourism penetration were on the highest economic development level. The research results shows that "tourism monoculture" from the economic point of view can have positive aspects.

Słowa kluczowe: małe państwa wyspiarskie; monokultura turystyczna; rozwój społeczno-ekonomiczny

Keywords: small island countries; socio-economic development; tourism monoculture

Otrzymano: 6 stycznia 2018

Received: 6 January 2018

Zaakceptowano: 15 maja 2018

Accepted: 15 May 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Jasiński, M. (2018). Nasylenie gospodarki turystyką a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego w małych rozwijających się państwach wyspiarskich. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 311–324. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.22>

WSTĘP

Małe państwa (terytoria) wyspiarskie (*Small Island Developing States*, SIDS) stanowią specyficzną grupę, której gospodarki charakteryzują się kruchością (*vulnerability*), wynikającą z cech geograficznych (małe rozmiary, ograniczone zasoby naturalne, izolacja, klęski żywiołowe). Determinują one wąską specjalizację gospodarczą i marginalne znaczenie w handlu międzynarodowym. Gospodarki te m.in. nie są w stanie wykorzystać efektu skali, uzależnione są od importu, charakteryzują się niskim stopniem wykorzystania zasobów pracy, kulturową dominacją Północy, wysokimi kosztami transportu, infrastruktury i administracji oraz podatnością na działalność przestępczą (pranie brudnych pieniędzy, narkotyki, korupcja) (Jasiński, 2017b).

Ograniczone możliwości specjalizacji gospodarczej SIDS powodują, że w dominujących przypadkach rozwój turystyki międzynarodowej wydaje się jedyną możliwością przełamania stagnacji społeczno-gospodarczej w tej grupie państw. Jej rozwój (w specyficznych wyspiarskich warunkach) wywołuje na ogół zjawisko określone w polskiej literaturze z zakresu ekonomiki turystyki jako „monokultura turystyczna” (Gieźgała, 1969; 1977; Wodejko, 1998; Jasiński, 2006; 2008a; 2008b; 2013; 2017b; Kachniewska, Niezgoda, Pawlicz, 2012; Kowalczyk-Anioł, 2017). Zjawisko to z reguły postrzegane jest negatywnie. Wynika to nie tylko z akcentowania występujących licznych dysfunkcji *stricte* ekonomicznych (m.in. presja inflacyjna, „wycieki”, bariera siły roboczej, konieczność ponoszenia kosztów infrastruktury turystycznej i jej obsługi, zależność ekonomiczna), ale również wykształcenia się (przez intensywny rozwój turystyki) agresywnych form przestrzeni turystycznej (przestrzeń kolonizacji turystycznej), jak i licznych dysfunkcji społecznych (Jędrusik, 2003; Meyer, 2008; Włodarczyk, 2009). Spojrzenie to nie do końca jest zasadne z ekonomicznego punktu widzenia, ponieważ osadzone jest w postrzeganiu SIDS przez pryzmat gospodarek państw wysoko rozwiniętych – nieuwzględniający specyfiki małych rozwijających się państw wyspiarskich (Jasiński, 2008b).

Wystąpienie monokultury turystycznej w części SIDS, wiążące się z wysokim stopniem nasylenia gospodarki turystyką (dojrzałą fazą rozwoju gospodarki turystycznej), przyczynia się również do przyspieszenia procesu rozwoju społeczno-gospodarczego w tych państwach, co jest istotnym argumentem przemawiającym na korzyść w dyskusji nad oceną tego zjawiska. Zaistnienie tej zależności stanowi pretekst do próby odpowiedzi na pytanie, czy stopień nasylenia gospodarki turystyką determinuje poziom rozwoju małych rozwijających się państw wyspiarskich.

W wyniku braku powszechnie akceptowanych kryteriów klasyfikacji SIDS, na potrzeby artykułu autor odwołał się do „nieoficjalnej (roboczej) listy” Konferencji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD, 2010), która za małe rozwijające się gospodarki wyspiarskie przyjmuje 29 niepodległych państw: 13 położonych na Oceanii (Federacyjne Stany Mikronezji, Fidżi, Kiribati, Nauru, Palau, Papua Nowa Gwinea, Samoa, Timor Wschodni, Tuvalu, Vanuatu, Wyspy Marshalla, Wyspy Salomona oraz Wyspy Tonga); 10 karaibskich (Antigua i Barbuda, Bahamy, Barbados, Dominika,

Grenada, Jamajka, Saint Kitts i Nevis, Saint Lucia, Saint Vincent i Grenadyny oraz Trynidad i Tobago); dwa położone na Atlantyku Wschodnim (Republika Zielonego Przylądka oraz Wyspy Świętego Tomasza i Książęca) oraz cztery na Oceanie Indyjskim (Malediwy, Mauritius, Seszele oraz Związek Komorów)¹.

TPI JAKO NARZĘDZIE POMIARU STOPNIA NASYCENIA GOSPODAREK WYSPIARSKICH TURYSTYKĄ

Punktem wyjścia do pomiaru stopnia nasycenia gospodarki turystyką w małych państwach wyspiarskich jest odwołanie się do wskaźnika TPI (McElroy, de Albuquerque, 1998; McElroy, 2003; 2004; Padilla, McElroy, 2005; McElroy, 2006) – indeksu, który oprócz ekonomicznych skutków turystyki normuje czynnik wpływu postępującej degradacji walorów turystycznych i przeciążenia infrastruktury w wyniku turystyki przyjazdowej. Jego konstrukcja opiera się na trzech płaszczyznach, na które oddziałuje turystyka recepcyjna: ekonomicznej, społeczno-kulturowej i przestrzennej (ekologicznej) (Jasiński, 2006; 2008a; 2013).

Effekt ekonomiczny oblicza się, przeliczając (łączne) wpływy z tytułu (zagranicznego) przyjazdowego ruchu turystycznego (*tourism receipts*), czy też – używając innego sformułowania – wpływy z eksportu produktu turystycznego (por. Wodejko, 1998), uzyskane w okresie jednego roku na jednego (stałego) mieszkańca. Na potrzeby dalszych rozważań można zapisać to symbolicznie jako EPT/*per capita*.

Effekty społeczno-kulturowe, określone dosłownie gęstością (*density*) zaludnienia, stanowią wyliczenie tzw. siły używania przestrzeni (wyspy) przez odwiedzających międzynarodowych turystów w stosunku do ludności miejscowej z uwzględnieniem określonego czynnika czasu (jednego roku). Siłę używania wyspy wylicza się według formuły:

$$SU = [(LT \times \dot{SPT}) + LO] : [LSM \times 365] \times 0,001 \quad (1)$$

gdzie:

SU – to siła używania,

LT – to liczba turystów,

$\dot{SPT}$ – to średni pobyt turystów (dni),

LO – to liczba odwiedzających jednostkowych,

LSM – to liczba stałych mieszkańców.

Effekty ekologiczne (czy też stopień rozwoju przestrzeni turystycznej) oblicza się, przeliczając (łączną) liczbę pokoi hotelowych na 1 km², co można symbolicznie zapisać jako LPH/km².

Uzyskane trzy wartości zestawia się przy zastosowaniu wzoru:

$$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min}) \quad (2)$$

¹ Klasyfikacja ta budzi wiele kontrowersji i zastrzeżeń (por. Encontre, 2004; Hein, 2004). Rozpatrując ją z perspektywy geograficznej, wątpliwości budzi m.in. zaklasyfikowanie wysp średnich (Trynidad i Tobago, Mauritius, Republika Zielonego Przylądka, Samoa oraz Związek Komorów), dużych (Bahamy, Fidżi, Jamajka, Timor Wschodni, Vanuatu oraz Wyspy Salomona) oraz bardzo dużych (Papua Nowa Gwinea) – por. tab. 1, kolumny: D i E.

Otrzymuje się wartości EPT/*per capita*, SU i LPH/km² dla poszczególnych (X) badanych obszarów wyspiarskich. Następnie z uzyskanych wartości wyciąga się średnią (arytmetyczną), co można zapisać w postaci:

$$TPI_x = (EPT/per\ capita_x + SU_x + LP/km^2_x) : 3 \quad (3)$$

uzyskując wysokość wskaźnika TPI dla poszczególnego (X) państwa².

STOPIEŃ NASYCENIA MAŁYCH ROZWIJAJĄCYCH SIĘ GOSPODAREK WYSPIARSKICH TURYSTYKĄ

Na podstawie uzyskanych wskaźników (tab. 2), w wyniku aplikacji danych (tab. 1) z 2015 roku (bądź zbliżonych), stwierdzić można, że wysoki stopień intensyfikacji ruchu turystycznego oraz „zaboru przestrzeni” pod infrastrukturę turystyczną przekłada się na wysokie wpływy z eksportu produktu turystycznego. Przyjąć można, że Malediwy, Palau, Bahamy, Seszele, Antigua i Barbuda, Barbados, St. Kitts i Nevis oraz St. Lucia (wskaźnik TPI w przedziale od 0,800 do 0,200) znajdują się w dojrzałej fazie kolonizacji turystycznej, czy – ujmując to z innej perspektywy – są w dojrzałej fazie rozwoju gospodarki turystycznej, bądź też jeszcze inaczej – ich gospodarki są w wysokim stopniu nasycone przez sektor turystyczny. Rozumując w ten sposób, pozostałe SIDS o średnim wskaźniku (od 0,199 do 0,050) uznać należy za średnio nasycone turystyką. Wyspy o niskim TPI (poniżej 0,049) znajdują się zaś w inicjalnej fazie rozwoju gospodarki turystycznej (gospodarka w niewielkim stopniu jest nasycona turystyką) (tab. 2).

Akceptując ten punkt widzenia, trzeba stwierdzić, że za daleko posunięte jest uogólnienie, zakładające, że tam, gdzie przestrzeń kolonizacji turystycznej powstała wcześniej, stopień „skolonizowania turystycznego” jest największy. Nie należy również zakładać, że gospodarcze znaczenie turystyki jest większe. Przedstawione wyniki badania nie potwierdzają też ogólnie przyjętego schematu – faza inicjalna rozwoju turystyki: Melanezja; faza inicjalno-przełomowa: Polinezja, Atlantyk Wschodni; faza przełomowa: Mikronezja, Ocean Indyjski; faza przełomowo-dojrzała: Malaje; faza dojrzała: Karaiby (Jędrusik, 2005; Jasiński, 2008a), który zakłada, że stopień rozwoju przestrzeni (kolonizacji) turystycznej jest względnie jednolity (w poszczególnych wyspach tropikalnych) na oceanach. Utożsamienie wysokich wpływów z eksportu produktu turystycznego z dojrzałą fazą rozwoju gospodarki turystycznej w SIDS wydawać się może zbyt dużym uproszczeniem. Są one nadal często mylnie utożsamiane z liczbą odwiedzających i tempem wzrostu (por. Bahamy, Fidżi, Jamajka, Malediwy, Mauritius – tab. 1, kolumny A, C i G, tab. 2, kolumny EPT *per capita*, SU).

Opierając się na uzyskanych wartościach TPI dla badanych SIDS, stwierdzić można, że wysoki wskaźnik sygnalizuje granicę specjalizacji turystycznej. Jest ona w przypadku małych państw wyspiarskich wyznaczana przez ograniczoną przestrzeń geograficzną (por. tab. 1, kolumna E). Wysokie wskaźniki cząstkowe TPI (tab. 2), np. SU (Antigua i Barbuda, Bahamy, Palau, St. Kitts i Nevis) czy LPH/km² (Malediwy), są sygnałem ostrzegawczym dla postępującej degradacji walorów turystycznych oraz przeciążenia infrastruktury wynikłego z zagranicznej turystyki przyjazdowej. Pozostałe

² Na temat metodologii wskaźnika TPI i jego wariantów szerzej patrz: McElroy, de Albuquerque (1998), McElroy (2003; 2004; 2006), Padilla, McElroy (2005).

terytoria o niższych wartościach wskaźników mają zatem (teoretyczną) możliwość dalszego rozwoju przestrzeni turystycznej (gospodarki turystycznej) – podążania turystyczną ścieżką rozwojową, gdyż nasylenie turystyczne nie zostało jeszcze przez nie osiągnięte.

Stosując w analizie małych państw wyspiarskich wskaźnik TPI, trzeba jednak mieć świadomość, że uzyskane wartości mają charakter względny. Przy jego zastosowaniu trudno jest (precyzyjnie) wyznaczyć granicę specjalizacji turystycznej. Na podstawie wieloletnich badań (por. McElroy, de Albuquerque, 1998; McElroy 2003; 2004; Padilla, McElroy, 2005; McElroy, 2006; Jasiński, 2013) należy stwierdzić, że granica ta w SIDS stale się przesuwają. Przedstawione rozważania pozwalają sformułować wniosek, że małe państwa wyspiarskie charakteryzują się bardzo niskim progiem nasylenia gospodarki turystyką (w porównaniu z większymi³ państwami kontynentalnymi). W oparciu o wyniki wskaźnika TPI (2015) stwierdzić należy, że w przypadku: Malediwów, Palau, Bahamów, Szeszeli, Antigui i Barbudy, Barbadosu, St. Kitts i Nevis oraz St. Lucii przestrzeń kolonizacji turystycznej jest dojrzała oraz gospodarki tych państw bliskie są osiągnięcia granicy jej nasylenia przez turystykę.

POZIOM ROZWOJU SPOŁECZNO-EKONOMICZNEGO W MAŁYCH ROZWIJAJĄCYCH SIĘ PAŃSTWACH WYSPIARSKICH

Specyfika małych państw wyspiarskich (podobnie jak pozostałych państw rozwijających się) skłania do alternatywnego podejścia do analizy działalności gospodarczej. Jest nim szeroko rozumiany rozwój społeczny – mieszczący w sobie pojęcia wzrostu i rozwoju gospodarczego (Bartkowiak, 2013; Mirkowska-Ostatek, 2013). Perspektywa ta, wywodząca się z koncepcji A. Sena (2002), znalazła uznanie i jest powszechnie akceptowana w literaturze przedmiotu. Metodą oceny efektywności tak pojmowanego gospodarowania jest wskaźnik rozwoju społecznego (HDI).

Na podstawie analizy wskaźnika HDI dla 26 SIDS (na podstawie: Human Development Report, 2016 – por. tab. 1, kolumna H; ryc. 1) należy stwierdzić, że SIDS są zróżnicowane wewnętrznie pod względem poziomu rozwoju społecznego. Żadne z państw nie uzyskało bardzo wysokiego HDI (powyżej 0,800). W 17 krajach poziom rozwoju społecznego był wysoki (przyjmując za graniczną wartość średnią arytmetyczną HDI dla 188 państw w 2015 roku w wysokości 0,699 – zob. ryc. 1). W tej grupie wyraźne jest rozwarstwienie na dwie podgrupy. Państwa o najwyższym poziomie rozwoju to: Barbados, Bahamy, Palau, Antigua i Barbuda, Seszele, Mauritius, Trynidad i Tobago, St. Kitts i Nevis oraz Grenada (wskaźnik w przedziale 0,795–0,750), a o niższym HDI: Fidżi, St. Lucia, Jamajka, Dominika, St. Vincent i Grenadyny, Wyspy Tonga, Samoa oraz Malediwy (wskaźnik od 0,736 do 0,700). W pozostałych dziewięciu państwach (o niższym od średniej światowej HDI) również wyraźne jest rozwarstwienie na dwie podgrupy. Państwa o wskaźniku powyżej 0,550 to: Republika Zielonego Przylądka, Federacyjne Stany Mikronezji, Timor Wschodni, Vanuatu, Kiribati, Wyspy Świętego Tomasza

³ Za wyznacznik małego państwa przyjąć można, oprócz niewielkiej gospodarki (mierzonej PKB czy PNB), niewielką liczbę ludności (np. mniej niż 1 mln mieszkańców) oraz niewielką powierzchnię terytorium (np. 20 tys. km²) (por. Briguglio, 2011: 251). L. Briguglio (uznany na świecie maltański specjalista z zakresu subdyscypliny ekonomii określonej jako *Island economics*) przyjmuje np. tylko wielkość populacji za wyznacznik małego państwa. Zgodnie z tym punktem widzenia „małe” państwo ma populację do 3 mln obywateli, powyżej tej liczby państwo jest już „duże”. Spojrzenie to wydaje się być mocno kontrowersyjne.

i Książęca oraz SIDS o najniższym poziomie rozwoju społecznego (HDI poniżej 0,550) – Papua Nowa Gwinea, Wyspy Salomona i Związek Komorów.

Przyjmując koncepcję wskaźnika HDI jako syntetycznej miary rozwoju społecznego, należy wyraźnie zaznaczyć, że występuje dodatnia zależność pomiędzy stopniem rozwoju a zamożnością. Wynika to m.in. z konstrukcji HDI, w przypadku którego jednym ze wskaźników cząstkowych jest poziom produktu na osobę, a poziomy pozostających dwóch wskaźników cząstkowych zależą od zamożności społeczeństwa (Bartkowiak, 2013; Human Development Report, 2016).

Analiza wskaźnika dochodu *per capita* (w PPP) wskazuje na znaczne dysproporcje pomiędzy dochodem na osobę w poszczególnych małych państwach wyspiarskich. Wśród sześciu najzamożniejszych (granice stanowi średnia arytmetyczna dla 193 państw wynosząca w 2015 roku 17,240 tys. dol. – zob. tab. 1, komuna I; ryc. 1) dominuje Trynidad i Tobago, w przypadku którego wskaźnik jako jedyny przekroczył 25 tys. dol. *per capita*. Następnie w przedziale pomiędzy 25 tys. a 20 tys. dol. znajdują się cztery państwa (Seszele, Saint Kitts i Nevis, Bahamy oraz Antigua i Barbuda), zaś w przedziale poniżej 20 tys. dol. – Mauritius.

W grupie o niższym od (światowego) przeciętnego dochodu na osobę (poniżej 17,240 tys. dol.) w przedziale od 15 do 10 tys. dol. zaklasyfikowano siedem SIDS – Barbados, Palau, Nauru, Grenadę, Malediwy, St. Vincent i Grenadyny oraz Dominikę. W przedziale od 10 tys. do 5 tys. dol. znalazło się osiem małych państw wyspiarskich – St. Lucia, Jamajka, Fidżi, Republika Zielonego Przylądka, Tuvalu, Samoa, Timor Wschodni oraz Wyspy Tonga. Do państw najbiedniejszych – poniżej 5 tys. dol. na osobę – należą Wyspy Marshalla, Federacyjne Stany Mikronezji, Wyspy Świętego Tomasza i Książęca, Vanuatu, Papua Nowa Gwinea, Kiribati, Wyspy Salomona oraz Związek Komorów.

TURYSTYCZNA STRATEGIA ROZWOJU A OBECNY JEGO POZIOM W SIDS

Wewnętrzne zróżnicowanie poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego w analizowanych SIDS jest efektem nie tylko odmiennych uwarunkowań (przyrodniczych, historycznych czy społecznych), ale również nierównomiernego tempa włączania się w światową gospodarkę (Jędrusik, 2005). Analiza zachowań gospodarczych po rozpadzie systemu kolonialnego wskazuje, że istotne w procesie rozwoju, decydujące o jego obecnym poziomie, było dynamiczne włączenie się w światową gospodarkę poprzez eksport produktu turystycznego. W początkowej fazie na wyspach karaibskich (w latach pięćdziesiątych, sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku) wraz z intensyfikacją specjalizacji turystycznej doszło do wypierania (zgodnie z twierdzeniem Rybczyńskiego – zob. Budnikowski, 2017) tradycyjnych form gospodarowania (monokultura cukrowa), w konsekwencji do skrajnej turystycznej choroby holenderskiej czy – ujmując z perspektywy naszych rozważań – monokultury turystycznej (Jasiński, 2006; 2010; 2017b).

Rozwój infrastruktury turystycznej połączony z rozwojem infrastruktury transportowej (jak i rozwojem społeczno-gospodarczym) w znacznej części wysp karaibskich umożliwił rozszerzenie działalności o usługi finansowe (oazy podatkowe). W tej fazie (w latach osiemdziesiątych XX wieku) czynniki te były niezbędne. Oazy musiały dysponować dobrze rozwiniętą infrastrukturą komunikacyjną oraz (wysoko) wykwalifikowaną (posługującą się wieloma językami) kadrą (doradców biznesowych, księgowych, adwokatów, notariuszy itd.). Współcześnie cechy te są pożądane w mniejszym

stopniu, co wynika z możliwości wirtualnych operacji finansowych. Niezbędną cechą pozostaje jednak posiadanie (względnie) liberalnego systemu prawnego i stabilnej sytuacji ekonomiczno-politycznej (Grzywacz, 2010). Spośród 29 badanych SIDS jako pierwsze przyjęły strategię turystyczną (karaibskie) Antigua i Barbuda, Bahamy i Barbados, stając się wzorem dla pozostałych małych państw wyspiarskich (Jasiński, 2010; 2017b). Obecnie są one państwami o najwyższym poziomie rozwoju społecznego (por. tab. 1, ryc. 1).

Wyspy, które nie włączyły się w szerszym zakresie w początkowej fazie postkolonialnej w światową gospodarkę turystyczną (głównie pacyficzne, Oceanu Indyjskiego i Atlantyku Wschodniego), pozostały w fazie gospodarki tradycyjnej (rolnictwo, rybołówstwo, rzemieślnictwo). Wraz z wzrostem światowego systemu pomocy rozwojowej w większości przypadków zostały zamknięte (zakleszczone) w monokulturze pomocowej (Jasiński, 2010; 2017a). W państwach tych pomoc rozwojowa dostarczana w długim okresie i w znacznych wielkościach paradoksalnie spowodowała wolniejszy rozwój (Bertram, 2013; Jasiński, 2017a; 2017b). Współcześnie małe gospodarki wyspiarskie, opierające swoją egzystencję w dominującym stopniu na pomocy rozwojowej (m.in. Federacyjne Stany Mikronezji, Kiribati, Nauru, Republika Zielonego Przylądka, Timor Wschodni, Tuvalu, Vanuatu, Wyspy Marshalla, Wyspy Salomona, Wyspy Świętego Tomasza i Książęca, Związek Komorów), są najbardziej słabymi i najsłabiej rozwiniętymi spośród badanych SIDS (por. tab. 1, kolumna H i I; ryc. 1).

Na tych dwóch skrajnych biegunach rozwoju należy umiejscowić państwa, które w późniejszych okresach fazy postkolonialnej włączały się w nurty światowej gospodarki turystycznej. W dużym uproszczeniu, przy analizie wpływu gospodarki turystycznej na proces rozwoju społeczno-ekonomicznego danego SIDS istotne wydaje się uwzględnienie trzech kwestii: (1) czasu (okresu), w którym zaczęto zmieniać orientację gospodarczą na turystyczną (kiedy nastąpił, zgodnie z koncepcją zależności od ścieżki, tzw. punkt zwrotny – por. Jasiński, 2010), jaki okres (jak długo) funkcjonuje gospodarka turystyczna; (2) z jaką intensywnością gospodarka turystyczna (zgodnie z twierdzeniem Rybczyńskiego) wyparła inne formy gospodarowania, tzn. jak duży jest sektor turystyczny względem całej gospodarki (jak silnie nasycona jest gospodarka turystyką) oraz (3) sposób zarządzania (całą) gospodarką (kontrola nad nią, w tym szczególnie umiejętność wkomponowanie gospodarki turystycznej w całość procesów gospodarczych).

Zgodnie z wcześniejszymi uwagami – im wcześniej nastąpiła faza intensywnego włączenia w światową gospodarkę turystyczną, tym wyższy jest poziom rozwoju i trwalsze są efekty społeczno-ekonomiczne. W przypadku części SIDS widoczna jest również zasada, zgodnie z którą państwa doganiające rozwijają się dynamiczniej niż prekursorzy.

Bardzo dobrym przykładem takiego państwa jest Palau. Pomimo pozostawania przez dziesięciolecia po II wojnie światowej w izolacji od światowej gospodarki (podobnie jak inne wyspy pacyficzne), wraz z uzyskaniem niepodległości (spod protektoratu Stanów Zjednoczonych Ameryki w 1994 roku) intensywnie włączyło się w światową gospodarkę turystyczną (Jasiński, 2017b). Obecnie duże znaczenie tego sektora w rozwoju potwierdzają (przytoczone) dane statystyczne (zob. tab. 1, kolumna I; tab. 2, EPT *per capita*).

Wpływy na jednego mieszkańca z tytułu eksportu produktu turystycznego w 2015 roku wynosiły 7,429 tys. dol. i były największe spośród badanych SIDS. Dodatkowo

zestawienie ich z dochodem *per capita* (13,771 tys. dol.) wskazuje na duże znaczenie turystyki względem całej gospodarki (blisko 54%), potwierdzając tym samym, że gospodarka Palau jest zaawansowaną monokulturą turystyczną. Analiza wskaźnika TPI (i jego składników cząstkowych) sygnalizuje, że państwo to jest blisko granicy nasycenia gospodarki turystyką – szczególnie jeżeli weźmiemy pod uwagę wskaźnik SU (najwyższy spośród SIDS). Wskazuje to na potrzebę ewentualnych korekt w prowadzeniu polityki turystycznej. Duże przeciążenie przestrzeni wskazuje, że dalsza perspektywa rozwoju gospodarki turystycznej musi uwzględniać niski próg nasycenia turystyką w tym (niewielkim powierzchniowo) państwie. Intensywne włączenie się w latach dziewięćdziesiątych XX wieku w światową gospodarkę turystyczną przyczyniło się na Palau do przyspieszenia procesów rozwojowych (obecnie najwyższego poziomu spośród pacyficznych SIDS) i dołączenia do najwyżej rozwiniętych małych państw wyspiarskich na świecie (por. ryc. 1).

Specyficzne przyspieszenie wzrostu gospodarczego (zapoczątkowane przez turystykę na początku lat siedemdziesiątych XX wieku) nastąpiło na Malediwach. Państwo to zostało jednak zamknięte w silnej monokulturze turystycznej (wpływy z turystyki stanowiły w 2015 roku ponad 70% łącznego dochodu państwa – por. tab. 1, kolumna I i tab. 2, EPT *per capita*) i poza rybołówstwem właściwie nie rozwija innej (pozturystycznej) działalności gospodarczej. Ponadto sama forma prowadzonej polityki turystycznej w tym kraju jest silnie krytykowana.

Rozwój gospodarki turystycznej przebiega na Malediwach według specyficznego modelu izolacji (Jędrusik, 2003). Charakteryzuje się on m.in. brakiem udziału w zyskach z tytułu turystyki przyjazdowej przez ludność lokalną. Odzwierciedleniem takiej polityki turystycznej jest znaczna dysproporcja pomiędzy zamożnością a rozwojem społecznym (por. ryc. 1). Tempo wzrostu gospodarczego nie przekłada się na „poprawę standardów cywilizacyjnych i polepszenie bytu ludności” (Piasecki, 2003: 16), co powinno stanowić kwintesencję rozwoju w przypadku państw rozwijających się. W wyniku tego np. UNCTAD (2010) klasyfikuje Malediwy do grupy państw najbardziej potrzebujących wraz z takimi SIDS, jak: Kiribati, Samoa, Timor Wschodni, Tuvalu, Vanuatu, Wyspy Salomona, Wyspy Świętego Tomasza i Książęca oraz Związek Komorów. W wyniku silnej monokultury turystycznej, podobnie jak Palau, Malediwy również przy zastosowaniu wskaźnika TPI wykazują zbliżanie się do nasycenia gospodarki turystyką (najwyższy wskaźnik TPI – zob. tab. 2).

Odmienne sposoby zarządzania gospodarką turystyczną zaobserwować można na Seszelach i na Mauritiusie, w których początki rozwoju tego sektora sięgają również, jak w przypadku Malediwów, pierwszej połowy lat siedemdziesiątych XX wieku. W obu SIDS gospodarka turystyczna rozwijana jest jednak w specyficznej równowadze. Nie jest nakierunkowana na dynamiczny, ilościowy wzrost przyjazdowego ruchu turystycznego. Turystyka jest (w miarę uwarunkowań) wkomponowana w całą gospodarkę. Towarzyszą jej inne sektory (gałęzie), m.in. rolnictwo, przemysł przetwórczy i sektor usług finansowych. W przypadku Mauritiusa, charakteryzującego się średnim nasyceniem gospodarki turystyką, „obowiązuje filozofia stania na wielu nogach” (Garbicz, 2012: 69) – dywersyfikacja. Rozwijane są pozostałe dziedziny gospodarki, co wydaje się być podstawą sukcesu społeczno-ekonomicznego tego małego, wyspiarskiego, afrykańskiego państwa (Jasiński, Masłoń-Oracz, 2017).

Analogiczne spostrzeżenia można mieć w stosunku do Barbadosu, który pomimo wysokiego wskaźnika nasycenia gospodarki turystyką jest państwem o (względnie)

zdywersyfikowanej, rozwiniętej gospodarce. Pomimo zbliżania się do zjawiska monokultury turystycznej (wpływy z turystyki stanowiły w 2015 roku ponad 23% łącznego dochodu państwa – por. tab. 1, kolumna I i tab. 2, EPT *per capita*), należy mieć na względzie jego najwyższy poziom rozwoju społecznego spośród analizowanych SIDS oraz fakt posiadania bardzo niskiego progu nasycenia gospodarki turystyką, wynikającego z bardzo małego terytorium (430 km²).

Na marginesie tych rozważań trzeba wskazać również na dwa państwa: Trynidad i Tobago oraz Papuę Nową Gwineę. SIDS, które są najbardziej dyskusyjne, jeżeli chodzi o zaklasyfikowanie ich do grupy małych państw wyspiarskich (por. przypisy 1 i 3). Pierwsze z nich, pomimo niewielkiego znaczenia gospodarczego turystyki (niski stopień nasycenia gospodarki turystyką), znajduje się wśród państw najwyżej rozwiniętych. W przypadku Trynidadu i Tobago wynika to z wysoko rozwiniętego sektora wydobycia i przetwórstwa ropy (eksport towarowy). Turystyczna specjalizacja nie jest jedyną możliwością tego państwa. Papua Nowa Gwinea zaś (podobnie jak Trynidad i Tobago jest w niskim stopniu nasycona turystyką) charakteryzuje się bardzo niskim poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego, co przemawia za słusznością (koniecznością) podążania ścieżką turystyczną w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego tego państwa.

PODSUMOWANIE

Na podstawie analizy wskaźnika TPI w 29 małych rozwijających się państwach na świecie stwierdzono, że stopień nasycenia gospodarki turystyką był w: ośmiu przypadkach – wysoki, w 10 – średni, w siedmiu – niski. W pozostałych czterech przypadkach, pomimo braku pełnych danych, przyjęto niski poziom nasycenia gospodarki turystyką.

Następnie, przy zastosowaniu wskaźnika HDI oraz wskaźnika cząstkowego dochodu na osobę (w PPP, w dol.), dokonano klasyfikacji analizowanych SIDS. Badanie wykazało, że w sześciu państwach wskaźnik rozwoju społecznego i dochód *per capita* był wysoki (powyżej średniej światowej), w 17 zaś rozwój społeczny był wysoki, przy niższych od przeciętnych (światowych) dochodów na osobę. W dziewięciu przypadkach poziom rozwoju społecznego i zamożności był niski, z czego w trzech przypadkach skrajnie niski. W pozostałych trzech przypadkach nie można było dokonać klasyfikacji z powodu braku pełnych danych. W jednym stwierdzono niski poziom zamożności (niższy od przeciętnego na świecie).

Niniejsze badania umożliwiły potwierdzenie postawionej tezy, która zakładała, że stopień nasycenia gospodarki przez turystykę determinuje poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego SIDS. W przypadkach, gdy stopień ten był wysoki i średni, rozwój był wyższy. W przypadkach niskiego stopnia nasycenia gospodarki turystyką poziom rozwoju był w przeważającej liczbie niski bądź bardzo niski.

Dalsza analiza umożliwiła także wykazanie, że w dwóch przypadkach (Palau, Malediwy) intensywny rozwój gospodarki turystycznej, doprowadzający do bardzo silnego nasycenia gospodarki turystyką (skrajna monokultura turystyczna) przyczynił się do dynamicznego doganiania w ostatnich dziesięcioleciach najwyżej rozwiniętych gospodarek SIDS. Proces ten nie przebiega jednak bez konsekwencji. W szerszym kontekście należy uznać monokulturę turystyczną za specyficzną (niezbędną) fazę, przez którą muszą przejść SIDS w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego. Jest to „choroba wieku dziecięcego” dla tych młodych, rozwijających się gospodarek.

Tab. 1. Wybrane wskaźniki społeczno-gospodarcze oraz przyjazdowego ruchu turystycznego w małych państwach wyspiarskich w 2015 roku

Państwo	A LT (w tys.)	B SPT (dni)	C LO (w tys.)	D LSM (w tys.)	E Powierzchnia (w km ²)	F LPH	G EPT (w mln dol.)	H HDI	I Dochód <i>per capita</i> (w tys. dol.)
Antigua i Barbuda	250	9,5	644	92	440	± 4 157	321	0,786	20,907
Bahamy	1 484	6,7	4 630	388	13 880	14 727	2 396	0,792	21,565
Barbados	592	11,2	587	284	430	6 381	*** 992	0,795	14,952
Dominika	75	7,6	283	73	750	1 097	128	0,726	10,096
Federacyjne Stany Mikronezji	30	–	–	104	700	–	*** 25	0,638	3,291
Fidżi	755	9,5	114	892	18 270	10 447	1 037	0,736	8,245
Grenada	141	8,7	303	107	340	2 017	147	0,754	11,502
Jamajka	2 123	9,3	1 569	2 793	10 990	25 227	2 379	0,730	8,350
Kiribati	4	*** 13,4	5	112	810	320	*** 4	0,588	2,475
Malediwy	1 234	5,7	0	364	300	17 052	2 664	0,701	10,383
Mauritius	1 152	10,6	23	1 273	2 040	13 617	1 679	0,781	17,948
Nauru	–	–	–	10	20	–	–	–	12,058
Palau	162	± 6,0	0	21	460	1 741	156	0,788	13,771
Papua Nowa Gwinea	184	23,0	14	7 619	462 840	6 195	*** 3	0,516	2,712
Republika Zielonego Przylądka	520	6,3	0	521	4030	10 626	396	0,648	6,049
Saint Kitts i Nevis	122	*** 10,0	914	56	260	± 1 859	134	0,765	22,436
Saint Lucia	345	8,7	686	185	620	4 273	397	0,735	9,791
Saint Vincent i Grenadyny	75	13,5	131	109	390	2 231	96	0,722	10,372
Samoa	128	± 7,6	11	193	2 840	** 2 000	165	0,704	5,372
Seszele	276	9,9	20	96	455	5 150	483	0,782	23,886
Timor Wschodni	62	–	–	1 185	14 870	*** 886	51	0,606	5,371
Trynidad i Tobago	440	*** 4,6	79	1 360	5 130	*** 7 768	* 650	0,780	28,049
Tuvalu	2	–	–	10	30	–	*** 2	–	5,395
Vanuatu	90	11,1	197	265	12 190	± 1 219	254	0,597	2,805
Wyspy Marshalla	6	* 4,9	0	53	180	± 300	*** 5	–	4,412
Wyspy Salomona	21	*** 15,0	0	584	28 900	* 1 556	56	0,515	1,561
Wyspy Świętego Tomasza i Książęca	* 12	± 7,0	0	190	960	± 273	62	0,574	3,070
Wyspy Tonga	54	** 7,0	19	106	750	± 642	*** 48	0,721	5,284
Związek Komorów	24	± 7,0	0	788	1 861	± 235	** 393	0,498	1,335

± 2007 (i wcześniejsze), *2011, **2012, ***2013, ****2014.

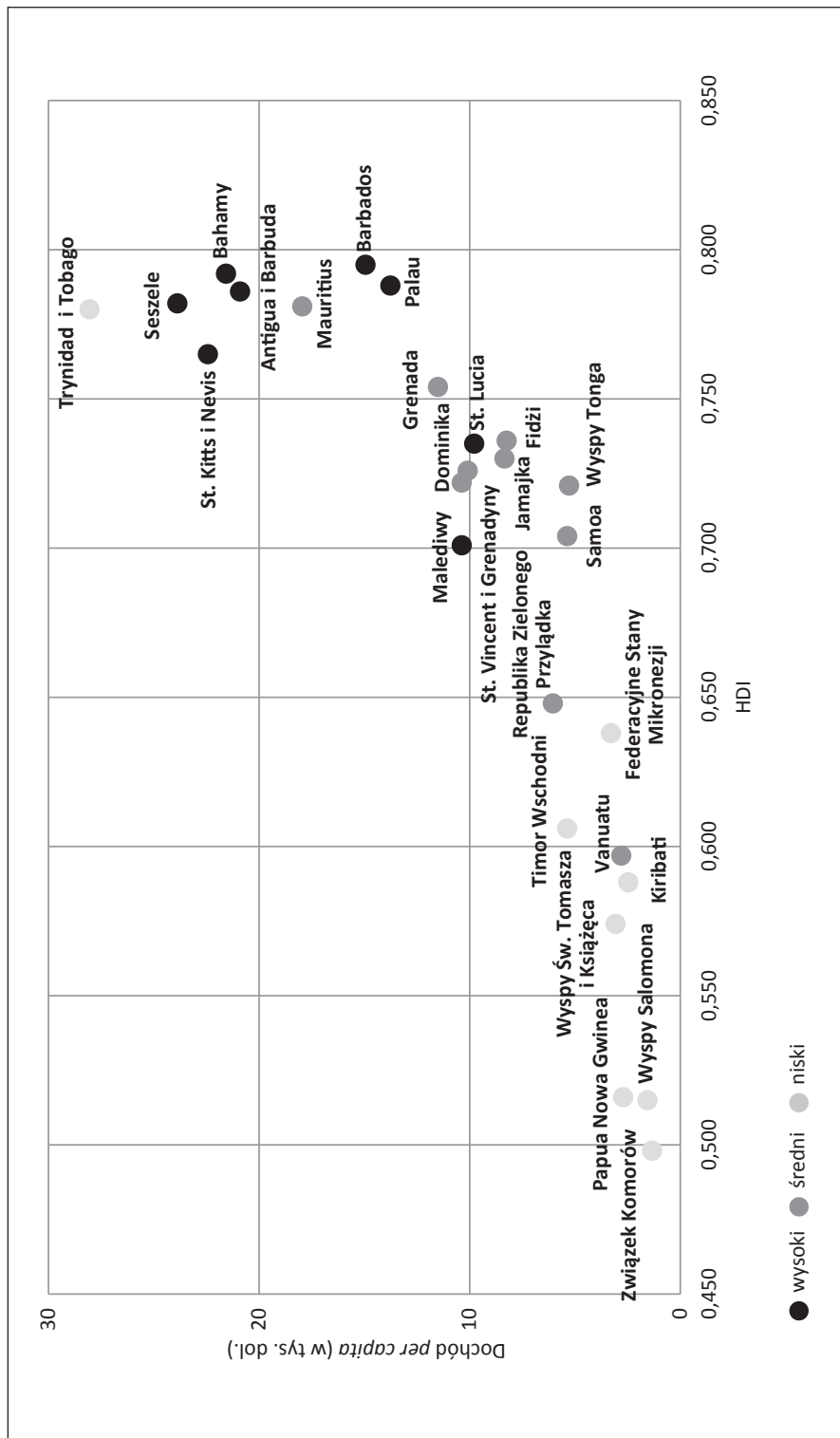
Źródło: kolumny: A, B, C, F, G – UNWTO (2017), Samoa Tourism Sector Plan (2013), Jasiński (2013); kolumny: D, E – Bank Światowy (2017); kolumny: H, I – Human Development Report (2016)

Tab. 2. Hierarchizacja stopnia nasycenia gospodarki turystyką w małych rozwijających się państwach wyspiarskich na świecie w 2015 roku

Państwo	EPT <i>per capita</i> (w dol.)	SU	LPH/km ²	EPT	SU	LPH $(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min})$	TPI	Nasylenie gospodarki turystyką
Malediwy	7 318,7	52,9	56,8	0,985	0,415	1,000	0,800	wysokie
Palau	7 428,6	126,8	3,8	1,000	1,000	0,066	0,689	
Bahamy	6 175,3	102,9	1,1	0,831	0,811	0,018	0,553	
Seszele	5 031,3	78,6	11,3	0,677	0,618	0,199	0,498	
Antigua i Barbuda	3 489,1	89,9	9,4	0,470	0,708	0,166	0,448	
Barbados	3 493,0	69,6	14,8	0,470	0,547	0,261	0,426	
Saint Kitts i Nevis	2 392,9	104,4	7,2	0,322	0,822	0,126	0,423	
Saint Lucia	2 145,9	54,6	6,9	0,289	0,428	0,121	0,279	
Grenada	1 373,8	39,2	5,9	0,185	0,306	0,104	0,198	średnie
Dominika	1 753,4	32	1,5	0,236	0,249	0,026	0,170	
Mauritius	1 318,9	26,3	6,7	0,178	0,204	0,117	0,166	
Saint Vincent i Grenadyny	880,7	28,7	5,7	0,119	0,223	0,100	0,147	
Fidzi	1 162,6	22,4	0,6	0,156	0,173	0,010	0,113	
Jamajka	851,8	20,9	2,3	0,115	0,161	0,040	0,105	
Republika Zielonego Przylądka	760,1	17,2	2,6	0,102	0,132	0,046	0,093	
Samoa	854,9	14,0	0,7	0,115	0,106	0,012	0,078	
Vanuatu	958,5	12,4	0,1	0,129	0,093	0,002	0,075	niskie
Wyspy Tonga	452,8	10,3	0,9	0,061	0,077	0,015	0,051	
Trynidad i Tobago	477,9	4,2	1,5	0,064	0,029	0,026	0,040	
Związek Komorów	498,7	0,6	0,1	0,067	0,000	0,002	0,023	
Wyspy Świętego Tomasza i Książęca	326,3	1,2	0,3	0,044	0,005	0,005	0,018	
Wyspy Marshalla	94,3	1,5	1,7	0,013	0,007	0,029	0,016	
Wyspy Salomona	95,9	1,5	0,1	0,013	0,007	0,001	0,007	
Kiribati	35,7	1,4	0,4	0,005	0,007	0,007	0,006	
Papua Nowa Gwinea	0,4	1,5	0,0	0,000	0,007	0,000	0,002	
Federacyjne Stany Mikronezji	240,4	-	-	0,032	-	-	-	
Tuvalu	200,0	-	-	0,027	-	-	-	
Timor Wschodni	43,0	-	0,1	0,006	-	0,001	-	
Nauru	-	-	-	-	-	-	-	

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 1

Ryc. 1. Hierarchizacja stopnia nasycenia gospodarki turystyką i poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego w małych rozwijających się państwach wyspiarskich w 2015 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 1 i 2

Literatura References

- Bank Światowy (2017). Pozyskano z <https://data.worldbank.org/>
- Bartkowiak, R. (2013). *Ekonomia rozwoju*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Bertram, G. (2013). Pacific Island Economies. W: M. Rapaport (red.). *The Pacific Islands: Environment and Society*. Hawai'i University Press.
- Briguglio, L. (2011). *Macroeconomics and the Maltese Economy*. Malta: BDL Publishing.
- Budnikowski, A. (2017). *Ekonomia międzynarodowa*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Encontre, P. (2004). SIDS as a category: adopting criteria would enhance credibility. W: *Is a special treatment of small island developing States possible?* UNCTAD.
- Garbicz, M. (2012). *Problemy rozwoju i zacofania ekonomicznego. Dlaczego jedne kraje są biedne, podczas gdy inne są bogate?* Warszawa: Wolters Kluwer.
- Gieżgała, J. (1969, 1977). *Turystyka w gospodarce narodowej*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Grzywacz, J. (2010). *Pranie pieniędzy. Metody. Raje podatkowe. Zwalczanie*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.
- Hein, P. (2004). Small island developing States: origin of the category and definition issues. W: *Is a special treatment of small island developing States possible?* UNCTAD.
- Human Development Report (2016). New York: United Nations Development Program.
- Jasiński, M. (2006). Aspekty monokulturowe gospodarki turystycznej. *Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie*, 20, 92–102.
- Jasiński, M. (2008a). Turystyka a małe gospodarki wyspiarskie. *Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie*, 23, 195–218.
- Jasiński, M. (2008b). Zrównoważony rozwój w monokulturowych gospodarkach turystycznych. W: S. Wodejko (red.). *Zrównoważony rozwój turystyki*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.
- Jasiński, M. (2010). Teoria zależności od ścieżki a małe gospodarki wyspiarskie. *Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie*, 28, 52–72.
- Jasiński, M. (2013). *Kolonizacja turystyczna jako element rozwoju gospodarek wyspiarskich*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa (rozprawa doktorska).
- Jasiński, M. (2017a). Aspekty monokulturowe pomocowej choroby holenderskiej. *Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Studia i Prace*, 3(31), 151–167.
- Jasiński, M. (2017b). Modele rozwoju gospodarczego a poziom rozwoju społecznego i zamożności w małych państwach wyspiarskich na świecie. *Studia i Prace. Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego*, 49(2), 317–333.
- Jasiński, M., Masłoń-Oracz, A. (2017). Rolnictwo i turystyka w rozwoju społeczno-ekonomicznym Mauritiusa. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego*, 17(3), 145–153.
- Jędrusik, M. (2003). Trzy modele kolonizacji turystycznej na przykładzie archipelagów mórz ciepłych. *Przegląd Geograficzny*, 1(75), 81–100.
- Jędrusik, M. (2005). *Wyspy tropikalne. W poszukiwaniu dobrobytu*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Kachniewska, M., Niezgoda, A., Pawlicz, A. (2012). Globalizacja i internacjonalizacja działalności turystycznej. W: M. Kachniewska, E. Nawrocka, A. Niezgoda, A. Pawlicz (red.). *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Kowalczyk-Anioł, J. (2017). Społeczno-ekonomiczne dysfunkcje rozwoju monokultury turystycznej na wschodnim wybrzeżu meksykańskiego Jukatana. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 1(37), 209–222.
- McElroy, J.L. (2003). Tourism Development in Small Islands across the World. *Geografiska Annaler*, 85(B)/4, 231–242.
- McElroy, J.L. (2004). Global perspectives of Caribbean tourism. W: D.T. Duval (red.). *Tourism in the Caribbean: Trends, Development, Prospects*. London & New York: Routledge, 39–56.

- McElroy, J.L. (2006). Small island tourist economies across the life cycle. *Asia Pacific Viewpoint*, 47(1), 61–77.
- McElroy, J.L., de Albuquerque, K. (1998). Tourism penetration index in small Caribbean islands. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 145–168.
- Meyer, B. (2008). *Kształtowanie układów przestrzenno-funkcjonalnych przez turystykę*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Mirkowska-Ostatek, M. (2013). Oficjalna pomoc rozwojowa jako czynnik eliminujący skalę ubóstwa w państwach Trzeciego Świata. W: E. Latoszek, M. Proczek (red.). *Polityka rozwojowa. Rola organizacji międzynarodowych w zwalczaniu ubóstwa na świecie*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.
- Padilla, A., McElroy, J.L. (2005). Tourism Penetration Index in Large Islands: The Case of the Dominican Republic. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(4), 353–372.
- Piasecki, R. (2003). *Rozwój gospodarczy a globalizacja*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Samoa Tourism Sector Plan (2013). *Samoa Tourism Sector Plan 2014–2019*. Samoa Tourism Authority.
- Sen, A. (2002). *Rozwój i wolność*. Poznań: Zys i S-ka.
- UNCTAD (2010). *In-depth evaluation of UNCTAD's technical cooperation activities dedicated to least developed countries, landlocked developing countries, small island developing states and other structurally weak, vulnerable and small economies*.
- UNWTO (2017). *Compendium of Tourism Statistics*. Madrid: UNWTO.
- Włodarczyk, B. (2009). *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Wodejko, S. (1998). *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Warszawa: Wyższa Szkoła Handlu i Prawa.

Michał Jasiński, dr nauk ekonomicznych, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Kolegium Ekonomiczno-Społeczne, Katedra Unii Europejskiej im. J. Monneta. Jego zainteresowania naukowe obejmują turystykę międzynarodową, pomoc rozwojową i małe rozwijające się gospodarki wyspiarskie (SIDS).

Michał Jasiński, Ph.D. in Economics, Warsaw School of Economics, Collegium of Socio-Economics, Jean Monnet Chair of the European Union. His research includes International Tourism, Official Development Assistance (ODA) and Small Island Developing States (SIDS).

Adres/address:

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Kolegium Ekonomiczno-Społeczne
Katedra Unii Europejskiej im. J. Monneta
al. Niepodległości 162, 02-554 Warszawa, Polska
e-mail: michal.jasinski@sgh.waw.pl

BOŻENA WÓJTOWICZ

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

Zmiany w ruchu turystycznym Hawajów w latach 2005–2015

Changes in the Tourist Flows in the Hawaiian Islands in the Period of 2005–2015

Streszczenie: Ruch turystyczny odgrywa istotną rolę w rozwoju turystyki na świecie. Jednym z najlepiej zagospodarowanych i najczęściej odwiedzanych przez turystów regionów są Hawaje. Zmiany w jego układzie przestrzennym warunkowane są z jednej strony popytem wewnętrznym i zewnętrznym, z drugiej zaś możliwościami rozwoju poszczególnych wysp. Celem pracy była analiza zmian w ruchu turystycznym w układzie przestrzennym i czasowym w odniesieniu do pięciu wysp hawajskich: O'ahu, Maui, Kaua'i, Moloka'i i Hawai'i Island. Analizy statystyczne wykonano z wykorzystaniem danych pochodzących z Report Hawaii Tourism Authority 2005 do 2015, banku danych of Hawaii Offers a Safe Port. Wyniki badań wskazują na zmiany w ruchu turystycznym w latach 2005–2015. W roku 2007 odwiedziło Hawaje ponad 7,6 mln osób, w 2009 roku kryzys gospodarczy w USA i Japonii spowolnił przepływ turystów o ponad 1,1 mln, a ponowny jego wzrost odnotowano rok później i w kolejnych latach. Największy ruch turystyczny obserwuje się na wyspie O'ahu. Turyści krajowi stanowili ponad 67% odwiedzających Hawaje. Rozwój funkcji turystycznych wysp jest zróżnicowany i zależy nie tylko od wielkości ruchu turystycznego i motywów przyjazdu, ale również od zagospodarowania turystycznego. Cechą charakterystyczną współczesnej turystyki na Hawajach jest jej masowość, ekspansja przestrzenna oraz wzrost standardu usług.

Abstract: Tourist traffic plays an important role in the development of tourism in the world. The Hawaiian Islands are one of the best developed regions, as well as regions that are most frequently visited by tourists. Changes in the spatial arrangement (layout) are determined by, on the one hand, internal and external demands, and, on the other hand, development possibilities of individual islands. The aim of this article is to establish the changes in the range of tourist flows (tourist attendance) in spatial and temporal arrangement (layout) in the field of five islands within the range of the Hawaiian Islands, namely O'ahu, Maui, Kaua'i, Moloka'i and Hawai'i. The statistical analysis was performed on the basis of the data from the Report prepared by the Hawaii Tourism Authority 2005–2016 and the data from the Bank of Hawaii. Results of the research indicate changes in tourist flows (attendance) in the years 2005–2015. According to the data, the Hawaii Islands were visited by over 7.6 million people in 2007. In 2009 the economic crisis in the US and Japan slowed the flow of tourists by over 1.1 million, and its subsequent increase was recorded a year later, as well as in the following years. The greatest tourist flows were observed on the island of O'ahu. Domestic tourists constitute over 67% of the visitors to Hawaii. The development of touristic functions of the islands is diverse and depends not only on the size of the tourist flows as well as arrival reasons, but also on the touristic management. Moreover, the characteristic features of the existing tourism in Hawaii focus on the mass scale, spatial expansion and the increase in the standard of services.

Słowa kluczowe: atrakcje i walory turystyczne; funkcje turystyczne; Hawaje; ruch turystyczny; zagospodarowanie turystyczne

Keywords: development of tourism; the Hawaiian Islands; tourist attractions and tourist values; tourist flows (tourist attendance); tourist functions

Otrzymano: 30 grudnia 2017

Received: 30 December 2017

Zaakceptowano: 17 maja 2018

Accepted: 17 May 2018

Sugerowana cytacja/ Suggested citation:

Wójtowicz, B. (2018). Zmiany w ruchu turystycznym Hawajów w latach 2005–2015. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 325–337. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.23>

WSTĘP

Ruch turystyczny jest zjawiskiem społeczno-ekonomicznym o złożonym charakterze, odgrywającym znaczącą rolę w gospodarce światowej. Hawaje to jeden z najpiękniejszych archipelagów na Oceanie Spokojnym, wymarzony kierunek podróży milionów turystów z całego świata. Niespotykane w innych regionach świata krajobrazy, różnokolorowe plaże, niesamowita kultura oraz atmosfera wysp przyciągają turystów przez cały rok.

Ruch turystyczny to określenie przemieszczania się ludzi, które nie jest wymuszone przez czynniki zewnętrzne – ludzie zmieniają miejsce pobytu, swoje środowisko, rytm życia dobrowolnie – bez przymusu. Ruch turystyczny odnosi się do określonego obszaru, kierunku, okresu, w którym trwa (Kowalczyk, 2000). Pojęcie ruchu turystycznego w literaturze polskiej zostało szczegółowo omówione.

W literaturze przedmiotu istnieje wiele podziałów ruchu turystycznego (Jackowski, Warszzyńska, 1979). Na początku XX wieku w literaturze naukowej zwrócono uwagę na znaczenie, potrzeby oraz motywacje w ruchu turystycznym (Pearce, Stringer, 1991; Merkel-Masse, Wichrowska, 2010). Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie wielkości ruchu turystycznego, destynacji turystycznych, motywów przyjazdu, zagospodarowania turystycznego, konkurencyjności oraz funkcji turystycznej głównych wysp hawajskich.

PROBLEMATYKA I CEL BADAWCZY

Podjęcie tematyki ruchu turystycznego na Hawajach wynika z faktu, że jest to najatrakcyjniejszy i najczęściej odwiedzany region archipelagu wysp na świecie, który coraz bardziej oddziałuje na generowanie różnorodnych, pozytywnych następstw gospodarczych i społecznych. Uprawianie turystyki stało się dostępne dla każdego. Podróż turystyczne stanowią wciąż dominującą ilościowo formę turystyki, która związana jest z czasem wolnym (urlopami, wycieczkami). Celem pracy było przedstawienie dynamiki ruchu turystycznego poszczególnych wysp archipelagu Hawajów w latach 2005–2015 i jego uwarunkowań wynikających z atrakcyjności położenia geograficznego i warunków przyrodniczych. W części empirycznej przeprowadzono analizę ruchu turystycznego na Hawajach w latach 2005–2015 z podziałem na turystów krajowych

i zagranicznych, zbadano również gęstość ruchu turystycznego i jego natężenie, ruch turystyczny na głównych wyspach hawajskich w latach 2005–2015 i ich zagospodarowanie. Przeanalizowano pochodzenie turystów odwiedzających Hawaje w 2015 roku, średnią długość pobytu według pochodzenia turystów z uwzględnieniem poszczególnych wysp oraz główne cele podróży. W celu przedstawienia rozwoju funkcji turystycznych na Hawajach oraz zagospodarowania turystycznego zastosowano metody statystyczne, wykorzystując dwa wskaźniki: Deferta i Schneidera.

ATRAKCJE TURYSTYCZNE

Archipelag hawajski tworzy 137 wysp, mniejszych wysepek i atoli, które rozciągają się na półkuli północnej na przestrzeni 2450 km. Tylko osiem wysp archipelagu ma znaczenie turystyczne i zajmuje blisko 99% jego powierzchni (Długosz, 2014: 149). Hawaje położone są w centrum Pacyficznego Pierścienia Ognia (Swenson, 2008). Archipelag jest obszarem górzystym i aktywnym sejsmicznie. Na jego powierzchni zlokalizowanych jest wiele czynnych i wygasłych wulkanów (Makowski, 2008). Średnia wysokość wysp wynosi 925 m n.p.m. Największymi szczytami są wulkany Mauna Kea (4205 m n.p.m.) raz Mauna Loa (4170 m n.p.m.). Największą wyspą Hawajów jest Big Island (Hawai'i Island) (10 432 km²). Pozostałe większe wyspy to: Maui, O'ahu, Kaua'i, Moloka'i. Oddalone są od najbliższego kontynentu Ameryki Północnej o ponad 4 tys. km.

O sławie tego zakątka Ziemi wśród turystów zdecydował sprzyjający klimat i unikalny krajobraz wulkaniczny. Izolacja wysp oraz zróżnicowanie środowiska (duże wysokości i tropikalny klimat) stworzyły różnorodność endemicznej flory i fauny (Linda, Cuddihy, Stone, 1990). Jedną z największych atrakcji turystycznych Hawajów jest Park Narodowy Wulkany Hawai'i, który został założony w 1916 roku. Można w nim podziwiać niesamowity krajobraz wulkaniczny. Na jego terenie znajdują się dwa najbardziej aktywne oraz największe wulkany na świecie, co pozwala naukowcom prowadzić liczne badania dotyczące procesów geologicznych, które doprowadziły do powstania archipelagu wysp hawajskich, jak i kontynuować badania nad procesami zachodzącymi we wnętrzach wulkanów (Chegaray, 1960). W Parku turyści mogą podziwiać bardzo rzadkie gatunki zwierząt i roślin. Na wyspie Maui znajduje się Park Narodowy Haleakalā, będący początkowo częścią Parku Narodowego Wulkany Hawai'i. Rozciąga się na powierzchni 118 km². Jego nazwa w języku hawajskim oznacza „dom słońca” Jedną z głównych atrakcji turystycznych parku jest okolica krateru wulkanu Haleakalā (Skoczek, 2005).

Honolulu to największe miasto archipelagu wysp hawajskich i jednocześnie stolica stanu. Jest głównym ośrodkiem międzynarodowego biznesu oraz obrony militarnej, ponieważ na jego terenie znajduje się Pearl Harbor. Molokini to mała wyspa znajdująca się 4 km od wybrzeża wyspy Maui. Powstała w wyniku zalania krateru wulkanu, jest obecnie wyjątkową atrakcją turystyczną, ponieważ jej kształt przypomina półksiężyc. Przyciąga również wielbicieli nurkowania – woda wokół niej jest niezwykle czysta i przejrzysta, a widoczność sięga 46 m (Skoczek, 2005). Atrakcję turystyczną na wyspie Kauai stanowi jeden z najwyższych wodospadów na Hawajach, liczący 35 m wysokości. Zatoka Hanuma, czyli „krzywa zatoka”, to bardzo popularna i oblegana przez turystów atrakcja turystyczna, będąca też parkiem narodowym z przepiękną rafą koralową. Hanauma jest również miejscem występowania zielonych morskich żółwi (Ariyoshi, 2010).

Centrum Kultury Polinezyjskiej to park tematyczny lub – jak niektórzy je nazywają – „żywe muzeum”. Znajduje się na północnym wybrzeżu wyspy O’ahu. Oprócz tradycyjnych i stałych wystaw turyści mogą wziąć udział w prezentacji kultury hawajskiej, gdzie artyści przedstawiają wielokulturowy charakter Polinezji, np. poprzez prezentowanie tradycyjnych tańców.

DYNAMIKA RUCHU TURYSTYCZNEGO

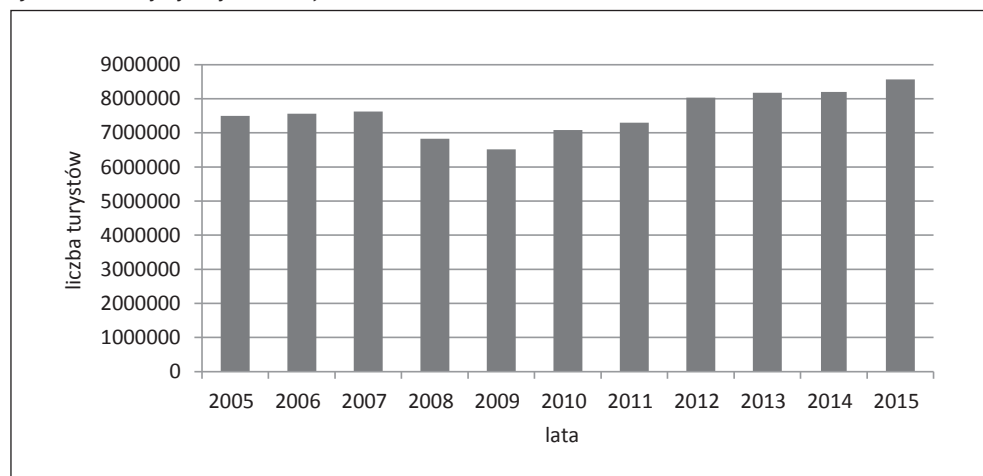
W 1954 roku na Hawaje przyjechało ponad 91 166 turystów, natomiast w 2015 roku liczba ta osiągnęła ponad 8,5 mln osób. Ruch turystyczny zaczął się rozwijać od ustanowienia stanu Hawaje w 1959 roku. Turystyka stała się główną gałęzią gospodarki wysp, a Hawaje stały się jednym z najważniejszych regionów turystycznych świata. Od lat pięćdziesiątych XX wieku liczba turystów odwiedzających Hawaje wzrosła ponad ośmiokrotnie (Annual Visitor Research Report Hawai’i Tourism Authority, 2003). Ze względu na łagodną pogodę przez cały rok, podróże turystyczne są popularne niezależnie od pory roku, a dochód z turystyki w 1997 roku wynosił 24,3% produktu stanowego brutto. Większość ruchu turystycznego koncentruje się na O’ahu, ale i inne hawajskie wyspy przyciągają turystów swoimi walorami. W 2003 roku, według danych rządowych, na wyspy hawajskie przybyło ponad 6,4 mln osób, których wydatki wyniosły ponad 10,6 mld dol.

W literaturze naukowej zajmowano się ruchem turystycznym, czynnikami rozwoju turystyki, motywami i zagospodarowaniem wysp hawajskich (Huetz de Lempis, 1989; Gay, 1999; Crocombe, 2001; Compendium of Tourism Statistics, 2003; Woo, 2009; Kubota, 2010; Yonan, 2010; Wiles, 2012; Gill, 2016).

Większą część turystów na wyspach stanowią turyści krajowi, pochodzący ze Stanów Zjednoczonych. Analizując dynamikę rozwoju ruchu turystycznego na Hawajach w latach 2005–2015, możemy zauważyć, że liczba turystów ma tendencję wzrostową. W 2005 roku Hawaje odwiedziło blisko 7,5 mln osób, a w 2015 roku – ponad 8,5 mln. Nie jest to bardzo imponujący wzrost, jednakże należy zwrócić uwagę na fakt, iż w latach 2008–2009 nastąpił spadek liczby turystów odwiedzających Hawaje do ok. 6,5 mln, co było zapewne związane z kryzysem ekonomicznym, który miał duży wpływ na wielkość ruchu turystycznego nie tylko na Hawajach ale na całym świecie. Ze względu jednak na swoistą izolację Hawajów, kryzys nie był tam tak bardzo dotkliwy. Od 2010 roku obserwujemy ponownie stopniowy wzrost liczby turystów (ryc. 1).

Analizując ruch turystyczny na Hawajach, możemy zobaczyć wyraźną dominację wyspy O’ahu. Spośród pięciu analizowanych wysp O’ahu odwiedziło ponad 50% przybyłych turystów. Wyspa notuje tak duży ruch turystyczny, ponieważ znajduje się tu stolica stanu Honolulu z największym na wyspach międzynarodowym lotniskiem. Średnio każdego dnia lotnisko w Honolulu odnotowuje ponad 22 tys. przybyłych turystów, w miesiącach letnich liczba ta wzrasta do przeszło 35 tys. O’ahu nie jest największą wyspą, ale posiada najwięcej atrakcji turystycznych, zarówno przyrodniczych (stożki wulkaniczne – Diamond Head, Park Stanowy Koko Head, ogród botaniczny z kolekcją kaktusów, baobabów, palm, aloesu, wężownic, wilczomleczy itd., rezerwat przyrody Hanauma Bay), jak i kulturowych. Na wyspie znajduje się rozrywkowe i kulturalne centrum Hawajów (Ariyoshi, 2010). Turyści przybywający na O’ahu to przede wszystkim osoby chcące wypocząć, a wieczorami się zabawić.

Ryc. 1. Ruch turystyczny na Hawajach w latach 2005–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie roczników statystycznych Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority (2005–2015)

Drugą najczęściej odwiedzaną wyspą jest Maui, którą odwiedziło w 2015 roku blisko 24% turystów. Jest to druga po względem powierzchni wyspa Hawajów. O ruchu turystycznym na Maui decydują w głównej mierze atrakcje przyrodnicze. Należą do nich uśpiony wulkan Haleakala – „Dom Słońca”, wodospady: Makahiku i Waimoku o wysokości ok. 61 m. Wyspa jest także znana ze swoich kilkudziesięciu malowniczych plaż kąpielowych z piaskiem o kolorze od czarnego, przez granatowy, aż do żółtego i białego (Cook, Word, Perry, 2005: 832–868).

Trzecią najczęściej odwiedzaną wyspą jest Big Island. Jej turystyka opiera się wyłącznie na Parku Narodowym Czynnych Wulkanów, które są symbolem Hawajów. Został on wpisany w 1987 roku na listę światowego dziedzictwa UNESCO. W parku można zaobserwować bogactwo różnorodnych formacji roślinnych, począwszy od tropikalnego lasu deszczowego 'Ōla'a do zarośli i łąk z Ka'u lub alpejskiej tundry Mauna Loa (Ariyoshi, 2010).

Najrzadziej odwiedzaną z wysp jest Moloka'i, położona w samym centrum, najmniejsza z większych wysp archipelagu, zwana „przyjazną wyspą” ze względu na zamieszkujących ją rdzennych Hawajczyków, którzy żyją zgodnie z duchem *aloha*. Odwiedza ją zaledwie 0,6% turystów. Ze względu na małą popularność wyspy Moloka'i jest to idealne miejsce dla tych turystów, którzy chcą spędzić czas spokojnie, na wyciszeniu się i rozmyślaniu. Wyspa pozostaje niezmieniona od czasów Królestwa Hawajskiego, a jej gospodarka opiera się bardziej na plantacjach trzciny cukrowej i ananasów niż na turystyce. Półwysep Kalaupapa to sztandarowe miejsce na wyspie, znajduje się tu Kalaupapa National Historical Park. Jest to otoczone pięknymi krajobrazami „więzienie”, do którego zsyłano trędowatych z całych Hawajów.

Różnica pomiędzy liczbą turystów na poszczególnych wyspach a ogólną liczbą turystów na Hawajach wynika z tego, iż turysta przybywający na Hawaje często podróżuje pomiędzy wyspami i nie spędza całego swojego pobytu tylko na jednej z nich.

Porównując Hawaje pod względem gęstości ruchu turystycznego, można również zauważyć, że największą ma wyspa O'ahu. Jeśli średnia gęstość natężenia ruchu

turystycznego wynosi 590,6 osób na km² na Hawajach (tab. 1), to na O'ahu liczba ta przekracza 3455 osób na km², co stanowi blisko sześć razy większą gęstość w stosunku do całego zamieszkałego archipelagu. Wskaźnik jest tak duży, ponieważ znajduje się tu stolica Hawajów – Honolulu.

Najmniejsza gęstość ruchu turystycznego notowana jest na wyspie Moloka'i (96 osób na km²) ze względu na małą liczbę odwiedzających ją turystów oraz na Big Island (145 os na km²), pomimo tego że odwiedza ją dużo turystów (tab. 1).

Zupełnie inaczej wygląda sytuacja w natężeniu ruchu turystycznego. Pierwsza pod względem gęstości ruchu turystycznego w 2015 roku O'ahu jest na ostatnim miejscu pod względem wskaźnika natężenia ruchu, który wynosi 561. Średnie natężenie ruchu na Hawajach wynosi 784, co oznacza, że O'ahu znajduje się poniżej przeciętnej, a uwarunkowane jest to bardzo dużą populacją wyspy, którą zamieszkuje ponad 954 tys. osób. Bardzo duże natężenie ruchu turystycznego obserwuje się natomiast na wyspach Kaua'i i Maui. Kolejno Kaua'i notuje wskaźnik na poziomie 1787, a Maui – 1759. Wskaźniki na tych wyspach blisko trzykrotnie przewyższają średni wskaźnik dla Hawajów. Uwarunkowane jest to liczbą ludności zamieszkującej te wyspy. Na Maui liczba ludności wynosiła ponad 144 tys. osób, a na Kaua'i ok. 66 tys. (tab. 1).

Tab. 1. Wielkość ruchu turystycznego, gęstość oraz natężenie ruchu turystycznego na poszczególnych wyspach hawajskich w 2015 roku

Wielkość ruchu turystycznego na Hawajach w 2015 roku				10 633 566
Wyspa	Liczba turystów	Gęstość ruchu turystycznego (na km ²)	Natężenie ruchu turystycznego (na 100 osób)	Udział procentowy (%)
O'ahu	5 339 912	3455,6	561	50,22
Maui	2 540 162	1348,7	1759	23,89
Big Island	1 514 973	145,2	812	14,25
Moloka'i	64 767	96,1	852	0,60
Kaua'i	1 173 752	820,5	1787	11,04
Razem	10 633 566	590,6	784	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority (2015)

CZYNNIKI GENERUJĄCE PRZESTRZENNE ZRÓŻNICOWANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO

Największy ruch turystyczny obserwuje się na wyspie O'ahu. Porównując dane w tab. 2, można zauważyć, że zanotowano największy wzrost liczby turystów od 2005 roku i jest to wzrost o ponad 11%. W 2005 roku wyspę odwiedziło ponad 4,7 mln turystów, a w 2015 roku – ponad 5 mln osób. Widać niewielki spadek liczby turystów w latach 2008 i 2009, ale już w 2010 roku, wraz z opanowaniem światowego kryzysu ekonomicznego, liczba ta zaczęła wzrastać i utrzymuje tendencję wzrostową po dzień dzisiejszy.

Największy spadek liczby turystów obserwuje się na wyspie Moloka'i – ok. 14%. Może to być spowodowane pewnego rodzaju odizolowaniem się wyspy od turystycznego archipelagu. Moloka'i wcześniej przyciągała swoją surowością i dzikością, ale obecnie turysta wymaga czegoś więcej, zapewnienia rozrywki, idealnych warunków noclegowych, wielu różnorodnych atrakcji, których wyspa nie jest w stanie mu zapewnić. Od 2005 roku, kiedy to wyspę odwiedziło ponad 73 tys. osób, liczba ta regularnie spada, jednakże utrzymuje się w ostatnich dwóch latach na poziomie powyżej 60 tys.

odwiedzających. W 2015 roku odwiedziło wyspę blisko 65 tys. turystów. Rekordowy ruch turystyczny miał miejsce w 2006 roku, kiedy wyspę odwiedziło najwięcej, ponad 95 tys. osób. Być może dlatego, że w tych latach pojawiła się moda na ekoturystykę.

Spadek liczby turystów zanotowała także Hawai'i Island (ok. 5%). Jest on niewielki w porównaniu do Moloka'i i spowodowany powolną odbudową liczby turystów po kryzysie w 2008 roku. Pozostałe wyspy: Maui i Kaua'i odnotowały większy wzrost, ponad 7% i 9%, w 2015 roku w stosunku do 2005 roku (tab. 2a). Można zaobserwować wyraźną dominację wyspy O'ahu oraz spadek liczby turystów w 2008 i 2009 roku.

Tab. 2. Ruch turystyczny na głównych wyspach hawajskich w latach 2005–2009

	2005	2006	2007	2008	2009
O'ahu	4 731 842	4 727 496	4 823 874	4 303 094	4 119 517
Maui	2 294 697	2 516 215	2 580 361	2 171 610	1 976 852
Moloka'i	73 506	95 510	86 579	73 187	52 907
Kaua'i	1 090 147	1 270 013	1 372 682	1 101 753	998 918
Hawai'i Island	1 521 536	1 687 986	1 739 458	1 420 487	1 299 711

Źródło: opracowanie własne na podstawie Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority (2005–2009)

Tab. 2a. Ruch turystyczny na głównych wyspach hawajskich w latach 2010–2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Zmiana 2005–2015 (%)
O'ahu	4 427 372	4 525 696	4 904 045	5 044 275	5 192 621	5 339 912	11,4
Maui	2 186 279	2 283 728	2 309 194	2 358 783	2 417 417	2 540 162	9,7
Moloka'i	52 257	57 556	53 323	55 157	60 100	64 767	–14,0
Kaua'i	1 042 632	1 115 628	1 084 681	1 114 354	1 119 973	1 173 752	7,2
Hawai'i Island	1 378 921	1 433 588	1 433 282	1 435 245	1 454 684	1 514 973	–5,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority (2010–2015)

W celu przedstawienia rozwoju funkcji turystycznych na Hawajach oraz zagospodarowania turystycznego zastosowano metody statystyczne, wykorzystując dwa wskaźniki: Deferta i Schneidera.

Tab. 3. Wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej (wskaźnik Deferta) i gęstości ruchu turystycznego (wskaźnik Schneidera) na wyspach hawajskich w 2015 roku

Nazwa wyspy	Liczba miejsc noclegowych	Wskaźnik gęstości bazy noclegowej Deferta	Wskaźnik natężenia ruchu turystycznego (na 100 osób) Schneidera
O'ahu	36 058	3,8	23,34
Maui	20 972	14,5	11,14
Big Island	11 085	5,9	1,07
Moloka'i	189	2,56	0,28
Kaua'i	8 582	13,07	6,01

Źródło: opracowanie własne na podstawie Visitor Plant Inventory Report. Hawai'i Tourism Authority Tourism Research (2016)

Wyspą wyróżniającą się największym wskaźnikiem rozwoju funkcji turystycznej w 2015 roku jest Maui (14,5) (tab. 3). To druga co do wielkości wyspa archipelagu, na której oferowanych jest ponad 20 tys. miejsc noclegowych. Zamieszkuje ją jednak niewielu, bo ponad 144 tys. mieszkańców, dlatego wskaźnik rozwoju turystycznego jest największy. Podobnie wysoki wskaźnik rozwoju funkcji turystycznej notuje wyspa Kaua'i. Wskaźniki na tak wysokim poziomie sugerują, iż funkcja turystyczna na tych dwóch wyspach jest również na wysokim poziomie, jednakże nie jest to do końca prawdą, ponieważ dużą rolę odgrywa tu liczba ludności zamieszkująca wyspę, która ma znaczny wpływ na wielkość wskaźnika.

Najmniejszy wskaźnik rozwoju funkcji turystycznej notuje się na wyspie O'ahu (3,8), która przyjmuje największą liczbę turystów i oferuje ponad 36 tys. miejsc noclegowych, ale zamieszkuje ją ponad 953 tys. mieszkańców, co ma znaczący wpływ na wysokość wskaźnika, który sugeruje, że O'ahu nie wykorzystuje swojego potencjału turystycznego.

Według wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej można wyróżnić trzy rodzaje wysp: Maui i Kaua'i, na których funkcja turystyczna jest na wysokim poziomie, Big Island i Moloka'i, na których funkcja turystyczna jest dosyć rozwinięta, oraz O'ahu, na której potencjał turystyczny nie jest w pełni wykorzystywany.

Biorąc pod uwagę gęstość bazy noclegowej w 2015 roku, największy wskaźnik miała wyspa O'ahu (ponad 23). Na tak wysoki wskaźnik ma wpływ niewielka powierzchnia oraz obecność Honolulu, które jest stolicą stanu i największym miastem z rozwiniętymi funkcjami turystycznymi i administracyjnymi, co powoduje rozwój bazy noclegowej. Druga co do stopnia rozwoju bazy noclegowej jest wyspa Maui. Jest to druga, zaraz po O'ahu, najpopularniejsza wyspa wśród turystów. Oferuje blisko 21 tys. miejsc noclegowych. Najmniejszy wskaźnik gęstości bazy noclegowej jest notowany na wyspie Moloka'i. Wcześniej wspomniano, że Moloka'i jest najmniej zmieniona przez człowieka ze wszystkich hawajskich wysp. Większy nacisk kładzie się tam na rolnictwo niż turystykę, dlatego baza noclegowa jest słabo rozwinięta i wyspa oferuje jedynie 189 miejsc noclegowych.

DESTYNACJE RUCHU TURYSTYCZNEGO I MOTYWY PODRÓŻY

Analizując dynamikę rozwoju ruchu turystycznego, można zauważyć, że turyści krajowi stanowią większość odwiedzających Hawaje. Od 2005 do 2007 roku ich liczba wzrosła o blisko 113 tys. osób (co stanowiło 3%). W 2008 roku spadła ogólna liczba turystów, w tym również turystów krajowych – o 1,5%. W następnych latach liczba wszystkich turystów wzrastała podobnie jak liczba turystów zagranicznych (tab. 4). W 2015 roku turyści krajowi stanowili ponad 67% ogólnej liczby turystów.

W ostatnich latach wzrosła również liczba turystów zagranicznych odwiedzających Hawaje. Od 2005 do 2015 roku liczba turystów krajowych wzrosła zaledwie o ponad 391 tys. osób, natomiast liczba gości zagranicznych aż o blisko 678 tys., jest to prawie dwukrotnie większy wzrost w stosunku do ruchu krajowego. Jest to spowodowane lepszą dostępnością komunikacyjną, wzbogaceniem się społeczeństwa, ciekawością świata. Obecnie turysta oczekuje czegoś nowego, bardziej egzotycznego, niedostępnego.

Tab. 4. Ruch turystyczny na Hawajach z podziałem na turystów krajowych i zagranicznych w latach 2005–2015

Rok	Liczba turystów	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Procentowy udział turystów krajowych (%)
2005	7 494 236	5 390 944	2 103 292	71,9
2006	7 561 311	5 583 330	1 977 981	73,8
2007	7 627 819	5 713 529	1 914 290	74,9
2008	6 822 911	5 011 368	1 811 543	73,4
2009	6 517 053	4 768 606	1 748 447	73,2
2010	7 086 663	5 127 122	1 959 541	72,3
2011	7 299 047	5 251 941	2 047 106	72,0
2012	8 028 743	5 564 626	2 464 117	69,3
2013	8 174 461	5 576 287	2 598 174	68,2
2014	8 196 342	5 486 059	2 710 283	66,9
2015	8 563 018	5 782 140	2 780 878	67,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority (2005–2015)

Najwięcej turystów odwiedzających Hawaje stanowią turyści krajowi. Ponad 65% z nich to mieszkańcy zachodniego wybrzeża USA. Stanowili oni 41% wszystkich odwiedzających Hawaje w 2015 roku (ponad 3,5 mln). Jest to uwarunkowane odległością od Hawajów. Pomimo że wynosi ona ponad 4 tys. km, to i tak jest to najbliższy ląd – każdy inny zakątek świata leży jeszcze dalej od Hawajów. Ponad 34% krajowych turystów to mieszkańcy wschodniego wybrzeża USA, których przybyło w 2015 roku ponad 1,8 mln (tab. 5).

Największą liczbę turystów zagranicznych stanowią Japończycy. W 2015 roku przyjechało ich około 1,5 mln (17% wszystkich turystów). Blisko 6% turystów odwiedzających wyspy to Kanadyjczycy (ponad 512 tys. osób). Trzecią destynacją archipelagu hawajskiego są mieszkańcy Oceanii, głównie: Australii i Nowej Zelandii oraz turyści z Azji (ponad 4,6%), głównie obywatele Korei, Chin i Tajwanu. Turystów z Europy w 2015 roku przybyło zaledwie 145 tys., zapewne ze względu na największą odległość dzielącą Europę od wysp i związane z tym ogromne koszty podróży. Są to głównie obywatele bogatszych krajów: Brytyjczycy, Niemcy, Francuzi, Włosi i Szwajcarzy (Summary of 2015 Visitors to Hawai'i).

Tab. 5. Pochodzenie turystów odwiedzających Hawaje w 2015 roku

Kontynent/kraj	Udział w %
Wszyscy odwiedzający: 8 563 018	100,00
USA zachodnie	40,90
USA wschodnie	21,07
Japonia	17,31
Kanada	5,99
Europa	1,70
Oceania	4,67
Inne kraje Azji	4,60
Ameryka Łacińska	0,33
Pozostałe kraje	3,40

Źródło: opracowanie własne na podstawie Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority (2015)

Średni czas pobytu na Hawajach w 2015 roku wynosił dziewięć dni. Rozpatrując średni czas pobytu według pochodzenia turystów, można zauważyć, iż najdłużej przebywają na wyspach turyści z Europy (13 dni). Ze względu na odległość dzielącą Europę od wysp hawajskich wycieczki krótsze niż dwa tygodnie są mało opłacalne, gdyż na samą podróż tracimy co najmniej trzy lub cztery dni. Z tab. 5 możemy wyczytać pewnego rodzaju zależność, że im dalej turysta mieszka, tym dłuższy jest jego pobyt na wyspach.

Europejczycy spędzają na Hawajach najdłuższe urlopy. Zaraz po nich są Kanadyjczycy (ponad 12 dni) i mieszkańcy Ameryki Łacińskiej (11 dni). Azjaci (blisko siedem dni) i Japończycy (sześć dni) odznaczają się najkrótszym czasem pobytu, ale są oni uprzywilejowani, gdyż w momencie podróży na Hawaje zyskują jeden dzień. Turyści krajowi spędzają tam średnio ok. 10 dni (zachodni region USA – 9,28 dnia, wschodnie USA – 10,3 dnia).

Biorąc pod uwagę średnią długość pobytu na wyspach, można zauważyć, że turyści nie spędzają swojego pobytu wyłącznie na jednej z nich. Najdłuższe pobyty notuje się na wyspie Maui (osiem dni). To druga co do wielkości wyspa, na której znajduje się najwięcej atrakcji turystycznych, a na ich zobaczenie potrzeba najwięcej czasu (tab. 6). Na wyspach Kaua'i i Big Island turyści średnio spędzają ok. siedmiu dni. Przewodząca do tej pory O'ahu, jest na przedostatnim miejscu, tam turyści spędzają średnio ok. sześciu dni. O'ahu bywa często wyspą wypadową do innych, ponieważ na niej znajduje się połączenie z każdą inną wyspą, a będąc na Hawajach nie można pozostać wyłącznie na jednej wyspie, nie zobaczywszy pozostałych. Najkrótszy pobyt jest notowany na Moloka'i, najmniej turystycznej wyspie ze wszystkich, przyjeżdżają na nią i spędzają tam czas wyłącznie turyści o specyficznych wymaganiach, którzy chcą odpocząć w ciszy i spokoju od pełnych głośnych i rozrywkowych plaż wysp O'ahu i Maui.

Tab. 6. Średnia długość pobytu według pochodzenia turystów z uwzględnieniem poszczególnych wysp w 2015 roku

Pochodzenie turystów	Średnia długość pobytu na Hawajach (w dniach) 9,06	Wyspa	Średnia długość pobytu (w dniach)
USA zachodnie	9,28	O'ahu	6,82
USA wschodnie	10,30	Maui	8,19
Japonia	5,86	Moloka'i	4,42
Kanada	12,73	Kaua'i	7,63
Europa	13,08	Hawai'i Island	7,57
Oceania	9,53		
Pozostałe kraje Azji	6,75		
Ameryka Łacińska	11,53		
Inne	10,50		

Źródło: Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority (2015)

Głównym motywem przyjazdu na Hawaje w opinii ponad 70% turystów jest wypoczynek (hawajskie wakacje) – taki cel podróży deklarują (tab. 7). Na drugim i trzecim miejscu turyści wskazali wizytę u rodziny (ponad 8%) oraz podróż poślubną (ok. 7%). Inne podawane cele podróży to spotkania biznesowe i konwenty, a także chęć zawarcia związku małżeńskiego (1,4%). Zaskakujący jest fakt, że wśród motywów turystycznych

pojawił się taki cel, jak impuls. Ponad 1,6% turystów stwierdziło, że wybrało się na Hawaje pod wpływem impulsu – można zauważyć, że co dla niektórych turystów jest nieosiągalnym marzeniem, dla innych okazuje się być impulsem.

Tab. 7. Główne cele podróży na Hawaje

Cele podróży	Udział w %
Wypoczynek podczas wakacji	74,1
Wizyta u rodziny, przyjaciół	8,1
Podróż poślubna	6,9
Konferencje, konwenty	2,7
Impuls	1,6
Ślub	1,4
Wydarzenia sportowe	1,3
Spotkania firmowe	0,9
Inne	2,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority (2015)

PODSUMOWANIE

W świetle przeprowadzonych analiz można jednoznacznie stwierdzić, iż Hawaje są bardzo atrakcyjnym turystycznie regionem pod względem walorów i atrakcji związanych z bogatą historią i unikalną przyrodą, które niewątpliwie są ogromnym magnesem przyciągającym turystów z całego świata. Rokrocznie wzrasta liczba turystów odwiedzających Hawaje, za każdym razem ustanawiając nowy rekord, a co za tym idzie, także wzrasta przychód z turystyki. Jak już wcześniej wspomniano, gdy Hawaje stawały się nowym stanem USA, liczba turystów nie przekraczała ćwierci miliona rocznie, by 30 lat później wzrosnąć 25-krotnie.

Przeprowadzona analiza wykazała w kolejnych latach dalszy wzrost ruchu turystycznego, który w 2006 i 2007 roku osiągnął ponad 7,6 mln turystów. W 2008 roku sytuacja uległa gwałtownemu pogorszeniu, gdy rozwój turystyki na Hawajach gwałtownie spadł w wyniku zaprzestania działalności dwóch głównych linii lotniczych i statków wycieczkowych w stanie Aloha, przez co zmniejszyła się liczba turystów, a wysokie ceny paliw w lecie powstrzymały podróże. Duży wpływ na to pogorszenie miała również recesja w Japonii i USA, a także ekonomiczny krach w Kalifornii, który spowolnił przepływ turystów.

Od 11 lat do 2007 roku Japońscy turyści wydawali przeciętnie więcej pieniędzy niż amerykańscy, dlatego z tego powodu na Hawajach szczególnie ich ceniono. Wraz z upadkiem wartości jena i spowolnieniem japońskiej gospodarki przeciętny Japończyk pozostaje na Hawajach najczęściej tylko pięć dni. Przeciętny Azjata z Chin i Korei pozostaje na wyspach dłużej niż 9,5 dnia i wydaje o 25% więcej niż dotychczas. Hawaje odnotowały wzrost liczby odwiedzających z Korei Południowej i Chin. W 2011 roku zwiększyła się też liczba przybywających turystów zagranicznych z Kanady i Australii – odpowiednio o 13 i 24%. W 2015 roku na Hawaje przybyło rekordowe ponad 8,5 mln odwiedzających (ponad 67% z USA, 18,3% z Japonii, 6,3% z Kanady, 15,2% z innych krajów), którzy wydali ponad 15 mld dol.

Rozwój infrastruktury oraz zagospodarowanie turystyczne z licznymi hotelami, restauracjami i coraz lepszymi połączeniami komunikacyjnymi, szczególnie lotniczymi, sprawiły, że Hawaje stają się coraz popularniejszą destynacją dla turystów nie tylko z USA, ale i z całego świata, w tym także Europejczyków. Według Urzędu Turystyki na Hawaje w 2016 roku przybyło ok. 20,9 mln turystów, co oznacza wzrost o ok. 3% w stosunku do 2015 roku. Wzrost ten był spowodowany zwiększeniem odwiedzin, głównie z USA i Korei Południowej.

Przeciętnie w ciągu dnia na wyspach przebywało ok. 220 tys. osób, dlatego należy zachować równowagę, by nie wywoływało to negatywnych konsekwencji w środowisku przyrodniczym i społecznym. Zwiększająca się liczba turystów powoduje z jednej strony rozwój i podnoszenie poziomu oferowanych usług, wpływając na ogólny rozwój stanu, z drugiej strony zaś wywiera negatywny wpływ na kulturę hawajską. Wśród lokalnej społeczności pojawiają się coraz większe obawy dotyczące wpływu turystyki na infrastrukturę i miejsca docelowe na Hawajach, dlatego należy rozwijać i promować turystykę zrównoważoną, opartą na zachowaniu hawajskiej kultury i ochronie zasobów naturalnych.

Literatura References

- Annual Visitor Research Report Hawai'i Tourism Authority* (2003, 2005–2015). State of Hawai'i. Honolulu: Department of Business, Economic Development & Tourism.
- Ariyoshi, R. (2010). *Hawaje – przewodnik*. Białystok: National Geographic.
- Chegaray, J. (1960). *Hawaje*. Warszawa: Wydawnictwo Iskry.
- Compendium of Tourism Statistics (2003). Madrid: World Tourism Organization.
- Cook, S., Word, G., Perry, T. (2005). *Przewodnik Pascala – USA (część zachodnia)*. Bielsko-Biała: Pascal, 832–868.
- Crocombe, R. (2001). *The South Pacific*. Suva: University of the South Pacific.
- Długosz, Z. (2014). *Geografia walorów turystycznych w zarysie – kraje pozaeuropejskie*. Kraków: Wydawnictwo Attyka, 149.
- Gay, J.-Ch. (1999). Le tourisme dans les Outre-Mers de l'Océan Pacifique. *Mappemonde*, 54(2), 26–29.
- Gill, L.E. (2016, 3 września). Hawaii sees record 8.6 m visitors in 2015. *Pacific Business News*. Pozyskano z <https://www.bizjournals.com/pacific/news/2016/01/28/hawaii-sees-record-8-6m-visitors-in-2015.html>
- Huetz de Lemp, Ch. (1989). Un exemple de macrocéphalie touristique: les îles Hawaï. W: *Iles et tourisme en milieux tropical et subtropical*. Talence: CEGET-CRET, 195–222.
- Jackowski, A., Warszńska, J. (1979). *Podstawy geografii turystyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kowalczyk, A. (2000). *Geografia turystyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kubota, L. (2010, 23 lutego). Surge in tourism from South Korea. *Hawaii News Now*. Pozyskano z <http://www.hawaiinewsnow.com/Global/story.asp?S=13560702>
- Linda, W., Cuddihy, Ch., Stone, P. (1990). *Alteration of Native Hawaiian Vegetation*. Honolulu: University of Hawaii, Cooperative National Park Resources Studies Unit.
- Makowski, J. (2008). *Geografia regionalna świata*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Merkel-Masse, M., Wichrowska, W. (2010). *Szlaki marzeń – najpiękniejsze trasy podróżnicze świata*. Ożarów Mazowiecki: Wydawnictwo Olesiejuk, 182–185.
- Pearce, P., Stringer, P.F. (1991). Psychology and tourism. *Annales of Tourism Research*, 18(1).
- Skoczek, P. (2005). *Encyklopedia geograficzno-turystyczna*. Bochnia: Wydawnictwo SMS.
- Swenson, I. (2008). *Geografia turystyczna świata*, cz. 2. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 297.
- Visitor Plant Inventory Report. Hawai'i Tourism Authority Tourism Research (2016).

- Wiles, G. (2012, 23 lutego). Hawaii's Fast-Growing Source for Tourists. *Hawaii Business*. Pozyskano z <http://www.hawaiibusiness.com/Hawaii-Business/October-2010/Hawaii-rsquo-Fast-Growing-Source-for-Tourists/>
- Wojnowski, J. (2002). *Wielka encyklopedia PWN*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 175, 452.
- Woo, S. (2009, 17 sierpnia). Heavy Reliance on Tourism Has Hawaii's Economy Hurting. *Wall Street Journal – Eastern Edition*. A3. Academic Search Premier. EBSCO.
- Yonan, Jr. (2010, 23 lutego). S. Korea tourists on rise. *Honolulu Advertiser*. Pozyskano z <http://the.honoluluadvertiser.com/article/2010/Mar/17/bz/hawaii3170326.html>

Bożena Elżbieta Wójtowicz, dr hab. prof. UP, geograf, dydaktyk geografii, podróżnik. Zwiedziła większość krajów europejskich oraz Kubę, Mauritius, Meksyk, Indie, Nepal, Egipt, Maroko, Jordanię, Dominikanę. Kierownik Zakładu Dydaktyki Geografii Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Opublikowała ponad 210 prac naukowych w kraju i za granicą. Autorka monografii naukowej *Geografia – rozwój zrównoważony, edukacja ekologiczna* oraz współautorka i redaktor prac o charakterze monograficznym, m.in. *Przyroda województwa świętokrzyskiego, Funkcje turystyki i krajoznawstwa w strategii rozwoju regionów w Polsce, Turystyka i ekologia – rozbudzanie potrzeb poznawczych i świadomości społeczeństwa, Kształcenie i doksztalcanie nauczycieli geografii w Polsce i w krajach Unii Europejskiej, Edukacyjne zajęcia terenowe w Świętokrzyskim Parku Narodowym*. Współautorka podręczników szkolnych: *Geografia. Krajobrazy Polski* do klasy czwartej, *Geografia Ziemia – nasza planeta* do klasy szóstej, *Przyroda* do klasy czwartej i piątej. Specjalistka z zakresu geografii, dydaktyki geografii, ochrony środowiska oraz turystyki i rekreacji.

Bożena Elżbieta Wójtowicz, Ph.D., is an assistant professor, geographer, geography teacher, traveller, who has visited most of the European countries, Cuba, Mexico, India, Nepal, Egypt, Morocco, Jordan, Dominican Republic. She is the Head of the Department of Didactics of Geography, Institute of Geography, the Pedagogical University of Cracow. She has published over 210 academic papers in the country and abroad. She is the author of the monograph "Geography Sustainable Development Environmental Education" and a co-author and editor of monographic works, such as *Nature of the Świętokrzyskie Voivodeship; Functions of tourism and sightseeing in the strategy of regional development in Poland; Tourism and ecology – fostering the cognitive needs and public awareness; Education and additional training of teachers of geography in Poland and in the European Union; Educational fieldwork in Świętokrzyski National Park*. She is also a co-author of textbooks: *Geography. Polish Landscapes* 4th grade; *Geography. Earth – our planet* 6th grade; *Natural Science* 4th and 5th grade. She is a specialist in the field of geography, teaching geography, the protection of environment, and tourism and recreation.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Dydaktyki Geografii
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: bozena.wojtowicz@up.krakow.pl

OLEKSANDR KOROL

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine

TETIANA SKUTAR

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine

Comparative Analysis of International (Inbound) Tourism Development within Ukraine and Poland

Abstract: According to UNWTO standards, tourism takes the forms of domestic and international tourism. International tourism is subdivided into inbound and outbound tourism. The statistics of inbound tourism comprises two basic sections: statistics of tourist arrivals and statistics of tourism receipts. The inbound tourism in Poland and Ukraine is researched in this article. It is interesting to analyze the inbound tourism in the neighbouring countries, i.e. Poland and Ukraine, taking into account the “split in time” similarities in the development of the tourism market in these countries, their place in the world tourist flows, as well as attempts of Ukraine to repeat Poland’s experience in its integration into the EU. The aim of this paper is to conduct a comparative analysis of inbound tourist flows in Ukraine and Poland, as well as to reveal the factors influencing tourist arrivals, receipts and profitability as the ratio of the last two. The number and structure of tourist arrivals to Poland and Ukraine in 2000–2016 are analyzed. It was assumed that tourists’ exchange between neighbouring countries probably depends on the length of common land border. To test this assumption, the criterion χ^2 was used, which is also called the criterion of independence, consistency and homogeneity. The receipts from inbound tourism in above-mentioned countries during the same period of time are estimated. By applying the Consumer Price Index (CPI), the tourism receipts are recalculated for the prices of 2000. The profitability of inbound tourism in Poland and Ukraine in 2013 and 2016 is calculated. The factors influencing tourism receipts and profitability of inbound tourism are described.

Keywords: inbound tourism; international tourism; profitability of inbound tourism; tourism receipts; tourist arrivals

Received: 15 January 2018

Accepted: 15 May 2018

Suggested citation:

Korol, O., Skutar, T. (2018). Comparative Analysis of International (Inbound) Tourism Development within Ukraine and Poland, *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 32(2), 338–355. <https://doi.org/10.24917/20801653.322.24>

INTRODUCTION

Tourism is understood as one of the form of population migration that is not connected with place of residence or work changes. The necessity for defining the term "tourism" arose in the first half of the 20th century, caused by a growth of tourists' flow, tourism economic significance increase and, as a result, efforts to statistically count the travellers.

The Committee of Experts in Statistics at the Nations' League was the first to offer definition of the term "tourist" (1937). The term gained international acknowledgement and preserved its form till nowadays, with some further amendments. As of our days, a definition, worked out at International Conference for Travels and Tourism Statistics (Ottawa, 1991), is widely used in international practice. The World Tourism Organization (UNWTO) and the UN Committee for Tourism Statistics approved the definition. According to it, a tourist is a visiting person, i.e. a person who travels and stays in places outside his/her usual environment for not more than one consecutive year with any purpose excluding activities, paid from the sources in the places of visit (UNWTO).

The definition allowed for more clear outlining of the part of travellers who can be the object of statistical research in tourism. The summarizing documents of the Ottawa Conference and the UNWTO technical recommendations refer tourist as a visitor. This definition is recommended to be used in tourism statistics as a basic one. Alongside with tourists (overnight visitors), the term is also extended to same-day visitors. Probably, the latter is the reason of absence in definition of the minimal stay outside the usual environment (24 hours), set in national tourism legislation in many countries.

ANALYSIS OF THE LATEST STUDIES AND PUBLICATIONS

Considering the geographical nature of tourism as a form of migration of population which is connected with the peculiarities of the distant territories (water areas), that is, with the differences "from place to place", significant contribution in this sphere belongs particularly to the geographers, which is reflected in the writings of V. Preobrazhensky, Yu. Vedenin, I. Zorin, M. Ananiev, N. Zachinyayev, N. Falkovich, Ye. Kotlyarov and other researchers of the Soviet era, and in Ukraine – in the publications of M. Krachylo, O. Liubitseva, O. Beidyk. Among the recent important works devoted to international tourism, we would like to accentuate upon the writings of A. Aleksandrova (2002), O. Liubitseva (2003), etc. The authors describe the main concepts of international tourism, analyze the geography of tourist demand in regions of the world, reveal the latest trends and processes of globalization in the tourism sphere. Among foreign works it is worth mentioning the publication of Boniface B. & Cooper C. (2009), which is devoted to the geography of tourism, in particular the analysis of destinations by regions of the world. The latest statistical information can be found in the annual analytical electronic edition "UNWTO Tourism Highlights" (UNWTO, 2001–2017). However, some aspects of international tourism still remain insufficiently studied, in particular, the structure of inbound tourism in various countries.

AIM OF THE PAPER

Tourism takes the forms of domestic and international tourism. International tourism presupposes travels outside the country of residence. It covers visitors who are non-residents in the country of destination. Depending upon whether a person is travelling to or from a certain country, international tourism is subdivided into inbound and outbound tourism. The statistics of international inbound tourism comprises two basic sections: statistics of tourist arrivals and statistics of tourist receipts.

It is interesting to analyze inbound tourism in the neighbouring countries of Poland and Ukraine, taking into account the “split in time” similarities in the development of the tourism market in these countries, their place in the world tourist flows, as well as attempts of Ukraine to repeat Poland’s experience in its integration into the EU. The aim of this paper is to conduct a comparative analysis of inbound tourist flows in Ukraine and Poland, as well as to reveal the factors influencing tourist arrivals, receipts and profitability as the ratio of the last two.

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS TO UKRAINE AND POLAND

The quantity of arrivals presupposes the number of registered visitors of a certain country who are non-residents of this country, per certain period of time (usually, a year). Visitors can be divided into same-day visitors, and tourists (overnight visitors). Measurements are conducted according to the following parameters, following the scheme (UNWTO data):

Tab. 1. Units of measure to quantify the volume of inbound tourism

Object	Parameter	Place	Comments
Visitors	Arrivals	At frontiers	– excludes tourism in private accommodation – arrivals are counted in every new accommodation visited
Tourists (overnight visitors)	Arrivals	At frontiers	
		At hotels and similar establishments	
		At collective tourism establishments (e.g. hotels and other)	

Source: UNWTO

According to Table 1, all arrival measurements in international tourism are divided into the following categories:

- TF – International tourist arrivals at frontiers (excluding same-day visitors);
- VF – International tourist arrivals at frontiers (including tourists and same-day visitors);
- TCE – International tourist arrivals at collective tourism establishments;
- THS – International tourist arrivals at hotels and similar establishments.

When measuring, preference in international tourism is given to arrivals at frontier. However, it should be borne in mind that not every country has these data at its disposal. Hence, other ways for measuring can be used.

Since a tourist may conduct several trips per year, or he/she may visit several countries within a single trip, the actual number of tourists is less than the number of arrivals.

According to UNWTO data, the number of arrivals to Ukraine and Poland is as follows (see Tab. 2):

Tab. 2. International tourist arrivals (million)

Year	Arrivals to (TF)			
	Ukraine		Poland	
	million	change (%)	million	change (%)
2000	6.431	–	17.400	–
2001	9.174	+43	15.000	–14
2002	10.517	+15	13.980	–7
2003	12.514	+19	13.720	–2
2004	15.629	+25	14.290	+4
2005	17.631	+13	15.200	+6
2006	18.936	+7	15.670	+3
2007	23.122	+22	14.975	–4
2008	25.449	+10	12.960	–13
2009	20.798	–18	11.890	–8
2010	21.203	+2	12.470	+5
2011	21.415	+1	13.350	+7
2012	23.013	+7	14.840	+11
2013	24.671	+7	15.800	+6
2014	12.712*	–48	16.000	+1
2015	12.428*	–2	16.722	+5
2016	13.333*	+7	17.471	+4

* Excluding the temporarily occupied territories of the Autonomous Republic of Crimea, the city of Sevastopol and part of the anti-terrorist operation zone.

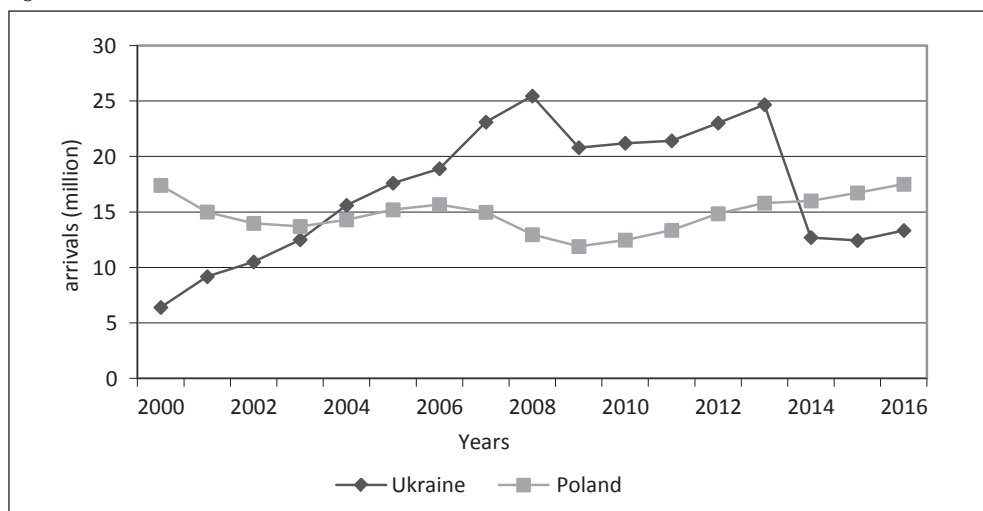
Source: UNWTO

Poland, with 17.5 million international tourist arrivals, and Ukraine (13.3 million) kept 15th and 23rd positions respectively in the ranking of the world's tourism destinations, as well as 10th and 14th positions respectively among European countries in 2016.

Since there has been the Russia's "hybrid war" in Ukraine during the last three years of research, which resulted in the annexation of Crimea and the occupation of Donbas, in addition to 2016, one more marker year should be selected, and it is the year 2013. In particular, this year, Ukraine significantly outpaced Poland in the number of arrivals (24.6 million) and ranked 13th in the world (9th among the countries of the UNWTO European region). Poland placed 16th in the world and 11th in Europe with 15.8 million international tourist arrivals.

Dynamics of inbound tourism in Ukraine and Poland were different. The tourist flows to Ukraine showed a stable growth during 2001–2008 with average annual increase of about 19%. The biggest one was fixed in 2001 (+43%). The number of international tourist arrivals in Ukraine has increased almost fourfold from 6.4 million in 2000 to 25.4 million in 2008 (Tab. 2, Fig. 1), when the largest number visitors is observed.

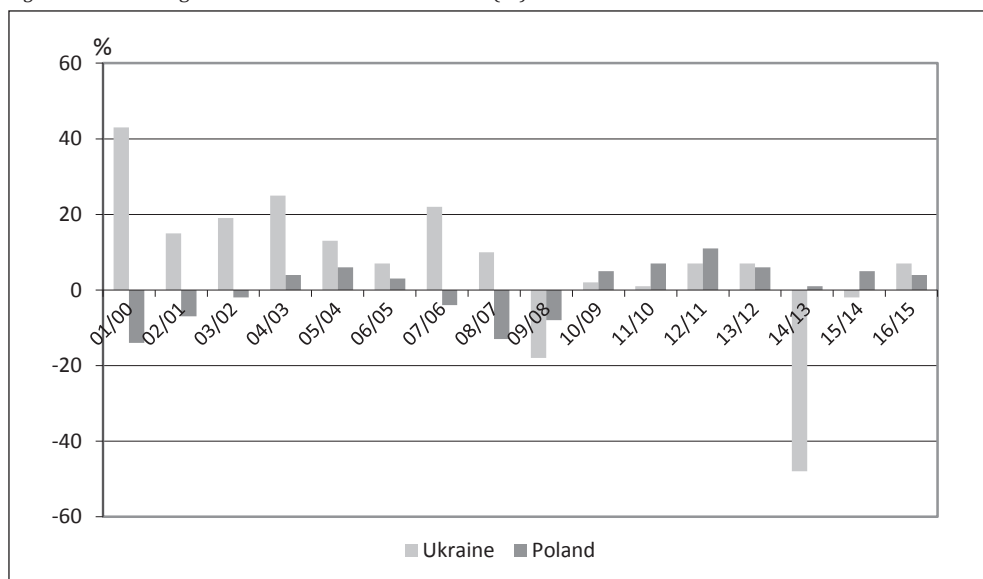
Fig. 1. International tourist arrivals



Source: UNWTO data

In 2009, for the first time in years of research, the annual change was negative (-18%), due to the global financial crisis. The largest reduction in inbound tourism flows was recorded in 2014, as a result of the beginning of military aggression in eastern Ukraine. Then the number of arrivals dropped to 12.7 million, which was twice less than in the previous year 2013. Despite the difficult security situation, political and economic circumstances in Ukraine, international arrivals were estimated to have increased by 7% in 2016 (Tab. 2, Fig. 2).

Fig. 2. Annual change of international tourist arrivals (%)



Source: own work based on UNWTO data

Regarding the dynamics of inbound tourism in Poland, from 2001 to 2009 there is an alternation of 3-year periods of contraction and growth of tourist flows. The most significant decrease in the number of arrivals occurred in 2001 (–14%) and, as it is seen in Figure 1, 2004 had become the turning-point for the first wave of negative trend. That was the year when Poland joined the EU (since May 1, 2004, citizens of all European Union countries – the members of European Economic Community Organization may stay in Poland without a visa) and right after that, the arrivals to Poland started to increase.

The biggest annual decline for the next wave of negative trend in dynamics of inbound tourism in Poland, which started in 2006, was fixed in 2008 (–13%) (Tab. 2, Fig. 2). 11.9 million was the minimum figure observed in 2009, due to the global financial crisis. Beginning in 2010, we note the steady increase in the number of arrivals. At the same time, in 2016, the maximum for the last 16 years was 17.5 million, which corresponds to the level of 2000.

Thus, in 2000 (at the beginning of the study period), in Poland, there were 2.7 times more arrivals than in Ukraine. However, as a result of the opposite trends in the development of inbound tourism (the decline of tourist flows in Poland and the increase in the number of arrivals in Ukraine), in 2004 the situation changed and during 2004–2013 both absolute number of arrivals and its growth in Ukraine were higher than those for Poland. At the same time, it should be noted that in 2009, an unfavorable year for tourism, in Ukraine there was a more marked decrease in the number of arrivals (–18%) than in Poland (–8%), that, by the way, was one of the countries whose economy showed growth at that time. In addition, the growth rate of arrivals in Poland (11%) in 2012 was higher than in Ukraine (7%). As you know, this year, the European Football Championship (Euro 2012) took place on the territory of two countries.

Analyzing volumes of inbound tourist flows, in addition to the absolute number and growth rates, it is necessary to point out relative values per capita. If population number is taken into account then the proportion of arrivals number to population quantity in 2013 comprises 0.54 arrivals per capita for Ukraine against 0.42 arrivals per capita for Poland, in 2016 – 0.29 and 0.46 respectively.

For better understanding of the tourist flow, it is necessary to analyze the arrivals' structure (Tab. 3).

Tab. 3. Structure of international tourist arrivals

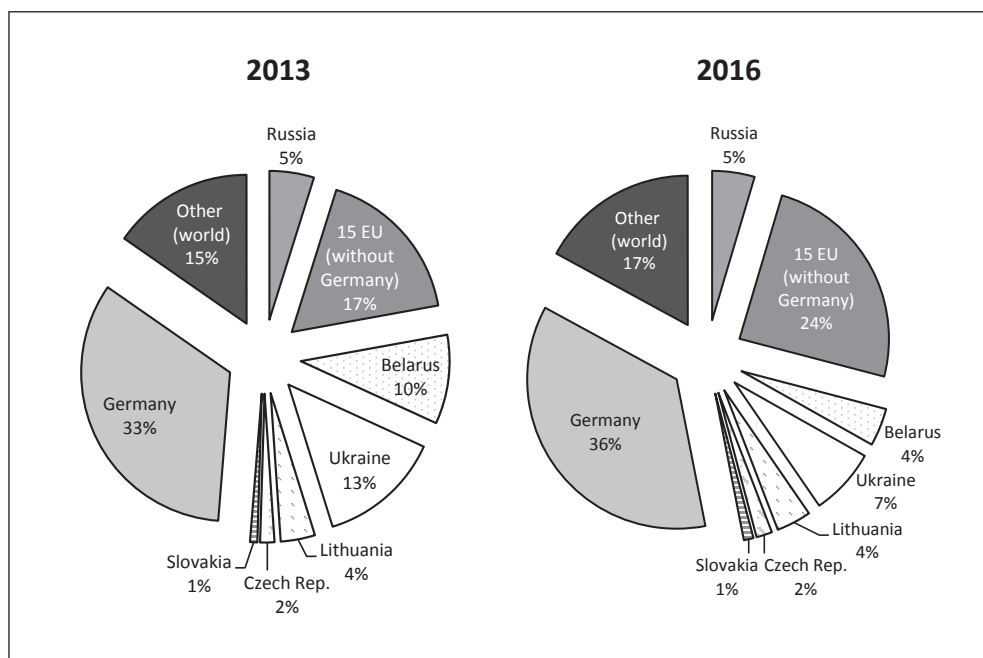
№	Countries of origin of tourists	2013		2016	
		arrivals (1,000)	share (%)	arrivals (1,000)	share (%)
International tourist arrivals to Poland					
1	Germany	5,280	33.4	6,289	36.0
2	Ukraine	2,110	13.4	1,265	7.2
3	Belarus	1,530	9.7	715	4.1
4	Russia	765	4.8	801	4.6
5	Lithuania	590	3.7	657	3.8
6	Czech Rep.	245	1.6	299	1.7
7	Slovakia	125	0.8	183	1.0
8	15 EU (without Germany)	2,735	17.3	4,279	24.5
9	Other (world)	2,420	15.3	2,983	17.1
	Total	15,800	100.0	17,471	100.0

№	Countries of origin of tourists	2013		2016	
		arrivals (1,000)	share (%)	arrivals (1,000)	share (%)
International tourist arrivals to Ukraine					
1	Russia	10,285	41.7	1,474	11.1
2	Moldova	5,418	22.0	4,296	32.2
3	Belarus	3,354	13.6	1,822	13.7
4	Poland	1,259	5.1	1,195	9.0
5	Romania	877	3.6	775	5.8
6	Hungary	771	3.1	1,270	9.5
7	Slovakia	424	1.7	411	3.1
8	Germany	253	1.0	171	1.3
9	Other (world)	2,030	8.2	1,919	14.4
	Total	24,671	100.0	13,333	100.0

Source: own work based on data from Central Statistical Office of Poland and State Statistics Service of Ukraine

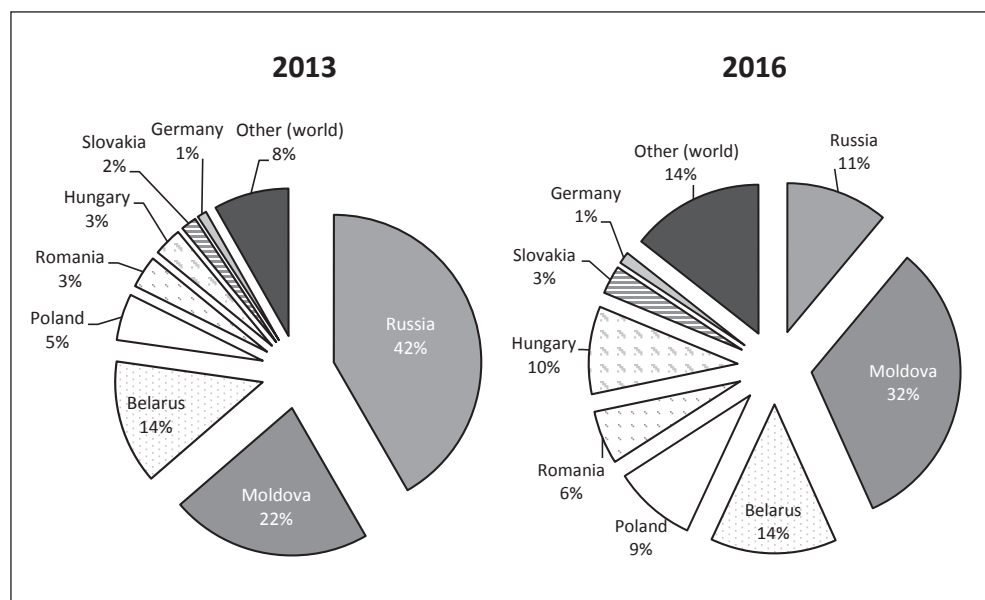
The structure of international tourist arrivals to Poland is much different than that to Ukraine (Fig. 3, Fig. 4). The majority of tourists arrives in Poland from Germany (33.4% in 2013). This country keeps second position in the ranking of the world's outbound tourism. The share of the German tourist departure in the world accounts for 6.8%. Germany, together with the other "Old European" countries (EU-15), provides more than half of the tourist arrivals (50.7%) to Poland (Fig. 3). Citizens of these countries spend on tourism much more than on average in the other world.

Fig. 3. Structure of international tourist arrivals in Poland



Source: own work based on data from the Central Statistical Office of Poland

Fig. 4. Structure of international tourist arrivals in Ukraine



Source: own work based on data from the State Statistics Service of Ukraine

Starting in 2004, i.e., the year of Poland's joining the EU, arrivals from the above-mentioned countries started to increase. The provision of visa-free regime in European Union countries and their citizens' interest in the new EU members may explain this situation. However, at the same time, a visa regime was put in for citizens of Russia, Ukraine and Belarus. And, though partly, owing to this, these countries' share in Poland inbound tourism permanently decreases. Therefore, in the structure of inbound tourism in Poland, an increase in the share of arrivals from the Old European countries (EU-15) from 45.8% in 2000 to 50.7% in 2013 (60.5% in 2016) and simultaneously reducing the impact of arrivals from the neighbours outside of the Schengen zone from 37.9% in 2000 to 27.9% in 2013 (15.9% in 2016) can be observed. The share of the new EU members in the inbound tourism in Poland is about 12%.

It should be noticed that the drop of the number of arrivals from Russia, Ukraine and Belarus, alongside with the decrease of the tourist visits of the EU-15, resulting from terrorist attacks on September, 11, 2001, followed by the Iraq War and stagnation of the world economics, caused the decrease of the total arrivals to Poland in 2000–2003.

The analysis of the structure of inbound tourist flows to Poland shows that today a significant place belongs to tourist exchanges with neighbouring countries. However, since 2004 there has been a tendency towards a decrease in their share. If in 2004 the share of arrivals from these countries amounted to 75.9%, then in 2013 – 67.4%, and in 2016 it is already 58.4%, which is mainly due to the decline of tourist flows from Ukraine (by 40% in comparison with 2013) and Belarus (by 53%) against the backdrop of an increase in the number of tourists from the other countries and in general, the increase in arrivals to Poland. Changes in the structure of inbound tourism over the study period were caused by the geopolitical changes that have broken existing international relations, by the complication of tourist formalities to enter Poland for

the citizens from the main tourism-generating countries outside of the Schengen zone, as well as in recent years by reason of the military events in Ukraine, which have an impact on the tourist movement in the region as a whole.

As for Ukraine, in the structure of inbound tourism in 2004–2013 the neighbouring countries traditionally accounted for 90–94% of the total volume of incoming tourist movement, while in the world in general, 50%. Ukraine has a visa-free regime for citizens of all neighbouring countries. For many years, tourists from Russia have taken the first place within the structure of inbound tourism and Russia has been a tourists supplying country, which can be explained by the large length of the border, the lack of visa controls, as well as close economic and historical relations with this country. However, since 2014, after the annexation of Crimea and the occupation of Donbas, the share of Russian tourists began to decrease. If in 2013 visitors from Russia made up 41.7%, then in 2016 – 11.1% and, in general, the third place after Moldova and Belarus (Tab. 3, Fig. 4). In absolute terms, the number of Russian tourists reduced 7 times, which caused some changes in the structure of inbound tourism and in 2016 the neighbouring exchanges made 84.3% from the total volume of international tourist flows.

During 2004–2008 tourists from Poland had the second largest share of arrivals to Ukraine. However, since 2009, the country has ranked 4th in the structure of inbound tourism, and in 2016 tourists from Poland took the 5th position, preceded by those from Moldova, Belarus, Russia, and Hungary. In general, the share of Polish tourists declined from the maximum of 21% in 2006 to 9% in 2016. In absolute terms, the number of visitors decreased 3.3 times. This may be due to the Poland's entering the Schengen area, and respectively the opening of the borders of its Member States to Polish citizens, and the increase of the tourist interest of the Poles to the tourism developed countries of Europe.

The increment of the arrivals from the EU is extremely needful for Ukraine, since average European tourist's expenditures are much higher than those from the former Soviet countries. Besides, it is also helpful in developing links with the EU, making integration a little closer.

Consequently, the structural analysis of inbound tourism of Ukraine and Poland showed the predominance of tourists from neighbouring countries. It seems interesting to find out if there are any features in such tourist flows.

Travels to neighbouring countries often cover areas nearby the state border and have the character of "diffusion". Tourist flows to neighbours may come within the Hagerstrand's statistical theory of movements, according to which those inhabitants of home country who live closer to state border would have more often visits to border regions of neighbouring country (Hagerstrand, 1970). In the structure of international tourism, the neighbouring countries that share a land border, can account for up to 80% of arrivals, and on average their share reaches 50%. At the same time, the number of neighbouring countries does not play a significant role, the more important here is the existence of a long land border.

Previously, in our study of tourist flows of 28 countries, mostly the EU (Korol, 2017), we observed that the fraction of the neighbouring country in the structure of tourist arrivals was often proportional to the share of the common land border with the country of destination. We assume that under otherwise equal conditions, the volumes of tourists' exchange between such countries are congruent with the length of common

land border. To test this assumption for neighbouring inbound tourist flows to Ukraine and Poland, the chi-square criterion (χ^2) was used, which is also called the criterion of independence, consistency and homogeneity. It is defined as:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Where O is the observed fraction, and E is the expected fraction.

The deviation between the observed and the expected fractions may be significant if caused by some factor, and also insignificant, which is due to random causes, then the consistency of the fractions is confirmed. To determine this, the calculated chi-square value is compared to the table's values for a given degrees of freedom. If the total value of χ^2 is more than the one in the table, then the discrepancy is not random, i.e. the consistency of fractions is not confirmed (Horkavyi, Yarova, 2004).

Thus, as a result of the performed analysis, the coherence between the share of arrivals from neighbours with the share of the common land border was observed only in Ukraine in 2013. Exceptions for both marker years for Poland and Ukraine in 2016 were explained. In particular, with regard to Ukraine in 2016, we note a marked divergence of shares in the case of Russia due to the sharp (repeated) reduction of visitors from this country (because of the deterioration of interstate relations in connection with the above-mentioned events) and the corresponding changes in the structure of inbound tourism in Ukraine (Tab. 4).

Tab. 4. The structure of tourist arrivals from neighbouring countries and the criterion χ^2

№	Countries of origin of tourists	The length of the land border		2013			2016		
		(km)	share (%)	arrivals (1000)	share (%)	χ^2	arrivals (1000)	share (%)	χ^2
Poland									
1	Germany	467	15.2	5,280	33.4	16.337	6,289	36.0	24.563
2	Ukraine	535	17.4	2,110	13.4	0.133	1,265	7.2	0.614
3	Belarus	418	13.6	1,530	9.7	0.017	715	4.1	1.433
4	Russia	210	6.8	765	4.8	0.006	801	4.6	0.059
5	Lithuania	104	3.4	590	3.7	0.413	657	3.8	0.780
6	Czech Rep.	796	25.9	245	1.6	13.582	299	1.7	11.197
7	Slovakia	541	17.6	125	0.8	9.879	183	1.0	7.935
	Total	3,071	100.0	10,645	67.4	40.367	10,209	58.4	46.581
Ukraine									
1	Russia	1,974	35.1	10,285	41.7	1.385	1,474	11.1	8.800
2	Moldova	1,222	21.7	5,418	22.0	0.133	4,296	32.2	4.238
3	Belarus	1,084	19.3	3,354	13.6	0.516	1,822	13.7	0.241
4	Poland	535	9.5	1,259	5.1	0.938	1,195	9.0	0.062
5	Romania	581	10.3	877	3.6	2.622	775	5.8	0.616
6	Hungary	137	2.4	771	3.1	0.170	1,270	9.5	5.562
7	Slovakia	98	1.7	424	1.7	0.008	411	3.1	0.684
	Total	5,631	100	22,388	90.7	5.771	11,243	84.3	20.204

Source: own work based on data from the Central Statistical Office of Poland and the State Statistics Service of Ukraine

Exceptions for inbound tourism in Poland relate to the tourists from Germany, the Czech Republic and Slovakia. Thus, the Germans account for a much higher percentage compared to the share of the common land border. At first glance, it is not clear why, for example, almost 2.5 times less tourists arrived in Poland from Ukraine than from Germany in 2013, while these countries have almost the same length of the land border with Poland (Tab. 4). This can only be explained by the fact that Germany is one of the world's foreign tourism market leader. In 2013, inhabitants of this country made 87.5 million departures, while Ukrainians travelled abroad considerably less – 23.7 million.

Proceeding from this, the share of arrivals from neighbours is influenced not only by the length of the common land border, but also by the volume of outbound tourism in the country of origin of tourists, which is measured by the number of departures.

In the case of the Czech Republic and Slovakia we note the opposite situation: there is a very low share of the tourist arrivals from these countries compared with the length of the common border with Poland. In particular, the Polish-Czech part accounts for almost 26% of the entire length of the border, but only 1.6% of tourist arrivals from the Czech Republic in 2013, the Polish-Slovakian part – 17.6% of the border line and 0.8% of tourist arrivals from Slovakia (Tab. 4). This inconsistency may be explained by the very significant prevalence of same-day visits. In particular, the share of tourists is 1.8% of all Czech arrivals to Poland (Janczak, Patelak, 2014: 34). The same share of the typical tourist arrivals is also observed from Slovakia. In addition, these countries are characterized by a small number of departures on the whole (Czech Republic – 5.3 million, Slovakia – 2.1 million).

INTERNATIONAL TOURISM RECEIPTS IN UKRAINE AND POLAND

According to UNWTO, the statistics of international inbound tourism include not only physical indicators (arrivals) but also cost ones (receipts). Statistics of tourism receipts include those in money equivalent (US\$), received by a country of destination from inbound tourism during a certain period of time (usually a year). Tourism receipts consist of visitors' expenditures. Among the most important items of inbound tourists' expenditures in the country of destination are: accommodation, food and drinks, internal transport and fuel, excursions, entertainment, shopping, etc. The latter parameter covers the receipts received from overnight and same-day visitors, which can be considerable if visitors from neighbouring countries who seek for beneficial goods and services are taken into account. These shopping tours may have a regular character, thus making same-day visitors a weighty source of receipts from inbound tourism.

Receipts from tourism exclude expenditures connected with transportation of inbound tourists by contracted companies from countries of their residence, or from the third countries. These expenditures comprise a separate category as International Transport Receipts. The share of this category in inbound tourists' expenditures is about 18% (UNWTO data).

Estimation of international tourism receipts by UNWTO in current prices distorts the true picture of this parameter's changes. Thus, the Consumer Price Index (CPI) seems to be adequate to show the real changes in the receipts from inbound tourism. The CPI inflation calculator uses the average Consumer Price Index for a given calendar year. These data represent changes in prices of all goods and services purchased for consumption by urban households (Tab. 5) (CPI Inflation Calculator).

Tab. 5. Consumer Price Index for US\$

Year	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
CPI	100	101.6	104.0	105.9	109.4	113.1	116.0	120.7	120.8

Year	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
CPI	124.1	126.0	129.7	132.0	133.9	135.0	135.9	138.8

Source: own work based on data from CPI Inflation Calculator https://www.bls.gov/data/inflation_calculator.htm

According to UNWTO data, the receipts from inbound tourism in current and constant prices in Ukraine and Poland are as follows (see Tab. 6, Fig. 5):

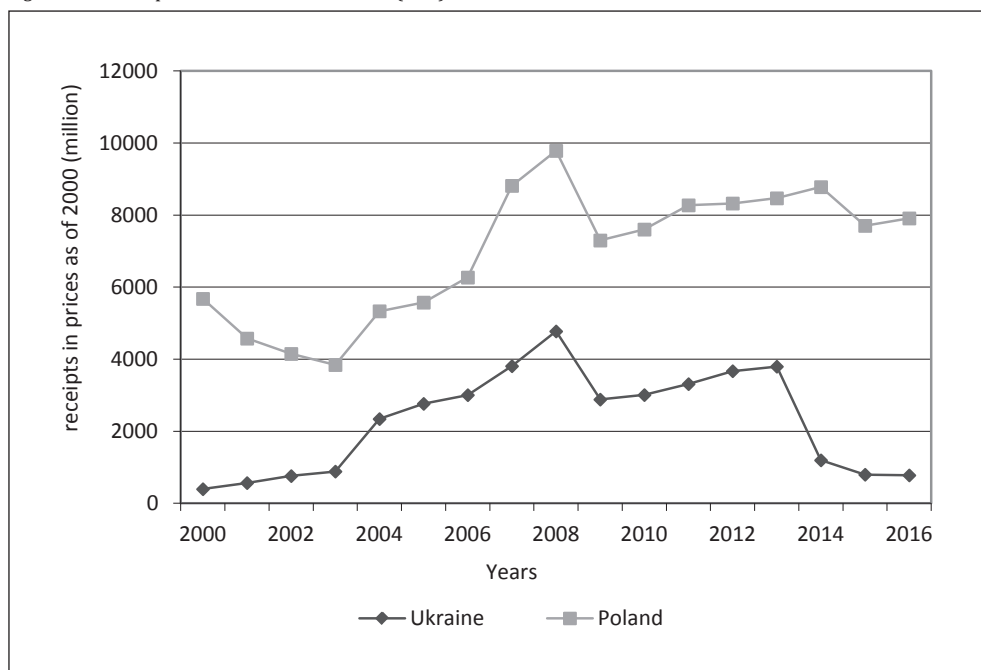
Tab. 6. Receipts from inbound tourism (million)

Year	Ukraine			Poland		
	Receipts (current US\$)	Real receipts in prices as of 2000 (US\$)		Receipts (current US\$)	Real receipts in prices as of 2000 (US\$)	
		(US\$)	Change (%)		(US\$)	Change (%)
2000	394	394	–	5,677	5,677	–
2001	573	564	+43	4,646	4,575	–19
2002	788	758	+34	4,314	4,149	–9
2003	935	883	+16	4,069	3,842	–7
2004	2,560	2,341	+165	5,833	5,333	+39
2005	3,125	2,763	+18	6,304	5,574	+4.5
2006	3,485	3,005	+9	7,271	6,269	+12.5
2007	4,597	3,808	+27	10,640	8,815	+41
2008	5,768	4,774	+25	11,824	9,786	+11
2009	3,576	2,881	–40	9,057	7,298	–25
2010	3,788	3,007	+4	9,576	7,602	+4
2011	4,294	3,311	+10	10,732	8,274	+9
2012	4,842	3,670	+11	10,985	8,325	+0.6
2013	5,083	3,795	+3	11,344	8,469	+2
2014	1,612	1,195	–69	11,848	8,780	+4
2015	1,082	796	–33	10,474	7,705	–12
2016	1,078	777	–2	10,977	7,911	+3

Source: own work based on UNWTO data

It is evident from data of Table 6 and Figure 5 that the receipts from inbound tourism were prevailing all this time in Poland. In 2000–2013, its average annual value was 2.6 times higher than that in Ukraine. However, this difference was decreasing from 14.4 times in 2000 to 2 times in 2005, yet since 2009, the gap has begun to increase slightly and the most noticeable it has become in the last 3 years (it reached 10.2 times in 2016). Such a big difference in receipts is caused by different structures of arrivals to Poland and Ukraine, and in the last 3 years, also by a significant decline in the number of arrivals as a result of armed hostilities in the East of Ukraine. As it is stated above, the majority of tourists arrive in Poland from the EU, where the population's welfare is on a higher level.

Fig. 5. Real receipts from inbound tourism (US\$)



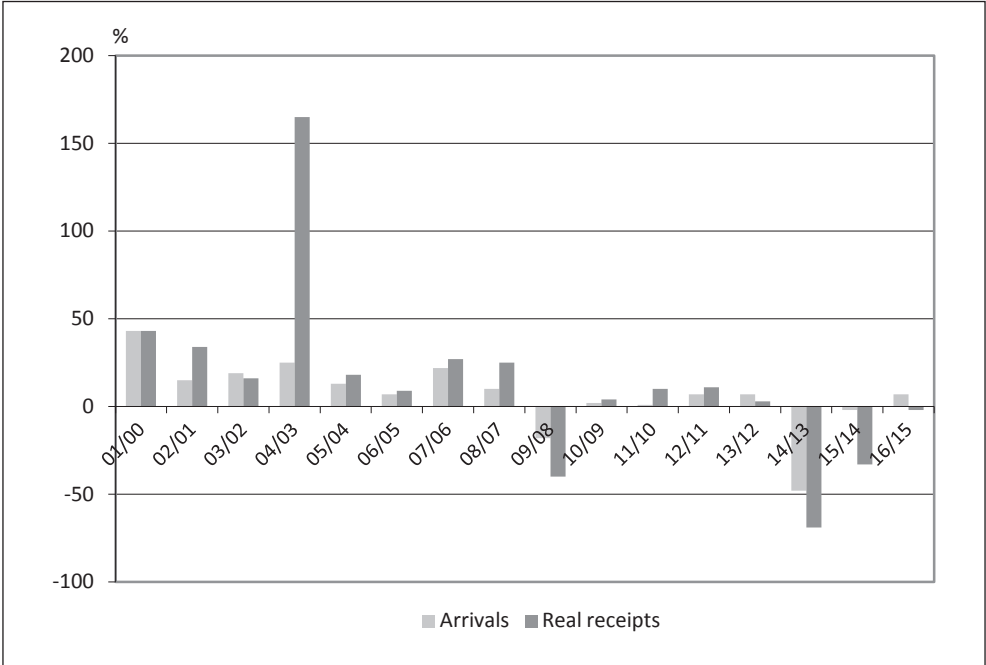
Source: own work based on UNWTO data

The receipts from inbound tourism depend on international tourist arrivals. In general, the directions of the annual changes of these parameters are similar, but their values are different (see Tab. 2 and Tab. 6).

Over the period 2001–2013 the moderate increment with slowing down annual change from +43% in 2001 to +3% in 2013 was observed in Ukraine with the exception of 2009, when the annual change was -40%. In 2004, the annual change was +165% without any serious reason. This fact can be explained by applying a different methodology for estimation of international tourism in Ukraine since December 2003. Despite an increase in arrivals by +7% in 2016, Ukraine recorded a 2% reduction in real receipts (see Tab. 2, Tab. 6, Fig. 6).

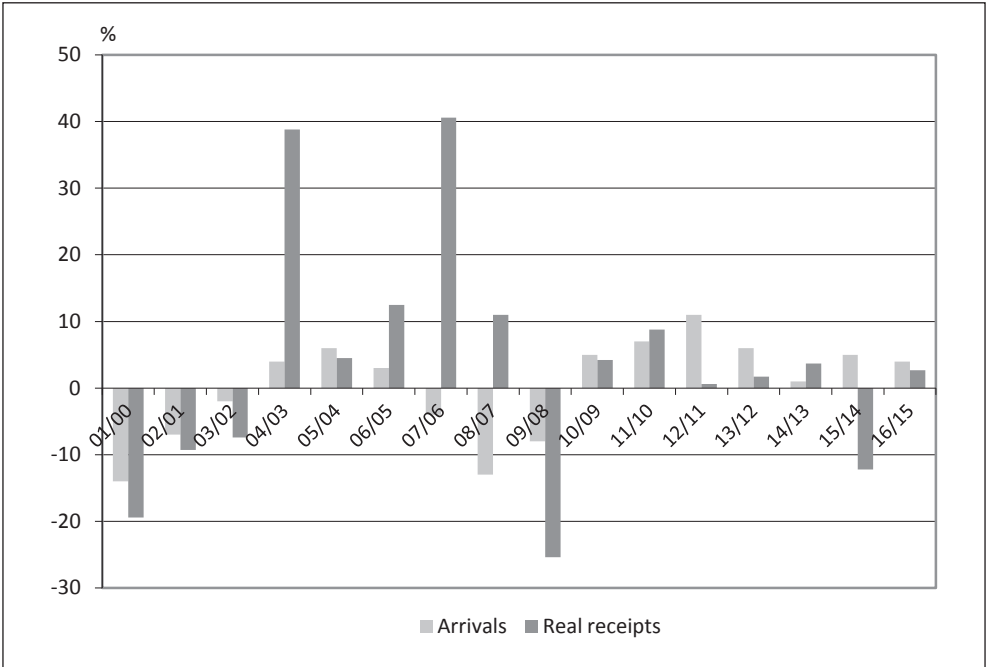
The decrease of receipts from inbound tourism in Poland from 2001 till 2003 was followed by a significant growth in 2004 (+39%), that is caused by the accession of Poland to the EU and cancelling visa regime for Europeans. For example, the increase of arrivals from Germany that year was about +16%, from 15 EU countries excluding Germany +9%. But, alongside with this increment in 2004, arrivals from new European countries (excluding Slovakia) and Russia, Ukraine, Belarus did not go up – on the contrary, their number dropped a little. Thus, due to the change of the structure of arrivals to Poland, the receipts from inbound tourism increased much more than number of the tourist visits to this country. It should be noted that in Poland in 2007–2008 and 2015 there was a revenue growth despite the decline in the number of arrivals (see Tab. 2, Tab. 6, Fig. 7).

Fig. 6. Annual changes of arrivals and real receipts from inbound tourism in Ukraine (%)



Source: own work based on UNWTO data

Fig. 7. Annual changes of arrivals and real receipts from inbound tourism in Poland (%)



Source: own work based on UNWTO data

PROFITABILITY OF INBOUND TOURISM IN UKRAINE AND POLAND

Having at disposal the data on the number of tourist arrivals and receipts, it is now easy to calculate the profitability of inbound tourism by dividing the latter parameter by the former one.

In 1995, UNWTO conducted a research concerning the profitability of tourism flow directions. The average figures there comprised US\$ 708 per arrival, though the sum was significantly different in different countries. Receipts from arrivals were lower in the countries (Canada, Mexico) which have common ground borders with the countries – principal tourist suppliers (the USA in this case), as well as in the socialist (or former socialist) countries (e.g., China). High level of receipts from arrivals is observed in countries located far from big seller's markets, in those having considerable customs obstacles, and being characterized by a high cost of life, or oriented towards tourists' elite (Aleksandrova, 2002: 53).

Profitability of inbound tourism in Ukraine in 2000 was estimated at a rate of US\$ 61 per arrival and US\$ 326 per arrival in Poland. In 2013, these figures, recalculated for the prices of 2000, gave values of US\$ 154 per arrival in Ukraine and US\$ 536 per arrival in Poland. Thus, profitability of inbound tourism in Poland was 3.5 times higher than that in Ukraine, since Poland, receiving less arrivals, has three and a half times as much tourism receipts. In 2016, real receipts amounted to US\$ 453 per arrival in Poland, which exceeded the similar indicator in Ukraine (US\$ 58 per arrival) by 7.8 times. In both Poland and Ukraine profitability of inbound tourism is less than that in Europe (US\$ 650 per arrival in 2013, US\$ 526 in 2016).

Such differences in the profitability of inbound tourism in Ukraine, Poland, and the European Union may be caused by several reasons. In particular, as a rule, the profitability of inbound tourism is lower in countries visited by tourists often, but not for long. This situation is due, above all, to the existence of an extended land border free of customs duty with the countries-suppliers of tourists. Especially common history and mental similarity, in particular linguistic resemblance, contribute to frequent trips. In such circumstances, especially in areas close to the border, an intensive tourism exchange will be formed. However, these trips will not last long and will be mostly independent. Many tourists will visit relatives abroad, who will partially take them on their financial maintenance. As a result, small receipts from inbound tourism will be divided into a significant number of arrivals, which will substantially reduce profitability.

This is the situation typical for Ukraine and Poland. In 2013, 90.7% of all foreign tourists in Ukraine and 67.4% in Poland came from neighbouring countries with which there are no customs barriers. Poland and Ukraine have common land borders with countries which are principal tourist suppliers for them (Germany for Poland and Russia for Ukraine). As a result, 74% of trips to Ukraine and 67% of trips to Poland are independent and have private or business purposes of visit. Many visitors, who arrive from neighbouring countries, seek for beneficial goods and services. Such trips are not durable and possess regular character, which significantly decreases receipts from one arrival. For example, the share of a tour with short time stay (1–3 nights) in 2013 in Poland was 57% (46.4% in 2016) (Janczak, Patelak, 2014: 40). It should be noted that, in 2016, the average length of stay of tourists in Poland increased significantly and increased to 6.2 nights compared with 4.5 nights in 2013. Unfortunately, there are no official data about the average length of stay in Ukraine.

It can also be assumed that receipts from one arrival will depend on how “expensive” the destination is. That is, receipts from inbound tourism per arrival will be higher in countries with higher specific consumption expenditures of residents. In particular, household final consumption expenditure per capita (current US\$) in Poland in 2013 amounted to US\$ 8398 (World Bank Open Data), which is almost three times higher than in Ukraine (US\$ 2880), and in 2016 the difference was already 5.4 times (Poland – US\$ 7255, Ukraine – US\$ 1338).

The profitability of inbound tourism can be influenced by the geography of arrivals, as, for example, German tourists will have the opportunity to spend in the destination more money than tourists from poorer countries. That is, the purchasing power of tourists can affect the size of their costs in the destination. This capacity is reflected by an indicator such as *specific tourism expenditures (per capita)* that are calculated for the country of origin of tourists. Since there may be a lot of such countries, we should limit to the Top 7 and compute these costs as weighted average by percentage of arrivals:

$$Exp_{top7} = \frac{Exp1W1 + Exp2W2.. + ExpnWn}{W1 + W2.. + Wn}$$

Where:

Exp_{top7} – the average weighed international tourism expenditures of the 7 top countries in the structure of tourist arrivals;

W_i – percentage of arrivals from the country of origin of tourists (i), $n=7$:

Exp_i – specific tourism expenditures (per capita) in the country of origin of tourists (i).

Therefore, in 2013, average weighted international tourism expenditures per capita by the countries of origin of tourists, who visited Poland, was equal to US\$ 703 per capita (current US\$), which was 2.9 times higher than that for Ukraine – US\$ 244. It is important that these expenditures for Ukraine are higher than receipts per arrival for this country (profitability of inbound tourism US\$ 206), which means that the tourism industry of Ukraine could receive more money from foreign tourists, but this surplus remains unused.

CONCLUSIONS

Poland and Ukraine kept 15th and 23rd positions in the ranking of the world's tourism destinations in 2016. During 2000–2013 the dynamics of tourist flows in Ukraine showed a stable growth of the inbound tourism (except in 2009, when world financial crisis it influenced negatively), whereas in Poland an alternation of periods of growth and decline in the number of arrivals was observed. Simultaneously in 2000 (at the beginning of the study period) in Poland there were 2.7 times more arrivals than in Ukraine. However, during 2004–2013 the situation changed to the opposite and both absolute number of arrivals and its increase in Ukraine were higher than those for Poland. In particular, in 2013, 1.6 times more arrivals were registered in Ukraine than in Poland. However, in 2014, when Russia annexed Crimea and occupied Donbas, there was a significant decline in inbound tourism, and, in 2016, 1.3 times less arrivals was recorded in Ukraine than in Poland.

Structural analysis of inbound tourism in Ukraine and Poland showed the prevalence of tourists from neighbouring countries. In particular, in Poland in 2016, 58.4% of tourist arrivals were from its neighbours, and 84.3% in Ukraine. It was assumed that the share of such arrivals could be consistent with the length of the common land border, which was confirmed only for Ukraine in 2013. In 2016, this consistency was distorted by the significant reduction of tourist flows from Russia, which, by 2014, was the main supplier of foreign tourists to Ukraine with an average share of 36%. Regarding Poland, the congruence of the share of tourist arrivals from neighbouring countries with the length of the common land border was distorted, first of all, by a large share of arrivals from Germany (36%), which can be explained by the extremely high international tourist activity of the Germans.

This above-mentioned structure of arrivals in these two countries affected their receipts from inbound tourism, all this time they were prevailing in Poland, in particular its average annual value for 2000–2013 was 2.6 times higher than that in Ukraine. In the last 3 years, the receipts gap has become even greater when, as a result of hostilities in Donbas, there has been a significant reduction in arrivals to Ukraine.

Low receipts predetermine low profitability of inbound tourism in Ukraine. In 2013 in Poland it was 3.5 times higher, and in 2016 it was 7.8 times higher than one in Ukraine. Such differences in the profitability of inbound tourism in Ukraine and Poland are caused by several reasons. Firstly, the geography of arrivals, that indicates the purchasing power of tourists and, accordingly, the size of their expenditures in the destination. As it is stated above, the majority of tourists arrive in Poland from the EU, where the population's welfare is on a higher level. Secondly, the profitability of inbound tourism is influenced by the standard of living in the destination, because tourist services, as well as other goods and services, tend to be more expensive in countries with higher specific consumption expenditures of residents.

References

- Aleksandrova, A.Yu. (2002). *Mezhdunarodnyi turizm [International tourism]*. Moscow: Aspect-Press [in Russian].
- Boniface, B., Cooper, C. (2009). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Hagerstrand, T. (1970). *What about people in regional science?* Lund: Springer – Verlag.
- Horkavyyi, V.K., Yarova, V.V. (2004). *Matematychna statystyka [Mathematical Statistics]*. Kyiv: VD "Profesional" [in Ukrainian].
- Janczak, K., Patelak, K. (2013). *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 roku. [Inbound tourism to Poland in 2013]*. Retrieved from <http://docplayer.pl/4885847-Katarzyna-janczak-krzysztof-patelak-zagraniczna-turystyka-przyjazdowa-do-polski-w-2013-roku.html> [in Polish].
- Korol, O. (2017). Impact of the geographical space's length on the distribution of international tourist flows. *Human Geography Journal*, 23(2), 98–107.
- Korol, O. (2017). Vplyv protyazhnosti heohrafichnoho prostoru na rozpodil mizhnarodnykh turystychnykh potokiv [Impact of the geographical space's length on the distribution of international tourist flows]. *Human Geography Journal*, 23(2), 98–107 [in Ukrainian].
- Liubitseva, O.O. (2003). *Rynek turystychnykh poslug [Market of tourist services]*. Kyiv: Alterpress [in Ukrainian].
- Williams, S. (2009). *Tourism geography: a new synthesis*. New York: Routledge.
- UNWTO Tourism Highlights (2001–2017). Retrieved from <http://www.unwto.org>
- <http://stat.gov.pl> – Central Statistical Office of Poland

www.ukrstat.gov.ua – *State Statistics Service of Ukraine*

www.unwto.org – *World Tourism Organization (UNWTO)*

https://www.bls.gov/data/inflation_calculator.htm – *CPI Inflation Calculator*

<https://data.worldbank.org> – *World Bank Open Data*

Oleksandr Korol, Ph.D. in Geography, Associate professor, Head of the Department of Geography and Management of Tourism, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University (Chernivtsi, Ukraine). Graduated from the Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. PhD degree thesis “Regional management in tourism” was defended at Taras Shevchenko Kyiv National University. Research interest: geography of tourism, international tourism flows, tourism marketing, guided tour service.

Address:

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

2 Kotsyubynskyi Str., 58012 Chernivtsi, Ukraine

e-mail: o.korol@chnu.edu.ua

Tetiana Skutar, Ph.D. in Geography, associate professor in the Department of Social Geography and Recreational Nature Management, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University (Chernivtsi, Ukraine). Author's research interests concern issues of international tourism, particularly in Ukraine. Academic interests also revolve around the research of tourist resources of the Chernivtsi region.

Address:

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

2 Kotsyubynskyi Str., 58012 Chernivtsi, Ukraine

e-mail: t.skutar@chnu.edu.ua

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	3
GRAŻYNA WĘGRZYN Innowacyjność gospodarek w kontekście zmian strukturalnych w zatrudnieniu i kształceniu	7
MARTA CZYŻEWSKA, ARKADIUSZ LEWICKI Badanie innowacyjności gospodarek Europy w latach 2010–2016 z wykorzystaniem informatycznych narzędzi doboru modelu, estymatorów i parametrów analizy danych	21
MACIEJ SMĘTKOWSKI, DOROTA CELIŃSKA-JANOWICZ Wybrane przestrzenne aspekty restrukturyzacji przemysłu w Europie Środkowo- -Wschodniej przed kryzysem gospodarczym 2008 roku	38
PAWEŁ CZAPLIŃSKI Przemiany w polskim przemyśle przetwórstwa rybnego	60
KRZYSZTOF SALA Przemysłowe wykorzystanie energii geotermalnej w Polsce na przykładzie geotermalnego zakładu ciepłowniczego w Bańskiej Niżnej	73
MIROSŁAW WÓJTOWICZ Rola przemysłu samochodowego w industrializacji i motoryzacji Wenezueli	83
ANDRZEJ SOCZÓWKA, IVAN RUDAKEVYCH Produkcja taboru tramwajowego i trolejbusowego na Ukrainie na tle sytuacji taborowej przedsiębiorstw	105
MARTA BOGUŚ, SŁAWOMIR DOROCKI Międzynarodowe korporacje biotechnologiczne i farmaceutyczne na świecie	129
KATARZYNA KOWALSKA Upowszechnianie praktyk CSR w ramach współpracy międzynarodowych korporacji z lokalnymi firmami kraju przyjmującego	142
KAROLINA KOZIOŁ, RAFAŁ PITERA Kredyt bankowy jako podstawa zewnętrznego finansowania małych i średnich przedsiębiorstw sektora usług	152
PAWEŁ NOWAK Wpływ zmian systemowych i prawnych na poprawę adekwatności produktów ubezpieczeniowych do potrzeb i wymagań klientów	164
JANINA PACH Formy i skutki niepłacenia i wyłudzenia zwrotu podatku w Polsce na wybranych przykładach	175
PAWEŁ KASPROWICZ Wykorzystanie technologii teleinformatycznej w sektorze publicznym jako czynnik wpływający na funkcjonowanie przedsiębiorstw	190
JOANNA DOMINIAK Poziom rozwoju nowoczesnych usług w Polsce. Ujęcie regionalne	204
JAN FAZLAGIĆ, ROBERT SKIKIEWICZ Analiza kształtowania się barier prowadzenia działalności w wybranych działach sektora usług w świetle zmian klimatu koniunktury w województwach Polski	216

JACEK PLUTA, ŁUKASZ DAMURSKI, JERZY ŁADYSZ, WAWRZYNIEC ZIPSER, MAGDALENA MAYER-WYDRA, AGNIESZKA KRIESEL Struktura potrzeb użytkowników lokalnych centrów usługowych w różnych kontekstach osadniczych. Studium porównawcze pl. I.L. Pereca we Wrocławiu i rynku w Siechnicach	229
ANNA IRENA SZYMAŃSKA Atrakcyjność centrów handlowych jako miejsc dokonywania zakupów i korzystania z oferty usługowej w opinii respondentów	245
MAGDALENA MAYER-WYDRA W kierunku normalizacji wyników badań o handlu detalicznym. Próba reklasyfikacji działalności handlowej.....	255
MAREK HENDEL Produkt obszaru recepcji turystycznej w odniesieniu do konsumpcji zrównoważonej w turystyce. Wstęp do dyskusji	278
ŁUKASZ GAWOR, PIOTR DOLNICKI Arctic Tourism Development with Regard to Legal Regulations and Environmental Protection.....	289
BARBARA KOWALCZYK, MARCIN OLSZEWSKI Znaczenie relacji z klientami w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw hotelarskich	299
MICHAŁ JASIŃSKI Nasycenie gospodarki turystyką a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego w małych rozwijających się państwach wyspiarskich	311
BOŻENA WÓJTOWICZ Zmiany w ruchu turystycznym Hawajów w latach 2005–2015.....	325
OLEKSANDR KOROL, TETIANA SKUTAR Comparative Analysis of International (Inbound) Tourism Development within Ukraine and Poland	338

CONTENTS

Introduction.....	5
GRAŻYNA WĘGRZYN	
Innovativeness of Economies in the Context of Structural Changes in Employment and Education.....	7
MARTA CZYŻEWSKA, ARKADIUSZ LEWICKI	
Research on the Innovation of European Economies in 2010–2016 Using IT Tools for Model Selection, Estimators and Data Analysis Parameters.....	21
MACIEJ SMĘTKOWSKI, DOROTA CELIŃSKA-JANOWICZ	
Selected Spatial Aspects of Industrial Restructuring in Central and Eastern European Countries in the Period before the 2008 Economic Crisis	38
PAWEŁ CZAPLIŃSKI	
Changes in Polish Fish Processing Industry	60
KRZYSZTOF SALA	
Industrial Use of Geothermal Energy in Poland Based on the Example of a Geothermal Heating Plant in Bańska Niżna	73
MIROŚLAW WÓJTOWICZ	
The Role of the Automotive Industry in the Development of Industrialization and Motorization in Venezuela	83
ANDRZEJ SOCZÓWKA, IVAN RUDAKEVYCH	
Production of Trams and Trolleybuses in Ukraine in the Aspect of Transport Companies Fleet Capability	105
MARTA BOGUŚ, SŁAWOMIR DOROCKI	
International Biotechnological and Pharmaceutical Corporations in the World.....	129
KATARZYNA KOWALSKA	
Dissemination of CSR Practices within the Framework of Cooperation Between International Corporations and Local Companies of the Host Country	142
KAROLINA KOZIOŁ, RAFAŁ PITERA	
Bank Loan as the Basis for External Financing of Small and Medium-Sized Enterprises in Services Sector	152
PAWEŁ NOWAK	
The Impact of System and Legal Changes on Improving the Adequacy of Insurance Products to the Consumer's Needs and Requirements	164
JANINA PACH	
Forms and Effects of Non-Payment and Tax Frauds in Poland Based on Selected Examples	175
PAWEŁ KASPROWICZ	
Use of ICT in Public Sector as the Factor Affecting Companies' Performance	190
JOANNA DOMINIAK	
The Level of Modern Services Development in Poland. Regional Approach	204
JAN FAZLAGIĆ, ROBERT SKIKIEWICZ	
Analysis of Barriers to Economic Activity Shaping in Selected Branches of the Services Sector in the Light of the Business Climate Changes in Polish Regions.....	216

JACEK PLUTA, ŁUKASZ DAMURSKI, JERZY ŁADYSZ, WAWRZYNIEC ZIPSER, MAGDALENA MAYER-WYDRA, AGNIESZKA KRIESEL The Structure of Users' Needs in Local Service Centres in Urban and Suburban Settlements. Comparative Study of I.L. Pereca Square in Wrocław and Siechnice Main Square (Poland).....	229
ANNA IRENA SZYMAŃSKA Attractiveness of Shopping Malls as the Places of Purchasing and Services Use in the Opinion of Respondents.....	245
MAGDALENA MAYER-WYDRA Retail Reclassification as an Important Step in Normalisation Process in Retail Studies	255
MAREK HENDEL Tourism Destination Product in Reference to Sustainable Consumption in Tourism. Introduction to a Discussion.....	278
ŁUKASZ GAWOR, PIOTR DOLNICKI Arctic Tourism Development with Regard to Legal Regulations and Environmental Protection.....	289
BARBARA KOWALCZYK, MARCIN OLSZEWSKI The Role of Relations with Customers in the Innovative Activities of Hotel Companies.....	299
MICHAŁ JASIŃSKI Tourism Penetration and the Socio-Economic Development Level of Small Island Developing States.....	311
BOŻENA WÓJTOWICZ Changes in the Tourist Flows in the Hawaiian Islands in the Period of 2005–2015.....	325
OLEKSANDR KOROL, TETIANA SKUTAR Comparative Analysis of International (Inbound) Tourism Development within Ukraine and Poland.....	338

