

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu

**Polska 2020 – perspektywa
dla gospodarki, społeczeństwa i kultury**

pod redakcją
Marka Reichela
Judyty Witowskiej

Nowy Sącz, 2016

Redaktor Naukowy

doc. dr Marek Reichel
mgr Judyta Witowska

Redaktor Wydania

prof. dr hab. Tadeusz Kudłacz

Recenzja

prof. dr hab. Zygmunt Szymła

Redaktor językowy i techniczny

dr Tamara Bolanowska-Bobrek

© Copyright by Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu
Nowy Sącz 2016

ISBN 978-83-63196-89-9

Wydawca

Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu
ul. Staszica 1, 33-300 Nowy Sącz
tel. 18 443 45 45, e-mail: briw@pwsz-ns.edu.pl

Adres Redakcji

Nowy Sącz 33-300, ul. Staszica 1
tel. +48 18 443 45 45, e-mail: tbolanowska@pwsz-ns.edu.pl

Druk

Wydawnictwo i drukarnia NOVA SANDEC s.c.
Mariusz Kałyniuk, Roman Kałyniuk
33-300 Nowy Sącz, ul. Lwowska 143
tel. 18 547 45 45, e-mail: biuro@novasandec.pl

Spis treści

Słowo od Redaktorów	5
---------------------------	---

CZEŚĆ I. POLSKA GOSPODARKA – WYZWANIA, SZANSE, ZAGROŻENIA, PERSPEKTYWY ROZWOJU

Justyna MAKUCH

Polska gospodarka – perspektywy rozwoju w aspekcie nowego podziału funduszy z Unii Europejskiej	8
---	---

Józefina KRÓL

Analiza rozwoju gospodarczego Polski z punktu widzenia konkurencyjności gospodarki	14
--	----

Bartłomiej KASZYK

Wyczerpujące się rezerwy wzrostu gospodarczego w Polsce. Jak temu zaradzić?	23
---	----

CZEŚĆ II. INNOWACYJNOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ POLSKICH MIAST ORAZ REGIONÓW W KONTEKŚCIE MARKETINGU TERYTORIALNEGO. INNOWACYJNOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW

Ewelina MOKRZYCKA, Michał CHODOREK

Kultura innowacyjności w skutecznej polityce innowacyjnej	34
---	----

Gabriela ALIBOŹEK, Iwona KLUZA

Przyszłość rolnictwa miejskiego w Polsce w aspekcie gospodarczym, społecznym i kulturowym	43
---	----

Karolina MICHALCEWICZ

Od zera do milionera – czyli o rozwoju firm	53
---	----

Kamila FRĄCKOWIAK

Kontrola pracy z perspektywy pracowników	60
--	----

CZĘŚĆ III. TOŻSAMOŚĆ KULTUROWA A PROCESY GLOBALIZACYJNE

Apolonia KUC

Działalność Festiwalu Kultury Żydowskiej na krakowskim Kazimierzu –
kulturalna perspektywa dla Krakowa 2020 70

Grzegorz MICHALIK

Konsumpcjonizm – między racjonalnością a magią 75

Iwona FIRLEJ, Monika RADZIK, Barbara SORA

Różnice kulturowe a globalizacja 83

Lidia BARŁOGA, Michał CYBUSKI, Arkadiusz LIWAK, Angelika URBANIAK

Rozwój mediów społecznościowych w Polsce – perspektywy i szanse dla komunikacji
wśród społeczności akademickiej 87

Anna ŁYSIAK

Social media – nowe narzędzie promocji firm 94

Rafał Paweł GRABSKI

Bieganie w maratonach – chwilowa moda czy trwały trend? 102

CZĘŚĆ IV. POLSKA 2020 – JAKIM BĘDZIEMY SPOŁECZEŃSTWEM?

Kinga SZMIGIEL, Natalia SKOWRON, Mateusz KUBICKI

Prognoza zmian demograficznych liczby ludności w województwach Polski Wschodniej
w latach 2013-2020 114

Ewelina KASALIK, Kinga KLAG

Projekt „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce” – szansą wzmocnienia
kompetencji zawodowych społeczeństwa województwa małopolskiego 124

Sebastian KAMIŃSKI, Łukasz DREŹEK, Mateusz DREŹEK

Perspektywa wykorzystania biomasy w Polsce 134

Mateusz ŚCISŁOWSKI, Albin BACHAN, Ewa SIEMIANOWSKA

Perspektywy wykorzystania owadów jako źródła pożywienia – korzyści ekonomiczne i ekologiczne 144

Justyna HELT

Działalność gospodarstw ogrodniczych specjalizujących się w uprawie pomidora w Polsce
– stan i perspektywy rozwoju 152

Agnieszka BARSZCZ, Jakub SZYMAŃSKI

Wyzwania dla polskiej gospodarki stawowej w świetle Ramowej Dyrektywy Wodnej 160

Łukasz GÓRSZCZYK

Kluczowe dokumenty dla Polski w perspektywie 2020 163

Słowo od Redaktorów

Powszechnie dokonywane podsumowania i oceny polskiej gospodarki, wynikające z obchodzenia okrągłych rocznic (m.in. 10-lecia akcesji Polski do Unii Europejskiej czy 25-lecia gospodarki wolnokonkurencyjnej), umożliwiły stwierdzenie, że nasz kraj jest ważnym elementem globalnego i europejskiego systemu gospodarczego, a jednocześnie skłoniły do refleksji na temat najbliższej przyszłości Polski oraz wyzwań, którym będziemy musieli sprostać.

Formą debaty na temat przyszłości Polski jest niniejsza publikacja. Autorami opracowań są studenci i opiekunowie kół naukowych, biorący udział w XII Ogólnopolskiej Konferencji Kół Naukowych pt. „Polska 2020 – perspektywa dla gospodarki, społeczeństwa i kultury”, zorganizowanej przez Koło Naukowe Rozwoju Regionalnego oraz Koło Naukowe „Marketer”, działające w Instytucie Ekonomicznym Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu. Podczas rozważań zidentyfikowano i wyeksponowano cztery płaszczyzny, którymi odpowiednio zostały zatytułowane poszczególne rozdziały publikacji.

W części I., w ramach prowadzonej debaty na temat przyszłości Polski, starano się ocenić poziom polskiej gospodarki, wskazując zarówno na szanse i zagrożenia, jak również na perspektywy rozwoju, jakie przed nią stoją.

W rozdziale II. Autorzy dokonali analizy innowacyjności i konkurencyjności polskich miast oraz regionów w kontekście marketingu terytorialnego. Próbowano też odpowiedzieć na pytanie, czy polskie przedsiębiorstwa są innowacyjne i konkurencyjne?

W części III. zwrócona została uwaga na procesy globalizacyjne i ich wpływ na umiejętność zachowania tożsamości kulturowej.

W ostatniej – IV. – części dokonano oceny sytuacji demograficznej Polski, która w istotny sposób determinuje rozwój gospodarczy kraju. Z tego też względu tak ważna, na koniec, była próba odpowiedzi na pytanie, jakim społeczeństwem będziemy w 2020 roku?

doc. dr Marek Reichel
mgr Judyta Witowska

CZEŚĆ I.
POLSKA GOSPODARKA –
WYZWANIA, SZANSE, ZAGROŻENIA, PERSPEKTYWY ROZWOJU

Justyna MAKUCH
Uniwersytet Rzeszowski

POLSKA GOSPODARKA – PERSPEKTYWY ROZWOJU W ASPEKTCIE NOWEGO PODZIAŁU FUNDUSZY Z UNII EUROPEJSKIEJ

Wstęp

Od momentu przystąpienia do Unii Europejskiej, Polska skorzystała już z funduszy unijnych, dzięki którym w znaczny sposób zwiększyła swoją konkurencyjność.

W dalszym ciągu spełniane są cele, jakie założono w początkowym okresie reformy z 1988 roku. Określane były one priorytetami, które podlegały ewolucji w związku z dużą dynamiką procesów rozwojowych. Generalnie dzielą się one na cele regionalne oraz horyzontalne, związane ze wspieraniem określonych społeczności w całej UE. Cele polityki regionalnej były modyfikowane w perspektywach: 1988-1992, 1993-1999, 2000-2006, 2007-2013 i 2014-2020. Wspólnie z pozostałymi krajami Polska dąży do realizacji strategii „Europa 2020”, co pozwoli na realizację pięciu celów w zakresie zatrudnienia, innowacji, edukacji, włączenia społecznego oraz zmian klimatu czy też energii.

Celem niniejszego artykułu jest pokazanie istotności funduszy pochodzących z Unii Europejskiej dla rozwoju Polski w latach 2014-2020 oraz wskazanie kierunków, w których będą one wykorzystywane.

1. Tło historyczne

Polska ze względu na swoją historię miała utrudnione możliwości gospodarczego rozwoju. Po II wojnie światowej znalazła się w strefie wpływów radzieckich i zmuszona została do wprowadzenia systemu gospodarki planowanej centralnie – realnego socjalizmu.

Dzięki przemianom społeczno-gospodarczym od 1989 roku wiele aspektów funkcjonowania kraju zaczęło się zmieniać. Po obradach Okrągłego Stołu przeprowadzono częściowo wolne wybory, wybrano nowego premiera (T. Mazowieckiego) oraz ministra finansów (L. Balcerowicza). Działania rządu doprowadziły do wprowadzenia w Polsce systemu wolnorynkowego, gdzie podmioty prowadzące własną działalność gospodarczą stały się jego integralną częścią. W 2004 roku, kiedy Polska została członkiem Unii Europejskiej, trudno było przewidzieć bilans korzyści i strat. Rozważano różne aspekty, ale po 10 latach funkcjonowania Polski w strukturach UE można niewątpliwie stwierdzić, że wejście do Wspólnoty było słuszną decyzją.

2. Szanse i zagrożenia dla rozwoju

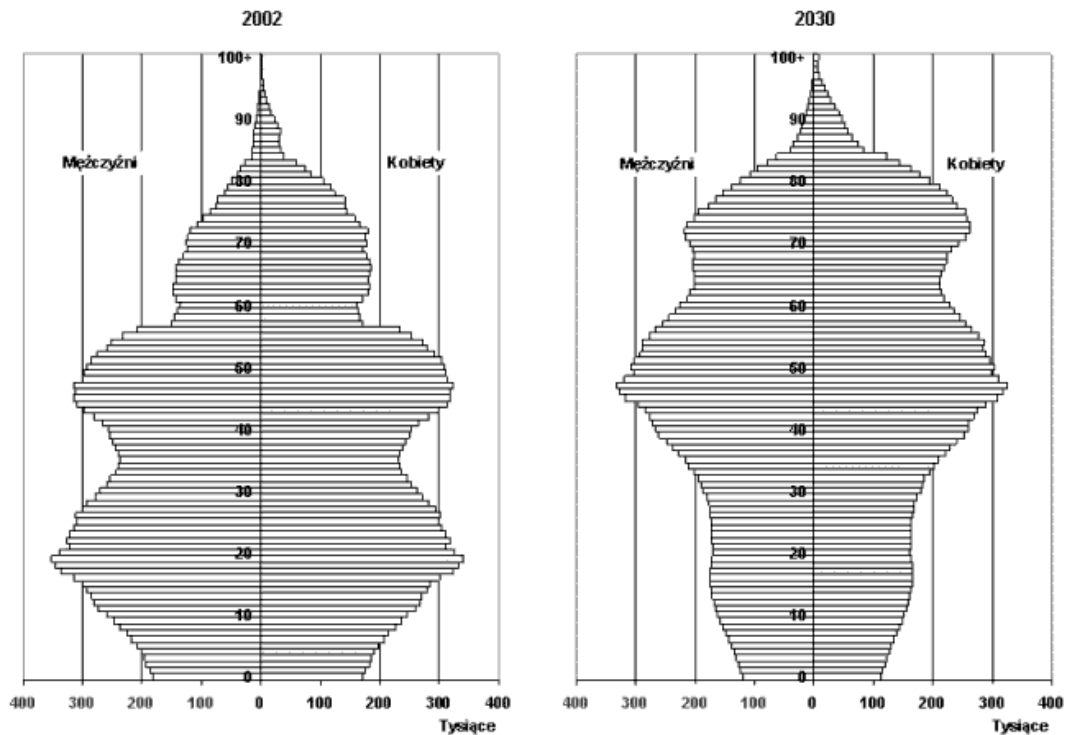
Omawiając szanse dla rozwoju, należy zwrócić przede wszystkim uwagę na atrakcyjność inwestycyjną Polski.

Pomimo dużego udziału osób pracujących w rolnictwie w 2005 roku, kraj jest postrzegany jako korzystne miejsce do ulokowania środków inwestycyjnych, czego dowodzi chociażby ranking atrakcyjności inwestycyjnej w 2013 roku, w którym Polska uplasowała się na wysokim – 18. – miejscu. Według danych BAEL (Badanie Aktywności Ekonomicznej Ludności), odsetek ludzi pracujących właśnie w rolnictwie wynosi 16,5%, a według Głównego Urzędu Statystycznego – 14,7% (Czapiewski, 2010). Różnice te wynikają z niejednoznaczności terminu „osoba pracująca w rolnictwie”. Przy tworzeniu przywołanego

rankingu brane były pod uwagę przede wszystkim trzy podstawowe czynniki, które wpływają na sukces inwestycji zagranicznych: wzrost wartości aktywów, zachowanie tej wartości oraz łatwość wytransferowania zysków ze sprzedaży aktywów do własnego kraju. Sporządzony ranking obejmuje 5-letnią perspektywę inwestycyjną.

W przyciąganiu inwestorów pomaga też jeden z najwyższych w Europie współczynnik kształcenia młodzieży na poziomie wyższym, co pozwala potencjalnym pracodawcom na względnie szybkie znalezienie wysoko wykwalifikowanych pracowników.

Zagrożenia dla rozwoju Polski w najbliższym czasie płyną z procesów demograficznych. Związane jest to przede wszystkim z procesami starzenia się społeczeństwa. Polska odznacza się jednym z najniższych wskaźników dzietności, co spowoduje w przyszłości znaczne zmiany w strukturze demograficznej, tzn. będzie więcej osób w wieku poprodukcyjnym, a mniej w przedprodukcyjnym i produkcyjnym. Zakłada się, że współczynnik dzietności powinien wynosić 2,10-2,15, gdyż określany jest on poziomem zapewniającym zastępowalność pokoleń.



Rysunek 1. Ludność według płci oraz wieku w latach 2002 i 2030.

Źródło: *Prognoza ludności na lata 2003-2030* (s. 16), Główny Urząd Statystyczny, Rządowa Rada Ludności, Komitet Nauk Demograficznych Polskiej Akademii Nauk, 2003. Pobrane z: [www.fundusze-strukturalne.gov.pl/informator/npr2/prognozy/Prognoza%20ludnosci%20na%20lata%202003+2030%20\(GUS\).pdf](http://www.fundusze-strukturalne.gov.pl/informator/npr2/prognozy/Prognoza%20ludnosci%20na%20lata%202003+2030%20(GUS).pdf) (dostęp: 22.03.2004).

W Polsce poziom ten wynosi 1,3 (według danych Banku Światowego). Do 2030 roku średni wiek mieszkańca Polski (obecnie ok. 37 lat) wzrośnie do ponad 45 lat, z tendencją do dalszego wzrostu. Prognoza struktury demograficznej została przedstawiona na rysunku 1.

W ciągu najbliższych 6 lat, w nowej perspektywie pozyskania funduszy pochodzących z Unii Europejskiej, Polska ma szansę na wyrównanie luki rozwojowej w stosunku do wyżej rozwiniętych krajów UE. Należy wykorzystać tę szansę jak najlepiej, ponieważ już po roku 2020 nie będziemy otrzymywać takich środków na inwestycje jak do tej pory.

W przyszłości należy w dalszym ciągu kontynuować rozbudowę infrastruktury drogowej. Budowa kolejnych odcinków dróg szybkiego ruchu to ogromne możliwości pozyskiwania inwestorów. Plany budowy autostrad zostały uwzględnione do roku 2041, a większość inwestycji zostanie przeprowadzonych we wschodniej części kraju. Szczegółowy plan rozbudowy dróg szybkiego ruchu prezentuje rysunek 2.



Rysunek 2. Plan budowy autostrad w Polsce do 2041 roku.

Źródło: Nowa mapa autostrad w Polsce 2015. Plany się zmieniły, M. Nowak, 2015. Pobrane z: www.marcinnowak.eu/2011/06/24/mapa-autostrady-w-polsce-drogiexpresowe/ (dostęp: 24.06.2011).

Należy wspomnieć, że istotnym wyzwaniem dla przyszłości Polski jest członkostwo w unii walutowej, które przy sprzyjających warunkach – przy ustabilizowaniu sytuacji w krajach strefy euro i korzystnym kursie przeliczeniowym złotego na euro – może zdynamizować rozwój polskiego eksportu.

3. Strategia „Europa 2020”

„Europa 2020” to unijna strategia rozwoju, mająca dać istotne wyniki na koniec obecnego okresu programowania. W zmieniającym się świecie UE potrzebna jest inteligentna i zrównoważona gospodarka, sprzyjająca włączeniu społecznemu. Równoległa praca nad tymi trzema priorytetami powinna pomóc Unii i państwom członkowskim w uzyskaniu wzrostu zatrudnienia oraz zwiększeniu produktywności i spójności społecznej.

Unia wyznaczyła sobie konkretny plan, obejmujący pięć celów w zakresie: zatrudnienia, innowacji, edukacji, włączenia społecznego oraz zmian klimatu/energii – które należy osiągnąć do 2020 roku. W każdym z tych obszarów wszystkie państwa członkowskie określiły z kolei własne cele krajowe. Konkretnie działania na poziomie zarówno unijnym, jak też krajowym wzmacniają realizację strategii (Komisja Europejska, 2010).

4. Fundusze Europejskie na lata 2014-2020

Wysokość wsparcia z funduszy europejskich w obecnym okresie programowania jest niewątpliwie imponująca. Polska otrzyma 82,5 mld euro na lata 2014-2020 z funduszy polityki spójności. Na wysokość wsparcia składa się:

- ok. 76,9 mld euro dostępnych w programach operacyjnych, w tym ponad 252 mln euro na wsparcie bezrobotnej i nieuczącej się młodzieży;
- ok. 700 mln euro dostępnych w programach Europejskiej Współpracy Terytorialnej;
- 4,1 mld euro na projekty infrastrukturalne o znaczeniu europejskim w obszarze transportu, energetyki i technologii informacyjnych w ramach instrumentu „Łącząc Europę”;
- ok. 473 mln euro z Europejskiego Funduszu Pomocy Najbardziej Potrzebującym (FEAD) na programy, które zapewnią żywność dla osób najbardziej potrzebujących oraz odzież i inne podstawowe artykuły osobom bezdomnym oraz dzieciom w trudnej sytuacji materialnej;
- ok. 287 mln z zarządzanej przez KE ogólnej puli przeznaczony na pomoc techniczną;
- ok. 71 mln euro na działania innowacyjne związane z rozwojem obszarów miejskich.

Zasoby finansowe można zainwestować w przyszłości m.in. w badania naukowe i ich komercjalizację, kluczowe połączenia drogowe (autostrady, drogi ekspresowe), rozwój przedsiębiorczości, transport przyjazny środowisku (kolej, transport publiczny), cyfryzację kraju (szerokopasmowy dostęp do Internetu, e-usługi administracji) czy aktywizację zawodową i we włączenie społeczne.

Krajowe Programy Operacyjne

W latach 2014-2020 fundusze polityki spójności zostaną zainwestowane poprzez sześć krajowych programów operacyjnych, w tym jeden ponadregionalny dla województw Polski Wschodniej. Programami krajowymi zarządzać będzie minister właściwy ds. rozwoju regionalnego.

Umowa Partnerska

Umowa Partnerstwa została zatwierdzona przez Komisję Europejską w maju 2014 roku. Jest to jeden z najważniejszych dokumentów, determinujący kierunki inwestowania nowego podziału środków europejskich w Polsce. Według Umowy Partnerstwa środki zostaną zainwestowane w te obszary, które w największym stopniu spowodują rozwój naszego kraju, m.in.:

- zwiększenie konkurencyjności gospodarki;
- poprawa spójności społecznej i terytorialnej kraju;
- podnoszenie sprawności i efektywności państwa.

Nowością jest ujęcie w jednym dokumencie, w celu lepszej koordynacji, funduszy polityki spójności, Wspólnej Polityki Rolnej oraz Wspólnej Polityki Rybołówstwa.

Nadal największe inwestycje dotyczyć będą infrastruktury transportowej (drogowej i kolejowej), a także innowacyjności oraz wsparcia przedsiębiorców. Dzięki szerszej ofercie zwrotnych instrumentów finansowych (m.in. pożyczek, poręczeń) będzie można wesprzeć więcej projektów realizowanych przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Nadal finansowane będą inwestycje w ochronę środowiska i energetykę, ale także w projekty m.in. z dziedziny kultury, zatrudnienia, edukacji czy przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu.

Regionalne Programy Operacyjne

W latach 2014-2020 samorządy województw będą zarządzać ok. 40% funduszy polityki spójności – **31,28 mld euro**, które zainwestują poprzez Regionalne Programy Operacyjne (Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, 2014).

Perspektywy dla gospodarki Polski przedstawiła również E. Bieńkowska (do 2014 roku wicepremier oraz minister infrastruktury i rozwoju, a obecnie Europejski Komisarz ds. Rynku Wewnętrznego i Usług) podczas Wrocław Global Forum w 2014 roku. Od czasu przemian gospodarczych w naszym kraju, po 25 latach, po analizie makroekonomicznego rozwoju został wybrany cel, do którego Polska będzie zmierzać. Zakłada on, że docelowo do roku 2030 Polska będzie się znacznie szybciej rozwijała niż kraje Europy Zachodniej. E. Bieńkowska w swojej wypowiedzi zaznaczyła konieczność dalszego rozwijania i nieutrącenia szans, które Polska otrzymała w ostatnim ćwierćwieczu. „Dziś przestajemy być krajem, w którym jednym z instrumentów wzrostu gospodarczego jest tania siła robocza (...). Do 2020 r. czeka nas kolejny krok modernizacyjny, który sprawi, że Polska gospodarka stanie się bardziej konkurencyjna” (Gazeta Wyborcza, 2014).

Podsumowanie

Reasumując, nowe rozdanie funduszy na lata 2014-2020 będzie po raz ostatni w takim dużym stopniu wsparciem pochodzącym z planu finansowego Unii Europejskiej.

Korzystnie należy ocenić to, że środki z funduszy unijnych mają być rozdzielane do dziedzin, które wciąż stanowią słabą stronę polskiej gospodarki, a które równocześnie są fundamentem budowania konkurencyjnej gospodarki. Można więc przypuszczać, że fundusze UE powinny przyczynić się do wzmacniania konkurencyjności polskiej gospodarki.

Streszczenie

Artykuł charakteryzuje perspektywę finansową Unii Europejskiej na lata 2014-2020. Skoncentrowano się w nim na przedstawieniu wielkości alokacji i kierunków jej wykorzystania. Omawiane zagadnienia poruszono w kontekście strategii „Europa 2020”, której realizacja niewątpliwie przyczyni się do wzrostu konkurencyjności polskiej gospodarki.

Summary

The article presents the financial perspective of the European Union in 2014-2020. The value of allocation and its application directions were emphasised. The issues were discussed with reference to the „Europe 2020” strategy of which implementation will undoubtedly increase the competitiveness of the economy of Poland.

Bibliografia

- Czapiewski, K. (2010). Ludność rolnicza. W: J. Brański (red.), *Atlas rolnictwa Polski* (s. 38). Warszawa: PAN IGiPZ.
- Gazeta Wyborcza. (2014). *Bieńkowska: przez 25 lat udało się stworzyć stabilne ramy rozwoju*. Pobrane z: www.wyborcza.pl/1,91446,16107230,Bienkowska_przez_25_lat_udalo_sie_stworzyc_stabilne.html.
- Główny Urząd Statystyczny, Rządowa Rada Ludności, Komitet Nauk Demograficznych Polskiej Akademii Nauk. (2003). *Prognoza ludności na lata 2003-2030*. Pobrane z: [www.fundusze-strukturalne.gov.pl/informator/npr2/prognozy/Prognoza%20ludnosci%20na%20lata%202003+2030%20\(GUS\).pdf](http://www.fundusze-strukturalne.gov.pl/informator/npr2/prognozy/Prognoza%20ludnosci%20na%20lata%202003+2030%20(GUS).pdf).
- Kaczmarczyk, P. (2008). Ramy teoretyczne. W: P. Kaczmarczyk, J. Tyrowicz (red.), *Współczesne procesy migracyjne w Polsce a aktywność organizacji pozarządowych w obszarach powiązanych z rynkiem pracy* (s. 25-60). Warszawa: FISE.
- Komisja Europejska. (2010). *Europa 2020 – Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*. Pobrane z: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf.
- Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju. (2014). *Fundusze Europejskie – 2020*. Pobrane z: www.mir.gov.pl/fundusze/Fundusze_Europejskie_2014_2020.
- Nowak, M. (2015). *Nowa mapa autostrad w Polsce 2015. Plany się zmieniły*. Pobrane z: www.marcinnowak.eu/2011/06/24/mapa-autostrady-w-polsce-drogiexpressowe/.
- Wosiek, M., Leszczyńska, M. (2012). Dochodowe uwarunkowania inwestycji w kapitał ludzki gospodarstw domowych w województwach Polski Wschodniej. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(47), 69-85.

Józefina KRÓL

Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

ANALIZA ROZWOJU GOSPODARCZEGO POLSKI Z PUNKTU WIDZENIA KONKURENCYJNOŚCI GOSPODARKI

Wstęp

W 1989 roku, na skutek zmiany systemu politycznego, przed Polską pojawiły się nowe wyzwania. Jednym z nich było stworzenie odpowiednich warunków do rozwoju gospodarki rynkowej, która stanie się podstawą ustroju gospodarczego państwa. Zgodnie z zapisami art. 20 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., społeczna gospodarka rynkowa opiera się na „wolności działalności gospodarczej, własności prywatnej oraz solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych” (Konstytucja RP, s. 4). Zasada wolności gospodarczej odnosi się do możliwości podejmowania swobodnych decyzji w odniesieniu do sposobu i formy prowadzenia działalności gospodarczej, a każdy z obywateli ma prawo do podjęcia własnej działalności, jeśli nie narusza ona ważnego interesu publicznego. Własność prywatna oznacza, że dana rzecz materialna lub niematerialna pozostaje w posiadaniu i zarządzie osoby fizycznej lub prawnej. Obrót gospodarczy odbywa się pomiędzy poszczególnymi jednostkami, które w swoich działaniach kierują się wspólnotą interesów zgodnie z zasadą solidarności.

Mając na uwadze przejście od gospodarki centralnie planowanej, w której główną rolę odgrywał sektor państwowy, do gospodarki wolnorynkowej, zbudowanej w oparciu o wspomniane wcześniej zasady, pojawia się pytanie, na jakim etapie rozwoju znajduje się obecnie polska gospodarka oraz jaką pozycję zajmuje na świecie.

W nawiązaniu do postawionych pytań sformułowany został cel badawczy, którym jest identyfikacja poziomu rozwoju gospodarczego kraju oraz wskazanie czynników, które są mocną i słabą stroną polskiej gospodarki.

Pierwsza część artykułu została poświęcona aspektom teoretycznym. W warstwie pojęciowej wyjaśniono, czym jest gospodarka (ze szczególnym uwzględnieniem struktury polskiej gospodarki), rozwój gospodarczy oraz konkurencyjność kraju. Ze względu na wielowymiarowość ostatniego z terminów, skupiono uwagę na wyjaśnieniu pojęcia „pozycja konkurencyjna”. W drugiej części przedstawiono wyniki analizy konkurencyjności polskiej gospodarki. Zaprezentowano gospodarczą pozycję konkurencyjną Polski oraz zidentyfikowano słabe i mocne strony polskiej gospodarki.

W opracowaniu wykorzystano obszerną w prezentowanym temacie literaturę. W warstwie diagnostycznej wykorzystano dane statystyczne Głównego Urzędu Statystycznego, Banku Światowego oraz Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju. Analizy pozycji konkurencyjnej dokonano w oparciu o globalne rankingi konkurencyjności, przygotowywane przez Światowe Forum Ekonomiczne, Bank Światowy oraz Fundację Heritage.

1. Pojęcia „zdolność konkurencyjna”, „pozycja konkurencyjna” i „rozwój gospodarczy”

Słownik języka polskiego definiuje gospodarkę jako „całość mechanizmów i warunków działania podmiotów gospodarczych związaną z wytwarzaniem i podziałem dóbr i usług” (PWN, 2014). Według Z. Madeja (1972), gospodarka jest pewną strukturą, składającą się z powiązanych ze sobą działów i gałęzi produkcji oraz usług. Dla S. Marciniaka (1986) z kolei stanowią ją trzy sektory:

1. I – rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo;
2. II – przemysł i budownictwo;
3. III – wszystkie rodzaje usług.

Nauki ekonomiczne wyodrębniają gospodarkę światową i gospodarki narodowe. Zgodnie z definicją słownikową (PWN, 2014), gospodarka światowa jest systemem uwarunkowanych procesami historycznymi powiązań ekonomicznych pomiędzy państwami. Związki te mają charakter produkcyjny, technologiczny, handlowy, finansowy oraz instytucjonalny, a tworzą się między państwami o różnych poziomach rozwoju społeczno-gospodarczego. Gospodarka światowa to proces produkcji oraz wymiany, który obejmuje swoim zasięgiem cały świat, a krajowa z definicji ma charakter regionalny i odnosi się do ogółu zjawisk ekonomicznych występujących w danym kraju (PWN, 2014).

Rozwój gospodarczy często utożsamiany jest ze wzrostem gospodarczym. Dla zrozumienia zasadniczej różnicy pomiędzy tymi pojęciami należy przywołać dwie krótkie definicje. Wzrost gospodarczy według D. Begga (2007) to zwiększanie się produktu narodowego brutto, natomiast rozwój gospodarczy jest pojęciem szerszym, zawierającym w sobie, oprócz zmian ilościowych (takich jak np. wzrost PKB *per capita*), także jakościowe. Dla J.A. Schumpetera (1960) rozwój gospodarczy jest procesem, który zachodzi wewnątrz życia ekonomicznego i jest tożsamy ze zmianami strukturalnymi, z sytuacją, w której pojawiają się nowe dobra oraz sposoby i środki produkcji.

Rozważając zagadnienie rozwoju gospodarczego, wykorzystać można teorię III sektorów gospodarki, która została opracowana w latach 30. XX wieku przez: A.B.G. Fischera, C. Clarka i J. Fourastie’a (Rogoziński, 2000). Opiera się ona pojmowaniu gospodarki jako całości, składającej się z trzech sektorów: rolnictwa, przemysłu i usług, których rola ulega zmianie wraz z czasem. W początkowej fazie rozwoju gospodarka opiera się w głównej mierze na rolnictwie, w kolejnej zarówno produkcja, jak i zatrudnienie zwiększają się w sektorze II – przemyśle, a ostatni etap charakteryzuje się koncentracją mocy wytwórczych w sektorze III – usługach. Tabela 1 przedstawia zmianę roli poszczególnych sektorów gospodarki na skutek zmiany struktury zatrudnienia.

Tabela 1

Struktura zatrudnienia według teorii III sektorów gospodarki według A.B.G. Fischera, C. Clarka i J. Fourastie'a

Udział sektora [%]	Struktura zatrudnienia w poszczególnych fazach				
	rolnictwo				usługi
80					
70					
60					
50		rolnictwo		usługi	
40			przemysł		
30		przemysł	rolnictwo usługi	przemysł	
20		usługi		rolnictwo	
10	przemysł usługi				przemysł rolnictwo
0					
1800 rok	Faza startu		Faza ekspansji	Faza końcowa	
				2000 rok	

Źródło: *Usługi rynkowe* (s. 103-112), K. Rogoziński, 2000, Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.

Do początku XX wieku ludzkość była cywilizacją agrarną. Oznaczało to, że 80% osób zatrudnionych było w rolnictwie, a w pozostałych dwóch sektorach po ok. 10%. W ciągu zaledwie 200 lat proporcje te się odwróciły i największego znaczenia nabral sektor usług, w którym zatrudnienie wzrosło do 80%. Taką cywilizację, opierającą się w większości na produkcji usług, nazywa się tercjarną, a sam proces przechodzenia gospodarki narodowej do gospodarki opartej w głównej mierze na usługach – serwicyzacją gospodarki narodowej (Lichniak, 2010). Proces zmian składa się z trzech głównych faz: startu, ekspansji i końcowej. Dla każdej z nich charakterystyczny jest pewien układ koncentracji zasobów pracy w poszczególnych sektorach. Faza startu to punkt wyjściowy, w którym najwięcej osób zatrudnionych jest w rolnictwie. W kolejnej fazie największe znaczenie odgrywa przemysł – w historii jest to czas wielkiej rewolucji przemysłowej. Cały proces zamyka faza końcowa, w której znaczenie zyskuje sektor usług, a traci rolnictwo i przemysł.

Rozwój gospodarczy Polski wymaga zwrócenia uwagi nie tylko na zmiany w strukturze gospodarczej, ale także obserwacji konkurencyjności, jaką polska gospodarka zajmuje w układzie globalnym.

Badania nad konkurencyjnością wymagają: po pierwsze – bardzo ścisłego sprecyzowania pojęć i miar konkurencyjności, a po drugie – doboru odpowiednich narzędzi. Konkurencyjność może być rozumiana jako mająca trwały charakter zdolność do rywalizacji, kooperacji i osiągania korzyści z otwartej gospodarki rynkowej. Jest to cecha zarówno firm, sektorów, jak i całych gospodarek narodowych (Zielińska-Głębocka, 2012). W takim rozumieniu konkurować mogą ze sobą towary, przedsiębiorstwa i gospodarki. K. Kłosiński (2003) definiuje konkurencyjność jako zdolność do osiągania sukcesu w gospodarczej rywalizacji. OECD (1996) i Komisja Europejska wyodrębniają pojęcie „konkurencyjność sektorowa” (przemysłowa) – jest to „stopień, w jakim kraj w warunkach otwartych i konkurencyjnych rynków jest zdolny do produkowania dóbr i usług, które przechodzą test rynków międzynarodowych, zapewniając jednocześnie wysoki i trwale rosnący poziom dochodów społeczeństwa w długich okresach” (Zielińska-Głębocka, 2012, s. 218). Analizując konkurencyjność polskiej gospodarki, w niniejszym artykule skupiono uwagę na pozycji, jaką zajmuje ona w globalnych rankingach konkurencyjności.

2. Rozwój polskiej gospodarki w oparciu o teorię III sektorów gospodarki narodowej oraz analizę konkurencyjności w ujęciu globalnym

W historii gospodarczej Polski zaszło wiele zdarzeń, które miały wpływ na obecną strukturę gospodarki (Marciniak, 1986). Działowa oraz gałęziowo-branżowa struktura produkcji i zatrudnienia była znana już przed 1939 rokiem. II wojna światowa przyczyniła się do wielu zniszczeń, a także do przesunięć terytorialnych. Kolejnym okresem, wpływającym na strukturę gospodarczą, był czas socjalizmu, kiedy to działalność państwa służyła przede wszystkim realizacji planów socjalistycznej industrializacji. Po przemianach ustrojowych ważnym procesem było dążenie do współpracy z państwami Europy Zachodniej oraz przystąpienie do struktur Unii Europejskiej.

Ogólna struktura gospodarcza Polski pozostaje wciąż ta sama – składają się na nią rolnictwo, przemysł i usługi. Tabela 2 przedstawia udział poszczególnych sektorów w PKB w latach 2000-2014.

Tabela 2

Udział poszczególnych sektorów i podsektorów w tworzeniu PKB Polski na przestrzeni lat 2000-2014 (%)

Rok	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
2000	5,6	36,6	57,8
2001	5,4	34,2	60,4
2002	5,0	34,0	61,1
2003	4,8	35,7	59,5
2004	5,0	38,2	56,8
2005	4,5	37,7	57,8
2006	4,2	38,2	57,6
2007	4,3	38,0	57,6
2008	4,0	37,4	58,6
2009	3,9	35,8	60,3
2010	3,8	36,6	59,7
2011	4,1	38,2	57,7
2012	4,1	38,3	57,6
2013	3,9	38,9	57,2
2014*	3,8	37,7	58,7

*dane za II kwartał 2014 roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.

Na podstawie danych można stwierdzić, że w latach 2000-2014 udział rolnictwa w wytworzonym dochodzie narodowym zmniejszył się o 1,8 punktu procentowego, wartość produktu krajowego brutto wytworzonego przez sektor usługowy wzrosła o 0,9, a udział przemysłu wzrósł o 1,1. Zaobserwowane zmiany nie są znaczące. W celu określenia poziomu rozwoju gospodarczego na podstawie teorii III sektorów, należy przywołać strukturę zatrudnienia – wyniki zostały zaprezentowane w tabeli 3.

Tabela 3

Zatrudnienie według sektorów w latach 2010-2012 (%)

Rok	Rolnictwo	Przemysł (i budownictwo)	Usługi
2010	17,28	27,36	55,36
2011	17,11	27,37	55,52
2012	17,19	26,85	55,96

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.

W ciągu analizowanych 3 lat w rolnictwie zatrudnionych było ponad 17% wszystkich pracujących. Sektor przemysłowy (w tym także budownictwo) zatrudnia ok. 27% wszystkich pracujących, a w usługach pracuje ponad 55% ludzi. Z analizy tej wynika, że polska gospodarka, zgodnie z teorią III sektorów, jest w fazie końcowej okresu przechodzenia od narodowej gospodarki agrarnej do tercjarnej.

Drugim sposobem określenia stanu, w jakim znajduje się polska gospodarka, jest analiza w oparciu o globalne rankingi konkurencyjności. Pierwszym z nich jest Globalny Indeks Konkurencyjności (GIK), tworzony przez Światowe Forum Ekonomiczne. Tabela 4 prezentuje pozycję konkurencyjną Polski oraz ocenę punktową w latach 2011-2015.

Tabela 4

Pozycja gospodarki polskiej w rankingu konkurencyjności Światowego Forum Ekonomicznego w latach 2011-2015

Lata	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Pozycja	41/142	41/144	42/148	43/144
Punkty (1-7)	4,5	4,5	4,5	4,5

Źródło: *The Global Competitiveness Report 2014-2015* (s. 310), K. Schwab, 2014, Geneva: Wydawnictwo World Economic Forum.

W analizowanym okresie pozycja Polski w rankingu spadła o dwa miejsca. Nie zmieniła się jednak ocena punktowa polskiej gospodarki, czyli warunki panujące w Polsce pozostają wciąż takie same. Analizując Globalny Indeks Konkurencyjności w 2014 roku, Polska znajduje się na 43. miejscu wśród 144 krajów, a łączna ocena wynosi 4,5 na 7 punktów.

Tworzenie indeksu konkurencyjności opiera się na 12 filarach, pogrupowanych w trzy subindeksy: wymagania podstawowe, czynniki poprawiające efektywność oraz czynniki innowacyjności i rozwoju. Najlepszy wynik uzyskało zdrowie i edukacja podstawowa, które są jednym z fundamentalnych czynników rozwoju kraju. Tabela 5 przedstawia główne elementy brane pod uwagę w ocenie konkurencyjności Polski.

Tabela 5
Składowe Globalnego Indeksu Konkurencyjności

Wyszczególnienie	Pozycja	Liczba punktów (1 – najgorzej; 7 – najlepiej)
Wymagania podstawowe (29,0%)	55	4,8
Instytucje	56	4,0
Infrastruktura	63	4,2
Równowaga makroekonomiczna	63	4,8
Zdrowie i edukacja podstawowa	39	6,2
Czynniki poprawiające efektywność (50,0%)	32	4,6
Wyższe wykształcenie	34	5,0
Efektywność rynku dóbr	51	4,5
Efektywność rynku pracy	79	4,1
Poziom rozwoju rynku finansowego	35	4,6
Przygotowanie techniczne	48	4,5
Rozmiar rynku	19	5,1
Czynniki innowacyjności i rozwoju (21,0%)	63	3,7
Jakość środowiska biznesowego	63	4,1
Innowacyjność	72	3,3

Źródło: *The Global Competitiveness Report 2014-2015* (s. 310), K. Schwab, 2014, Geneva: Wydawnictwo World Economic Forum.

Na podstawie analizy indeksu konkurencyjności Światowe Forum Ekonomiczne wyróżnia pięć poziomów rozwoju kraju (Schwab, 2014):

1. poziom 1. – *factor-driven economy* – gospodarka oparta na niewykształconej sile roboczej i zasobach naturalnych;
2. gospodarka przechodząca transformację z poziomu 1. na 2.;
3. poziom 2. – *efficiency-driven* – gospodarka rozwijająca się w oparciu o wzrost efektywności produkcji;
4. gospodarka przechodząca transformację z poziomu 2. na 3.;
5. poziom 3. – *innovation-driven* – gospodarka oparta na wiedzy i innowacjach.

Zgodnie z tym podziałem, polska gospodarka znajduje się w fazie przejściowej pomiędzy gospodarką efektywności a innowacyjności (Schwab, 2014). Do najsłabszych stron gospodarki zaliczane są: skomplikowany system podatkowy, restrykcyjne prawo pracy, nieefektywna biurokracja państwowa, wysokie podatki, trudny dostęp do finansowania przedsiębiorstw, niewystarczająca zdolność do innowacji oraz korupcja (Schwab, 2014).

Uznając wolność gospodarczą za jedną z podstaw rozwoju gospodarczego, dokonano analizy tej zasady w oparciu o raport Doing Business, stworzony na podstawie danych Banku Światowego. Szereguje on gospodarki narodowe pod względem łatwości prowadzenia działalności gospodarczej. W 2014 roku Polska znalazła się na 45. miejscu w rankingu (w 2013 roku – 48. miejsce). Ogólna pozycja wyliczana jest w oparciu o takie informacje jak:

1. łatwość założenia nowej działalności gospodarczej;
2. łatwość uzyskania pozwoleń budowlanych;
3. dostęp do elektryczności;
4. łatwość rejestracji działalności gospodarczej;
5. dostęp do kredytów;
6. ochrona inwestorów;

7. przejrzystość systemu podatkowego;
8. łatwość międzynarodowej współpracy handlowej;
9. łatwość pozyskiwania kontraktów;
10. łatwość ogłoszenia upadłości.

Tabela 6 prezentuje wybrane elementy podlegające ocenie. Dane zostały przedstawione w układzie porównawczym dla lat 2006 i 2014, uwzględniając czas potrzebny na realizację konkretnego działania.

Tabela 6

Czas trwania wybranych działań niezbędnych do założenia działalności gospodarczej w Polsce dla lat 2006 i 2014

Wybrany element	2006		2014	
	Czas	Miejsce w rankingu	Czas	Miejsce w rankingu
Rozpoczęcie działalności	31 [dni]	-	30 [dni]	116.
Uzyskanie potrzebnych pozwoleń na budowę	300 [dni]	-	161 [dni]	88.
Uzyskanie dostępu do elektryczności	170 [dni]*	-	161 [dni]	6.
Rejestracja działalności	204 [dni]	-	35 [dni]	54.
Obsługa podatków	418 [h/rok]	-	286 [h/rok]	113.
Obsługa eksportu	17 [dni]	-	17 [dni]	49.
Egzekwowanie umów	1000 [dni]	-	685 [dni]	55.
Ogłoszenie niewypłacalności	3 [lata]	-	3 [lata]	37.

*dane dla roku 2010.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *World Bank Group, Doing Business, Measuring Business Regulations*, 2014. Pobrane z: www.doingbusiness.org/Custom-Query/poland (dostęp: 10.10.2014).

W ciągu analizowanego okresu czas niezbędny na wykonanie poszczególnych zadań uległ zmniejszeniu. Czas potrzebny na rozpoczęcie działalności gospodarczej skrócił się o jeden dzień. Uzyskanie pozwoleń na budowę wymaga prawie o połowę krótszego okresu. Zmniejszyła się także liczba dni, która jest potrzebna do podłączenia elektryczności. Bardzo dużej redukcji uległa liczba dni niezbędna na rejestrację działalności (z 204 do 35 dni). Czas przeznaczany corocznie na obsługę podatków oraz egzekwowanie umów także się zmniejszył – o ponad 30%. Zmianie nie uległ czas potrzebny na obsługę eksportu, tak samo jak okres ogłaszania niewypłacalności.

Kolejnym odniesieniem w określeniu poziomu rozwoju polskiej gospodarki są dane Fundacji Heritage. Instytucja ta ustala kryteria i tworzy indeksy wolności gospodarczej dla 178 krajów świata. Każda gospodarka jest oceniana w skali 0-100 punktów, przy czym 100 punktów to wynik najlepszy, czyli taka gospodarka charakteryzuje się pełną wolnością gospodarczą. Tabela 7 przedstawia wyniki dla Polski.

Tabela 7

Wskaźnik wolności gospodarczej dla Polski w latach 2010-2014 (max. 100 punktów)

Rok	2010	2011	2012	2013	2014
Liczba punktów	63	64	64	66	67

Źródło: *Index of Economic Freedom* (s. 357), 2014, The Heritage Foundation and Dow Jones & Company Heritage Washington. Pobrane z: www.heritage.org (dostęp: 10.10.2014).

W roku 2010 wskaźnik wolności gospodarczej w Polsce wyniósł 63 punkty, czyli według kryteriów Heritage Polska zaliczana jest do krajów „umiarkowanie wolnych”. Do roku 2014 wynik wzrósł o 4 punkty. Aby państwo zostało zakwalifikowane jako „wolne”, musi przekroczyć granicę 70 punktów.

Wymienionymi przez tę fundację problemami rozwoju Polski są (Heritage, 2014):

1. nie zawsze efektywnie zaimplementowane prawo antykorupcyjne;
2. opóźnienia w działaniu sądów;
3. deficyt 55% PKB;
4. uciążliwe regulacje pracownicze;
5. ograniczone inwestycje zagraniczne w niektórych sektorach.

Wśród mocnych stron wskazano (Heritage, 2014):

1. dobrą ochronę prawa własności;
2. niezależne sądownictwo;
3. małą liczbę procedur wymaganych do rozpoczęcia działalności gospodarczej;
4. niski poziom taryf celnych;
5. rozwój sektora finansowego;
6. dostępność do kredytu;
7. zniesienie ograniczeń w przepływach kapitałowych.

Podsumowanie

Zastosowana metoda badawcza w analizie rozwoju gospodarczego pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

1. Według modelu wzrostu gospodarczego opartego na teorii III sektorów gospodarki narodowej, polska gospodarka narodowa znajduje się w początkowej fazie ostatniego etapu przejściowego pomiędzy gospodarką opartą na rolnictwie a gospodarką opartą na wytwarzaniu usług.
2. Światowe Forum Ekonomiczne w 2014 roku uplasowało polską gospodarkę na 44. miejscu wśród 144 krajów, jednocześnie zaliczając Polskę do gospodarek, które zmieniają podejście z nastawienia proefektywnego do proinnowacyjnego. Oznacza to, że do czynników, które będą miały największy wpływ na rozwój kraju, zaliczyć można: jakość sieci biznesowych, działalność strategiczną firm oraz rozwój innowacji. Wśród barier rozwoju dla tworzenia biznesu wymieniane są: skomplikowany system podatkowy, restrykcyjne prawo pracy, nieefektywna biurokracja państwowa, wysokie podatki, trudny dostęp do finansowania przedsiębiorstw, niewystarczająca zdolność do innowacji oraz korupcja.
3. Z danych Banku Światowego wynika, że warunki prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce ulegają poprawie. Skróceniu ulega czas potrzebny na wykonanie takich czynności jak: rozpoczęcie działalności gospodarczej, uzyskanie pozwoleń budowlanych, uzyskanie dostępu do elektryczności, rejestrację działalności, obsługę podatków oraz egzekwowanie umów.

4. Fundacja Heritage ocenia, że poziom wolności gospodarczej w Polsce jest niższy niż w gospodarkach rozwiniętych i plasuje ją w grupie krajów umiarkowanie wolnych. Z obserwacji ocen uzyskanych w latach 2010-2014 wynika, że sytuacja ulega poprawie. Wśród utrudnień dla rozwoju polskiej gospodarki wymieniono uciążliwe regulacje pracownicze oraz ograniczone inwestycje zagraniczne w niektórych sektorach. Do zalet zaliczono z kolei małą liczbę procedur wymaganych do rozpoczęcia działalności gospodarczej, niski poziom taryf celnych (który umożliwia zwiększoną wymianę handlową), rozwój sektora finansowego oraz zniesienie ograniczeń w przepływach kapitałowych, a przez to łatwiejszy dostęp do kapitału finansowego.

Streszczenie

Prowadzone w artykule rozważania koncentrują się na określeniu pozycji polskiej gospodarki na tle innych państw. Prowadzone analizy wykorzystywały w pierwszej kolejności model wzrostu gospodarczego, opartego na teorii III sektorów gospodarki narodowej. W dalszych badaniach przedstawiono wyniki rankingów opracowanych przez Światowe Forum Ekonomiczne, Bank Światowy oraz Fundację Heritage.

Summary

Considerations in the article concentrate on defining the economy of Poland, comparing to other countries. The analyses performed used a model of economic growth based on three sectors of the national economy. The results of the ranking, made by the World Economic Forum, the World Bank and the Heritage Foundation were presented in the further studies.

Bibliografia

- Begg, D. (2007). *Makroekonomia*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Główny Urząd Statystyczny. (2014a). *Bank Danych Lokalnych*. Pobrane z: www.stat.gov.pl.
- Główny Urząd Statystyczny. (2014b). *Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych w latach 2009-2012*. Pobrane z: www.stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rachunki-narodowe/roczne-rachunki-narodowe/rachunki-narodowe-wedlug-sektorow-i-podsektorow-instytucjonalnych-2009-2012,4,9.html.
- Heritage. (2014). *Index of Economic Freedom*. Pobrane z: www.heritage.org.
- IMD. (2014). *World Competitiveness Online*. Pobrane z: www.worldcompetitiveness.com.
- Kłosiński, K. (2003). *Sektor usług w procesie podnoszenia konkurencyjności gospodarki*. Warszawa: IRWiK.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1992 r. (Dz.U. Nr 78, poz. 483). Pobrane z: www.isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19970780483.
- Lichniak, I. (2010). *Serwicyzacja polskiej gospodarki*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Madej, Z. (1972). *Nauka i rozwój gospodarczy*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Marciniak, S. (1986). *Struktura gospodarcza Polski*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- OECD. (1996). *Industrial Structure Statistics*. Paryż: OECD.
- PWN. (2014). *Gospodarka*. Pobrane z: www.sjp.pwn.pl.
- Rogoziński, K. (2000). *Usługi rynkowe*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Schumpeter, J.A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: PWN.
- Schwab, K. (2014). *The Global Competitiveness Report 2014-2015*. Geneva: World Economic Forum.
- World Bank Group, *Doing Business, Measuring Business Regulations* (2014). Pobrane z: www.doingbusiness.org/Custom-Query/poland.
- Zielińska-Głębocka, A. (2012). *Współczesna gospodarka światowa: przemiany, innowacje, kryzysy, rozwiązania regionalne*. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.

Bartłomiej KASZYK

Wyższa Szkoła Biznesu w Nowym Sączu

WYCZERPUJĄCE SIĘ REZERWY WZROSTU GOSPODARCZEGO W POLSCE. JAK TEMU ZARADZIĆ?

Wstęp

25 lat polskiej transformacji to doskonały moment, aby cofnąć się w czasie i zobaczyć, co udało się zrealizować, przy jednoczesnym obraniu sensownego azymutu na przyszłość. Przyszłość Polski musi wiązać się z głównym wektorem determinującym poprawę życia ludzi – dynamicznym wzrostem gospodarczym. Jest to cel, który powinien przyświecać każdemu społeczeństwu. Na jego bazie odpowiedzialny polityk musi formułować sens swojej pracy, która powinna metodologicznie przypominać proces leczenia chorego – aby postawić słuszną diagnozę, lekarz początkowo musi zebrać wywiad o przeszłości pacjenta, następnie zbadać obecne jego dolegliwości i na tych przesłankach może postawić diagnozę oraz dostosować lek. Podobny schemat będzie towarzyszył podjętym w niniejszym artykule rozważaniom. Początkowo skupiono się na syntetycznej analizie ostatnich 25 lat polskiej transformacji. Następnie, w fazie diagnostycznej, Autor wskazuje obecne problemy polskiej gospodarki, po czym przedstawia możliwe scenariusze wyjścia z przewidywanego impasu.

Odpowiedzialna polityka gospodarcza musi zawierać scenariusz rozwoju, opierający się na znacznie dłuższych ramach czasowych. W artykule ukazano receptę na długookresowy wzrost gospodarczy, który Polsce jest potrzebny do niwelowania luki rozwojowej, jaka narastała przez ponad 300 lat (do 1989 roku) w stosunku do krajów zachodnich.

Celem artykułu jest wskazanie, opierając się na danych empirycznych, głównych problemów polskiej gospodarki oraz kierunku zmian, w jakim powinna ona podążać.

1. 25 lat polskiej transformacji – „wywiad, historia pacjenta”

Minęło 25 lat, od kiedy kraje Europy Środkowo-Wschodniej odzyskały wolność i przejęły znaczny balast pozostawiony przez socjalizm. Po raz pierwszy od 300 lat Polska dostała historyczną szansę na niwelowanie luki rozwojowej, jaka dzieli nas od krajów zachodu Europy. Ze względu na liczne imponderabilia stanu początkowego polskiej gospodarki oraz prekursorski charakter zmian, jakie miały miejsce na początku lat 90. XX wieku, trudno jednoznacznie rozstrzygnąć spór na temat sukcesu polskiej transformacji. Należy pamiętać, że rezultaty gospodarcze na początku i końcu badanego okresu zależą zarówno od warunków początkowych oraz zewnętrznych okoliczności towarzyszących zmianom, jak też od polityki grup rządzących wobec gospodarki. Warunki początkowe są dane przez historię, a czynniki zewnętrzne podlegają stałym fluktuacjom, niezależnym od danego kraju. Tylko polityka gospodarcza jest potencjalną determinantą kształtowania wyników ekonomicznych.

Dziś wiemy, że ocena przebiegu transformacji w Polsce zależy od punktu odniesienia. Wciąż można spotkać szereg pretensji, że Polska nie jest jeszcze tak bogata jak Szwajcaria lub że pozwolono na likwidację PGR-ów. Tak formułowane tezy muszą być jednak poparte stosownymi badaniami. Na podstawie doświadczenia trzeba jasno stwierdzić, że aby sensownie porównać skalę przemian gospodarczych w Polsce, analizę należy rozpocząć

od charakterystyki warunków początkowych, jakie cechowały kraje w podobnej sytuacji wyjściowej, a następnie przejść do fazy rozwoju kraju, po wprowadzeniu reform. Badań takich w literaturze jest bardzo wiele, ale w artykule zostaną wykorzystane tylko najważniejsze.

Tabela 1

Warunki makroekonomiczne w wybranych krajach postsocjalistycznych (Polska, Czechy, Słowacja, Węgry, Ukraina) w 1989 roku

Wskaźnik	Polska	Węgry	Czechy	Słowacja	Ukraina*
Dynamika PKB (%)	0,2	0,7	4,5	1	-4
PKB <i>per capita</i> według PSN (USD)	8038	12399	16211	12536	8063
Stopa bezrobocia	0	0,5	0	0	0
Stopa inflacji (średniorocznie %)	251,1	17	1,4	2,3	4,2
Saldo budżetu (% PKB)	-3	-1,2	-1,2	-0,6	b.d.
Dynamika produkcji przemysłowej (%)	-0,5	-2,1	1,7	-0,7	-0,1
Dług zagraniczny/PKB (%)	49,3	65,8	11,4	10,3	b.d.
Udział sektora prywatnego w PKB (%)	30	5	5	5	10
Udział rolnictwa w tworzeniu PKB (%)	11,8	15,6	6,3	9,4	25,6

* dane dla 1990 roku.

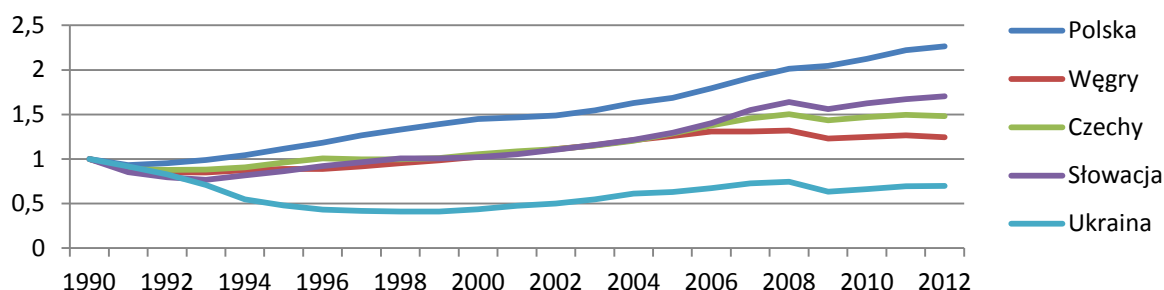
b.d. – brak danych

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z World Development Indicators, The World Bank.

W tabeli 1 przedstawiono warunki makroekonomiczne wybranych krajów u progu transformacji. Jak wynika z zamieszczonych danych, najlepszymi warunkami początkowymi charakteryzowały się Czechy – najwyższy poziom PKB *per capita* oraz najniższy udział rolnictwa w tworzeniu PKB. Względnie dobre warunki panowały również na Słowacji, która wówczas tworzyła wspólnie z Czechami jeden organizm. Nieco trudniejsza sytuacja dotknęła trzy pozostałe kraje. Z najgorszymi warunkami ekonomicznymi zmagala się jednak Polska. Za główne determinanty katastrofy ekonomicznej w Polsce uważa się hiperinflację, powodującą nieciągłości obrotu dóbr konsumpcyjnych, zaopatrzeniowych i inwestycyjnych oraz wysoki dług zagraniczny, którego nie była ona w stanie obsługiwać¹. Polska miała także najniższy PKB *per capita* spośród analizowanych krajów. Katastrofa instytucjonalna, skrajna niestabilność, wadliwy system gospodarczy, wypaczona struktura gospodarki i ogromny dług zagraniczny to spuścizna, którą pozostawił nam ustrój socjalistyczny. Koncepcja docelowego systemu naprawczego oparta była na założeniu, że uzyskaną wolność polityczną należy wykorzystać do wprowadzenia takiego ustroju, który spośród wszystkich empirycznie możliwych stwarza najlepsze warunki do szybkiego, długofalowego rozwoju. To główne kryterium w połączeniu ze znajomością nowoczesnej teorii neoinstytucjonalnej oraz z doświadczeniem realnych systemów gospodarczych prowadziło do uruchomienia procesu wdrażania fundamentów rozwoju. Wymienia je L. Balcerowicz w swojej książce *Wolność i rozwój. Ekonomia wolnego rynku* (1995), do fundamentów rozwoju zaliczając: stabilność pieniądza, większy zakres własności prywatnej niż państwowej, nastawienie proeksportowe, niskie podatki i wydatki budżetowe, elastyczny rynek pracy, wolne ceny oraz stabilność polityczną. Wymienione czynniki można powiązać z bezpośrednimi przyczynami szybkiego wzrostu gospodarczego: wysoką stopą oszczędności i inwestycji oraz intensyfikacją

¹ W 1991 roku podpisano umowę z Klubem Paryskim o redukcji zdyskontowanej wartości długu o 50%, a w 1994 roku doszło do zawarcia umowy z Klubem Londyńskim, która przewidywała redukcję długu podobną do tej uzyskanej od wierzycieli oficjalnych.

produktywności. Zadanie uruchomienia wyżej wymienionych asumptów wzrostu zostało powierzone wspomnianemu już wcześniej L. Balcerowiczowi, który zdecydował się na podjęcie natychmiastowych kroków w celu przywrócenia stabilności ekonomicznej w Polsce. Dziś rezultaty tego posunięcia najlepiej oddaje, wprawdzie niedoskonały, lecz obecnie najlepszy, wskaźnik rozwoju gospodarczego – PKB, PKB *per capita*.



Rysunek 1. Dynamika wzrostu realnego PKB w latach 1990-2012 w stosunku do roku bazowego (rok 1990 = 100).

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z World Development Indicators, The World Bank.

W 2012 roku PKB Polski było wyższe o 79 punktów procentowych od średniej dla całego regionu (148%). Oprócz Ukrainy wszystkie analizowane kraje zwiększyły swój poziom realnego PKB w stosunku do roku bazowego, jednak żaden wynik nie był tak spektakularny jak Polski. Aby podkreślić znaczenie sukcesu polskiej gospodarki, należy wspomnieć, że w badanym okresie spośród krajów Unii Europejskiej (UE27) wyższe tempo wzrostu zanotowała jedynie Irlandia (OECD).

Tabela 2

Relacja polskiego PKB *per capita* do PKB *per capita* badanych krajów transformacji w latach 1990-2012 (%)

Kraj	1990	1992	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Węgry	65	72	85	80	82	86	90	89	96	97	101
Czechy	50	53	69	67	67	68	64	60	65	65	68
Słowacja	50	77	91	85	83	80	77	70	77	75	75
Ukraina	100	115	313	243	239	236	357	444	414	374	329

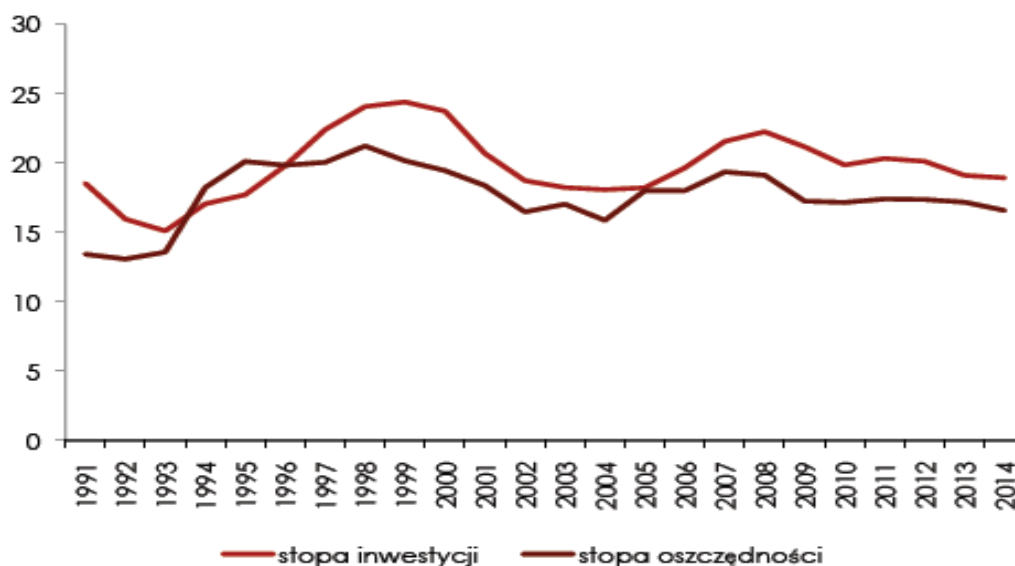
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z World Development Indicators, The World Bank.

Podsumowując, proces transformacji polskiej gospodarki od 1989 roku należy ocenić pozytywnie. Pomimo najtrudniejszych początkowych warunków makroekonomicznych, Polsce udało się odnieść sukces gospodarczy, który najdobitniej obrazuje systematyczny i najbardziej dynamiczny wzrost PKB wśród postsocjalistycznych krajów. Nie można jednak popadać w samozachwyty. Trzeba jasno podkreślić, że nie istnieje korelacja pomiędzy wysokim wzrostem gospodarczym w jednym okresie i wynikającym z tego dynamicznie rosnącym PKB w przyszłości. Wynika z tego, że sukces gospodarczy w przeszłości nie jest żadnym gwarantem dynamicznego wzrostu w przyszłości. Według wszelkich analiz instytucji naukowych (OECD, WB), Polsce grozi wyraźne spowolnienie gospodarcze w perspektywie kolejnych 40 lat. Przy scenariuszu zaniechania reform Polska straci wysokie tempo niwelowania luki rozwojowej w stosunku do krajów zachodu Europy.

2. Diagnoza

Analiza skuteczności transformacji ustrojowej pokazuje, że Polska obrała dobrą ścieżkę, aby szybko stać się krajem rozwiniętym. Nie wszystko jednak się udało. Niektóre sektory gospodarki wciąż wymagają modernizacji i koniecznych zmian. Turbulencje polityczne oraz wielokrotnie doświadczalny letarg klasy politycznej sprawiają, że Polska nie jest dzisiaj krajem, o którym można marzyć. Co więcej, wielu polityków, skupionych na jałowych dyskusjach, nie dostrzega trzech podstawowych problemów Polskiej gospodarki, które są pomijane w dyskursie politycznym.

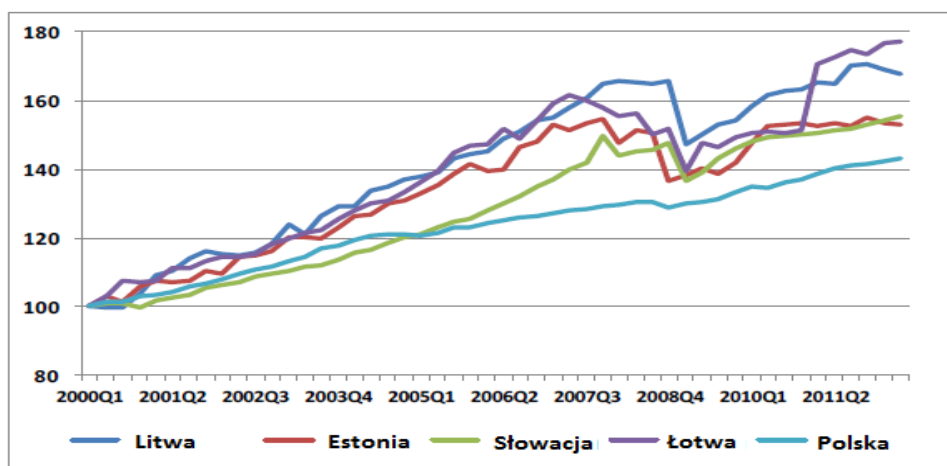
Po pierwsze, kraj, który aspiruje do miana „tygrysa gospodarczego”, nie może osiągnąć poziomu dynamicznego wzrostu, gdy stopa inwestycji i żyjąca z nią w symbiozie stopa oszczędności pozostają na niskim poziomie. Tendencja taka niestety jest obserwowana w Polsce, a co więcej – wciąż jest ona ujemna. W Polsce stopa oszczędności jest zbyt niska jak na wymogi inwestycyjne. W ostatniej dekadzie spośród krajów regionu niższą stopę oszczędności niż Polska miała tylko Litwa, natomiast pod względem stopy inwestycji udało się jej wyprzedzić jedynie Węgry.



Rysunek 2. Stopa inwestycji i oszczędności w Polsce w latach 1991-2014.

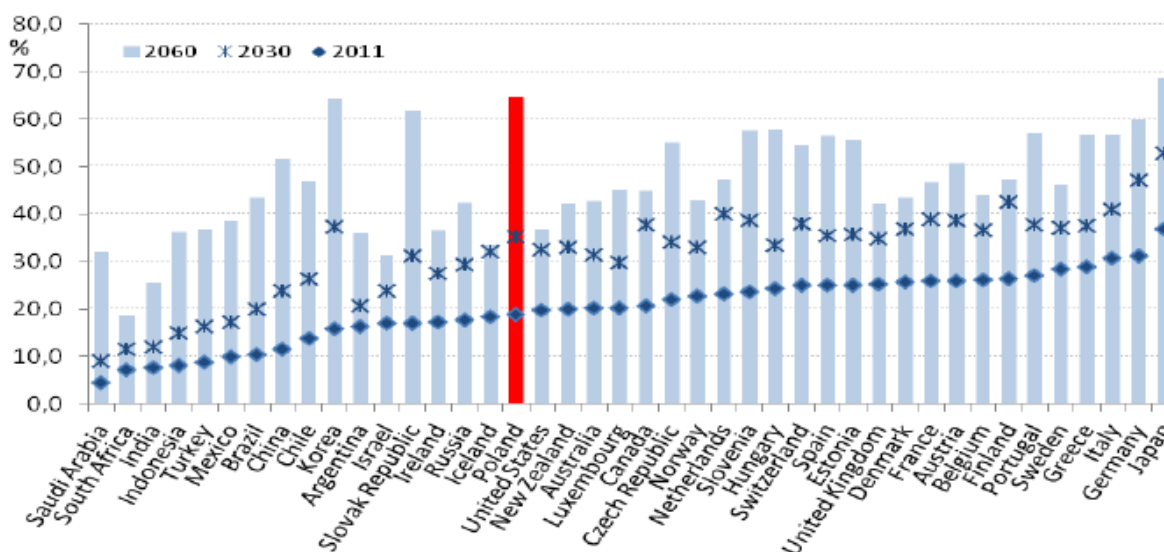
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z World Development Indicators, The World Bank.

Po drugie, najważniejsza siła awansu gospodarczego Polski w ostatnich latach – poprawa ogólnej efektywności – słabnie. Tempo wzrostu wydajności pracy w ostatniej dekadzie w porównaniu z latami 1990-1999 nie było już tak spektakularne.



Rysunek 3. Wydajność pracy w Polsce w latach 2000-2011 w porównaniu z krajami bałtyckimi i Słowacją. Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Eurostat.

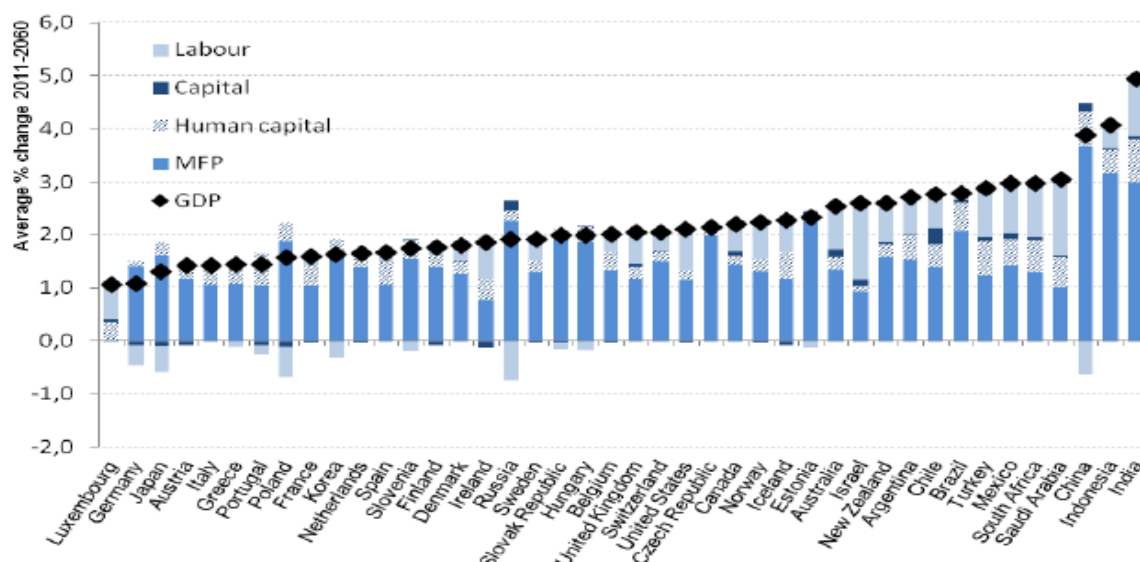
Po trzecie, Polska, podobnie jak inne kraje Europy, zmagają się z kryzysem demograficznym. Sprawia to, że następuje spadek osób w wieku produkcyjnym w stosunku do osób przechodzących na emeryturę. Szacuje się, że już w najbliższych 10 latach w Polsce będzie spadać zatrudnienie. Według danych OECD w 2060 roku Polska będzie jednym z najstarszych społeczeństw w grupie krajów OECD.



Rysunek 4. Relacja liczby osób w wieku 65+ do liczby osób w wieku 15-64 lata.

Źródło: *Looking to 2060: Long-term Global Growth Prospects* (s. 13), OECD Economic Policy Papers, 2012. Pobrane z: www.oecd.org/eco/outlook/2060%20policy%20paper%20FINAL.pdf (dostęp: 01.10.2015).

Jeżeli tak postawione problemy zbierze się w całość, to wyłania się obraz przyszłości, który należy traktować jako prognozę ostrzegawczą po to, aby nie dopuścić do jego urzeczywistnienia. Według danych OECD, Polska przy braku reform straci szansę na dogonienie poziomu rozwoju krajów Zachodu. W okresie najbliższych 50 lat przy założeniu *ceteris paribus* tempo wzrostu polskiej gospodarki będzie jednym z najniższych wśród krajów OECD.



Rysunek 5. Przewidywany wzrost gospodarczy w latach 2011-2060 – scenariusz bazowy.
 Źródło: *Looking to 2060: Long-term Global Growth Prospects* (s. 22), OECD Economic Policy Papers, 2012.
 Pobrane z: www.oecd.org/eco/outlook/2060%20policy%20paper%20FINAL.pdf (dostęp: 01.10.2015).

Biorąc pod uwagę wszystkie ograniczenia, na jakie napotyka polska gospodarka, należy zdecydowanie podkreślić, że Polska nie jest skazana na wyżej przedstawiony scenariusz. Można również zbudować scenariusz optymistyczny. Polskie społeczeństwo ma wybór, który istnieje pomiędzy tkwieniem w swoistym letargu reformatorskim i wprowadzeniem koniecznych zmian, o których mowa w dalszej części artykułu.

3. Lekarstwo

Optymistyczny scenariusz dla Polski może zrealizować się tylko pod warunkiem implikacji koniecznych reform, które zdynamizują rozwój. W Polsce wciąż istnieją rezerwy wzrostu gospodarczego, a ich aktywizacja jest konieczna do wstąpienia na ścieżkę szybkiego wzrostu. Z pomocą przychodzą doświadczenia krajów, które zasługują na miano „tygrysów gospodarczych”. Wzorami dla polskiej polityki gospodarczej mogą być reformy ośmiu wschodnioazjatyckich „tygrysów” – Korea Południowa, Japonia, Tajwan, Hongkong, Singapur, Malezja, Tajlandia i Indonezja – które od początku lat 60. do końca lat 80. XX wieku rozwijały się w tempie zdecydowanie szybszym niż inne kraje świata (Balcerowicz, 1995). Przy rozpowszechnionej tezie o bankructwie świata socjalizmu oraz katastroficznym ataku populistów w Ameryce Łacińskiej², kraje te znalazły panaceum na pobudzenie wzrostu gospodarczego, opierając swoją politykę na liberalnych fundamentach wzrostu (wymienionych w części pierwszej artykułu). Aby nie szukać daleko, można również czerpać z obecnego doświadczenia krajów nadbałtyckich, które jawią się dziś jako najodważniejsi reformatorzy w regionie. Bezkompromisowe reformy proliberalne, które widać szczególnie w przypadku Estonii, dynamizują rozwój gospodarczy, wysuwając te kraje na liderów wzrostu gospodarczego w Europie.

² Kolejne klęski socjalistycznych programów stabilizacyjnych w Ameryce Łacińskiej oraz ostateczny upadek „latynoamerykańskiego modelu gospodarczego” w latach 80. XX wieku był przyczyną powstania Konsensusu Waszyngtońskiego, z którego założeń korzystała również Polska podczas transformacji ustrojowej.

Dzięki tym pozytywnym wzorcom wiadome jest, że na każdy z problemów polskiej gospodarki (wymienione w części drugiej artykułu) istnieje sposób, aby skutki ich negatywnych oddziaływań zminimalizować lub zlikwidować. Artykuł skupia się na najważniejszych rezerwach wzrostu, które wymagają natychmiastowej implikacji oraz niezbędnej odwagi politycznej.

Ograniczenie długu publicznego

W artykule został już zidentyfikowany problem niskiej stopy inwestycji. Niechęć inwestorów prywatnych spowodowana jest zbyt niską stopą oszczędności. Problem z oszczędnościami Polaków ma swoje korzenie w długu publicznym, który doskwiera polskiej gospodarce od ponad 20 lat. Ekonomisci wskazują na oczywistą korelację pomiędzy niskim długiem publicznym a wysokim wzrostem gospodarczym, dlatego działania polityków powinny być ukierunkowane na niwelację antyrozwojowych wydatków. Dług publiczny Polski w 2013 roku osiągnął 57% PKB. Należy zaznaczyć, że najbardziej nieefektywne wydatki państwa zawsze podyktowane są retoryką socjalną (transfery rzeczowe). W Polsce ma to miejsce np. w zbyt łatwym dostępie do zasiłków dla bezrobotnych. Fakt ten ma o wiele gorsze reperkusje dla gospodarki, gdyż łatwo osiągalne zasiłki dla bezrobotnych osłabiają skłonność do pracy, co w konsekwencji prowadzi do utraty zdolności do pracy – w ekonomii zjawisko to nazywa się histerezą. Dyskusja o ograniczeniu długu publicznego musi być kompatybilna z dyskursem o koniecznej obniżce podatków. Efektywna obniżka podatków musi być spójna z ograniczeniem wydatków, gdyż w przeciwnym razie dług publiczny powiększy się. Nie wystarczy ograniczać dług jawny, a na pewno nie należy zmniejszać dług jawny, zwiększając dług w ZUS-ie (przesunięcie składki emerytalnej z OFE do ZUS).

Prywatyzacja

Aby zapobiec spowalnianiu wzrostu efektywności, należy dokończyć w Polsce prywatyzację. Jest to zadanie, z którym nasz kraj zмага się od 1989 roku i pozostaje działaniem, które od tamtej pory nie może zostać zakończone. Spółki państwowe nie mają żadnej ekonomicznej zalety funkcjonowania, która mogłaby skutecznie konkurować z argumentami przemawiającymi za przedsiębiorstwem prywatnym. Wynoszone często na piedestał tezy o strategicznej roli niektórych sektorów gospodarki muszą zostać poddane analizie, czy wobec prywatyzacji przedsiębiorstwa państwowe nie będą bardziej rentowne. Badania empiryczne potwierdzają, że firmy państwowe są mniej efektywne niż prywatne. Pieniądze z prywatyzacji (nawet do 100 mld zł) (Młodzi reformują Polskę, 2013) usprawnią finanse publiczne, a proces ten zwiększy produktywność pracy.

Aby zwiększyć efektywność wykonywania zadań przez podmioty publiczne, proponuje się zastosowanie rozwiązania, które coraz częściej wykorzystywane jest na zachodzie Europy, czyli działania na zasadach partnerstwa prywatno-publicznego. Rozwiązania takie są powszechne na Zachodzie (np. zatoka Chesapeake w USA lub wyspa Oosterdok w Holandii) i przynoszą satysfakcjonujące efekty, lecz w Polsce wciąż jest ono mało popularne.

Reforma szkolnictwa wyższego

Gospodarka oparta na wiedzy charakteryzuje się wysokim stopniem zaangażowania kapitału ludzkiego. Jego rozwój w głównej mierze uzależniony jest od poziomu edukacji, szczególnie wyższej. W Polsce, zdaniem Autora, mamy do czynienia z jawną dyskryminacją uczelni niepublicznych. System finansowania przez państwo szkół wyższych godzi w podstawę równości szans, która pogłębia podział na biednych i bogatych. Według badań, na studia w większości idą ludzie wywodzący się z zamożnych rodzin, natomiast potencjał osób zdolnych, ale biednych wciąż zostaje usypiony, a przecież podatki płacą zarówno bogaci, jak i ubodzy. Dochodzi więc do paradoksalnej sytuacji, kiedy to biedni opłacają naukę zamożnych. W Polsce istnieje niemal monopol uczelni publicznych. Sytuacja taka nie istnieje nawet w przypadku, krytykowanego z wszelkich stron, systemu ochrony zdrowia, gdzie szpitale, o różnej formie własności, na jednakowych zasadach rywalizują o pieniądze na podstawie konkursu ofert. Brak konkurencyjności osłabia bodźce rozwojowe szkół wyższych w Polsce.

Komercjalizacja szpitali

Przy zdecydowanych korzyściach, jakie jawią się przed szpitalem podczas prowadzenia działalności medycznej jako spółka prawa kapitałowego, w Polsce proces ten wciąż nie może dojść do skutku. Efektywność prowadzenia szpitala jest zdecydowanie większa w szpitalach niepublicznych, dlatego też proces przekształceniowy powinien objąć wszystkie tego typu placówki w Polsce.

Obrona praworządności

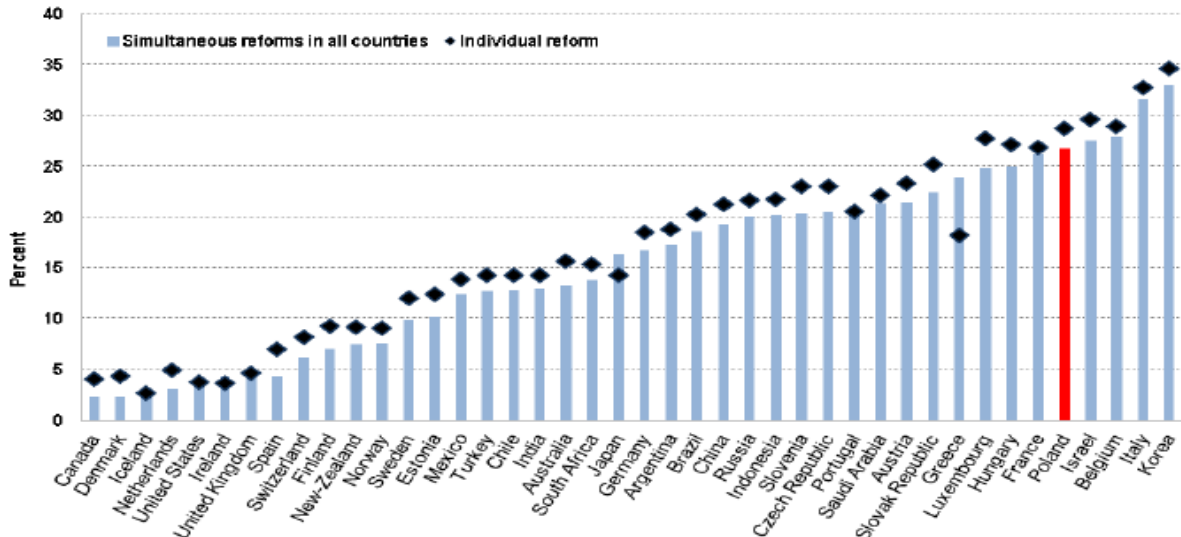
W Polsce mamy bardzo niski poziom praworządności. Potwierdzeniem tej tezy jest aparat egzekwowania prawa. Mimo dużych nakładów i małego średniego obciążenia prokuratorów oraz sądów, występują przewlekłe postępowania. Wybitny polityk brytyjski w XIX wieku, W. Gladstone, powiedział, że opieszałość w wymierzaniu kary jest niesprawiedliwością („Justice delayed is justice denied”) (Balcerowicz, 2012). Jeżeli postępowanie karne trwa długo, to już samo w sobie jest karą dla człowieka. Nie chodzi tu tylko o przedsiębiorców, lecz o wszystkich ludzi, a nade wszystko o poszanowanie dla człowieczeństwa.

Liberalizacja rynku pracy

Polski rynek pracy jest wciąż mało atrakcyjny dla ludzi poszukujących pracy, szczególnie tych młodych, głodnych sukcesu. Według Narodowego Spisu Powszechnego (NSP) z 2002 roku, poza granicami Polski dłużej niż 3 miesiące przebywało 800 tys. Polaków, zaś w 2011 roku już ponad 2 mln, z czego 1,5 mln dłużej niż 12 miesięcy (Główny Urząd Statystyczny, 2011). Istnieją ograniczenia nakładane na przedsiębiorców, powodujące, że tracą oni inicjatywę do tworzenia nowych miejsc pracy. Jedną z barier jest wysoki poziom płacy minimalnej, który godzi przede wszystkim w ludzi młodych.

Raport Doing Business ocenia faktyczny wpływ obowiązującego prawa na firmy, mierzony np. liczbą i kosztem procedur oraz dni spędzonych na ich wypełnianiu. W 2015 roku Polska znalazła się na 32. miejscu tego raportu, spadając z 30. w 2014 roku. Regulacje w Polsce według Banku Światowego nie uległy w ostatnim roku pogorszeniu (poza opodatkowaniem), ale względna (słabsza) lokata Polski we wszystkich obszarach działalności (poza eksportem i importem) wynika z poprawy sytuacji w innych krajach (Masior, 2014).

Poprawa warunków gospodarności w obszarach przedstawionych powyżej może zniwelować skutki trzech negatywnych trendów polskiej gospodarki. Co więcej, według analiz OECD, Polska poprzez wprowadzenie koniecznych zmian może zostać jednym z największych beneficjentów reform.



Rysunek 6. Wzrost PKB w Polsce do 2060 roku w przypadku scenariusza optymistycznego – wprowadzenie reform w porównaniu do krajów OECD.

Źródło: *Looking to 2060: Long-term Global Growth Prospects* (s. 29), OECD Economic Policy Papers, 2012. Pobrane z: www.oecd.org/eco/outlook/2060%20policy%20paper%20FINAL.pdf (dostęp: 01.10.2015).

Podsumowanie

Zaznaczyć należy jeszcze jeden niezbędny element sukcesu gospodarczego, który należy traktować jako spoiwo wszystkich elementów wymienionych we wcześniejszych fragmentach artykułu. Na dynamicznym wzroście gospodarczym powinno zależeć wszystkim Polakom, dlatego trzeba zabiegać o aktywną partycypację w życiu publicznym.

Wymienia się pięć zasadniczych powodów, dla których Polska musi zabiegać o dynamiczny wzrost gospodarczy. Po pierwsze, tylko wzrost gospodarczy daje możliwość systematycznego podnoszenia poziomu życia. Wiąże się to z podstawowymi marzeniami każdego człowieka np. o wspianej i zdrowej rodzinie, pięknym domu, samochodzie czy udanych wakacjach. Po drugie, tylko gospodarka, która się rozwija, daje miejsca pracy. Polityka, która nie tworzy miejsc pracy, jest niemoralna, gdyż skazuje ludzi na zasiłki. Po trzecie, od dynamicznego wzrostu gospodarczego zależy pozycja Polski w Unii Europejskiej i na świecie. Po czwarte, tylko aktywny wzrost gospodarczy i ogólna poprawa poziomu życia mogą zastopować emigrację Polaków zagranicę oraz skłonić emigrantów do powrotu. Wysoki wzrost gospodarczy to panaceum na niwelowanie luki rozwojowej pomiędzy krajami, która sprawia, że młodzi Polacy szukają lepszego miejsca zamieszkania. Dzisiaj do tak stworzonej listy trzeba dodać jeszcze jeden, bardzo ważny punkt. Dotychczasowe reakcje krajów Zachodu na agresję Rosji na Ukrainę grożą tym, że wartość zachodnich gwarancji bezpieczeństwa spada. Jeżeli sytuacja ta będzie się utrzymywać, to konieczne będzie zwiększenie inwestycji w nasze bezpieczeństwo. Zapewnić to może tylko dynamiczny wzrost gospodarczy.

Biorąc pod uwagę te pięć zasadniczych powodów, każdy powinien wziąć odpowiedzialność za swój osobisty rozwój oraz skorelowany z tym rozwój społeczeństwa. Ustrój wolnorynkowy, do którego Polska zmierza już od 25 lat, ma nie tylko wyższość ekonomiczną, ale też moralną, dlatego wymaga nieustannej obrony oraz pielęgnacji. Mądrą demokrację w ramach społeczeństwa obywatelskiego należy traktować jako klucz do drzwi z napisem „Rozwój gospodarczy”.

Streszczenie

Pomimo zdecydowanego sukcesu gospodarczego Polski w ostatnich 25 latach, wciąż istnieją w tym kraju niezagospodarowane rezerwy rozwoju gospodarczego. Negatywne tendencje polskiej gospodarki, związane głównie z niską stopą inwestycji, słabnącym tempem wzrostu efektywności oraz kryzysem demograficznym, sprawiają, że przy realizacji scenariusza bazowego (zaniechaniu reform) w przyszłości Polska będzie jednym z najwolniej rozwijających się krajów wśród państw OECD. Artykuł przedstawia niezbędne reformy, jakim musi poddać się polska gospodarka, aby przywrócić kraj na ścieżkę dynamicznego wzrostu, a także odpowiada na pytanie, w jaki sposób Polska może dogonić poziomem rozwoju kraje Zachodu.

Summary

Despite a great economic success of Poland over the last 25 years, there are still undeveloped reserves of the economic development. Negative trends of the economy of Poland, related mainly to a low rate of investment; a demographic crisis slow rate of improvements in efficiency; and a demographic crisis make that Poland will be one of the slowest developing OECD countries in the future if the reference scenario (failure to act) is implemented. Article presents necessary reforms which the economy of Poland shall undergo in order Poland was brought back to the path of a dynamic growth. It also says how Poland may match up to western countries in terms of the development level.

Bibliografia

- Balcerowicz, L. (1995). *Wolność i rozwój. Ekonomia wolnego rynku*. Warszawa: Znak.
- Balcerowicz, L. (2012). *Odkrywając wolność. Przeciwno zniewoleniu umysłów*. Warszawa: Zysk i S-ka.
- Główny Urząd Statystyczny. (2011). Narodowy Spis Powszechny. Pobrane z: <http://stat.gov.pl/spisy-powszechne/nsp-2011/nsp-2011-wyniki/mieszkania-narodowy-spis-powszechny-ludnosci-i-mieszkan-2011,18,1.html>.
- Masior, M. (2014). *Komentarz do wyników raportu Doing Business 2015 dla Polski*. Pobrane z: www.biznes.interia.pl/firma/news/komentarz-do-wynikow-doing-business-2015-dla-polski,2054697,1852.
- Młodzi reformują Polskę. (2013). *Raport: W jaki sposób Polska może uniknąć pułapki średniego dochodu i awansować do pierwszej ligi gospodarczej*. Pobrane z: <http://www.mlodzireformujapolske.pl/wp-content/uploads/2015/04/Raport-MRP.pdf>.
- OECD Economic Policy Papers. (2012). *Looking to 2060: Long-term Global Growth Prospects*. Pobrane z: [/www.oecd.org/eco/outlook/2060%20policy%20paper%20FINAL.pdf](http://www.oecd.org/eco/outlook/2060%20policy%20paper%20FINAL.pdf).

CZEŚĆ II.
**INNOWACYJNOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ POLSKICH MIAST
ORAZ REGIONÓW W KONTEKŚCIE MARKETINGU TERYTORIALNEGO.**
INNOWACYJNOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW

Ewelina MOKRZYCKA, Michał CHODOREK

Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza

KULTURA INNOWACYJNOŚCI W SKUTECZNEJ POLITYCE INNOWACYJNEJ

Wstęp

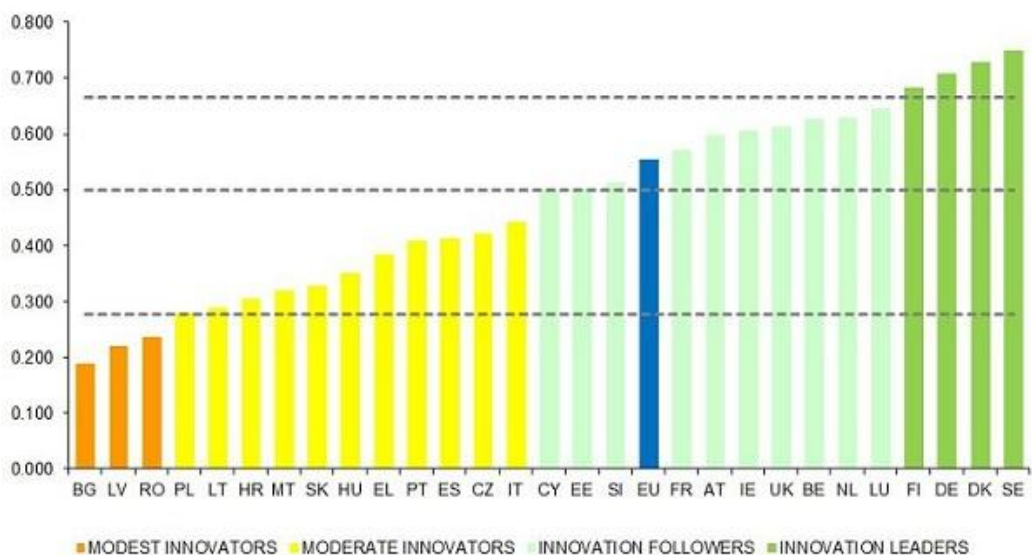
Temat artykułu został podjęty w przekonaniu o konieczności poszukiwania sposobów zwiększania skuteczności polskiej polityki innowacyjnej, gdyż dotychczasowa nie prowadzi do oczekiwanych efektów – wciąż utrzymuje niski poziom innowacyjności. Celem artykułu jest wykazanie, że kultura innowacyjności jest szczególnym przypadkiem kultury organizacyjnej i jako taka stwarza szansę na poprawę jakości polityki innowacyjnej przez koncentrację na wartościach istotnych dla wszystkich uczestników procesów realnych oraz regulacyjnych. W artykule, po naświetleniu skali dystansu innowacyjnego Polski w stosunku do krajów Unii Europejskiej, przybliżono istotę polityki innowacyjnej, podnosząc kwestię możliwości zwiększenia jej skuteczności. Główny akcent został położony na charakterystykę kultury organizacyjnej i jej proinnowacyjny wariant, by w rozważaniach związanych z upowszechnianiem kultury innowacyjności zaproponować stosowanie podmiotowego modelu innowacyjności. Wynikają z niego cztery kierunki wprowadzania zmian: budowanie świadomości innowacyjnej, wzbudzanie zaangażowania w twórczą aktywność organizacji, doskonalenie umiejętności, a także znajdowanie możliwości działania dla podniesienia jego sprawności.

1. Niski poziom polskiej innowacyjności

Innowacje we współczesnym świecie są czynnikiem osiągnięcia przewagi konkurencyjnej gospodarek poszczególnych krajów, regionów i przedsiębiorstw. Przyjmuje się powszechnie, że innowacyjność gospodarki – utożsamiana ze zdolnością urzeczywistniania innowacji w praktyce – jest efektem powiązań oraz sprzężeń zwrotnych pomiędzy trzema grupami podmiotów zaangażowanych w tworzenie innowacji, tzn. należących do trzech sektorów: nauki, przemysłu i rządowego. Odpowiada temu model Triple Helix (potrójnej spirali) (Etzkowitz, Leydesdorff, 2000). W modelu tym szczególną rolę posiada sektor rządowy, odpowiedzialny za politykę innowacyjną, określającą ramy działania pozostałych oraz powiązania pomiędzy nimi.

Do oceny poziomu innowacyjności polskiej gospodarki konieczne jest przeanalizowanie danych oraz wskaźników związanych z nakładami na innowacyjność i ich strukturą, tempem zachodzących zmian oraz odsetkiem przedsiębiorstw prowadzących działalność innowacyjną.

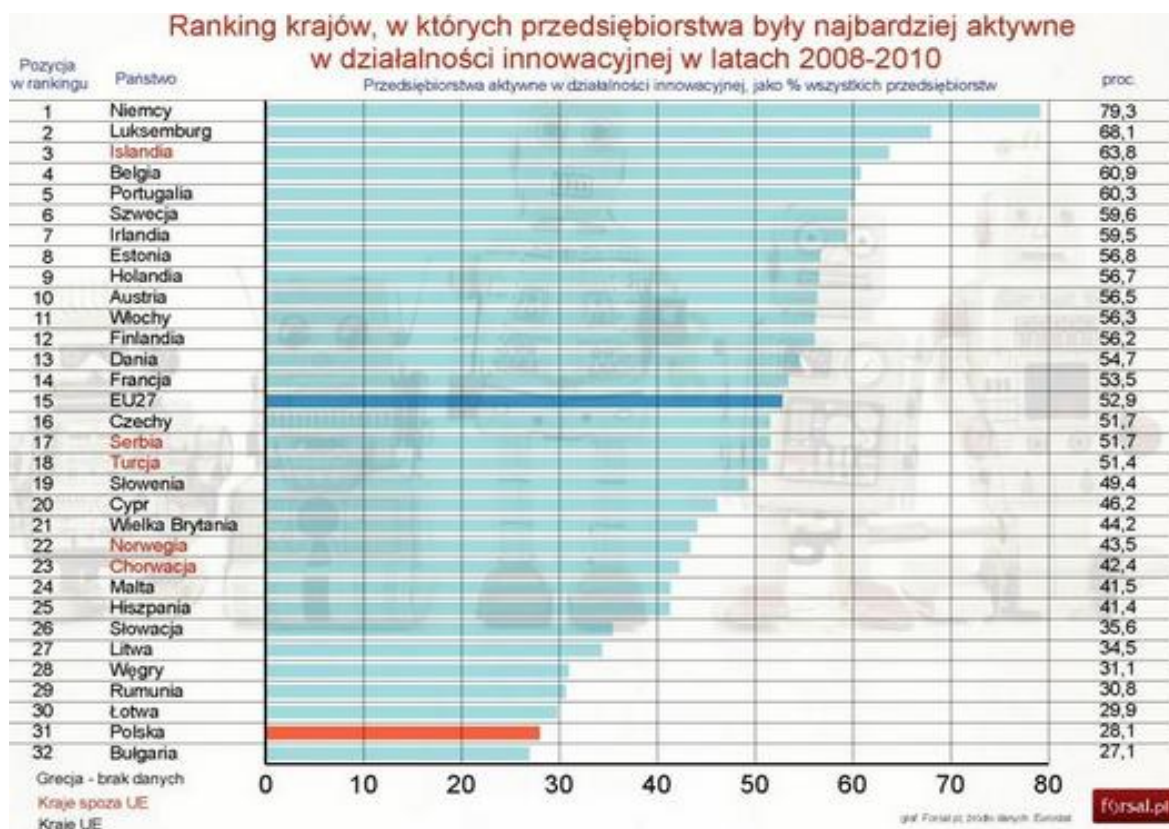
Europejska Tablica Innowacyjności 2014 umiejscawia Polskę na czwartym miejscu od końca (rysunek 1). Syntetyczny wskaźnik innowacyjności dla Polski wyniósł 0,300, podczas gdy średnia dla UE to 0,540, a dla krajów o najwyższym poziomie – ponad 0,710. Polska została zaliczona do grupy krajów o największym dystansie do krajów o najwyższym poziomie innowacji (European Commission, 2014).



Rysunek 1. Innowacyjność polskiej gospodarki na tle UE.

Źródło: *Innovation Union Scoreboard 2014* (s. 4), European Commission, 2014. Pobrane z: www.era.gv.at/object/document/1275/attach/20140327-innovation-union-scoreboard-2014.pdf (dostęp: 30.10.2014).

Równie niekorzystnie przedstawia się obraz najbardziej aktywnych polskich przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych (rysunek 2).



Rysunek 2. Przedsiębiorstwa aktywne w działalności innowacyjnej jako % wszystkich przedsiębiorstw według danych Eurostatu.

Źródło: *Ranking aktywności innowacyjnej: polskie firmy drugie najgorsze w UE*, D. Rząsa, 2013. Pobrane z: www.forsal.pl/galerie/673328,duzeczecie,1,ranking_aktynosci_innowacyjnej_polskie_firmy_drugie_najgorsze_w_ue.html (dostęp: 30.10.2014).

Ponad połowa (53%) przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych Unii Europejskiej – co wynika z danych Eurostatu odzwierciedlonych na rysunku 2 – wykazała jakąkolwiek aktywność w zakresie innowacji między 2008 a 2010 rokiem. Aktywność innowacyjna może dotyczyć zarówno nowych produktów lub wyraźnego ich ulepszenia, jak też innowacyjności w zakresie organizacji, marketingu i sposobu wytwarzania dóbr.

Wniosek, jaki wynika z przytoczonych informacji, wskazuje na niedostateczne zainteresowanie wdrażaniem innowacji jako metodą osiągnięcia celów biznesowych przez polskie przedsiębiorstwa przemysłowe i usługowe. Może przy tym wskazywać również na niedostatecznie skuteczną politykę innowacyjną w zakresie stosowanych narzędzi lub jej uwarunkowań systemowych.

2. Istota i elementy skuteczności polskiej polityki innowacyjnej

Polityka innowacyjna definiowana jest jako ogół działań administracji publicznej (różnych szczebli – krajowego, regionalnego i lokalnego), stymulujących tworzenie nowych rozwiązań, a także ich wdrażanie oraz upowszechnianie (Weresa, 2014). Polityka ta sprowadza się do wyboru takich narzędzi oddziaływania, które umożliwiają osiągnięcie określonych rezultatów polityki innowacyjnej w postaci innowacyjnej gospodarki. Nazywana jest ona niekiedy sztuką zarządzania nauką i działalnością innowacyjną.

Polityka innowacyjna opiera się na szeregu dokumentów oraz strategii. Bariery innowacyjności występujące zarówno w otoczeniu przedsiębiorstw, jak i tkwiące w ich wnętrzu wymusiły konieczność wdrożenia w Polsce odpowiedniej polityki proinnowacyjnej, uwzględniającej założenia strategii lizbońskiej. Były to m.in. takie programy jak: Krajowy program reform 2008-2011, Strategia rozwoju kraju 2007-2015, Kierunki zwiększania innowacyjności polskiej gospodarki na lata 2007-2013, Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka czy najnowsza strategia „Europa 2020” (Komisja Europejska, 2010). Wzrost innowacyjności obrano w niej za główny cel działań w najbliższych latach. Strategia definiuje trzy wzajemnie powiązane obszary priorytetowe:

1. Inteligentny wzrost, związany z rozwojem gospodarki opartej na wiedzy oraz innowacyjności.
2. Trwały oraz zrównoważony rozwój, bazujący na zwiększeniu efektywności wykorzystania zasobów oraz bardziej ekologicznej i konkurencyjnej gospodarce.
3. Wzrost sprzyjający likwidacji wykluczenia społecznego, zmierzający do osiągnięcia wysokiego poziomu zatrudnienia i wysokiego stopnia spójności terytorialnej oraz społecznej.

Plany, programy oraz liczne strategie, także Strategia innowacyjności i efektywności gospodarki. Dynamiczna Polska 2020 (Ministerstwo Gospodarki, 2013) nie przekładają się na stan innowacyjności polskiej gospodarki, która – jak już wykazywano – w porównaniu z innymi krajami UE jest jedną z najmniej innowacyjnych. Liczne są też instytucje o charakterze wspierającym. Na infrastrukturę wsparcia polskiej innowacyjności składają się różnego rodzaju ośrodki innowacji oraz przedsiębiorczości (Bąkowski, Mażewska, 2012): parki technologiczne, inkubatory i preinkubatory przedsiębiorczości, fundusze pożyczkowe, centra transferu technologii, ośrodki zajmujące się doradztwem, szkoleniami itd.

Przy tak dużej różnorodności dokumentów programowych i o tak różnej randze – od strategicznych do operacyjnych, istotnym warunkiem skuteczności polityki prowadzonej w oparciu o nie jest gwarancja jednolitego rozumienia stosowanych pojęć. W obrębie polityki innowacyjnej do tych kluczowych pojęć należą „innowacje” i „innowacyjność”, które bardzo

często stosowane są zamiennie (np. w tekście dokumentu jest mowa o innowacyjności, ale w przypisie wyjaśniającym mówi się o rodzajach innowacji).

Za twórcę pierwszej definicji innowacji uważany jest J. Schumpeter (1960), który w 1912 roku wskazał na pięć przypadków, później nazwanych innowacjami, do jakich należą:

1. wprowadzenie nowego towaru – takiego, z jakim konsumenci nie są jeszcze obeznani lub nowego gatunku jakiegoś towaru;
2. wprowadzenie nowej metody produkcji – jeszcze nie wypróbowanej praktycznie w danej gałęzi przemysłu;
3. otwarcie nowego rynku – takiego, na którym dana gałąź przemysłu określonego kraju nie była uprzednio wprowadzona;
4. zdobycie nowego źródła surowców lub półfabrykatów;
5. przeprowadzenie nowej organizacji jakiegoś przemysłu.

Współczesne definiowanie innowacji nadal opiera się na teorii J. Schumpetera, którego podejście wciąż jest akceptowane zarówno w kwestii treści, jak i formy. W takiej postaci występuje w literaturze naukowej oraz w standardach międzynarodowych, np. OECD, Eurostat, w tym w tzw. podręczniku Oslo. W najnowszej jego wersji art. 146 stanowi, że „innowacja to wdrożenie nowego lub znaczącego udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem” (Oslo Manual, 2005, s. 48). „Może taka metoda jest i słuszna, skoro praktyka prawie przez wiek wykorzystuje jej ustalenia” – podkreśla T. Bal-Woźniak (2012, s. 21), ale w dostosowaniu do współczesnych wyzwań i na użytek badań nad zachowaniami innowacyjnymi potrzebna jest inna definicja. Przyjmuje się zatem, że „innowacja to wdrożona zmiana nosząca znamiona nowości o dodatniej sumie korzyści w różnych obszarach bytu ludzkiego w wymiarze jednostkowym i społecznym w długim okresie” (Bal-Woźniak, 2012, s. 77).

Pojęcie „innowacyjność” rozumiane jest z kolei jako zdolność wprowadzania innowacji. W praktyce kojarzone jest najczęściej z intensywnością aktywności innowacyjnej, co oznacza koncentrację na skutkach i ocenie tego, co jest – takie też podejście zastosowane jest w przytaczanych rankingach innowacyjności. Dla potrzeb badań nad kulturą innowacyjności bardziej przydatne jest podejście podmiotowe (Bal-Woźniak, 2012), w którym ważniejsze wydaje się pytanie o to, czy dostępne są zdolności do podejmowania określonych działań innowacyjnych.

Jednym z elementów odpowiedzialnych za kształtowanie wspomnianych zdolności jest polityka innowacyjna, której narzędzia mogą być nakierowane na upowszechnianie kultury innowacyjności.

3. Kultura innowacyjności jako szczególny przypadek kultury organizacyjnej

Zainteresowanie kulturą organizacyjną przedsiębiorstwa bierze swój początek od czasów dynamicznego rozwoju kierunku *human relations* (relacje międzyludzkie). Miało to związek z silnym wzrostem potrzeby współtworzenia wartości dodanej. Jedną z pierwszych definicji podkreśla, że „kulturą fabryki jest jej zwyczajowy czy tradycyjny sposób myślenia i załatwiania spraw, w większym lub mniejszym stopniu podzielany przez wszystkich jej członków i którego nowi członkowie muszą się nauczyć – oraz przynajmniej częściowo zaakceptować – po to, aby zostali przyjęci do pracy w firmie” (Jacques, za: Aniszewska, 2007, s. 13).

Pojęcie kultury organizacyjnej nadal stanowi przedmiot sporów i może być przynajmniej dwojako rozumiane: jako instrument zarządzania oraz jako proces interpretacji. Kultura organizacyjna, w ujęciu Cz. Sikorskiego, stanowi „niepisane, postrzegane często podświadomie zasady, które wypełniają lukę między tym, co formalnie obowiązujące, a tym co się faktycznie dzieje” (2009, s. 3). M. Kostera, wychodząc z założenia, że kultura z istoty swojej jest czasowo i geograficznie ograniczoną formą życia społecznego, podkreśla z kolei, że jej odmiana, czyli kultura organizacyjna jest „procesem charakterystycznym dla ograniczonej czasoprzestrzeni – danej organizacji lub pola organizacyjnego” (1996, s. 13).

Z punktu widzenia mechanizmów, które mogą stymulować pewne zachowania pracowników (kluczowe z punktu widzenia istotnych celów przedsiębiorstwa), ważne jest, że kultura organizacyjna obejmuje system określonych założeń, wartości i artefaktów, co związane jest z tzw. trzema poziomami kultury (Czerska, 2003, s. 13-16). Założenia dotyczące ludzkiej natury, choć niewidoczne, uznawane są za oczywiste dla jednostki, grupy czy organizacji; wartości powiązane są ze społecznie uznawanymi zasadami, normami, standardami i to one wskazują, na czym członkom organizacji zależy; artefakty, czyli inaczej przejawy, wzorce, są widocznymi elementami kultury organizacyjnej danego przedsiębiorstwa i obejmują np.: wśród przejawów fizycznych – wyróżniający się wystrój obiektów właściwy dla firmy czy charakterystyczny ubiór jej pracowników; wśród przejawów w zachowaniach – określone ceremonie czy zwyczaje związane z przyjmowaniem kontrahentów; a do przejawów werbalnych należy specyficzny żargon.

W koncepcji pozytywnego potencjału organizacji (Stankiewicz, 2010), w części dotyczącej pozytywnej kultury organizacyjnej (Glińska-Neweś, 2010), zestawiono cztery założenia dotyczące ludzkiej natury jako podstawy zachowań pracowniczych i związane z nimi wartości:

1. Każdy człowiek dąży do osiągnięcia w życiu szczęścia, a w swoich działaniach kieruje się zawsze dobrem, choć różnie rozumianym – wartościami zgodnymi z tym założeniem są: uczciwość, szlachetność, sprawiedliwość, poszanowanie prawdy i odwaga.
2. Dotyczy ono stosunku do podejmowanych działań i mówi, że w ludzkiej naturze leży dążenie do doskonałości i ponadprzeciętności – wartościami zgodnymi z tym założeniem są: doskonałość, odpowiedzialność, zaangażowanie, racjonalność i spolegliwość.
3. Do osiągnięcia doskonałości i ponadprzeciętności jednostka potrzebuje pozytywnej, twórczej energii, a jej pojawienie się jest związane z wyznawaniem określonych wartości, takich jak: otwartość, proaktywność, adaptacyjność i kreatywność.
4. Pozytywna energia uwarunkowana jest odczuwaniem przez człowieka dobrych emocji i takimi wartościami jak: szacunek, zaufanie, współpraca (kooperacja), lojalność i poszanowanie tradycji organizacyjnej.

Kultury organizacyjne, w których dominują takie wartości jak: zaangażowanie, odpowiedzialność, kreatywność, adaptacyjność, uczciwość i zaufanie, zaliczane są do tzw. kultur proinnowacyjnych. Wartości nadające kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa charakter kultury proinnowacyjnej według przytoczonych badań znajdują się na pięciu pierwszych pozycjach (z 19 wyszczególnionych) w hierarchii wartości tworzących pozytywną kulturę, silnie oddziałującą na proinnowacyjne zachowania pracowników.

Fakt wpływania założeń kulturowych, zwłaszcza wartości z nimi związanych, na zachowania pracowników w ogóle, zaś w płaszczyźnie innowacyjnej szczególnie na przedsiębiorstwa, doprowadził do poszukiwania odpowiedzi na szereg pytań, z których zasadnicze brzmi: na jakich wartościach ma się opierać model zarządzania innowacyjnością jako zdolnością urzeczywistniania innowacji, by możliwe było „doprowadzanie do sytuacji, by każdy – niezależnie do zajmowanej pozycji i pełnionej roli społecznej i zawodowej – wiedział (miał świadomość), chciał, umiał i potrafił podjąć się skutecznego realizowania działań innowacyjnych, wykorzystując posiadaną wiedzę, tj. robiąc użytek z posiadanej wiedzy?” (Glińska-Neweś, 2010, s. 75-106).

Zwiększenie aktywności innowacyjnej może mieć miejsce w sytuacji występowania i doceniania procesów uczenia się oraz nadawania przedsiębiorstwu cech organizacji uczącej się. Ze swej natury procesy te wynikają z potrzeb przedsiębiorstwa w odniesieniu do projektowania i wprowadzania innowacji. Jest to możliwe w sytuacji, gdy uczenie odnosi się do indywidualnych schematów motywacyjnych człowieka, modyfikacji własnego nastawienia względem otoczenia, doskonalenia możliwości poznawczych (Senge, 2012). Poprzez wykorzystanie określonych pięciu „dyscyplin” uczenia się, takich jak: mistrzostwo osobiste, modele myślenia i działania, wspólna wizja, zespołowe uczenie się i myślenie systemowe, można wzmacniać podstawy kultury innowacyjności, uruchamiając także mechanizmy powstawania efektów synergicznych. Wspólna praca w kierunku ukształtowania proinnowacyjnej kultury organizacyjnej z wykorzystaniem efektu synergii oznacza pełne wykorzystanie potencjału intelektualnego społeczności firmy.

4. Kierunki upowszechniania kultury innowacyjności

W realizacji tego zadania badawczego wykorzystany został podmiotowy model innowacyjności T. Bal-Woźniak (2012), z którego wynikają cztery kierunki działań:

1. Rozwój możliwości kształtowania świadomości innowacyjnej.
2. Stymulowanie aktywności i zaangażowania.
3. Doskonalenie umiejętności przez pozyskiwanie „wiedzy zdolnej do działania” (Bal-Woźniak, 2014, s. 80).
4. Kształtowanie kompetencji prakseologicznych, związanych ze sprawnością przebiegu procesów realizacyjnych.

Warto zdać sobie sprawę z roli liderów zespołów oddziałujących na kształtowanie się określonych postaw, zmierzających do uzyskania wzmocnienia kultury innowacyjności w ramach wskazanych kierunków. Przydatna przy tym jest wiedza typu: kim są ludzie (pracownicy)?, czy posiadają rozwiniętą zdolność oceny?, czy są w stanie właściwie rozumieć klientów?, a także jaki jest ich sposób postrzegania świata? Odpowiedzi na te pytania stanowią okazję do przemyślenia strategii, jej modyfikacji, ukierunkowania w stronę innowacyjności (Luecke, 2005, s. 171-175). Utożsamianie własnych celów innowacyjnych ze strategią przedsiębiorstwa wyzwala kształtowanie się wśród współpracowników wspólnej wizji. Pozwala ona na pełną synchronizację działań zespołu, zapewniającą spójność. W sytuacji, gdy poczucie wspólnych celów dotyczących innowacji występuje zarówno po stronie pracowników niższego szczebla, jak też kadry zarządzającej, tworzy się więź zaangażowania i odpowiedzialności za przyszłość przedsiębiorstwa. Wspólna wizja odgrywa znaczącą rolę w przypadku organizacji uczących się z uwagi na konieczną koncentrację się oraz stymulowanie procesu ciągłego uczenia się. Okazuje się, że kształtowanie wspólnej drogi osiągnięcia celu otwiera kolejne drogi rozwoju, stanowiąc dodatkowy bodziec do

„wzrostu mentalnego”. Pomijanie indywidualnych motywacji, dążeń innowacyjnych wynika z braku możliwości wkomponowania idei poszczególnych pracowników w przyjętą strategię długookresową. Istotną rolę odgrywa rozprzestrzenienie koncepcji innowacji wśród wszystkich pracowników (Senge, 2012). Jedność wśród różnorodności gwarantuje skuteczne kształtowanie postawy innowacyjnej.

Proponowane kierunki upowszechniania kultury innowacyjności leżą u podstaw programowych studenckiego Koła Naukowego Upowszechniania Kultury Innowacyjności (2013) i pokrywają się z następującą sekwencją: „WIESZ – CHCESZ – UMIESZ >>> DZIAŁAJ”.

Dokonano przykładowego¹ zestawienia działań wchodzących w zakres kolejnych ogniw, podając wielokrotnie działanie o dwojakim rodzaju. Wynika to z inspirowania działań stymulujących (pobudzających) kreatywność i innowacyjność, a także z dążenia do uwrażliwiania na zachowania dotychczasowe, mające niewiele wspólnego z kreatywnością i innowacyjnością. Wśród działań tych można wskazać:

- W zakresie budowania i rozwijania świadomości innowacyjnej:
 - podejmowanie odpowiedzialności, a nie zostawianie spraw własnemu biegowi;
 - uaktualnianie własnej wizji jako przeciwdziałanie ugrzęźnięciu;
 - „odczytywanie” sytuacji, a nie wymawianie się brakiem zrozumienia;
 - rozumienie potrzeby całościowego patrzenia na sprawy, a nie poprzez pryzmat pojedynczych zdarzeń;
 - przyjmowanie systemowej perspektywy, a nie koncentracja na pojedynczych sytuacjach własnych.
- W zakresie wyzwalań i pobudzania zaangażowania:
 - akceptowanie zmian i ryzyka z nimi związanego;
 - podejmowanie inicjatywy, a nie wyczekiwanie;
 - powodowanie się chęcią rozwoju;
 - przyjmowanie postawy krytycznej (gotowość do nonkonformizmu);
 - podejmowanie aktów transgresji („wychodzenia ponad siebie”).
- W zakresie kształtowania, pozyskiwania i uzupełniania umiejętności:
 - doskonalenie mistrzostwa osobistego;
 - zespołowe uczenie się i dbanie o rozwój kompetencji społecznych;
 - dzielenie się wiedzą, a nie „kultywowanie” indywidualizmu;
 - nabywanie biegłości, a nie poprzestawanie na podstawach;
 - pozyskiwanie wiedzy eksperckiej, a nie powierzchownej.
- W zakresie znajdowania możliwości działania:
 - stosowanie metody projektowej, a nie zagubienie w wielości zadań;
 - zapewnianie sprawnej komunikacji, a nie zwlekanie z odpowiedzią;
 - dobór realizatorów, a nie oczekiwanie na chętnych;
 - ścisła współpraca, a nie brak zwartości zespołu;
 - włączanie się w poszukiwanie źródeł finansowania.

Przytoczone (jako przykładowe) działania mogą być stosowane przez wszystkich uczestników procesów realnych (uczniów, studentów, przedsiębiorców, pracowników – menedżerów i wykonawców) oraz regulacyjnych – pracowników jednostek sfery rządowej i samorządowej. „Zakorzenie się” takich działań i im podobnych przekonań w modelach

¹ Przykłady wybrane do prezentacji pochodzą z wykładu (Bał-Woźniak, 2014) i były weryfikowane w ramach studenckiej dyskusji, poświęconej sposobom upowszechniania działań innowacyjnych.

myślenia oraz działania np. studentów (uczniów) jako potencjalnych menedżerów i pracowników różnych organizacji, ale także urzędników, może wywoływać trwałe pozytywne zmiany w zakresie upowszechniania się kultury innowacyjności. W kontekście współczesnych trendów rozwojowych, konieczności przyjmowania innowacyjnych postaw oraz podejmowania innowacyjnych zachowań można przytoczyć zawołanie J. Collisa (2010), odnoszące się do obecnego klimatu biznesowego: „Innowacja albo śmierć”. Jest to jednocześnie tytuł jego książki, w której podkreśla on: „Jeśli nie jesteś innowacyjny we własnym samorozwoju, czekają cię ciężkie czasy”, a innowacje i prowadzące do nich innowacyjne „pomysły, są jak pieniądze w banku, a ten bank bez problemu może być twój” (Collis, 2010, s. 15).

Jak przekonują P. Miller i T. Wedell-Wedellsborg (2014), klimat innowacyjny, czyli atmosfera, w której panuje duch kreatywności, zależy od menedżerów, liderów, przywódców, inaczej „architektów innowacyjności”. Takim architektem nazywana jest „osoba, która inspiruje swoich ludzi do innowacyjności, zmienia środowisko, w którym pracują” (Miller, Wedell-Wedellsborg, 2014, s. 30), służąc pomocą we wdrażaniu wartościowych pomysłów. Upowszechniane są w ten sposób określone wzorce zachowań, wzmacniające kulturę innowacyjności.

Podsumowanie

Wszystkie postulowane i podejmowane działania innowacyjne wymagają wsparcia systemowego oraz respektowania uwarunkowań instytucjonalnych. Chodzi tu w szczególności o potrzebę upowszechniania kultury innowacyjności w polskim systemie edukacyjnym oraz tworzenia warunków organizacyjnych do upowszechniania innowacyjności w polskim biznesie. Dzięki zintensyfikowaniu tych procesów można liczyć na zmianę mentalnego nastawienia społeczeństwa do wdrażania innowacji i kształtowania innowacyjności jako zdolności ich urzeczywistniania.

Stosowanie odpowiednich instrumentów polityki innowacyjnej musi uwzględniać „zakorzenienie instytucjonalne” naszego społeczeństwa. Konieczne jest także włączenie perspektywy międzynarodowej w procesy kształtowania innowacyjności i budowania konkurencyjności polskiej gospodarki w wymiarze globalnym.

Streszczenie

Kluczowym czynnikiem poprawy konkurencyjności Polskiej gospodarki i jej pozycji w Europie jest przede wszystkim podniesienie poziomu innowacyjności. Zadaniem państwa jest stworzenie korzystnych warunków do rozwoju innowacji, czyli realizacja odpowiedniej polityki innowacyjnej. W niniejszym artykule, jako skuteczny sposób rozwiązania problemu, zaproponowano upowszechnianie kultury innowacyjności z wykorzystaniem podmiotowego modelu innowacyjności. Wskazuje on na konieczność wzmocnienia polityki innowacyjnej w czterech zakresach świadomości innowacyjnej: zaangażowania, wiedzy, umiejętności i sprawności działania.

Summary

Increasing an innovativeness level is a crucial factor in improving the competitiveness of the economy of Poland and its position in Europe. It is the task of the country to make favourable conditions for stimulating innovation – that is – the implementation of a relevant innovative policy. Promotion of innovative culture with the use of an innovative model – as an efficient way for solving the problem – was proposed in the article. It points to the necessity for strengthening innovative policy in four aspects: innovation awareness, engagement, knowledge, skills and performance.

Bibliografia

- Aniszewska, G. (2007). *Kultura organizacyjna w zarządzaniu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Bal-Woźniak, T. (2012). *Innowacyjność w ujęciu podmiotowym*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Bal-Woźniak, T. (2014). *Kształtowanie kapitału intelektualnego, czyli czynienie wiedzy zdolną do działania. Wykład z przedmiotu „Koncepcje zarządzania”*. Rzeszów: Politechnika Rzeszowska.
- Bąkowski, A., Mażewska, M. (2012). *Raport 2012: Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: PARP.
- Collis, J. (2010). *Innowacja albo śmierć. Bij swoje rekordy w życiu i w pracy*. Tłum. A. Doroba. Warszawa: MT Biznes.
- Czerska, M. (2003) *Zmiana kulturowa w organizacji. Wyzwanie dla współczesnego menedżera*, Warszawa: Difin.
- Etzkowitz, H., Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and „Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29, 109-123.
- European Commission. (2014). *Innovation Union Scoreboard 2014*. Pobrane z: www.era.gv.at/object/document/1275/attach/20140327-innovation-union-scoreboard-2014.pdf.
- Glińska-Neweś, A. (2010). Pozytywna kultura organizacyjna jako pożądany efekt pozytywnego potencjału organizacji. W: M.J. Stankiewicza (red.), *Pozytywny potencjał organizacji. Wstęp do użytecznej teorii zarządzania* (s. 75-106). Toruń: TNOiK „DOM ORGANIZATORA”.
- Koło Naukowe Upowszechniania Kultury Innowacyjności przy Katedrze Przedsiębiorczości, Zarządzania i Ekoinnowacyjności Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej. (2013). *Statut*. Rzeszów: Politechnika Rzeszowska.
- Komisja Europejska. (2010). *Europa 2020 – Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*. Pobrane z: www.ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf.
- Kostera, M. (1996). *Postmodernizm w zarządzaniu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Luecke, R. (2005). *Zarządzanie kreatywnością i innowacją*. Tłum. G. Łuczewicz. Warszawa: Wydawnictwo MT Biznes.
- Miller, P., Wedell-Wedellsborg, T. (2014). *Architekci innowacyjności. Jak pomagać pracownikom wdrażać wartościowe pomysły*. Warszawa: Studio Emka.
- Ministerstwo Gospodarki. (2013). *Strategia innowacyjności i efektywności gospodarki. Dynamiczna Polska 2020*. Pobrane z: www.mg.gov.pl/files/upload/17492/Strategia.pdf.
- Oslo Manual. (2005). *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3. ed. Paris: OECD, Eurostat (wyd. pol. MNiSW, Warszawa 2008).
- Rzasa, D. (2013). *Ranking aktywności innowacyjnej: polskie firmy drugie najgorsze w UE*. Pobrane z: www.forsal.pl/galerie/673328,duzeczecie,1,ranking_aktywnosci_innowacyjnej_polskie_firmy_drugie_najgorsze_w_ue.html.
- Schumpeter, J.A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Tłum. J. Grzywicka. Warszawa: PWN.
- Senge, P.M. (2012). *Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się*. Tłum. G. Łuczewicz. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Sikorski, C. (2009). *Kształtowanie kultury organizacyjnej: filozofia, strategie, metody*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Stankiewicz, M.J. (red.). (2010). *Pozytywny potencjał organizacji. Wstęp do użytecznej teorii zarządzania*. Toruń: TNOiK „DOM ORGANIZATORA”.
- Weresa, M.A. (2014). *Polityka innowacyjna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Gabriela ALIBOŹEK

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Iwona KLUZA

Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

PRZYSZŁOŚĆ ROLNICTWA MIEJSKIEGO W POLSCE W ASPEKCIE GOSPODARCZYM, SPOŁECZNYM I KULTUROWYM

Wstęp

Celem niniejszego artykułu jest rozważenie różnych aspektów gospodarczych i społeczno-kulturowych rolnictwa miejskiego w Polsce. Idea *urban farming* zdobywa coraz szersze grono zwolenników, choć niesie za sobą również szereg wątpliwości, dotyczących opłacalności, racjonalności czy możliwej skali takiego przedsięwzięcia w szybko ewoluującej tkance miasta. Tekst będzie próbą odpowiedzi na pytania: czym może stać się rolnictwo miejskie, jakie przypisać mu znaczenie gospodarcze i kulturowe oraz czy może być istotnym sposobem kształtowania korzystnych społecznie zachowań.

1. Zarys historii rolnictwa miejskiego

O historii ogrodów działkowych¹ na świecie można mówić wiele i tylko z pozoru w kontekście innym niż ten znany z polskich realiów – mają one bowiem w różnych krajach podobne początki. Tym, co scala ogrody działkowe na świecie, jest ich przeznaczenie. Dla wszystkich, którzy uprawiają ziemię w mieście, powodem formowania struktur ogrodowych, zasad współpracy między tymi, którzy ziemię posiadają, a tymi, którzy chcą ją uprawiać, była chęć zaspokojenia potrzeb o różnym wymiarze – często podyktowanych wydarzeniami losowymi, np. związanymi z wojną i okresem upadku gospodarczego, lecz także innymi: wyrażenia siebie, kreowania czy propagowania zdrowego stylu życia.

W archetypie działki zapisane są działania o charakterze ponadczasowym – od nadawania ludziom ziemi, ustanawiania formy zarządzania oraz zasad organizacji, po finalnie formułowanie związków. Gdzieś między tymi etapami początkowo funkcjonowało zagrożenie głodem i ubóstwem. Sytuacja taka wpisuje się w początki zakładania pierwszych działek w XVIII-wiecznej Anglii. Początkowo w Stanach Zjednoczonych (rok 1823), a później w Anglii (rok 1845) pojawiła się seria aktów prawnych zwanych Enclosure Acts (Alden Wily, 2014), na mocy których ziemie uprawiane dotychczas przez chłopów zostały przejęte przez arystokrację i wpływowych farmerów. Łagodzeniem konsekwencji polityki „zagradzania”, która zetknęła się z gwałtownym wzrostem liczby ludności w Anglii, było tworzenie tzw. *allotments*, czyli działek oddawanych chłopom pod uprawę własnej żywności, aby zredukować wysoki poziom ubóstwa i głodu. Początkowo miało to formę eksperymentu, jednak z czasem dostrzeżono wyraźne korzyści płynące z użytkowania parceli ziemskich przez ubogą ludność – w zamian za użytkowanie działki miała ona obowiązek uczęszczania do kościołów, przyzwoitego zachowania oraz ponosiła karę konfiskaty dóbr ziemskich za rozboje i kradzieże w mieście. Z czasem w brytyjskim parlamencie zaczęły pojawiać się ugrupowania chcące ukonstytuować funkcjonowanie działek, nadając im status prawny –

¹ Ogrody działkowe uznawane są za historycznie pierwotną funkcję rolnictwa miejskiego, dlatego też zarys historyczny rolnictwa miejskiego należy rozpocząć właśnie od tej problematyki.

w 1887 roku wydano pierwszą ważną ustawę The Allotment Extension Act, która zapewniała wszystkim prawo do nabycia ziemi (BK – This and that, 2014). W Wielkiej Brytanii rozpoczął się rozkwit ogrodnictwa działkowego – pod koniec II wojny światowej na Wyspach istniało już ok. 1,5 mln działek.

Na nieco odmiennym gruncie wyrasta tradycja działek amerykańskich, którą od początku starano się ująć w kategoriach uwspólnotowienia, zjednoczenia, łączenia sił, co widać wyraźnie w brzmieniu haseł takich jak: Dig on for Victory² w okresie kryzysu z czasów I i II wojny światowej. Były to tzw. Victory Gardens, zakładane po to, by wspierać rodzimą gospodarkę poprzez hodowlę własnych owoców i warzyw na działkach prywatnych bądź w miejscach publicznych w centrach wielkich miast. Ogrody zwycięstwa pojawiały się głównie w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Kanadzie oraz Niemczech (Australian War Memorial, 2014). Tworzono je często na dachach budynków, nieużytkach, boiskach sportowych, lecz także na głównych placach miejskich czy w ważnych przestrzeniach publicznych (np. Hyde Park w Londynie) (Smithsonian Center for Education, Museum Studies, 2007). Z czasem zmianie uległa przyczyna ich zakładania, choć wiele z nich znanych jest dziś pod tą, co kiedyś, nazwą. Warto jednak zauważyć, że – dając wyraz pamięci i szacunku dla tych, którzy wspierali walkę przez uprawę ziemi – idea Community gardens³ wciąż trwa. Chociaż kierowano się tutaj realizacją podstawowych potrzeb związanych z żywieniem, to funkcjonujące w ten sposób ogrody stały się nośnikami czegoś więcej – chęci wyrażenia silnego patriotyzmu, woli istnienia, hołdu pracy rąk ludzkich i poszanowania godnego życia.

Ponowny zwrot ku potrzebom – tym najbardziej podstawowym, związanym z ubóstwem, higieną, ciężkimi warunkami życia ludności oraz brakiem świadomości społecznej na temat tego, jak poradzić sobie w dobie kryzysu – stanowi działalność niemieckiego lekarza D. Gottloba Schrebera. Poprzez propagowanie kontaktu z naturą pragnął on, aby młodzież zyskała wiedzę na temat korzyści płynących z pracy, wysiłku fizycznego i związanego z tym rozwoju. Remedium na problemy uboższej warstwy ludności niemieckiej miały być poletka działkowe, zwane – ku czci propagatora idei – Schrebergarten. W Niemczech, Austrii i Szwajcarii obok Kleingarten, Heimgarten czy Familiengarten⁴, w okresie wojennym silnie rozwinęła się idea ogrodów wspólnotowych, które stały się formą pomocy osobom potrzebującym. Słynnym ogrodem był ten znajdujący się przed budynkiem Reichstagu w Berlinie (Morán, 2008).

W Polsce za pierwszy ogród działkowy uważa się „Kąpiele słoneczne” w Grudziądzu, który został założony w 1897 roku przez doktora J. Jalkowskiego (Rodzinny Ogród Działkowy im. Kąpiele Słonecznych, 2014). Założono wówczas „Towarzystwo Naturalnego Sposobu Życia”, które propagowało zdrowy oraz aktywny tryb życia – gimnastykę, trenowanie, leżakowanie, kąpiele słoneczne w mule torfowym. Podobnie jak w innych krajach po I wojnie światowej, ogrody działkowe i samodzielna hodowla roślin miały podstawowe znaczenie dla wyżywienia rodziny. Współcześnie za działkowca w świetle prawa uważa się „pełnoletnią osobę fizyczną uprawnioną do korzystania z działki⁵ w rodzinnym ogrodzie

² Tłumaczenie własne: „kop dla zwycięstwa”.

³ Tłumaczenie własne: „ogrodów wspólnotowych”.

⁴ Inne nazwy ogrodów schreberowskich.

⁵ Działka to: „podstawowa jednostka przestrzenna rodzinnego ogrodu działkowego, której powierzchnia nie może przekraczać 500 m², służąca zaspokajaniu potrzeb działkowca i jego rodziny w zakresie prowadzenia upraw ogrodniczych, wypoczynku i rekreacji” (Ustawa z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych [Dz.U. 2014.0.40, art. 2]).

działkowym⁶ na podstawie prawa do działki (Ustawa z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych [Dz.U. 2014.0.40. z późn. zm., art. 2]). Obecnie działki w 4 926 rodzinnych ogrodach działkowych użytkuje blisko 1 mln osób, a licząc właściciele działek z ich rodzinami – ok. 4 mln (Polski Związek Działkowców, 2014). Pojedynczych działek jest ok. 963 tys., a wszystkie zajmują łączną powierzchnię prawie 44 tys. ha (Polski Związek Działkowców, 2014).

2. Rolnictwo miejskie obecnie – przykłady

Omówione powyżej przesłanki formowania założeń ogrodowych wskazują jasno, że początkowo to względy ekonomiczne przesądzały o ich zaistnieniu. Zanim przedstawione zostaną wizje kształtowania się form rolnictwa miejskiego w aspekcie gospodarczym, społecznym i kulturowym, warto wspomnieć o ich obecnej kondycji.

Rolnictwo miejskie posiada swoiste struktury, które je konstytuują pod względem prawnym (ustawy i rozporządzenia), a także zarządczym (w Polsce będzie to wspomniany Polski Związek Działkowców). Autonomiczne w granicach swych państw wspomniane struktury zgrupowane są jednak w pewnego rodzaju unię, która zrzesza obecnie ok. 3 mln europejskich „Ogrodników”, a powstała w 1926 roku Office International du Coin de Terre et des Jardins Familiaux⁷ to organizacja non profit, która łączy ugrupowania działkowców z poszczególnych krajów członkowskich: Austrii, Belgii, Dani, Finlandii, Francji, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Luksemburga, Holandii, Norwegii, ze Słowacji, Szwecji, Szwajcarii oraz z Polski. To właśnie tam rozwijają się obecnie rodzinne ogrody działkowe w Europie.

Śledząc światowe przykłady implementacji koncepcji *urban farming*, możemy zaobserwować bardzo ciekawe rozwiązania zarówno urbanistyczne, jak też społeczne. W Niemczech rolnictwo miejskie występuje głównie w formie ogrodów schreberowskich (kształtem przypominających polskie Rodzinne Ogrody Działkowe), które zlokalizowane często są w centrach dużych miast i posiadają specjalne oznaczenia wizualne (np. flagi). Formują się one w związki (Kleingärtenverein) lub podlegają urzędowi ds. gospodarki nieruchomościami (Stadt Frankfurt am Main, 2014), zajmując znaczące przestrzenie w skali miasta i stanowiąc cenny element systemu zieleni miejskiej.

Poniżej zaprezentowano ogród miejski zlokalizowany w centrum Wiednia – Karlsgarten. W pomyśle na aranżację tego miejsca wykorzystano przedmioty poddane recyklingowi. W samym środku stolicy Austrii można znaleźć ławki z palet z wbudowanymi donicami z roślinami, rabaty w skrzyniach, zielone ściany, hotele dla owadów i miniamfiteatr. Farma cieszy się dużą popularnością i jest częstym miejscem spotkań. W pobliżu znajduje się kawiarnia i restauracja, które dopełniają oferty dla typowego mieszkańca wielkiej metropolii. Nie do przecenienia są również walory edukacyjne tego miejsca w zakresie ekologii.

⁶ Rodzinny ogród działkowy to: „wydzielony obszar lub obszary przeznaczone na cele rodzinnych ogrodów działkowych, składające się z działek i terenu ogólnego, służące do wspólnego korzystania przez działkowców, wyposażone w infrastrukturę ogrodową” (Ustawa z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych [Dz.U. 2014.0.40, art. 2]).

⁷ Tłumaczenie własne: „Międzynarodowe Biuro Kącika Ziemi oraz Ogrodów Rodzinnych”.



Fotografia 1. Karlsgarten, Wiedeń.

Źródło: fot. I. Kluza.

Innym interesującym przykładem może być Mudchute Park and Farm w londyńskiej Isle of Dogs. Na farmie hoduje się krowy, konie, świnie, owce, kozy, osły, lamy, alpaki, kury, kaczki, gęsi czy indyki (Mudchute, 2014). Liczący blisko 13 ha kompleks położony jest w bardzo bliskim sąsiedztwie dzielnicy biznesowej z wieżowcami. Miejsce to jest często odwiedzane przez rodziny z dziećmi, pełni bardzo ważne funkcje edukacyjne, służąc również aktywnemu wypoczynkowi.



Fotografia 2. Mudchute Park and Farm, Londyn.

Źródło: fot. I. Kluza.

Powyższe przykłady pokazują, że rolnictwo miejskie ewoluje różnorodnie – poza klasycznymi ogrodami działkowymi, jakie występują m.in. w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Austrii, na Słowacji czy w Polsce, spotkać można także miejskie farmy lub ogrody tymczasowe. Poza Europą interesującymi przykładami *urban farmingu* mogą pochwalić się Stany Zjednoczone czy niektóre państwa Azji. Na kontynencie amerykańskim popularnością w dalszym ciągu cieszą się ogrody wspólnotowe, choć nie zawsze są one miejscem typowych upraw rolniczych. Często zamiast nich tworzy się *communal gardens*, czyli ogrody użyteczności publicznej. Zarówno jedne, jak i drugie mogą, choć nie muszą, być ogrodami otwartymi na stałe, należeć do osób prywatnych bądź instytucji publicznych. Najczęściej są to ogrody wspólnotowe, będące formą wcielania idei rolnictwa w miejscach uprzednio nieprzystosowanych do tego typu inwestycji.



Fotografia 3. Przykłady rolnictwa miejskiego w dużych miastach (od strony lewej: Edmonton, Kanada, South of Fifth – Miami, 103rd Street Community Garden – Nowy Jork).

Źródło: Pobrane z (od lewej): www.edmonton.ca/environmental/conservation_landscaping/community-gardens.aspx (dostęp: 26.10.2014); www.kthread.com/kthread/2009/05/13/victorious-community-gardens (dostęp: dnia 26.10.2014); www.huffingtonpost.com/charles-a-birnbaum/from-parking-lot-to-parad_b_2897676.html (dostęp: 26.10.2014).

Sztandarowym przykładem rolnictwa miejskiego w Polsce są, wspomniane już, Rodzinne Ogrody Działkowe. Fotografia 4 prezentuje wygląd jednego z nich – ROD „Nad Dłubnią” w Krakowie. Najczęściej ogród taki składa się z kilkuset pojedynczych działek i części wspólnych – świetlicy, alejek, placu zabaw, niekiedy boiska. Użytkownicy hodują warzywa, kwiaty, drzewa owocowe, a niektórzy z nich posiadają też pasieki, gołębniki czy kurniki.



Fotografia 4. ROD „Nad Dłubnią” w Krakowie.

Źródło: fot. I. Kluza.

3. Rolnictwo miejskie w Polsce w aspekcie gospodarczym

Gospodarcze funkcjonowanie w mieście obszarów związanych z aktywnością rolniczą powinno zostać rozpatrzone pod kilkoma względami – głównie prawnym, ekonomicznym, zarządczym i planistycznym. Wspomniane sfery łączą się, przynosząc możliwe scenariusze rozwoju rodzinnych ogrodów działkowych. Niestety, w tej materii wciąż pozostaje wiele pytań bez odpowiedzi. Na początek warto w kilku słowach przybliżyć aspekt gospodarczy funkcjonowania działek w tkance miasta, a w dalszej części zaproponować możliwe scenariusze ich rozwoju.

Rodzinny Ogród Działkowy, pozostający we władaniu Polskiego Związku Działkowców, tworzony jest na gruntach komunalnych, powiatowych, wojewódzkich, a także należących do Skarbu Państwa⁸ w drodze uchwały (Ustawa z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych [Dz.U. 2014.0.40]). Nowo powstały ROD otrzymuje nieodpłatnie ziemię do użytkowania. W tym miejscu pojawia się problem do rozstrzygnięcia – na ile opłacalne, a w skrajnych momentach niestratne dla miasta, jest przeznaczenie terenu mającego

⁸ Z zastrzeżeniem wymogów Ustawy z dnia 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami (Dz.U. z 2010 r., Nr 102, poz. 651, z późn. zm.).

potencjał do generowania zysków na ogród działkowy? W ostatnich latach podejmowano próby stworzenia wachlarza wizji istnienia rolnictwa miejskiego w aspekcie gospodarczym⁹. Ciekawym przeglądem proponowanych rozwiązań jest koncepcja scenariuszy rozwojowych ogrodów działkowych, połączona z wizjami ich upublicznienia, uwłaszczenia przez obecnych użytkowników oraz uwspólnotowienia¹⁰. Miasto mogłoby bowiem zacząć rozważać, w jakim stopniu ograniczyć liczbę działek w miastach, sprzedając cenne tereny, np. pod inwestycje deweloperskie. Z czysto ekonomicznego punktu widzenia zachowanie takie prowadziłyby bezsprzecznie do wzrostu dochodów miasta. Z drugiej jednak strony wartym rozważenia jest tzw. trend zachowawczy, który zakłada istnienie ogrodów działkowych w niezmienionej formie. Gospodarczy progres zostaje wykluczony, zaś zielone przestrzenie kontynuują swoją egzystencję w oparciu o istniejące zasady, a zarazem ugruntowują dotychczasowe problemy – izolację przestrzenną, wysokie zróżnicowanie jakości i estetyki zagospodarowania, ekskluzywność użytkowania oraz rosnącą presję inwestorów¹¹. Dopuszczane scenariusze częściowej likwidacji rolnictwa miejskiego z tkanki miejskiej są formą kompromisu – pomiędzy tymi, którzy dostrzegają potencjał ziemi generującej zysk finansowy, a tymi, którzy traktują ją jako rodzicielkę plonów. Podkreślanym warunkiem koordynacji procesu częściowego wypierania rolnictwa miejskiego jest prowadzenie dogłębnych analiz kosztów i korzyści funkcjonowania ROD w strukturze urbanistycznej miasta. Związane jest to przede wszystkim z rozpoznaniem rozmieszczenia funkcji miejskich, a co za tym idzie – różnego poziomu cen gruntów. Pewne obszary, pełniące np. potencjalną rolę wizytówki miejsca, cechować będzie naturalna skłonność do usuwania funkcji rolniczej, chyba że zaistnieją szczególne warianty przekształcania struktur ogrodowych, które wpiszą się w kanon reklamy danego obszaru. W związku z tym ekonomiczna analiza funkcji miejskiej nie powinna być od początku nacechowana negatywnie, ważny jest obiektywizm i wskazanie szans dalszego istnienia ogrodu w danym miejscu. Poprzez analogię powinny zostać wyznaczone obszary o niższym koszcie alternatywnym ulokowania funkcji rolnictwa miejskiego w zamian za funkcje komercyjne. Podejście takie wymaga jednak wiedzy o funkcjonowaniu miejskiej gospodarki, a także łączenia jej z wiedzą planistyczną i naukami społecznymi.

Pojęcie wspomnianych powyżej wariantów przekształcania struktur ogrodowych wymaga dookreślenia. Oznaczają one głównie wprowadzenie pewnych udoskonaleń w istniejące formy rolnictwa miejskiego w Polsce, które podniosłyby ich ekonomiczną wartość, a w konsekwencji polepszyłyby stan lokalnej gospodarki. Jednym z proponowanych udoskonaleń jest otwarcie pewnych specjalnie utworzonych przestrzeni na terenie danego ogrodu działkowego dla wszystkich mieszkańców miasta. Przynosi to dwa oczywiste rezultaty: ogród przestaje być enklawą dla nielicznych, przez co jego ekonomiczna wartość wzrasta. Wynika to z możliwości częściowego zastępowania parków miejskich¹² ogrodami działkowymi, których części¹³ zostałyby przystosowane do odwiedzin mieszkańców

⁹ Opracowano na podstawie artykułu Koła Naukowego Polityki Regionalnej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz Studenckiego Koła Naukowego Arboris Politechniki Krakowskiej im. Tadeusza Kościuszki: *Przyszłość ogrodów działkowych w miastach w ujęciu ekonomiczno-planistycznym* (publikacja w druku).

¹⁰ Autorami koncepcji są członkowie Koła Naukowego Polityki Regionalnej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie: T. Fic (propozycja scenariuszy rozwojowych), I. Kluza (warianty upublicznienia ogrodów działkowych), A. Jędrzejko (uwłaszczenie ogrodów działkowych) oraz A. Kuta (uwspólnotowienie ogrodów działkowych).

¹¹ Na podstawie koncepcji scenariuszy rozwojowych Rodzinnych Ogrodów Działkowych autorstwa T. Fica (Koło Naukowe Polityki Regionalnej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie).

¹² Ich koszty utworzenia i dalszego utrzymania leżą w całości po stronie miasta.

¹³ Tzw. części wspólne.

miasta. Podkreślenia wymaga istotna kwestia „oszczędności” związanych z brakiem konieczności inwestowania w infrastrukturę parkową, a w tym przypadku ogrodową, gdyż utrzymanie zasadniczych części parku-ogrodu stoi po stronie działkowców. Rozwiązanie takie umożliwiłoby wzrost nieco nadszarpniętego wizerunku działek miejskich. Postawione zostałyby w roli „witryny sklepowej”, którą można podziwiać, lecz nie można używać tego, co się za nią znajduje.

Innowacyjna i warta uwagi, z punktu widzenia trendów panujących szczególnie w środowisku biznesowym, jest idea wykorzystania ogrodów działkowych do stworzenia przyjaznych „przestrzeni biurowych”: *corpo-spaces*¹⁴. Oznaczałoby to połączenie haseł *work* i *leisure* w *weisure*¹⁵, a zarazem pewnego rodzaju powrót do idei robotniczych ogrodów działkowych. Współcześnie przemysł klasyczny wypierany jest przez usługi, które bazują na informacji. Z gospodarczego punktu widzenia spore przestrzenie zajęte pod rolnictwo miejskie z czasem będą narażone na rosnące naciski i spekulacje inwestorów. Środkiem zaradczym, a zarazem formą kompromisu między inwestorem a stowarzyszeniem, byłoby takie zaaranżowanie tych przestrzeni, aby przedsiębiorstwo mogło posiadać swoje własne działki, gdzie mogłaby zostać przenoszona praca biurowa, coraz częściej wykonywana zdalnie. Modne obecnie „wywożenie” pracy poza miasto w celu odnalezienia inspiracji twórczej byłoby możliwe lokalnie – z komputerem, dostępem do sieci i śpiewającymi za oknem ptakami. Praca w takim miejscu wiązałaby się również z możliwością zacieśnienia więzi pracowniczych. Kontakt z naturą ograniczyłby stres oraz podniósłby wydajność zatrudnionych.

4. Rolnictwo miejskie w Polsce w aspekcie społecznym i kulturowym

Rolnictwo miejskie rozpatrywane jest z wielu perspektyw, również społecznej i kulturowej. Podstawowe cele współczesnego ogrodu działkowego cechują się bardzo szerokim spektrum, a są to m.in. (Ustawa z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych [Dz.U. 2014.0.40, art. 3]):

- zaspokajanie potrzeb społeczeństwa¹⁶ poprzez umożliwianie prowadzenia upraw ogrodniczych;
- integracja rodzin, zwłaszcza tych wielopokoleniowych – wychowywanie dzieci w sprzyjających warunkach przy jednoczesnym zachowaniu aktywności rencistów i emerytów, integracja społeczna seniorów, osób chorych i niepełnosprawnych;
- ochrona środowiska, rekultywacja obszarów zdegradowanych oraz kształtowanie zdrowego, naturalnego i ekologicznego otoczenia człowieka;
- stwarzanie możliwości do udostępniania terenów zielonych dla społeczności lokalnych.

Ciekawe porównanie dotyczące ogrodów działkowych poczyniła M. Zych (2012), która przyrównała je do królestwa czy nawet federacji małych księstw, w jakich działkowcy czują się prawdziwie wolni, mogą zaznaczać swoją indywidualność¹⁷ i posiadają poczucie własności swojej działki. Ogród działkowy to nie tylko sfera roślinnych eksperymentów, pracy czy zbierania owoców, ale także miejsce wypełnione troską, radością, prawdziwym życiem, kontaktami z sąsiadami. To przestrzeń kultywowania tradycji, zwyczajów czy wręcz

¹⁴ *Corpo-spaces* – przestrzenie w ogrodach działkowych przeznaczone dla przedsiębiorców.

¹⁵ Połączenie wykonywania obowiązków zawodowych z przyjemnością (ang. *work* – praca, *leisure* – wypoczynek).

¹⁶ Np. wypoczynkowych, rekreacyjnych, socjalnych, kontaktu z naturą.

¹⁷ Indywidualność zauważalna jest zwłaszcza w wyglądzie poszczególnych budynków na działkach, ogrodzeń czy brankach. Nie ma dwóch takich samych działek. Nie można ich również postrzegać wyłącznie przez pryzmat estetyki – każda stanowi wartość samą w sobie i powinna być oceniana z uwzględnieniem wkładu pracy właściciela oraz szacunku do niego jako człowieka.

przejaw kultury narodowej – inaczej wyglądają działki polskie, niemieckie, a jeszcze inaczej duńskie. Praca na działce umożliwia rozwój umiejętności pracy w grupie, wzajemną pomoc, wymianę usług. Jest to również okazja do przekazywania wiedzy o sposobach pielęgnacji roślin, dzielenia się radami, rozwiązywania wspólnych problemów. Ogrody działkowe mogą stać się też centrum edukacji i hortiterapii. Uczniowie szkół ponadgimnazjalnych czy wyższych mogliby zdobywać praktyczne umiejętności związane z pielęgnacją roślin¹⁸.

W Wielkiej Brytanii funkcjonuje portal www.landshare.net, łączący osoby posiadające duże areale ziemi, które nie mają czasu na jej uprawę, z tymi, które chciałyby się nią zająć. Co ciekawe, „ruch dzielenia się ziemią” (Zych, 2012) mógł się dobrze rozwijać dzięki popularności programu telewizyjnego „River Cottage”. Obecnie, ze względu na duże zapotrzebowanie na ziemię uprawną w miastach, listy osób oczekujących na działkę są bardzo długie¹⁹. Patrząc perspektywicznie, pomysł na stworzenie takiego portalu mógłby zostać przetestowany na polskim gruncie. W tkance miejskiej coraz więcej jest dziś nieużytków, zwłaszcza na obrzeżach miast. Być może portal wymiany działek mógłby zaspokoić potrzeby mieszkańców.

Przyszością (ale i terażniejszością) ogrodnictwa miejskiego jest również ruch *guerilla gardening*²⁰, który polega na tworzeniu roślinnych enklaw w szarych, porzuconych oraz zapomnianych fragmentach miast. Skupia on ludzi, którzy bez pozwolenia władz administracyjnych, często pod osłoną nocy, sieją i sadzą rośliny, a następnie je pielęgnują. Działania te są spontaniczne i integrują małe grupy, tworzone lokalnie do aktywności na rzecz poprawy jakości życia oraz estetyki otoczenia.

Ogrody działkowe są dla życia społecznego tym, czym ściółka dla życia lasu (Bartosz, 2012). Usunięcie ściółki spowoduje poważne zaburzenia ekosystemu, co będzie odczuwalne dla wszystkich organizmów. Rola ogrodów działkowych niestety jest niedoceniana, podobnie jak ściółki.

Podsumowanie

Rozważania na temat rolnictwa miejskiego można prowadzić w trzech aspektach: gospodarczym, społecznym i kulturowym. Jest ono wciąż rozwijającym się trendem zarówno w Polsce, jak i na świecie, choć posiada historię sięgającą XVIII wieku.

Inicjatywa zakładania ogrodów miejskich, w których możliwe jest prowadzenie działalności rolniczej, była podyktowana potrzebą wykarmienia ubogiej ludności. W późniejszym czasie ewoluowała, jednocząc społeczeństwo wokół haseł związanych z wojną, pojawił się więc (obok aspektu gospodarczego) istotny czynnik społeczny oraz kulturowy. Miejskie farmy, ogrody działkowe i wspólnotowe na trwałe wpisały się w miejski krajobraz, choć nie są strukturą pozbawioną problemów. W sferze gospodarczej istnieje rozłam pomiędzy tymi, którzy oddają ziemię w mieście pod użytkowanie rolnicze i rezygnują z zysku otrzymywanego dzięki potencjalnemu przeznaczeniu tych terenów na inne inwestycje, a tymi, którzy tę ziemię użytkują, pragnąc stworzenia zielonych enklaw dla nielicznych. W literaturze i badaniach społecznych istnieje szereg rozwiązań przestrzennych oraz zarządczych, proponowanych ogrodom działkowym, a także dowodów na to, że miejskie rolnictwo to nie idea nieaktualna, lecz pewnego rodzaju niewykorzystany potencjał.

¹⁸ Np. zakładanie trawnika, sianie i sadzenie roślin, profesjonalne cięcie, choroby, sposoby ochrony roślin przed szkodnikami.

¹⁹ Jesienią 2011 roku w Wielkiej Brytanii na działkę czekało ok. 87 tys. osób.

²⁰ Tłumaczenie własne: „partyzantka ogrodowa”.

Powyższe przykłady wskazują, że w wielu aspektach takie wykorzystanie przestrzeni miejskiej jest potrzebne, a na pewno możliwe do zachowania w przyszłości. W przypadku Polski niezbędne będzie szybkie wypracowanie kompromisu w tej kwestii i wyznaczenie nowych kierunków rozwoju ogrodów działkowych. Obecnie istniejący trend przekształcania upraw rolnych w zieleń rekreacyjną utrwali społeczne przekonanie o nieuzasadnionej chęci zachowania dużych przestrzeni miasta dla ogrodów działkowych. Funkcja tego miejsca musi być więc czytelna dla każdego, a zarazem należy wzbogacić ją o zwiększenie dostępności ogrodu dla różnych sfer życia miejskiego (wzrost atrakcyjności). W przeciwnym razie istniejące problemy na trwałe wpiszą się w istnienie ogrodów działkowych, blokując ich rozwój, co w szerszej skali przyniesie problemy o charakterze gospodarczym, społecznym i kulturowym.

Streszczenie

Celem artykułu było ukazanie przyszłości rolnictwa miejskiego w Polsce w aspektach: gospodarczym, społecznym i kulturowym. Przedstawiona została historia idei rolnictwa miejskiego na świecie i w Polsce, a także przykłady jej implementacji. Rodzinne ogrody działkowe są strukturą wymagającą przemyślenia i korekty, aby poprzez swoją obecność w miastach generowały korzyści, a nie straty. Ogrody mogą stać się częściowo publicznymi parkami, centrami edukacji ogrodniczej oraz hortiterapii, nowoczesnymi przestrzeniami dla biznesu, atrakcyjnymi miejscami spędzania wolnego czasu. Biorąc pod uwagę aspekty społeczne i kulturowe, ogrody działkowe pełnią również ważną rolę w integracji społeczeństwa, wcielaniu idei samorealizacji czy zaspokajaniu elementarnych potrzeb człowieka.

Summary

The aim of the article was to show the future of the urban agriculture in Poland, referring to economic, social and cultural aspects. The history of the urban agriculture in the world and in Poland and examples of its implementation were presented. The family allotment gardens represent a kind of architecture which requires consideration and correction in order not to make losses but rather offer benefits when being present in cities. Gardens may partly become public parks, centres for garden education and horticultural therapy, modern spaces for business, attractive places for spending free time. Taking into account social and cultural aspects, allotment gardens place an important role in social integration, implementation of self-fulfilment idea and meeting basic needs of people.

Bibliografia

- Alden Wily, L. (2014). The Global Land Grab: The new enclosures. *The Wealth of The Commons*.
Pobrane z: www.wealthofthecommons.org/essay/global-land-grab-new-enclosures.
- Australian War Memorial. (2014). *Victory Gardens, Second World War*. Pobrane z: www.awm.gov.au/encyclopedia/homefront/victory_gardens/.
- Bartosz, A. (2012). Tu przychodzimy, tu żyjemy. W: M. Szczurek, M. Zych (red.), *Dzielo-działka*. Kraków: Muzeum Etnograficzne im. Seweryna Udzieli w Krakowie.
- BK – This and that. (2014). *Brief History of Allotments in England*. Pobrane z: www.bkthisandthat.org.uk/ShortHistoryOfAllotmentshtml.html.
- Morán, N. (2008). *Huertos y jardines comunitarios*. Pobrane z: <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n40/anmor.html>.
- Mudchute. (2014). *Farm animals*. Pobrane z: www.mudchute.org/farm-animals/.
- Polski Związek Działkowców. (2014). *Co to jest PZD?* Pobrane z: www.pzd.pl/co-to-jest-pzd.html.
- Rodzinny Ogród Działkowy im. Kapieli Słonecznych. (2014). *Historia ogrodu*. Pobrane z: www.kapielesloneczne.pl/tl/Historia-Ogrodu.htm.

Smithsonian Center for Education, Museum Studies. (2007). *Smithsonian in your classroom. World War II on the Home Front, Civic Responsibility*. Pobrane z: www.smithsonianeducation.org/educators/lesson_plans/civic_responsibility/smithsonian_siyc_fall07.pdf.

Stadt Frankfurt am Main. (2014). *Kleingärten*. Pobrane z: www.frankfurt.de/sixcms/detail.php?id=4058.

Uchwała Krajowej Rady Polskiego Związku Działkowców nr 2/XVIII/2014 z dnia 21 lutego 2014 r., załącznik nr 1.

Ustawa z dnia 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych (Dz.U. 2014.0.40 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami (Dz.U. z 2010 r., Nr 102, poz. 651, z późn. zm.).

Zych, M. (2012). Kilka arów, cały świat. O poznawaniu ogródków działkowych. W: M. Szczurek, M. Zych (red.), *Dzielo-działka* (s. 20-25). Kraków: Muzeum Etnograficzne im. Seweryna Udzieli w Krakowie.

www.edmonton.ca/environmental/conservation_landscaping/community-gardens.aspx.

www.huffingtonpost.com/charles-a-birnbaum/from-parking-lot-to-parad_b_2897676.html.

www.kthread.com/kthread/2009/05/13/victorious-community-gardens.

OD ZERA DO MILIONERA – CZYLI O ROZWOJU FIRM

Wstęp

Na polskim rynku z każdym rokiem pojawia się coraz więcej firm. Jedne z nich utrzymują się na stałym poziomie rozwoju, inne rozwijają się nieraz w niesamowitym tempie do imponujących rozmiarów, ale są i takie, które upadają. Co jest kluczem do sukcesu bądź stabilizacji, a co krokiem w przepaść? „Działalność gospodarcza jest procesem, w którym przez nakład niezbędnego czasu i wysiłku, przejmowania towarzyszącego mu ryzyka finansowego, psychicznego i społecznego powstaje coś innego, z czym jest związana wartość. Kończącą nagrodą jest satysfakcja osobista i finansowa” (Kassay, 2010, s. 49). Warto jednak zauważyć, że nie zawsze na końcu tej drogi czeka nagroda. Czy to wina zagrożeń, jakie stawia przed nami polska gospodarka, czy też nasza własna?

Celem artykułu jest ukazanie znaczenia rozwoju przedsiębiorstw w kontekście oceny potencjału gospodarczego Polski.

1. Cechy skutecznego przedsiębiorcy

Poniższe rozważań rozpocząć należy od próby odpowiedzi na pytanie, jakie powinny być cechy skutecznego przedsiębiorcy? Zwrócono na nie uwagę już w starożytności, kiedy to stwierdzono, że to „Aktywny uczestnik (także w znaczeniu militarnym), osoba odpowiadająca za procesy produkcyjne znacznej skali” (Kassay, 2010, s. 49). Następnie przez lata ta podstawowa definicja ulegała zmianom, pewnym transformacjom, dopasowując się do zmieniającego się świata biznesu i ewoluujących potrzeb klientów. Przytoczyć należy też definicję zaproponowaną przez A. Shapero – „Przedsiębiorca podejmuje inicjatywę, tworzy określone mechanizmy społeczno-ekonomiczne i liczy się z ryzykiem niepowodzenia” (za: Kassay, 2010, s. 49).

Nie wszyscy jednak decydujący się na własną działalność gospodarczą posiadają cechy przedsiębiorcy – wytrwałość, zamiłowanie do innowacji oraz ryzyka, władczość, umiejętność przewycięzania strachu przed komplikacjami i wyzwaniem, elastyczność, komunikatywność (tu jeśli chodzi o przedsiębiorstwa, które muszą pozyskiwać klientów poprzez zdobywanie kontaktów), co widać w bilansach przedsiębiorczości, pokazujących, ile firm każdego dnia upada.

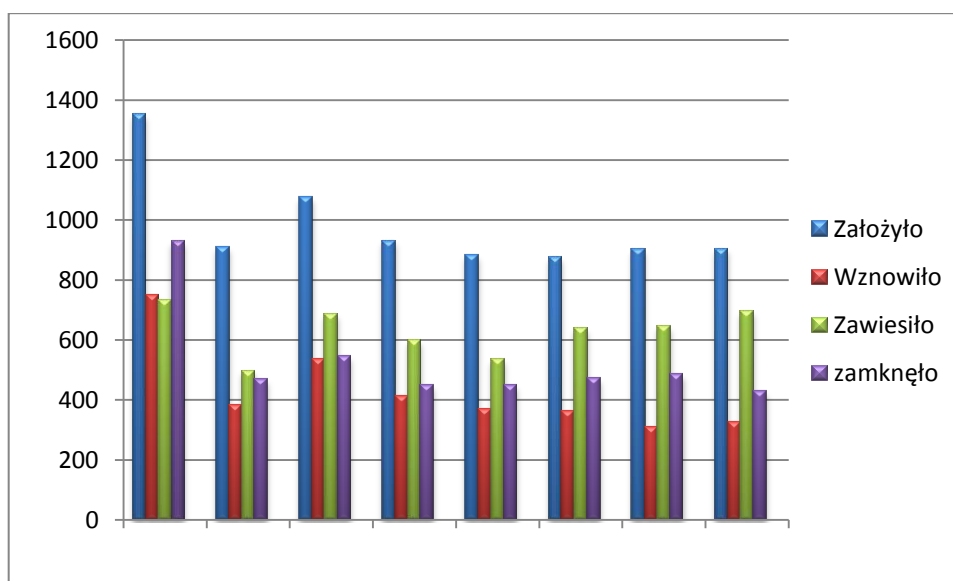
Bilans przedsiębiorczości, który sporządzony został przez TVN24 Biznes i Świat (2014) w październiku 2014 roku, pokazuje, że liczba przedsiębiorców, decydujących na założenie własnej działalności i tych rezygnujących z własnego biznesu jest podobna.

Tabela 1

Bilans przedsiębiorczości – październik 2014

Bilans przedsiębiorczości	07	10	14	16	17	20	22	24
Założyło	1353	909	1076	930	881	875	902	903
Wznowiło	749	381	536	413	369	362	309	326
Zawiesiło	732	498	685	598	535	638	645	696
Zamknęło	928	467	544	449	449	471	486	428

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Bilans przedsiębiorczości*, TVN24 Biznes i Świat, 2014. Pobrane z: www.tvn24bis.pl/wiadomosci-gospodarcze,71/bilans-przedsiębiorczosci-24-10,481368.html (dostęp: 10.2014).



Rysunek 1. Bilans przedsiębiorczości.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Bilans przedsiębiorczości*, TVN24 Biznes i Świat, 2014. Pobrane z: www.tvn24bis.pl/wiadomosci-gospodarcze,71/bilans-przedsiębiorczosci-24-10,481368.html (dostęp: 10.2014).

Na decyzję o założeniu bądź likwidacji działalności gospodarczej wpływa wiele czynników. Interesujące w tym zakresie jest przedstawienie wyników badań przeprowadzonych na grupie 60 osób w różnym wieku, z różnych województw i różnej płci, udostępnionych na stronie internetowej www.zielonalinia.gov.pl. Zadano im szereg pytań dotyczących prowadzenia własnej działalności gospodarczej. W dalszej części artykułu zaprezentowano wyniki przeprowadzonej ankiety. Tytuły kolejnych rysunków są jednocześnie pytaniami ankiety.



Rysunek 2. Z czego wynikają obawy przed założeniem własnej działalności gospodarczej?

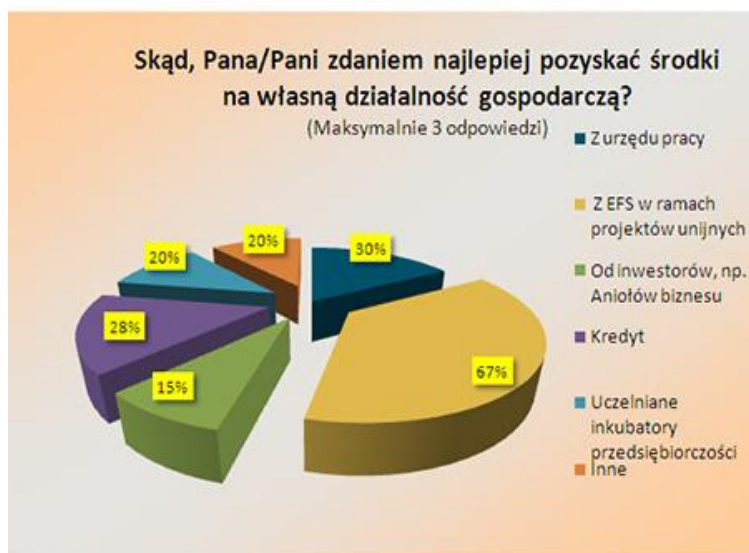
Źródło: Raport miesięca – Przedsiębiorczość w Polsce (s. 5), Zielona Linia, 2013. Pobrane z: www.zielonalinia.gov.pl/upload/raporty/Wersja%20PDF/Raport%20miesiaca%20-%20Przedsiębiorczość%20w%20Polsce.pdf (dostęp: 15.01.2014).

Aż 50% ankietowanych odpowiedziało, że największym zagrożeniem jest brak środków finansowych. Ale czy naprawdę w dzisiejszych czasach są one trudno dostępne? Niekoniecznie. Polska gospodarka otwiera się na zakładających działalność przedsiębiorców.

Kiedyś, żeby otworzyć biznes, trzeba było posiadać własny kapitał. Obecnie przedsiębiorcy wspierani są przez różnego rodzaju instytucje. Mogą ubiegać się o dotacje z Funduszy Europejskich, urzędów pracy (po spełnieniu kilku kryteriów jak np. zarejestrowanie się jako bezrobotny przez okres 6 miesięcy, brak zarejestrowania działalności gospodarczej przez okres 12 miesięcy od dnia poprzedzającego przystąpienie ubiegania się o dotację, dla studentów dostępne jedynie w przypadku studiów niestacjonarnych itp.).

Można uzyskać m.in. pomoc materialną w postaci 40 tys. zł, wsparcie pomostowe przez pierwsze 6 miesięcy prowadzenia działalności gospodarczej (jest to kwota równa minimalnemu wynagrodzeniu) czy skorzystać z doradztwa. Na polskim rynku odbywa się także wiele bezpłatnych szkoleń, kursów, które finansowane są z Funduszy Europejskich.

Można też starać się o leasing, szukać pomocy u *venture capitale* (czyli tzw. Aniołów Biznesu), skorzystać z kredytów dla firm, które gwarantują niskie oprocentowania, łatwość spłaty i ogólną pomoc przy szkoleniach czy doradztwie.



Rysunek 3. Skąd Pani/Pana zdaniem najlepiej pozyskać środki na własną działalność gospodarczą?
Źródło: Raport miesięca – Przedsiębiorczość w Polsce (s. 7), Zielona Linia, 2013. Pobrane z: www.zielonalinia.gov.pl/upload/raporty/Wersja%20PDF/Raport%20miesiaca%20-%20Przedsiębiorczość%20w%20Polsce.pdf (dostęp: 15.01.2014).

Zdaniem większości ankietowanych, najlepiej pozyskać środki na otwarcie własnej działalności gospodarczej z Europejskiego Funduszu Społecznego (różnego rodzaju projekty unijne), a także z urzędów pracy.

Ponieważ na polskim rynku wiele zagrożeń stoi nam na drodze do sukcesu, zatem pojawia się następane pytanie – czy warto?



Rysunek 4. Czy Pani/Pana zdaniem warto w Polsce otworzyć własną działalność gospodarczą?
Źródło: Raport miesięca – Przedsiębiorczość w Polsce (s. 7), Zielona Linia, 2013. Pobrane z: www.zielonalinia.gov.pl/upload/raporty/Wersja%20PDF/Raport%20miesiaca%20-%20Przedsiębiorczość%20w%20Polsce.pdf (dostęp: 15.01.2014).

Odpowiedź na zadane pytanie jest zaskakująca – większość badanych uważa, że nie warto prowadzić własnej działalności gospodarczej.

2. Formy prowadzenia działalności gospodarczej

Zakładając działalność gospodarczą, należy przede wszystkim zdecydować, czy będzie ona prowadzona w formie 1-osobowej działalności gospodarczej, czy też spółki. W tabelach 2 i 3 zestawiono zalety oraz wady możliwych rozwiązań.

Tabela 2

Zalety i wady prowadzenia 1-osobowej działalności gospodarczej

Zalety	Wady
Przedsiębiorca sam decyduje o swoich obowiązkach i uprawnieniach	Za wszystkie zobowiązania finansowe właściciel firmy odpowiada całym swoim majątkiem, również osobistym
Niewielkie koszty związane z uruchomieniem firmy	Odpowiedzialność za rozwój firmy i jej funkcjonowanie spoczywa na jednej osobie
Możliwość dokonywania szybkich zmian, np. w przedmiocie działalności firmy	Ta forma najlepiej sprawdza się w przypadku małych i średnich firm, a w przypadku większego biznesu może okazać się niewystarczająca

Źródło: *Wybieramy formę prawną prowadzenia własnej firmy*, Gazeta Podatkowa. Pobrane z: www.gofin.pl/17,10,305,645,wybieramy-forme-prawna-prowadzenia-wlasnej-firmy.html (dostęp: 15.01.2014).

Tabela 3

Zalety i wady spółek

Zalety		Wady	
Spółka z o.o.	Spółka akcyjna	Spółka z o.o.	Spółka akcyjna
Brak odpowiedzialności majątkowej wspólników za zobowiązania spółki; za zobowiązania całym swoim majątkiem odpowiada spółka	Jest odrębnym od wspólników podmiotem	Kapitał zakładowy min. 5 000 zł	Kapitał zakładowy min. 100 000 zł
W jej ramach można prowadzić działalność na dużą skalę, tam gdzie wymagany jest duży kapitał	Może skupiać większą ilość akcjonariuszy	Członkowie zarządu mogą odpowiadać za zobowiązania spółki (art. 299 k.s.h.)	Mniejsi udziałowcy nie mają wpływu na jej działalność
Jest odrębnym od wspólników podmiotem	Łatwość kumulacji środków finansowych oraz proste metody pozyskiwania dodatkowego kapitału w trakcie działalności – np. emisja akcji czy obligacji	Prowadzenie pełnej księgowości	Prowadzenie pełnej księgowości
	Akcjonariusze nie odpowiadają za zobowiązania spółki	Wysokie koszty założenia	Wysokie koszty założenia

Źródło: *Wybieramy formę prawną prowadzenia własnej firmy*, Gazeta Podatkowa. Pobrane z: www.gofin.pl/17,10,305,645,wybieramy-forme-prawna-prowadzenia-wlasnej-firmy.html (dostęp: 15.01.2014).

3. Rola innowacyjności w rozwoju firm

Należy sobie zdawać sprawę, że rynek jest mocno nasycony konkurującymi ze sobą firmami. Zakładany sukces firmy niewątpliwie uprawdopodobni podjęcie działalności innowacyjnej. To działalność zarezerwowana dla ludzi pomysłowych, o określonych umiejętnościach, potrafiących wprowadzać nowe kombinacje, dające możliwość osiągnięcia dużych zysków. Trzeba jednak przy tym pamiętać, że jest tylko kwestią czasu, gdy na rynku pojawią się firmy-naśladowcy.

Kolejne lata będą charakteryzować się coraz większą konkurencją firm. O przetrwaniu przedsiębiorstwa i jego sukcesie może zdecydować ciągle poszukiwanie nowości, twórczych pomysłów oraz wdrażanie ich w życie.

Podsumowanie

Rozwój gospodarczy Polski i jego stan w 2020 roku w dużej mierze będzie pochodną przedsiębiorczości Polaków. Jak pokazują doświadczenia, jesteśmy narodem osób aktywnych, twórczych, a liczba funkcjonujących firm dowodzi, że jesteśmy ludźmi przedsiębiorczymi.

Nie ma większego znaczenia, w jakiej formie będziemy prowadzić działalność gospodarczą. Ważne z punktu widzenia przyszłości jest poszukiwanie nowatorskich pomysłów, bycie innowacyjnym. Zagwarantuje to zarówno sukces prowadzonemu przedsiębiorstwu, jak i przełoży się na pozytywny obraz polskiej gospodarki w kolejnych latach.

Streszczenie

Rozważania prowadzone w artykule mają na celu ukazanie przedsiębiorczości jako czynnika rozwoju gospodarczego Polski. Zaprezentowano bilans przedsiębiorczości, rozumiany jako saldo uruchamianych i likwidowanych działalności gospodarczych, a także wyniki badań, dzięki którym udało się dokonać charakterystyki postaw przedsiębiorczych Polaków. W dalszej części ukazano zalety i wady różnych form prowadzenia firm w Polsce oraz zwrócono uwagę na konieczność wdrażania innowacji jako czynnika przesądzającego o sukcesie przedsiębiorstwa na konkurencyjnym rynku.

Summary

Considerations in the article aim at showing entrepreneurship of citizens as a factor behind the economic development of Poland. Entrepreneurship balance sheet – (understood as a balance of started and suspended economic activities), as well as, research results – which made it possible to describe enterprising attitudes of Poles – were presented in the article. Further part of the article presents advantages and disadvantages of various forms of running a business in Poland. The attention was drawn to the necessity for introducing innovations as a factor which is decisive in the success of the company in a competitive market.

Bibliografia

- Akademia Biznesu. (2011). *Jak założyć firmę?* Pobrane z: www.youtube.com/watch?v=XT2LvXhEjOE.
- Bohdanowicz, A. (2014). *Politolog George Friedman dla naTemat: „Za 20 lat Polska będzie potęgą, a Niemcy nie”*. Pobrane z: www.natemat.pl/104257,politolog-george-friedman-dla-natemat-pl-w-100-rocznice-wybuchu-ii-wojny-swiatowej-polska-bedzie-potega-a-niemcy-nie.
- Gazeta Podatkowa. *Wybieramy formę prawną prowadzenia własnej firmy*. Pobrane z: www.gofin.pl/17,10,305,645,wybieramy-forme-prawna-prowadzenia-wlasnej-firmy.html.
- Kassay, Ś. (2010). *Przedsiębiorstwo i przedsiębiorczość. Środowisko biznesowe. Zmiany struktur własnościowych w okresie transformacji ekonomicznej*. Kraków: Księgarnia Akademicka.
- Skawińska, E., Zalewski, R.I. (2009). *Klasy biznesowe w rozwoju konkurencyjności i innowacyjności regionów. Świat – Europa – Polska*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- TVN24 Biznes i Świat. (2014). *Bilans przedsiębiorczości*. Pobrane z: www.tvn24bis.pl/wiadomosci-gospodarcze,71/bilans-przedsiębiorczosci-24-10,481368.html.
- Zielona Linia. (2013). *Raport miesiąca – Przedsiębiorczość w Polsce*. Pobrane z: www.zielonalinia.gov.pl/upload/raporty/Wersja%20PDF/Raport%20miesiąca%20-%20Przedsiębiorczość%20w%20Polsce.pdf.

KONTROLA PRACY Z PERSPEKTYWY PRACOWNIKÓW

Wstęp

Kontrola pracy jest coraz częściej stosowanym narzędziem zarządzania kadrami – zarówno w przedsiębiorstwach prywatnych, jak i instytucjach państwowych. Może to być prosty proces, w którym przełożony sprawdza raporty podwładnego, ale może być też narzędziem bardzo rozbudowanym, śledzącym każdą zmianę miejsca pobytu pracownika w przedsiębiorstwie. Skutki kontroli mogą być dla pracownika pozytywne i negatywne.

Temat etyki kontroli pracy jest bardzo aktualny, ponieważ społeczeństwo ma coraz większą świadomość swoich praw pracowniczych i osobistych. Jednocześnie wiele działań kontrolerów jest niekiedy mylnie odbieranych jako ingerencja w sprawy osobiste pracowników. Przedsiębiorcy powinni skupić się na tym, żeby kontrola pracowników była zgodna z prawem, nie naruszała ich wolności osobistej oraz by była powszechnie akceptowalna. Nie powinni jednak zapominać, że jest to najłatwiejszy sposób, by ocenić pracę wykonywaną przez podwładnego.

W literaturze zagadnienie kontroli pracy jest przedstawiane jako jedno z narzędzi zarządzania kadrami. W Polsce kontrolowanie nie jest jeszcze tak szeroko stosowane jak ma to miejsce w Stanach Zjednoczonych czy Niemczech, ale polskie systemy organizacji pracy inspirują się tymi państwami, więc w przyszłości można spodziewać się większego wpływu procesu kontroli na zarządzanie kadrami. Zauważyć można też rozwój przedsiębiorstw zajmujących się kontrolowaniem pracowników oraz wprowadzających specjalistyczne oprogramowania do komputerów, mające na celu blokowanie wybranych stron internetowych lub szpiegowanie wykonywanych działań na komputerach pracowników.

W celu identyfikacji postrzegania kontroli pracy, na początku 2014 roku przeprowadzone zostały badania własne, których wybrane wyniki zostaną przedstawione w dalszej części artykułu.

1. Kontrola pracy jako narzędzie zarządzania kadrami

W literaturze przedmiotu pojęcie „zarządzanie kadrami” zastępowane jest określeniami takimi jak: „zarządzanie personelem”, „zarządzanie zasobami ludzkimi”, „polityka personalna”, „zarządzanie potencjałem społecznym” itd. Według T. Listwana (2010), takie zróżnicowanie nazewnictwa ma dwie przyczyny: pierwsza z nich to ewolucja podejścia do tematu personalnego w przedsiębiorstwie, odbierania roli i znaczenia pracownika, a druga zdeterminowana jest poziomem zaawansowania praktyk kadrowych w danym państwie lub omawianej organizacji. Jednym z etapów zarządzania kadrami jest kontrola pracowników. Jest to proces mający na celu porównanie badanego stanu faktycznego z wymaganym. Można powiedzieć, że kontrola jest narzędziem, dzięki któremu organizacja osiąga sprawność, efektywniej gospodaruje swoimi zasobami, ponieważ wskazuje na źródła i przyczyny niesprawności (Januszek, Gembara, 2012). W literaturze do określenia pojęcia kontroli i wszystkich czynności kontrolnych używa się również terminów zbliżonych, takich jak: rewizja, lustracja, nadzór, weryfikacja i inspekcja.

W teorii i praktyce kontroli kluczowym problemem jest wyodrębnienie jej typów. Lista rodzajów kontroli jest imponująca, jednak w praktyce nie jest ważna klasyfikacja, a cel samego procesu. Najważniejszy z punktu widzenia niniejszego artykułu jest podział ze względu na umiejscowienie organu kontroli. Wyróżnia się wtedy kontrolę zewnętrzną i wewnętrzną.

1.1. Kontrola zewnętrzna

Pojęcie „kontrola zewnętrzna” według S. Kałużnego to: kontrola funkcjonalna i instytucjonalna, która pochodzi spoza konkretnej firmy (2002). Zaliczyć do niej można kontrolę parlamentarną, społeczną, państwową i międzyresortową. W tym miejscu przedstawione zostaną tylko te z nich, które dotyczą przedsiębiorstw.

W polskim ustawodawstwie najważniejsze zasady kontroli zewnętrznej zebrane są w rozdziale 5 Ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2004, Nr 173, poz. 1807). Znajomość tych regulacji jest pomocna, tym bardziej że w gruncie rzeczy przedsiębiorcy mogą spodziewać się kontroli dotyczącej prawie każdej sfery ich działalności.

Kontrolę zewnętrzną w Polsce przeprowadzają samodzielne instytucje kontroli gospodarczej i zagadnień specjalnych, tj. (Kałużny, 1997):

- Najwyższa Izba Kontroli – naczelny i niezależny organ kontroli państwowej podległy Sejmowi. NIK kontroluje urzędy, instytucje, przedsiębiorstwa, w których pojawiają się środki publiczne. Izba sprawdza, czy jednostki wykonują swoje zadania w sposób najbardziej efektywny i oszczędny;
- Urząd Kontroli Skarbowej – kontroluje zgłoszenia o nieprawidłowościach dotyczących: nieuprawnionych zwrotów VAT, zaniżania dochodów do opodatkowania, działania w szarej strefie;
- Państwowa Inspekcja Pracy – kontroluje branże i przedsiębiorstwa, w których zdiagnozowano wcześniej zły stan ochrony pracy. Nadzorem obejmuje m.in.: przestrzeganie przez pracodawców zasad bezpieczeństwa i higieny pracy, przepisów dotyczących stosunku pracy, czasu pracy, zatrudniania młodocianych.

Poza wymienionymi jednostkami do systemu kontroli państwowej zaliczane są również organy oraz instytucje, których podstawową działalnością nie jest kontrola, tj. prokuratura, sądy czy banki.

1.2. Kontrola wewnętrzna

Częścią każdej zorganizowanej działalności jest kontrola. Obecnie odchodzi się już od kontroli ogólnej, całościowej, niedającej jednoznacznych odpowiedzi na postawione wcześniej pytania. Z tego też względu coraz częściej można spotkać się z kontrolą wewnętrzną, selektywną i skupiającą się tylko na obszarach strategicznych jednostki. Rola kontroli ma w takich przypadkach charakter strategiczny, a każdy kontroler, bez względu na zajmowaną pozycję, staje się równym kompanem dla osób decydujących w przedsiębiorstwie. Z tego też względu kontrola zewnątrz powinna być zintegrowana z systemem zarządzania (Kałużny, 2008).

W odpowiednio zarządzanym przedsiębiorstwie kontroli wewnętrznej powinny podlegać wszystkie procesy mające miejsce w jednostce, zwłaszcza te, które są przedmiotem zainteresowania instytucji zewnętrznych (Wierzbicki, 1996).

Do najczęściej spotykanych elementów systemu kontroli wewnętrznej w przedsiębiorstwie zaliczane są (Paczuła, 2003):

- **kontrola kierownicza** (funkcjonalna) – sprawowana jest w ramach obowiązków przez pracownika na stanowisku kierowniczym oraz innych pracowników upoważnionych do wykonywania czynności kontrolnych;
- **kontrola instytucjonalna** – sprawowana jest przez wybrane komórki organizacyjne, którym przypisano wykonywanie w skali całego przedsiębiorstwa kontroli wewnętrznej w określonym zakresie;
- **kontrola organów statutowych** – wykonywana jest przez rady nadzorcze lub komisje rewizyjne.

Kontrola wewnętrzna może mieć też, ale nie musi, charakter samokontroli pracowników. Jest to jedna z najważniejszych, ale też najtańszych form organizacyjnych kontroli wewnętrznej. Każdy pracownik wie najlepiej, w jakich momentach najczęściej popełnia błędy i jakie etapy jego pracy wymagają uważnej kontroli. Aby samokontrola była skuteczna, potrzebna jest wola, świadomość celu oraz niewielkie nakłady organizacyjne.

Kontrola wewnętrzna powinna spełniać funkcje (Kałużny, 2008; Paczuła, 2003):

- informacyjną (sygnalizacyjną) – polegającą na systematycznym dostarczaniu kadrze zarządzającej informacji oraz danych niezbędnych do korekty wydanych uprzednio postanowień, jak również podejmowania nowych decyzji;
- profilaktyczną (prewencyjną) – polegającą na zapobieganiu niekorzystnym zjawiskom w działalności oraz oddziaływaniu na prawidłowość zachowań w przyszłości;
- instruktazową i doradczą – polegającą na wskazywaniu kierunków prawidłowego działania, udzielaniu wskazówek osobom kontrolowanym oraz wskazywaniu i określaniu prawidłowych zachowań, umożliwiających szybką likwidację nieprawidłowych zachowań stwierdzonych w toku kontroli;
- pobudzającą (inspirującą, kreatywną) – polegającą na oddziaływaniu poprzez zakazy lub nakazy, a czasem pochwały i wyróżnienia na kontrolowanych i inspirowaniu ich do pozytywnych zachowań;
- ochronną – korygującą negatywne ustalenia w stosunku do pożądaných stanów,
- wychowawczą – polegającą na stosowaniu określonych procedur, wychowawczych metod, obiektywnych ocen osób kontrolowanych oraz egzekwowaniu zaleceń pokontrolnych.

Najczęściej wykorzystywane środki kontroli w przedsiębiorstwach to: rewizja osobista, tzw. oprogramowania szpiegujące na komputerach, blokada stron internetowych, przeglądanie poczty elektronicznej, podsłuch, wgląd do dokumentów służbowych czy stosowanie monitoringu.

1.3. Prawne aspekty kontroli pracy

Procesy zarządzania zasobami ludzkimi muszą wspierać osiągnięcie komercyjnych wyników, ale ich zadaniem jest przede wszystkim dbanie o interesy pracowników oraz etyczne podejście do osób zatrudnionych w jednostce. Z tego też względu kadra kierownicza oraz kontrolująca musi dbać o to, by pracowników nie traktowano jak jednego z czynników produkcji, a także chronić ich przed negatywnymi zjawiskami, tj.: mobbingiem, dyskryminacją czy molestowaniem seksualnym, pamiętając o tym, że tylko zadowoleni pracownicy są efektywni.

Jednym ze sposobów dbania o dobre traktowanie pracowników jest uznawanie praw pracowników zarówno jako osób fizycznych, jak i podwładnych. Ważne w kontekście kontroli pracy jest przestrzeganie norm ustanowionych w Konstytucji i Kodeksie pracy. I tak, zgodnie z art. 47 Konstytucji RP: „każdy ma prawo do ochrony życia prywatnego, rodzinnego, czci i dobrego imienia oraz do decydowania o swoim życiu osobistym”. Powyższą regulację konkretyzuje art. 49 – mówiący o ochronie komunikowania się oraz art. 51 – dotyczący prawa jednostki do ochrony danych osobowych. Art. 233 gwarantuje z kolei, że godność człowieka nie może być ograniczona nawet w czasie stanu wojennego i wyjątkowego. Wszystkie ww. zasady mają znaczenie ponadgałęziowe, a zatem są istotne również w zakresie kontroli pracy. Zgodnie z art. 111 Kodeksu pracy pracodawca jest obowiązany szanować godność i dobra osobiste pracowników. Zarówno ten przepis, jak i ogólne przepisy prawa cywilnego dotyczące ochrony dóbr osobistych, za podlegające ochronie uważają prawo do prywatności pracownika, w tym tajemnicę korespondencji. Ogólne przepisy prawa pracy dają jednak pracodawcy prawo do kontrolowania pracy pracownika poprzez badanie wykonywania przez niego zleconych zadań.

W polskim ustawodawstwie brakuje szczegółowych przepisów, które dawałyby prawo pracodawcy do kontroli. Na podstawie praktyki i orzecznictwa uznaje się jednak, że do skorzystania ze środków kontroli może dojść w trzech sytuacjach (Pułka, 2013):

1. gdy celem jest ocena wydajności i efektywności pracy pracownika;
2. podczas nieobecności pracownika w miejscu pracy, gdy konieczne jest uzyskanie z komputera służbowego pracownika istotnych danych;
3. gdy istnieją przesłanki co do naruszeń obowiązków pracowniczych określonych w art. 100 § 1 pkt 4 k.p.

Niezależnie od ww. zasad, pracodawca musi pamiętać o proporcjonalności i stosować takie formy kontroli, które są adekwatne do sytuacji oraz w możliwie jak najmniejszym stopniu ingerujące w życie pracowników. Istotne jest zatem, by działania pracodawcy prowadzone były w ściśle określonym celu, a stosowane przez niego środki były transparentne (pracownicy powinni być poinformowani, jakiej formy kontroli są lub mogą być poddawani). Jest to najważniejszy obowiązek pracodawcy, którego spełnienie przesądza o legalności kontroli przeprowadzanej w przedsiębiorstwie.

Mając na uwadze brak przepisów przewidujących formę poinformowania pracownika o zamiarze przeprowadzania kontroli, uznaje się, że taka informacja może zostać przekazana w dowolny sposób. Z uwagi na ewentualne roszczenia pracowników, w przypadku braku takiej informacji zaleca się, aby dla celów dowodowych była ona przekazywana w formie pisemnej. W przypadku pracowników, którzy pracują przy komputerach i korzystają ze służbowej poczty elektronicznej, taka informacja przekazana może być w formie e-maila. Kwestią sporną jest natomiast temat obowiązku wyrażenia zgody na kontrolę przez pracownika. Nie jest to, nawet pośrednio, określone w Kodeksie prawa pracy oraz Konstytucji, więc pracodawca w takim wypadku ma dowolność.

Dokonywanie kontroli musi być uzasadnione, w przeciwnym razie dojść może do sytuacji, w których osoba kontrolująca przestanie zwracać uwagę na względy osób kontrolowanych, biorąc pod uwagę tylko swój interes. Zagroza to równości traktowania pracowników jako osób. Nie można jednak zabronić pracodawcom wykonywania kontroli, nawet jeżeli sposoby monitoringu pracowników wzbudzają powszechne oburzenie. Przełożony jest zazwyczaj w lepszej sytuacji prawnej niż podwładny, ponieważ kontrolę pracownika może umotywić zapobieganiem przestojom w pracy lub podejrzeniem o nienależyte wykonywanie obowiązków

służbowych. Pracownicy nie mogą zapomnieć o tym, że jednym z takich obowiązków jest powinność ochrony mienia zakładu pracy, w rezultacie czego pracodawca może stosować nawet rewizje osobiste (Góral, 2010).

Obecnie zauważyć można pozytywny trend w zarządzaniu przedsiębiorstwami, jakim jest **społeczna odpowiedzialność firmy**. Obejmuje ona nie tylko etyczne i zgodne z prawem obchodzenie się z pracownikami, ale również interesariuszy przedsiębiorstwa (Listwan, 2010).

1.4. Pozytywne i negatywne aspekty kontroli pracy

Ostatni etap kontroli pracy to działania naprawcze w procesie zarządzania kadrami. Jest to bardzo ważny moment zarówno dla osób kontrolowanych, jak i kontrolujących, gdyż wprowadza się wtedy, jeżeli jest to konieczne, czynności korygujące. Lista pozytywnych i negatywnych skutków kontroli jest subiektywnym zdaniem Autorki.

Pozytywnym efektem kontroli pracowników jest możliwość sprawdzenia rzetelności wykonywanej pracy. Każdy przedsiębiorca chce, aby jego organizacja przynosiła duże zyski. W organizacjach, w których pracownicy nie są wydajni, jest to niemożliwe, ponieważ pracodawca ponosi stałe koszty ich utrzymania, nie otrzymując niczego w zamian. Dzięki kontroli otrzymuje się wyniki, które pozwalają sprawdzić, gdzie popełnianych jest najwięcej błędów lub gdzie zadania służbowe nie są wykonywane należycie, a także wpływa się bezpośrednio na pracowników, którzy pracują wydajniej, gdy wiedzą, że zostaną rozliczeni z wykonywanych przez nich obowiązków.

Kolejnym, ale prawdopodobnie najważniejszym, pozytywnym aspektem kontroli jest ustalenie odchyleń od normy. Zdarza się, że ustanawiane normy są zbyt ambitne i pracownicy nie mogą ich osiągnąć, nawet gdy ciężko pracują. W takich przypadkach muszą one zostać przekształcone tak, by były zgodne z możliwościami przedsiębiorstwa. Może też zaistnieć sytuacja, gdy ustalone standardy są przekraczane przez każdego z pracowników. Kierujący mogą wtedy podjąć decyzje dotyczące wykorzystania sprzyjających warunków w organizacji i doprowadzić do jeszcze większej wydajności pracowników (Januszek, Gembara, 2012).

Jedną z pozytywnych stron efektów kontroli dla pracodawcy jest fakt, że posiada on niepodważalne dowody, gdy nakłada na pracownika karę porządkową. Podwładny może wprawdzie nie zgadzać się z opinią, ale w przypadku np. monitoringu nie może domagać się zadośćuczynienia od pracodawcy. Nie może też posądzać go o dyskryminację lub lobbowanie, ponieważ pracodawca posiada dowody przeciwko niemu. Kara porządkowa nałożona może być w ciągu 3 miesięcy od naruszenia obowiązków służbowych, ale nie można przekroczyć 2 tygodni od momentu, w którym pracodawca dowie się o tym naruszeniu. Kara może mieć formę nagany lub upomnienia. Wyniki kontroli mogą być też podstawą do rozwiązania z pracownikiem umowy o pracę. Jest to szczególna sytuacja, gdy podwładny szkodzi organizacji, nie wykonuje swoich obowiązków lub narusza obowiązki pracownicze. Mogą to być sytuacje, w których pracownik mimo zakazu używania komputera do celów osobistych, łamie blokady stron internetowych i używa sprzętu do wykonywania zadań niezleconych przez pracodawcę (np. korzystanie z portali społecznościowych), przez co w sposób znaczący i długotrwały spada jego wydajność. Podstawą do zwolnienia nie jest jednak jednorazowe skorzystanie ze sprzętu służbowego na potrzeby osobiste (Pułka, 2013).

Następnym pozytywnym aspektem kontroli jest możliwość reagowania na zmiany w organizacji. Nie bez znaczenia jest tutaj obserwacja pracowników. Dzięki kontroli kierownicy mają szansę śledzić na bieżąco postępy pracowników, nie przeszkadzając im. Mają większą możliwość delegowania zadań, ponieważ wiedzą, czego mogą oczekiwać od poszczególnych podwładnych, co znacznie ułatwia im pracę. Według koncepcji zarządzania uczestniczącego, tak wyglądający proces kontrolny może doprowadzić do osiągnięcia wyższej efektywności (Stoner, 1999).

W opozycji do ww. efektów kontroli stoi samopoczucie pracowników. Kontrola, a w szczególności monitoring czy rewizja osobista, może być uznawana za ingerencję pracodawcy w sferę praw osobistych pracownika. Podwładny może w takiej sytuacji ubiegać się o kontrolę zewnętrzną, a nawet wszcząć postępowanie cywilne. W razie zagrożenia dobra osobistego pracownik może starać się o zadośćuczynienie pieniężne lub inne naprawienie szkody. Pracodawcy, któremu zostanie udowodnione ingerowanie w sferę osobistą pracownika, grozi grzywna, a nawet kara pozbawienia wolności do 2 lat (w przypadku odczytania pisma przesłanego pocztą elektroniczną do pracownika) (Pułka, 2013).

2. Kontrola pracy z perspektywy pracownika

Celem identyfikacji postrzegania kontroli pracy przez pracowników, na początku 2014 roku Autorka przeprowadziła badania jakościowe, wykorzystując technikę indywidualnego wywiadu pogłębionego (ang. *Individual Depth Interview*, IDI). W badaniu wzięło udział 10 osób kontrolowanych oraz 10 kontrolujących. Dobór do próby miał charakter celowy. Do udziału w badaniu zostało zaproszonych osiem osób z wykształceniem średnim oraz 12 z wyższym. Wszyscy badani pracowali na stanowiskach administracyjnych (niższego i wyższego szczebla).

W zrealizowanym badaniu wstępne zagadnienie dotyczyło skojarzeń pracowników biurowych ze zwrotem „kontrola pracy” (zob. tabela 1). Już pierwsze odpowiedzi zwróciły uwagę Autorki na różnice, jakie występują w skojarzeniach osób kontrolowanych¹ i kontrolujących². Odpowiedzi podwładnych były mało zróżnicowane i często o negatywnym brzmieniu (ograniczenia, kara, brak zaufania). Osoby te skupiały się na swoich odczuciach i często jako skojarzenie z „kontrolą pracy” wymieniały „stres”.

W grupie kontrolujących skojarzenia były bardziej zróżnicowane. Można zauważyć, że osoby te kojarzą „kontrolę pracy” z narzędziem umożliwiającym im oraz ich podwładnym efektywną pracę oraz poprawianie wyników. Wskazywały one na efekty kontroli, tj.: wyniki, ranking, wnioski, oceny, poprawianie wydajności. W badaniu w obu grupach wymienionych zostało kilka takich samych skojarzeń: ankieta, stres, nadzór, ZUS, zarząd, motywacja (motywowanie). Wśród osób, które brały udział w badaniu, nikt nie wspomniał o kontroli z Państwowej Inspekcji Pracy.

¹ Grupa „kontrolowanych” będzie dalej nazywana zamiennie jako: zarządzający, kierownictwo, menedżerowie.

² Grupa „kontrolujących” będzie dalej nazywana jako: pracownicy niższego szczebla, podwładni.

Tabela 1

Skojarzenia pracowników biurowych ze zwrotem „kontrola pracy”

Skojarzenia	Kontrolujący	Kontrolowany
Pozytywne	Ankiety dla klientów, nagrody, wyniki, rejestracja wejść i wyjść, ranking, wnioski, motywowanie, poprawianie wydajności, współpraca, ocena, samoocena, bezpieczeństwo, pomoc, motywacja, osiągnięcie zamierzonych efektów, sumienność, odpowiedni czas pracy	Ranking, nagroda, motywacja, efekty, sprawdzanie sumienności, obecność, porządek, firma
Negatywne	Comiesięczna rutyna, poważne rozmowy, kontroler, kamery, prawo, stres, oszustwo, nadzór, zarząd, ZUS, szpiegowanie komputerów	Nadzór, ograniczenia, ankieta, stres, monitoring, wyścig szczurów, strach, błędy, nagana, Urząd Skarbowy, ZUS, coś niemiłego i stresującego, nadzorca, zarząd, obserwacja, brak zaufania, kara, kontroler, dokumenty, formalności, kradzież, kariera
Neutralne	Analiza, ankiety dla pracowników, pracownicy, sprawozdania, zarządzanie, sprawdzanie pracy, zakres obowiązków, kontrola wewnętrzna, audyt, kontrola zewnętrzna	Kadrowa, dział personalny

Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań.

Kolejnym analizowanym aspektem było postrzeganie konieczności stosowania kontroli pracy w przedsiębiorstwie oraz identyfikacja sytuacji, w której pracownicy nie byłiby kontrolowani. Zarówno wśród osób kontrolujących, jak i kontrolowanych można było zauważyć dużą akceptację dla przeprowadzania kontroli w przedsiębiorstwie. Wśród kierownictwa tylko jedna osoba uznała, że kontrola nie jest konieczna, jednocześnie zaznaczając, że jest to narzędzie bardzo przydatne i „poprawia funkcjonowanie jednostki” (osoba 7., kontrolująca).

Z przeprowadzonych rozmów wynika, że proces kontroli mógłby być pozytywnie odbierany przez pracowników kontrolowanych, gdyby był dla nich bardziej transparentny. Chociaż zgodnie z polskim prawodawstwem, pracodawca ma obowiązek informowania pracowników o przeprowadzanych inspekcjach, to nie do końca się z niego wywiązuje.

Pracownicy biurowi uważają, że kontrola w przedsiębiorstwie jest konieczna, zwracając też uwagę na możliwość wykorzystywania jej do:

- motywowania pracowników: „Dzięki temu jest większa wydajność (...). Każdy czuje odpowiedzialność” (osoba 10., kontrolowana);
- polepszania funkcjonowania przedsiębiorstwa: „(...) każdy pracownik czuje wtedy, że odpowiada za to, co zrobił” (osoba 3., kontrolowana); „Dzięki temu wiemy, gdzie są błędy i jak je naprawiać” (osoba 15., kontrolująca); „(...) pozwala nam to na opracowanie niezawodnych form pracy. Dzięki wieloletniej kontroli obiegu dokumentów, wypracowaliśmy system, dzięki któremu nie tylko dokumenty szybciej migrują z działu do działu, ale też zaoszczędziliśmy czas pracy naszych pracowników” (osoba 18., kontrolująca);

- wprowadzania dyscypliny: „(...) zmusza to osoby bardziej leniwe do cięższej pracy” (osoba 1., kontrolowana); „Bardzo dobre to jest dla nowych pracowników, którzy są na etapie poznawania firmy” (osoba 17., kontrolowana).

Choć pracownicy mieli negatywne skojarzenia z kontrolą pracy, to większość z nich uważa, że jest ona konieczna w przedsiębiorstwie. Jest to dobry sygnał dla pracodawców, umożliwiający wprowadzanie coraz lepiej dopasowanych form kontrolowania do przedsiębiorstwa.

3. Skuteczność stosowania kontroli pracy

Jednym z analizowanych aspektów był wpływ wyników kontroli na skuteczność tego narzędzia zarządzania zasobami ludzkimi. Duża część pracowników biurowych niższego szczebla wyznała, że w ich przedsiębiorstwach nie ma żadnej informacji zwrotnej dotyczącej przeprowadzonej inspekcji, jednocześnie zaznaczając, że miałyby to wpływ na ich dalszą pracę („(...) gdybym dostała słabą ocenę, to chciałabym być w następnej kontroli lepsza i więcej bym pracowała” (osoba 1., kontrolowana); „(...) chciałabym, żeby tak było, że po skontrolowaniu wszystkich pracowników, najlepszy dostaje jakąś nagrodę” (osoba 9., kontrolowana)).

Osoby kontrolowane, które otrzymują informację zwrotną z kontroli, uważają, że jest to potrzebny etap („Pomaga to ustrzec się wskazanych problemów w przyszłości” (osoba 3., kontrolowana); „Mamy wypisane wszystkie błędy, które kiedykolwiek zostały zauważone przez Urząd Skarbowy i staramy się ich nie popełniać” (osoba 4., kontrolowana)). Szybciej przypominały sobie, jakie są negatywne skutki kontroli („(...) chyba, że ktoś ma bardzo słabe wyniki, wtedy idzie >na dywanik<. Jak ktoś robi coś dobrze, to się >nie czepiają<” (osoba 1., kontrolowana); „Od razu dostajemy reprimendy, jeżeli jest coś złe” (osoba 17., kontrolowana)).

Wśród kierownictwa opinie na temat informacji zwrotnej były podzielone. Część z nich uważała, że jest to bardzo ważny etap i konieczne jest powiadamianie pracowników zarówno o dobrych, jak i złych wynikach. Była też grupa kontrolujących, która informuje podwładnych o wynikach sprawdzania pracy tylko wtedy, gdy wykryto błędy. Tylko jedna osoba spośród zarządzających uznała, że pracownicy nie potrzebują informacji zwrotnej z kontroli, uzasadniając to chęcią minimalizowania stresu wśród podwładnych.

Podsumowanie

Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Studenckie Koło Naukowe „HR Leaders”, większość osób kontrolowanych uważa kontrolę za efektywną, gdy wyniki obserwacji są dostarczane niezwłocznie po jej zakończeniu do pracownika, gdy kontrola jest dostosowana do specyfiki pracy osoby oraz gdy reguły przeprowadzanego badania są przejrzyste. Aspekty te nie zostały wyartykułowane przez podwładnych, którzy brali udział w badaniu, ale na podstawie ich wypowiedzi można wywnioskować, że oceniają oni skuteczność kontroli w ten sam sposób (Chomczyński, 2010).

Chociaż kontrola ma sens wyłącznie wtedy, gdy porówna się otrzymane wyniki z założonymi normami, to menedżerowie rezygnują z informowania podwładnych o jej wynikach. Brak informacji zwrotnej może budzić w pracownikach wątpliwości co do zasadności przeprowadzania audytów w przedsiębiorstwie. Nie mogą oni też poprawiać swojej pracy, nie wiedząc, co źle wykonują. Pominięcie najważniejszego etapu zwraca uwagę na problem, jaki może występować w polskich przedsiębiorstwach – czy menedżerowie widzą sens stosowania kontroli.

Streszczenie

Kontrola pracy może nieść za sobą zarówno szanse, jak i zagrożenia dla zarządzania kadrami. W referacie zostały zaprezentowane i zinterpretowane wyniki badań przeprowadzonych przez Autorkę. Przedstawione zostały pozytywne oraz negatywne aspekty kontroli pracy wymienione przez respondentów. Autorka wskazała również, jaka jest skuteczność stosowania tego narzędzia zarządzania kadrami. Pierwsze skojarzenia respondentów z kontrolą pracy były negatywne. Zweryfikowana została tym samym postawiona teza, która mówiła, że kontrola wpływa negatywnie na wykonywanie zleconych zadań, ponieważ pracownicy nie skupiają się na swojej pracy. Jednocześnie można stwierdzić, że jest to duże zagrożenie dla menedżerów. Zdaniem Autorki, należy zastanowić się nad koniecznością wdrażania dodatkowych form kontroli do przedsiębiorstw. Próba rozwinięcia dotychczasowych, zrozumiałych metod, takich jak ankiety, nie spotka się ze sprzeciwem, jaki może wystąpić w przypadku innowacji. Menedżerowie w polskich przedsiębiorstwach dążą do rozwoju przedsiębiorstw, jaki obserwują poza granicami państwa, dlatego też powinni skupić się na jakości przeprowadzanej kontroli i postrzegać to jako szansę na rozwój współpracy z pracownikami.

Summary

Supervision over the work may both creates opportunities for the staff management and poses a risk to it. The paper presents and interprets results of the research made by the Author. Positive and negative aspects of the supervision over the work, mentioned by respondents, were shown. The author also tells what the efficiency of using this instrument in the staff management is. First associations of respondents were negative. As a result, there was a confirmation of the thesis proposed, telling that the supervision has a negative influence on performing the tasks given because workers do not focus on their work. Concurrently, it may be claimed that it is a serious hazard to managers. According to the author, the necessity for introducing additional forms of supervision to companies shall be considered. A challenge to develop prevailing and clear methods, such as questionnaires, will not cause any opposition, as it may be encountered in case of innovation. Managers in Polish companies struggle for development of enterprises which may be observed abroad. Therefore, they should focus on the quality of controls imposed and perceive it as a chance for developing cooperation with workers.

Bibliografia

- Chomczyński, P. (2010). Problematyka kontroli w miejscu pracy z punktu widzenia kontrolujących i kontrolowanych – wyniki badań ankietowych. W: Z. Góral (red.), *Kontrola pracownika: możliwości techniczne i dylematy prawne* (s. 455-466). Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Góral, Z. (2010). *Kontrola pracownika: możliwości techniczne i dylematy prawne*. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Januszek, H., Gembara, S. (red.). (2012). *Kontrola*. Poznań: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.
- Kałużny, S. (1997). *Nadzór i kontrola w przedsiębiorstwie: kompendium wiedzy dla kontrolujących i kontrolowanych*. Warszawa: Kwantum.
- Kałużny, S. (2002). *Leksykon kontroli*. Warszawa: Dosko.
- Kałużny, S. (2008). *Kontrola wewnętrzna: teoria i praktyka*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Listwan, T. (2010). *Zarządzanie kadrami*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Paczuła, Cz. (2003). *Kontrola wewnętrzna jako element procesu zarządzania*. Warszawa: Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.
- Pułka, A. (2013). Kontrola pracownika w zakresie powierzonego mu przez pracodawcę sprzętu służbowego. *Praca i Zabezpieczenie Społeczne*, 3, 18-27.
- Stoner, J.A.F. (1999). *Kierowanie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2004 r., Nr 173, poz. 1807).
- Wierzbicki, K. (1996). *Kontrola wewnętrzna w podstawowych jednostkach gospodarczych: poradnik organizacyjno-metodyczny*. Zielona Góra: Wydawca Zielona Góra.

CZEŚĆ III.
TOŻSAMOŚĆ KULTUROWA A PROCESY GLOBALIZACYJNE

**DZIAŁALNOŚĆ FESTIWALU KULTURY ŻYDOWSKIEJ
NA KRAKOWSKIM KAZIMIERZU
– KULTURALNA PERSPEKTYWA DLA KRAKOWA 2020**

Wstęp

We współczesnym, dynamicznie rozwijającym się świecie, społeczeństwa dostrzegają potrzebę rozwoju m.in. poprzez uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych. Pojawia się coraz więcej nowych form kulturalnych: spotkania, wystawy, koncerty oraz festiwale. Część tego typu wydarzeń ma charakter jednorazowy, ale większość cykliczny. Te, którym udało się przetrwać próbę czasu, ugruntowują swoją obecność, jak chociażby ostatnio bardzo popularna inicjatywa tematycznych imprez kulturalnych, rozpoczynających się o zmierzchu i trwających do późnych godzin nocnych. Do tego typu wydarzeń możemy zaliczyć m.in. „Noc Muzeów”, „Noc Naukowców” czy „Noc Literatury”. W Krakowie poczesne miejsce na mapie kulturalnej zajmuje Festiwal Kultury Żydowskiej na Kazimierzu (FKŻ), który w roku 2020 obchodzić będzie jubileusz 30-lecia.

W artykule Autorka wykorzystała informacje zawarte w literaturze, materiałach promocyjnych festiwalu oraz doświadczenie, jakie zdobyła, będąc wolontariuszką podczas 23. Festiwalu Kultury Żydowskiej w Krakowie. Dzięki uczestnictwu jako prelegent podczas 4. Festiwalu Kultury Żydowskiej w Kopenhadze (4. Jewish Culture Festival in Copenhagen, 2014), może również ocenić krakowski festiwal z innej perspektywy. Autorka podjęła także próbę wykazania, że krakowski festiwal może poszczycić się dotychczasowym dorobkiem, a także że doskonale wpisuje się w kulturalną perspektywę miasta na dalsze lata.

1. Festiwal Kultury Żydowskiej na krakowskim Kazimierzu

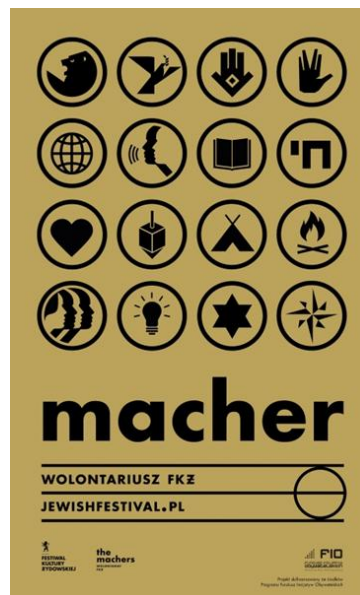
Krakowski festiwal ma już ponad 30-letnią historię¹, w trakcie której stał się znaczącą imprezą kulturalną, a sam Kazimierz na nowo zyskał rangę „żydowskiej przestrzeni”. Choć na co dzień na Kazimierzu mieszka niewielu Żydów, to działalność festiwalu sprawiła, że jest ono wypełnione żydowską obecnością. Dzieje się to za sprawą tych, którzy organizują tę imprezę i tych, którzy w niej uczestniczą. „Następnego roku w Krakowie” – tak uczestnicy krakowskiego festiwalu żegnają się w ostatnim dniu przez analogię do słów wypowiedzianych podczas świąt Pesach i Rosz Ha-szana (Ziembala, Szwedowska, 2010), „Le szana ha-ba’a b’Jeruszalaim” („Za rok w Jerozolimie”).

W organizację festiwalu zaangażowanych jest wiele osób i organizacji, z Biurem Festiwalowym oraz Stowarzyszeniem Festiwal Kultury Żydowskiej na czele. Inicjatorem² i dyrektorem festiwalu jest J. Makuch. Tak duże przedsięwzięcie nie byłoby jednak możliwe, gdyby nie pomoc wolontariuszy. Festiwalowy program wolontariacki (23. Festiwal Kultury Żydowskiej, 2013) nosi nazwę „The Machers” od angielskiego przedimka *the* i słowa *macher* pochodzącego z języka jidysz. Znaczenie rzeczownika *macher* wywieść można od czasownika *machn*, oznaczającego „robić, działać”. U. Weinreich w swoim słowniku podaje znaczenie słowa *der macher* jako osoba poważana, istotna, znacząca, wpływowa

¹ Obecnie obchodzony był 25. Festiwal Kultury Żydowskiej, ale pierwsze edycje nie odbywały się każdego roku.

² Wspólnie z K. Gieratem.

oraz mająca wpływ na innych (1977). To dzięki działalności „The Machers” uczestnicy festiwalu uczą się, „jak kultura polskich Żydów rozwinęła się w nowoczesną i tak bardzo różnorodną kulturę tworzoną współcześnie w Izraelu, Stanach Zjednoczonych i całej Diasporze, w tym także w Polsce” (23. Festiwal Kultury Żydowskiej, 2013). Wolontariusze poświęcają swój czas nie tylko podczas przygotowań i trwania festiwalu, ale również przez cały rok prac w Oficjalnym Klubie Festiwalowym „Cheder”.



Rysunek 1. Wolontariusze przy scenie podczas „Shalom na Szerokiej” 23. Festiwal Kultury Żydowskiej w Krakowie; plakat promocyjny wolontariatu Festiwalu Kultury Żydowskiej.

Źródło: fot. B. Dittmar; materiały prasowe: www.jewishfestival.pl (dostęp: 02.09.2013).

„Cheder” to klubo-kawiarnia, która jest miejscem spotkań wszystkich pokoleń, wolontariuszy, pracowników festiwalu, ale także turystów chcących dowiedzieć się czegoś na temat kultury żydowskiej na Kazimierzu. Nazwa pochodzi z języka hebrajskiego i może być przetłumaczona jako „pokój”. Odwołując się do kultury i tradycji żydowskiej, termin ten nabiera szerszego znaczenia. W Chederze, który był często wydzielonym pokojem w domu nauczyciela, uczeni byli żydowscy chłopcy w wieku 3-13 lat. Poznawali oni tam tradycję, język i kulturę żydowską. Podobną funkcję pełni obecnie Klub Festiwalowy. Serwowane są tu izraelskie potrawy, takie jak humus czy pita, można wypić wyśmienitą kawę czy usłyszeć żydowską muzykę. Podczas odwiedzania tego miejsca można korzystać z obszernej biblioteki, związać się z aktualnymi projektami prowadzonymi przez „machersów” czy uczestniczyć w tematycznych spotkaniach i warsztatach. „Cheder” jest miejscem otwartym dla wszystkich i pełnym „żydowskiej energii”.

Działalność wolontariuszy nie ogranicza się jedynie do działań organizacyjnych, ale ma też szerszy wymiar. „Machersi” zajmują się przygotowaniem zaplecza wydarzeń, ich nadzorowaniem czy udzieleniem informacji podczas trwania festiwalu, a poprzez bliski kontakt z uczestnikami z różnych stron świata nawiązują też wyjątkowe relacje międzyludzkie. Pojawia się więź, która sprawia, że ludzie mający różne pochodzenie i reprezentujący odmienną kulturę, są w stanie podczas trwania festiwalu znaleźć ze sobą „wspólny język”. Jest ona szczególna, odżywając podczas spotkań w innych miejscach

i innym czasie. Wiele takich spotkań znajduje swój finał we współpracy naukowej³ oraz kulturalnej, realizacji projektów w różnych dziedzinach, ale ich efektem są również zwykłe ludzkie przyjaźnie i więzi towarzyskie. Kluczową jest jednak kulturalna strona festiwalu. Każda edycja to obecnie ponad 300 wydarzeń artystycznych, naukowych oraz popularyzatorskich (Festiwal Kultury Żydowskiej, 2015). Są wśród nich koncerty, wykłady, dyskusje, zorganizowane formy zwiedzania Kazimierza, a także happeningi i warsztaty. Ocenia się, że obecnie w festiwalu bierze udział ok. 30 000 osób (Festiwal Kultury Żydowskiej, 2015). Zainicjowany w 1988 roku, początkowo skupiony wokół żydowskiego filmu, wykładów i muzyki (Orla-Bukowska, Tomanek, 2013), z inicjatywy o małym zasięgu po 20 latach Festiwal Kultury Żydowskiej stał się jednym z największych wydarzeń kulturalnych miasta, odbijając się znaczącym echem na świecie.

2. Perspektywy kulturalne dla Krakowa

Krakowski Kazimierz to ważne miejsce spotkań młodego pokolenia Polaków i Żydów, przestrzeń, w której przeszłość łączy się z teraźniejszością. „Dochodzi tu do wyjątkowego porozumienia pomiędzy ludźmi reprezentującymi różne systemy wartości” (24. Festiwal Kultury Żydowskiej, 2014). Jest to miejsce spotkań zarówno osób, które urodziły się na Kazimierzu lub znają go z rodzinnych opowiadań i teraz wracają do swoich korzeni, jak również takich, które przybywają tu po raz pierwszy. Festiwal sprawia, że ludzie mogą wspólnie doświadczyć przenikającej się przeszłości z teraźniejszością w jednym miejscu i stworzyć w przestrzeni Kazimierza – przynajmniej na ten czas – współczesną multikulturową społeczność.

Wpływ Festiwalu Kultury Żydowskiej na życie kulturalne Krakowa jest wielowątkowy. Jest on imprezą kulturalną, która obejmuje na przełomie czerwca i lipca na kilka dni nie tylko Kazimierz (m.in.: „Cheder”, JCC Kraków, Centrum Kultury Żydowskiej, Staromiejskie Centrum Kultury Młodzieży, Muzeum Galicja, Klub Alchemia czy kazimierskie synagogi), ale również wiele miejsc poza nim. Duch festiwalu unosi się nad całym miastem. Imprezy odbywają się m.in. na barkach, Podgórzu czy w centrum Krakowa, w takich miejscach jak Kawiarnia Naukowa czy Teatr „Bagatela” (23. Festiwal Kultury Żydowskiej, 2013)⁴. Festiwal wpływa na ożywienie atmosfery nie tylko na obszarze Kazimierza, ale również innych miejsc w Krakowie.

FKŻ jednoczy mieszkańców i przybyłych gości w tworzeniu oraz odczuwaniu. Poprzez różnorodne warsztaty i koncerty uczestnicy mają możliwość doświadczenia osobistego kontaktu z kulturą żydowską. Niezależnie od wieku, statusu społecznego i zainteresowań, każdy znajdzie atrakcje oraz wydarzenia odpowiednie dla siebie. Podczas trwania festiwalu prezentowana jest współczesna, wciąż żywa kultura żydowska – jej różnorodność oraz wielowątkowość: kultura aszkenazyjska, sefardyjska, mizrahijska.

W festiwalowym programie znajduje się wiele wydarzeń stałych, m.in. koncerty: kantorów, „Leopold Kozłowski i przyjaciele” czy kończący to wydarzenie i (z uwagi na możliwość zgromadzenia wielotysięcznej widowni) mający największą siłę przekazu „Szalom na Szerokiej” (23. Festiwal Kultury Żydowskiej, 2013).

³ M.in. prelekcja Autorki podczas 4. Festiwalu Kultury Żydowskiej w Kopenhadze pt. „The unique studiem – Jewish Studies in Krakow”.

⁴ W 2013 roku FKŻ odbywał się w 26 miejscach na terenie Krakowa.

Wieloletnia tradycja FKŻ przysłużyła się wymiennie promocji Krakowa jako miasta kultury światowej, które już od dawna słynie z organizacji licznych tego typu imprez, ugruntowujących jego pozycję jako miasta festiwalowego na równi z takimi miejscami jak Paryż, Mediolan czy Wenecja.

Festiwal zaszczerpia na stałe w świadomości uczestników, artystów i wolontariuszy znaczenie kultury żydowskiej, a w szczególności jej uniwersalną energię. Jest on w tym względzie fenomenem, na skalę europejską i światową, w krzewieniu kultury żydowskiej (Makuch, 2010). Tym sposobem rozsławia imię miasta, równocześnie stając się wzorcem i odniesieniem dla twórców festiwalu kultury żydowskiej w innych miejscach na świecie.

Podsumowanie

Festiwal Kultury Żydowskiej jest miejscem spotkań Polaków z Żydami, a dla osób młodych imprezą, podczas której mogą poznawać tę kulturę oraz pomagać w jej ponownym odkrywaniu i rozwijaniu. Dla osób pochodzenia żydowskiego powracających do Polski staje się wspomnieniem przeszłości i nadzieją na przyszłość, a dla pozostałych kulturalną perspektywą na dalsze lata – powiedzenie „Następnego roku w Krakowie” będzie zawsze aktualne.

Streszczenie

W artykule podjęto próbę pokazania, że Festiwal Kultury Żydowskiej, przez dotychczasowy dorobek i cykliczność, staje się ważną kulturalną perspektywą Krakowa. W pracy wykorzystano materiały promocyjne z ostatnich dwóch festiwali, dostępną literaturę oraz doświadczenie Autorki zdobyte w trakcie wolontariatu podczas jego 23. edycji. Festiwal, łącząc ludzi różnych pokoleń i poglądów, sprawia, że Kazimierz coraz bardziej staje się kulturalną przestrzenią, zapełnioną dynamiczną i na powrót widoczną żydowską obecnością. Dzięki zaangażowaniu organizatorów i uczestników, FKŻ jest z roku na rok coraz ważniejszym wydarzeniem kulturalnym w Krakowie, plasując się na czołowych miejscach wśród podobnych imprez w Polsce i na świecie.

Summary

The article attempts to show that the Jewish Culture Festival becomes an important cultural perspective of Cracow thanks to hitherto outputs and periodicity. The paper made use of promotional materials from the last two Festivals, available literature and the author's experience gained in the voluntary work during the 23rd edition of the Festival. The festival, through interconnecting people of different generations and views, makes that Kazimierz⁵ becomes a cultural space, crowded with dynamic and visible presence of Jews. Thanks to involvement of organisers and participants, the festival becomes an important cultural event in Cracow year by year, which is ranked as one of the most important similar events in Poland and abroad.

⁵ Kazimierz – a district of Cracow.

Bibliografia

- Dodziuk, A. (2010). *Druga dusza. O dwudziestu Festiwalach Kultury Żydowskiej w Krakowie*. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- Festiwal Kultury Żydowskiej. (2015). *Festiwal Kultury Żydowskiej w Krakowie to największa prezentacja współczesnej kultury tworzonej przez Żydów na całym świecie*. Pobrane z: www.jewishfestival.pl/pl/fkz/.
- Makuch, J. (2010). The Jewish Culture Festival, Kraków. W: K., Craddy, M., Levy, J., Nowakowski (eds.), *Poland: A jewish matter. Proceedings of a symposium exploring contemporary jewish life in Poland, marking the close of Jewish programming for POLSKA! YEAR* (s. 131-137). Warszawa: Adam Mickiewicz Institute.
- Orla-Bukowska, A., Tomanek, K. (2013). Who is doing Jewishness in Poland. *New Eastern Europe*, 3(VIII), 162-171.
- Weinreich, U. (1977). *Modern English-Yiddish Yiddish-Elglisz Dictionary*. New York: YIVO Institute for Jewish Research, Schocken Books.
- Ziembala, E., Szwedowska, J. (2010). *Wszystko przez Żydów. Subiektywny alfabet Festiwalu Kultury Żydowskiej w Krakowie*. Oświęcim-Babice: K&L Press.
23. Festiwal Kultury Żydowskiej. (2013). Broszura informacyjna wraz z programem. Kraków.
24. Festiwal Kultury Żydowskiej. (2014). Broszura informacyjna wraz z programem. Kraków.
4. Jewish Culture Festival in Copenhagen. (2014). Broszura informacyjna wraz z programem. Kopenhaga.

Grzegorz MICHALIK

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu

KONSUMPCJONIZM – MIĘDZY RACJONALNOŚCIĄ A MAGIĄ

Wstęp

Artykuł nie ma charakteru pracy ekonomicznej, a jest wyłącznie refleksją opartą o humanistyczne przesłanki i (niemal) całkowicie świadomie pominięto w nim ekonomiczne oraz marketingowe zagadnienia związane z procesem konsumpcji. W perspektywie nauk humanistycznych, które – tak jak niniejszy artykuł – nie są wolne od wymiaru wartościującego, techniczne aspekty produkcji stanowią jedynie przyczynę opisywanego, najczęściej – w mniemaniu tych nauk – złego stanu rzeczy.

Kapitalistyczny system ekonomiczny jawi się jako system racjonalny, zrozumiąły, za podstawę mający racjonalne działania *homo oeconomicus*. Skoro system ekonomiczny jest racjonalny, to takie same są też działania w jego obszarze, a więc najrozsądniej wydaje się pojmować konsumpcję jako „akty, które zaspokajają różnorodne, bieżące potrzeby ludzkie, bądź jako proces wykorzystywania dóbr i usług w celu zaspokojenia potrzeb ludzkich” (Zalega, 2012, s. 13).

G. Ritzer (2009), opisując racjonalizację konsumpcji, a wychodząc od weberowskiego rozumienia racjonalizacji jako odczarowania, zawarł w niej pięć elementów: sprawność (polegająca na optymalnym doborze środka do celu), wymierność (możliwość ilościowego przedstawienia), przewidywalność, sterowanie dzięki zastąpieniu ludzi zdehumanizowanymi środkami technicznymi oraz paradoksalną nieracjonalność racjonalności, tj. te działania racjonalnych systemów, które prowadzą do nieracjonalnych skutków (eksploatacja środowiska naturalnego itp.). Na tym kończy się racjonalność konsumpcji – o ile środki konsumpcji poddawane są racjonalizacji, to te same środki oddziałują na nieracjonalność i dążenia istoty ludzkiej do transcendencji, niesamowitości. Wszystko to, rzecz jasna, by zwiększyć swoją racjonalną sprawność. Tu dochodzimy do paradoksu zawartego w tytule niniejszej pracy. Jak to się stało, że racjonalny system obejmuje nieracjonalnie działające jednostki (przypomnieć należy, że rozważania nie dotyczą zagadnienia racjonalności systemów ekonomicznych)?

Być może sama antynomiczność racjonalności i irracjonalności jest sztuczna, zaś problem wynika z braków pojęciowych lub granica między nimi jest niezwykle cienka.

Za przykład posłużyć tu może zjawisko potlacz, występujące w plemieniu Kwiaklutów. Pierwszy raz opisane przez R. Benedict (2007), w jej mniemaniu miało charakter niemal wyłącznie prestiżowy, a polegało na przekazywaniu biedniejszym plemionom darów, które zwiększały, co oczywiste, prestiż obdarowującego. Inny antropolog M. Harris (2007) uważa jednak, że potlacz w pierwotnym sensie, prócz znaczenia prestiżowego, miał też znaczenie ekonomiczne, tj. redystrybucji, dopiero później w wyniku rozwoju ekonomicznego Kwiaklutów, spowodowanego przez rozwinięty handel z Europejczykami, przybrał formę zwyrodniałą – niszczenia drogocennych przedmiotów¹.

¹ Tak na marginesie, czy nie budzi to u nas, Polaków, skojarzeń z metamorfozą wiejskiego wesela, kiedyś służącego redystrybucji cennych towarów (na weselu karmiono całą wieś), które teraz przyjęło formę absurdalnie prestiżowego?

Widać zatem, jak cienka granica dzieli racjonalność działania ekonomicznego z nieracjonalną, choć oczywistą i niezaprzeczną potrzebą prestiżu. Dzieje plemienia Kwiaklutów mogą ułatwić zrozumienie pewnej metamorfozy, której podlegało zjawisko społeczne zwane etyką kapitalizmu. Najwyraźniejszym jej przejawem była amerykańska etyka purytańska, będąca jednocześnie rygorystyczną etyką pracy. U źródła tej etyki nie leżała jednak chęć konsumpcji, a jedynie historyczne, surowe realia życia w początkach tej społeczności. Etyka purytańska była również religijnym nakazem, będącym wynikiem specyficznie pojmowanej idei predestynacji (Ritzer, 2009).

Jak to się stało, że system kapitalistyczny trwa, a jego etyczne podstawy, tj. etyka purytańska, szerzej protestancka², zanikły? Jak przeszliśmy od wstrzemięźliwości, oszczędności, powściągliwości uczuć do społeczeństwa wyznającego zgoła inne zasady?

1. Od etyki pracy do konsumpcjonizmu

Odpowiedzi na powyższe pytania należy szukać w procesach kulturowych, które miały miejsce w XIX i XX wieku. Wcześniej pewne elementy kultury wyższej, feudalnej zawierały już elementy nieprzystające do rzeczywistości społecznej. Można nawet stwierdzić, za H. Marcusem (1991), że istotą dawnej kultury była sprzeczność jej treści z samą rzeczywistością. Czym innym jest bowiem podróż Dantego po piekło, a czym innym dola chłopca feudalnego. Ta właśnie cecha stanowiła o wielkości tej kultury. Te transcendujące elementy kultury wyższej, tj. romantyzm, tragizm, kult miłości, wraz z nastaniem społeczeństwa późno-przemysłowego uległy spłaszczeniu, a dokładniej stosunek ich i rzeczywistości społecznej (Marcuse, 1991). Motywy te stały się elementami XX-wiecznego systemu społeczno-ekonomicznego. Straciły moc wywrotową i destrukcyjną treść. Zostały utowarowione. Jeśli Marzenie, pojmowane jako pewne przekroczenie systemu społeczno-ekonomicznego, stało się jego elementem, siłą rzeczy, nie jest już niczym wzniosłym, jest karykaturą swojej dawnej formy – elementem konsumpcji.

H. Marcuse (1991) pojmuje kulturę nieco inaczej niż D. Bell (1994), który w przedtechnologicznej sztuce nie widzi kontestacji, odmowy. Kultura nie stanowi jak u D. Bella wzorców postępowania – ona ukazuje zupełnie inną rzeczywistość. D. Bell te irracjonalne elementy przypisuje kulturze modernistycznej, która w swej treści była Wielką Odmową – negacją wartości społeczeństwa burżuazyjnego. Dominujący zarówno w jego, jak również obecnych czasach transgresyjny wymiar kultury stoi w sprzeczności z racjonalnym porządkiem społeczno-ekonomicznym. Tym, co miało przeobrazić konserwatywną moralność mieszczańską, był modernizm, choć oczywiście prócz technologii, która nie przystawała do ówczesnej mentalności, tak jak współczesna mentalność nie przystawała do niej.

Elementy sztuki wysokiej – niezależnie czy pojmowanej mniej, czy bardziej współcześnie – stanowią również o irracjonalnym magicznym wymiarze konsumpcji, a wszystko to, co było wzniosłe, przyjmuje formę zwulgaryzowaną, pozbawioną prawdziwej treści – Romeo i Julia nie popełniają już samobójstwa, raczej spędzają czas przy „romantycznej”³ kolacji, której głównym punktem jest konsumpcja mrożonej pizzy.

² Używam tego określenia w sposób dość dowolny, nie widać bowiem żadnej różnicy jakościowej między etyką protestancką a europejską etyką pracy.

³ Romantycznej w ten sposób, jak to sobie wyobraża człowiek nawykły do popkulturowych banałów.

2. Status konsumpcji w społeczeństwie współczesnym

Jeśli nie powściągliwość, praca i oszczędność, to co stanowi treść współczesnego życia społecznego? Z całą pewnością można odpowiedzieć, że rozkosz, ale nie ta literacko pojmowana jako transgresja *status quo*, wywrotowa, o jakiej mówi nam sztuka modernizmu, ale ta, która nie ma już swojego potencjału krytycznego, a została wchłonięta przez system społeczno-ekonomiczny (podobnie jak opisywana w poprzednich akapitach kultura).

Tak jak jednym z objawów osiowych depresji jest anhedonia, tak największym wykroczeniem przeciw społeczeństwu poprzemysłowemu jest niemożność albo odmowa odczuwania rozkoszy. Jest to, rzecz jasna, rozkosz splycona, pozbawiona rzeczywistej możliwości wyciszenia (rozkosz bowiem, tak jak ją zwykliśmy pojmować, po spektakularnym doświadczeniu gaśnie, pozwala odpocząć), które to wyciszenie, stanowić mogłoby, o zgrozo, zagrożenie dla systematycznej konsumpcji. Dla naszego pojmowania rozkoszy kluczowe wydają się słowa „prawdą konsumpcji jest to, że nie jest ona funkcją rozkoszy, lecz funkcją produkcji” (Baudrillard, 2006, s. 89). Oznacza to tyle, że rozkosz nie jest już nasza, przestała być celem konsumpcji, jest nim tylko o tyle, o ile pojmujemy ją w perspektywie panującej ideologii. Jest racjonalizacją procesu konsumpcji, moralnym nakazem, Nową Etyką, nadbudową wobec produkcyjnej bazy.

W tym miejscu dochodzimy do marksistowskich analogii – kiedyś robotnik był kimś, kto produkował przedmioty konsumpcji, a teraz jego miejsce zajął konsument, który działa według nakazu wynajdywania coraz to nowszych potrzeb. Oczywiście jest, że to nie on je wynajduje, w hierarchicznej strukturze społecznej na przedstawiciela klas niższych potrzeby skapują z klas wyższych, kiedy system produkcyjny wytworzy nowy przedmiot dla klas wyższych (Baudrillard, 2006). Wracając zaś do wspomnianych analogii to, jak twierdzi G. Ritzer (2009), znaczenia w dzisiejszym systemie ekonomicznym nie mają już tylko środki produkcji, a środki konsumpcji – miejsca, struktury umożliwiające konsumpcję, tak jak środki produkcji umożliwiają produkcję. Uprawnione wydaje się więc nazwanie konsumenta nowym proletariuszem, a działania wobec niego podejmowane – wyzyskiem (Ritzer, 2009).

Podobną perspektywę przyjmuje również Z. Bauman (2006) – konsumpcja zajęła miejsce produkcji, a więc nastąpiło przejście od czasów panowania etyki pracy do estetyki konsumpcji. Zgoła inaczej więc musi wyglądać proces integracji w porządek społeczny – dyscyplina, która kiedyś utrzymywała porządek produkcji, utraciła swój oczywisty charakter. Mniej agresywna, a sięgająca głębiej dyscyplina panuje teraz nad codziennym znojem konsumenta. Z. Bauman zwraca również uwagę na utratę przez tę nową dyscyplinę panoptycznego charakteru, na co w tym akurat przypadku nie możemy się zgodzić, gdyż mniejsza oczywistość tego charakteru, jego niematerialność nie stanowi jeszcze o jego braku. Przeszliśmy po prostu od panoptykonu J. Benthama do panoptykonu M. Foucaulta. Dyscyplina nie jest na zewnątrz, a w nas.

3. Czym jest przedmiot konsumpcji?

Czym jest przedmiot konsumpcji? Najprostsza odpowiedź jest taka, że przedmiot konsumpcji to przedmiot zaspokajający nasze potrzeby. Tu dochodzimy do sedna postawy konsumpcjonistycznej, która, jak twierdzą liczni autorzy, w istocie opiera się na realizacji potrzeb nieautentycznych lub autentycznych z niepotrzebną nawiązką. Czym jest jednak rzeczona autentyczność potrzeb, jaki jest jej status, co wyróżnia potrzeby autentyczne? Czy da się odnieść teorię potrzeb A. Maslowa do zachowań konsumpcyjnych, skoro sama

w sobie zawiera takie potrzeby, które literatura dotycząca konsumpcjonizmu określa właśnie jako nieautentyczne? Być może same próby określenia tej różnicy są już jakąś próbą narzucenia własnej woli i jak twierdzi H. Marcuse (1991) ograniczenie to musi być wynikiem osobistej refleksji, a nie działań społecznego trybunału.

Przedmiot konsumpcji jako sacrum

Sacrum przedmiotu konsumpcji (czy też miejsc, środków, systemu) jawi się nam bądź jako pewna figura retoryczna wykorzystywana przez autorów piszących o konsumpcji – bardziej ze względu na skojarzenia niż rzeczywiste analogie, bądź jako rzeczywiste powtórzenie sacrum autentycznego, również opisywane przez autorów.

Modelowym przykładem jest tu J. Baudrillard z jego mitem cargo, liturgią wzrostu i mistyką PKB (2006) – wydaje się jednak, że w tym przypadku akurat mamy do czynienia raczej z manierą pisarską (a przynajmniej takie można odnieść wrażenie), która, co najwyżej, w sposób barwny opisuje pewne ideologiczne nawarstwienia systemu ekonomicznego, ich irracjonalny, a więc i w mniemaniu autora religijny charakter. W nieco inny sposób sakralny charakter charakteryzuje G. Ritzer (2009), przypisujący środkom konsumpcji autentyczną funkcję sakralną – supermarket jako katedra, w której ziszcza się cud taniości.

Czy nieżyjący już S. Jobs, jako charyzmatyczny lider (bo przecież nie tylko prezes firmy, ale lider społeczności jej pracowników, być może i konsumentów), nie budził skojarzeń z guru sekty? Z charyzmą godną protestanckiego, telewizyjnego kaznodziei prezentował nam swoje nowe cuda.

Ze względu na ograniczone miejsce nie jesteśmy nawet w stanie wyliczyć choć małej części wszystkich tych przypadków, kiedy konsumpcja zastępuje nam liturgię, a wypada również powiedzieć, że to nie tylko chwytliwa analogia, naprawdę zagubiliśmy gdzieś naszą duchowość, która teraz manifestuje się w wielkich, rodzinnych wypadach do supermarketów, względnie centrów handlowych.

Przedmiot konsumpcji jako naczynie

Wyobraźmy sobie, że przedmiot konsumpcji jest pustym naczyniem – czym je wypełnimy, zależy od wielu czynników. Posłużmy się przykładem coli jako produktu powszechnie teraz dostępnego, mniej jednak powszedniego w PRL. Jak Polacy w tamtej rzeczywistości wypełniali to naczynie?

Nie nam oceniać czy słusznie, ale jednak cola funkcjonowała w świadomości społecznej jako uprzedmiotowiona wolność⁴ w opozycji do dyskursu oficjalnego⁵. Dla jednej i drugiej strony źródłem skojarzenia była jednak sama zachodniość produktu, zarówno w formie potępiającej colę jako symbol imperializmu pod postacią np. wiersza A. Ważyka, zawierającego frazę „dobrze wam było pić coca-cola” (*Piosenka o Coca-Coli*), jak i w formie uwielbieńczej, sportretowanej niejako w filmie „Kingsajz” (mniej z tym, że magicznym napojem jest nie cola, tylko jej polska wersja, wolnościowa nośność tego napoju została co najwyżej trochę rozwodniona). Czemu jakkolwiek przedmiot konsumpcji może mieć taką moc? Być może działanie coli opierało się na zwykłym skojarzeniu „jest cola, jest wolność”.

⁴ Zgodnie zresztą z intencją producenta, który uczynił colę narodowym napojem najbardziej wolnościowego państwa – USA (Melosik, 2013).

⁵ Być może temu dyskursowi mit coca-coli zawdzięczał swoją moc, na zasadzie permanentnego sprzeciwu na płaszczyźnie symbolicznej.

Czego w coca-coli nie ma? Globalność, multikulturalizm, ZABAWA – to właśnie zabawa, nieskrępowana radość życia, której utożsamienia z napojem jesteśmy świadkami, oglądając reklamę. Coca-cola reklamowana była kiedyś hasłem „that’s the real thing”, to nie tyle odwołanie do rzekomej autentyczności napoju. Jak twierdzi S. Žižek (2001), cola nie ma żadnej wartości użytkowanej, tą rzeczoną prawdziwą rzeczą jest nadmiar rozkoszy, wykraczający ponad normalne zadowolenie wynikające z picia napoju, który paradoksalnie nie zaspokaja żadnej potrzeby, a na dobrą sprawę potrzebę pragnienia wzmacnia.

Konsumpcja jako język i różnicowanie według J. Baudrillarda

Jak widzimy, cały czas krążymy wobec językowego wymiaru konsumpcji. Wcześniej potraktowaliśmy przedmiot konsumpcji jako pewne naczynie znaczeń. Możemy też jednak traktować ten przedmiot jako element języka. W teorii J. Baudrillarda (2006) konsumpcja nabiera dwójakiego charakteru – językowego (sygnifikacja i komunikacja) oraz odróżniającego, który służy społecznej klasyfikacji.

W pierwszym przypadku mamy do czynienia z perspektywą strukturalistyczną – konsumpcja polega na językowym wykorzystaniu przedmiotów konsumpcji, a najprostszym przykładem jest tu konsumpcja parwenuusza, który dość nieudolnie próbuje zakomunikować swój status społeczny. Przejdźmy do drugiego wymiaru konsumpcji, jej wymiaru różnicującego – konsumpcja w tym wypadku określa naszą przynależność, świadomie, nieświadomie uczestniczymy w tym systemie klasyfikacji. Wszyscy co prawda konsumujemy te same przedmioty, ale czymś się one różnią – ceną, jakością, a te szczegóły służą nam do przyporządkowania się do grupy społecznej, tak jak wspomniany parwenuusz próbuje wyrwać się ze swojej. Możemy mówić o Najmniejszej Minimalnej Różnicy jako wyznaczniku statusu, tj. pewnym detalu produktu, który czyni go bardziej prestiżowym od innych z tej samej kategorii. Różnice w statusie da się również zauważyć w sposobie konsumpcji. Takie terminy jak meta-konsumpcja, subkonsumpcja ukazują wszystkie te subtelności, które wskazywać mogą na wyższy kapitał społeczny, a co za tym idzie – status. Wspomnijmy parwenuusza raz jeszcze – dla niego kluczowe znaczenie ma ostentacyjność konsumpcji, prędzej kupi produkt z wielkim logiem Gucci czy Louis Vuitton niż coś bardziej dyskretnego (Baudrillarda, 2006; Maison, Stasiuk, 2014).

J. Baudrillard określa te wszystkie próby zdobycia prestiżu przez konsumpcję jako próby uzyskania zbawienia przez dzieło w opozycji do zbawienia przez łaskę, które osiąga się poprzez urodzenie. Jak pisze: „Status zamieszkuje również środowisko przedmiotów, to on napędza ów obłęd, ów oszalały świat bibelotów, gadżetów, fetyszy, z których każdy ma wykazać nieprzemijalność pewnej wartości i dowieść zbawienia poprzez dzieła, skoro zbawienie przez łaskę stało się nieosiągalne” (Baudrillard, 2006, s. 62).

Czasowy wymiar przedmiotu konsumpcji

W 1997 roku w USA przeprowadzono badanie (Maison, Stasiuk, 2014), dotyczące wątków autobiograficznych w reklamie, a posłużono się w nim markami Disneya, m.in. Disneylandem. Polegało ono na przedstawieniu dwóch reklam dwóm grupom dorosłych badanych. W jednej grupie pokazywano reklamę z Myszką Miki i Disneylandem, nie odwołując się do przeżyć autobiograficznych, drugiej zaś reklamę, również z tymi elementami, odwołując się jednak do biografii odbiorców, co przyjęło formę „Czy pamiętasz, jak...”. Okazało się, że więcej osób było przekonanych o zaistnieniu takiej samej sytuacji jak w reklamie, jeśli odwoływano się do ich wątków autobiograficznych. Wyniki te są zaskakujące,

zwłaszcza kiedy podobne badanie przeprowadzono, odwołując się do elementów, które wystąpić w autobiografii nie mogły. W reklamach umieszczono bowiem Małą Syrenkę (postać młodszą niż uczestnicy badań, a więc niemogącą pojawiać się w Disneylandzie w ich dzieciństwie) i Królika Bugsa (postać spoza uniwersum Disneya). Aż 80% badanych przekonanych było, że wydarzenia z Disneylandu przedstawione w reklamie miały miejsce w ich dzieciństwie.

Odwołanie się do nostalgii odbiorcy może prowadzić aż do indukcji wspomnień. To na niej buduje się niektóre marki – wyrwiemy jakiś element z przeszłości, obedrzemy go z całego kontekstu i wykorzystamy jako element niemal magiczny – tak rozumują nieraz twórcy reklam.

Być może powodem szczególnej estymy, którą darzymy przedmioty nostalgiczne, jest nasza współczesna rzeczywistość społeczna, a może powód leży jeszcze głębiej, w nas samych. Za F. Jamesonem (2011) możemy powtórzyć, że podmiot postmodernizmu utracił być może możliwość poruszania się w czasie, spójnego budowania swojej tożsamości historycznej, budowania czasowego doświadczenia. Jeśli to prawda, to „trudno będzie zrozumieć, jak wytwórczość kulturalna takiego podmiotu mogłaby zaowocować czymś więcej niż tylko >stertą fragmentów<” (Jameson, 2011, s. 22).

Na takiej właśnie stercie fragmentów konstruujemy swoje odczuwanie rzeczywistości – nie ma przeszłości, teraźniejszości, przyszłości, lecz ciąg teraźniejszości, a jakikolwiek element wyrwany z przeszłości przybiera teraźniejszościową formę. Czy rozważania F. Jamesona nie stanowią wraz z rozważeniami innych postindustrialnych myślicieli jakiejś wspólnoty myśli? Czy diagnozy H. Marcusego nie wydają się antycypować postmodernizmu, tj. epoki składającej się z przedmiotów oderwanych od swego kontekstu? Czy nie tak postrzegamy nasze polskie międzywojnie, bardziej jako epokę modnych oficerów, bali, żyjących bohaterów niż epokę, w której sytuacja niektórych warstw społecznych nie zmieniła się w stosunku do wieku XIX? Zdawać by się mogło, że nazbyt oddalamy się od tematu naszej pracy, ale czy ta sama „logika późnego kapitalizmu” nie dotyczy przedmiotów konsumpcji jako obdartych z całego kontekstu? Czy nie widzimy reklam, w których przedmiot odwołuje się do naszej nostalgii za czasami, których nie było? Czy rzeczywiście mieliśmy kiedyś do czynienia z przedmiotem, który według reklamy jest elementem naszej tożsamości? W Polsce przyjrzeć się możemy reklamom np. coca-coli, która – zdawałoby się – „łączy pokolenia”.

Przeżywamy więc przedmiot jako wszechczasowy, nie wyobrażamy sobie go jako kiedyś nieistniejącego, to właśnie nasza liturgia, nasze eliadowskie *in illo tempore*, „w owym czasie”, próba powtórzenia sytuacji, która nie miała miejsca, powtórzenia młodości, która była zupełnie inna.

Konsumpcja jako neurotyczny symptom

Autor nie rości sobie oczywiście praw do jakiegokolwiek diagnozy, pozwólmy sobie jednak na mały eksperyment myślowy. Jak już powiedzieliśmy w poprzednim akapicie, konsumpcja może być formą języka, którym świadomie i nieświadomie kreujemy swoją tożsamość. Idźmy jeszcze dalej, niech za podstawy posłuży nam również lacanowska teoria komunikacji (Lang, 2005), bardziej jako inspiracja niż poważne narzędzie, gdyż teoria ta jest bardziej zniuansowana, niż jesteśmy w stanie zakomunikować.

J. Lacan (Lang, 2007) uznawał, że symptom nerwicowy ma charakter językowy, tj. przyjmował za Z. Freudem, że nieświadomość komunikuje nam pewne informacje, lecz Ego/Ja je cenzuruje. Proces interpretacji tej informacji może przyjąć np. formę denegacji, tj. mówimy x, a nieświadomość komunikuje nam nie-x.

Jeśli więc uznamy, wskazaną parę zdań wcześniej, teorię konsumpcji J. Baudrillarda, która traktuje przedmiot konsumpcji jako znak i jednocześnie przyjmiemy, że ten sam znak można uznać za symptom, to dojść możemy do zaskakującego wniosku – konsumpcjonizm może być nerwicą.

Czy konsumpcja wspomnianego już dorobkiewicza nie ma takiego neurotycznego charakteru? Przecież jego ostentacyjna konsumpcja ma wymiar niemal histeryczny – „patrzcie na mnie, no patrzcie, jak się dorobiłem!”. Ale jego ostentacyjna konsumpcja mówi nam coś jeszcze, mówi o pewnych aspiracjach, pewnej niepewności. Taki jest zresztą charakter neurotycznego języka, parweniusz, „mówiąc” nam o swoim bogactwie, nie „mówi” tylko tego, w jego znaku znajduje się właśnie pewna odwrotność tego komunikatu, skoro bowiem „muszę mówić o swoim statusie w taki sposób, to znaczy, że nie jestem tego pewien”.

Czy rzeczywiście nasza współczesna konsumpcja nie przybrała takiego charakteru? Czy rzeczywiście, kupując produkt kojarzony z powagą, tę powagę jako cechę posiadam, czy może jednak wbrew swoim wyobraźniowym przekonaniom, jestem niepoważny, a powagę chcę tylko w sposób mocno powierzchowny ustanowić?

Podsumowanie

Omówiono jedynie pobieżnie niektóre elementy irracjonalnego wymiaru konsumpcjonizmu. W dzisiejszych czasach każdy bardziej rozsądny człowiek deklaruje antykonsumpcjonistyczne poglądy. Ale czy rzeczywiście to takie łatwe powiedzieć „konsumpcjonizm jest zły” i jednocześnie postawę konsumpcjonistyczną wyrugować? Jedno możemy powiedzieć na pewno: człowiek nigdy nie konsumował zgodnie jedynie z elementarnymi potrzebami, zawsze istniała jakaś nadwyżka, jakiś niepotrzebny element. Możemy zawsze powiedzieć „dawniej bywało lepiej, nie było konsumpcjonizmu”, ale czy to nie tylko nasza fantazja na temat dawnych czasów? Próbuje być może tylko uspokoić nasze sumienia, piętnując nadmierną konsumpcję, kiedy sami oddajemy się hedonizmowi. Wspomniano w poprzednich akapitach o eliadowskim poglądzie na liturgię, który odnieść możemy do naszej konsumpcji „czasowej” przedmiotu. Co jeśli my sami, wszyscy piętnujący konsumpcjonizm, naszą postawą jedynie próbujemy powtórzyć owo *in illo tempore*, czas bez konsumpcji, o którym jedynie fantazjujemy.

Streszczenie

Artykuł podejmuje próbę odpowiedzi na pytania dotyczące konsumpcji i jej przedmiotu. Prezentuje rozważania przywołując liczne, historyczne poglądy związane z tymi pojęciami. Analiza tekstu staje się pretekstem do głębokiej refleksji na temat współczesnego sposobu życia człowieka.

Summary

The article attempts to answer the questions concerning consumption and consumer products. It presents considerations through presenting a great number of historical views which relate to these definitions. The text analysis becomes an excuse for a deep reflection on the contemporary way of living of a human.

Bibliografia

- Baudrillard, J. (2006). *Spoleczeństwo konsumpcyjne, jego mity i struktury*. Tłum. S. Królak., Warszawa: Wydawnictwo Sic!
- Bauman, Z. (2006). *Praca, konsumpcjonizm i nowi ubodzy*. Tłum. S. Obirek. Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Bell, D. (1994). *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*. Tłum. S. Amsterdamski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Benedict, R. (2007). Północno-zachodnie wybrzeże Ameryki. W: E. Nowicka, M. Głowacka-Grajger (red.), *Świat człowieka – świat kultury. Antologia tekstów klasycznej antropologii* (s. 373-403). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Harris, M. (2007). Potlacz. W: E., Nowicka, M. Głowacka-Grajger (red.), *Świat człowieka – świat kultury. Antologia tekstów klasycznej antropologii* (s. 683-692). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm, czyli logika kulturowa późnego kapitalizmu*. Tłum. M. Płaza. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Lang, H. (2005). *Język i nieświadomość*. Tłum. T. Swoboda. Gdańsk: Słowo/Obraz/Terytoria.
- Maison, D., Stasiuk, K. (2014). *Psychologia konsumenta*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA.
- Marcuse, H. (1991). *Człowiek jednowymiarowy*. Tłum. S. Konopacki. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Melosik, Z. (2013). *Kultura popularna i tożsamość młodzieży: w niewoli władzy i wolności*. Kraków: IMPULS.
- Piosenka o Coca-Coli*. Pobrane z: <http://coca-colacompany.blog.onet.pl/2012/02/28/piosenka-o-coca-coli>.
- Ritzer, G. (2009). *Magiczny świat konsumpcji*. Tłum. L. Stawowy. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- Zalega, T. (2012). *Konsumpcjonizm. Determinanty, teorie i modele*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Žižek, S. (2001). *Przekleństwo fantazji*. Tłum. A. Chmielewski. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

RÓŻNICE KULTUROWE A GLOBALIZACJA

Wstęp

Celem niniejszego artykułu jest analiza konsekwencji, jakie niesie za sobą proces globalizacji. Zidentyfikowano więc szanse i zagrożenia postępującego procesu globalizacji, który może w dużym stopniu wpłynąć na istniejące różnice kulturowe.

W pierwszej części artykułu scharakteryzowano pojęcie globalizacji oraz globalnej wioski. W dalszej części skoncentrowano się głównie na globalizacji w wymiarze kulturowym. Rozważania kończy próba analizy wpływu globalizacji na kulturę zarówno w skali kraju, jak i światowej.

1. Pojęcie „globalizacja”

Ponieważ żyjemy w dobie globalizacji, często spotykamy się z pojęciem „globalizacja”. Jak słusznie zauważył w jednej ze swoich książek polski filozof – S. Amsterdamski (2004), globalizacja jest terminem tak bardzo popularnym, że łączona jest z większością pojawiających się obecnie zjawisk, jeśli wystąpiły one w skali szerszej niż lokalna.

Według niektórych, nie mogła pojawić się lepsza ideologia od polityczno-ekonomicznego liberalizmu, sądząc, że może ona rozwiązać każdy problem i jest doktryną uniwersalną, a mimo tego narodziła się globalizacja (Makowski, 2001).

Zdaniem wielu, globalizacja jest zjawiskiem nowym i zaczęła się nagle, jednak według H.D. Genschera postępowała przez całe dzieje istnienia ludzkości, wraz z rozwojem techniki i środków komunikowania (za: Góra, 2002).

Nie można sformułować jednoznacznej definicji globalizacji, gdyż różne dyscypliny naukowe rozmaicie interpretują to zjawisko. Początkowo globalizację rozumiano głównie w aspekcie obszarów ekonomicznych, jednak pojęcie to odnosi się także do obszarów działalności społecznej, kulturowej, gospodarczej i politycznej, dlatego obejmuje ono w zasadzie wszystkie płaszczyzny, w obrębie których działa człowiek (Müller, 2004). Z tego też względu najtrafniejszym określeniem będzie więc stwierdzenie, że globalizacja to ujednoczenie globu.

Obecnie żyjemy w dobie szybkiego Internetu i nowoczesnych środków transportu, dzięki czemu człowiek ma nieograniczone możliwości, ale z drugiej strony spowodowało to „kurczenie się” globu. Kilkogodzinny lot samolotem z jednego krańca świata na drugi nie jest więc dzisiaj czymś nadzwyczajnym. Następstwem tego jest określenie świata tzw. globalną wioską.

Brak barier przyczynił się do swobodnego przemieszczania się nie tyle ludzi i towarów, co wartości kulturowych, które jednoczą różniące się od siebie populacje. „Oznacza to, że ludzie, społeczeństwa, kultury i cywilizacje, które poprzednio były odizolowane, teraz kontaktują się ze sobą regularnie i nieuchronnie. Wynikiem tego jest stałe formowanie nowych i nieznanych więzi kulturowych, które różnią się od dotychczasowych” (Ziętek, 2002, s. 198).

2. Kulturowy aspekt globalizacji

Kontynuując rozważania, należy wyjaśnić pojęcie „kultura”. Termin ten (łac. *cultura*) znany był już w starożytności, choć współcześnie odnosi się zarówno do duchowego, jak i materialnego dorobku cywilizacji (*Wielka Encyklopedia PWN*, 2003). Kultura w ujęciu globalnym jest konsekwencją rozwijającej się turystyki masowej, gwałtownej migracji, komercjalizacji dorobku kulturowego oraz popularyzowania ideologii konsumeryzmu. Wpływ mają na nią także działania marketingowe międzynarodowych korporacji oraz masowe środki komunikacji. W tym kontekście należy wspomnieć o „makdonaldyzacji” społeczeństwa (Sztompka, 2005). Można zatem powiedzieć, że współcześnie znaczenie tradycji i kultury zanika.

Zmiany zachodzące w procesie globalizacji kultury, które dokonały się dotychczas, a także te, które nadal postępują, mają wymiar zarówno korzystny, jak i negatywny. Charakteryzując korzyści, należy wspomnieć o wzrastającej tolerancji dla odmiennych kultur i poglądów, dzięki czemu ryzyko konfliktów znacznie się zmniejszyło, a także o swobodnym przepływie informacji, który umożliwia szybki i nieograniczony kontakt z osobami na całym świecie. Należy jednak pamiętać o zagrożeniach, jakie niesie za sobą globalizacja, m.in. zanikanie różnic kulturowych, brak poczucia tożsamości czy wpływu na treści zamieszczane w Internecie (Ślusarczyk, 2010).

W świecie globalizacji ludzkość nastawia się na konsumpcyjny tryb życia, większą satysfakcję oraz prestiż. Następstwem takiej sytuacji jest to, że w zjawisku „makdonaldyzacji” ludzie zauważają same zalety, ignorując wady, takie jak: masowość, dehumanizacja, możliwość manipulacji. Ten ostatni aspekt jest mocno powiązany z pojęciem niewolnictwa. Możemy spodziewać się częstej manipulacji ze strony przedsiębiorstw. W wysokim stopniu narażeni są na nie pracownicy restauracji czy barów szybkiej obsługi. Systematycznie dzień w dzień wykonują te same czynności, sprawiając wrażenie zachwyconych. Następuje mechanizm odczłowieczania. Swoją drogą ludzie ci bez przymusu dołączyli do tego typu instytucji i nie są jej własnością. Inaczej mówiąc, jest to niewolnictwo samych siebie. Konsument również jest wystawiony na manipulację. Dlaczego na samym końcu supermarketów znajdują się stoiska z produktami, które są nam rzeczywiście potrzebne? Chodzi o to, by docierając do ustawionej na końcu sklepu półki z chlebem, cukrem czy mąką, połakomić się na wcześniejsze wyroby, które tak naprawdę są nam w danej chwili zbyteczne. Należy jednak zaznaczyć, że jak każdy system, „makdonaldyzacja” posiada także zalety, m.in. szybki dostęp do towarów i usług czy sprawiedliwe traktowanie klienta. Czy te zalety są jednak warte tego, aby całkowicie zostać zaabsorbowanym przez „makdonaldyzację”? (Michalik, 2011).

Odrębnym wzorem globalizacji kultury może być „mtvizacja” mediów. Stacje telewizyjne takie jak CNN czy MTV (transmitujące muzykę w języku angielskim) kierują swoje programy do usługobiorców niezależnie od ich pochodzenia i miejsca zamieszkania. W audycjach tych nie ma miejsca na nic ambitnego, poważnego, głębokiego, delikatnego, wysmakowanego czy choćby przyzwoitego. Mieści się w nich za to wszystko to, co prymitywne i bezpośrednie, a czasami nawet wulgarne (Jaroń, 2008).

Przedstawiając przykłady globalizacji kulturowej, nie można pominąć kwestii turystyki masowej. Zalicza się do niej wyjazdy turystów na imprezy sportowe, festiwale, targi, odwiedzanie wielkich miast oraz pielgrzymki do miejsc religijnych. Pojęcie turystyki masowej mówi, że jest to współuczestnictwo zasobnych rzeszy turystów w różnych formach turystyki, któremu towarzyszy szereg negatywnych zjawisk, a przede wszystkim degradacja środowiska naturalnego. Gdziekolwiek jednak wyruszymy, „w każdym z miast

na świecie możemy zatrzymać się w tym samym hotelu >Hilton<, zjeść w południe tę samą kanapkę z tuńczykiem, a jeśli przyjdzie ochota, pójść do chińskiej restauracji w Paryżu lub do francuskiej w Hongkongu. Posłużyć się podobnym faksem, telefonem, komputerem, obejrzeć podobne filmy, omówić podobne sprawy z podobnymi ludźmi” (Bauman, 1997, s. 65). Nie są to jednak jedyne mankamenty turystyki masowej i niestety jest ich więcej niż stron pozytywnych, lecz mimo wszystko w takim rodzaju turystyki chętnie uczestniczymy.

Świetnym symbolem połączenia kultur i narodów jest Unia Europejska. Otwarcie granic wewnętrznych pomiędzy państwami członkowskimi UE przyczyniło się do wymiernych korzyści dla zwykłych ludzi. Przywilej przemieszczania się bez kontroli granicznych, programy na rzecz promocji wymian edukacyjnych – by młodzi ludzie mieli możliwość odbywania szkoleń lub studiowania czy nauki nowych języków, doprowadziły do masowych migracji, a co za tym idzie – mieszania się kultur.

Proces globalizacji dosięgnął również Polskę. Jej wpływ możemy zaobserwować podczas kształtowania się kultury. Oglądając telewizję, często widzimy reklamy zagranicznych produktów czy też film lub serial. Jeszcze parę lat temu bezkonkurencyjnie najlepszą bajką dla dzieci był *Reksio*, a serialem *Janosik*. Dziś zamieniliśmy to na filmową trylogię amerykańsko-nowozelandzką *Hobbit* lub na amerykański serial *Gra o tron*. W polskich mediach dominują zagraniczne produkcje, a w pierwszej kolejności amerykańskie. Polskie wytwórnie w dalszym ciągu funkcjonują, ale głównie dlatego, że ich produkcje bazują na licencjach wytwórni zagranicznych. Polski rynek „przesiąknięty” jest markami dużych firm zagranicznych. Poddajemy się systemowi demagogii i ujednolicenia.

Zastanawiające jest zaobserwowane w ostatnich latach ujednolicenie wierzeń i obyczajów. Święto Wszystkich Świętych coraz częściej jest zastępowane amerykańskim zwyczajem Halloween. W tym okresie możemy dostrzec niemal wszędzie szkielety i wydrążone dynie, które nie mają nic wspólnego z chrześcijańską tradycją pamięci o zmarłych.

Niesamowicie dotkliwy jest wpływ globalizacji na język polski. W dzisiejszym świecie nie jest tajemnicą, że najłatwiej jest się posługiwać językiem obcym, np. angielskim czy niemieckim. Widzimy, że coraz więcej korporacji, firm, hoteli oraz restauracji wymaga od przyszłych i obecnych pracowników znajomości języków obcych. Język polski zanika pod wpływem językowych zapożyczeń, sloganów. Powstaje wiele polsko-angielskich zwrotów, jednak nie odgrywają one jedynie roli „znakomitych powiedzonek”, a przenikają w obręb zbioru słowników, które mają odzwierciedlenie w różnorodnych środowiskach.

Podsumowanie

Globalizacja to zagadnienie bardzo złożone, mające zasięg w wielu rozmaitych płaszczyznach i wciąż nie do końca poznane. Globalizację w sferze kultury można przedstawić na dwa sposoby – pierwszy to homogenizacja, głównie w przypadku jeśli chodzi o kulturę popularną, która promuje te same dla każdego wartości, identyczne wzory konsumpcji, a drugi to dywersyfikacja, która kształci tożsamość, jednoczy społeczności z dalekich części świata oraz zachowuje własną odmienność od innych środowisk (Stankiewicz, 2005).

Należy mimo wszystko mieć świadomość tego, że z roku na rok coraz częściej tracimy to, co dla naszej kultury jest tradycyjne, musimy więc chronić własne tradycje, wzorce oraz kulturę, bez której z całą pewnością nie możemy mówić o posiadaniu własnej tożsamości (Burdzik, 2013).

Streszczenie

Artykuł podejmuje tematykę globalizacji w kontekście zachowania tożsamości kulturowej. Przedstawiono szereg przykładów, których analiza pozwala jednoznacznie wskazać wiele niebezpieczeństw płynących z procesów globalizacyjnych, mogących negatywnie oddziaływać na różnorodność kulturową.

Summary

The article discusses the issue concerning globalisation in the context of preserving cultural identity. There is a presentation of examples. Their analysis allows for showing a lot of risks associated with globalisation processes which may negatively influence cultural diversity.

Bibliografia

- Amsterdamski, S. (2004). *Globalizacja i co dalej?* Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN.
- Bauman, Z. (1997). Globalizacja, czyli komu globalizacja, a komu lokalizacja. *Studia Socjologiczne*, 3, 53-69.
- Burdzik, T. (2013). *Tradycja a kształt kultury w czasach globalizacji*. Pobrane z: www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/4715.
- Góra, M. (2002). Polska dopełni Unię. *Gazeta Wyborcza*, 87, 3.
- Jaroń, S. (2014). *MTV i VIVA kulturowym fast-foodem globalizacji*. Pobrane z: www.jaron.salon24.pl/60719,mtv-i-viva-kulturowy-fast-foodem-globalizacji.
- Makowski, G. (2001). Termometr naszych czasów. *Newsweek Polska*, 14, 86.
- Michalik, A. (2011). *Makdonaldyzacja – niewolnictwo XXI wieku?* Pobrane z: www.national-geographic.pl/uzytkownik/publikacje/pokaz/luthien23/makdonaldyzacja-niewolnictwo-xxi-wieku/.
- Müller, A. (2004). Globalizacja – mit czy rzeczywistość. W: E. Czarny (red.), *Globalizacja od A do Z* (s. 35-58). Warszawa: NBP.
- Stankiewicz, K. (2005). *Globalizacja a kultura światowa*. Pobrane z: www.racjonalista.pl/kk.php/t,4167.
- Sztompka, P. (2005). *Socjologia zmian społecznych*. Kraków: Znak
- Ślusarczyk, B. (2010). *Teoretyczno-praktyczne aspekty globalizacji gospodarczej*. Częstochowa: Sekcja Wydawnictwa Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.
- Wielka Encyklopedia PWN* (2003). T. 15 (s. 181-183). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Ziętek, A. (2002). Globalizacja a kultura. W: M. Pietraś (red.), *Oblicza procesów globalizacji* (s. 197-198). Lublin: Wydawnictwo UMCS.

ROZWÓJ MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W POLSCE – PERSPEKTYWY I SZANSE DLA KOMUNIKACJI WŚRÓD SPOŁECZNOŚCI AKADEMICKIEJ

Wstęp

Świat ulega nieustannym zmianom. Dzięki rozwojowi technologicznemu jesteśmy w stanie komunikować się w zupełnie nowy, nieznanym wcześniej sposób. Mowa tu o mediach społecznościowych, zyskujących coraz większą popularność wśród młodych ludzi, którzy są w nich obecni często przez wiele godzin dziennie. Istotną potrzebą człowieka XXI wieku jest otwieranie się na otaczający świat w inny niż dotychczas sposób. Podstawowa potrzeba interakcji z innymi ludźmi, wykraczająca poza radość z obcowania z kimś czy tworzenia się rodzaju emocjonalnej zależności, jest znacznie łatwiejsza dzięki technologii. Media społecznościowe są obecnie jednym z najważniejszych kanałów marketingowych, z których uczelnie, odpowiednio korzystając, ułatwiają komunikację wewnątrzuczelnianą, jak też są w stanie właściwie pozycjonować swoją markę w świadomości odbiorców.

Celem artykułu jest przedstawienie wizji rozwoju mediów społecznościowych (ang. *social media*) w Polsce pod względem ich wykorzystywania w komunikacji społeczności akademickiej. Opierając się na badaniach: przeprowadzanych przez zewnętrzne instytucje, własnych literaturowych, a także ankietowych i analizie fanpage'y polskich uczelni na Facebooku, przedstawiono subiektywny pogląd na rolę, jaką odgrywają portale społecznościowe w komunikacji akademickiej obecnie i jak to może wyglądać w niedalekiej przyszłości.

1. Od pierwszego połączenia do nieustannej łączności

Kilkadziesiąt lat temu mało kto pomyślałby o tym, aby zakładać strony internetowe lub jakie możliwości będzie dawał nam Internet w przyszłości. Niewielu z użytkowników, którzy codziennie mają dostęp do światowej sieci, wie, jak ona tak naprawdę zapoczątkowała swoje istnienie.

Za początek istnienia globalnej sieci uznaje się dzień 29 października 1969 roku, kiedy to została dokonana pierwsza próba przetransmitowania danych pomiędzy Uniwersytetem Kalifornijskim w Los Angeles a ośrodkiem naukowym Stanford Research Institute. Z biegiem lat Internet rozwijał się w zaskakującym tempie. Początkowo przeznaczony tylko dla uniwersytetów, bardzo szybko stawał się coraz bardziej popularny. W grudniu 1990 roku T. Berners-Lee stworzył podstawy HTML oraz pierwszą stronę internetową, a już rok później nastąpił przełom – zniesiono zakaz użytkowania Internetu do celów komercyjnych. W 1995 roku zaczęto wykorzystywać go jako medium marketingowe i reklamowe. Pierwsze reklamy w postaci banerów pojawiły się na witrynie hotwired.com i reklamowały firmę telekomunikacyjną AT&T. Szybko zwiększyła się liczba reklam internetowych, sklepów online oraz płatnych usług. Pod koniec lat 90. XX wieku pojawiły się pierwsze banki internetowe i globalne firmy e-commerce (np. eBay, Amazon). W zawrotnym tempie globalna sieć rozrastała się do ogromnych rozmiarów. Obecny Internet, jaki znamy, nie jest już tym, czym był 10 czy nawet 5 lat temu. Jaki będzie za kolejne 5 czy 10 lat? Nikt nie jest w stanie tego przewidzieć.

Najprawdopodobniej za kilka lat Internet stanie się ogólnie dostępny we wszystkich częściach Ziemi. Jeszcze bardziej prawdopodobne jest, że dostępność ta będzie bezpłatna, co na pewno będzie miało swój wpływ na rozwój społeczny oraz kulturowy wszystkich zamieszkałych regionów świata. Istnieje jednak wiele obaw, że Internet za bardzo wpływa na nasze życie, świadomość, przez co może zamknąć nas we własnej wykreowanej rzeczywistości.

Amerykański Pew Institute przedstawił 700 osobom, które mają największy wpływ na obecny kształt Internetu, kilkanaście możliwych scenariuszy jego wizji w 2020 roku. Ponad połowa z nich była zgodna co do jednego – będzie on dostępny na całym globie i z pewnością będzie prawie bezpłatny. Nie wszystko jednak potoczy się bez problemów. Rozwój Internetu wciąż budzi wiele obaw, jednak mimo intensywności, z jaką wkracza w życie ludzi, może okazać się katalizatorem nowego spojrzenia na dotychczasowe problemy (Anderson, Rainie, 2006).

Innym aspektem, który dzieli społeczeństwo, jest nasza prywatność. Prawie połowa badanych (46%) uznała, że powiększenie dostępu do danych oraz „jasność” działania są ceną akceptowalną, którą warto zapłacić za utratę prywatności. Druga połowa (54%) stwierdziła możliwość zagrożenia naszej prywatności w przyszłości (Anderson, Rainie, 2006). Oczywiście pojawiają się różnego rodzaju wyimaginowane wizje, jak czipy wysokiej technologii wszczepiane każdemu pod skórę (człowiek-cyborg K. Warwick), które miałyby stanowić swego rodzaju GPS oraz informator dotyczący stanu zdrowia, powiązań z prawem oraz wszelkich danych na temat określonego członka społeczeństwa. Miałyby one być bezpośrednio powiązane z globalną siecią.

2. Social media są wśród nas

2.1. Polacy a nowoczesne technologie

Już dziś nowoczesne technologie mają ogromny udział w komunikacji międzyludzkiej. Według badań TNS Polska, przeprowadzonych w dniach 11-16 stycznia 2014 roku, na reprezentacyjnej, ogólnopolskiej próbie 1000 gospodarstw domowych metodą wywiadów bezpośrednich, 44% Polaków posiada smartfony. W 2015 roku odsetek użytkowników smartfonów wzrósł już do 58%. Zainteresowanie tym typem telefonów to zapewne w dużej mierze zasługa popularności portali społecznościowych. Według tych samych badań, z komunikatorów mobilnych takich jak Facebook Messenger, GG, Viber, WhatsApp korzysta obecnie 37% badanej populacji (Mikowska, 2014).

2.2. Zamiast piłki – Facebook

Social media, zwłaszcza wśród młodych ludzi, cieszą się ogromną popularnością. Pokolenie milenijne, jak samo deklaruje, nie potrafi już funkcjonować bez dostępu do sieci. Z badań TNS Polska przeprowadzonych dla marki JELP wynika, że według 64% mieszkańców Polski, dzieci wolą zostać w domu, grając w gry komputerowe lub oglądając telewizję zamiast bawić się na powietrzu (Duszyńska, 2014). Taki trend będzie się tylko nasilał. W 2020 roku dzisiejsi absolwenci szkół podstawowych będą zdawać na studia, a to, jaką uczelnię wybiorą, w dużej mierze zależy od zrozumienia przez organizację psychologii działania młodych ludzi i zastosowania odpowiednich kanałów marketingowych, szczególnie marketingu internetowego.

2.3. Wyraź siebie!

W grupie Polaków w wieku 15-19 lat udział posiadaczy smartfonów jest największy – wynosi 74% (Mikowska, 2014). Młodzi ludzie większość czasu spędzają w sieci, śledząc profile znajomych na portalach społecznych, komentując zdjęcia, artykuły na blogach czy filmy na YouTube. Wbrew pozorom nie oznacza to wcale, że pokolenie milenijne jest aspołeczne. Wręcz przeciwnie – odkryło ono nową drogę utrzymywania, a nawet zawierania kontaktów międzyludzkich. D. Kirkpatrick (2011) nazywa to zjawisko „efektem Facebooka”, który jego zdaniem całkowicie zmienił nasze życie. Kiedyś obecność w sieci oznaczała samotność i anonimowość. Obecnie Internet sprzyja łączeniu i kontaktom z innymi ludźmi. To trend, w którym Internet inicjuje spotkania w świecie rzeczywistym. Młodzi ludzie spędzają dużą część życia w sieci, ale to wcale nie oznacza, że nie potrafią nawiązywać kontaktów międzyludzkich. Przeciwnie – media społecznościowe i komunikacja mobilna ułatwiają im częstsze kontakty w świecie rzeczywistym ze swoimi przyjaciółmi z sieci. Przyszłość będzie należała do ludzi otwartych na kontakty osobiste i czerpiących przyjemność z obcowania z innymi. Zjawisko to zostało nazwane „masowym wmieszaniem się w tłum” (ang. *mass mingling*). Ludzie poszukują i komunikują się ze znajomymi z sieci. Ciągła aktualizacja swoich profili i mobilny dostęp do sieci sprawiają, że ten trend przenosi się do świata realnego.

Poszukując akceptacji u swoich rówieśników, młodzi ludzie tworzą profile na wspomnianych wcześniej portalach społecznościowych i dzielą się ze znajomymi nawet najbardziej błahymi sprawami życia codziennego. Wzbogacają własne profile listami rzeczy, które lubią, opisami sposobu rozumienia świata, opiniami czy recenzjami. Sprawia to, że łatwiej im znaleźć podobnie myślących do siebie ludzi i udzielić poparcia, klikając „Lubię to!”. Rynek, widząc rosnącą potrzebę w społeczeństwie, oczywiście odpowiada na nią i tworzy coraz więcej portali. Kilka lat temu w Polsce najpopularniejsza była Nasza Klasa. Dziś jest to przede wszystkim Facebook, ale również Instagram, YouTube czy (w mniejszym stopniu) Twitter, Tumblr i SnapChat. Internauci dokumentują swoje życie, publikując informacje, zdjęcia, filmy i oczekując na komentarze innych użytkowników. To zupełnie nowy sposób komunikacji i wymiany informacji, niespotykany przed rozwojem mediów społecznościowych. Nastolatki publikują posty, udostępniają ulubione piosenki, zdjęcia, a także posty swoich idoli. To wszystko to swego rodzaju manifest ich światopoglądu. W sieci spotykamy również blogi i, powoli zajmujące miejsce tych pierwszych ze względu na rozwój technologii, vlogi. Blog jest formą pisaną, w którym czasem umieszczane są zdjęcia, natomiast vlog (czy też video blog) to materiały filmowe umieszczane na YouTube na tworzonych przez użytkowników kanałach filmowych. Są to pewnego rodzaju „internetowe pamiętniki” lub „internetowe poradniki”. Jest wiele blogów tematycznych, gdzie autor dzieli się uwagami dotyczącymi swoich zainteresowań modowych, kulinarnych czy żywieniowych (Tomczyk, 2013).

3. Wpływ dorastania w dobie Internetu na społeczność akademicką

Zainteresowanie mediami młodzi ludzie przenoszą do życia studenckiego. Koniec szkoły ponadgimnazjalnej, matura, wybór studiów, ogłoszenie list przyjętych, inauguracja roku akademickiego, pierwsze doświadczenia na uczelni – to emocje, z którymi młodzież radzi sobie w stosunkowo krótkim czasie. Niektóre z nich, jak np. rekrutacja, wymagają aktywności abiturientów w sieci. Swoimi emocjami dzielą się z kolegami w Internecie. Na portalach niemal automatycznie dołączają do społeczności skupionych wokół wydziałów,

ale tworzą się też nowe, np. na Facebooku powstają strony nowych grup studenckich czy kierunków uczelnianych. Użytkownicy wymieniają się uwagami, notatkami i doświadczeniami. Ważne zatem staje się odpowiednie oraz przemyślane prowadzenie profili uczelni oraz poszczególnych wydziałów na portalach społecznościowych. To tam zainteresowani danym kierunkiem szukają informacji w pierwszej kolejności.

3.1. Uczelnie w social mediach

W Stanach Zjednoczonych 79% uczelni wybiera media społecznościowe jako główny kanał marketingowy. 83% uczelni posiada wyspecjalizowaną osobę lub oddzielny dział do ich obsługi (Młynarczyk, 2014). W Polsce, według badań E. Kulczyckiego (2012), uczelnie również dostrzegły ten trend. Przeważająca ich większość posiada swoje fanpage'e na Facebooku i kanały na YouTube. Niektóre prowadzą własnego bloga, jak np. Uniwersytet Łódzki. W 2012 roku E. Kulczycki (2012) zbadał 59 publicznych uczelni akademickich w Polsce. Ich adresy zostały pobrane ze strony Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Do najbardziej aktywnych należały:

- Uniwersytet Łódzki – dziewięć profili (Facebook, Twitter, YouTube, Godline, Blip, Blog, Google Plus, Flickr, NK);
- Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach – siedem profili (Facebook, Facebook – wersja ang., Twitter, YouTube, Blip, Blog, Picasa);
- Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie – sześć profili (Facebook, Twitter, YouTube, Goldenline, Blip, NK).

Biorąc pod uwagę liczbę fanów, dominowały uczelnie krakowskie: Uniwersytet Jagielloński, Akademia Górniczo-Hutnicza i Uniwersytet Ekonomiczny. W roku 2014 największym fanpage wśród polskich uniwersytetów miał Uniwersytet Jagielloński.

Poniżej przedstawiono pierwszą 10 najbardziej popularnych na Facebooku szkół wyższych (badanie przeprowadzono w dniu 3 października 2014 roku):

1. Uniwersytet Jagielloński – 35 541;
2. Akademia Górniczo-Hutnicza – 35 181;
3. Uniwersytet Warszawski – 25 736;
4. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski – 21 998;
5. Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie – 19731;
6. Katolicki Uniwersytet Lubelski – 18 364;
7. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – 18 100;
8. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie – 17 166;
9. Politechnika Poznańska – 16 742;
10. Politechnika Warszawska – 16 727.

Uniwersytet Łódzki ma 13 401 polubień, co zapewnia mu 15. miejsce w rankingu.

Public relations w organizacjach akademickich jest bardzo ważną formą zarządzania relacjami z klientami (studentami) czy pracownikami. Studenci, jako młodzi ludzie, szukają prostych, wygodnych i szybkich form komunikacji. W niepamięć poszły już tablice na korytarzach czy otrzymywanie informacji od starosty grupy, choć oczywiście takie formy nadal są obecne, lecz ich siła przekazu jest niska. W książce *Public Relations w Internecie* T. Smektały czytamy, że public relations to „jedno z narzędzi zarządzania, mające na celu tworzenie i kontrolowanie pozytywnego wizerunku i reputacji przedsiębiorstwa w jego otoczeniu za pośrednictwem planowanego i długookresowego działania, polegającego na wysyłaniu i odbieraniu komunikatów dotyczących funkcjonowania tego przedsiębiorstwa”

(2006, s. 9). W związku z dynamicznym rozwojem Internetu nowoczesne organizacje komercyjne lub niekomercyjne nie mogą pozwolić sobie na lekceważenie takiego medium. Obecność w Internecie, w tym w social mediach, jest teraz niemal rzeczą oczywistą. Licealiści coraz częściej obserwują fanpage'ę uczelnie przed wyborem studiów. Studenci, którzy „zalogują” fanpage swojej uczelni czy wydziału, otrzymują na bieżąco informacje o większości ciekawych projektów, które są tam realizowane (Targi Pracy, szkolenia, spotkania z praktykami biznesu, oferty praktyk i staży). Obecność uczelni w mediach społecznościowych jest bardzo pomocna nie tylko studentom, ale również samej uczelni. To social media są skarbnicą wiedzy na temat prawdziwych zainteresowań ich użytkowników. Pozwalają na bardziej swobodną komunikację np. poprzez komentarze, w których możemy budować relacje z klientami (studentami) oraz robić badania na temat postrzegania uczelni, wydziału czy kierunków (w bardziej zaawansowanej formie).

3.2. Wyniki badań

Korzyści płynące z posiadania aktywnego, ciekawie zarządzanego fanpage'a dają uczelni wymierne korzyści w wielu aspektach jej funkcjonowania. Proces ten rozpoczyna się przed tym, jak student stanie się oficjalnie częścią wydziału.

Za temat autorskich badań obrano obecność w sieci, czas korzystania z różnych mediów społecznościowych oraz postrzeganie fanpage'y szkół wyższych. Opracowano ankietę, która składała się z 14 pytań. Została ona skierowana do uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Badanie przeprowadzono w maju i wrześniu 2014 roku. Zebrano ponad 100 ankiet, które poddano kontroli formalnej. Wszystkie zostały wypełnione w sposób poprawny i stanowiły próbę statystyczną. Z przeprowadzonych badań ankietowych wynika, że znaczna większość uczniów szkół ponadgimnazjalnych posiada profile w mediach społecznościowych. Najbardziej popularnym portalem pozostaje wciąż Facebook (100% badanych). Młodzi ludzie w sieci spędzają kilka godzin dziennie, regularnie korzystając z Facebooka (73%) i YouTube'a (44%). Będąc w szkołach ponadgimnazjalnych, śledzą aktywność uczelni wyższych w celu znalezienia informacji o życiu studenckim i toku studiów. 27% badanych śledzi fanpage'ę wybranych wydziałów jeszcze przed rekrutacją, a ok. 60% chciałoby brać udział w życiu akademickim, wykorzystując specyfikę mediów społecznościowych.

3.3. Dlaczego warto być obecnym w social mediach?

Zanim potencjalni kandydaci na studentów podejmą decyzję o wyborze kierunku studiów, a nawet przedmiotów zdawanych na maturze, przeglądają profile wydziałów oraz uczelni w mediach społecznościowych i stają się odbiorcami ich treści. To one są pierwszym źródłem informacji o wydziale, do którego docierają. Dopiero później szukają oni dokładniejszych informacji na stronach www czy informatorach. Uwagę zainteresowanego powinien przyciągać ciekawy kontent: aktualne posty z życia wydziału, zdjęcia i filmy z konferencji czy spotkań naukowych, konkursy udostępniane w regularny i zaplanowany sposób. Informacje udostępniane przez portale społecznościowe są różnorodne – od wiadomości z życia uczelni, przez fotorelacje ze spotkań aż po zaproszenia na kolejne konferencje i seminaria. Tylko dzięki temu media społecznościowe będą spełniać swoją marketingową rolę. Przekaz powinien być ciekawy, zrozumiały i przede wszystkim przyjazny dla oka. Z własnego doświadczenia można powiedzieć, że większość informacji „kupujemy” przez pryzmat ich prezencji. Nic tak nie zachęca internautów do przejrzania profilu, jak jego atrakcyjny układ, ciekawe zdjęcia, krótkie i błyskotliwe posty, gdzie

przestrzegana jest dbałość o formę oraz poprawność językowa wpisu. Częstym błędem popełnianym przez administratorów jest brak strategii prowadzenia stron albo jej niewłaściwe wdrażanie. Studenta lub kandydata należy traktować jak klienta, a co za tym idzie – przede wszystkim zrozumieć jego potrzeby. Posty powinny zachęcać do wyrażenia komentarza, polubienia czy udostępnienia.

W sieci można spotkać wiele funkcjonujących z powodzeniem stron stricte studenckich. Choć nie znajdziemy na nich informacji ściśle powiązanych z tokiem życia uczelni, to posiadają co najmniej tyle samo (a najczęściej wielokrotnie więcej) sympatyków, co oficjalne uczelniane fanpage'e. Mowa o takich stronach jak „Zbieram na warunek”, „Typowy student” czy „Nie śpię bo odświeżam USOSa”. W taki właśnie sposób uczelniane profile powinny docierać do studenta. Każda teoria marketingu mówi o poznaniu potrzeb konsumenta, a nie podawaniu mu tego, co wydaje nam się, że powinno mu odpowiadać. Przez ciekawy post odbiorca szybciej i z większym zainteresowaniem przyjmie daną informację. Potencjalny kandydat zobaczy inną twarz uczelni – bliższą jego potrzebom. Kandydat będzie miał pewność, że uczelnia go rozumie, a on będzie w stanie ją zrozumieć i bez większych problemów razem będą współpracować dla obopólnej korzyści.

Podsumowanie

Media społecznościowe to obecnie jeden z najpopularniejszych kanałów komunikacji i ten trend do 2020 roku zapewne będzie się tylko umacniał. Młodzi ludzie są w nich obecni często przez kilka godzin dziennie, dzieląc się ze znajomymi własnymi przeżyciami, ale również ciekawostkami znalezionymi w Internecie. Polskie uczelnie bezsprzecznie powinny zacząć doceniać możliwość korzystania z takich portali i odpowiednio zarządzać swoimi profilami w taki sposób, by dostarczać ciekawych informacji przyszłym i obecnym studentom. Co roku żakami zostają ludzie żyjący coraz dłużej w świecie otaczających technologii. Do 2020 roku żaden kandydat na studia nie będzie nawet pamiętał życia bez Internetu czy portali społecznościowych. W jaki sposób uczelnie będą chciały dotrzeć do takich ludzi bez użycia nowoczesnych kanałów marketingowych?

Dzisiejszy świat zmienia się szybciej niż kiedykolwiek. Choć ciężko nam sobie to wyobrazić, 10 lat temu nie było takich portali jak Facebook czy YouTube. Dziś korzystają z nich już nie miliony, a miliardy ludzi. Administratorzy stron muszą ciągle poszukiwać nowych rozwiązań i sposobów na zainteresowanie oraz przyciągnięcie młodych osób. Jedno jest pewne – minęły czasy długofalowych strategii, a social media zobowiązują do stałej kontroli trendów i ich kreowania.

Do 2020 roku zapewne powstaną nowe portale społecznościowe, zmienią się aplikacje, technologia, sposób ich postrzegania i używania. Być może każdy będzie posiadaczem Google Glass i będziemy mogli już udostępniać statusy wprost z naszego mózgu? R. Kurzweil, naczelny inżynier Google, twierdzi, że w 2035 nasze mózgi będą łączyć się bezpośrednio z chmurą (Love, 2014). Mimo wszystkich pytań, wątpliwości i niepewnych prognoz, niezaprzeczalnie pewni jesteśmy jednego: udział takiej komunikacji w życiu wszystkich ludzi, w tym oczywiście Polaków, będzie wciąż rósł. Kiedyś poziom zaawansowania cywilizacyjnego pozwalał na wysłanie listu, który dostarczany był często dopiero po wielu dniach, a nawet tygodniach. Dziś możemy bez przeszkód wysyłać ogromne ilości danych w czasie krótszym niż mrugnięcie oka czy łączyć się z ludźmi z drugiego końca świata w czasie rzeczywistym. Mediów społecznościowych i nowych technologii nie należy się bać. Dzięki nim kontakt z drugim człowiekiem może wejść na nowy, niespotykany dotąd poziom.

Streszczenie

Dziś każdy może mieć nieograniczony dostęp do Internetu. Podczas minionej dekady powstało wiele portali społecznościowych, które zyskały ogromną popularność zwłaszcza wśród młodych ludzi. Przywiązanie do mediów społecznościowych młodzi ludzie przenoszą do życia akademickiego. Szukają tam informacji o uczelniach i kierunkach studiów. Uniwersytety podjęły to wyzwanie i są obecne w mediach społecznościowych, wiedząc, że mają one ogromny potencjał marketingowy. Na początku 2014 roku w Polsce smartfony posiadało aż 74% nastolatków. W latach 20. XXI wieku to właśnie oni będą wybierać uczelnie i wydziały. Do tego czasu wszyscy powinniśmy zrozumieć, że media społecznościowe są wynalazkiem, który skutecznie oddziałuje na internautów i nadaje komunikacji międzyludzkiej nowy wymiar.

Celem artykułu jest przedstawienie wizji rozwoju mediów społecznościowych jako środka do komunikacji oraz narzędzia marketingowego, wykorzystywanego przez uczelnie wyższe. Podstawą rozważań będą wyniki przeprowadzonych autorskich badań ankietowych, analizy stron polskich uczelni wyższych oraz badania literaturowe.

Summary

Nowadays, everyone may have an unlimited access to the Internet. A lot of internet portals, which won a huge popularity – particularly among young people – appeared in the last decade. Young people make use of the community media in an academic life. They search for information on universities and faculties. Universities met the challenge and they are present in the community media, knowing that they have an enormous marketing potential. At the beginning of 2014, 74% of Polish teenagers had smartphones. They are the ones who are going to choose universities and faculties in 2020s. Until then, all of us should understand that the community media constitute an invention which successfully influences the Internet users and adds a new dimension to interpersonal communication.

The aim of the article is to present a view on the development of the community media as a source for communication and a marketing tool used by universities. Results of the own surveys, analysis of websites of Polish universities and literature examination will constitute the basis for considerations.

Bibliografia

- Anderson, J., Rainie, L. (2006). *The future of internet II*. Pobrane z: www.pewinternet.org/2006/09/24/the-future-of-the-internet-ii/#.
- Duszyńska, D. (2014). *Od trzepaka do Facebooka, czyli zabawy dzieci*. Pobrane z: www.lifestyle.nf.pl/od-trzepaka-do-facebook-a-czyli-zabawy-dzieci,47252,216.
- Jaroszewski, D. (2012). *Krótką historią Internetu*. Pobrane z: www.damian-jaroszewski.pl/blog/krotka-historia-internetu/.
- Kirkpatrick, D. (2011). *Efekt Facebooka*. Tłum. M. Lipa. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Kulczycki, E. (2012). *Raport: Uczelnie wyższe w mediach społecznościowych, „Warsztat badacza komunikacji”*. Pobrane z: www.ekulczycki.pl/teoria_komunikacji/social_media.
- Love, D. (2014). *Ray Kurzweil Explains How Our Brains Will Be Powered By Computers In 2035*. Pobrane z: www.businessinsider.com/ray-kurzweil--technology-will-be-a-part-of-us-2014-2.
- Mikowska, M. (2014). *Smartfonizacja w Polsce 2014 – najważniejsze liczby i infografika*. Pobrane z: www.jestem.mobi/2014/02/smartfonizacja-w-polsce-2014-najwazniejsze-liczby-infografika/.
- Młynarczyk, K. (2014). *Uczelnie w social media – badanie 2014*. Pobrane z: www.socjomania.pl/uczelnie-w-social-media-badanie-2014/.
- Smektała, T. (2006). *Public relations w Internecie*. Wrocław: Wydawnictwo ASTRUM.
- Tomczyk, T. (2013). *Blog. Pisz. Kreuj. Zarabiaj*. Warszawa: Wydawnictwo: Zielona Sowa.

SOCIAL MEDIA – NOWE NARZĘDZIE PROMOCJI FIRM

Wstęp

Otoczający nas świat nieustannie się zmienia, w tempie znacznie szybszym, niż możemy to dostrzec. Prędkość tych zmian rośnie z pokolenia na pokolenie. Momentem, który znacząco wpisał się w naszą historię, była chwila pojawienia się Internetu. Zapoczątkowała ona szybki rozwój technologiczny. Obecne młode pokolenia mają zupełnie inne systemy wartości, inaczej odbierają świat i pozostają w ciągłej interakcji – dla nich korzystanie z komunikacyjnych urządzeń mobilnych jest czymś naturalnym. Sieć i media mobilne stanowią dla nich niemalże kolejny organ lub zmysł. Te rewolucyjne zmiany, które do tej pory zaszły w sieci bądź w dalszym ciągu zachodzą, spowodowały, że Internet stał się miejscem idealnym również dla przedsiębiorców. Daje szerokie możliwości wykorzystania narzędzi Internetu w celach marketingowych. Z tego też względu obecnie każda firma dbająca o swój wizerunek i chcąca zaistnieć na rynku, musi starać się utrzymywać ciągle zainteresowanie konsumentów. Pomocnym narzędziem do realizacji tych zamierzeń stały się social media. Czym one są i jaki jest ich fenomen? Czy i w jaki sposób wpłyną na wygląd polskiej gospodarki w roku 2020?

Social media – media społecznościowe – to grupa internetowych aplikacji, bazująca na ideologicznych i technologicznych podstawach Web 2.0, które umożliwiają tworzenie oraz wymianę wygenerowanych przez użytkowników treści (Kaplan Andreas, Haenlein, 2010). Są to media powodujące wymianę interakcji w postaci rozbudowanego zestawu narzędzi komunikacyjnych, stając się miejscem wymiany informacji. Zjawisko wykorzystywania mediów społecznościowych do promocji firm nazywane jest marketingiem społecznościowym. Social media marketing wykorzystuje zaangażowanie klienta na portalach społecznościowych wobec marki lub produktu. Celem tych działań nie jest efekt sprzedażowy, ale kreowanie oraz utrwalanie wizerunku marki w świadomości internautów. Narzędziami, jakie wykorzystywane są w tego rodzaju działaniach, są m.in.:

- blogi i mikroblogi (np. Twitter);
- serwisy (portale) społecznościowe (np. Facebook);
- wirtualne światy gier (np. World of Warcraft);
- wirtualne światy społecznościowe (np. Second Life).

Najbardziej popularnym i najczęściej wykorzystywanym w Polsce narzędziem do promocji przedsiębiorstw są portale społecznościowe (Prejs, 2014).

Serwis społecznościowy to specyficzny rodzaj strony internetowej. Jej celem jest skupienie w ramach witryny osób zainteresowanych danym tematem i stworzenie możliwości prostej wymiany informacji. Unikalną cechą serwisów społecznościowych jest to, że tworzą je użytkownicy (Podlaski, 2013). Portal społecznościowy tworzony jest przez internautów o podobnych poglądach i zainteresowaniach, pochłaniając niekiedy użytkowników do tego stopnia, że staje się ich drugim życiem (Szczepankiewicz, 2011).

1. Korzyści płynące z wykorzystania serwisów społecznościowych w promocji firm

Wielu przedstawicieli biznesu nie interesowałoby się portalami społecznościowymi, nie inwestowałoby w nie finansowo, a w przypadku już istniejących – nie zastanawiałoby się obecnie tak intensywnie, jak je wykorzystać w walce z konkurencją, gdyby nie wiele płynących z ich powstawania i istnienia korzyści (Podlaski, 2013). Serwisy społecznościowe oferują doskonale możliwości intensyfikacji marketingu. Poprzez stworzenie serwisu społecznościowego przedsiębiorstwa wzmacniają więzi i lojalność pomiędzy klientem a swoją firmą. Wśród wielu korzyści można wymienić:

- zwiększenie popytu na produkt/usługę – następstwo silniejszej więzi klienta z przedsiębiorstwem. Klient lojalny i zadowolony chętnie ponownie zakupi produkt/usługę na tej samej witrynie, ale też poleci ją swoim kolegom i koleżankom. Wynikiem tego będzie wzrost sprzedaży i uzyskanie przewagi nad konkurencją, która chciałaby przejąć danego klienta;
- zwiększenie zakresu promocji produktu/usługi – skutek przekazu informacji o ofercie przedsiębiorstwa między klientami. Dzięki portalom społecznościowym istnieje szansa na stworzenie bardzo skutecznej i niemal darmowej formy marketingu, zwanej marketingiem wirusowym (Amstrong, Hagel, 1997). Celem marketingu wirusowego jest szybkie uzyskanie rozgłosu. Dana informacja musi na tyle szokować odbiorcę, by ten chciał o niej rozmawiać. Zazwyczaj jest skandaliczna, śmieszna, nietypowa, zaskakująca, a przekazywana wśród znajomych tworzy „kulę śniegową”. W ten sposób, przy niskim nakładzie finansowym, uzyskujemy ogromny rozgłos;
- pobudzenie klientów do wyrażania opinii o produktach i usługach przedsiębiorstwa – portale społecznościowe to idealne pole do przeprowadzenia badań jakościowych. W świecie wirtualnym ludzie są bardziej swobodni, często mówią więcej niż podczas bezpośredniej rozmowy. Stają się odważniejsi bądź po prostu szczerzy. Daje to możliwość uzyskania jak najbardziej wiarygodnych informacji na temat rzeczywistego wizerunku firmy czy produktu w oczach klienta. Przedsiębiorca dowiaduje się również o sugestjach, propozycjach i świadomości potrzeb klienta;
- możliwość połączenia procesów informacyjno-promocyjnych z przeprowadzeniem transakcji bezpośrednich – często bywa tak, że społeczności wirtualne budowane są po to, by zapewnić większy popyt, a co za tym idzie – większą sprzedaż. Internauci korzystający z portali społecznościowych o podobnych zainteresowaniach mogą zasięgnąć opinii o interesującym ich produkcie czy usłudze od innych użytkowników, którzy mieli już do czynienia z produktem/usługą oferowanym przez firmę. Dzięki tej możliwości, zainteresowani zakupem podejmą tę decyzję szybciej i sprawniej;
- umocnienie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa – działania dążące do zdobycia zaufania i długoterminowej sprzedaży umożliwiają budowanie, poprawę czy też umocnienie pozytywnego wizerunku firmy oraz dodatkowo wspierają oferowane przez nią usługi i towary;
- uzyskanie informacji o konkretnych potrzebach i wymaganiach konsumentów¹ – w dostosowaniu się do potrzeb klientów pomaga fakt, że członkowie społeczności taktują witrynę jak „własną” i chętnie wypowiadają się na temat swoich pragnień;

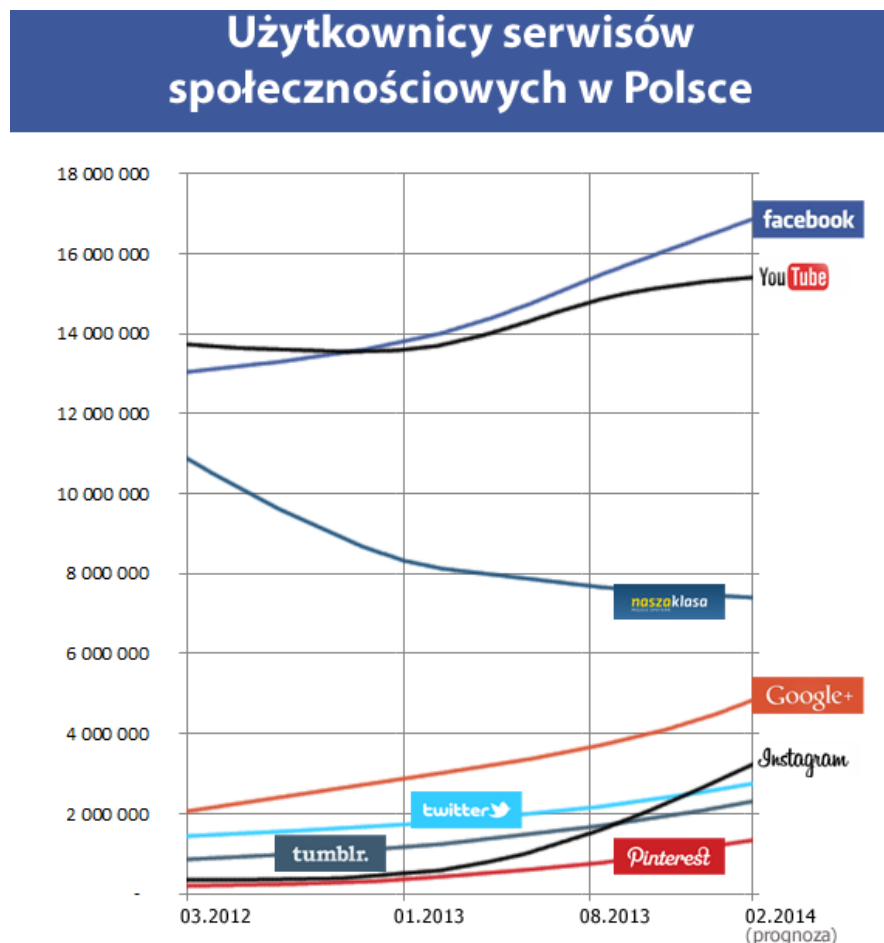
¹ Zgodnie z definicją marketingu stworzoną przez P. Kotlera (*Marketing 2005*, Poznań: Dom Wydawniczy Rebis, s. 8-9), (powszechnie akceptowaną i uważaną za jedną z najlepszych), marketing w skrócie to zaspokajanie potrzeb z zyskiem. By móc zaspokoić potrzeby, trzeba najpierw je poznać – pomóc w tym mogą właśnie portale społecznościowe.

- dostarczanie przez społeczność bezpłatnej treści dla serwisu – wszelkiego rodzaju teksty pisane przez internautów w celu zwiększenia pola informacyjnego innych użytkowników, np. recenzje produktów, usług, artykuły związane z tematyką serwisu.

Powyżej przedstawione zostały korzyści, jakie mogą płynąć z wykorzystania portali społecznościowych, którymi opiekuje się firma. Coraz więcej przedsiębiorstw decyduje się na dołączenie do tych wirtualnych społeczności, by być bliżej klienta i lepiej poznać jego potrzeby.

2. Najpopularniejsze serwisy społecznościowe w Polsce

Serwisy społecznościowe w Polsce, podobnie jak na całym świecie, mają się doskonale. Wiele portali społecznościowych ze światowych rankingów odniosło sukces również w naszym kraju, zajmując w polskim rankingu takie same bądź niewiele się różniące miejsca w statystykach. Poniższy rysunek przedstawia liczbę użytkowników serwisów społecznościowych w Polsce.



Rysunek 1. Najpopularniejsze serwisy społecznościowe w Polsce.

Źródło: Polskie Badania Internetu. Wyniki Megapanel/BPI za czerwiec 2014. Pobrane z: <http://pbi.org.pl/aktualnosci/213/wyniki-megapanel-bpi-za-czerwiec-2014#> (dostęp: 23.10.2014).

Warto zatem zobaczyć, na jakiej zasadzie działają najpopularniejsze serwisy w Polsce.

YouTube.com – serwis ten został uruchomiony w lutym 2005 roku. Pozwala milionom ludzi odkrywać, oglądać i udostępniać oryginalne filmy. Jest to forum, na którym ludzie z całego świata mogą poznawać się, uczyć i inspirować nawzajem. Serwis ten stanowi platformę dystrybucji dla twórców oryginalnych materiałów oraz dużych i małych reklamodawców. Portal ten jest bardzo atrakcyjnym narzędziem promocji. Marketing na serwisach skupionych na odświeżaniu, dodawaniu nowego materiału wideo, opiera się na tworzeniu własnych stron elementarnych, kanałów tematycznych i zamieszczaniu tam filmów o odpowiedniej tematyce. Zdecydowana większość dużych firm, szczególnie tych, które świadczą usługi za pośrednictwem Internetu, ma własne kanały na tym serwisie, przy użyciu którego komunikuje się z klientami.

Plus.google.com – Google Plus lub Google+ to portal społecznościowy stworzony przez wyszukiwarkowego giganta – firmę Google. Został uruchomiony w czerwcu 2011 roku. Google Plus pozwala użytkownikom na przypisywanie znajomych do tzw. kręgów i decydowanie o tym, co może zobaczyć wybrany krąg znajomych. Google+ jest alternatywnym narzędziem marketingu dla firm. Pozwala na publikowanie aktualności o danym przedsiębiorstwie, a także budowanie relacji biznesowych przez odpowiadanie na otrzymywane opinie i komentarze o usługach od klientów. Dodatkowo firma może zadbać o atrakcyjny wizerunek strony, publikując zdjęcia produktów, profilowe i filmy, które podkreślą zalety jej oferty. Serwis ten posiada również możliwość prowadzenia rozmów video na tzw. Hangoutach. Dzięki temu możliwa jest rozmowa z klientem na dalekie odległości, a co więcej – Google+ pozwala na prowadzenie rozmowy nie tylko pomiędzy dwoma osobami, ale liczba użytkowników biorących udział w konwersacji może liczyć aż 10.

Naszaklasa.pl (NK) – portal społecznościowy założony dnia 11 listopada 2006 roku przez polskich studentów informatyki. Jego głównym celem była możliwość odnalezienia swoich kolegów ze szkolnych lat. Bardzo szybko powstała baza zawierająca największe szkoły w Polsce. Do klas zaczynały dołączać kolejne osoby, dzięki czemu większość z nich została skompletowana w 100%. NK okazało się mieć większy potencjał niż początkowo przypuszczano. W serwisie zaczęły rejestrować się firmy i wykorzystywać go w celach marketingowych. Wiele pracodawców korzystało z NK, by sprawdzić podczas rekrutacji, czy kandydat ma dobrych znajomych, udziela się w Internecie itp. (Podlaski, 2013). Portal ten bywa pomocny przy rekrutacji, ale również w promocji prowadzonej działalności gospodarczej. NK umożliwia precyzyjne targetowanie przeprowadzanych kampanii, a także niestandardowe działania promocyjne.

Twitter.com – to portal społecznościowy, pozwalający użytkownikom na założenie mikrobloga i wysyłanie wiadomości, których treść nie przekracza 140 znaków. Komunikaty te nazywane są pieszczotliwie „tweetami” lub „ćwierkaniem”. Portal ten, stworzony w 2006 roku przez J. Dorsey, niemal natychmiastowo stał się hitem. Serwis ten jest prostym narzędziem promocyjnym – po stworzeniu konta na portalu firma typuje grupę docelową i opłaca reklamę.

Zaprezentowane wyżej portale społecznościowe są najczęściej oraz najliczniej wykorzystywane przez internautów, co sprawia, że stają się idealnym targetem. Z tego też względu wiele firm decyduje o dołączeniu do e-społeczności, by być bliżej swoich klientów, poznać ich potrzeby, a także nawiązać i wzmocnić więzi pomiędzy nimi a swoją firmą. Wśród portali społecznościowych zarówno w Polsce, jak też na świecie nieustannie prym wiedzie Facebook, skupiając największą liczbę użytkowników i firm.

3. Zasady działania serwisu społecznościowego Facebook

Warto zwrócić uwagę, jakie zasady działania posiada Facebook i na jego przykładzie dokładnie wyjaśnić, w jaki sposób optymalizować publikowane treści. Serwis ten korzysta z Algorytmu EdgeRank.

Logując się jako użytkownik na portalu Facebook, trafiamy na stronę, która pokazuje informacje pochodzące od facebookowych kontaktów – zarówno od znajomych, jak i „lubianych” stron, a są to tzw. „najciekawsze wiadomości”. Nie każda informacja zamieszczona przez użytkowników jest tam umieszczana. Można wybrać również opcję „najnowsze wiadomości”, chociaż opcja „najciekawsze wiadomości” jest domyślna dla logujących się użytkowników, dlatego strumień ten jest widoczny jako pierwszy.

Błyskotliwość tego rozwiązania polega na tym, że pojawiająca się w aktualnościach treść jest wybierana na podstawie trzech czynników:

1. Jak dawno temu została zamieszczona lub stworzona dana treść.
2. Siła relacji użytkowników z osobą lub organizacją publikującą tę treść.
3. Liczba komentarzy i kliknięć „Lubię to!” wygenerowanych przez tę treść.

Z punktu widzenia marketingu czynnikiem najważniejszym do rozważenia jest punkt 3., ponieważ ma bezpośredni wpływ na to, czy informacje publikowane przez firmę są widoczne wśród aktualności użytkowników. Im więcej osób, które wykazują zainteresowanie treścią bądź mających pozytywne doświadczenia w związku z powiązaniem z treścią produktem czy usługą, tym większa liczba kliknięć „Lubię to!” oraz większa widoczność wśród aktualności.

Rysunek 2 przedstawia wzór opisujący algorytm optymalizacji aktualności znany jako EdgeRank (Kerpen, 2013).

$$\sum_{edges\ e} u_e w_e d_e$$

gdzie:

u_e – stopień bliskości oglądającego i twórcy wątku

w_e – waga tego typu wątku (opublikowanie czegoś, skomentowanie, kliknięcie „lubię to”, otagowanie itd.)

d_e – czynnik czasu rozkładu bazujący na tym, jak dawno stworzono wątek

Rysunek 2. Optymalizacja aktualności – algorytm EdgeRank.

Źródło: *Lubię to! Potęga marketingu szeptanego na Facebooku* (s. 50), D. Kerpen, 2013. Gliwice: Helion.

Wszystkie informacje opublikowane na Facebook są postrzegane jako obiekt. Każde uaktualnienie lub post jest centralnym punktem obiektu. Za każdym razem, gdy użytkownik zareaguje na obiekt, czy to w postaci komentarza, czy za pomocą opcji „Lubię to!”, nakreśla krawędzie tego obiektu. Im więcej interakcji, tym ostrzejsze krawędzie, co zaś wiąże się z większym prawdopodobieństwem, że publikowane treści pojawią się wśród najciekawszych wiadomości u powiązanych użytkowników. Zrozumienie działania algorytmu wyjaśnia dokonana analiza trzech krawędzi aktualizacji:

1. Jak dawno opublikowano daną treść? – by zoptymalizować daną krawędź, należy określić, kiedy fani, znajomi i potencjalni klienci są najczęściej zalogowani i korzystają z portalu Facebook. Jeśli ich aktywność jest największa, np. po południu, wówczas w tym czasie powinny być publikowane treści.

2. Czy dany użytkownik często nawiązuje z Tobą (firmą) interakcje? – aby dokonać optymalizacji tej krawędzi, należy przeanalizować, jak bardzo zaangażowany jest odbiorca – czy polubił stronę za sprawą reklamy na Facebooku, lecz nigdy jej nie odwiedza i nie ma znajomych, którzy wchodzi z nią w interakcję, przypuszczalnie nigdy nie zobaczy prezentowanych uaktualnień. Jeżeli od czasu do czasu odwiedza daną stronę, polubił jakiś post zamieszczony przez firmę, szanse na zobaczenie przez niego uaktualnień znacznie rosną. Każdy nawiązany przez potencjalnego klienta przez kliknięcie „Lubię to!” dialog należy rozwijać i kontynuować.
3. Na ile interaktywne są reakcje na post? – skupienie się na tej krawędzi jest najłatwiejsze i najbardziej efektywne. EdgeRank oblicza poziom zainteresowania lub znaczenia obiektu na podstawie liczby komentarzy i polubień. Im liczniejsze reakcje na publikowaną treść, tym większe prawdopodobieństwo, że użytkownik zobaczy aktualności publikowane przez firmę. Obowiązuje tu koncepcja cykliczności i nabierania rozpędu – kiedy dana treść otrzyma odpowiednią ilość komentarzy i polubień, wzniesie się na szczyt listy aktualności, tym samym zwiększając prawdopodobieństwo tworzenia się kolejnych pozytywnych interakcji. Niepochwycona przez odbiorców w odpowiednim czasie informacja spowoduje, że treść nie pojawi się w aktualnościach i stanie się niewidzialna.

4. Mierniki

Działania marketingowe prowadzone przez firmy powinny być odpowiednio mierzone, by sprawdzić i ocenić prowadzone strategie oraz rezultaty. Obliczanie zwrotu z inwestycji (ROI) z uzyskanych działań jest niesamowicie trudnym wskaźnikiem do obliczenia. W zależności od rodzaju działalności, jakie prowadzi firma i celów, jakie założyła, do pomiaru efektywności warto zastosować podane poniżej wskaźniki aktywności w Internecie społecznościowym:

- liczebność fanów i subskrybentów;
- przyrost liczby nowych fanów i subskrybentów w skali tygodnia;
- wyświetlenia strony facebookowej;
- liczba wzmianek o marce (pozytywnych i negatywnych);
- suma klikalności wszystkich linków;
- wzmianki i retweety;
- liczba postów „polubień” i komentarzy fanów;
- stosunek nowych fanów względem użytkowników rezygnujących z bycia fanami;
- stosunek nowych subskrybentów względem użytkowników anulujących subskrypcję;
- stosunek aktywności fanowskiej względem aktywności firmy;
- stosunek aktywności fanowskiej względem liczebności fanów.

Zaletą portalu społecznościowego jest to, że ma on bardzo dobre narzędzie analityczno-statystyczne. Wszystkie mierniki prezentowane powyżej są dokładnie opisane i zaprezentowane w formie wskaźników oraz wykresów. Warto również zwrócić uwagę na inne mierniki. Jednym z nich jest współczynnik klikalności (Click Through Rate, CTR) – jest to stosunek między liczbą kliknięć a wyświetleniami reklamy, podawany w procentach. Im lepiej reklama jest ukierunkowana, tym przeważnie osiąga lepszy CTR. Współczynnik CTR jest ważnym elementem oceny odpowiedniego doboru słów kluczowych w programie reklamowym Google AdWords. Jeżeli jego wartość jest niższa niż 1%, oznacza to, że mamy do czynienia ze źle dobranymi słowami kluczowymi, co powoduje wyświetlenie

reklamy użytkownikom niezainteresowanym produktem lub usługą. Poziom współczynnika CTR różnicowany jest w zależności od branży, jednak jego wartość powinna zawierać się w przedziale 1-10%. Kolejny wskaźnik warty uwagi to współczynnik konwersji. Oblicza się go poprzez podzielenie liczby konwersji przez liczbę kliknięć. Liczone są konwersje pochodzące z reklam Google Adwords z ostatnich 30 dni. Gdy zachodzi więcej niż jedna konwersja po kliknięciu na link sponsorowany, liczona jest tylko ta pierwsza. Raportowana jest nie więcej niż jedna konwersja na wizytę. Dzięki temu można ocenić np. przybliżoną liczbę pozyskanych w miesiącu klientów.

Podsumowanie

Social media są bardzo potężnym narzędziem, wykorzystywanym w marketingu społecznościowym. Ulegają nieustannym zmianom, ulepszeniom, tak aby prezentowane treści docierały do wszystkich zainteresowanych.

Podsumowując prowadzone w artykule rozważania, warto stworzyć działania, które wykorzystywałyby optymalnie potencjał serwisów społecznościowych. Należy opracować plan długofalowej strategii obecności marki w sieci, pamiętając, że ze społecznością należy nawiązać konwersację, a nie poprzestawać na publikacji konkursów i akcji promocyjnych. By efektywnie tworzyć treść, należy pamiętać o tym, że użytkownik czyta początkowo kilka słów tekstu. Jeśli go nic nie zaintryguje, uzna treść za nieciekawą i zrezygnuje z jej analizowania. Firmy, prowadząc swoje strony na portalach społecznościowych, powinny być zawsze otwarte na kontakt, nie unikać trudnych tematów, wyjaśniać je. Każdy użytkownik powinien mieć możliwość zadawania pytań i uzyskiwania na nie odpowiedzi. Ważną kwestią jest branie udziału w dyskusjach i organizowanie wirtualnej społeczności. Publikując treść, należy pamiętać, że nie tylko tekst jest ważny, ale również treści multimedialne, które notują wyższe współczynniki klikalności i wyświetleń, przez co zwiększa się zasięg informacji. Przewiduje się, że do 2020 roku promocja firm przy wykorzystaniu social mediów będzie tak zaawansowana, iż potrzebne będą odpowiednie regulacje prawne co do zakresu ich wykorzystywania.

Streszczenie

Znaczenie social mediów z roku na rok wzrasta, a odnosi się to zarówno do indywidualnych użytkowników, jak też przedsiębiorstw. Te drugie szczególnie powinny być zainteresowane ich wykorzystywaniem w prowadzonych kampaniach promocyjnych i lojalnościowych.

Artykuł prezentuje informacje przydatne firmom zainteresowanym promowaniem własnej marki na portalach społecznościowych. Każda bowiem firma dbająca o swój wizerunek, a także chcąca zaistnieć i przetrwać na rynku, musi starać się utrzymywać ciągle zainteresowanie konsumentów, dla których wspólnie korzystanie z komunikacyjnych urządzeń mobilnych oraz mediów społecznościowych jest czymś naturalnym.

Summary

The importance of Social Media is growing year by year. It refers both to individual users and to companies. The latter shall be especially interested in using them in promotional and loyalty campaigns.

The article presents useful information for companies which are interested in promoting their own branch on social networks. Each company which cares for its own image and wants to build up and maintain a market presence shall try to hold the interest of consumers for whom using mobile communicative devices and social media is natural nowadays.

Bibliografia

- Amstrong, A., Hagel, J. (1997). Net Gain. Expanding markets through virtual communities. *The McKinsey Quarterly*, 1, 55-65.
- Kaplan Andreas, M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, s. 59-68.
- Kerpen, D. (2013). *Lubię to! Potęga marketingu szeptanego na Facebooku*. Tłum. M. Machnik. Gliwice: Helion.
- Kotler, P. (2005). *Marketing*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis
- Podlaski, A. (2013). *Marketing społecznościowy. Tajniki skutecznej promocji w SOCIAL MEDIA*. Gliwice: Helion.
- Polskie Badania Internetu. Wyniki Megapanel/BPI za czerwiec 2014. Pobrane z: <http://pbi.org.pl/pl/aktualnosci/213/wyniki-megapanel-bpi-za-czerwiec-2014#>.
- Prejs, A. (2014). *Social media w 2014 r. – nadal będą so trendy?* Pobrane z: http://blog.sotrender.com/pl/2013/11/social-media_2014/.
- Szczepankiewicz, M. (2011). *Zastosowanie portali społecznościowych jako narzędzie wspomaganie informacyjnej funkcji rachunkowości*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- www.nowymarketing.pl/a/432,dlaczego-twitter-i-dlaczego-warto.
- www.tech.money.pl.
- www.youtube.com/yt/about/pl/.

Rafał Paweł GRABSKI

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

BIEGANIE W MARATONACH – CHWILOWA MODA CZY TRWAŁY TREND?

Wstęp

Od kilku lat zaobserwować można istotne zmiany w spędzaniu czasu wolnego przez Polaków, co wynika m.in. z rozwoju gospodarczego i społecznego kraju. Naród nie jest nastawiony tylko na pracę i powiększanie swojego majątku. Coraz bardziej zwraca uwagę też na zdrowie oraz wykorzystywanie czasu wolnego. Polacy zaczynają interesować się rekreacją i coraz częściej uprawiają różne dyscypliny sportowe. W ostatnich latach szczególnie widać wzrost zainteresowania bieganiami – wiele osób trenuje ten sport i startuje w zawodach amatorskich, m.in. na dystansie maratonu. Zdaniem Autora, Polska w 2020 roku będzie społeczeństwem zdrowszym, bardziej wysportowanym, stawiającym na aktywność ruchową.

Celem artykułu jest identyfikacja zachowań konsumentów w zakresie spędzania przez nich czasu wolnego, w szczególności poprzez bieganie i udział w imprezach biegowych. W opracowaniu wykorzystano zarówno dane statystyczne, jak i wyniki przeprowadzonych badań własnych.

1. Ekonomia czasu wolnego – wybrane aspekty

Według Cz. Bywaleca (2004), konsumpcja jest odpowiedzialna za stronę popytową gospodarki. Spowolnienie wzrostu konsumpcji w ostatnich latach powoduje występowanie szoków podaży, czyli niespodziewaną i gwałtowną zmianę na rynku. Wzrost dóbr materialnych daje jedynie krótkotrwałe efekty, a satysfakcję osiąga to pokolenie, które zwiększało swój dorobek materialny. Kolejne generacje są już przyzwyczajone do dobrobytu – jest to dla nich norma, standard życia. Dla dzieci, wnuków tych osób potrzebny jest jakiś nowy bodziec, cel, wartość, która zwiększyłaby wartości niematerialne człowieka. W innym wypadku spada motywacja tworzenia aktywnych zachowań, co prowadzi do znużenia, rozczarowania, stresu itp.

W kulturze społeczeństw zachodnich od lat można zauważyć wzrost materialny społeczeństwa. Mogłoby się wydawać, że wraz z poprawą warunków materialnych, następuje także polepszenie ogólnej jakości życia i zaspokajanie problemów egzystencjonalnych człowieka: przemijania, starzenia się, chorób, samotności itp. Wręcz przeciwnie, problemy życiowe bardziej się uwydatniają i są o wiele bardziej bolesne (Bywalec, 2004).

Cz. Bywalec uważa, że wzrost dochodów ludności nie jest najważniejszym warunkiem wzrostu konsumpcji w społecznościach wysoko rozwiniętych, ponieważ one już są na wysokim poziomie. Według niego za wzrost konsumpcji odpowiada zwiększona ilość czasu wolnego. Jedynym sposobem przeciwstawienia się stagnacji w zakresie konsumpcji jest jej silne pobudzenie. Można to zrobić jedynie poprzez reformę życia społecznego, czyli sfery duchowej, edukacji, zdrowia, rekreacji. Będziemy mogli tego dokonać tylko dzięki zwiększonej ilości czasu wolnego (Bywalec, 2004).

W ostatnim czasie widać duże zainteresowanie czasem wolnym, co wynika z faktu, że jest on postrzegany jako stan rozwoju społecznego i ekonomicznego. Jedną z najbardziej znanych jest definicja J. Dumazediena (1960), francuskiego socjologa: „Czas wolny obejmuje wszystkie zajęcia, którym jednostka może oddawać się z własnej chęci bądź dla wypoczynku, rozrywki, rozwoju swych wiadomości lub swego kształcenia (bezinteresownego), swego dobrowolnego udziału w życiu społecznym, po uwolnieniu się od obowiązków zawodowych, rodzinnych i społecznych” (za: Berbeka, Makówka, Niemczyk, 2008, s. 9).

Czas wolny można spędzić biernie lub czynnie. Biernie formy jego wykorzystywania z reguły wpływają negatywnie na człowieka, zubożając nie tylko jego sferę psychiczną, ale także źle oddziałując na kondycję fizyczną. Czas wolny powinien być wypełniony przez aktywne formy wypoczynku, dzięki czemu jest on wtedy wykorzystywany w sposób jak najbardziej racjonalny.

Tabela 1

Przykładowe formy aktywności w czasie wolnym

Wypoczynek bierny		Wypoczynek czynny	
w domu	poza domem	w domu	poza domem
Spanie, oglądanie TV	Kluby, wczasy, sanatoria	Samokształcenie, aktywność twórcza, majsterkowanie, ogród, działka, hobby, inne	Kształcenie, turystyka, aktywność kulturalna, aktywność sportowa, inne

Zródło: *Czas wolny – czasem konsumpcji?* (s. 23), G. Cieloch, J. Kuczyński, K. Rogoziński, 1992, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.

Wraz z postępowaniem cywilizacyjnym zmienia się struktura i ilość czasu wolnego, na co wpływ ma kilka czynników. Po pierwsze, jest to postęp techniczny i wykształcenie pracowników, co pozwala na skrócenie czasu pracy, wydłużenie urlopów oraz odchodzenie pracowników na wcześniejsze emerytury – jest to czynnik podstawowy. Po drugie, ilość wolnego czasu wydłużona została także dzięki wprowadzeniu do gospodarstwa domowego takich urządzeń jak pralka, zmywarka czy kuchenka mikrofalowa. Po trzecie, wydłużenie się przeciętnego czasu życia człowieka spowodowało, że życie na emeryturze jest dłuższe o kilka lat (Tauber, Wojtasik, 2011).

Ruch i wypoczynek są bardzo ważne z punktu widzenia zdrowotnego. Aktywny wypoczynek może przede wszystkim zapobiegać chorobom wywołanym przez otyłość i stres, gdyż ruch jest naturalną potrzebą człowieka. Aktywność fizyczna to nie tylko możliwość ciekawego spędzenia wolnego czasu. Sport jest także elementem współzawodnictwa, często wymagającym od człowieka przekraczania bariery zarówno fizycznej, jak też psychicznej. Umiejętność poradzenia sobie z trudnościami sportowymi kształtuje w człowieku wiele pozytywnych cech, takich jak odwaga, hart ducha, wyrwanie się z depresji. Wysiłek fizyczny ożywia organizm, pobudza człowieka do działania (Lechicka-Kostuch, 2008).

Rekreacyjne rodzaje aktywności ruchowej są bardzo różnorodne, w zależności od zainteresowań i potrzeb ludzkich, które są motorem działalności człowieka. Pomimo dużego zróżnicowania, istnieje między nimi pewna współzależność, dzięki czemu żaden podział ani klasyfikacja nie mogą być precyzyjne i wyczerpujące (Toczek-Werner, 2008).

Obecnie człowiek jest naciskany przez różne grupy – musi sprostać wymaganiom pracodawcy, rodziny i innych jednostek wpływających na jakość życia. Nie będzie mógł on jednak w 100% wykorzystać swoich możliwości, jeżeli nie będzie mógł zregenerować się w czasie wolnym (Fąk, Kaik-Woźniak, Skrzypczak, 2011).

2. Biegi długodystansowe jako sport masowy

Bieganie jest formą aktywności ruchowej, mającą charakter rozrywkowy, a uprawiane jest w celu poprawy samopoczucia, zdrowia i jako rodzaj spędzania wolnego czasu.

Bieganie jest dyscypliną sportową, polegającą na pokonaniu określonego dystansu w jak najkrótszym czasie. Najpopularniejszym dystansem biegowym jest maraton – 42,195 km. Swoją nazwę zawdzięcza legendzie, według której grecki żołnierz Filippides, po zwycięskiej bitwie z Persami pod Maratonem, pobiegł do Aten, by oznajmić wygraną i ostrzec o zbliżającej się flocie wroga, po czym zmarł. P. de Coubertain, za namową francuskiego filologa M. Breala, włączył bieg maratoński do programu pierwszych nowożytnych igrzysk olimpijskich, rozgrywanych w Atenach w 1896 roku. Początkowo dystans biegu maratońskiego wynosił 40 km. Faktyczna odległość między Maratonem a Atenami wynosi 37 km, jednak dystans ten postanowiono „zaokrąglić”. Podczas Letnich Igrzysk Olimpijskich w Londynie w 1908 roku bieg wydłużono o 2,195 km, aby meta znajdowała się przy trybunie, na której siedziała królowa (Skarżyński, 2013). Dzięki rozegraniu tej dyscypliny na igrzyskach olimpijskich, pojawiła się chęć organizowania biegów masowych, m.in. na dystansie maratonu. Najstarszym maratonem na świecie jest maraton w Bostonie, którego pierwsza edycja odbyła się dnia 19 kwietnia 1897 roku. Pierwszy maraton w Europie odbył się w Koszycach (1924), a w Polsce w Dębnie (1967) (Skarżyńska, 2013).

Osoby startujące w zawodach coraz częściej chcą przynależeć do jakiejś organizacji. Oprócz zawodowych klubów lekkoatletycznych rośnie liczba grup biegowych, które zrzeszają biegaczy startujących w biegach amatorskich. Tego rodzaju grupy działają coraz prężniej i rośnie liczba ich członków. Coraz więcej imprez organizowanych jest przez stowarzyszenia czy organizacje.

Imprezy biegowe można również podzielić ze względu na cel organizowania zawodów. W tym przypadku wyróżnić można dwie główne kategorie. Pierwsza grupa skupia biegi organizowane w celu osiągnięcia korzyści finansowych. Są to głównie największe maratony na świecie, a także biegi charytatywne, których głównym celem jest zbiórka pieniędzy na określony cel. Do drugiej grupy należy zaliczyć biegi, których wkład finansowy ma na celu pokrycie jedynie kosztów organizacji imprezy. Są to zawody tworzone w celu popularyzacji regionu czy aktywności ruchowej bądź upamiętnienia ważnego wydarzenia.

W Stanach Zjednoczonych masowe biegi uliczne zyskały na popularności w latach 70. XX wieku za sprawą F. Shortera, który na Letnich Igrzyskach Olimpijskich w Monachium (1972) zdobył złoty medal w maratonie. Rosnącą popularyzację biegania potęgowało przekonanie o zdrowotnych skutkach uprawiania tej dyscypliny sportowej. Sądono nawet, że bieganie eliminuje ryzyko wystąpienia zawału serca, ale mit ten został obalony w 1984 roku, kiedy to J. Fixx, autor popularnej wówczas książki *The Complete Book of Running*, zmarł na zawał serca podczas jednego z treningów (Brant, Salazar, 2013).

Obecnie na świecie organizowanych jest wiele maratonów, w których startuje po kilkadziesiąt tysięcy uczestników. Rekord pod względem uczestników w maratonie został osiągnięty w dniu 3 listopada 2013 roku podczas maratonu nowojorskiego, gdzie liczba uczestników po raz pierwszy w historii przekroczyła 50 tys. (50 062 osoby na mecie). Na liście 10. największych maratonów połowa rozgrywana jest na terenie Stanów Zjednoczonych, trzy w Europie, a dwa pozostałe w Japonii.

Tabela 2

Uczestnicy największych maratonów na świecie w 2013 roku

Lp.	Maraton	Państwo	Liczba uczestników
1.	New York City Marathon ¹	USA	50 062
2.	Chicago Marathon ²	USA	39 122
3.	Paris Marathon ³	Francja	38 690
4.	Berlin Marathon ⁴	Niemcy	36 544
5.	Tokyo Marathon ⁵	Japonia	35 308
6.	London Marathon ⁶	Wielka Brytania	34 170
7.	Osaka Marathon ⁷	Japonia	27 674
8.	Washington Marathon ⁸	USA	23 513
9.	Honolulu Marathon ⁹	USA	22 054
10.	Orlando Marathon ¹⁰	USA	20 679

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących ze stron internetowych organizatorów oraz aimsworldrunning.org (dostęp: 29.05.2014).

W Polsce również wzrasta zainteresowanie bieganiem. Organizowanych jest coraz więcej imprez biegowych, wzrasta także liczba ich uczestników. Wykres 1 przedstawia liczbę imprez organizowanych w latach 2004-2013. Można zauważyć wyraźną tendencję wzrostową – w roku 2013 zostało zorganizowanych ponad 5-krotnie więcej imprez niż w 2004 roku.

¹ Strona internetowa organizatora: www.tcsnycmarathon.org (dostęp: 29.05.2014).

² Strona internetowa organizatora: www.chicagomarathon.com (dostęp: 29.05.2014).

³ Strona internetowa organizatora: www.schneiderelectricparismarathon.com (dostęp: 29.05.2014).

⁴ Strona internetowa organizatora: www.bmw-berlin-marathon.com (dostęp: 29.05.2014).

⁵ Strona internetowa organizatora: www.marathon.tokyo (dostęp: 29.05.2014).

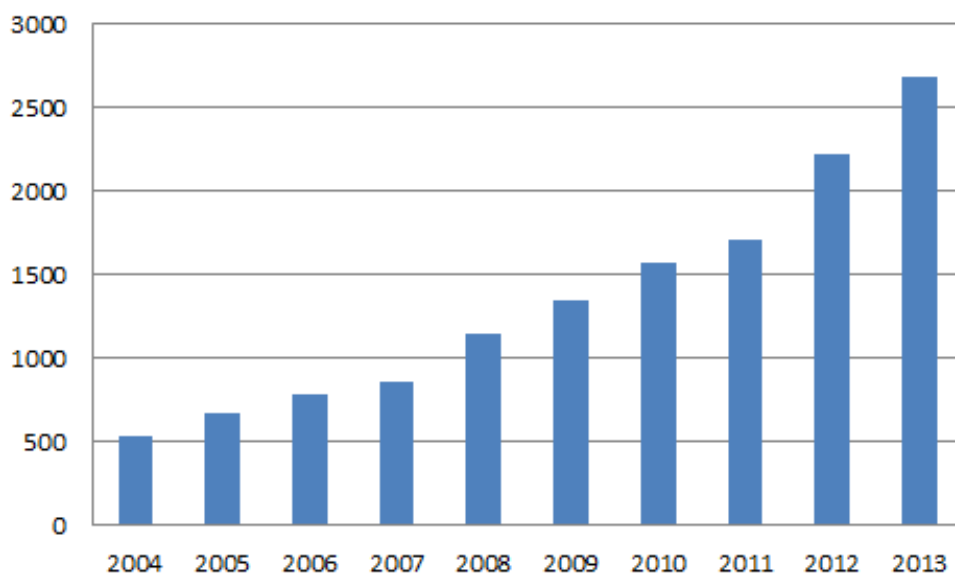
⁶ Strona internetowa organizatora: www.virginmoneylondonmarathon.com (dostęp: 29.05.2014).

⁷ Strona internetowa organizatora: www.osaka-marathon.com (dostęp: 29.05.2014).

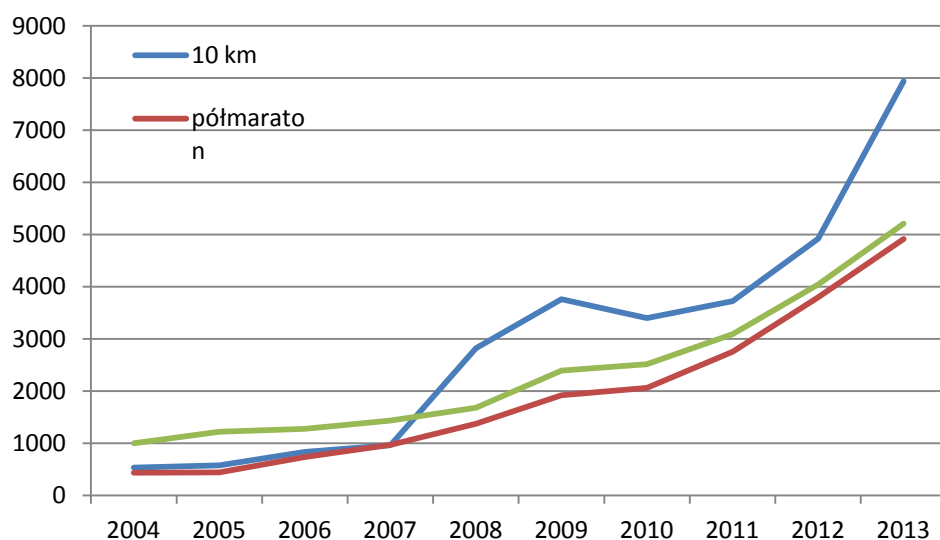
⁸ Strona internetowa organizatora: www.marinemarathon.com (dostęp: 29.05.2014).

⁹ Strona internetowa organizatora: www.honoluluamarathon.org (dostęp: 29.05.2014).

¹⁰ Strona internetowa organizatora: www.rundisney.com/disneyworld-marathon (dostęp: 29.05.2014).



Rysunek 1. Liczba zorganizowanych zawodów biegowych w Polsce w latach 2004-2013.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.maratonypolskie.pl (dostęp: 18.01.2014).



Rysunek 2. Liczba uczestników na najpopularniejszych dystansach w Polsce w latach 2004-2013.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.maratonypolskie.pl (dostęp: 18.01.2014).

Rysunek 2 prezentuje średnią liczbę uczestników na najpopularniejszych dystansach w maratonie, półmaratonie oraz biegu na 10 km. Pod uwagę wzięta została średnia pięciu największych biegów na danym dystansie w poszczególnych latach. Liczba uczestników w maratonie oraz półmaratonie jest porównywalna. Duża liczba uczestników biegu na 10 km wynika z faktu, że jest to stosunkowo krótki dystans i można go ukończyć bez większego przygotowania.

Tabela 3

Największe maratony w Polsce w 2013 roku

Lp.	Data	Miejsce	Zawody	Uczestnicy
1.	29.09	Warszawa	35. PZU Maraton Warszawski	8 506
2.	13.10	Poznań	14. Poznań Maraton	5 678
3.	28.04	Kraków	12. Cracovia Maraton	4 415
4.	21.04	Warszawa	Orlen Warsaw Marathon	3 951
5.	15.09	Wrocław	XXXI Wrocław Maraton	3 501
6.	07.04	Dębno	40. Maraton Dębno	1 342
7.	15.04	Łódź	Łódź Maraton Dbam o Zdrowie	1 016
8.	12.05	Katowice	Silesia Maraton	829
9.	08.06	Lublin	Maraton Lubelski	815
10.	15.08	Gdańsk	Energa XIX Maraton	739

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.maratonypolskie.pl (dostęp: 18.01.2014).

Największym maratonem w Polsce w 2013 roku był 35. PZU Maraton Warszawski, który ukończyło 8 506 osób. Obecnie w Polsce największe maratony, mimo rosnącej popularyzacji biegania, nie osiągają limitów uczestników. Świadczy to o niewykorzystanym potencjale organizacyjnym. Prognozuje się jednak, że w następnym latach liczba uczestników będzie stale wzrastać.

Na przestrzeni kilku ostatnich lat znacznie wzrosła liczba zarówno organizowanych imprez biegowych w Polsce, jak również uczestników poszczególnych zawodów. Biegacze mają jednak problem z udziałem w zawodach. Z powodu zbyt wielu organizowanych imprez, nie mogą uczestniczyć we wszystkich, w których chcieliby brać udział. Zdarza się bowiem, że dwie imprezy organizowane są w tym samym terminie. Kolejnym ograniczeniem co do decyzji udziału w zawodach jest wysokość opłaty startowej. Część imprez jest bezpłatna lub opłata jest symboliczna, ale wiele posiada wysoką kwotę wpisowego, które należy uiścić, by wystartować w biegu.

3. Zachowania biegaczy w Polsce

3.1. Metodologia badania

Celem określenia poziomu aktywności osób trenujących bieganie, kryteriów wyboru imprezy biegowej oraz wydatków ponoszonych przez zawodników na ten sport przeprowadzone zostały badania własne. Zostały one zrealizowane na grupie biegaczy startujących w Grand Prix Poznania z Biegiem Natury na dystansie 5 km, rozegranego dnia 4 stycznia 2014 roku. Prośbę o udział w badaniu skierowano do wszystkich uczestników biegu (811). Odpowiedzi udzieliło 130 respondentów (zwrot ankiet na poziomie 16%), z czego 46 kobiet oraz 84 mężczyzn (tj. odpowiednio 35,4% i 64,6%).

Narzędziem pomiaru była ankieta internetowa, która zawierała 13 pytań, dotyczących: częstotliwości oraz intensywności podejmowanej aktywności ruchowej jaką jest bieganie, kryteriów wyboru imprezy biegowej oraz wydatków związanych z bieganiem. Badanie zawierało również pytania o sposoby spędzania wolnego czasu i uprawianie innych rodzajów sportu.

W metryczce zapytano o płeć, wiek, miejsce zamieszkania, średni miesięczny dochód netto przypadający na jedną osobę w gospodarstwie domowym, wykształcenie, a także o przynależność klubową.

Najwięcej badanych biegaczy było w wieku 31-35 lat (29,2%), nieco mniej znajdowało się w grupie najmłodszych zawodników – do 25 lat (25,4%), następnie sportowcy mający 36 lat i więcej (23,1%) oraz osoby w wieku 26-30 lat. 3/4 biegaczy (72,3%) posiada wyższe wykształcenie, pozostali zaś (27,7%) średnie i niższe. Największą grupę tworzyli zawodnicy o dochodzie w przedziale 1 001-2 000 zł oraz powyżej 3 000 zł (28,5%), nieco mniej biegaczy zarabia 2 001-3 000 zł (26,9%), a najmniej do 1 000 zł (16,2%). 3/4 biegaczy mieszka w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców, pozostali zaś na wsi i w mniejszych miejscowościach (26,2%).

Osoby trenujące bieganie dość często czynią to w towarzystwie innych biegaczy. Stąd też 41% biegaczy zgłasza przynależność organizacyjną do grupy biegowej, stowarzyszenia lub innej organizacji.

Swoją przynależność do organizacji sygnalizują w szczególności biegacze z wyższym wykształceniem, w wieku do 25 lat, o dochodzie powyżej 3000 zł, mieszkający w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców. Do nienależących do organizacji w szczególności należą osoby o dochodzie w przedziale 1 001-2 000 zł oraz mieszkańcy wsi lub miast do 100 tys. mieszkańców. Rozpatrując wpływ cech biegaczy na przynależność organizacyjną, można zauważyć, że częściej członkostwo w organizacji zgłaszają mężczyźni.

3.2. Spędzanie czasu wolnego przez biegaczy

Biegacze mogą spędzać czas wolny na wiele sposobów. Można wyróżnić dwie główne formy wypoczynku: bierne i aktywne. Do pierwszej kategorii przyporządkowuje się słuchanie muzyki, czytanie książek czy oglądanie TV. Do aktywnych form spędzania wolnego czasu zakwalifikować można z kolei wszelkiego rodzaju aktywność ruchową, taką jak wycieczki, sporty drużynowe, siłownia, fitness, pływanie oraz kolarstwo. Bardzo ciekawą formą spędzania wolnego czasu jest również bieganie.

Ludzie zaczynają biegać z wielu powodów – najczęściej (połowa zawodników) dla przyjemności, niemal co druga osoba deklaruje, że z chęci poprawy samopoczucia, 40% z myślą o poprawie stanu zdrowia, a co czwarty zawodnik twierdzi, że to świetny sposób na spędzenie wolnego czasu. Osoby biegające dla poprawy samopoczucia to częściej kobiety w wieku 26-30 lat, z wykształceniem wyższym. Są to też najczęściej biegacze o dochodzie powyżej 1 000 zł oraz mieszkańcy największych miast. Biegacze trenujący dla poprawy stanu zdrowia to w szczególności mężczyźni w wieku 36 lat i więcej, z wykształceniem wyższym. Są to również częściej zawodnicy z dochodem powyżej 3 000 zł oraz mieszkańcy miast powyżej 100 tys. obywateli. Osoby biegające dla przyjemności i uważające, że bieganie to świetny sposób na spędzenie wolnego czasu, to w szczególności kobiety w wieku do 25 lat, z co najwyżej średnim wykształceniem. Są to również najczęściej biegacze o dochodzie do 1 000 zł oraz mieszkańcy wsi i mniejszych miejscowości.

Biegacze to ludzie aktywni życiowo. Można zauważyć, że niemal co druga osoba (44,6%) traktuje bieganie jako główny sposób spędzania wolnego czasu. Jednostki, które nie uznają biegania jako najważniejszy sposób spędzania wolnego czasu, również spędzają czas w sposób aktywny, uprawiając np. kolarstwo, pływanie, ale także czytanie książek, oglądanie TV.

3.3. Aktywność trenujących bieganie

Poziom zaangażowania osób trenujących tę dyscyplinę sportową można rozpatrywać, biorąc pod uwagę:

- staż biegowy;
- częstotliwość treningu;
- liczbę startów w zawodach;
- pokonywane dystanse.

Sport amatorski coraz bardziej się rozwija. Coraz więcej osób podejmuje aktywność biegową. Analizując staż biegowy, warto zauważyć, że osoby startujące w zawodach najczęściej biegają ok. 2 lata (38,5%), dla co trzeciego jest to pierwszy rok uprawiania tej dyscypliny sportowej, a co czwarty biega powyżej 3 lat.

Na staż biegowy istotny wpływ ma miejsce zamieszkania. W mniejszych miejscowościach jest wiele naturalnych terenów biegowych, natomiast w wielkich miastach dopiero od niedawna powstają ścieżki rowerowe i biegowe. Biegacze o stażu biegowym poniżej jednego roku to najczęściej mieszkańcy miast powyżej 100 tys. mieszkańców, a osoby biegające co najmniej 2 lata zamieszkują wieś lub miasto do 100 tys. mieszkańców.

Do biegaczy dopiero rozpoczynających tę aktywność fizyczną, tj. trenujących poniżej jednego roku, najczęściej należą kobiety w wieku poniżej 25 lat, z wykształceniem wyższym. Osoby te posiadają dochód do 1000 zł i nie należą do żadnej organizacji zrzeszającej biegaczy.

W największej grupie pod względem stażu biegowego, tzn. wśród osób biegających ok. 2 lata, w szczególności można wyróżnić mężczyzn w wieku 31-35 lat, z wykształceniem wyższym. Osoby w tym segmencie posiadają częściej niż przeciętnie średni dochód na poziomie 2 001-3 000 zł oraz należą do grupy biegowej.

Najdłuższy staż biegowy (trenujący 3 lata i więcej) najczęściej posiadają mężczyźni w wieku powyżej 36 lat, z wykształceniem co najwyżej średnim. Osoby takie zarabiają najczęściej powyżej 3 000 zł miesięcznie i nie należą do żadnej organizacji.

Bieganie wiąże się z wykonywaniem regularnych treningów – najwięcej badanych biega 2-3 razy w tygodniu (52,3%), 40% osób 4 i więcej razy w tygodniu, a 7% osób co najwyżej raz w tygodniu. Na częstotliwość biegania nie wpływają w sposób istotny statystycznie płeć i miejsce zamieszkania.

Liczba treningów w tygodniu – jako bardzo ważny element biegania – uzależniona jest w sposób istotny statystycznie od wykształcenia. Biegacze rzadziej trenujący (do 3 razy w tygodniu) posiadają najczęściej wyższe wykształcenie. Z kolei sportowcy trenujący co najmniej 4 razy w tygodniu mają co najwyżej średnie wykształcenie.

Jak wspomniano wcześniej, o poziomie aktywności biegaczy świadczy także liczba startów w zawodach. W 2013 roku najwięcej biegaczy startowało w 4-10 zawodach (42,3%), co trzecia osoba brała udział w co najwyżej trzech zawodach, a co czwarta w 11 i więcej.

Analizując wpływ płci na liczbę startów w zawodach w 2013 roku, można dojść do wniosku, że kobiety startowały rzadziej. Więcej kobiet startowało maksymalnie w trzech zawodach, natomiast mężczyźni częściej brali udział w zawodach 4 razy i częściej.

Biegacze różnią się pod względem miejsc startowania. Uwarunkowane jest to często ich możliwościami finansowymi i czasowymi. Część z nich ogranicza się jedynie do najbliższej okolicy, a część łączy wyjazdy z wycieczkami i wyjeżdża nawet zagranicę. Do startów jedynie w miejscowości zamieszkania ogranicza się co czwarty zawodnik. Największą grupę stanowią osoby biegające w promieniu 50 km od miejsca zamieszkania. Na start w promieniu

200-300 km od miejsca zamieszkania decyduje się jedynie 15% biegaczy, a na zawody w całej Polsce jeździ co 10. osoba, podobnie zresztą jak na biegi zagraniczne.

Miejsca, w których biegacze startują, uzależnione są w sposób istotny statystycznie od płci. W miejscowości zamieszkania startują częściej kobiety. W promieniu do 200-300 km od miejscowości, w której mieszkają, w zawodach biorą udział w szczególności mężczyźni. W całej Polsce startują najczęściej kobiety, natomiast zagranicę częściej niż przeciętnie na zawody wybierają się mężczyźni.

Podsumowanie

Aktywne spędzanie czasu wolnego poprzez uprawianie biegania staje się coraz bardziej popularne. Polacy coraz bardziej interesują się biegami maratońskimi. Nawiązując do pytania zawartego w tytule artykułu, wydaje się, że bieganie, nie tylko w maratonach, przez wielu jest postrzegane jako chwilowa moda, która jednak – biorąc pod uwagę zaprezentowane dane – z całą pewnością powinna utrzymać się w przyszłości, stając się w perspektywie 2020 roku trwałym trendem.

Streszczenie

Od kilku lat Polacy starają się korzystać z czasu wolnego w sposób bardziej aktywny, zaczynają uprawiać różne sporty, a w tym bieganie. Biegi amatorskie w Polsce stają się coraz popularniejsze. Wzrasta liczba organizowanych imprez biegowych, podobnie zresztą jak liczba ich uczestników. W Polsce w 2020 roku będzie można powiedzieć, że bieganie w maratonach to trwały trend.

Summary

Poles have been trying to spend free time more actively for several years. They start doing sports, including runs. Amateur runs in Poland are becoming more and more popular. More and more running events are being organised and the number of participants increases. It may be said in 2020 that participation in marathons is a steady trend in Poland.

Bibliografia

- Berbeka, J., Makówka, M., Niemczyk, A. (2008). *Podstawy ekonomiki i organizacji czasu wolnego*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Brant, J., Salazar, A. (2013). *14 minut. Historia legendarnego biegacza i trenera*. Tłum. J. Żuławnik. Łódź: Wydawnictwo Galaktyka.
- Bywalec, Cz. (2004). Nowa gospodarka a nowa konsumpcja. W: B. Gregor (red.), *Marketing – handel – konsument w globalnym społeczeństwie informacyjnym* (s. 113-120). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Cieloch, G., Kuczyński, J., Rogoziński, K. (1992). *Czas wolny – czasem konsumpcji?* Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Fąk, T., Kaik-Woźniak, A., Skrzypczak, T. (2011). Ocena realizacji przyjętej strategii w zakresie rekreacji i sportu we Wrocławiu. W: E. Mucha-Szajek, W. Siwiński, R.D. Tauber (red.), *Teoria i praktyka usług turystycznych, rekreacyjnych i hotelarsko-żywnieniowych w świetle badań* (s. 35-42). Poznań: Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii.
- Lechicka-Kostuch, M. (2008). *Determinanty rozwoju polskich regionów*. Sopot: Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego.
- Skarżyński, J. (2013). *Maraton*. Szczecin: MEGA SPORT Jerzy Skarżyński.
- Tauber, R.D., Wojtasik, L. (2011). *Turystyka i rekreacja we współczesnym świecie*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.

Toczek-Werner, S. (red.). (2008). *Podstawy rekreacji i turystyki*. Wrocław: Wydawnictwo AWF we Wrocławiu.

www.aimsworldrunning.org.

www.bmw-berlin-marathon.com.

www.chicagomarathon.com.

www.honolulumarathon.org.

www.marathon.tokyo.

www.maratonypolskie.pl.

www.marinemarathon.com.

www.osaka-marathon.com.

www.rundisney.com/disneyworld-marathon.

www.schneiderelectricparismarathon.com.

www.tcsnycmarathon.org.

www.virginmoneylondonmarathon.com.

CZĘŚĆ IV.
POLSKA 2020 – JAKIM BĘDZIEMY SPOŁECZEŃSTWEM?

PROGNOZA ZMIAN DEMOGRAFICZNYCH LICZBY LUDNOŚCI W WOJEWÓDZTWACH POLSKI WSCHODNIEJ W LATACH 2013-2020

Wstęp

Poziom zjawisk i dynamikę zmian procesów demograficznych charakteryzuje się za pomocą różnych mierników. Celem artykułu jest zaprezentowanie wyników analizy i prognozy liczby ludności według wieku oraz płci w województwach Polski Wschodniej.

Pomimo pojawiających się sporów co do zasięgu geograficznego Polski Wschodniej, jako obszar delimitacji Autorzy przyjęli pięć województw: podkarpackie, podlaskie, warmińsko-mazurskie, świętokrzyskie oraz lubelskie. Unia Europejska podjęła decyzję o wydzieleniu takiego obszaru i objęciu go specjalną opieką w postaci programu „Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013” z uwagi na to, że charakteryzuje się on niskim poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego oraz niską konkurencyjnością. W celu graficznego zobrazowania struktury wykorzystano piramidę wieku i profil ludności. Przeprowadzona analiza ma znaczenie praktyczne i jest istotna z uwagi na zauważony przez Unię Europejską proces starzenia się społeczeństwa.

Jako okres badawczy przyjęto lata 2013 i 2020. Dane zostały pobrane ze strony internetowej www.stat.gov.pl/gus. Obliczenia wykonano z wykorzystaniem formuł arkusza kalkulacyjnego Excel.

1. Charakterystyka wybranych pojęć demograficznych

W literaturze termin „demografia” nie jest jednoznacznie określany. Najczęściej pod tym pojęciem rozumie się dyscyplinę z dziedziny nauk społecznych, która zajmuje się powstawaniem, życiem i przemijaniem społeczeństwa. Podstawowym przedmiotem demografii jest populacja, tj. ludność zamieszkująca określone terytorium. Związany jest z tym termin „rozwój demograficzny”, przez który w literaturze rozumie się zmiany w liczbie i strukturze ludności. Jest to nierozdzielnie połączone z pojęciem „badania demograficzne”, które polegają na statystyczno-analitycznym opisie stanu i struktury ludności oraz ocenie zmian wynikających z dotychczasowego i przewidywanego ruchu wędrownego (Zdrojewski, 2004).

Zmienne takie jak płeć, wiek i stan cywilny uznawane są za podstawowe cechy demograficzne, a analiza populacji według nich oraz jej zmienności w czasie i przestrzeni stanowi podstawę wszelkich badań demograficznych, przede wszystkim dotyczących procesu reprodukcji ludności. Zdaniem części autorów, szczególne znaczenie mają struktury ludności według wieku i płci, gdyż warunkują one natężenie urodzeń, zgonów oraz częstotliwość zawierania małżeństw (Zdrojewski, 2004). W opinii niektórych autorów determinuje w poważnym stopniu kształtowanie się przyszłych trendów w zakresie płodności i umieralności. Struktura ludności według wieku i płci daje podstawę do określenia wielu społeczno-ekonomicznych konsekwencji (Holzer, 1999).

Jako cel opracowania postawiono sobie zbadanie zmian demograficznych w liczbie ludności i jej strukturze, według wieku oraz płci w województwach Polski Wschodniej w przyszłości. Analiza tego zjawiska jest istotna ze względu na dostrzeżony przez Unię

Europejską problem starzenia się społeczeństwa i znaczny odpływ ludności z makroregionu Polska Wschodnia. W literaturze przyjmuje się najczęściej definicję, według której przez prognozowanie rozumie się naukową metodę przewidywania, w jaki sposób w przyszłości będą kształtowały się procesy lub zdarzenia. Jest to racjonalne przewidywanie przyszłych zdarzeń, czyli wnioskowanie o zdarzeniach nieznanych na podstawie tych już znanych. Wynikiem prognozowania jest prognoza. W demografii pojęcie to określa się jako prognoza demograficzna, czyli przewidywanie kształtowania się w przyszłości zjawisk i procesów demograficznych, ich kierunków oraz tempa rozwoju, jak również przemian strukturalnych.

Istnieją różne metody prognozowania. Zdaniem niektórych autorów, zadaniem prognoz demograficznych jest przewidywanie najbardziej prawdopodobnego przebiegu zdarzeń oraz projekcje demograficzne, które określają możliwy przebieg procesów według z góry założonych scenariuszy (Holzer, 1999). Jedna z nich została wykorzystana w opracowaniu i w oparciu o nią sporządzona została piramida wieku. Graficzny obraz otrzymanych wyników został zaprezentowany w postaci piramidy wieku (diagram lub drzewo wieku). Stanowi ona obraz struktury wieku przedstawicieli obu płci. Według niektórych autorów, wykorzystywana jest wtedy, gdy zachodzi potrzeba równoczesnej analizy struktury ludności według płci i wieku. Pole całej figury (2 diagramy słupkowe razem) przyjmuje się za 100%. Zaletą tego jest fakt, że na takiej piramidzie można dodatkowo zaznaczyć (szyfrem lub kolorem) inne cechy odnoszące się do analizowanych jednostek statystycznych (Zdrojewski, 1995).

J.Z. Holzer (1999) zwraca uwagę na umiejętność właściwego odczytywania piramidy wieku, co polega na:

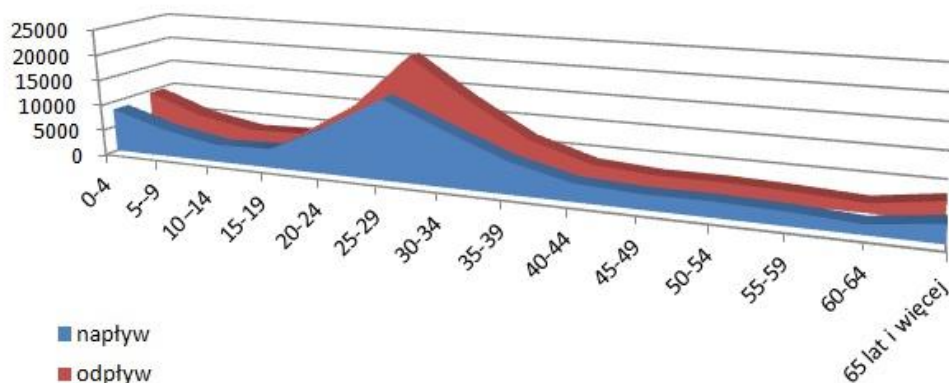
- zachowaniu odpowiednich proporcji między liczbami ludności określonych grup wieku i płci oraz na uzasadnieniu określonych nieregularności wykresu;
- zmian dynamicznych, polegających na przesuwaniu się ku górze kolejno wszystkich prostokątów piramidy, w miarę upływu czasu.

Według analizowanych w taki sposób cech, ludność charakteryzują określone tendencje (stałe lub zmienne), tzn. że można mieć do czynienia tylko z przyrostem przez jakiś czas albo tylko z ubytkiem, a także sytuację zmienną w krótkich odstępach czasu. W każdym przypadku piramida będzie miała inny kształt. Właściwość tę wykorzystał G. Sunbarg, wyodrębniając trzy zasadnicze typy (modele) struktur wieku ludności: progresywny, stacjonarny i regresywny (za: Zdrojewski, 1995).

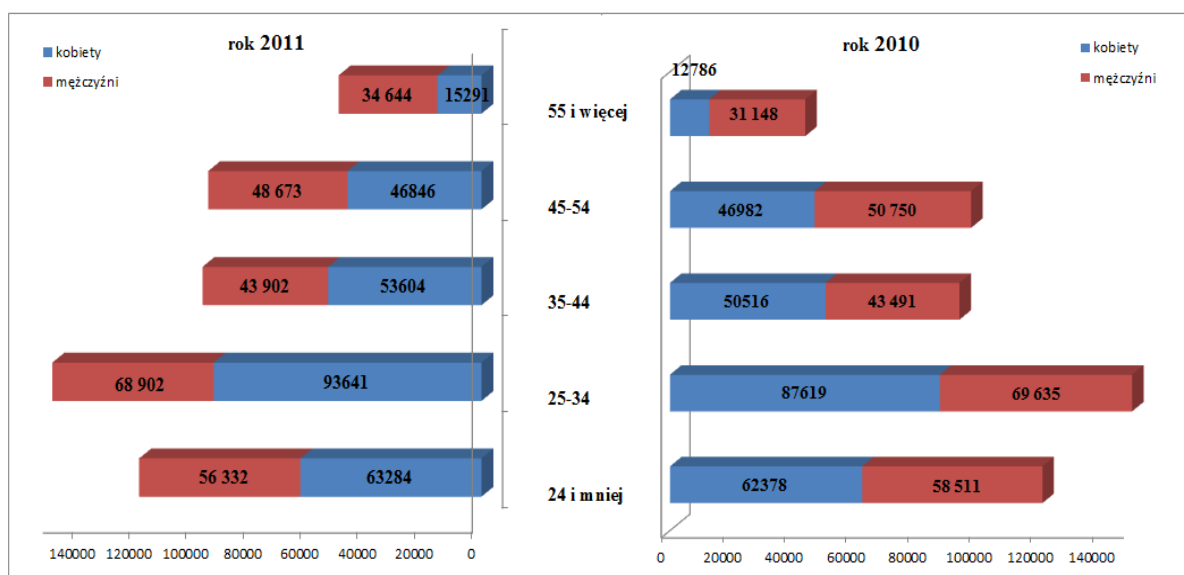
2. Struktura ludności według wieku i płci – analiza statystyczna

Inspiracją do obliczeń stały się wyniki badań, z których wynika, że Polska Wschodnia to makroregion charakteryzujący się intensywnym odpływem ludzi młodych. Analizując strukturę migrujących (na pobyt stały) według wieku, zauważamy, że najliczniejszą grupę wśród nich stanowią osoby w wieku 25-29 lat, a dodatkowo jest to najliczniejsza kategoria wśród bezrobotnych. Zjawisko depopulacji Polski Wschodniej jest niepokojące chociażby z uwagi na dostrzeżony przez Unię Europejską współczesny (aktualny) problem starzenia się społeczeństwa¹.

¹ Na problem starzenia się społeczeństwa zwrócono uwagę już w 2006 roku. Zob. *The impact of ageing on public expenditure: projections for the EU25 Member States on pensions, health care, long term care, education and unemployment transfers (2004-2050)*, Report prepared by the Economic Policy Committee and European Commission (DG ECFIN), Special Report Number 1/2006.



Rysunek 1. Migracje wewnętrzne ludności na pobyt stały w Polsce Wschodniej według wieku (rok 2010).
 Źródło: *Konkurencyjność Polski Wschodniej – stan obecny i perspektywy zmian* (s. 22), A. Surówka, 2014, Wrocław: Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu.



Rysunek 2. Struktura osób bezrobotnych według wieku (lata 2010 i 2011).
 Źródło: *Konkurencyjność Polski Wschodniej – stan obecny i perspektywy zmian* (s. 24), A. Surówka, 2014, Wrocław: Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu.

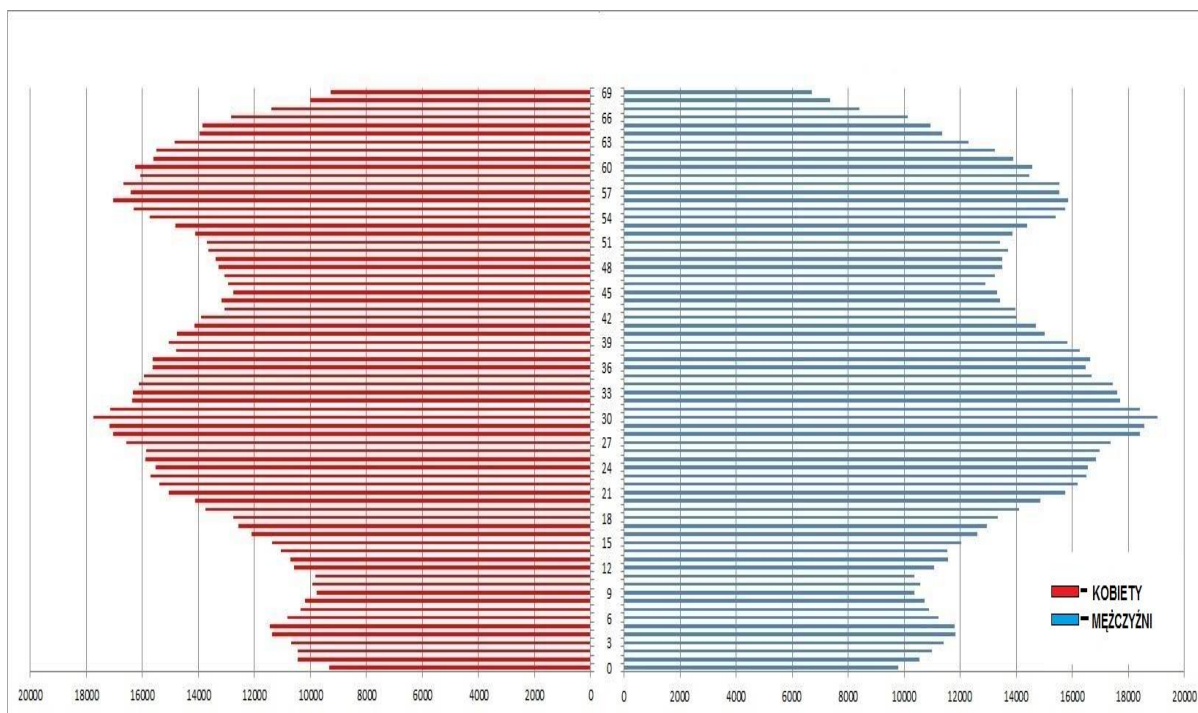
Zdaniem niektórych autorów, struktura ludności według wieku oraz płci stanowi podstawę wszelkich analiz demograficznych. Jest tłem, na którym zachodzą podstawowe procesy demograficzne. Dane o strukturze ludności według wieku i płci w powiązaniu z informacjami o ruchu naturalnym i wędrownym umożliwiają przeprowadzenie szacunków bieżących oraz perspektywicznych. Określona struktura wieku ludności determinuje z kolei odpowiedni poziom ruchu naturalnego, a nawet migracyjnego. Z kształtu piramid wieku ludności współcześnie żyjącej można odczytać przyszłe zmiany w strukturze wieku ludności (Holzer, 1999). W badaniu aspekty te zostały uwzględnione.

Na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego dokonano prognozy liczby ludności w kolejnych województwach Polski Wschodniej według indywidualnych roczników². Poniższe rysunki prezentują strukturę ludności w województwach analizowanego makroregionu w 2013 roku oraz prognozę dla roku 2020 dla indywidualnych roczników. Choć struktura ludności w województwach Polski Wschodniej w badanym okresie nie ulega znaczącym zmianom, to w wyniku analizy poniższych rysunków możemy zauważyć m.in. różnice w zakresie liczby ludności w poszczególnych rocznikach w 2020 roku względem roku 2013. Wszystkie rysunki charakteryzują pewne wspólne prawidłowości. We wszystkich województwach Polski Wschodniej obserwowane jest zmniejszenie się liczby ludności w każdym wieku. Pomimo faktu zauważonego przez Unię Europejską, związanego z procesem starzenia się społeczeństwa, w wyniku dokonanej prognozy możemy stwierdzić, że najliczniejszą grupę nadal stanowią będą ludzie młodzi. Wśród kobiet będą to osoby między 30. a 40. rokiem życia, a drugą pod względem liczebności grupą w tej kategorii będą ludzie starsi, w wieku 63-66 lat.

Struktura wieku mężczyzn charakteryzuje się nieco odmienną specyfiką od kobiet. W wyniku analizy wykresów zauważa się, że drugą pod względem liczebności grupę w dokonanej prognozie na 2020 rok stanowią będą dzieci między 6. a 15. rokiem życia – jest tak dla prawie wszystkich analizowanych obiektów. Wyjątek stanowią województwa świętokrzyskie oraz podlaskie, dla których struktura wiekowa osób starszych i młodych roczników pod względem liczebności kształtowała się na zbliżonym poziomie. Najliczniejszą grupą wśród mężczyzn, podobnie jak u kobiet, są osoby młode, między 35. a 39. rokiem życia.

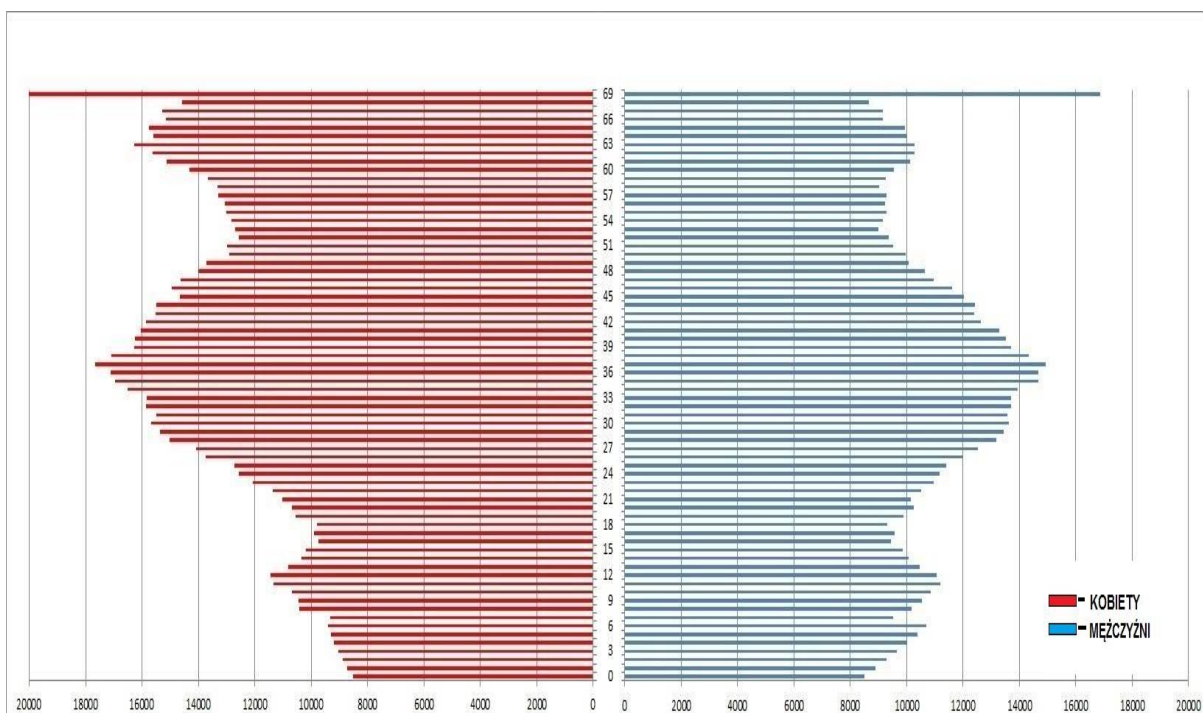
Reasumując, można stwierdzić, że pomimo odpływu ludzi młodych z makroregionu Polska Wschodnia ich ubytek nie będzie jeszcze znaczący w 2020 roku. W przeprowadzonej analizie postawiono następujące pytanie: Do którego z trzech typów modeli struktur wieku ludności opisanych wcześniej można zakwalifikować sporządzone piramidy? W naszej opinii za słuszne uznajemy to, co zauważali niektórzy autorzy, że rzeczywiste struktury wieku rzadko są idealnie zgodne z jednym z przedstawionych wcześniej typów modeli. Bazując na analizie danych oraz sporządzonych prognoz, możemy postawić przypuszczenie, że będzie to raczej typ regresywny, czyli cechujący się malejącą z roku na rok liczbą urodzeń. Mimo wszystkich wyciągniętych wcześniej wniosków niezaprzeczalny jest fakt, że ludność w makroregionie Polska Wschodnia podlega zjawisku starzenia się społeczeństwa. Wyrwy dla najstarszych roczników obrazują zmniejszoną liczbę urodzeń w okresie II wojny światowej. Na rysunkach od 3 do 12 widoczne są również silnie liczebne roczniki wyżu urodzeń z lat 50. oraz przełomu lat 70. i 80. Ten ostatni wyż jest określany jako echo wyżu z lat 50., ponieważ liczne roczniki kobiet z tego wyżu osiągnęły wiek rozrodczy na przełomie lat 70. i 80.

² Procedura wyznaczenia prognozy zaczerpnięta została z materiałów dydaktycznych opracowanych przez pracownika Katedry Metod Ilościowych na Wydziale Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej – dr. M. Sobolewskiego.



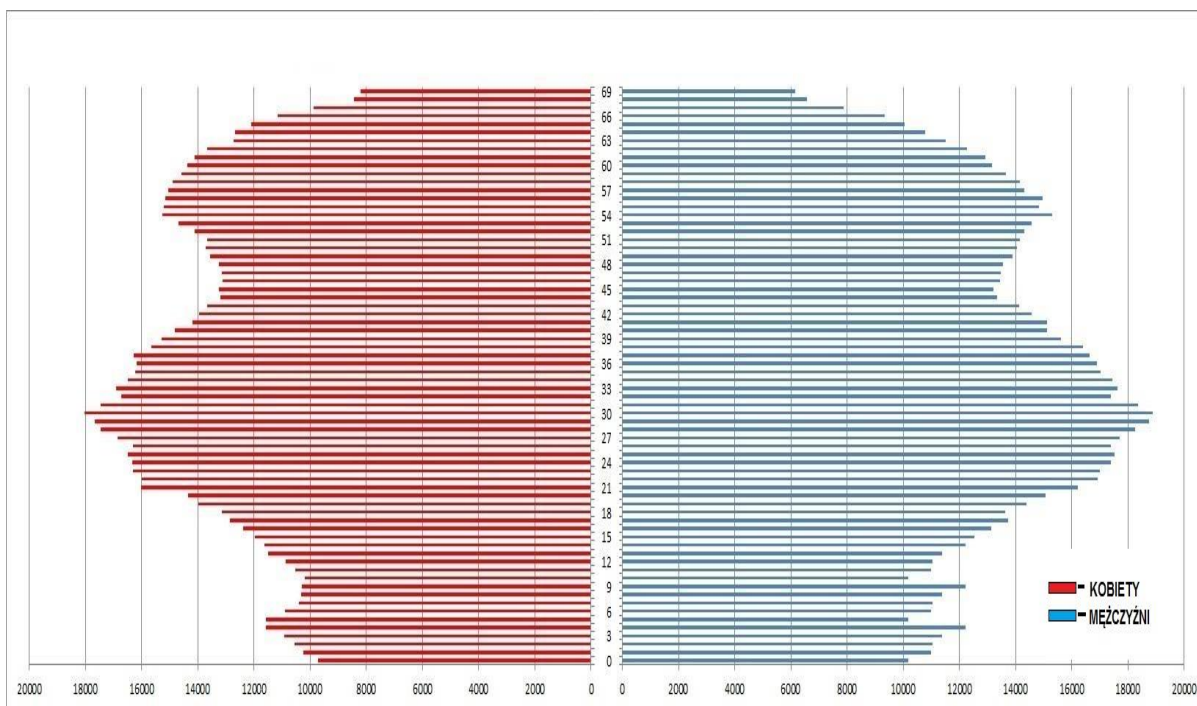
Rysunek 3. Liczba ludności na 2013 rok dla województwa lubelskiego.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.

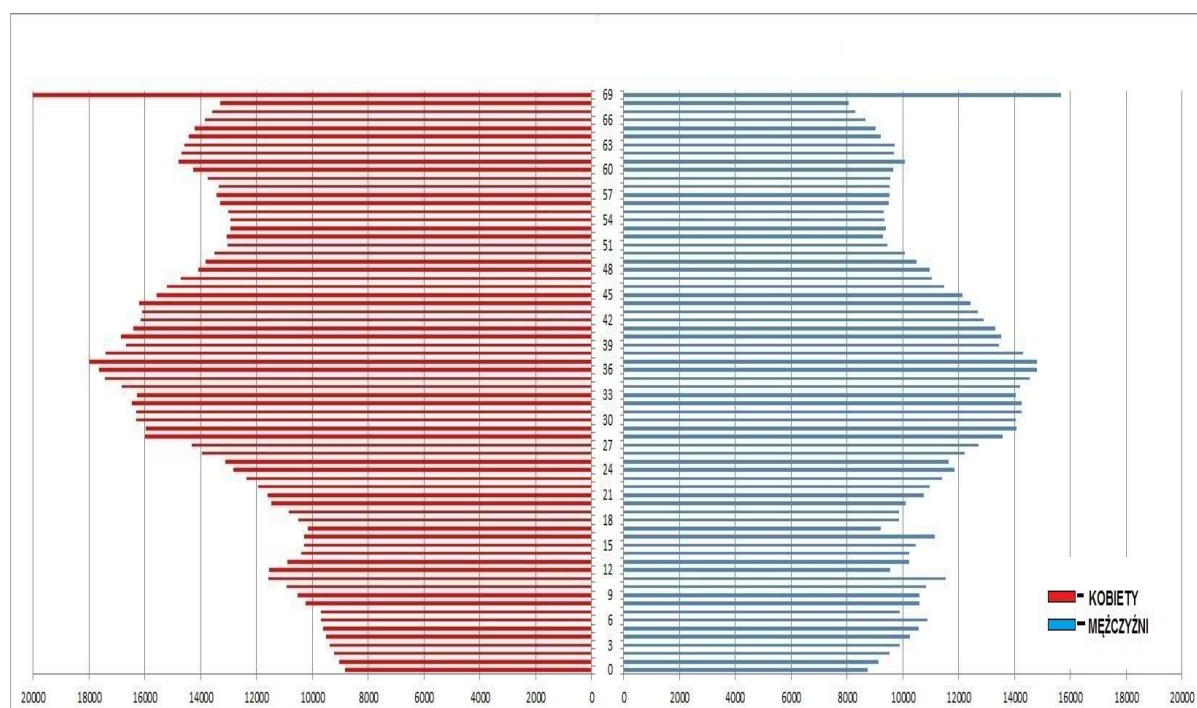


Rysunek 4. Prognoza liczby ludności na 2020 rok dla województwa lubelskiego.

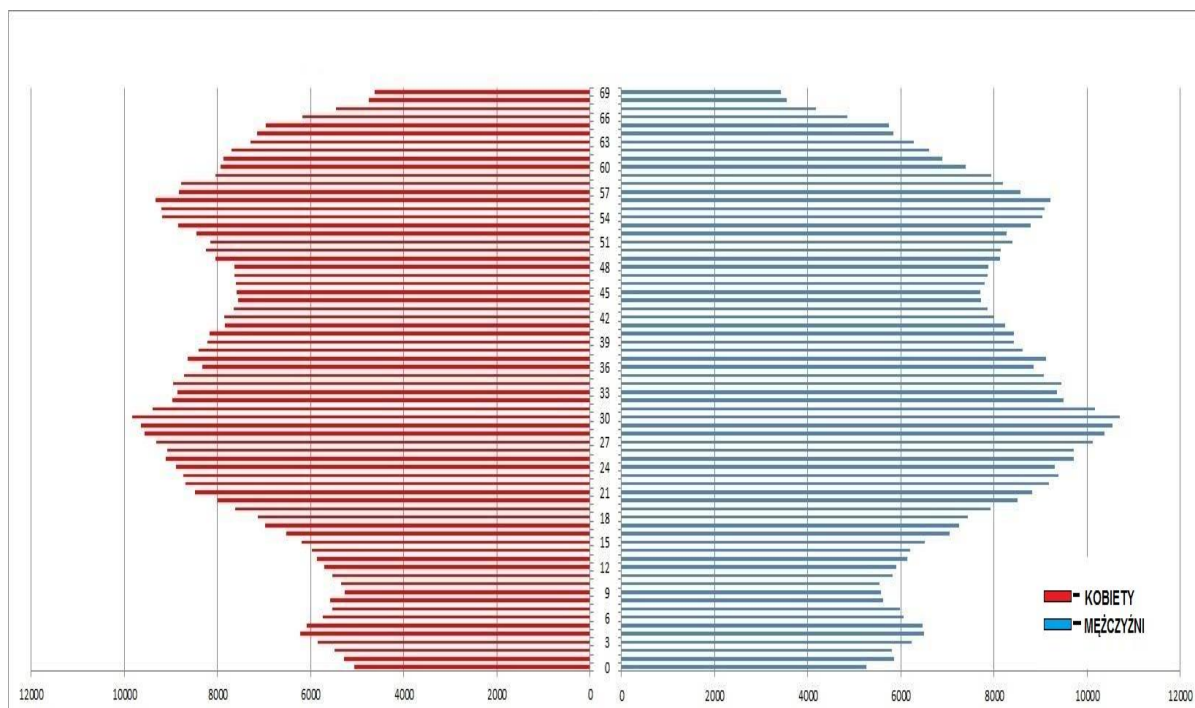
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.



Rysunek 5. Liczba ludności na 2013 rok dla województwa podkarpackiego.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.

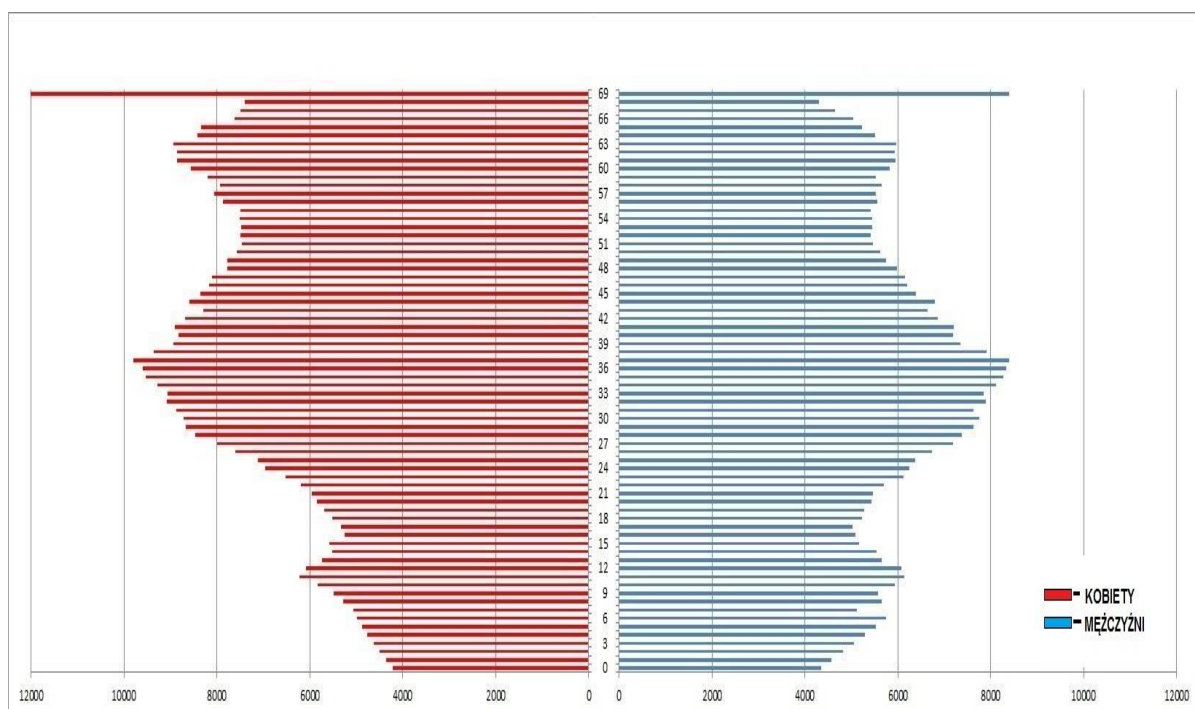


Rysunek 6. Prognoza liczby ludności na 2020 rok dla województwa podkarpackiego.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.



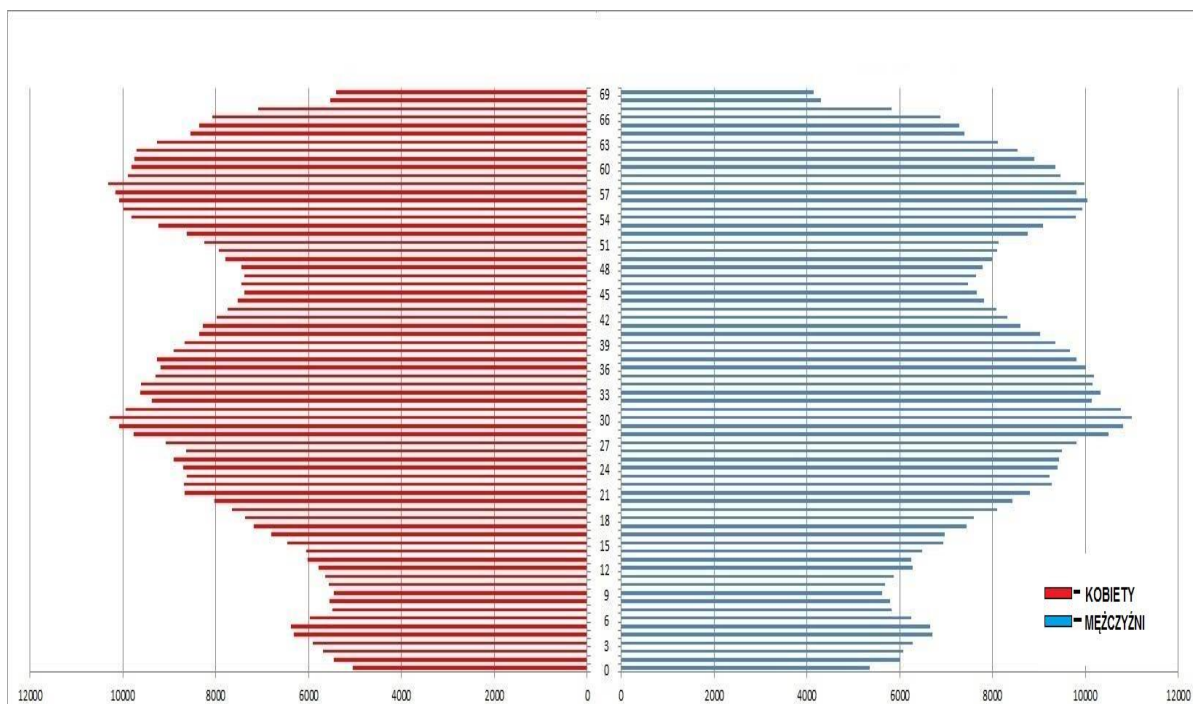
Rysunek 7. Liczba ludności na 2013 rok dla województwa podlaskiego.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.

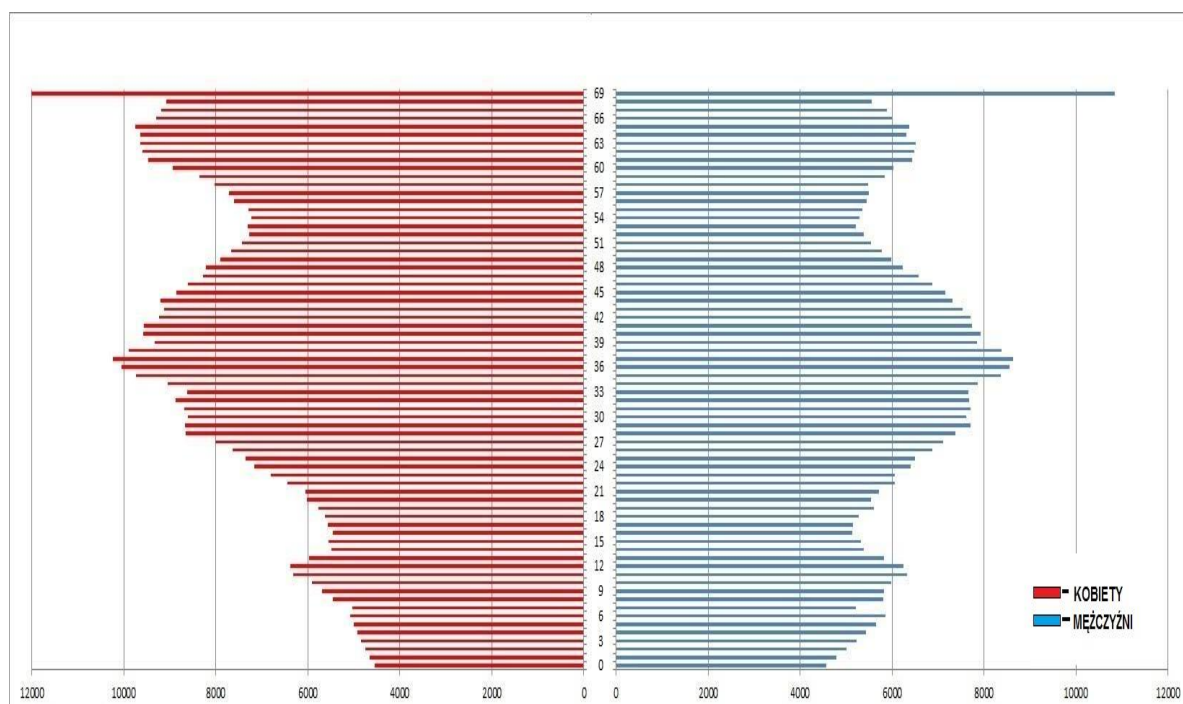


Rysunek 8. Prognoza liczby ludności na 2020 rok dla województwa podlaskiego.

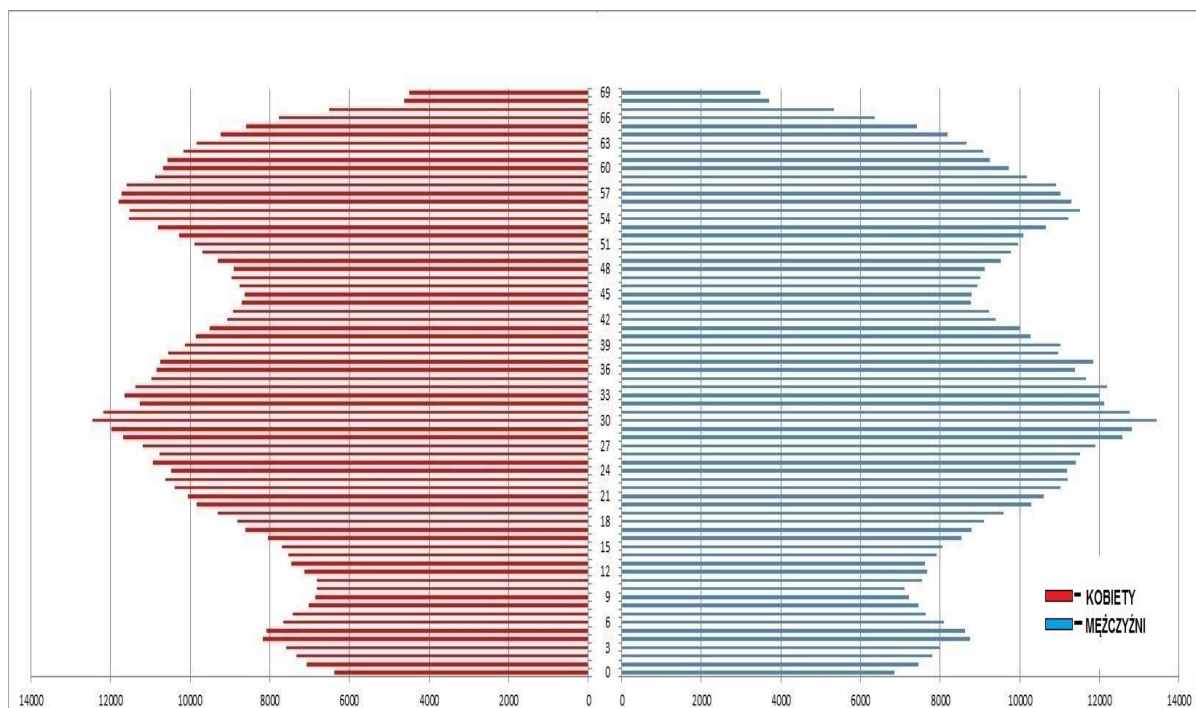
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.



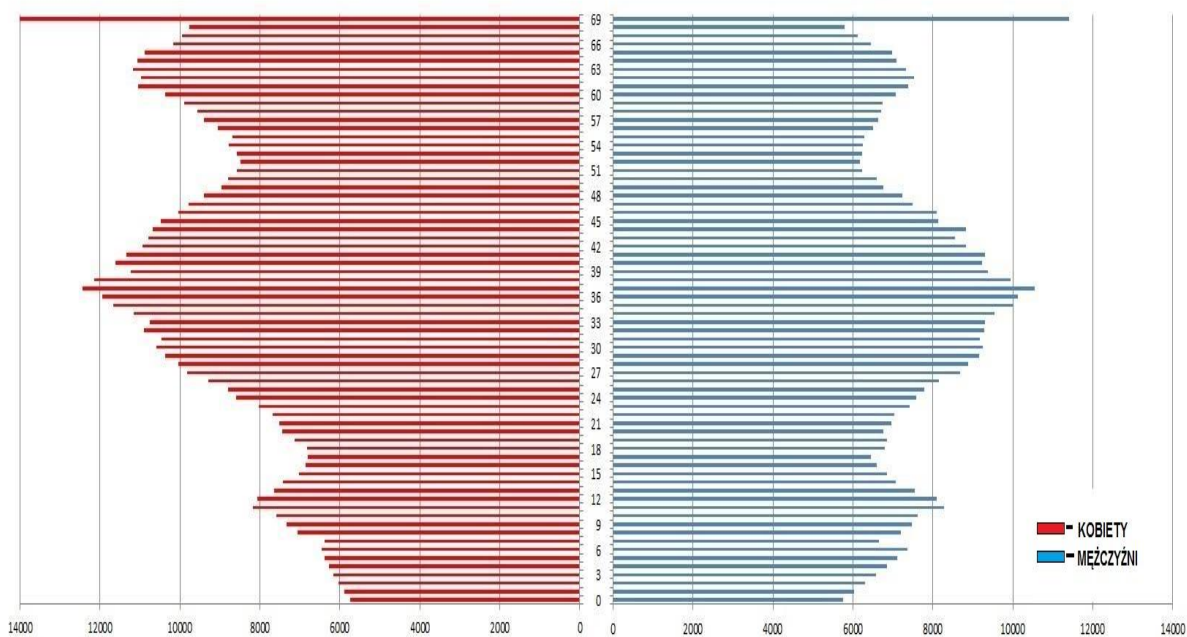
Rysunek 9. Liczba ludności na 2013 rok dla województwa świętokrzyskiego.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.



Rysunek 10. Prognoza liczby ludności na 2020 rok dla województwa świętokrzyskiego.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.



Rysunek 11. Liczba ludności na 2013 rok dla województwa warmińsko-mazurskiego.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.



Rysunek 12. Prognoza liczby ludności na 2020 rok dla województwa warmińsko-mazurskiego.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego.

Podsumowanie

Dokonana prognoza ma charakter poznawczy i informacyjny. Stanowić może źródło informacji, przydatne w polityce ludnościowej. Pomimo potwierdzającego się faktu starzenia się społeczeństwa, zauważone zostały pewne tendencje, które pomocne mogą być dla osób zajmujących się polityką regionalną. Mamy jednak świadomość, że przeprowadzone przez nas badania stanowić mogą jedynie przyczynek do prowadzenia tego typu badań w przyszłości.

Streszczenie

Praca przedstawia prezentację wyników analiz oraz prognoz zmian demograficznych liczby ludności według wieku i płci w województwach Polski Wschodniej. W oparciu o dane pobrane ze strony Głównego Urzędu Statystycznego wykonane zostały wykresy przedstawiające strukturę wieku i płci w 2013 roku. Na tej podstawie dokonano prognoz na rok 2020. Porównując zmiany demograficzne, wysnuto następujące wnioski:

- z roku na rok zmniejszać będzie się liczba ludności w każdym wieku;
- najbardziej prawdopodobny dla makroregionu Polska Wschodnia jest model regresywny;
- ludność w Polsce Wschodniej podlega zjawisku starzenia się społeczeństwa.

Summary

The paper presents results of analyses and forecasts for demographic changes in population according to the age and sex in provinces of eastern Poland. Graphs, representing the age and sex structure in 2013, were produced. Data was downloaded from the website of Central Statistical Office. On this basis, forecasts for 2020 were made. Comparing demographical changes, the following conclusions were come to:

- population of each age will be decreasing year by year,
- a regressive model is the most probable model for Eastern Poland macro-region,
- population in Eastern Poland macro-region is subject to the ageing.

Bibliografia

- Frąckiewicz, L. (red.). (1998). *Przeobrażenia demograficzne kraju i ich konsekwencja dla polityki społecznej*. Katowice: Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
- Frenkel, I., Rosner, A. (red.). (1995). *Atlas demograficzny i społeczno-zawodowy obszarów wiejskich w Polsce*. Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk, Polskie Towarzystwo Demograficzne.
- Holzer, J.Z. (1999). *Demografia*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kurkiewicz, J. (1992). *Podstawowe metody analizy demograficznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Okólski, M. (2004). *Demografia – podstawowe pojęcia, procesy i teorie w encyklopedycznym zarysie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Surówka, A. (2014). *Konkurencyjność Polski Wschodniej – stan obecny i perspektywy zmian*. Wrocław: Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu.
- The impact of ageing on public expenditure: projections for the EU25 Member States on pensions, health care, long term care, education and unemployment transfers (2004-2050)*, Report prepared by the Economic Policy Committee and European Commission (DG ECFIN), Special Report Number 1/2006.
- Zdrojewski, E.Z. (1995). *Podstawy demografii*. Koszalin: Wydawnictwo Uczelniane WSI.
- Zdrojewski, E.Z. (2004). *Demografia dla ekonomistów*. Koszalin: Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej.

Ewelina KASALIK, Kinga KLAG

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu

PROJEKT „MODERNIZACJA KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO W MAŁOPOLSCE” – SZANSĄ WZMOCNIENIA KOMPETENCJI ZAWODOWYCH SPOŁECZEŃSTWA WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

Wstęp

W obecnych czasach wykształcenie młodego społeczeństwa odgrywa bardzo ważną rolę zarówno w przyszłym życiu zawodowym, jak również w rozwoju kraju pod względem społecznym i gospodarczym, który jest jednym z głównych czynników ożywienia regionu. Ważnym aspektem w tej kwestii jest podjęcie takich działań, aby podnieść poziom kształcenia zawodowego wśród młodzieży. Szkoły jednak wciąż nie są dostosowane do potrzeb rynku pracy, m.in. ze względu na brak odpowiedniego sprzętu dydaktycznego do nauki zawodu.

Współcześnie jednym z celów Unii Europejskiej jest wsparcie krajów członkowskich. Środki potrzebne na jego realizację pochodzą z budżetu Unii – tzw. Funduszy Unijnych. Cieszą się one dużym zainteresowaniem, gdyż przyczyniają się do wzrostu gospodarczego krajów, w których są realizowane. Z tych środków pieniężnych finansuje się Programy Operacyjne, w skład których wchodzi projekty (Miłek, Paluch, 2008).

Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie, jak duży wpływ mają środki pochodzące z Unii Europejskiej na poprawę funkcjonowania różnych dziedzin życia, a w tym przypadku sektora edukacji na przykładzie projektu „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce”.

1. Informacje o projekcie

W celu polepszenia jakości kształcenia zawodowego województwo małopolskie podjęło inicjatywę skorzystania z dostępnych funduszy z Unii Europejskiej i przystąpiło do realizacji projektu „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce”. Jest on jedną z pierwszych w Polsce inicjatyw o zasięgu regionalnym, zakładającą równocześnie wsparcie uczniów uczęszczających do szkół zawodowych i kadry pedagogicznej w długofalowej perspektywie. Dzięki niemu możliwy jest rozwój dziedziny edukacji skierowanej na kształcenie zawodowe na terenie województwa małopolskiego (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, 2014).

Według *Powszechnej Encyklopedii Aa-Żż*, „modernizacja” definiowana jest jako ponoszenie nakładów finansowych, mających na celu podnoszenie wartości środków użytkowych (np. sprzętów stanowiących wyposażenie), a także stosowanie nowych procesów technologicznych oraz sposobu organizacji pracy (Bieńko i in., 2011).

Środki pieniężne pochodzące z UE w celu realizacji tego projektu przyznano w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Jest on jednym z dwóch funduszy strukturalnych, którego celem jest przeciwdziałanie bezrobociu i działania przyczyniające się do wzrostu poziomu życia mieszkańców.

Projekt systemowy wdrożony został w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki w perspektywie finansowej na lata 2007-2013. Jego realizacja przebiegała w ramach dziewiątej (z 10) osi priorytetowej – Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach, działanie

9.2 Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 2014).

Za główne cele tego przedsięwzięcia uznano przede wszystkim:

- zwiększenie ilości zatrudnienia;
- podniesienie poziomu edukacji poprzez wzrost atrakcyjności ofert w szkołach zawodowych;
- wyposażenie szkół w nowoczesny sprzęt dydaktyczno-techniczny;
- zmniejszenie obszarów wykluczenia społecznego;
- dopasowanie oferty kształcenia w zawodach do obecnych potrzeb na rynku pracy.

Na rynku pracy brakuje ludzi z wykształceniem zawodowym czy technicznym. Większość młodych osób z wykształceniem ogólnokształcącym nie ma możliwości zdobycia doświadczenia oraz doksztalcenia się m.in. poprzez szkolenia czy kursy. Wiadomo jednak, że większa część młodzieży dąży do tego, aby zdobyć wyższe wykształcenie. Na terenie kraju, również w województwie małopolskim, zaczyna brakować specjalistów wysoko wykwalifikowanych, choć jest dość duży udział osób z wykształceniem zawodowym w ogólnej liczbie ludzi bezrobotnych. Innymi słowy, zdolności czy kompetencje zdobywane w szkołach zawodowych niezupełnie odpowiadają wymogom, jakie są stawiane na rynku pracy. Z tej przyczyny istotne jest, by w jak największym stopniu skorzystać ze szkoleń oraz kursów, gdzie dofinansowanie pochodzi ze środków unijnych. Z tego też względu projekt „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce” pozwala osiągnąć dodatkowe kwalifikacje oraz umiejętności w karierze zawodowej. Jego realizacja objęła następujące branże (www.bip.krakow.pl, dostęp: 5.05.2015):

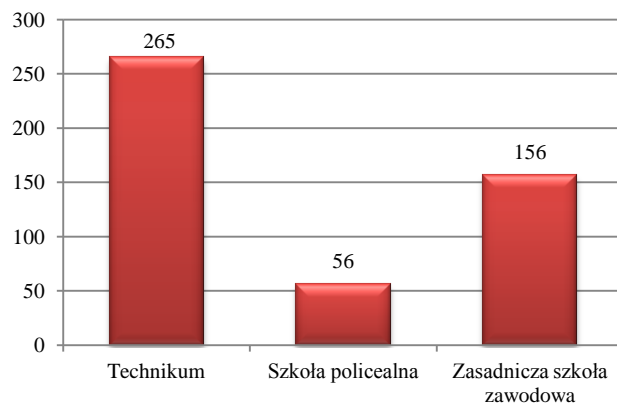
- mechaniczno-mechatroniczną;
- budowlaną;
- informatyczno-elektroniczną;
- turystyczno-gastronomiczną;
- rolno-przetwórczą;
- społeczno-medyczną;
- usługową.

W ramach ww. kierunków kształcenia uczniowie mogli uczestniczyć w zajęciach specjalistycznych, dostosowanych do ich podstawy programowej. Beneficjenci mieli możliwość praktycznej nauki na nowoczesnym sprzęcie, w które szkoły zostały wyposażone w związku z przystąpieniem do projektu.

Na dzień 30 września 2014 roku budżet projektu w województwie małopolskim wyniósł 126,8 mln zł (www.malopolskie.pl, dostęp: 30.04.2015).

W projekcie wzięło udział 477 szkół z Małopolski, a w tym:

- technika;
- szkoły policealne;
- zasadnicze szkoły zawodowe.



Rysunek 1. Liczba szkół biorących udział w Projekcie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.zawodowamalopolska.pl (dostęp: 27.04.2015).

Największą ilość szkół stanowią technika, których jest łącznie 265, a najmniejszą szkoły policealne – 56. Należy przy tym zaznaczyć, że w projekcie tym nie mogły brać udziału szkoły, których oferta skierowana jest dla osób dorosłych.

Realizacją projektu objęto wszystkie powiaty województwa małopolskiego.

2. Wdrażanie projektu „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce” na przykładzie Nowego Sącza

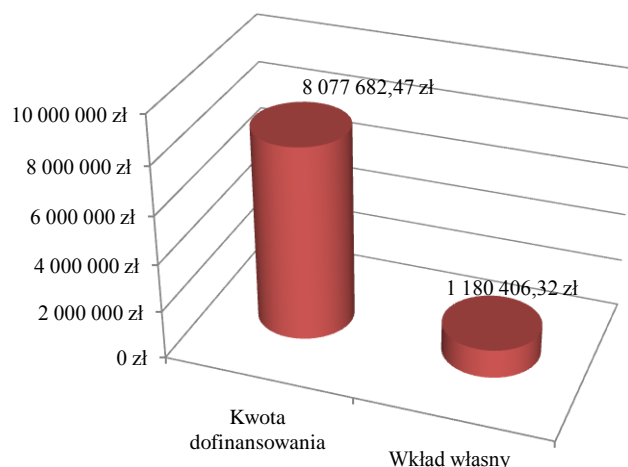
W analizowanym mieście partnerem projektu jest Miasto Nowy Sącz, a organizatorem – Nowosądecki Inkubator Przedsiębiorczości.

Projekt realizowany był od lipca 2010 roku i początkowo miał potrwać do końca 2014 roku, choć przedłużono go do października 2015 roku, gdyż zapewniono dodatkowe wsparcie finansowe na ten okres.

Na terenie Nowego Sącza wsparciem objęto dziewięć zespołów szkół, tj.:

1. Zespół Szkół nr 1 im. Komisji Edukacji Narodowej;
2. Zespół Szkół nr 2 im. Sybiraków;
3. Zespół Szkół nr 3 im. Bolesława Barbackiego;
4. Zespół Szkół nr 4;
5. Zespół Szkół nr 5;
6. Zespół Szkół Budowlanych im. Zenona Adama Remi;
7. Zespół Szkół Ekonomicznych im. Oskara Langego;
8. Zespół Szkół Elektryczno-Mechanicznych im. gen. Józefa Kustronia;
9. Zespół Szkół Samochodowych im. inż. Tadeusza Tańskiego.

Uczniowie ww. nowosądeckich szkół mieli możliwość zaangażowania się w różnego rodzaju szkolenia, kursy branżowe oraz kompetencje kluczowe, dzięki którym mogli rozszerzyć swoje zainteresowania i kwalifikacje. W zależności od typu kształcenia w danej szkole, oferowano tematyczne kursy, dostosowane do nauczanego zawodu. Uczniowie mogli w nich poszerzyć swoją wiedzę zdobytą na zajęciach szkolnych, a dodatkowo otrzymać certyfikat ukończenia danego kursu. Zajęcia miały także formę wyrównawczą, gdzie do grup rekrutowani byli uczniowie chcący nadrobić zaległości z zajęć lekcyjnych.



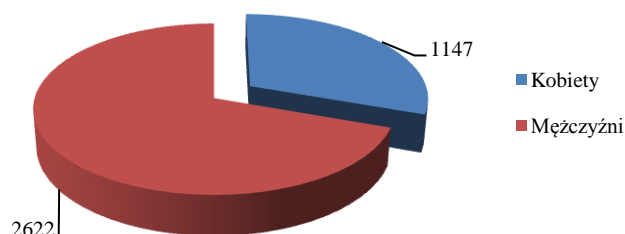
Rysunek 2. Całkowita wartość projektu na terenie Miasta Nowy Sącz na dzień 30 października 2014 roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.zawodowamalopolska.pl (dostęp: 27.04.2015).

Rysunek 2 prezentuje całkowitą wartość projektu, realizowaną w szkołach Nowego Sącza. Jego łączna suma (dane na dzień 30 września 2014 roku) wynosiła 9 258 088,79 zł, gdzie:

- kwota dofinansowania to 8 077 682,47 zł (87,25%);
- wkład własny to 1 180 406,32 zł (12,75%).

Rysunek 3 przedstawia liczbę beneficjentów ostatecznych w Nowym Sączu, którzy wzięli udział w projekcie. Ich łączna liczba na koniec 2014 roku wyniosła 3 769. Zauważa się tutaj znaczną przewagę liczebną mężczyzn.



Rysunek 3. Liczba beneficjentów w Nowym Sączu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.zawodowamalopolska.pl (dostęp: 27.04.2015).

Uczniowie ww. szkół mieli możliwość uczestniczenia w różnego rodzaju kursach, szkoleniach oraz tzw. kompetencjach kluczowych, które miały na celu rozwój umiejętności oraz wzrost kompetencji w jednej z siedmiu branż (w zależności od kierunku kształcenia zawodowego). Tabela 1 pokazuje, jakie kursy odbyły się w ramach projektu „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce” w dziewięciu szkołach na terenie Nowego Sącza. W każdej szkole uczniowie mieli możliwość skorzystania z darmowego kursu prawa jazdy kat. B. W ofercie tej znalazły się poza tym m.in. kursy spawalnicze, blacharza, lakiernictwa, wykorzystania ICT w nauczaniu/uczeniu się przedmiotów zawodowych, obsługi programów księgowych, projektowania w programach komputerowych, kadry i płace, barmana, zdobnictwa

cukierniczego, a także zajęć z doradztwa zawodowego. Wszystkie szczegółowe informacje dotyczące przeprowadzonych kursów i szkoleń zostały przedstawione w tabeli 1.

Tabela 1

Kursy w ramach projektu „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce” realizowane w szkołach na terenie Nowego Sącza

Zespół Szkół nr 1 im. Komisji Edukacji Narodowej	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Aranżacja stołu	2
Barman	13
Barista	7
Carving	10
Zdobnictwo cukiernicze	7
Obsługa kas fiskalnych	13
Prawo jazdy kat. B	10
Zespół Szkół nr 2 im. Sybiraków	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Książka przychodów i rozchodów	2
Procedury prawno-formalne	1
Gospodarowanie zasobami majątkowymi	1
Obsługa kasy fiskalnej	6
Prawo jazdy kat. B	4
Zespół Szkół nr 3 im. Bolesława Barbackiego	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Krok do kariery zawodowej	3
Nowoczesne technologie w produkcji odzieży – skaner sylwetki ludzkiej 3D	2
Projektowanie i wykonanie odzieży dziecięcej – wyprawka dziecięca	1
Decoupage	5
Dekoracja wnętrz	6
Elementy galanterii i odzieży skórzanej	5
Zastosowanie technik komputerowych w hafcie	6
Komputerowe projektowanie odzieży	5
Prawo jazdy kat. B	4,5
Malowanie na tkaninie	1
Zespół Szkół nr 4	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Uprawnienia serwisanta urządzeń komputerowych	6
Grafika komputerowa	6
AutoCad	8
Szkolenie IPC 7711BB7721B Naprawa i modyfikacja układów elektronicznych oraz płyt drukowanych elementy SMD	4
Uprawnienia SEP	8
Marketing w branży IT	2
Kurs fryzjerstwa	3
Prawo jazdy kat. B	12

Zespół Szkół nr 5	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Montaż stolarki okiennej i drzwiowej	3
Obróbka i montaż płyt wiórowych i materiałów drewnopochodnych	4
Fliziarz	4
Kelner	7
Zdobnictwo cukiernicze	4
Docieplenia elewacji zewnętrznych	4
Zastosowanie technik komputerowych w hafcie	6
Prasowacz	5
Prawo jazdy kat. B	1
Domowe wypieki pieczywa	1
Zespół Szkół Budowlanych im. Zenona Adama Remi	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Montaż rusztowań budowlanych	1
AutoCad	10
Kosztorysowanie	11
Zgrzewanie tworzyw	5
Spawanie metodą MAG-135	11
Operator koparko-ładowarki klasy III	15
Zespół Szkół Ekonomicznych im. Oskara Langego	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Specjalista w pozyskiwaniu środków z UE	1
Kadry i płace	6
Podatkowa książka przychodów i rozchodów	2
Obsługa programu księgowego Symfonia, CDN – Optima	8
Tworzenie stron internetowych w programie graficznym GIMP	1
Obsługa kasy fiskalnej	14
Prawo jazdy kat. B	9
Zespół Szkół Elektryczno-Mechanicznych im. gen. Józefa Kustronia	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Programowanie aplikacji internetowych i urządzeń mobilnych	2
Administracja usługami sieciowymi w oparciu o systemy Linux	2
Usługi hostingowe i aplikacje internetowe	2
Komputerowe wspomaganie tworzenia dokumentacji technicznej	4
Uprawnienia SEP	15
Komputerowe projektowanie nowoczesnych instalacji elektrycznych	6
Administracja systemami Windows	8
Administracja sieciami teleinformatycznymi typu WAN	8
Administracja sieciami komputerowymi typu LAN	6
Programowanie mikrokontrolerów	8
Prawo jazdy kat. B	8
Szkolenie IPC 7711BB7721B Naprawa i modyfikacja układów elektronicznych oraz płyt drukowanych elementy SMD	3

Zespół Szkół Samochodowych im. inż. Tadeusza Tańskiego	
Kursy/szkolenia	2011-2014 (liczba grup)
Obsługa stacji paliw – LPG	2
Spedytor	2
Operator koparko-ładowarki klasy III	5
Operator wózków jezdniowych	2
Spawanie metodą MAG – 135	5
Blacharstwo samochodowe	2
Lakiernictwo	3
AutoCad	4
Uprawienia HDS	4
Prawo jazdy kat. B	8,5
Diagnostyka samochodowa	1
Prawo jazdy kat. C	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych udostępnionych przez Nowosądecki Inkubator Przedsiębiorczości w Nowym Sączu.

Z części funduszy pozyskanych z Unii Europejskiej, przeznaczonych na realizację projektu, zakupiono programy komputerowe, niezbędne do przeprowadzania kursów, a także wyposażono pracownie komputerowe, językowe oraz elektroniki (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, 2014) w ramach *cross-financingu* (10% dofinansowania na projekt przeznaczono m. in. na zakup sprzętu dydaktycznego finansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego; nie obejmuje to budowy nowych obiektów czy remontów) (Wojdyłak-Sputowska, Sputowski, 2009).

Dzięki funduszom unijnym, nowosądeckie szkoły, biorące udział w projekcie, zostały wyposażone m.in. w (www.nowosacz.pl/komunikaty-biura-prasowego/6175, dostęp: 26.05.2015):

1. **Zespół Szkół nr 1:**
 - 5 komputerów przenośnych.
2. **Zespół Szkół nr 2:**
 - 10 komputerów przenośnych.
3. **Zespół Szkół nr 3:**
 - 1 komputer przenośny;
 - 10 zestawów komputerów stacjonarnych;
 - 10 biurek;
 - 10 foteli biurowych.
4. **Zespół Szkół nr 4:**
 - 15 zestawów komputerów stacjonarnych;
 - 1 zestaw, w skład którego wchodzi:
 - tablica multimedialna,
 - laptop, projektor multimedialny,
 - 5 projektorów multimedialnych,
 - 1 drukarka sieciowa,
 - 15 biurek,
 - 15 foteli biurowych.

5. Zespół Szkół nr 5:

- 16 komputerów stacjonarnych;
- 1 zestaw, w skład którego wchodzi:
 - tablica multimedialna,
 - laptop,
 - projektor multimedialny,
 - 16 biurek,
 - 16 foteli biurowych.

6. Zespół Szkół Budowlanych:

- 5 komputerów przenośnych;
- 1 zestaw, w skład którego wchodzi:
 - tablica multimedialna,
 - laptop,
 - projektor multimedialny.

7. Zespół Szkół Ekonomicznych:

- 15 zestawów komputerów stacjonarnych;
- 2 zestawy, w skład których wchodzi:
 - tablica multimedialna,
 - laptop,
 - projektor multimedialny,
 - drukarka sieciowa,
 - 1 kserokopiarka,
 - 1 skaner kolorowy,
 - 15 biurek,
 - 15 foteli biurowych.

8. Zespół Szkół Elektryczno-Mechanicznych:

- 1 komputer stacjonarny;
- 1 projektor multimedialny,
- 1 biurko;
- 1 fotel biurowy.

9. Zespół Szkół Samochodowych:

- 11 zestawów komputerów stacjonarnych;
- 5 komputerów przenośnych;
- 11 biurek;
- 11 foteli biurowych.

Należy także zaznaczyć, że dla biura projektu zostały zakupione dwa laptopy, dwie drukarki oraz meble, tj.: fotele biurowe, biurka, materiały biurowe oraz szafy przeznaczone na przechowywanie dokumentów projektowych.

Liczba wydanych certyfikatów oraz zaświadczeń na terenie Nowego Sącza w latach 2011-2014 wyniosła łącznie 16 998. Są one dla uczestników potwierdzeniem zdobytej wiedzy oraz umiejętności.

Podsumowanie

Przedsięwzięcia, które zostały zainicjowane w ramach projektu, ukształtowały warunki przyczyniające się do budowania wizerunku społeczeństwa województwa małopolskiego. Dzięki nim mieszkańcy Małopolski potrafią dynamiczniej przystosować się do każdorazowej zmiany otoczenia. Fundusze europejskie umożliwiły mieszkańcom rozwój, ukierunkowany na kształcenie zawodowe.

Po 5 latach od rozpoczęcia projektu można dostrzec wiele efektów i osiągnięć związanych z uczestnictwem w nim, do których zaliczyć należy m.in.:

- podniesienie kompetencji zawodowych uczniów;
- poprawę wizerunku kształcenia zawodowego;
- wyposażenie szkół biorących udział w projekcie w nowoczesny sprzęt do zajęć dydaktycznych;
- wzrost zainteresowania uczniów kształceniem zawodowym;
- podniesienie zdawalności egzaminów zawodowych;
- rozwój kompetencji kluczowych, oczekiwanych przez przyszłych pracodawców na rynku pracy.

Gdyby nie fundusze unijne, pozyskiwane dzięki przynależności naszego kraju do Unii Europejskiej, rozwój sektora edukacji – promowania szkolnictwa zawodowego, nie byłby w tak dużym stopniu możliwy. Dzięki nim szkoły obejmujące swoim zasięgiem województwo małopolskie pozyskały nowoczesny sprzęt do zajęć dydaktycznych, a ich uczniowie mieli możliwość skorzystania z wielu kursów, które dostosowane były do ich kierunku kształcenia w zawodzie. Wiedza zdobyta na tych szkoleniach/kursach, która została potwierdzona zaświadczeniem lub certyfikatem ich ukończenia, może zwiększyć szansę na zdobycie pracy. Stworzyły one możliwości rozwojowe i perspektywę późniejszej przydatności kursów/szkoleń w życiu zawodowym. Dodatkowym atutem była możliwość nauki i rozwoju na nowym sprzęcie, zakupionym dla szkół w ramach *cross-financingu*. Prowadzący zajęcia byli doskonale przygotowani do zajęć, dzięki czemu mogli w sposób interesujący przekazać wiedzę z danej dziedziny.

Realizacja projektu niewątpliwie przyczyniła się do wzrostu kompetencji zawodowych uczniów sądeckich szkół. Świadczą o tym badania *ex post*, prowadzone po każdej formie szkolenia. Z danych przedstawionych w niniejszym artykule wynika, że projekt cieszył się dużym zainteresowaniem, o czym świadczy zarówno liczba uczniów, którzy uczestniczyli w kursach i szkoleniach, jak też wiele różnych propozycji kursowych, ukierunkowanych w zależności od rodzaju szkoły. Wiedza, jaką młodzież mogła zdobyć dzięki możliwości uczestniczenia w projekcie, na pewno będzie przydatna w dalszym etapie kształcenia – studiach, a także w przyszłej pracy zawodowej.

Wnioski, jakie można wysunąć po realizacji projektu „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce” dotyczą w szczególności trzech wymiarów:

- 1) materialnego:
 - wyposażenie szkół w nowy sprzęt techno-dydaktyczny;
- 2) społecznego:
 - podniesienie poziomu zdawalności egzaminów zawodowych,
 - wzrost poziomu wykształcenia dostosowanego do potrzeb rynku pracy;
- 3) przyszłościowego:
 - wzrost liczby osób podejmujących kształcenie zawodowe po szkole gimnazjalnej,
 - możliwość kontynuacji projektu w nowej perspektywie finansowej do roku 2020,

- korzystanie z nowoczesnego sprzętu, pozyskanego w ramach uczestnictwa w projekcie,
- zwiększenie się liczby szkół chcących przystąpić do projektu.

Streszczenie

W artykule dokonano charakterystyki projektu „Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce”, którego realizacja była możliwa dzięki dofinansowaniu z funduszy unijnych. Dzięki niemu udało się podnieść kompetencje osób uczęszczających do szkół ponadgimnazjalnych województwa małopolskiego, a także zainteresować je kształceniem zawodowym. Realizacja takich projektów jest niewątpliwie potrzebna, szczególnie w kontekście rozwoju kapitału ludzkiego.

Summary

The article describes „Modernising Vocational Education in Małopolska” project, which could be implemented thanks to co-financing from the European Union funds. Skills of young people, who attend higher schools in Małopolska region, could be enhanced thanks to the project. It was also managed to interest the youth with vocational education. There is no denying the fact that the implementation of such projects is needed, especially in reference to the human capital development.

Bibliografia

- Bieńko, D., Jezierski A., Kokurewicz, D., Kuczer, M., Łydzba-Kopczyńska, B., Malina, A., Nych, R., Pawlak, R., Radzyńska, K., Smolski, R., Świądrych, P. (2011). *Powszechna Encyklopedia Aa-Ż*. Poznań: Wydawnictwo IBIS.
- Milek, D., Paluch, M. (2008). Instrumenty realizacji wspólnotowej polityki spójności, polityki rolnej i polityki rybackiej na lata 2007-2013. W: Z. Bajko, B. Joźwik, M. Szewczak (red.), *Fundusze Unii Europejskiej na lata 2007-2013* (s. 37). Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. (2014). *Szczegółowy opis priorytetów Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013*.
- Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego. (2014). *Modernizacja kształcenia zawodowego w Małopolsce – projekt systemowy Województwa Małopolskiego*.
- Wojdylak-Sputowska, Z., Sputowski, A.J. (2009). *Audyt projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej*. Gdańsk: Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr Sp. z o.o.
- www.bip.krakow.pl.
- www.malopolskie.pl.
- www.nowysacz.pl/komunikaty-biura-prasowego/6175.
- www.zawodowamalopolska.pl.

PERSPEKTYWA WYKORZYSTANIA BIOMASY W POLSCE

Wstęp

Zarówno na świecie, jak też w polskich warunkach biomasa zaczyna odgrywać szczególną rolę. Od kilku lat stanowi główne paliwo do pozyskiwania energii ze źródeł odnawialnych. W ostatnim czasie możemy zaobserwować dynamiczny wzrost produkcji energii elektrycznej w elektrowniach i elektrociepłowniach wykorzystujących technologię współspalania, do czego przyczyniają się głównie nałożone na elektrownie limity CO₂. Pomimo takiego stanu rzeczy rynek biomasy w Polsce wciąż jest niedoceniany. Z tego też względu warto się zastanowić nad problemami oraz możliwościami jego rozwoju (Główny Urząd Statystyczny, 2011).

1. Pojęcie „biomasa”

Jednym z najczęściej wykorzystywanym do celów grzewczych źródłem energii odnawialnej jest biomasa. Są to substancje pochodzenia roślinnego lub zwierzęcego, ulegające biodegradacji. Ogólnie rzecz biorąc, biomasa to resztki z produkcji rolnej, leśnej oraz odpady przemysłowe i komunalne. Warto jednak zauważyć, że nie tylko odpady stanowią źródło biomasy. Rozwija się produkcja tzw. roślin energetycznych, które również zaliczane są do biomasy. Kaloryczność biomasy wynosi od ok. 14 do 19 MJ/kg.

Według rozporządzenia Ministra Gospodarki z sierpnia 2008 r., mianem biomasy określa się stałe lub ciekłe substancje pochodzenia roślinnego bądź zwierzęcego, które ulegają biodegradacji, pochodzące z produktów, odpadów i pozostałości z produkcji rolnej oraz leśnej, przemysłu przetwarzającego ich produkty, części pozostałych odpadów, które ulegają biodegradacji, a także ziarna zbóż niespełniającego wymagań jakościowych dla zbóż w zakupie interwencyjnym (Dz.U. z 2008 r., Nr 156, poz. 969 z późn. zm.).

Ocenia się, że 91% „zielonej energii” pochodzi z biomasy drzewnej. Spalanie biomasy stanowi 11% światowego Zużycia Energii Pierwotnej (ZEP). Biopaliwa mają do 2020 roku zaspokajać 10% potrzeb sektora transportowego (Chrapka, 2009).

Biomasa jest trzecim co do wielkości na świecie naturalnym źródłem energii. Warto ją wykorzystywać z wielu powodów, z których jednym z najważniejszych jest to, że jej spalanie nie wpływa negatywnie na środowisko naturalne. Ilość CO₂ emitowana do atmosfery podczas spalania biomasy równoważona jest ilością CO₂ pochłanianego przez rośliny, które odtwarzają biomasę w procesie fotosyntezy. Ogrzewanie biomasą również staje się opłacalne (Kubica, 2003).

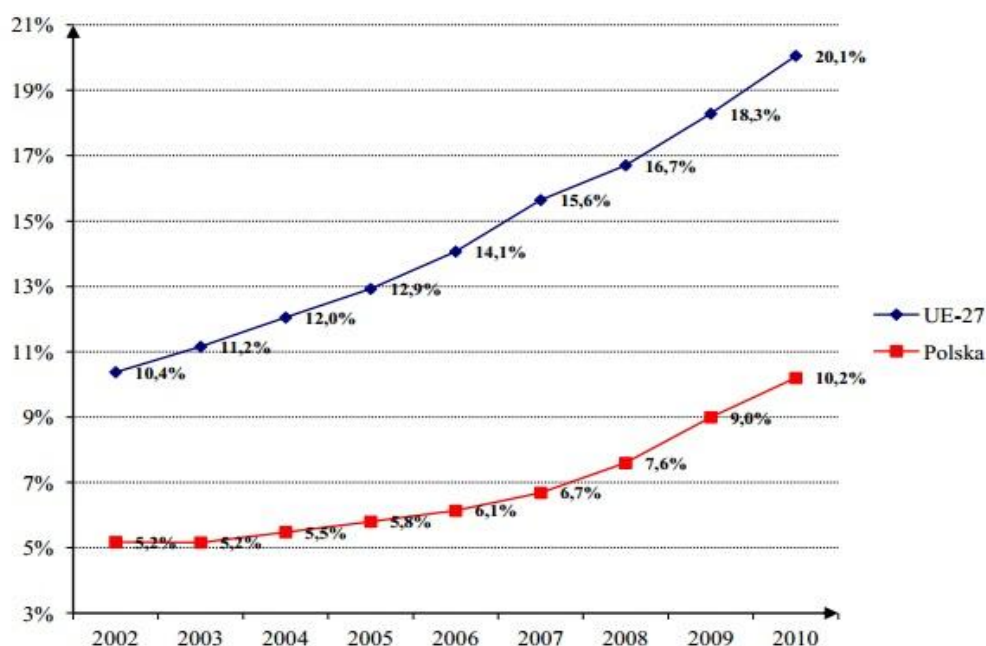
2. Rodzaje biomasy

Rodzaje biomasy mają różne właściwości. Na cele energetyczne wykorzystuje się drewno i odpady z jego przerobu, rośliny pochodzące z upraw energetycznych, produkty rolnicze oraz odpady organiczne z rolnictwa, niektóre odpady komunalne i przemysłowe. Im suchsza i bardziej zagęszczona jest biomasa, tym większą ma wartość jako paliwo. Bardzo wartościowym paliwem jest np. produkowany z rozdrobnionych odpadów drzewnych brykiet. Paliwo uszlachetnione takie jak brykiet czy pelety drzewne uzyskuje się poprzez

suszenie, mielenie i prasowanie biomasy. Koszty ogrzewania takim paliwem są obecnie niższe od kosztów ogrzewania olejem opałowym. Biomasa występuje w różnych stanach skupienia (Ministerstwo Środowiska, 2002).

3. Wymagania UE dotyczące wykorzystania biomasy

Polska, jako jeden z członków Unii Europejskiej, musi dostosować się do jej wymogów pod względem energetycznym. Obecnie wykorzystywanie energii odnawialnej w Polsce względem innych krajów jest niewystarczające. Według założeń „Energii ze źródeł odnawialnych 2011” zakłada się, że w Polsce do roku 2020 energia ze źródeł odnawialnych stanowić ma 15% całkowitego zużycia energii. Na rysunku 1 przedstawiono procentowy udział energii ze źródeł odnawialnych w pozyskaniu energii pierwotnej ogółem w UE i Polsce w latach 2002-2010. Obrazuje on, jak daleko jest Polska względem średniej wartości dla krajów UE w wykorzystaniu „czystej energii” (Główny Urząd Statystyczny, 2012).



Rysunek 1. Udział energii ze źródeł odnawialnych w pozyskaniu energii pierwotnej ogółem w UE i Polsce w latach 2002-2010.

Źródło: *Energia ze źródeł odnawialnych w 2011 r.* (s. 22), Główny Urząd Statystyczny, 2012. Pobrane z: www.stat.gov.pl (dostęp: 30.10.2014).

4. Biomasa a środowisko

Produktem ubocznym przetwarzania energii chemicznej zawartej w biomacie na ciepło, podobnie jak w innych surowcach pochodzenia organicznego (węgiel, ropa naftowa), jest CO₂. W przypadku biomasy nie jest on jednak nieprzyjazny dla środowiska, ponieważ na skutek procesu fotosyntezy krąży w obiegu zamkniętym w przyrodzie, nie powodując tym samym efektu cieplarnianego (Jackowska, 2009).

5. Główne źródła biomasy

Wierzba energetyczna

Do uprawy na plantacjach energetycznych wykorzystywane są różne gatunki szybko rosnących wierzb krzewiastych: *salix viminalis*, *salix amigdalina*, *salix dacyclados*. Uprawa wygląda następująco:

- pierwszy rok traktowany jako faza wstępna; należy zadbać o właściwy rozwój systemu korzeniowego i rozkrzewienia się roślin;
- w drugim roku rośliny należy nawozić intensywnie;
- wysokość 3-letnich pędów na 4-letniej karpie waha się od 5,5 do 6,0 m, a średnia grubość pędu wynosi 30 mm.

Plon suchej masy drewna wierzby w jednym z badań wyniósł średnio 17,5 t/ha/rok. Plon drewna wzrastał wraz z opóźnianiem terminu zbioru. Najwyższy był on przy zbiorze roślin co 3 lata (21,55 t/ha/rok). Plon suchej masy drewna u badanych form był zróżnicowany, a najwyższy dała *salix viminalis* (średnio 21,72 t/ha/rok) (Grzybek, 2002).

Miskant olbrzymi

Jest rośliną wieloletnią. Jedną z cech charakterystycznych większości gatunków są silnie rozbudowane, podziemne kłącza i rozległy system korzeniowy. Łodyga jest bardzo sztywna, owłosiona lub naga z wyraźnie widocznymi węzłami, jednolicie zabarwiona. Charakteryzuje się szybkim wzrostem – rośliny tego gatunku w środowisku naturalnym dorastają nawet do 6 m wysokości, a średnica ich pędów osiąga 6 cm, jak również wysokim plonem biomasy z jednostki powierzchni oraz wysoką, jak na ten gatunek, odpornością na niskie temperatury. W warunkach europejskich nie rozmnaża się generatywnie. Wegetacja roślin na jednym miejscu może trwać nawet do 30 lat. Już w pierwszym roku uprawy z 1 ha powierzchni można uzyskać do 8 t suchej masy z 1 ha, ale dopiero w trzecim roku miskant olbrzymi osiąga najwyższe plony – nawet do 30 t suchej masy z 1 ha. W wydatny sposób może się to przyczynić do ograniczenia wyřębu lasów na cele energetyczne. Korzyści wynikające z zastosowania miskanta olbrzymiego na cele energetyczne są następujące (Roszewski, 2008):

- energia ta może być uzyskana za pomocą już istniejących technologii lub przez stosunkowo prostą ich adaptację, zastępuje ona wprost paliwa kopalne i nie wymaga znaczących inwestycji;
- rośliny uprawiane na biomasę do celów energetycznych stanowią plon alternatywny, mogący zwiększyć dochodowość gospodarstw rolnych, mają często mniejsze wymagania i mogą być uprawiane ekstensywnie;
- biomasa nie zawiera siarki, łan roślin pochłania CO₂ z powietrza;
- jako plon alternatywny daje energię, przyczynia się do powstawania nowych miejsc pracy i aktywizacji obszarów wiejskich, jest paliwem szczególnie przydatnym dla małych i średnich systemów energetycznych.

Topinambur

Topinambur, czyli słonecznik bulwiasty, to blisko spokrewniona ze słonecznikiem zwyczajnym roślina uprawna, należąca do rodziny astrowatych. Jako roślina energetyczna topinambur może być:

- spalany bezpośrednio bądź dopiero po przetworzeniu na brykiet czy pelety;
- wykorzystywany do produkcji etanolu i biogazu (także po zakiszeniu).

Może on być także przydatny do rekultywacji terenów przemysłowych lub zdewastowanych przez gospodarkę komunalną. Z plantacji można uzyskać trzy pokosy: w lipcu, sierpniu i listopadzie. Bulwy zbiera się zwykle późną jesienią, choć ich zbioru można dokonywać także w miesiącach zimowych, w okresie odwilży. Topinambur daje wysokie plony. W Polsce zbiór suchej masy waha się najczęściej od 10 do 16 t/ha. W odpowiednich warunkach można uzyskać jednak nawet 200 t świeżej masy z 1 ha i 90 t bulw (Bzdęga, Nowak, Tokarska-Guzik, 2009).

Perz wydłużony

Naukowcy twierdzą, że 1,5 t biomasy tego perzu odpowiada energetycznie 1 t węgla, a więc przy plonowaniu ok. 12 t/ha z 1 ha można otrzymać ekwiwalent 6-7 t węgla. Może on rosnąć na glebach słabych, zasolonych oraz piaszczystych, co stwarza dużą szansę dla właścicieli ugorów i nieużytków. Cena założenia plantacji wynosi ok. 2,5 tys. zł/ha (Redakcja OZE.pl, 2012).

Odpady przemysłu rolno-spożywczego

Idealnym surowcem energetycznym jest biomasa odpadowa. Potencjał energetyczny bioodpadów w Polsce jest szacowany na: odpady stałe suche – $2,37 \cdot 10^{11}$ MJ, odpady stałe mokre – $1,758 \cdot 10^{11}$ MJ, drewno opałowe z lasów – $0,3165 \cdot 10^{11}$ MJ. Występuje ona zarówno w postaci stałych, jak i płynnych oraz wilgotnych odpadów organicznych.

Odpady organiczne stałe pozyskiwane są z:

- rolnictwa (słoma, siano, drobne gałęzie pochodzące z przecinki sadów, zboże nienadające się do spożycia);
- przemysłu przetwórstwa zbożowego, tartaczego, meblarskiego, tłuszczowego (otręby, trociny, wióry, zrżyny, kora, makuchy rzepakowe itp.);
- leśnictwa (drewno opałowe, zrębki pochodzące z rozdrobnienia gałęziówki pozostałej na zrębach).

Odpady organiczne płynne i o dużej zawartości wilgoci pochodzą z:

- rolnictwa (obornik, gnojowica, gnojówka);
- przemysłu skrobiowego, cukrowniczego, przetwórstwa owocowo-warzywnego, mięsnego, gorzelniczego, piwowarskiego (wytloki, odpady z przeróbki owoców i warzyw, odpady poubojowe itp.).

Wśród biomasy odpadowej największe znaczenie ma obecnie słoma. W 2009 roku nadwyżka produkcji słomy w rolnictwie, możliwa do wykorzystania na cele energetyczne, wynosiła 2,6 mln t, co daje około 39 PJ energii. Węgiel, w porównaniu ze słomą o zawartości wilgoci nie większej niż 20%, ma o ok. 70% wyższą wartość opałową. Można zatem przyjąć, że 1 t węgla odpowiadają niecałe 2 t słomy.

Fermentacja metanowa i biogaz

Biotechnologia produkcji biogazu dotyczy na ogół fermentacji metanowej różnego pochodzenia odpadów organicznych i ścieków z przemysłu spożywczego, osadów ściekowych, odchodów zwierzęcych lub organicznej frakcji odpadów komunalnych itp. Fermentacji podlegają związki organiczne obecne w wymienionych surowcach – głównie cukry, białka i tłuszcze, a więc substancje, których podstawowe składniki to węgiel, tlen, wodór i azot. Główne składniki biogazu to metan (40-70%) i ditlenek węgla (30-70%). Występują w nim również śladowe ilości: azotu (amoniak), siarkowodoru i wodoru. Metan jest najcenniejszym składnikiem biogazu. Jego wartość opałowa to $9\,470\text{ kcal/m}^3$ ($39,7\text{ MJ/m}^3$), co oznacza, że biogaz o średniej zawartości metanu na poziomie 62% ma wartość opałową $22,1\text{ MJ/m}^3$. Można nim również napędzać pojazdy. Zanim jednak trafi do instalacji gazowej, musi być osuszony i oczyszczony z siarkowodoru. Produkcja energii elektrycznej z biogazu odbywa się w gazowych generatorach prądu lub w skojarzeniu z produkcją ciepła.

Efektywna produkcja biogazu wymaga utrzymania ściśle określonych warunków fizyko-chemicznych. Proces zachodzi tylko w warunkach beztlenowych w pH 6,5-7,5. Optymalna temperatura fermentującej biomasy zależy od gatunków mikroorganizmów, które uczestniczą w fermentacji. Tzw. psychrofile produkują biogaz w temperaturach 8-20°C. Proces częściej prowadzi się w temperaturach z przedziału 20-40°C, w którym zawiera się optimum (33-37°C) dla gatunków mezofilnych. Wśród metanogenów są również termofile, które funkcjonują w temperaturach 55-65°C. Produkują one biogaz wydajnie, ale są bardziej wrażliwe na fluktuacje środowiska, w którym żyją (Olesienkiewicz, 2008).

6. Pozyskiwanie i wykorzystanie biomasy

Od momentu opanowania ognia biomasa służyła do produkcji energii cieplnej metodą spalania i nadal jest w taki sposób wykorzystywana, zwłaszcza w krajach trzeciego świata, np. Tanzanii czy Etiopii, gdzie 90% energii pochodzi właśnie z niej. Może ona występować w postaci stałej (w formie brykietów), ciekłej (np. biodiesel czy bioetanol) oraz gazowej (biogaz). Najkorzystniejsze do spełnienia celów zrównoważonego rozwoju jest przetwarzanie biomasy do paliw ciekłych, gdyż w ten sposób można otrzymać najwyższy współczynnik zwrotu energii.

Biomasa może być przekształcana metodami: termochemicznymi do paliw ciekłych, gazów (np. tlenków węgla czy metanu) lub metodą pirolizy, gdzie produktem końcowym będzie wodór, a także biotechnologicznymi – w wyniku fermentacji wysokocelulozowych części roślin uzyskać można płynne paliwo, tzw. biodiesel, który może być wykorzystany w tradycyjnych silnikach diesla i benzynowych, po ich niewielkiej zaledwie modyfikacji (Ludwik-Pardała, Rogut, Rogut, 2008).

Biomasa może być stosowana do ogrzewania w formie nieprzetworzonej, jednak bardziej efektywne jej wykorzystanie wymaga odpowiedniej obróbki. W zależności od zastosowanej technologii produkuje się brykiet lub pelet. Do spalania biomasy najlepiej nadają się specjalne kotły, których konstrukcja gwarantuje pełne wykorzystanie możliwości tego paliwa oraz wygodę obsługi.

Biomasa płynna wykorzystywana jest głównie jako dodatek do paliw w transporcie, a są to m.in. alkohole (etanol i metanol) wytwarzane z trzciny cukrowej lub kukurydzy (biopaliwa) oraz olej otrzymywany z roślin oleistych (biodiesel), które następnie mogą być dodawane do tradycyjnych paliw.

Biogaz – gazowa postać biomasy – powstaje na składowiskach odpadów organicznych oraz przy oczyszczalniach ścieków, a jest mieszaniną metanu i CO₂. Nie wymaga dodatkowego przetwarzania. Do jego wykorzystania potrzebna jest sieć przesyłu oraz urządzenia do jego spalania (Gondek, 2001).

7. Perspektywy wykorzystania

W grudniu 2010 roku Rada Ministrów przyjęła dokument – Krajowy Plan Działania w zakresie energii ze źródeł odnawialnych, określający krajowe cele w zakresie udziału energii ze źródeł odnawialnych zużytej w sektorach: transportowym, energii elektrycznej, ogrzewania i chłodzenia w 2020 roku. Krajowy plan uwzględnia ponadto wpływ innych środków polityki efektywności energetycznej na końcowe zużycie energii oraz odpowiednie środki, które należy podjąć dla osiągnięcia krajowych celów ogólnych w zakresie udziału OZE (odnawialne źródła energii) w wykorzystaniu energii finalnej. Większość prognoz zawartych w Krajowym Planie Działania uzyskano na podstawie prognoz zamieszczonych w Polityce Energetycznej Polski do 2030 roku. W obszarze elektroenergetyki dokument zakłada rozwój źródeł opartych na energii wiatru i biomasy. Udział biomasy ma wzrosnąć z 3 838 GWh w 2010 roku do 14 383 GWh w 2020 roku (Czopek, 2010).

Badając temat dogłębniej, można odnaleźć perspektywy rozwoju dla wielu rodzajów biomasy (Główny Urząd Statystyczny, 2012):

Biomasa z przemysłu drzewnego

Drewno w postaci trocin, zrąbków i zrzębków defibracyjnych, powstających w trakcie przerobu mechanicznego drewna okrągłego, jest równorzędnym – zarówno w sensie jakościowym, jak też ilościowym – surowcem dla przemysłu płytowego i celulozowego jak drewno pozyskiwane bezpośrednio w lesie. Według analiz Instytutu Technologii Drewna, potencjał techniczny drewna odpadowego z przemysłu drzewnego oraz innych źródeł szacować można na ok. 58,1 PJ (8,3 mln m³). O ilości odpadów przemysłowych decyduje głównie skala produkcji poszczególnych przemysłów przerobu drewna oraz specyficzne uwarunkowania ich procesów technologicznych. Ocenia się, że w zakładach przemysłu przerobu drewna powstaje ok. 7,5 mln m³ drzewnych odpadów przemysłowych, co stanowi 27% całego pozyskania surowca drzewnego. Jest to znacząca baza surowcowa zarówno dla celów przemysłowych, jak i energetycznych.

Produkty uboczne

Biogaz wytwarzany z biomasy rolniczej w procesie gazyfikacji metanowej lub termicznej może stanowić ważne źródło zaopatrzenia w energię elektryczną i ciepłą. Znaczne ilości biomasy, która może być wykorzystana na cele energetyczne, można pozyskać poprzez zagospodarowanie pozostałości przy uprawie roślin okopowych i warzyw. Przyjmując, że na cele energetyczne (produkcja biogazu) będą wykorzystywane pozostałości produkcji rolniczej (roślin okopowych i warzyw) tylko w 25%, ich potencjał wynosi ok. 125 tys. Mg suchej masy (0,5 Mg/ha), co stanowi równowartość ok. 50 mln³ biogazu, tj. 10% gazu ziemnego zużywanego na obszarach wiejskich.

Odpady z rybołówstwa

W tej grupie odpadów opisano rybołówstwo jako potencjalnego dostawcę biomasy odpadowej, tj. surowców energetycznych, do roku 2020. Odpady stanowią ok. 4% wagi ryb. Dotychczas odpady rybne nie miały zastosowania do produkcji energii odnawialnej. Próby zastosowania oleju z ryb do produkcji biopaliw zostały podjęte stosunkowo niedawno (2008/2009) i prawdopodobnie będą kontynuowane. Nie przewiduje się jednak, aby do 2020 roku odegrały one istotną rolę jako surowce bioenergetyczne ze względu na ich inne, tradycyjne zastosowania (przemysł farmaceutyczny, paszowy itd.), tym bardziej że ich podaż będzie się zmniejszała.

Odpady pochodzenia roślinnego

W tej grupie największy udział mają odpady z przetwórstwa owocowego. Większość odpadów warzywnych zostaje na polu (np. po kalafiorach, kapuście) lub jest sprzedawana wraz z warzywami (nać pietruszki – jadalna, selera – jadalna, marchwi – niejadalna). Obecnie znaczenie energetyczne w tej grupie odpadów mają m.in. wyłoki owoców (zastosowanie – pelety), pestki (do spalania bezpośredniego w piecach) czy wyłoki stosowane jako substrat do biogazowni, ewentualnie gorzelni. Zastosowanie do produkcji biogazu i etanolu mogłyby mieć też produkty niepełnowartościowe, przeterminowane. W Polsce słabo jest zorganizowany zbiór olejów posmażalniczych, którego potencjał szacuje się na ok. 100 mln l/rok. Planowana zmiana uwarunkowań prawnych w tym zakresie mogłaby tego typu odpad udostępnić np. do produkcji estrów metylowych.

Odpady z produkcji napojów alkoholowych i bezalkoholowych

W przypadku napojów alkoholowych dotychczas najczęściej zastosowanie miały odpady z przemysłu spirytusowego (z gorzelni). W przypadku wyrobów spirytusowych odpadem jest wywar, powstający w gorzelniach, gdzie produkuje się destylat. Biorąc pod uwagę w miarę stałe spożycie alkoholu etylowego w Polsce, wynoszące ok. 120 mln l/rok, w procesie produkcji otrzymamy ok. 1,2 mld l wywaru/rok. Bioetanol powstaje praktycznie też w gorzelni (rzadziej już rolniczej) i daje podobny odpad co etanol spożywczy, czyli wywar, w ilości 10 razy większej w porównaniu do destylatu czy bioetanolu.

Potencjalna powierzchnia użytków rolnych możliwa do przeznaczenia na produkcję biopaliw oraz potencjalne plony roślin energetycznych

Ze względu na ograniczone możliwości wykorzystania drewna opałowego z lasów, drewna odpadowego z przemysłu drzewnego czy też słomy z rolnictwa, dla osiągnięcia tego celu ilościowego zawartego w Dyrektywie 2009/28/WE¹ konieczne będzie zakładanie wieloletnich plantacji roślin energetycznych. Zwiększenie wykorzystania biomasy pochodzącej z upraw energetycznych wymaga utworzenia całego systemu, obejmującego produkcję, dystrybucję i wykorzystanie biomasy.

W Polsce na jednego mieszkańca przypada ok. 0,41 ha użytków rolnych, a w starej Unii wartość ta wynosi zaledwie 0,19 ha. Z tego też względu Polska była i jest postrzegana jako kraj, który może mieć bardzo znaczący udział w produkcji biomasy na cele energetyczne w UE. Według szacunków do 2020 roku, polski potencjał do uprawy roślin energetycznych wynosi od 1,0 do 4,3 mln ha. Z analiz wykonanych w IUNG-PIB (Instytut Uprawy Nawożenia

¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/28/WE z dnia 23 kwietnia 2009 r. w sprawie promowania stosowania energii ze źródeł odnawialnych.

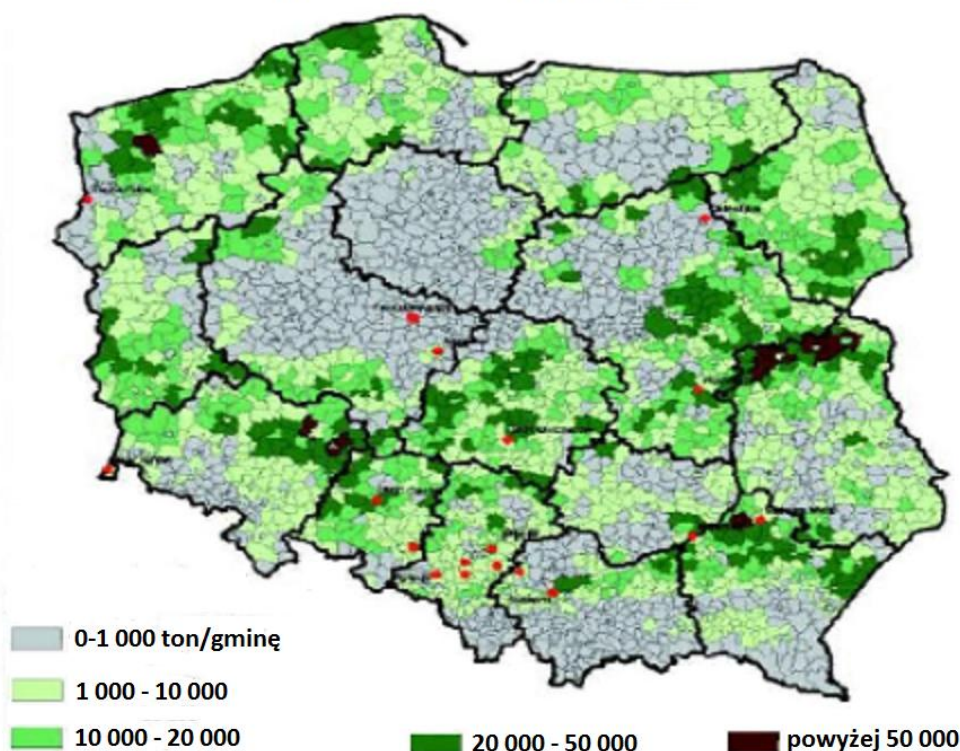
i Gleboznawstwa, Państwowy Instytut Badawczy) wynika, że bez szkody dla produkcji żywności, rolnictwo polskie może przeznaczyć do 2020 roku 0,6 mln ha pod produkcję zbóż na bioetanol, 0,4 mln ha pod produkcję rzepaku na biodiesel oraz ok. 1 mln ha pod produkcję biomasy dla potrzeb energetyki zawodowej. IUNG-PIB wykonało analizy z użyciem Systemu Informacji Geograficznej, które wykazały, że jeśli założyć, iż rośliny na biopaliwa stałe powinny być uprawiane poza obszarami chronionymi i górskimi, w rejonach o rocznej sumie opadów większej niż 550 mm i na glebach mniej przydatnych o poziomie zalegania wód gruntowych do 2 m, to rolnictwo polskie mogłoby przeznaczyć na ten cel potencjalnie ok. 1 mln ha gleb. Polska, ze względu na warunki glebowe oraz klimatyczne (zwłaszcza stosunkowo małe opady i ograniczone zasoby wód gruntowych), nie może być zaliczona do krajów o warunkach bardzo sprzyjających produkcji roślin na cele energetyczne. Posiada też zaledwie ok. 50% gleb bardzo dobrych i dobrych (odpowiednich do produkcji roślin energetycznych). Gleby te muszą być jednak zachowane dla produkcji żywności i pasz. Wynika stąd, że pod wieloletnie plantacje energetyczne przeznaczane być mogą jedynie gleby gorszej jakości, mniej przydatne do produkcji na cele żywnościowe. Uprawa na takich glebach roślin energetycznych ograniczy wysokość ich plonów, co w konsekwencji może zmniejszyć opłacalność produkcji.

Podsumowanie

W Polsce plantacji wieloletnich roślin energetycznych nie powinno się zakładać na glebach bardzo dobrych, ponieważ stanowią one zaledwie 54% ogółu gruntów ornych i powinny być przeznaczone wyłącznie do produkcji żywności oraz pasz. Nie należy ich także lokalizować:

1. w rejonach o rocznej sumie opadów poniżej 550 mm (część Wielkopolski, Kujaw, Mazowsza i Pomorza). Wieloletnie rośliny uprawiane na cele energetyczne zużywają od 500 do 700 mm wody w okresie wegetacji, dlatego większe powierzchnie uprawy mogą powodować zachwianie gospodarki wodnej, co spowoduje spadki plonów, szczególnie drastyczne w latach o niedoborze opadów;
2. na obszarach chronionych;
3. na obszarach górskich, położonych powyżej 350 m n.p.m.;
4. na polach o nachyleniu większym niż 12°;
5. na polach zmeliorowanych (uprawa wierzby i topoli);
6. na niewykorzystywanych trwałych użytkach zielonych (TUZ) o dużej bioróżnorodności, a na pozostałych użytkach zielonych plantacje można zakładać wyłącznie w systemie bezorkowym „EKO-Salix” (Ginalski, 2013).

Miskant, Sida, Wierzba
gleba: kompleks 5, 6, 8, 9, 2z, 3z



Rysunek 2. Potencjalne możliwości lokalizacji plantacji roślin energetycznych w gminach.

Źródło: *Uprawa wybranych roślin energetycznych* (s. 2), Z. Ginalski, 2013. Pobrane z: www.cdr.gov.pl/pol/projekty/AZE/uprawa_roslin_energ.pdf (dostęp: 30.10.2014).

Zarówno biopaliwa stałe, gazowe, jak i ciekłe mają perspektywy rozwoju w Polsce oraz na świecie. Istnieje szereg technologii i instalacji, które wykorzystuje się do produkcji energii z biomasy. Nad wieloma z nich nadal prowadzone są badania, aby procesy te były coraz bardziej efektywne.

Streszczenie

Biomasa od kilku lat stanowi główne paliwo do pozyskiwania energii ze źródeł odnawialnych. Zaobserwować można dynamiczny wzrost produkcji energii elektrycznej w elektrowniach oraz elektrociepłowniach z wykorzystaniem biomasy. Należy przyjąć, że rynek biomasy będzie się rozwijał na skutek regulacji związanych z ochroną środowiska naturalnego.

Summary

Biomass has been the main fuel from renewable sources for several years. It may be observed that power plants are increasingly producing electricity with the use of biomass. It should be assumed that biomass market will be developing as a result of regulations related to environmental protection.

Bibliografia

- Bzdęga, K., Nowak, T., Tokarska-Guzik, B. (2009). Słonecznik bulwiasty. W: Z. Dajdok, P. Pawlaczyk (red.), *Inwazyjne gatunki roślin ekosystemów mokradłowych Polski* (s. 102-104). Świebodzin: Wydawnictwo Klubu Przyrodników.
- Chrapka, R. (2009). *Biomasa – odnawialne źródło energii*. Pobrane z: www.info-ogrzewanie.pl/artukul,id_m-69,t-biomasa_8211_odnawialne_zrodlo_energii.html.
- Czopek, P. (2010), *Krajowy Plan Działania w zakresie energii ze źródeł odnawialnych*. Pobrane z: www.mg.gov.pl/Bezpieczenstwo+gospodarcze/Energetyka/Odnawialne+zrodla+energii/Krajowy+plan+dzialan.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/28/WE z dnia 23 kwietnia 2009 r. w sprawie promowania stosowania energii ze źródeł odnawialnych.
- Ginalski, Z. (2013). *Uprawa wybranych roślin energetycznych*. Pobrane z: www.cdr.gov.pl/pol/projekty/AZE/uprawa_roslin_energ.pdf.
- Główny Urząd Statystyczny. (2011). *Energia ze źródeł odnawialnych w 2010 r.* Pobrane z: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/se_energia_zrodla_odnawialne_2010.pdf.
- Główny Urząd Statystyczny. (2012). *Energia ze źródeł odnawialnych w 2011 r.* Pobrane z: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/se_energia_zrodla_odnawialne_2011.pdf.
- Gondek, A. (2001). Wykorzystanie biomasy jako paliwa w energetyce. *Czasopismo Techniczne, Z-5M*, 71-76.
- Grzybek, A. (2002). Biomasa jako alternatywne źródło energii. *Czasopismo Motrol. Motoryzacja i Energetyka Rolnictwa*, 16(1), 9-11.
- Jackowska, I. (red.). (2009). *Biomasa jako źródło energii*. Warszawa: Wydawnictwo Wieś Jutra.
- Kubica, K. (2003). *Spalanie biomasy i jej współspalanie z węglem – techniki, korzyści i bariery*. Pobrane z: www.conbiot.ichpw.zabrze.pl/25_Spalanie_biomasy_i_jej_wspolspalanie_z_weglem.pdf.
- Ludwik-Pardała, M., Rogut, A., Rogut, J. (2008). Termiczna a biologiczna konwersja biomasy. *Czysta Energia*, 12(85), 34-37.
- Ministerstwo Środowiska. (2002). *Strategia rozwoju energetyki odnawialnej*. Pobrane z: www.biomasa.org/index.php?d=artykul&kat=49&art=1.
- Olesienkiewicz, A. (2008). *Biogaz produkt fermentacji metanowej*. Pobrane z: www.bbizeneris.pl/pl/rynek/biogaz/biogaz-produkt-fermentacji-metanowej.html.
- Redakcja OZE.pl. (2012). *Perz wydłużony – nowa roślina energetyczna o rewelacyjnych właściwościach*. Pobrane z www.oze.pl/biomasa/perz-wydłużony-nowa-roślina-energetyczna-o-rewelacyjnych-właściwościach30.html.
- Roszewski, R. (2008). *Miskant olbrzymi – Miscanthus sinensis giganteus*. Pobrane z: www.energoflora.pl.
- Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 14 sierpnia 2008 r. w sprawie szczegółowego zakresu obowiązków uzyskania i przedstawienia do umorzenia świadectw pochodzenia, uiszczenia opłaty zastępczej, zakupu energii elektrycznej i ciepła wytworzonych w odnawialnych źródłach energii oraz obowiązku potwierdzania danych dotyczących ilości energii elektrycznej wytworzonej w odnawialnym źródle energii (Dz.U. z 2008 r., Nr 156, poz. 969 ze zm.).

PERSPEKTYWY WYKORZYSTANIA OWADÓW JAKO ŹRÓDŁA POŻYWIENIA – KORZYŚCI EKONOMICZNE I EKOLOGICZNE

Wstęp

W epoce bardzo szybkiego wzrostu populacji ludzkiej i silnego rozwoju cywilizacji, a zwłaszcza ekodegradacji oraz ocieplenia klimatu, pojawiła się konieczność produkcji wysokowartościowej żywności, która nie jest uciążliwa i nie wymaga dużych nakładów energii. Ekspertki z wielu dyscyplin naukowych poświęcają temu zagadnieniu coraz więcej czasu. Na spotkaniu, które odbyło się w dniach 23-25 stycznia 2012 roku w Rzymie z inicjatywy FAO, wskazano na możliwości rozwiązania tego problemu i wykorzystania owadów jako pożywienia (FAO, 2012). W maju 2014 roku w Holandii na Uniwersytecie w Wageningen odbyła się konferencja „Insect the feed the World”, skupiająca ekspertów z wszystkich dyscyplin naukowych, całkowicie poświęcona zagadnieniu wykorzystania owadów jako wysokowartościowego pożywienia na świecie.

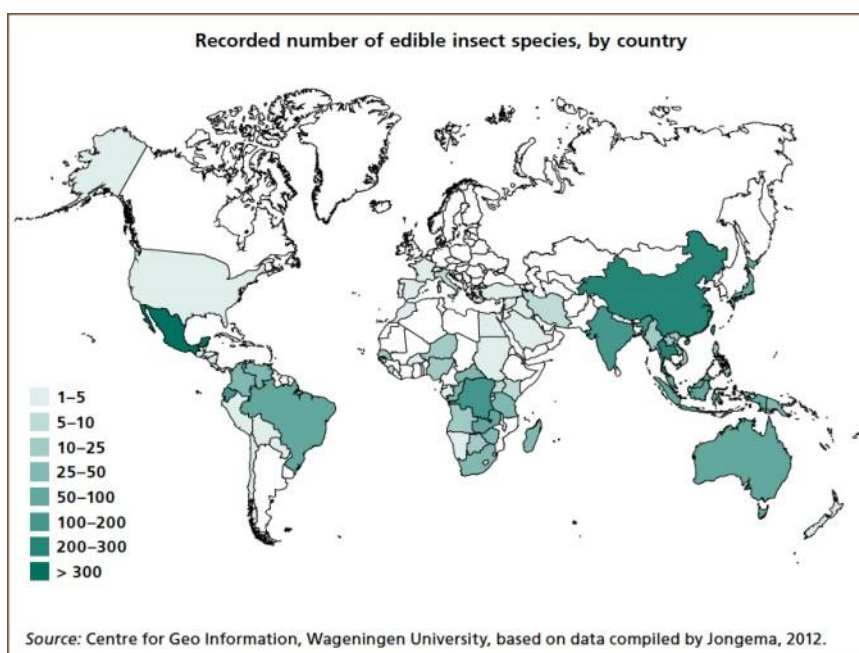
Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa przewiduje, że do 2050 roku na świecie będzie 9 mld ludzi, którym trzeba będzie zapewnić źródło wartościowej żywności. Gwałtowny wzrost liczby ludności w 2 poł. XXI wieku może doprowadzić do niedoborów żywieniowych, zwłaszcza jeśli chodzi o białka zwierzęce. Niebawem świat stanie przed realnym problemem zapewnienia ludzkości pełnowartościowej żywności (Mitsubishi, 2010).

Wobec groźby niewystarczającej ilości pożywienia, przy nieustannie rosnącej liczbie ludności, Unia Europejska przeznaczyła wysokie nakłady pieniężne na zbadanie wartości odżywczej owadów. Naukowcy próbują opracować sposoby przetwarzania insektów, tak by stanowiły żywność bezpieczną i pełnowartościową, mogącą być alternatywą dla mięsa zwierząt hodowlanych. W ciągu ostatnich kilkunastu lat wzrosła ilość doniesień naukowych na temat wysokiej wartości odżywczej owadów. Poszerzyła się wiedza na temat biodostępności składników odżywczych i substancji antyżywniowych blokujących ich wchłanianie oraz wzajemnych korelacji pomiędzy składnikami żywieniowymi. Wciąż jednak brakuje informacji naukowych, dotyczących toksyczności i alergenicności pokarmów z owadów oraz biodostępności składników pokarmowych dla organizmu ludzkiego z owadów, których skład i wartość odżywcza różnią się od żywności tradycyjnej (FAO, 2010).

1. Konsumpcja owadów na świecie

Owady od wieków wykorzystywane były jako pokarm (Schiefenhövel, Blum, 2009). Na świecie spożywanych jest ok. 2 040 gatunków owadów (Jongema, 2014), z czego 547 w Meksyku (Ramos-Elorduy Blasques, 2008). Historia konsumpcji różnorodnych owadów jest bardzo bogata, szczególnie w krajach Afryki, Azji, Ameryki czy Australii. Najwięcej owadów spożywa się w krajach ubogich, gdzie dostępność pełnowartościowego pokarmu zwierzęcego jest ograniczona. Pierwsze dane na temat konsumpcji owadów w Europie pojawiły się już na początku XX wieku (Netolitzky, 1913), lecz wciąż jeszcze jest ona niewielka. W Europie owady stanowią tylko 2% pokarmu dla ludzi, podczas gdy w Ameryce 39%, a Afryce 30% (Johnson, 2010). Niskie spożycie owadów przez Europejczyków

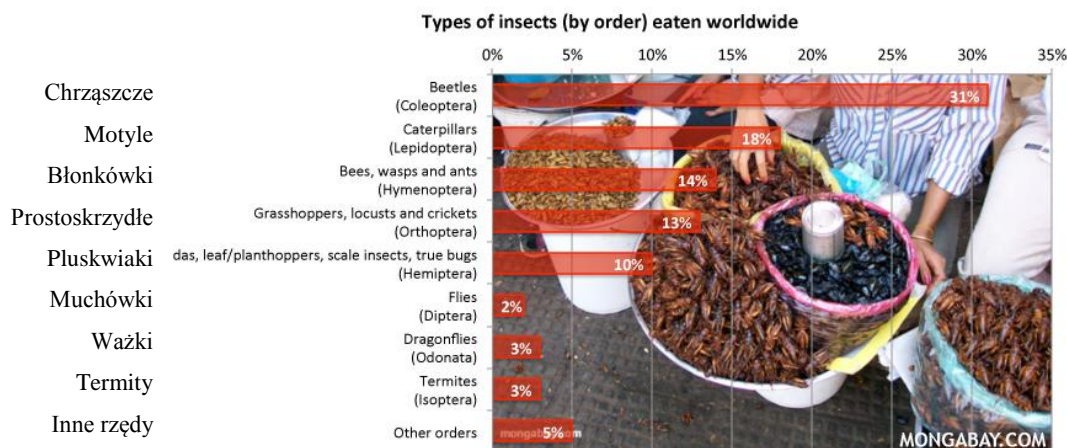
wynika ze sceptycznego nastawienia to tego typu pokarmu. Większość konsumentów postrzega owady jako mało atrakcyjną formę pożywienia, nie doceniając tym samym ich wysokich walorów odżywczych. Tylko niewielka część populacji europejskiej akceptuje owady jako pokarm, traktując je bardziej jak ciekawostkę kulinarną niż źródło białka i cennych składników pokarmowych w diecie (FAO, 2010). W wielu regionach świata z ograniczoną podażą białka owady wykorzystywane są jako źródło łatwo dostępnego pożywienia bogatego w składniki odżywcze, m.in. białko i składniki mineralne. Według Raportu FAO z 2010 roku, praktyka ta jest zjawiskiem powszechnym w ponad 100 krajach na całym świecie. Warto w tym miejscu podkreślić raz jeszcze, że owady od lat są wykorzystywane jako źródło pożywienia dla ludzi (rysunek 1).



Rysunek 1. Konsumpcja owadów na świecie.

Źródło: *Edible insects: future prospects for food and feed security* (s. 9), A. Van Huis i in., 2013, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).

Naukowcy z Uniwersytetu w Wageningen opracowali listę gatunków owadów spożywanych na świecie. Najczęściej konsumuje się chrząszcze (31% wszystkich gatunków), motyle (18%), błonkówki (14%), owady prostoskrzydłe (13%), a także pluskwiaki (10%) (Jongema, 2014) (rysunek 2).

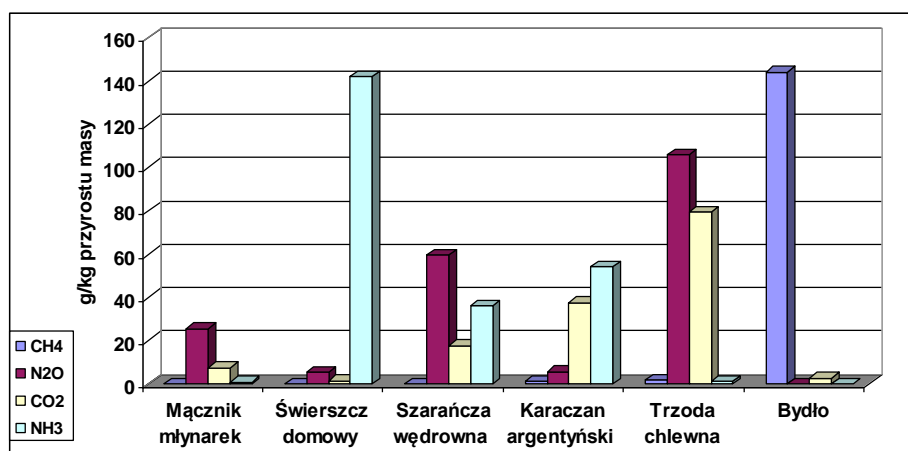


Rysunek 2. Grupy owadów najczęściej spożywane na świecie.

Źródło: *Taxonomist at the Department of Entomology of Wageningen University, the Netherlands, Y. Jongema, 2014. Pobrane z: www.wageningenur.nl (dostęp: 12.10.2015).*

2. Korzyści ekonomiczne i ekologiczne

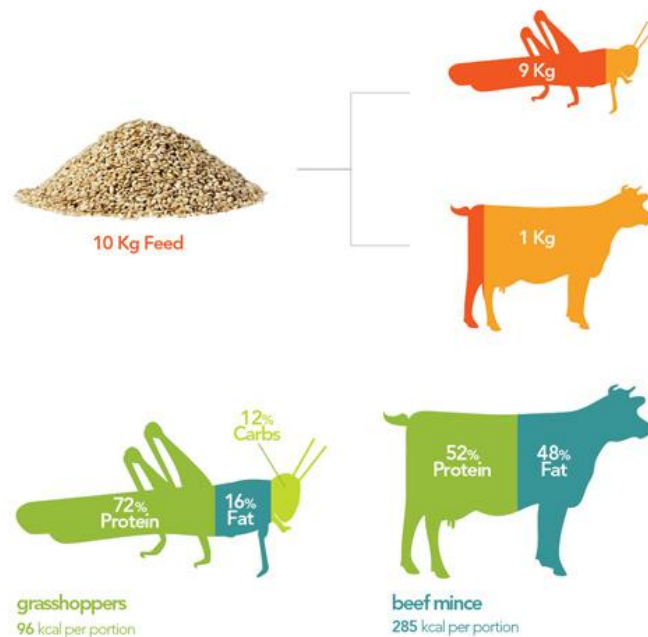
W epoce bardzo szybkiego wzrostu populacji ludzkiej i silnego rozwoju cywilizacji, a zwłaszcza ekodegradacji oraz ocieplenia klimatu, warto zastanowić się nad produkcją wysokowartościowej żywności, która nie wymaga olbrzymich nakładów energii, a jednocześnie nie wydziela do środowiska tak dużych ilości produktów ubocznych czy gazów cieplarnianych, jakie powstają w hodowlach np. trzody chlewnej, bydła czy drobiu (rysunek 3).



Rysunek 3. Produkcja gazów cieplarnianych wybranych gatunków w porównaniu do trzody chlewnej i bydła.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Insects as a sustainable feed ingredient in pig and poultry diets – a feasibility study* (s. 15), T. Veldkamp i in., 2012, Wageningen: UR Livestock Research.

Powszechnie występowanie i krótki okres namnażania owadów powodują, że ich hodowla jest znacznie wydajniejsza w porównaniu z hodowlą tradycyjnego żywca rzeźnego. Owady charakteryzują się także większymi możliwościami przetwarzania biomasy roślinnej na zwierzęcą niż duży inwentarz (Premalatha, Abbasi, Abbasi, 2011). Hodowla owadów jako źródła pożywienia dla ludzi nie jest uciążliwa i nie wymaga dużych nakładów, a uzyskane rezultaty rekompensują wysiłek. Niesie ona ze sobą mnóstwo korzyści, takich jak: większa wydajność, mniejsze wymagania i generowanie znacznie mniejszej ilości zanieczyszczeń niż hodowla dużego inwentarza (Durst, Shono, 2010) (rysunek 4).



Rysunek 4. Przetwarzanie biomasy przez owady i duży inwentarz.

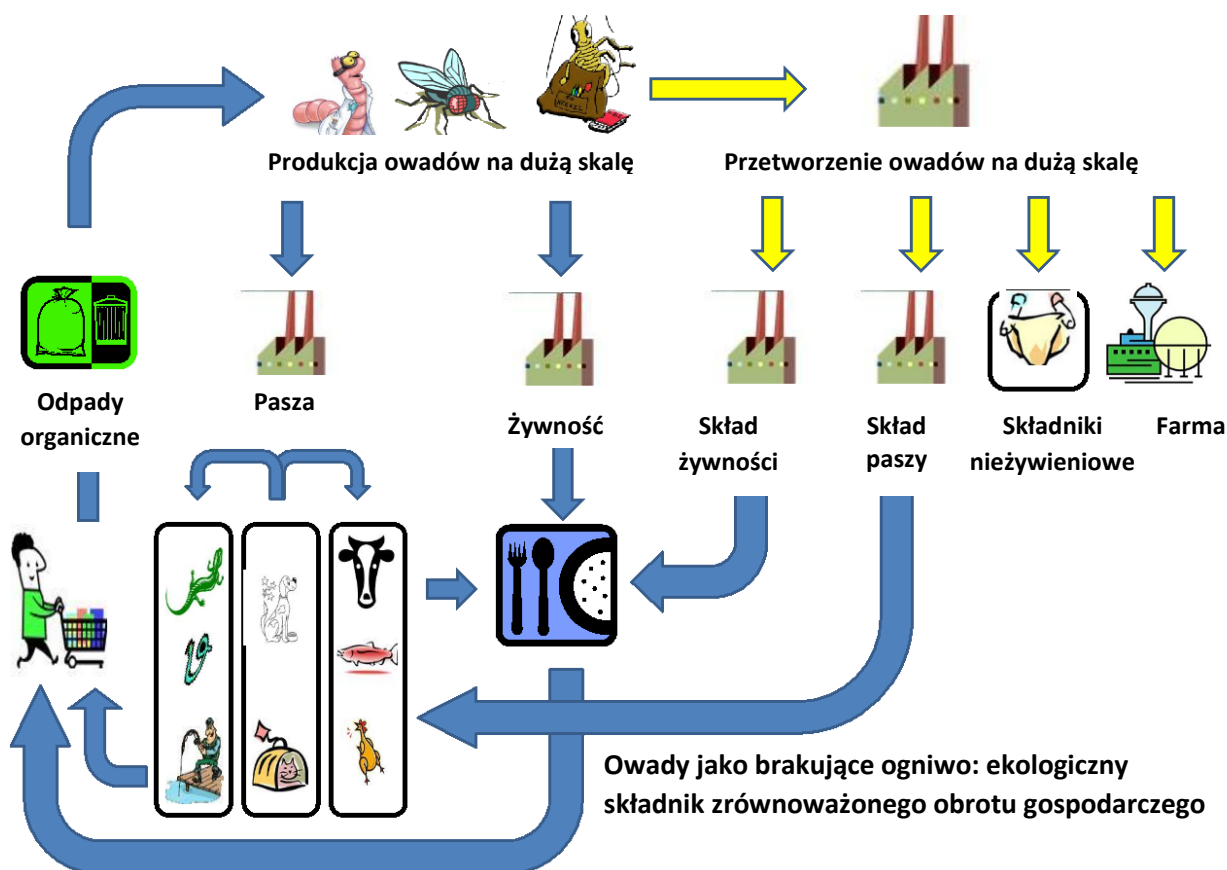
Źródło: *Environmental veganism as social justice*, 2015. Pobrane z: www.weheartcreativeresistance.wordpress.com/2015/04/22/environmental-veganism-as-social-justice/ (dostęp: 12.10.2015).

3. Perspektywa wykorzystania owadów jako źródła pożywienia

Kluczowym elementem udanego wprowadzenia owadów w łańcuch pokarmowy człowieka jest konieczność rozważenia wielu aspektów, takich jak:

- wybór odpowiednich gatunków owadów i ich form;
- znalezienie taniego hodowlanego podłoża (jeśli to możliwe przez wykorzystanie odpadów organicznych z jednoczesnym zapewnieniem bezpieczeństwa surowca dla hodowli owadów na ekologicznych odpadach);
- leczenie chorób i ustanawianie procedur sanitarnych, zapewniających stałe dostarczanie wysokiej jakości produktów (w tym owadów);
- zapewnienia wysokiej jakości rozwijających innowacyjnych i efektywnych kosztowo systemów produkcyjnych;
- zwiększenie automatyzacji i mechanizacji;
- ochrona dobrostanu zwierząt;
- utworzenia ram prawnych i opracowanie zasad przemysłowej praktyki (normy).

Wszystkie te aspekty mogą być włączone w jeden lub więcej etapów w cyklu produkcji (Veldkamp i in., 2012) (rysunek 5).



Rysunek 5. Efektywne wykorzystanie owadów w zamkniętym obrocie gospodarczym.

Źródło: *Insects as a sustainable feed ingredient in pig and poultry diets – a feasibility study* (s. 2), T. Veldkamp i in., 2012, Wageningen: UR Livestock Research.

W chwili obecnej, zgodnie z Rozporządzeniem UE 142/2011, zabrania się stosowania owadów jako białka przetworzonego w łańcuchu pokarmowym. Raport z 2012 roku zajmujący się wprowadzaniem do obrotu nowych białek (Wagenberg i in., 2012) wskazuje na główne kwestie, które należy uwzględnić w ramach rozwiązań regulacyjnych:

- opracowanie szczegółowego prawodawstwa i regulacji dotyczących wprowadzenia owadów do obrotu jako żywność;
- ścisłą interakcję między rządem a administracją w opracowaniu dokumentacji;
- opracowanie harmonogramu ujednoczenia definicji i procedur;
- rozwój dobrowolnych kodeksów prywatnych w odniesieniu do przepisów prawnych i regulacji.

Wiele owadów uznawanych jest za szkodniki roślinne, które przyczyniają się do dużych strat m.in. w rolnictwie. Ze względu na ich wysoką wartość odżywczą, można spróbować wykorzystać je do produkcji żywności (Xiaoming i in., 2010). Krajowym gatunkiem, który wzbudza szczególne zainteresowanie ze względu na wysoką wartość odżywczą, powszechność występowania i łatwość hodowli jest szkodnik magazynowy – mącznik młynarek (*Tenebrio molitor* L.). Jego larwa w Polsce jest wykorzystywana głównie jako karma dla zwierząt, podczas gdy na świecie jest cenionym źródłem żywności dla ludzi. Mącznik młynarek to jeden z największych, długość ok. 15 mm, chrząszczy zasiedlających produkty magazynowe (Nawrot, 2001). Żeruje on w produktach pochodzenia roślinnego, powodując straty w ich masie i wartości odżywczej. Gatunek ten charakteryzuje się ok. 0,5-rocznym okresem larwalnym. Dorosłe larwy, które ważą ok. 0,2 g i osiągają 25-35 mm

długości, wykorzystywane są w świecie jako pokarm dla ludzi (Aguilar-Miranda i in., 2002). Poczwarzka jest typu wolnego o długości 12-18 mm i barwie mlecznobiałej, ciemniejącej w miarę dalszego rozwoju.



Rysunek 6. Mącznik młynarek – forma dorosła i larwalna.

Źródło: *Insects as food: Assessing the food conversion efficiency of the mealworm (Tenebrio molitor)* (s. 21), B. Spang, 2013, The Master of Environmental Studies Degree, The Evergreen State College.

Podsumowanie

Larwy i poczwarzki mącznika młynarka są bogatym źródłem białka, nie mniej cennym pod tym względem niż zwierzęta hodowlane. Zawierają znaczącą ilość kwasów tłuszczowych, aminokwasów, błonnika pokarmowego, niezbędnych witamin i minerałów (Ramos-Elorduy, 2008). Szczególnie cenna jest tu wysoka koncentracja takich pierwiastków jak: Zn, Fe, Cu, Mg i Mn (Siemianowska i in., 2013). Zawartość kwasów tłuszczowych w owadach jest szeroko udokumentowana w literaturze naukowej (Aguilar-Miranda i in., 2002; Ramos-Elorduy Blasquez, 2012). Obecność w larwie mącznika młynarka bardzo korzystnego stosunku kwasów n-6/n-3 (6,76) może stać się wyznacznikiem jej wysokiej wartości odżywczej (Siemianowska i in., 2013). Wysoka zawartość nienasyconych kwasów tłuszczowych wpływa na pojemność antyoksydacyjną produktu finalnego i jest wysoce pożądana w diecie człowieka. Larwy mącznika posiadają także w swoim składzie wspomagający trawienie błonnik, którego nie dostarcza organizmowi mięso zwierząt hodowlanych (Aguilar-Miranda i in., 2002). Formą owadów, jako żywności dla ludzi, wygodną w stosowaniu i jednocześnie najbardziej akceptowalną przez konsumentów, jest otrzymany z nich proszek. Proszek uzyskiwany z larwy posiada większą koncentrację składników pokarmowych i może być z powodzeniem stosowany jako dodatek do tradycyjnych potraw. Duża akceptowalność przez konsumentów potraw z dodatkiem mączki z larw wskazuje na larwę mącznika młynarka jako na źródło wysokowartościowego tzw. „novel food”.

Streszczenie

W dobie ciągłego i szybkiego wzrostu populacji ludzkiej, silnego rozwoju cywilizacji, a zwłaszcza ekodegradacji oraz ocieplenia klimatu, podjęto badania nad produkcją wysokowartościowej żywności, która nie wymaga olbrzymich nakładów energii. Poszukuje się produkcji, która jednocześnie nie wydziela do środowiska tak dużych ilości produktów ubocznych i gazów cieplarnianych, jakie powstają w hodowlach np. trzody chlewnej, bydła czy drobiu. Powszechne występowanie i krótki okres namnażania owadów powodują, że ich hodowla jest znacznie wydajniejsza w porównaniu z hodowlą tradycyjnego żywca rzeźnego. Owady charakteryzują się także większymi możliwościami przetwarzania biomasy roślinnej na zwierzęcą niż duży inwentarz. Ekolodzy i specjaliści od żywienia wskazują na owady jako źródło wysokowartościowego oraz łatwo dostępnego pokarmu, który w przyszłości stanowić będzie uzupełnienie naszej diety.

Summary

At a time of a constant and rapid growth in population; strong development of civilization; and especially eco-degradation and global warming, the research in production of high-quality food (which does not require a huge energy use) was conducted. There is a search for a production which concurrently does not give off so many by-products and greenhouse gases to the environment, which are produced in farms, e.g. with pigs, cattle, poultry. A widespread occurrence and short time of growing of insects cause that their breeding is much more efficient, when compared to breeding traditional livestock. What is more, insects have greater possibilities for processing plant biomass into animal biomass than the greater livestock. Ecologists and nutritionists suggests that insects are a source of high-quality and easily accessible food which will become a dietary supplement in the future.

Bibliografia

- Aguiar-Miranda, E.D., Lopez, M.G., Escamilla-Santana, C., De La Rosa, A.P.B. (2002). Characteristics of Maize Flour Tortilla Supplemented with Ground *Tenebrio molitor* Larvae. *J. Agric. Food Chem.*, 50, 192-195.
- Durst, P.B., Shono, K. (2010). Edible forest insects: exploring new horizons and traditional practices. W: P.B. Durst, D.V. Johnson, R.N. Leslie, K. Shono (eds.), *Forest insects as food: humans bite back* (s. 1-4). Bangkok, Thailand: Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific.
- Environmental veganism as social justice*. (2015). Pobrane z: www.weheartcreativeresistance.wordpress.com/2015/04/22/environmental-veganism-as-social-justice/.
- FAO. (2010). Report FAO: *Forest insects as food: humans bite back*. Bangkok, Thailand: Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific.
- FAO. (2012). *Technical Consultation Meeting Report FAO: Assessing the Potential of Insects as Food and Feed in assuring Food Security*. Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific.
- Johnson, D.V. (2010). The contribution of edible forest insects to human nutrition and forest management. W: P.B. Durst, D.V. Johnson, R.N. Leslie, K. Shono (eds.), *Forest insects as food: humans bite back* (s. 5-22). Bangkok, Thailand: Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific.
- Jongema, Y. (2014). *Taxonomist at the Department of Entomology of Wageningen University, the Netherlands*. Pobrane z: www.wageningenur.nl.
- Mitsuhashi, J. (2010). The future use of insects as human food. W: P.B. Durst, D.V. Johnson, R.N. Leslie, K. Shono (eds.), *Forest insects as food: humans bite back* (s. 115-122). Bangkok, Thailand: Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific.
- Nawrot, J. (2001). *Owady – szkodniki magazynowe*. Warszawa: THEMAR.

- Netolitzky, F. (1913). Die Volksheilmittel aus dem Insektenreich. *Pharmakologische Post.*, 46, 825-827.
- Premalatha, M., Abbasi, T., Abbasi, S.A. (2011). Energy-efficient food production to reduce global warming and ecodegradation: The use edible insects. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 15, 4357-4360.
- Ramos-Elorduy Blasquez, J. (2008). Energy Supplied by Edible Insects from Mexico and Their Nutritional and Ecological Importance. *Ecology of Food and Nutrition*, 48, 280-297.
- Ramos-Elorduy Blasquez, J., Piano Moren, J.M., Martinez Camancho, V.H. (2012). Cougl Grasshoppers Be a Nutritive Meal. *Food and Nutr. Scien.*, 3, 164-175.
- Schiefenhövel, W., Blum, P. (2009). Insects: forgotten and rediscovered as food. Entomophagy among the Eipo, Highlands of West New Guinea, and in Other Traditional Societies. W: J. Henry, J. MacClancy, H. Macbeth (eds.), *Consuming the Inedible* (s. 163-176). Berghaghn Books.
- Siemianowska, E., Kosewska, A., Aljewicz, M., Skibniewska, K.A., Polak-Juszczak, L., Jarocki, A., Jędras, M. (2013). Larvae of mealworm (*Tenebrio molitor* L.) as European novel food. *Agricultural Science*, 4, 287-291.
- Spang, B. (2013). *Insects as food: Assessing the food conversion efficiency of the mealworm (Tenebrio molitor)*. The Master of Environmental Studies Degree, The Evergreen State College.
- Van Huis, A., van Itterbeeck, J., Klunder, H., Mertens, E., Halloran, A., Muir, G., Vantomme, P. (2013). *Edible insects: Future prospects for food and feed security*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).
- Veldkamp, T., van Duinkerken, G., van Huis, A., Lakemond, C.M.M., Ottevanger, E., Bosch, G., van Boekel, M.A.J.S. (2012). *Insects as a sustainable feed ingredient in pig and poultry diets – a feasibility study*. Wageningen: Wageningen UR Livestock Research.
- Wagenberg, C.P.A., van Eppink, M.M., Janssens, S.R.M., van der Roest, J., van der Sluis, A.A., van der Spiegel, M. (2012). *Ontwikkeling en vermarkting van nieuwe eiwitten: Ervaren belemmeringen en Oplossingen*, LEI-rapport 2011-061.
- Xiaoming, C., Ying, F., Hong, Z., Zhiyong, C. (2010). Review of the nutritive value of edible insects. W: P.B. Durst, D.V. Johnson, R.N. Leslie, K. Shono (eds.), *Forest insects as food: humans bite back* (s. 85-92). Food and Agriculture Organization of the United Nations Regional Office for Asia and the Pacific.

Justyna HELT

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARSTW OGRODNICZYCH SPECJALIZUJĄCYCH SIĘ W UPRAWIE POMIDORA W POLSCE – STAN I PERSPEKTYWY ROZWOJU

Wstęp

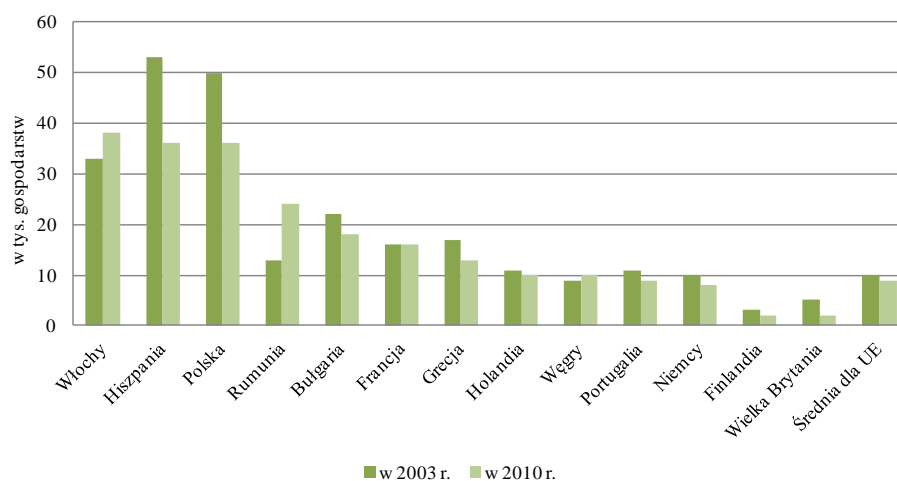
Polska od maja 2004 roku jest członkiem Unii Europejskiej, co w znaczący sposób zmieniło sytuację sektora agrobiznesu w kraju. Największy wpływ wywarło to na położenie indywidualnych gospodarstw rolniczych, w szczególności pod względem wzrostu skali środków pieniężnych je wspierających. Otrzymano możliwość pozyskiwania środków z funduszy unijnych za pomocą zarówno dopłat bezpośrednich, jak i funduszy z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW). Krajowi producenci rolni pozyskali ponadto prawa dostępu do rynków zbytu takich, jakie posiadają pozostałe gospodarstwa unijne. Wpłynęło to na zwiększenie poziomu konkurencji sektora rolnego. Sytuacja taka skłoniła zarządzających przedsiębiorstwami rolniczymi do podejmowania nowych rozwiązań w sferze produkcyjnej oraz finansowej. Stało się to koniecznością z uwagi na konkurencję ze strony zachodnich sąsiadów, którzy osiągają znacznie większe plony z 1 ha produkcji. Zagraniczne gospodarstwa korzystają z wielu najnowocześniejszych technologii upraw oraz sterowania produkcją. Uprawiają także nowe odmiany roślin, które są bardziej odporne na szkodniki, osiągają wyższy plon i mają atrakcyjniejszy dla konsumenta wygląd. Sprostanie takim wyzwaniom wymaga od zarządzających gospodarstwami rolniczymi podejmowania nowych inwestycji w swoich przedsiębiorstwach. Od tej pory przedsiębiorczy polscy rolnicy poczynili znaczne nakłady na rozwój swoich gospodarstw i postęp techniczny.

Celem artykułu jest identyfikacja sytuacji branży ogrodniczej po akcesji Polski do Unii Europejskiej. W opracowaniu wykorzystano dane Głównego Urzędu Statystycznego, Eurostatu oraz Stowarzyszenia Producentów Pomidorów i Ogórków pod Osłonami.

1. Polskie ogrodnictwo na tle Unii Europejskiej

Polska pod względem liczby gospodarstw ogrodniczych zajmuje drugie miejsce w Europie. W 2003 roku większą liczbę gospodarstw ogrodniczych posiadała jedynie Hiszpania (o ok. 3 tys.). W 2010 roku krajem w Unii Europejskiej posiadającym największą liczbę gospodarstw specjalizujących się w uprawach ogrodniczych były Włochy – 38 tys. przedsiębiorstw ogrodniczych. W tym czasie w Polsce i Hiszpanii liczba gospodarstw wynosiła *ex aequo* 36 tys. Jak obrazuje rysunek 1, te trzy kraje (Polska, Hiszpania i Włochy) mają znaczącą przewagę w tym zakresie nad innymi państwami Unii Europejskiej. W większości krajów nastąpił znaczny spadek liczby gospodarstw w 2010 roku w porównaniu do roku 2002. Wyjątek stanowią: Rumunia (w której odnotowano bardzo dynamiczny – prawie 2-krotny – wzrost), Włochy oraz Węgry. W Polsce w 2010 roku liczba gospodarstw ogrodniczych również spadła o niemal 14 tys. w porównaniu do roku 2003¹.

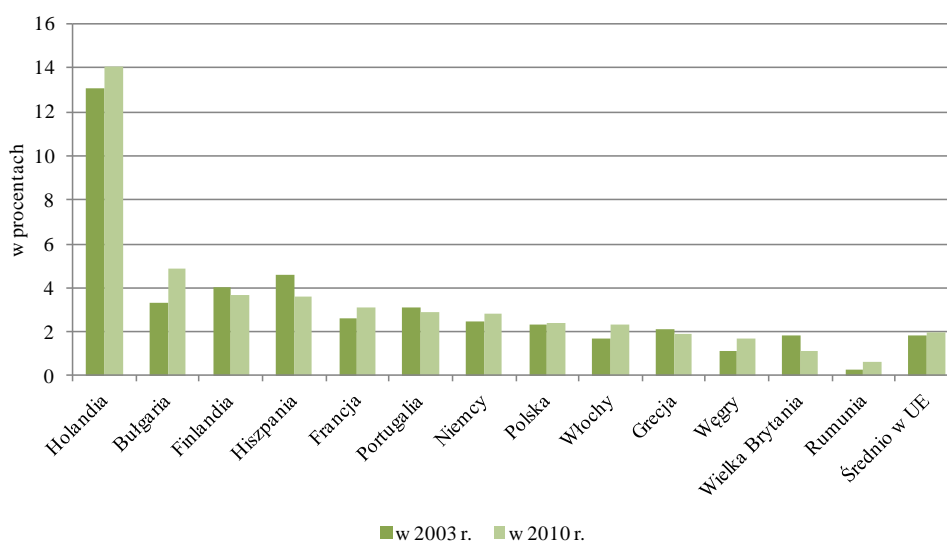
¹ Z uwagi na konieczność dostosowania danych do metodologii wykorzystywanych w statystykach europejskich, dane dla roku 2003 odnoszą się dla Polski do roku 2002. W tym czasie w Polsce przeprowadzono Powszechny Spis Rolny, którego wyniki dotyczące struktury agrarnej są ujednolicone z systemem europejskim.



Rysunek 1. Liczba gospodarstw ogrodniczych w wybranych krajach Unii Europejskiej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Gospodarstwa rolne w Polsce na tle gospodarstw Unii Europejskiej – wpływ WPR*, W. Poczta (red.), 2013. Pobrane z: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RL_Gospodarstwa_rolne_na_tle_internet.pdf (dostęp: 19.10.2014).

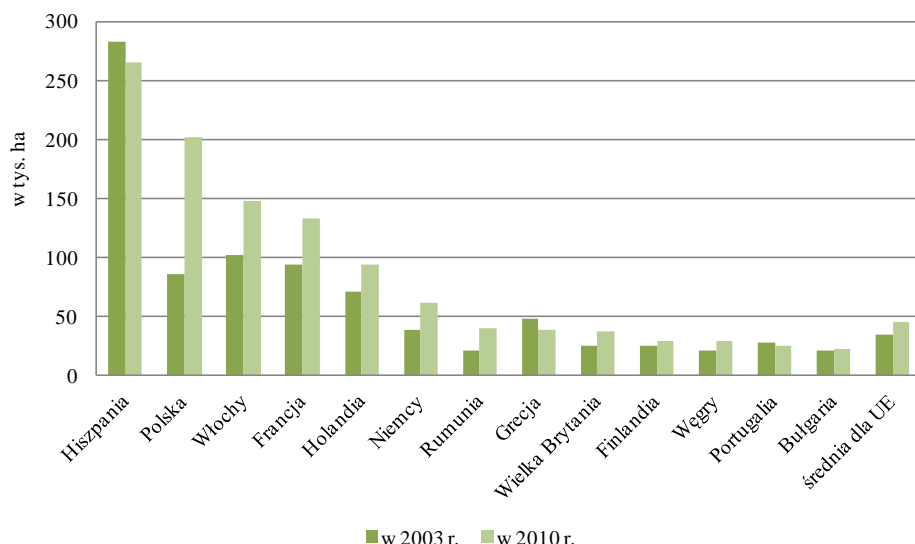
Analizując dane dotyczące roli upraw ogrodniczych krajów UE, uwidacznia się wysoki ich udział w strukturze gospodarstw rolnych w Holandii. W Polsce kształtuje się on nieco powyżej średniej państw Unii Europejskiej (średnia ta wynosiła 1,8% w 2003 roku oraz 2% w roku 2010).



Rysunek 2. Udział gospodarstw ogrodniczych w strukturze gospodarstw rolnych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Gospodarstwa rolne w Polsce na tle gospodarstw Unii Europejskiej – wpływ WPR*, W. Poczta (red.), 2013. Pobrane z: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RL_Gospodarstwa_rolne_na_tle_internet.pdf (dostęp: 19.10.2014).

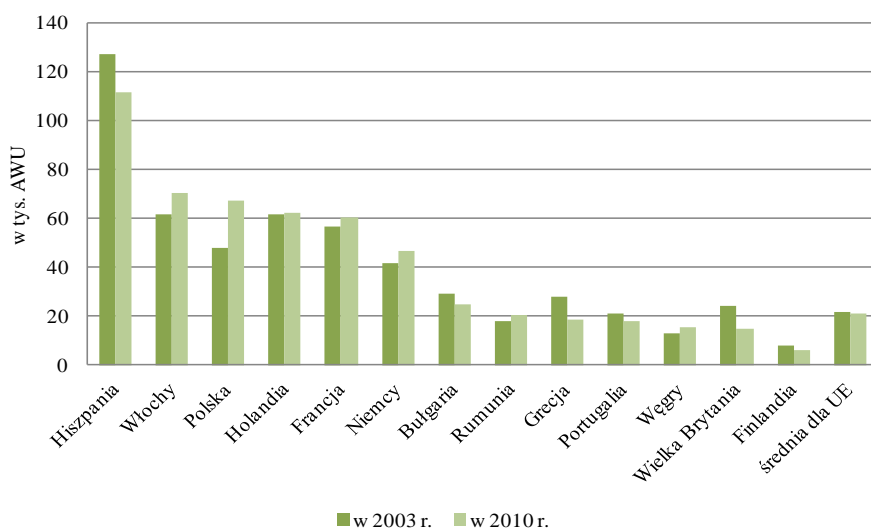
Najmniejsze znaczenie, na tle pozostałych upraw, ogrodnictwo odgrywa w Łotwie i Irlandii. Łącznie w 2003 roku w Unii Europejskiej działało 268 tys. gospodarstw ogrodniczych, których średni udział w strukturze rolnictwa wynosił 1,8%. W 2010 roku działalność gospodarczą o tym charakterze prowadziło jedynie 236 tys. przedsiębiorstw, a ich udział wynosił 2%.



Rysunek 3. Powierzchnia upraw ogrodnich w wybranych krajach europejskich.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Gospodarstwa rolne na tle Unii Europejskiej – wpływ WPR*, Główny Urząd Statystyczny, 2013. Pobrane z: www.stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/psr-2010/powszechny-spis-rolny-2010-gospodarstwa-rolne-w-polsce-na-tle-gospodarstw-unii-europejskiej-wplyw-wpr,12,1.html (dostęp: 19.10.2014).

W Polsce, w porównaniu do pozostałych państw Unii Europejskiej, nastąpił najbardziej dynamiczny wzrost powierzchni upraw ogrodnich – z 86 tys. ha w 2003 roku do 202 tys. ha w roku 2010. W 2003 roku byliśmy krajem zajmującym czwarte miejsce pod względem powierzchni upraw, a już w 2010 roku drugą pozycję. Największą powierzchnię upraw posiadała Hiszpania, natomiast w Luksemburgu nie ma żadnych upraw ogrodnich. Średnia w Unii Europejskiej w 2003 roku wyniosła 35 tys. ha, a w roku 2010 wzrosła do 46 tys. ha.



Rysunek 4. Nakłady pracy w ogrodnictwie w wybranych krajach europejskich.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Gospodarstwa rolne w Polsce na tle gospodarstw Unii Europejskiej – wpływ WPR*, W. Poczta (red.), 2013. Pobrane z: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RL_Gospodarstwa_rolne_na_tle_internet.pdf (dostęp: 19.10.2014).

Analizując dane zaprezentowane na rysunku 4, dostrzega się zależność nakładów pracy od wielkości powierzchni upraw ogrodnich. W Polsce, pomimo ponad 2,3-krotnego wzrostu powierzchni upraw, nastąpił jedynie 1,4-krotny wzrost nakładów pracy². Wyższe nakłady pracy od Polski zarówno w 2003, jak i 2010 roku wykazywały tylko dwa kraje: Hiszpania oraz Włochy. W 2002 roku także Holandia i Francja miały wyższy wskaźnik w tym zakresie. Przeciętną wielkością nakładów pracy dla Unii było w obu badanych okresach 21 tys. AWU.

Reasumując, największą rolę w Unii Europejskiej odgrywają gospodarstwa hiszpańskie, włoskie oraz polskie. Wiodącym krajem w tym zakresie jest również Holandia, która posiada znacznie mniejszą powierzchnię oraz liczbę gospodarstw, jednak są one niezwykle zaawansowane technologicznie. Wysoki odsetek ogrodnictwa na tle rolnictwa tego kraju świadczy o dużym znaczeniu tego typu upraw dla gospodarki państwa.

Analizując jeden z obszarów produkcji ogrodnich – uprawę pomidora, można zauważyć, że trzema największymi producentami tego warzywa są Włochy, Hiszpania i Portugalia, choć Polska również zajmuje wysoką pozycję (tabela 1).

Tabela 1

Produkcja pomidora w wybranych krajach w Europie³ w latach 2002-2013 (w tys. t)

Kraj	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Włochy	5750	6652	7683	7187	6366	6528	5982	6383	6025	5962	5132	b. d.
Hiszpania	3987	3947	4383	4810	3801	4082	3848	4749	4313	3864	4046	3777
Portugalia	955	993	1201	1085	983	1236	1148	1347	1406	1245	1393	174
Grecja	1883	1790	1880	1670	1550	1424	1339	b. d.	1406	1170	980	b. d.
Holandia	555	595	655	660	680	685	730	800	765	815	805	855
Francja	803	837	849	790	740	680	715	b. d.	808	845	764	776
Polska	221	234	213	232	247	277	257	265	250	712	759	762
Rumunia	305	465	805	380	572	407	536	471	415	590	453	505
Belgia	234	250	246	230	238	223	226	232	228	218	232	b. d.
Węgry	247	281	269	188	205	228	206	193	134	165	110	138
Bułgaria	245	428	238	127	213	133	134	104	115	103	94	b. d.
Niemcy	46	50	59	58	53	63	65	67	73	77	61	69

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Tomatoes production*. Eurostat, 2014. Pobrane z: www.epp.eurostat.c.europa.eu/tgm/download.do?sessionId=9ea7d07e30dc1b677afc38c249a98a8a97f73668001a.e340aN8Pc3mMc40Lc3aMaNyTbx4Oe0?tab=table&plugin=0&language=en&pcode=tag00035 (dostęp: 15.03.2014).

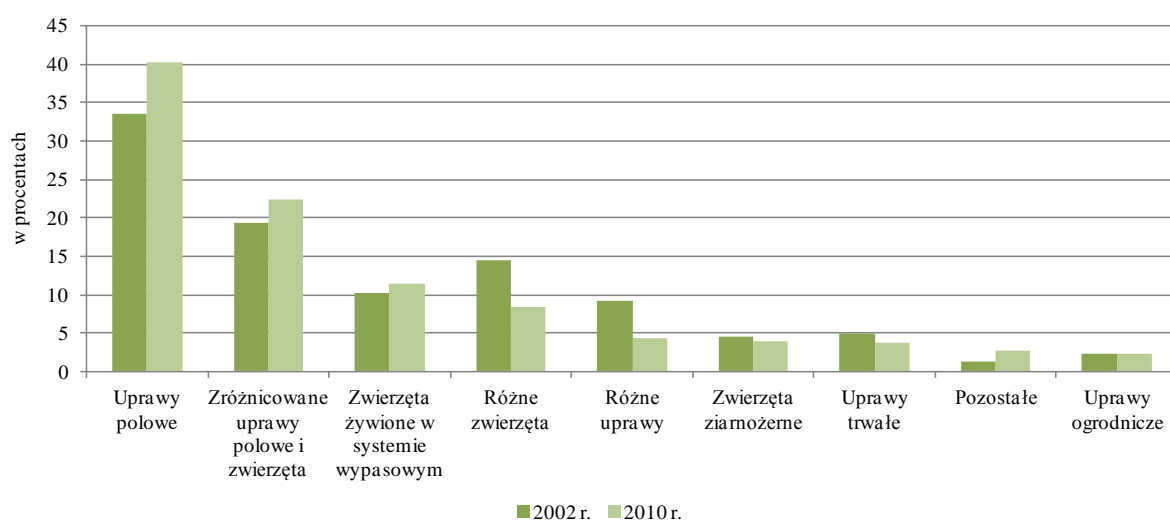
² Dane zostały przedstawione w wielkościach AWU. Jest to roczna jednostka pracy (ang. *Annual Work Unit*), która odpowiada ekwiwalentowi pełnego etatu pracy. Jedna jednostka AWU odpowiada wykonanej pracy przez jedną osobę, pracującą w gospodarstwie rolnym w pełnym wymiarze czasu. Pełny etat oznacza minimalną liczbę godzin wymaganych przez właściwe przepisy krajowe regulowane – przez umowę o pracę. Wynosi on w wybranych krajach: Francja – 1824 h (228 dni), Grecja – 220 h (275 dni), Hiszpania – 1824 h (228 dni), Polska – 2120 h (265dni), Norwegia – 1845h (230,6 dnia), Rumunia – 1960h (245dni). Jeżeli w przepisach krajowych nie ma regulacji określających tę liczbę, to używa się wielkości wynoszące w sektorze rolnym 1 800 h rocznie, czyli odpowiednik 225 dni roboczych.

³ Kraje uporządkowane według hierarchii z 2012 roku pod względem liczby wytworzonych t pomidora. Dokonano takiego podziału, gdyż dla roku 2013 nie zebrano danych dla wszystkich krajów.

Jak wspomniano powyżej, największym producentem pomidorów w Europie są Włochy, jednak od 2009 roku w tym kraju utrzymuje się tendencja spadkowa. Na drugim miejscu lokuje się Hiszpania, a na trzecim Portugalia. Największy spadek produkcji obserwowany jest w Grecji, gdzie w 2012 roku, w porównaniu do 2002 roku, zmalała ona prawie o połowę. Polska zajmuje siódmą pozycję, od 2007 roku stale zwiększając swą produkcję, chociaż w porównaniu do największego potentata wytwarza prawie 7-krotnie mniej tego warzywa.

2. Ogrodnictwo w Polsce

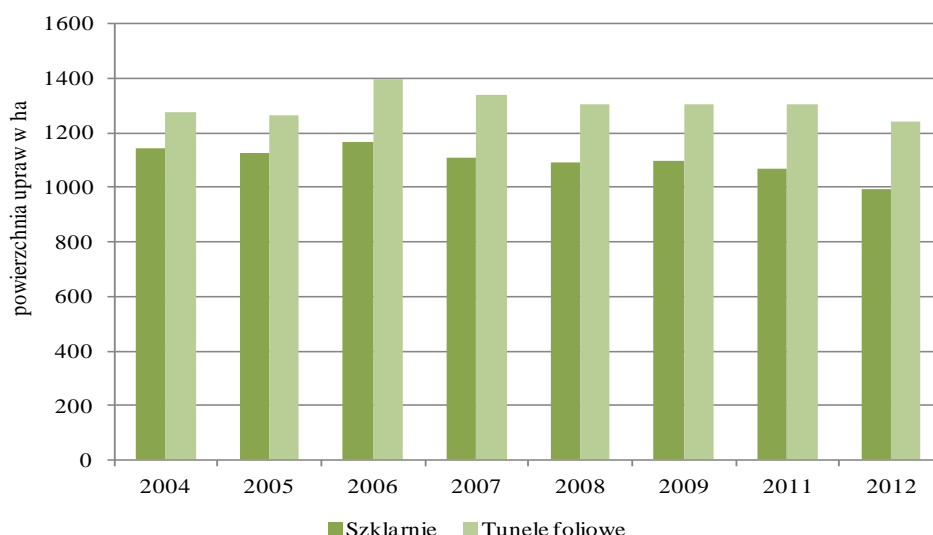
Uprawy ogrodnicze w Polsce, w porównaniu do innych typów produkcji, stanowią najmniejszy procentowy udział w rolnictwie krajowym, który nie zmienił się od 2002 roku, w roku 2010 wynosząc nadal 2%. Gospodarka rolnicza Polski opiera się głównie na uprawach polowych, zróżnicowanych wraz z hodowlą zwierząt.



Rysunek 5. Udział poszczególnych typów produkcyjnych w gospodarstwach rolnych.

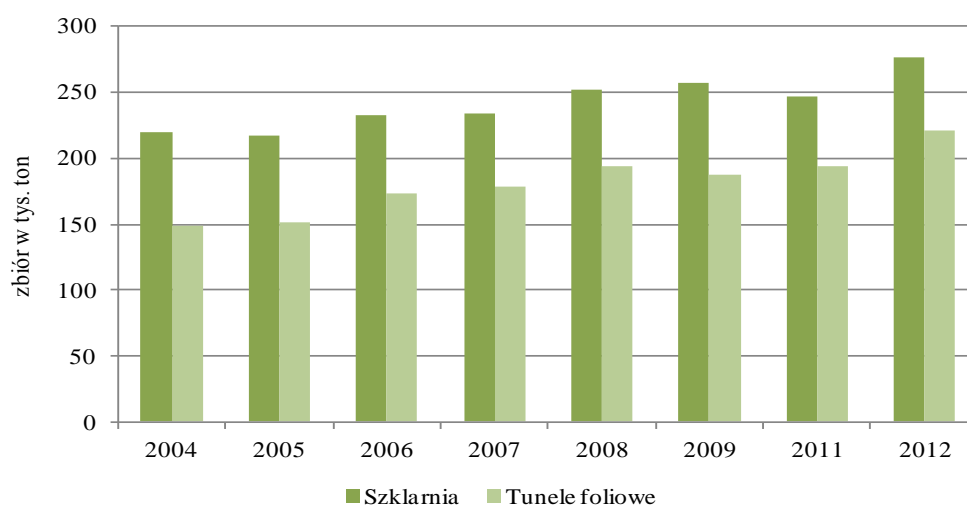
Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2010 r.*, Główny Urząd Statystyczny, 2010. Pobrane z: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RL_charakterystyka_gospodarstw_rolnych_2010.pdf (dostęp: 15.03.2014).

Całkowita powierzchnia upraw warzyw pod osłonami wynosiła w Polsce w 2012 roku 5 305 ha, z czego uprawy szklarniowe stanowiły 1 689 ha, a wielkość tuneli foliowych 3 573 ha. Uprawa pomidora odbywała się na powierzchni 2 230 ha (SPPiOpO, 2014).



Rysunek 6. Powierzchnia uprawy pomidorów pod osłonami w poszczególnych typach obiektów (w ha).
 Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Warzywa pod osłonami w Polsce – powierzchnia uprawy i produkcja*, Stowarzyszenie Producentów Pomidorów i Ogórków pod Osłonami, 2014. Pobrane z: www.sppiopo.pl/artykuly/warzywa-pod-oslonami-w-polsce-powierzchnia-uprawy-i-produkcja/ (dostęp: 14.06.2014).

Największy całkowity obszar produkcji pomidora, wynoszący prawie 2 400 ha, był w 2006 roku, zresztą w tym okresie największą wartość stanowiły też uprawy szklarniowe i tunele foliowe. Najmniejszy był w 2012 roku, kiedy to całkowita produkcja obejmowała nieco ponad 2 200 ha. Analizując rysunek 6, dostrzega się tendencję malejącą powierzchni upraw pod szkłem.



Rysunek 7. Zbiory pomidorów spod osłon w poszczególnych typach obiektów (w tys. t).
 Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Warzywa pod osłonami w Polsce – powierzchnia uprawy i produkcja*, Stowarzyszenie Producentów Pomidorów i Ogórków pod Osłonami, 2014. Pobrane z: www.sppiopo.pl/artykuly/warzywa-pod-oslonami-w-polsce-powierzchnia-uprawy-i-produkcja/ (dostęp: 14.06.2014).

Największy zbiór pomidorów wystąpił w 2012 roku, a najmniejszy w latach 2004 i 2005. Pomimo mniejszej powierzchni upraw szklarniowych, zbiory w tych obiektach są zdecydowanie większe. Świadczy to o większej efektywności tego typu konstrukcji dla zwiększenia plonów.

Podsumowując zaprezentowane dane, warto podkreślić, że gospodarstwa ogrodnicze, w porównaniu do pozostałych typów produkcji rolnej, są najmniej liczną grupą w Polsce. Skoncentrowane są one w centralnej oraz w południowo-wschodniej części kraju. Analiza powierzchni upraw pomidorów w szklarniach oraz ich zbioru wykazała malejącą liczbę powierzchni przy rosnących zbiorach tego warzywa. Wynika to ze wzrostu plonu osiąganego z 1 ha produkcji oraz jej likwidacji w obiektach nierentownych.

3. Perspektywy rozwoju produkcji pomidora w Polsce

Dalsze perspektywy rozwoju dla branży ogrodniczej w Polsce są korzystne. Posiada ona odpowiednie warunki klimatyczne, chociaż oczywiście nieporównywalne do tych panujących w Hiszpanii, Turcji czy Rumuni. Kraj dysponuje również niezbędnymi zasobami wody do prowadzenia tego rodzaju działalności. Duży atut stanowi lokalizacja w pobliżu najważniejszych dla Polski odbiorców, takich jak Rosja, Niemcy i Wielka Brytania. Gospodarka krajowa utrzymuje się na stabilnym poziomie. Występują relatywnie niższe koszty produkcji, czyli pracy, ziemi i kapitału, w porównaniu do krajów rozwiniętych, takich jak Holandia. Rodzimy rynek produktów ogrodniczych stale się rozwija, a od czasów akcesji Polski do Unii ten trend się znacznie umocnił. Ogrodnicy posiadają odpowiednie kwalifikacje, doświadczenie i motywacje do stałego poszerzania swojej wiedzy. W gospodarstwach zaobserwowano również znaczny wzrost poziomu technologicznego i mechanizacji.

Rynek krajowy pomidorów charakteryzuje się większym udziałem importu nad eksportem. Świadczy to o braku zaspokojenia popytu rynku krajowego dobrami wyprodukowanymi w kraju oraz o możliwości zwiększenia na nim sprzedaży. Krajowi producenci pomidorów pod osłonami mają szansę również na wzrost poziomu eksportu oraz umocnienie pozycji Polski jako eksportera tego surowca na rynkach odbiorców. Panuje jednak na nich duża konkurencja ze strony producentów z Holandii, Hiszpanii i Turcji. Rosną także wymagania klientów dotyczące certyfikatów bezpieczeństwa żywności, standardów jakościowych oraz możliwości identyfikacji produktu na etapie dystrybucji. Obecne wyzwania eksportowe są takie same dla wszystkich krajów i spełnienie ich przez polskich producentów wraz z poszukiwaniem nowych rynków zbytu może zaowocować wzrostem popytu oraz poprawą sytuacji finansowej producentów.

Sprostanie tak wysokim oczekiwaniom wymaga unowocześnienia obiektów szklarniowych, wprowadzenia nowoczesnych technologii i stałego dążenia producentów do doskonalenia swoich umiejętności. Niezwykle ważne jest wykształcenie ogrodników, aby umieli oni w pełni wykorzystywać nowoczesne technologie. Formami udoskonalania swoich produkcji może być współpraca z doświadczonymi producentami zagranicznymi, w szczególności holenderskimi⁴, a także ośrodkami naukowymi. Do wzmocnienia pozycji Polski jako eksportera pomidora konieczna jest też ścisła współpraca producentów z sektorem rządowym (Maciejuk, 2012).

⁴ Ogrodnictwo holenderskie jest niezwykle zaawansowane technologicznie. W kraju tym działa wiele specjalistycznych ośrodków badawczych i przedsiębiorstw specjalizujących się w prowadzeniu upraw pomidora oraz rozwoju technologii używanej przy jego produkcji.

Podsumowanie

W artykule wykazano wysoką pozycję ogrodnictwa Polski na tle Unii Europejskiej. Zajmuje ona trzecie miejsce pod względem liczby gospodarstw, a drugie, uwzględniając kryterium powierzchni upraw ogrodnich. Porównanie tych wartości do danych dotyczących rolnictwa krajowego wykazało, że pomimo wysokiej pozycji w Europie, ten rodzaj upraw ma najmniejszy udział procentowy w rolnictwie krajowym. Zaobserwowano znaczny spadek liczby gospodarstw przy jednoczesnym wzroście powierzchni upraw po akcesji do Unii. Szczególną uwagę poświęcono ogrodnictwom specjalizującym się w uprawie pomidora. Polska jest na siódmym miejscu pod względem produkcji tego warzywa, a od 2007 roku obserwuje się jej znaczny wzrost. Dowiedziano także, że plon pomidora hodowanego w szklarni przewyższa ten uzyskany z tuneli foliowych.

Streszczenie

Artykuł dotyczy charakterystyki gospodarstw ogrodnich specjalizujących się w uprawie pomidora. Przedstawiono pozycję Polski na tle Europy w tego typu uprawach oraz dane dotyczące ogrodnictwa w kraju. Zaprezentowany został sektor ogrodniczy, a w szczególności informacje na temat produkcji pomidora oraz perspektywy na przyszłość dla tego rynku.

Summary

The article describes horticultural holdings which produce tomatoes. The situation of Poland within Europe in this type of cultivation and data concerning horticultural in the country were presented. Horticultural sector and information on the tomato production were discussed. Perspectives concerning the future of this industry were also examined.

Bibliografia

- Eurostat. (2014). *Tomatoes production*. Pobrane z: www.epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/download.do;jsessionid=9ea7d07e30dc1b677afc38c249a98a8a97f73668001a.e340aN8Pc3mMc40Lc3aMaNyTbx4Oe0?tab=table&plugin=0&language=en&pcode=tag00035.
- Główny Urząd Statystyczny. (2010). *Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2010 r.* Pobrane z: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RL_charakterystyka_gospodarstw_rolnych_2010.pdf.
- Główny Urząd Statystyczny. (2012). *Powszechny Spis Rolny 2010 – Pracujący w gospodarstwach rolnych*. Pobrane z: http://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RL_PSR2010_Pracujacy_w_gospodarstwach_rolnych.pdf.
- Główny Urząd Statystyczny. (2013). *Gospodarstwa rolne na tle Unii Europejskiej – wpływ WPR*. Pobrane z: www.stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/psr-2010/powszechny-spis-rolny-2010-gospodarstwa-rolne-w-polsce-na-tle-gospodarstw-unii-europejskiej-wplyw-wpr,12,1.html.
- Maciejuk, A. (2012). Rozwój ogrodnictwa szklarniowego. *Hasło Ogrodnicze*, 4, 68-69.
- Poczta, W. (red.). (2013). *Gospodarstwa rolne w Polsce na tle gospodarstw Unii Europejskiej – wpływ WPR*. Pobrane z: www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RL_Gospodarstwa_rolne_na_tle_internet.pdf.
- Stowarzyszenie Producentów Pomidorów i Ogórków pod Osłonami. (2014). *Warzywa pod osłonami w Polsce – powierzchnia uprawy i produkcja*. Pobrane z: www.sppiopo.pl/artykuly/warzywa-pod-oslonami-w-polsce-powierzchnia-uprawy-i-produkcja/.

WYZWANIA DLA POLSKIEJ GOSPODARKI STAWOWEJ W ŚWIETLE RAMOWEJ DYREKTYWY WODNEJ

Wstęp

Światowe zasoby wody słodkiej wynoszą ok. 30 mln km³, co stanowi 2,5% globalnych zasobów wód. Niewielki procent wody słodkiej jest dziś dostępny człowiekowi, ponieważ w większości woda występuje w postaci lodowców i pokrywy śnieżnej. Wody powierzchniowe, np. jeziora czy rzeki, stanowią zaledwie 0,4% ogólnych zasobów. Istotny jest fakt, że ok. 20% ludności świata nie ma dziś dostępu do czystej wody i odsetek ten, mimo szeregu działań, stale rośnie. Polska należy do krajów o ograniczonych zasobach wody, dlatego też ich oszczędność jest priorytetem (Kundzewicz i in., 2010).

Rybactwo stawowe należy do najbardziej tradycyjnej i ekologicznej formy akwakultury, praktykowanej w większości krajów na świecie. Największymi ośrodkami hodowli ryb słodkowodnych są Azja i Europa Środkowo-Wschodnia. W 2011 roku całkowita produkcja europejskiej akwakultury w stawach wyniosła ok. 290 000 t. Liderami w tej kwestii są: Rosja, Polska, Czechy, Niemcy, Ukraina oraz Węgry (Sustain Aqua, 2009). Polska, obok Czech, jest największym producentem karpia w stawach ziemnych w Unii Europejskiej (European Union, 2014). Ryby hodowane w polskich stawach ziemnych uchodzą za jeden z najzdrowszych produktów spożywczych na rynkach unijnych.

Akwakultura stawowa posiada wiele walorów oprócz produkcji ryb. Stawy rybne służą jako rezerwuary wody o znaczącej roli podczas ekstremalnych warunków pogodowych (np. powodzie, susze). Ważną funkcją środowiskową stawów rybackich jest retencjonowanie wody. Woda do gospodarstw rybackich jest pobierana zimą i wczesną wiosną, zapobiegając skutkom powodzi na okolicznych terenach. Rocznie stawy rybne magazynują ok. 1,2-1,5 mld m³ wody. Stawy rybne stanowią także bardzo cenny element tradycyjnego krajobrazu wiejskiego i korzystnie wpływają na środowisko poprzez wspieranie bioróżnorodności. Odgrywają też istotną rolę społeczną, edukacyjną, przyrodniczą oraz rekreacyjną (Guziur, 2011).

Dynamiczny wzrost produkcji w akwakulturze spowodował, że polscy hodowcy ryb słodkowodnych muszą sprostać rosnącej konkurencji. Zaostrzono także wymagania prawne, dotyczące jakości produktów, ochrony środowiska i zdrowia. Hodowcy muszą też sprostać ograniczeniom prawnym w stosunku do emisji ścieków, poboru wody, użycia substancji chemicznych i modyfikacji genetycznych. Dalsze losy sektora akwakultury zależą w dużej mierze od tego, czy hodowcy dostosują się do tych wymagań (Lirski i in., 2013).

1. Ramowa Dyrektywa Wodna

Ramowa Dyrektywa Wodna WE (2000/60) (Dz.Urz. UE Polskie wydanie specjalne, rozdz. 15, t. 5, s. 275) zakłada zrównoważony rozwój polityki w zakresie ochrony środowiska oraz ujednoczenie dotychczasowych dyrektyw w krajach członkowskich w sprawie zwalczania zanieczyszczeń oraz określenia norm jakości wody. Kraje członkowskie zobowiązane są do stopniowego zmniejszenia emisji zanieczyszczonych wód i opracowania programów monitorowania w celu poprawy jakości wody do 2015 roku (Roque d'Orbecastel i in., 2008). Zrównoważony rozwój zakłada, że system produkcji żywności powinien być jak najbardziej

efektywny i minimalizować wpływ na środowisko (Colt i in., 2008). W porównaniu do innych rodzajów produkcji zwierzęcej, zrównoważony rozwój jest szczególnie istotny dla akwakultury z uwagi na jej udział w użytkowaniu ważnych zasobów naturalnych, takich jak woda, mokradła oraz tereny przybrzeżne.

Zapisy Ramowej Dyrektywy Wodnej porządkują i koordynują istniejącą europejską legislację wodną, w ramach której ochronie podlegają wody: śródlądowe, podziemne, przejściowe oraz przybrzeżne. Głównymi założeniami tej dyrektywy są: zapobieganie zanieczyszczeniom wód oraz ich kontrola, odpowiednie dostarczenie wody dla ludności, rolnictwa oraz przemysłu, poprawa jakości wód i stanu środowiska, spowodowane przez działalność człowieka, ograniczenie skutków powodzi i susz oraz zanieczyszczenia wód podziemnych (Ramowa Dyrektywa Wodna, Dz.Urz. UE Polskie wydanie specjalne, rozdz. 15, t. 5, s. 275).

2. Problemy rybactwa stawowego

Produkcja stawowa nie jest możliwa bez wody i prawa do jej dostępu. Rybactwo stawowe jest użytkownikiem, ale nie konsumentem wody. Narzucenie sposobu gospodarowania na gruntach przyległych do zbiorników wodnych oraz ograniczenia dla użytkowników korzystających z wód odnośnie do wartości dopuszczalnego poboru wody są realnym zagrożeniem dla istnienia akwakultury stawowej (Lirski i in., 2013).

Istotnym problemem, z jakimi musi borykać się rybactwo przy realizacji założeń RDW, jest kontrola zanieczyszczeń ze stawów rybnych. Intensywna produkcja stawowa niesie za sobą ryzyko wpływu na wody śródlądowe, jednak wielokrotne badania potwierdziły, że ilość zanieczyszczeń pochodząca ze stawów nie wpływa znacząco na eutrofizację wód. Badania własne wykazały, że jakość wód po wykorzystaniu w stawach była lepsza niż przy pobraniu z rzek (SustainAqua, 2009).

Bardzo ważnym problemem, decydującym o opłacalności produkcji, a nawet przyszłości istnienia w Polsce akwakultury stawowej, jest widmo poboru opłat za wodę wykorzystywaną do hodowli ryb. W tradycyjnych stawach pstrągowych przepływa średnio ok. 200-400 l wody/sek. Wprowadzenie nawet symbolicznej kwoty opłaty za wodę generowałoby ogromne koszty i kwestionowałoby sens dalszego prowadzenia produkcji. Rybacy musieliby wnieść ok. 35 mln zł opłat środowiskowych. Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (Kuligowski, Osajda, Setla, 2014) oddalił skargę Komisji Europejskiej na Niemcy, które nie wprowadziły opłat środowiskowych za wodę. Hodowcy ryb mogą prowadzić swoją dalszą działalność bez ponoszenia dodatkowych kosztów obciążających budżet. Trybunał uznał, że Dyrektywa 2000/60/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 23 października 2000 r. nie nakłada obowiązku na państwa członkowskie do wnoszenia opłat za pobór wody.

Podsumowanie

Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich nie jest możliwy bez rybactwa stawowego. Akwakultura stawowa ma swój wkład w ochronę i utrzymanie zbiorników wodnych, a dzięki zrównoważonej produkcji ryb dostarcza usług ekologicznych. Bez produkcji akwakultury na tych obszarach różnorodność biologiczna zostałaby znacząco ograniczona. Rybactwo stawowe dysponuje niewykorzystanym potencjałem rynkowym, który wymaga innowacji i inwestycji. Jednym z głównych ograniczeń w rozwoju akwakultury stawowej często są zbyt restrykcyjne regulacje prawne na poziomie krajowym i lokalnym. Rybactwo stawowe powinno być traktowane na równi z innymi sektorami rolnictwa. Innowacyjność sektora

akwakultury oraz wdrażanie zasad zrównoważonej produkcji tworzą warunki dla wzrostu i zatrudnienia, dlatego też powinny znaleźć swoje odzwierciedlenie oraz wsparcie w odpowiednich regulacjach prawnych.

Streszczenie

Zrównoważony chów ryb zakłada dążenie do minimalizacji jego wpływu na środowisko przy jednoczesnym zapewnieniu korzyści ekonomicznych dla hodowców. Dynamiczny wzrost produkcji w akwakulturze zmusza polskich hodowców ryb słodkowodnych do stawienia czoła rosnącej konkurencji. Muszą oni także sprostać wymaganiom prawnym w kwestii jakości produktów, ochrony środowiska i zdrowia. W krajach, gdzie zasoby wodne są ograniczone, oszczędność wody stała się priorytetem. Ograniczenia prawne w stosunku do poboru wody w dużej mierze mogą przyczynić się do zbyt dużego obciążenia finansowego gospodarstw rybackich.

Summary

A balanced fish-farming assumes to minimize its influence on environment while providing economic benefits for farmers. A dynamic growth in aquaculture production forces Polish fish farmers to deal with the increasing competitiveness. On the other hand, they have to meet legal requirements concerning the product quality and environment and health protection. In the countries, where water resources are limited, the water savings became a priority. Legal limits on water consumption may largely contribute to the extensive financial burden of fish farms.

Bibliografia

- Colt, J., Fivelstad, S., Pfeiffer, T., Rust, M., Summerfelt, S. (2008). Energy and resource consumption of land-based Atlantic salmon smolt hatcheries in the Pacific Northwest (USA). *Aquaculture*, 280, 94-108.
- European Union. (2014). *Facts and figures on the Common Fisheries Policy*. Basic statistical data. Pobrane z: www.ec.europa.eu/fisheries/documentation/publications/pcp_en.pdf.
- Guziur, J. (2011). Z dziejów hodowli karpia w Polsce. *Przegląd Rybacki*, 36(6 [120]), 42-44.
- Kuligowski, Ł., Osajda, K., Setla, G. (2014). Hodowcy ryb bez opłat środowiskowych za pobór wód. *Rzeczpospolita* (07.10.2014). Pobrane z: <http://www.rp.pl/artykul/1147003-Hodowcy-ryb-bez-oplat-za-pobor-wod-do-stawow.html#ap-1>.
- Kundzewicz, Z.W., Zalewski, M., Kędziora, A., Pierzgałski, E. (2010). Zagrożenia związane z wodą. W: *Raport o zagrożeniach – próba diagnozy*. Rozprawy Komitetu Badań nad Zagrożeniami przy Prezydium PAN (*Nauka*, 4, 87-96). Pobrane z www.pan.poznan.pl/nauki/N_410_12_Kundzewicz_woda.pdf.
- Lirski, A., Szarowski, L., Turkowski, K., Seremak-Bulge, J., Białowas, H., Żelazny, J., Szczepański, Z., Śliwiński, J., Cieśla, M. (2013). *Strategia Karp 2020 Lokalne Grupy Rybackie*. Pobrane z: www.pankarprybaczy.pl/strategia_karp_2020.pdf.
- Ramowa Dyrektywa Wodna*. Dyrektywa 2000/60/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 23 października 2000 r. ustanawiająca ramy wspólnotowego działania w dziedzinie polityki wodnej (Dz.Urz. UE Polskie wydanie specjalne, rozdz. 15, t. 5, s. 275).
- Roque d'Orbcastel, E., Blancheton, J.P., Boujard, T., Aubin, J., Moutounet, Y., Przybyła, C., Belaud, A. (2008). Comparison of two methods for evaluating waste of a flow through trout farm. *Aquaculture*, 274(1), 72-79.
- SustainAqua. (2009). *SustainAqua – Zintegrowane podejście do zrównoważonej i zdrowej akwakultury słodkowodnej. Podręcznik SustainAqua – Podręcznik zrównoważonej akwakultury*. Pobrane z: www.sprl.pl/userfiles/files/doc/sustain/podrecznik_sustain.pdf.

KLUCZOWE DOKUMENTY DLA POLSKI W PERSPEKTYWIE 2020

Wstęp

Perspektywa roku 2020 dla Polski może wydawać się dość odległa. Już dziś jednak należy podjąć próbę wyznaczenia prognozy stanu gospodarki, społeczeństwa czy kultury przez te najbliższe 5-6 lat. Dążenie do optymalnego rozwoju Polski wymaga przygotowania i realizacji dokumentów – strategii rozwoju – jako sformalizowanych planów koniecznych do podjęcia działań.

Artykuł składa się z dwóch części. Pierwsza odnosi się do krajowych dokumentów, które mają na celu wytyczenie niezbędnych działań w ramach dążenia do perspektywy 2020. Jej celem jest ukazanie tego, jak Polska jest przygotowana do kreowania pozytywnych zmian, mając zbudowaną wizję rozwoju do 2020 roku. Druga część podnosi kwestie związane z finansowymi aspektami wdrażania dokumentów planistycznych. Całość artykułu podparta jest analizą źródeł internetowych i tekstowych, mających stanowić podstawę rozważań oraz dać możliwość wyciągnięcia wniosków.

1. Dokumenty dotyczące krajowej perspektywy

Całość perspektyw może pozostawać w sferze domysłów, jednak istnieją pewne dokumenty, które mają ją niejako definiować: Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju. Polska 2030, Trzecia Fala Nowoczesności oraz Strategia Rozwoju Kraju 2020 – Aktywne społeczeństwo, konkurencyjne gospodarka, sprawne państwo.

Jako że strategia na długi okres czasu zawiera jedynie ogólne cele i wytyczne, koniecznością staje się sprecyzowanie przyszłej sytuacji. Służą temu inne dokumenty, które podzielono tak, aby realizowały różnorakie aspekty głównej strategii. Istnieje dziewięć tego typu dokumentów. Ich przygotowaniem zajmuje się koordynator, którego wyznacza Komitet Koordynacji ds. Polityki i Rozwoju, a prace realizuje się poprzez grupy złożone z przedstawicieli różnych ministerstw. Wyróżnia się następujące dokumenty (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 2012):

- Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki;
- Strategia Rozwoju Kapitału Ludzkiego;
- Strategia Rozwoju Transportu;
- Strategia Bezpieczeństwo Energetyczne i Środowisko;
- Strategia Sprawne Państwo;
- Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego;
- Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego – Regiony, Miasta, Obszary Wiejskie;
- Strategia Zrównoważonego Rozwoju Wsi, Rolnictwa i Rybactwa;
- Strategia Rozwoju Systemu Bezpieczeństwa Narodowego RP.

Warto jeszcze zwrócić uwagę na dokument o szerszej perspektywie czasowej, gdyż niejako zawierają się w nim odniesienia do roku 2020 – Koncepcję Przestrzennego Zagospodarowania dla Polski 2030, która stanowi najważniejszy dokument w długiej perspektywie czasu, odnoszący się do strategicznego gospodarowania przestrzenią. Jest to

projekt bazujący na planach zagospodarowania przestrzennego, mający na celu integralne zarządzanie procesami rozwoju na obszarze całego kraju (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 2012).

Podstawowym dokumentem, jeśli chodzi o rozwój całego kraju, a więc wpływającym na inne strategie, jest Strategia Rozwoju Kraju 2020. Projekt ten powstał w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego, a uchwaliła go Rada Ministrów w dniu 25 września 2012 roku. Dokument ten opiera się na trzech założeniach:

- aktywnym społeczeństwie;
- konkurencyjnej gospodarce;
- sprawnym państwie.

Tworzą one trzy obszary, w ramach których Polska ma się rozwijać do 2020 roku. W ramach każdego obszaru doprecyzowano także konkretne cele, które precyzują poszczególne zagadnienia. Każdy cel ma wyznaczony konkretny zakres, w ramach którego określono dokładnie, do jakiego stanu rozwoju Polski należy dążyć.

Dokument ten jest o tyle istotny, że zawarto w nim również ramy realizacji całej strategii z uwzględnieniem finansowania oraz systemu, według którego ma przebiegać wdrażanie. Dodatkowo element stanowi również zestawienie wskaźników (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 2012).

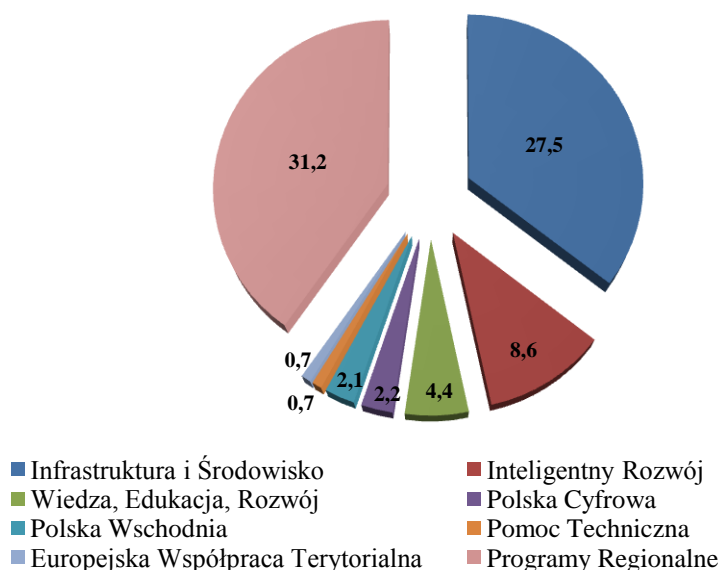
Ogólna zawartość tego dokumentu pozwala na wgląd w pełny zakres działań mających za zadanie osiągnięcie celów w ramach społeczeństwa, gospodarki i państwa do roku 2020. Stanowi on istotną całość, która daje nie tylko możliwość analizy, ale również bazę do działań. Cały system planowania krajowego w perspektywie 2020 skonstruowano w taki sposób, żeby Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju (do 2030 roku), Średniookresowa Strategia Rozwoju Kraju (do 2020 roku) oraz dziewięć funkcjonujących strategii zintegrowanych, łączyć ze sobą wspólną hierarchią celów oraz kierunkami, w jakich prowadzone są inwestycje. Z tego powodu koniecznością staje się rezygnacja z wąskiego podejścia w ramach sektora, a postawienie na myślenie strategiczne i zintegrowane, które będzie spajało ze sobą różne obszary oraz dziedziny. Kompletny system planowania strategicznego jest przemyślany i łączy ze sobą wyzwania, obszary inwestycyjne oraz już posiadane doświadczenie, dodatkowo wplatając systemy pomocowe Unii Europejskiej.

2. Rozwój Polski a wsparcie Unii Europejskiej

Jeśli chodzi o projekty unijne, to stanowią one bardzo istotne wsparcie dla Polski w okresie do roku 2020. Wiąże się to przede wszystkim z perspektywą budżetową, która obowiązuje właśnie do tego roku, pozwalającą na znaczną pomoc finansową przy realizacji różnorodnych projektów z obszarów społecznych czy gospodarczych.

Budżet Wspólnoty stanowi bardzo istotny „dokument” dla Polski jako największego beneficjenta unijnej pomocy. Jest to o tyle istotne, że przyspiesza rozwój całego kraju i pozwala na realizowanie większej liczby inwestycji, w tym osiągnięcie celów zawartych w krajowych dokumentach (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 2012).

Polska w perspektywie budżetowej Unii Europejskiej na lata 2014-2020 ma otrzymać przeszło 105 mld euro, czyli ok. 440 mld zł – jest to największa kwota pośród krajów członkowskich. Szczegółowy podział przyznanych Polsce środków prezentuje rysunek 1.



Rysunek 1. Podział na programy w ramach polityki spójności (w mld euro).

Źródło: Fundusze Europejskie w Polsce (2015), Portal Funduszy Europejskich. Pobrane z: www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/zasady-dzialania-funduszy/fundusze-europejskie-w-polsce/#Programy%20krajowe (dostęp: 23.01.2015).

Polska planuje rozdysponować środki pochodzące ze Wspólnoty na 11 kierunków. Przedstawiono to na rysunku 2.

Nauka i innowacja – wysoka jakość badań oraz nowoczesne technologie, wykorzystywane w przedsiębiorstwach i przemyśle
Usługi cyfrowe oraz sieć szerokopasmowa – dostęp do sieci publicznych oraz szybkiego Internetu na terytorium całej Polski
Przedsiębiorstwa – wzrost konkurencyjności, modernizacja i rozwój małych oraz średnich firm dzięki nowoczesnym produktom i innowacyjnym rozwiązaniom
Niskoemisyjna gospodarka – ekotransport oraz wzrost wykorzystywania odnawialnych źródeł energii
Dostosowanie do zmian klimatu – zapobieganie negatywnym skutkom występujących zjawisk pogodowych
Dziedzictwo kulturowe i ochrona środowiska – zachowanie zasobów kultury i przyrody dla przyszłych pokoleń
Transport – wysokiej jakości i bezpieczny transport za pomocą sieci dróg oraz kolei wraz z włączeniem istniejących tras do sieci europejskich
Wzrost zatrudnienia – dobre zdrowie i wysokie kwalifikacje pracowników oraz efektywne instytucje działające na rynku pracy
Spadek ubóstwa – pomoc osobom zagrożonym ubóstwem i wykluczeniem, tak aby mogły uczestniczyć w życiu zawodowym oraz społecznym, jak również korzystać z usług publicznych
Edukacja – wysoki poziom edukacji, faktycznie przygotowujący do podjęcia pracy
Poprawa funkcjonowania administracji publicznej – przejrzyste przepisy prawa, cyfryzacja, wysoka jakość usług

Rysunek 2. Kierunki dysponowania środków UE w Polsce.

Źródło: Fundusze Europejskie w Polsce. Programy regionalne 2014-2020 (2013), Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju. Pobrane z: www.polskawschodnia.gov.pl/media/1065/Fundusze_Europejskie_w_Polsce_biuletyn_nr_36.pdf. (dostęp: 23.01.2015).

Podsumowanie

Reasumując, do kluczowych dokumentów dla rozwoju Polski w perspektywie do roku 2020 zalicza się: Długookresową Strategię Rozwoju Kraju. Polska 2030, Trzecią Falę Nowoczesności i Strategię Rozwoju Kraju 2020 – Aktywne społeczeństwo, konkurencyjne gospodarka, sprawne państwo. Oczywiście one same nie są w stanie objąć szczegółowo wszystkich aspektów składowych tego, jakże rozbudowanego, procesu rozwoju, dlatego wspierane są przez inne dokumenty, a zwłaszcza dziewięć szczegółowych strategii. Cały zbiór dokumentów ma na celu kompleksowe przedstawienie ścieżek rozwoju kraju tak, aby ułatwić ich realizację oraz zwiększyć szanse na osiągnięcie zakładanych celów dotyczących rozwoju gospodarki, społeczeństwa czy kultury.

Streszczenie

Artykuł identyfikuje i charakteryzuje najważniejsze dokumenty planistyczne obowiązujące w Polsce w okresie programowania 2014-2020. Uzupełnieniem rozważań jest wskazanie finansowania procesów rozwojowych w Polsce z funduszy Unii Europejskiej.

Summary

The article discusses and describes the most important planning documents which are in force in Poland during programming period of 2014-2020. Indication of financing developmental processes in Poland from European Union funds are an addition to considerations.

Bibliografia

- Fundusze Europejskie w Polsce.* (2015). Portal Funduszy Europejskich. Pobrane z: www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/zasady-dzialania-funduszy/fundusze-europejskie-w-polsce/#Programy%20krajowe.
- Fundusze Europejskie w Polsce. Programy regionalne 2014-2020.* (2013). Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju.
- Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. (2012). *Strategia rozwoju kraju 2020.* Pobrane z: www.mr.gov.pl/media/3336/Strategia_Rozwoju_Kraju_2020.pdf.
- www.europa.eu/index_pl.htm.
- www.mir.gov.pl/rozwoj_regionalny/polityka_rozwoju/srk_2020/strony/srk_2020_aktywne_spoleczenstwo_konkurencyjna_gospodarka_sprawne_panstwo_zostala_przyjeta_przez_rm_25092012.aspx.
- www.polskawschodnia.gov.pl/media/1065/Fundusze_Europejskie_w_Polsce_biuletyn_nr_36.pdf.