

e-ISSN 2300-9918

HUMANITIES | AND SOCIAL | SCIENCES |

Quarterly, Volume XXI

(July - September)

Research Journal 23

(3/2016)

Volume Editor

Tadeusz Olejarcz

HSS Journal indexed, among others, on the basis of the reference of the Minister of Science and Higher Education in The Central European Journal of Social Sciences and Humanities (CEJSH), ERIH PLUS and Index Copernicus Journal Master List 2015.

Issued with the consent of the Rector

Editor in Chief
Publishing House of Rzeszow University of Technology
Grzegorz OSTASZ

Composition of the Scientific Papers Council
of the Faculty of Management at Rzeszow University of Technology
„Humanities and Social Sciences”

Grzegorz OSTASZ – Chairman (Poland)
Justyna STECKO – Editorial assistant (Poland)

members:

Alla ARISTOVA (Ukraine), Heinrich BADURA (Austria), Guido BALDI (Germany)
Aleksander BOBKO (Poland), Zbigniew BOCHNIARZ (USA)
Viktor CHEPURKO (Ukraine), Zuzana HAJDUOVÁ (Slovakia)
Wilem J.M. HEIJMAN (The Netherlands), Tamara HOVORUN (Ukraine)
Beatriz Urbano LOPEZ DE MENESES (Spain), Nicanor Ursua LEZAUN (Spain)
Józef MANDZIUK (Poland), Aleksandr MEREZHKO (Ukraine)
Nellya NYCHKALO (Ukraine), Annely ROTHKEGEL (Germany)
Josef SABLİK (Slovakia), Henryk SKOROWSKI (Poland)
Mykoła STADNIK (Ukraine), Beata SZLUZ (Poland)
Anatoliy TKACH (Ukraine), Michael WARD (Ireland)

Editor in Chief

Grzegorz OSTASZ (Poland)

Editorial Committee (Thematic editors)

Stanisław GĘDEK (Poland), Aleksandr GUGNIN (Poland), Eugeniusz MOCZUK (Poland)
Krzysztof TERESZKIEWICZ (Poland), Grzegorz ZAMOYSKI (Poland)

Editorial assistant

Justyna STECKO (Poland)

Statistical editor

Tomasz PISULA (Poland)

Members of editorial staff

Tadeusz OLEJARZ (Poland), Marta POMYKAŁA (Poland)
Hanna SOMMER (Poland), Beata ZATWARNICKA-MADURA (Poland)

Volume editor

Tadeusz OLEJARZ (Poland)

Language editors

Glyn David GRIFFITHS (The United Kingdom), Tatiana GUGNINA (Poland)
Alewtina ŁAWRINIENKO (Russia), Ruth MALOSZEK (Germany)
Magdalena REJMAN-ZIENTEK (Poland), Anna ROMAN (Poland)

Project of the cover

Damian GĘBAROWSKI

The printed version of the Journal is an original version.

e-ISSN 2300-9918

p-ISSN 2300-5327

Publisher: Publishing House of Rzeszow University of Technology,
12 Powstańców Warszawy Ave., 35-959 Rzeszow (e-mail: oficyna@prz.edu.pl)
<http://oficyna.portal.prz.edu.pl>

Editorial Office: Rzeszow University of Technology, The Faculty of Management,
10 Powstańców Warszawy Ave., 35-959 Rzeszów, phone: 17 8651383, e-mail: zeszyty@prz.edu.pl
<http://hss.portal.prz.edu.pl>

Additional information and an imprint – p. 235

SPIS TREŚCI

Od Komitetu Redakcyjnego	7
Agnieszka Cholewa-Wójcik: Weryfikacja możliwości wykorzystania nieparametrycznego testu niezależności do analizy postrzegania wybranych elementów komunikacji wizualnej opakowań	9
Anna Delekta, Justyna Stecko: Social and economic conditions of tourism activity of students in Krakow	23
Andrzej Gazda, Gabriela Poppek: Czynniki lokalizacji centrum logistycznego na rynku chińskim z wykorzystaniem metody PESTE	37
Barbora Gontkovičová, Emília Duřová-Spiřáková, Lucia Bednárová: The non-financial employee benefits in practice of enterprises in Slovakia	53
Наталья Иващук, Жанна Поплавская, Ирина Кавалец: Метод адаптивного контроля неустойчивой динамики в двухэлементных системах с конкуренцией на примере дуополии	63
Галина Кундеева: Обеспечение продовольственной безопасности – здоровая нация	79
Grzegorz Lew: Integracja rachunku kosztów klienta z wybranymi metodami rachunkowości zarządczej	95
Agnieszka Napiórkowska-Baryła, Mirosława Witkowska-Dąbrowska, Ilisio Manuel de Jesus: Sytuacja mieszkaniowa w Polsce w latach 2007-2013 w kontekście zmian demograficznych	103
Tadeusz Olejarz, Fryderyk Czekaj: Zasady kompletowania wojsk od starożytności do XIX wieku – zarys	115
Paweł Perz, Adriana Kaszuba-Perz: Wybrane czynniki wpływające na przebieg procesu sukcesji w firmach rodzinnych	123
Katarzyna Pietrucha-Urbanik, AnnaTrojnar: Quality assessment of services provided by water company	131
Александр Разин: Моральные мотивы в структуре управленческой деятельности	141

Andrzej Soltys: Rekonstrukcja uniwersalnego pojęcia analogii w filozofii św. Tomasza	157
Mirosław Sołtysiak: Postrzeganie ryzyka przez młodych ludzi	171
Hanna Sommer: Czy upadek kultury mediów?	183
Krzysztof Surowiec: Zbrojenia Federacji Rosyjskiej i udział rosyjskich przedsiębiorstw w światowym handlu bronią	197
Krystyna Trembicka: <i>Contra veritatem</i> – wizerunek polityczny Wojciecha Jaruzelskiego w III Rzeczypospolitej	205
Paweł Walawender: Unemployed people aged 50 and older in the statistics of employment offices of the Podkarpackie province	217
Beata Zatwarnicka-Madura: Online marketing communication directed to women in the car market	227

CONTENTS

From the Editorial Committee	7
Agnieszka Cholewa-Wójcik: Verification of the possibility of use nonparametric test of independence perception for analysis of selected elements of visual communication package	9
Anna Delekta, Justyna Stecko: Social and economic conditions of tourism activity of students in Krakow	23
Andrzej Gazda, Gabriela Poppek: Location factors of logistics center in Chinese market with an application of PESTE method	37
Barbora Gontkovičová, Emília Duřová-Spišáková, Lucia Bednárová: The non-financial employee benefits in practice of enterprises in Slovakia	53
Natalia Iwaszczuk, Zhanna Poplavska, Irina Kavalets: Adaptive control method of unstable dynamics in a two-element system with the competition in the duopoly case	63
Galina Kundieva: Ensuring food safety - healthy nation	79
Grzegorz Lew: Integration of customer cost accounting with selected management accounting methods	95
Agnieszka Napiórkowska-Baryła, Mirosława Witkowska-Dąbrowska, Ilisio Manuel de Jesus: Housing situation in Poland during 2007-2013 in the context of demographic change	103
Tadeusz Olejarz, Fryderyk Czekaj: Rules of completing forces from ancient to XIX century – overview	115
Paweł Perz, Adriana Kaszuba-Perz: Selected factors influencing the process of succession in family firms	123
Katarzyna Pietrucha-Urbanik, Anna Trojnar: Quality assessment of services provided by water company	131
Alexander Razin: Moral motives in the structure of management activities	141
Andrzej Sołtys: Reconstruction of the universal concept of analogy in the philosophy of St. Thomas	157
Mirosław Sołtysiak: Perception of risk by young people	171

Hanna Sommer: Is it a fall of media culture	183
Krzysztof Surowiec: Reinforcement of the Russian Federation and the participation of Russian companies in the global arms trade	197
Krystyna Trembicka: Against the truth – political image of Wojciech Jaruzelski in the Third Polish Republic	205
Paweł Walawender: Unemployed people aged 50 and older in the statistics of employment offices of the Podkarpackie Province	217
Beata Zatwarnicka-Madura: Online marketing communication directed to women in the car market	227

From the Editorial Committee

We are giving you the next 23rd (3/2016) issue of the Scientific Journal of the Faculty of Management at the Rzeszow University of Technology entitled "Humanities and Social Sciences".

The aim of the Publisher is to raise the merits and the international position of the quarterly published by the Faculty of Management, that is why we are still developing the cooperation with foreign team of reviewers, as well as an international Scientific Council.

The Editors have also attempted to apply for international databases, currently the quarterly HSS is indexed in **Index Copernicus Journal Master List**, **The Central European Journal of Social Sciences and Humanities (CEJSH)** and **ERIH PLUS**.

The articles published in this publication are devoted to the broader issues of the humanities and social sciences. They are the result both of theoretical and empirical research. The covered subjects vary considerably, reflecting the interdisciplinary nature of the Journal. We do hope that the published papers will meet your kind interest and will be an inspiration to further research and fruitful discussions.

On behalf of the Editorial Board of "Humanities and Social Sciences" we would like to thank the Authors for sending the results of their research. We would like to express particular gratitude to the Reviewers for their valuable feedback that greatly contributed to increasing values of the scientific publications.

With compliments
Editorial Committee

Agnieszka CHOLEWA-WÓJCIK¹

WERYFIKACJA MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA NIEPARAMETRYCZNEGO TESTU NIEZALEŻNOŚCI DO ANALIZY POSTRZEGANIA WYBRANYCH ELEMENTÓW KOMUNIKACJI WIZUALNEJ OPAKOWAŃ

Opakowanie to nowoczesne narzędzie zintegrowanego marketingu i jeden z ważniejszych atrybutów produktu wpływających na preferencje zakupowe konsumentów. Opakowanie ma za zadanie stworzyć pożądany wizerunek produktu, który będzie wzbudzał zaufanie oraz przekona do zakupu. Wpływa ono na identyfikowalność danego wyrobu z marką, różnicuje te same artykuły kilku producentów, wspomaga komunikację, a także edukuje. Jako nośnik komunikacji opakowanie pełni funkcję elementu identyfikującego dany produkt z marką. Współcześnie opakowanie traktowane jest zatem jako narzędzie skutecznej komunikacji z potencjalnym konsumentem. Opakowanie jest ponadto traktowane jako istotny nośnik zakodowanych komunikatów rynkowych. Spójny system wizualny opakowania może być jednym z ważniejszych elementów całościowej identyfikacji, bezpośrednio przekładającym się na sposób postrzegania produktu przez konsumenta i w efekcie może mieć decydujący wpływ na jego wybór. Poprzez oryginalność formy i treści przekazu można skutecznie oddziaływać na potencjalnego odbiorcę. Celem pracy jest analiza wybranych elementów komunikacji wizualnej opakowań z wykorzystaniem metod badań okulograficznych. Z uwagi na pomiarowy i fizjologiczny charakter badania wykorzystującego eyetracker Tobii X2-30, opierającego się na pomiarze pracy narządu wzroku, uzyskano możliwość otrzymania reprezentatywnych danych ilościowych. Otrzymano również mierzalny materiał jakościowy, będący punktem wyjścia do innego typu badań, np. deklaratywnych. Eksploracja wyników badań okulograficznych umożliwi wskazanie najbardziej efektywnych elementów komunikacji wizualnej opakowań, natomiast wykorzystanie testu χ^2 pozwoli na określenie zależności postrzegania graficznych i typograficznych elementów komunikacji opakowań od grup wiekowych badanych.

Słowa kluczowe: komunikacja wizualna opakowań, eyetracking, nieparametryczny test niezależności

1. WPROWADZENIE

Rozwój gospodarki, zmiany stylu życia ludności czy wzrost świadomości i wymagań konsumentów wymuszają na przedsiębiorcach ciągły rozwój oraz poszukiwanie nowych rozwiązań skutecznej prezentacji i promocji produktów. Opakowanie jest postrzegane jako jeden z podstawowych elementów oddziaływania na rynek, promocji marki i aktyw-

¹ Dr inż. Agnieszka Cholewa-Wójcik, Katedra Opakowalnictwa Towarów, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków, tel.: +48 122 935 169, e-mail: cholewaa@uek.krakow.pl

wizacji sprzedaży. Dyferencjacja opakowań jest ściśle związana z dążeniem do wyróżnienia produktów na tle bogatej oferty rynkowej. Kreowanie unikatowości opakowań w dużej mierze opiera się na innowacyjnych projektach warstwy wizualnej opakowań. Atrakcyjna forma konstrukcyjna, dobór barw czy interesująca grafika przyciągają wzrok i zapadają w pamięci potencjalnych konsumentów. Opakowanie ma za zadanie stworzyć pożądany wizerunek produktu, który będzie wzbudzał zaufanie oraz przekona do zakupu. Opakowanie wpływa na identyfikowalność danego wyrobu z marką oraz przez wybrane elementy komunikacji wizualnej wspomaga proces przekazywania informacji między nadawcą komunikatu a jego potencjalnym odbiorcą. Współczesne opakowanie jest zatem traktowane jako narzędzie skutecznej komunikacji, źródło doznań i doświadczeń, za pomocą którego można skutecznie oddziaływać na odbiorcę komunikatu.

Celem pracy jest analiza wybranych elementów komunikacji wizualnej opakowań żeli pod prysznic dostępnych w ofercie rynkowej. Eksploracja uzyskanych wyników badań okulograficznych umożliwi wskazanie najbardziej efektywnych elementów komunikacji wizualnej opakowań. Z kolei wykorzystanie testu χ^2 pozwoli na określenie zależności postrzegania graficznych i typograficznych elementów komunikacji opakowań od grup wiekowych badanych.

2. ROLA OPAKOWANIA W KOMUNIKACJI WIZUALNEJ

Komunikacja wizualna jest definiowana jako komunikacja za pomocą form obrazkowych. W formie wizualnej są przekazywane informacje pomiędzy nadawcą a potencjalnym odbiorcą komunikatu. Zasadniczo komunikacja wizualna opiera się na takich elementach wyrazu, jak: ilustracja, fotografia, typografia, infografika czy animacja. Badania, które prowadzą m.in. U.R. Orth, K. Malkewitz² D. Gelici-Zeko, R. Lutters, T. Klooster, P. Weijzen³, A. Cholewa-Wójcik, J. Świda⁴ dowodzą, że za pomocą obrazu popartego tekstem można skuteczniej oddziaływać na odbiorcę komunikatu.

Komunikacja wizualna znalazła swoje zastosowanie w nowoczesnym narzędziu zintegrowanego marketingu, jakim jest opakowanie. Współcześnie opakowanie jest traktowane jako istotny nośnik zakodowanych komunikatów rynkowych. Spójny system wizualny opakowania może być jednym z ważniejszych elementów całościowej identyfikacji, bezpośrednio przekładającym się na sposób postrzegania produktu przez konsumenta. W efekcie może mieć decydujący wpływ na jego wybór. Poprzez oryginalność formy i treści przekazu można skutecznie oddziaływać na potencjalnego odbiorcę⁵.

Kreowanie pozytywnych emocji i wrażeń produktu przez opakowanie jest realizowane dzięki jego warstwie wizualnej. Korelację cech i elementów opakowania tworzących wyobrażenie o zapakowanym produkcie określa się mianem designu, czyli tzw. języka opakowania⁶. Według Modelu Komunikacji Opakowania, który opracowali V. Butkevi-

² U.R. Orth, K. Malkewitz, *Holistic Package Design and Consumer Brand Impressions*, Journal of Marketing, 2008, vol. 72.

³ D. Gelici-Zeko, R. Lutters, T. Klooster, P. Weijzen, *Studying the Influence of Packaging Design on Consumer Perceptions (of Dairy Products) Using Categorizing and Perceptual Mapping*, Packaging Technology and Science, 2012, vol. 26, issue 4.

⁴ A. Cholewa-Wójcik, J. Świda, *Perceptions of packages through the prism placed on them graphic elements – analysis using eye-tracking method*, Opakowanie, 2015, nr 3.

⁵ M. Lisińska-Kuśnierz, M. Ucherek, *Essence of Holistic angle on Development of Consumer Behaviour by Packaging*, Towaroznawcze Problemy Jakości, 2011, nr 4.

⁶ A. Ankiel-Homa, *Wartość komunikacyjna opakowań jednostkowych*, PWE, Poznań 2012.

ciencie, J. Stavinskiene i A. Rutelione⁷, design opakowania obejmuje wizualne i werbalne elementy, jak również cechy opakowania rozumiane jako sposób jego postrzegania.

Do elementów wizualnych opakowań będących częścią systemu identyfikacji wizualnej zalicza się: kształt opakowania, wzornictwo, typografię, kolorystykę opakowania oraz logo/logotyp. Z kolei fundamentem werbalnym designu opakowania są treści informacyjne przekazywane przez fenomowo-wyrazowe i ideograficzne znaki językowe. Z kolei postrzeganie opakowań polega na percypowaniu elementów składowych i ich interpretacji oraz nadaniu im odpowiedniego znaczenia⁸.

Wyodrębnione elementy identyfikacji wizualnej powinny być nieskomplikowane, łatwe do zapamiętania oraz zgodne z misją i wartościami firmy. Muszą także pełnić funkcję dyferencyjną. Design opakowania obejmuje więc całościową kompozycję cech i elementów opakowań, dostarczającą konsumentowi użytkowych, hedonistycznych i semiotycznych korzyści⁹.

Korzyści użytkowe analizowane w kontekście funkcjonalności odnoszą się do wypełnienia przez opakowanie funkcji użyteczności. Hedonistyczne elementy odnoszą się z kolei do zdolności opakowania do zaspokojenia oczekiwań sensorycznych i czerpania pozytywnych doświadczeń w kontakcie z zapakowanym produktem. Wartość semiotyczna przejawia się natomiast w racjonalności i sprawności w aktach poznania i komunikowania¹⁰.

3. PRZEDMIOT I METODYKA BADAŃ

Przedmiot badań stanowiły opakowania żeli pod prysznic dla kobiet dostępne w ofercie rynkowej. Do badań wybrano opakowania o różnorodnej warstwie wizualnej (różniące się między sobą m.in. kształtem, barwą, grafiką, ilością zamieszczonych informacji tekstowych oraz wielkością i rodzajem czcionki). Opakowania te pochodziły od różnych producentów, były więc zróżnicowane także pod względem logo/logotypu. Przedmiot badań zaprezentowano na rys. 1.

Do badania elementów warstwy wizualnej zaprezentowanych na rys. 1. opakowań żeli pod prysznic dla kobiet zastosowano metodę eyetracking, polegającą na śledzeniu ruchów gałek ocznych uczestników badania przy jednoczesnej możliwości analizy sakad¹¹ i fiksacji¹². Metoda ta jest traktowana zarówno jako badanie jakościowe, jak i ilościowe. Z uwagi na pomiarowy i fizjologiczny charakter badania, opierającego się na pomiarze pracy narządu wzroku, uzyskano możliwość otrzymania reprezentatywnych

⁷ V. Butkeviciene, J. Stavinskiene, A. Rutelione, *Impact of consumer package communication on consumer decision making process*, Engineering Economics, 2008, nr 1.

⁸ S.T. Wei, L.C. Ou, M.R. Luo, J.B. Hutchings, *Package design: Colour harmony and consumer expectations*, International Journal of Design, 2014, nr 8 (1).

⁹ P.H. Bloch, *Product design and marketing: reflection after fifteen years*, Journal of Product Innovation Management, 2011, nr 28.

¹⁰ E. Jerzyk, *Design opakowania i jego elementy w procesie podejmowania decyzji zakupowych*, Marketing i Rynek, 2014, nr 4.

¹¹ Sakady – intensywne ruchy gałki ocznej, polegające na bardzo szybkim przemieszczaniu punktu koncentracji wzroku z jednego miejsca na inne.

¹² Fiksacje – relatywnie stała pozycja gałki ocznej, w trakcie której następują niewielkie drgania. Przyjmuje się, że w trakcie fiksacji następuje proces poznawczy, tzn. informacje docierają do mózgu i są świadomie przetwarzane.

danych ilościowych. Otrzymano również mierzalny materiał jakościowy, będący punktem wyjścia do innego typu badań, np. deklaratywnych. Metoda ta pozwala uzupełnić badania użyteczności o wiedzę obiektywną, uzyskaną na podstawie analizy rzeczywistych zachowań osób badanych, a nie tylko ich subiektywnych opinii. Ponadto metoda ta umożliwia określenie sposobu postrzegania przez konsumentów poszczególnych elementów warstwy wizualnej opakowania, a zatem umożliwia poznanie percepcji wzrokowej potencjalnych konsumentów. Dzięki temu można się dowiedzieć m.in., na jakich obszarach opakowania skupia się wzrok konsumenta, a które są przez niego całkowicie pomijane^{13,14}.



Rys. 1. Opakowania żeli pod prysznic

Źródło: fot. własne.

Badania przeprowadzono z wykorzystaniem eyetrackera Tobii X2-30 z oprogramowaniem Tobii Studio Version 3.2. W badaniu, przeprowadzonym w 2015 r., wzięło udział 45 kobiet w następujących grupach wiekowych: 20-35 lat, 36-50 lat oraz powyżej 50 lat. Zakres przeprowadzonych badań dotyczył określenia obszarów warstwy wizualnej opakowań żeli pod prysznic, na których skupiał się wzrok konsumentów oraz określenia ważności tych elementów na podstawie bazowych miar eyetrackingowych, takich jak: ścieżka skanowania, liczba fiksacji oraz całkowity czas trwania fiksacji.

¹³ J.R. Bergstromm, A.J. Schall, *Eye tracking in user experience design*, Elsevier, USA 2014.

¹⁴ A. Duchowski, *Eye Tracking Methodology, Theory and Practice*, Second Edition, Springer, London 2007.

Uzyskane wyniki badań przedstawiono w formie map cieplnych, które są rozkładem uwagi kierowanej na badany obszar zainteresowania, z możliwością wyodrębnienia elementów zauważonych i pominiętych podczas skanowania wzroku. Mapy cieplne za pomocą barw pokazują uśredniony obraz obszarów opakowania, na których badani skupiali swój wzrok. Miejsca, gdzie wzrok skupiał się najczęściej, zostały oznaczone barwą czerwoną. Obszary, do których dochodziła mniejsza liczba spojrzeń, oznaczono na żółto, natomiast miejsca, gdzie ich było najmniej – na zielono. Barwy mapy prezentują łączną liczbę i czas fiksacji badanych, czyli punktów, w których wzrok się zatrzymał w danym obszarze obrazu. Do analizy uzyskanych wyników badań zastosowano także ścieżkę skanowania wzroku, wskazującą kolejność aktywności wzrokowej badanych w ramach wytyczonych obszarów zainteresowania (AOI).

4. ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ WŁASNYCH

Prezentowane w literaturze wyniki badań, które prowadzili m.in. J. Clement¹⁵, V. Butkeviciene, J. Stavinskiene, A. Rutelione¹⁶, L. Garber, E. Hyatt, U. Boyna¹⁷, M.I. Suero, P.J. Parolo i A.L. Perez¹⁸, A. Cholewa-Wójcik i J. Świda oraz A. Cholewa-Wójcik i A. Kawecka¹⁹ dowodzą, że spośród elementów tworzących warstwę wizualną opakowań istotną rolę z punktu widzenia efektywności opakowania i spełniania jego funkcji marketingowej odgrywają elementy wizualne, werbalne oraz cechy rozumiane jako sposób postrzegania opakowania.

W celu zidentyfikowania opakowań przyciągających swoją warstwą wizualną największą uwagę potencjalnych konsumentów dokonano analizy swobodnego patrzenia badanych. Wyniki analizy percepcji wzrokowej z wykorzystaniem wybranych miar eye-trackingowych zaprezentowano w tab. 1.

Analiza wyników otrzymanych z testu swobodnego patrzenia wykazała, że wszystkie badane opakowania wzbudzają zainteresowanie potencjalnych nabywców. Suma wszystkich fiksacji kształtowała się w nieznacznie różniącym się przedziale: od 12,13 do 12,60. W przypadku analizowanych opakowań żeli pod prysznic największe zainteresowanie wzbudziło opakowanie nr 3 – „Dove”, w przypadku którego odnotowano największą liczbę fiksacji (12,60). To opakowanie było najbardziej zauważalne w procesie skanowania wzrokiem. Najmniejszą liczbę fiksacji odnotowano natomiast dla opakowania nr 1 – „Bingo Spa” (12,13).

¹⁵ J. Clement, *Visual influence on in-store buying decision: an eye-track experiment on visual influence of packaging design*, Journal of Marketing Management, 2007, vol. 23, nr 9-10.

¹⁶ V. Butkeviciene, J. Stavinskiene, A. Rutelione, *Impact of consumer...*, op. cit.

¹⁷ L. Garber, E. Hyat, U. Boyna, *The effect of package shape on apparent volume: an exploratory study with implication for package design*, Journal of Marketing Theory and Practice, 2009, vol. 17.

¹⁸ M.I. Suero, P.J. Pardo, A.L. Perez, *Individual Differences in Colour Vision*, [w:] Color Perception: Physiology, Processes and Analysis, Neuroscience Research Progress Series, ed. by D. Skusevich, P. Matikas, Nova Science Publishers, New York 2010.

¹⁹ A. Cholewa-Wójcik, A. Kawecka, *The influence of effectiveness of packaging elements on consumers' preferences with the use of marketing eye-tracking technique*, Modern Management Review, 2015 (1), vol. XX, 22.

Tabela 1. Wyniki analizy percepcji wzrokowej z wykorzystaniem wybranych miar eyetrackingowych

Analizowane opakowania żeli pod prysznic	Miary eyetrackingowe		
	liczba fiksacji	czas do pierwszej fiksacji [s]	czas trwania fiksacji [s]
1	12,13	0,02	3,90
2	12,40	0,25	3,95
3	12,60	0,01	4,06
4	12,53	0,03	3,97
5	12,53	0,01	3,94

Źródło: badania własne.

Analizując wyniki badań zdolności opakowań do skupiania uwagi, odnotowano bardzo niskie tzw. czasy do pierwszej fiksacji²⁰, wynoszące od 0,01 do 0,03 s. Wyjątkiem było opakowanie nr 2 – „Adidas”, które uzyskało stosunkowo wysoki czas do pierwszej fiksacji, wynoszący 0,25 s. Najniższy czas do pierwszej fiksacji odnotowano dla opakowań nr 3 oraz 5. Wyniki eyetrackingowych statystyk opisowych potwierdzają, że opakowania te nie tylko wzbudziły największe zainteresowanie badanych, ale także zostały najszybciej dostrzeżone.

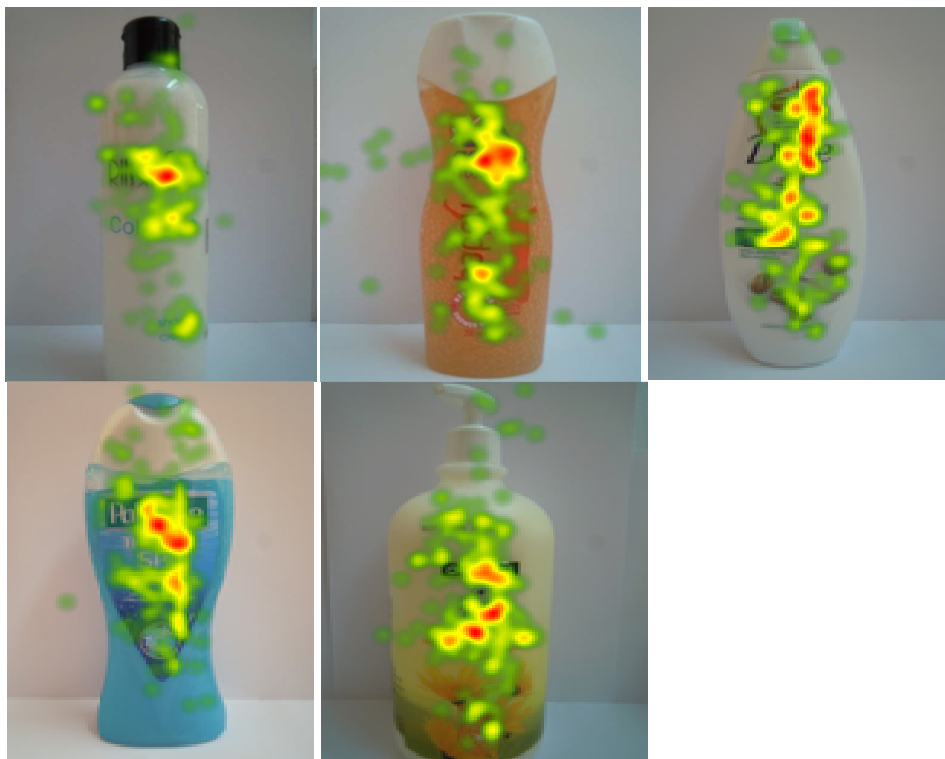
Uzupełnieniem analiz percepcji opakowań była interpretacja wyników czasu trwania fiksacji w określonym obszarze badania. Czas trwania fiksacji jest traktowany jako miara narzuconych wymagań poznawczego przetworzenia nagromadzonych informacji. W przypadku analizowanych opakowań żeli pod prysznic czas trwania fiksacji kształtował się w przedziale od 3,90 do 4,06 s. Najczęściej oglądane było opakowanie nr 3. Najkrótszy czas oglądania odnotowano dla opakowania nr 1, natomiast opakowania nr 2 i 5 posiadały porównywalny czas oglądania w procesie skanowania wzrokiem.

W celu wyodrębnienia elementów warstwy wizualnej opakowań napojów energetycznych, które wzbudzają największe zainteresowanie potencjalnych konsumentów, dokonano analizy percepcji osób na podstawie analizy map cieplnych. Uzyskane wyniki badań eyetrackingowych zaprezentowano na rys. 2.

Analiza zróżnicowania sumarycznego natężenia uwagi przez wykorzystanie barw pozwoliła na określenie stopnia skupienia uwagi na opakowaniu – od największego stopnia skupienia uwagi (oznaczonego kolorem czerwonym), przez średni (oznaczony kolorem żółtym), aż do małego (oznaczonego kolorem zielonym). Eksploracja aktywności wzrokowej badanych na podstawie uśrednionego obrazu obszarów opakowania wykazała, że w przypadku wszystkich analizowanych opakowań żeli pod prysznic w największym stopniu badani skupiali swój wzrok na elementach opakowania posiadających bardzo perswazyjny charakter. Elementy te mogą istotnie wpływać na potencjalnego nabywcę przez wywieranie na nim określonych wrażeń i tworzenie zamierzonej atmosfery (np. wrażenia wysokiej jakości, prestiżu, dobrobytu, luksusu), co potwierdzają wyniki badań prowadzonych przez Wright, Ward²¹.

²⁰ Czas do pierwszej fiksacji: czas w sekundach od momentu pokazania bodźca do pierwszego zapisu w AOI.

²¹ R.D. Wright, L.M. Ward, *Orienting of Attention*, Oxford University Press, New York 2008.



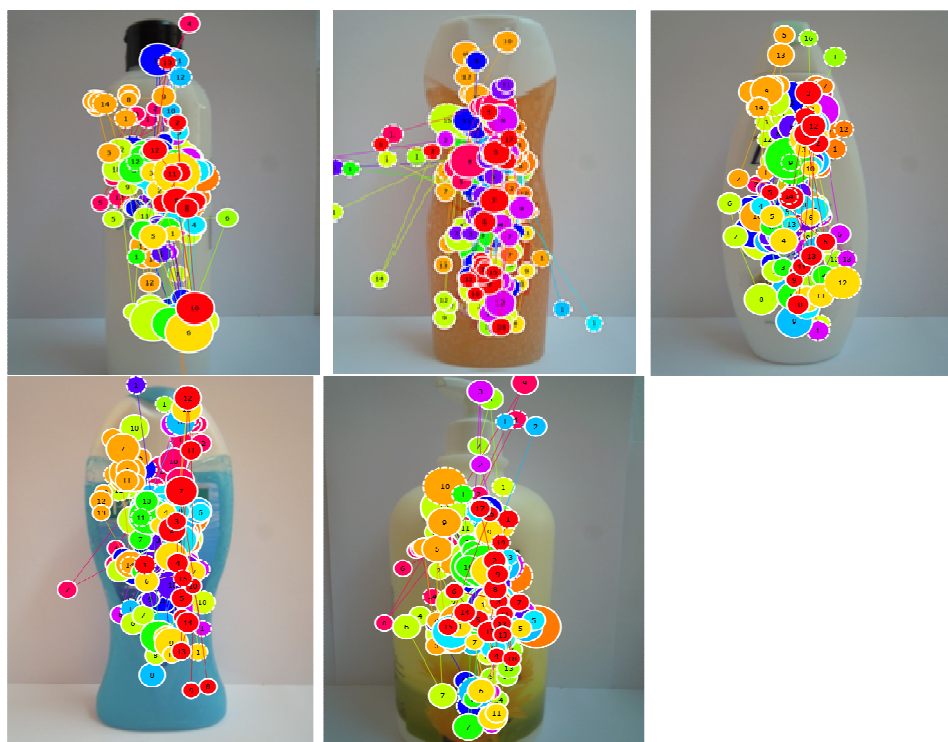
Rys. 2. Mapy ciepłne analizowanych opakowań żeli pod prysznic

Źródło: badania własne.

W celu określenia kolejności postrzegania obszarów, czyli tzw. kierunku skanowania wzrokiem, zaprezentowane mapy ciepłne opakowań żeli pod prysznic wzbogacono dodatkowo interpretacją ścieżki skanowania, co przedstawiono na rys. 3.

Analiza tworzonych na ścieżce skanowania obszarów skupień wzroku określanych mianem *gaze ploty* potwierdziła, że w przypadku wszystkich analizowanych opakowań żeli pod prysznic sugestywne elementy opakowania wywołują tzw. efekt pendulum. Na podstawie analizy ścieżki skanowania obszarów zainteresowania wskazano, że elementem skupiającym znaczącą większość zasobów uwag badanych było logo/logotyp. Drugim w kolejności elementem zwracającym uwagę badanych były dodatkowe informacje tekstowe umieszczone na opakowaniach. Najmniejszą uwagę badanych zwracały elementy graficzne.

W celu potwierdzenia hierarchii elementów warstwy wizualnej opakowań żeli stworzonej na podstawie analizy ścieżki skanowania wzroku podjęto próbę określenia istotności elementów warstwy wizualnej opakowań żeli pod prysznic, opierając się na liczbie fiksacji oraz całkowitym czasie fiksacji. Uzyskane wyniki badań eyetrackingowych uwzględniających wybrane parametry statystyki opisowej zestawiono w tab. 2.



Rys. 3. Ścieżki skanowania obszarów skupień wzroku analizowanych opakowań żeli pod prysznic
Źródło: badania własne.

Analiza wyników badań eye-trackingowych zaprezentowanych w tab. 2. wykazała, że spośród analizowanych obszarów opakowań żeli pod prysznic elementem skupiającym wzrok w największym stopniu jest logo/logotyp. Dla tego elementu opakowań odnotowano największą sumę fiksacji (252 fiksacje). Spośród analizowanych elementów opakowań żeli pod prysznic całkowity czas trwania fiksacji kształtował się w przedziale od 1,27 do 2,51 s. Z kolei łączna liczba tzw. wizyt analizowanych opakowań kształtowała się na poziomie 22-44.

Biorąc pod uwagę kryterium sumy wszystkich fiksacji, drugim analizowanym obszarem opakowań żeli pod prysznic, który skupiał uwagę badanych, były dodatkowe informacje tekstowe umieszczone na opakowaniach. Łączna liczba fiksacji dla tego obszaru wynosiła 195, przy czym największą liczbę fiksacji odnotowano dla opakowania nr 5 (52 fiksacje). Z kolei najmniejszą liczbę fiksacji uzyskało opakowanie nr 3 (28 fiksacji). Całkowity czas trwania fiksacji dla analizowanych informacji dodatkowych zamieszczonych na opakowaniach wynosił od 1,67 do 5,95 s, przy czym najkrótszy czas trwania fiksacji (1,67 s) uzyskano dla opakowania nr 4. Najdłuższy czas trwania fiksacji (5,95 s) uzyskało opakowanie nr 5, co świadczy o tym, że analiza wzrokowa zamieszczonych dodatkowych informacji tekstowych charakteryzowała się znacznie większą dogłębnością przetwarzania danych znajdujących się aktualnie w polu wzrokowym. Dla analizowanego elementu w postaci dodatkowych informacji tekstowych zamieszczonych na

Tabela 2. Wyniki badań eyetrackingowych wybranych elementów opakowań żeli pod prysznic

Analizowane opakowania żeli pod prysznic	Pomiar	Obszar opakowania		
		logo/logotyp	dodatkowe informacje tekstowe	elementy graficzne
		Statystyka opisowa Suma Stdev		
1	Liczba fiksacji	77,00 2,29	39,00 1,58	- -
	Czas fiksacji	2,31 0,82	3,28 0,36	- -
	Liczba wizyt	41,00 0,88	25,00 0,76	- -
2	Liczba fiksacji	58,00 2,44	30,00 3,0	43,00 1,9
	Czas fiksacji	2,48 0,92	4,83 0,94	2,36 0,51
	Liczba wizyt	34,00 1,02	15,00 0,87	28,00 1,11
3	Liczba fiksacji	44,00 2,63	28,00 1,44	26,00 1,71
	Czas fiksacji	2,51 0,72	3,71 0,51	2,11 0,56
	Liczba wizyt	30,00 0,95	20,00 0,98	16,00 0,70
4	Liczba fiksacji	43,00 2,69	46,00 1,86	21,00 1,37
	Czas fiksacji	1,27 1,06	1,67 0,67	1,10 0,34
	Liczba wizyt	26,00 1,00	34,00 1,02	14,00 0,70
5	Liczba fiksacji	30,00 1,44	52,00 2,15	22,00 1,33
	Czas fiksacji	2,44 0,68	5,95 0,88	3,03 0,00
	Liczba wizyt	22,00 0,69	25,00 0,58	15,00 0,87

Źródło: badania własne.

opakowaniach żeli pod prysznic odnotowano rozpiętość wartości w przedziale całkowitego czasu trwania fiksacji. Zidentyfikowana rozpiętość czasu skupienia uwagi badanych na danym obszarze opakowania może wynikać z różnic wzorniczych występujących w poszczególnych elementach warstwy wizualnej, takich jak: grafika, wielkość i rodzaj czcionki, barwa, co znajduje potwierdzenie w badaniach, które prowadzili m.in. D. Gelici-Zeko, R. Lutters, T. Klooster, P. Weijzen. Zidentyfikowane różnice w postrzeganiu analizowanych opakowań żeli pod prysznic mogą wynikać także z wieku badanych. Badania prowadzone przez J.B. Taylora oraz L. Brizendine wykazały bowiem, że prefe-

rencje poszczególnych grup wiekowych konsumentów przekładają się na specyficzny sposób dekodowania i przechowywania informacji.

Analiza zaprezentowanych w tab. 2. wyników wykazała, że w porównaniu z logo/logotypem oraz dodatkowymi informacjami tekstowymi umieszczanymi na opakowaniach elementy graficzne przyciągają najmniejszą uwagę badanych. Dla tego elementu warstwy wizualnej w przypadku opakowań żeli pod prysznic odnotowano łączną liczbę fiksacji wynoszącą 112, przy całkowitym czasie trwania fiksacji od 1,1 do 3,03 s.

Analizowane wybrane elementy komunikacji wizualnej opakowań, opierając się na priorytetowych miarach eyetrackingowych, uzupełniono analizą wskaźnika StDev jako reprezentanta statystyki opisowej. Wskaźnik StDev jest statystyczną miarą zmienności i pokazuje, jak bardzo analizowane miary odbiegają od wartości średniej. W przypadku analizy wartości współczynnika wspomagającego StDev dla liczby fiksacji w analizowanych obszarach zainteresowania uzyskano stosunkowo nieduże rozbieżności danych: 1,33-1,90 (dla elementów graficznych), 1,44-2,69 (dla logo/logotypu) oraz 1,58-3,00 (dla tekstowych informacji dodatkowych). Znacznie mniejsze rozbieżności odnotowano w przypadku wartości współczynnika StDev dla wyznaczonych czasów fiksacji. Stosunkowo niedużą zmiennością charakteryzowały się czasy fiksacji wyznaczone dla elementów graficznych (0,00-0,51) oraz nazw produktów (0,36-0,94), a także dla logo/logotypu analizowanych opakowań (0,68-1,06).

Uzyskane wyniki badań okulograficznych stanowiły podstawę do weryfikacji możliwości wykorzystania nieparametrycznego testu niezależności przez testowanie hipotezy zerowej niezależności wieku respondentów i średniej liczby fiksacji wybranych (graficznych i typograficznych) elementów komunikacji wizualnej analizowanych opakowań. Uzyskane wyniki testu χ^2 zaprezentowano w tab. 3.

Tabela 3. Analiza zależności liczby fiksacji wybranych elementów komunikacji wizualnej opakowań od grup wiekowych respondentów

Miary statystyki opisowej	Grupy wiekowe respondentów			Wartość testu χ^2 <i>p</i>
	20-35	36-50	50+	
Średnia liczba fiksacji dla logo/logotypu	103	87	62	0,000488
Średnia liczba fiksacji dla dodatkowych informacji tekstowych	55	81	59	0,010856
Średnia liczba fiksacji dla elementów graficznych	43	29	40	0,112699

Źródło: badania własne.

Eksploracja danych zawartych w tab. 3. wykazała, że analizowana zależność wieku i średniej liczby fiksacji dla logo/logotypu, jak również średniej liczby fiksacji dla dodatkowych informacji tekstowych jest istotna statystycznie, gdyż wartość tego prawdopodobieństwa jest mniejsza niż 0,05. Pomiedzy analizowanymi zmiennymi istnieje związek, stąd zasadne jest odrzucenie hipotezy zerowej.

Z kolei podczas analizy zależności wieku respondentów i liczby fiksacji dla elementów graficznych uzyskano wartość $p > 0,005$. W tym przypadku nie istnieje związek między zmiennymi i różnica nie jest istotna statystycznie. Nie ma zatem podstaw do odrzucania hipotezy zerowej.

5. PODSUMOWANIE

Współczesne opakowanie jest jednym z najskuteczniejszych narzędzi komunikacji marketingowej oraz stymulatorem decyzji zakupowych. Opakowanie jednostkowe jest traktowane jako celowy komunikat, który ma wpłynąć na sferę kognitywną (postrzeganie produktu) oraz afektywną (postawa wobec produktu). Dzięki właściwej kompozycji elementów i cech opakowanie może wpływać na zauważenie produktu, kreować wyobrażenie o poziomie jego jakości oraz sugerować określone korzyści. Efektywne opakowanie dostarcza potencjalnemu konsumentowi zarówno użytkowe, hedonistyczne, jak i semiotyczne korzyści.

Analiza uzyskanych wyników badań pozwoliła na poznanie i wzbogacenie wiedzy dotyczącej percepcji wzrokowej potencjalnych konsumentów. Ponadto szczegółowa eksplikacja aktywności wzrokowej badanych wzbogaciła o interpretację liczby oraz całkowitego czasu fiksacji pozwoliła na określenie obszarów skupiających największą uwagę potencjalnych konsumentów.

Wyniki badań eyetrackingowych wykazały, że spośród analizowanych elementów opakowań żeli pod prysznic dominującym elementem skupiającym znaczące zasoby uwagi konsumentów jest logo/logotyp. Kolejnym istotnym elementem warstwy wizualnej opakowań, również posiadającym zdolność przyciągania i koncentracji uwagi, są informacje tekstowe umieszczone na frontowej części opakowania. W przypadku opakowań żeli pod prysznic elementem, który w najmniejszym stopniu ogniskował uwagę badanych, były elementy graficzne. Uzyskane wyniki przeprowadzonych badań eyetrackingowych wykorzystano ponadto do weryfikacji możliwości postawionej hipotezy zerowej, mówiącej o niezależności wieku respondentów i średniej liczby fiksacji graficznych i typograficznych elementów komunikacji wizualnej analizowanych opakowań. Zastosowanie testu χ^2 pozwoliło na wyodrębnienie logo/logotypu oraz informacji tekstowych jako tych elementów komunikacji warstwy wizualnej opakowań żeli pod prysznic, które ściśle korelują z wiekiem badanych.

Reasumując podjęte rozważania, można stwierdzić, że mimo wskazanej hierarchii elementów warstwy wizualnej opakowań żeli pod prysznic z punktu widzenia możliwości przyciągania i skupiania uwagi potencjalnych konsumentów, należy mieć świadomość, iż postrzeganie opakowań i zamieszczonych na nich elementów jest wypadkową wielu czynników. Preferencje potencjalnego konsumenta są związane z korelacją aspektów dotyczących realizacji potrzeb z zakresu opakowań. Ponadto są uzależnione od czynników socjologicznych oraz indywidualnych predylekcji konsumentów.

The publication was funded by appropriations of the Faculty of Commodity Science Cracow University of Economics, a grant for the maintenance of the research potential.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Ankiel-Homma M., *Wartość komunikacyjna opakowań jednostkowych*, PWE, Poznań 2012.
- [2] Ankiel-Homma M., Czaja-Jagielska N., Malinowska P., *Opakowania kosmetyków – aspekty towaroznawcze i marketingowe*, IBRKK, Warszawa 2014.
- [3] Bergstrom J.R., Schall A.J., *Eye tracking in user experience design*, Elsevier, USA 2014.

-
- [4] Bloch P.H., *Product design and marketing: reflection after fifteen years*, Journal of Product Innovation Management, 2011, nr 28.
- [5] Butkeviciene V., Stavinskiene J., Rutelione A., *Impact of consumer package communication on consumer decision making process*, Engineering Economics, 2008, nr 1.
- [6] Cholewa-Wójcik A., Kawecka A., *The influence of effectiveness of packaging elements on consumers' preferences with the use of marketing eye-tracking technique*, Modern Management Review, 2015 (1), vol. XX, 22.
- [7] Cholewa-Wójcik A., Świda J., *Perceptions of packages through the prism placed on them graphic elements – analysis using eye-tracking method*, Opakowanie, 2015, nr 3.
- [8] Clement J., *Visual influence on in-store buying decision: an eye-track experiment on visual influence of packaging design*, Journal of Marketing Management, 2007, vol. 23, nr 9-10.
- [9] Duchowski A., *Eye Tracking Methodology, Theory and Practice*, Second Edition, Springer, London 2007.
- [10] Garber L., Hyat E., Boyna U., *The effect of package shape on apparent volume: an exploratory study with implication for package design*, Journal of Marketing Theory and Practice, 2009, vol. 17.
- [11] Gelici-Zeko D., Lutters R., Klooster T., Weijzen P., *Studying the Influence of Packaging Design on Consumer Perceptions (of Dairy Products) Using Categorizing and Perceptual Mapping*, Packaging Technology and Science, 2012, vol. 26, issue 4.
- [12] Jerzyk E., *Design opakowania i jego elementy w procesie podejmowania decyzji zakupowych*, Marketing i Rynek, 2014, nr 4.
- [13] Lisińska-Kuśnierz M., Ucherek M., *Essence of Holistic angle on Development of Consumer Behaviour by Packaging*, Towaroznawcze Problemy Jakości, 2011, nr 4.
- [14] Orth U.R., Malkewitz K., *Holistic Package Design and Consumer Brand Impressions*, Journal of Marketing, 2008, vol. 72.
- [15] Silayoi P., Speece M., 2007, *Importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach*, European Journal of Marketing, 2007, 41(11/12).
- [16] Strongman K.T., *Psychology of Emotion*, Fifth edition, Wiley, England 2003.
- [17] Suero M.I., Pardo P.J., Perez A.L., *Individual Differences in Colour Vision*, [w:] Color Perception: Physiology, Processes and Analysis, Neuroscience Research Progress Series, ed. by D. Skusevich and P. Matikas, Nova Science Publishers, New York 2010.
- [18] Wei S.T., Ou L.C., Luo M.R., Hutchings J.B., *Package design: Colour harmony and consumer expectations*, International Journal of Design, 2014, nr 8(1).
- [19] Wright R.D., Ward L.M., *Orienting of Attention*, Oxford University Press, New York 2008.

**VERIFICATION OF THE POSSIBILITY OF USE NONPARAMETRIC TEST
OF INDEPENDENCE PERCEPTION FOR ANALYSIS OF SELECTED
ELEMENTS OF VISUAL COMMUNICATION PACKAGE**

The packaging is a modern tool of integrated marketing and one of the most important product attributes affect consumer purchasing preferences. The packaging is designed to create the desired image of the product, which will be inspired confidence and convince to buy. It affects the traceability of the product with the brand, differentiates the same articles of several manufacturers, promotes communication as well as educates. As a medium of communication package acts as an element that identifies the product with the brand. Thus, today the packaging is treated as a tool for effective communication with potential consumers. Moreover, the package is treated as a major media market coded messages. Coherent system of visual package may be one of the most important elements of a comprehensive identification, which directly translates into the perception of the consumer, and as a result may have a decisive influence on his choice. Through the originality of the form and content of communication can effectively interact with the potential recipient. The aim of the study is to analyze selected elements of visual communication packages using the test eye tracking. Due to the nature of the test and physiological studies using EyeTracker Tobii X2-30, based on the measurement of the work of the eye, gave the opportunity to receive a representative quantitative data. Furthermore, a well measurable qualitative material, which is the starting point for other types of research such declarative. Exploration of research results allows for identification of the most effective elements of visual communication packages. The use of the χ^2 test will determine the relation of perception of graphic and typographic communication elements of packaging from age groups surveyed.

Keywords: visual communication packages, eye-tracking, nonparametric test of independence.

DOI:10.7862/rz.2016.hss.38

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Anna DELEKTA¹
Justyna STECKO²

SOCIAL AND ECONOMIC CONDITIONS OF TOURISM ACTIVITY OF STUDENTS IN KRAKOW

Research has identified conditions of tourism activity of university students, with a particular focus on the analysis of certain social and economic factors. A hypothesis (H1) has been formulated that there is a significant relation between selected social and economic factors and the level of tourism activity of examined students from the academic centre of Krakow. Another hypothesis (H2) that has been verified states that economic factors are of the greatest influence on participation in tourism. Research was conducted with the use of quantitative and qualitative methods. Quantitative research used the method of diagnostic survey with 521 subjects who were students of randomly chosen Krakow universities. Qualitative research was based on the story-telling method. This part of research took the form of detailed interviews with students who demonstrated varied level of activity in tourism. Detailed interviews were conducted with four students of each of the assumed types. The statistical analysis was based on statistical methods (chi-squared test of independence, Tschuprow's T measure of association), which enabled the author to adopt H1 hypothesis and forced her to reject H2 hypothesis.

Keywords: determinants of tourist activity, tourist activity, students, student tourism, story-telling method

1. INTRODUCTION

Despite occasional periods of crises, tourism has experienced invariable boost. In accordance with the report of the United Nations World Tourism Organisation (UNWTO), international tourism increased globally from 25 million in 1950 to 278 million in 1980, 674 million in 2000 and 1186 million in 2015³. The group of travellers includes young people who are students and who belong to the most active social group in terms of tourism in the contemporary world. It is a very active and mobile group characterised by curiosity of the world and having no language barriers. Their participation in tourism is of diverse nature as it combines their willingness to get to know the world and people, to learn, to volunteer, to work and to experience adventures. Young travellers are often pioneers in the discovering of new destinations. It is a good idea to aim at getting to know tourist behaviours from the scientific perspective,

¹ Anna Delekta, PhD, Department of Tourism and Regional Studies, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow, Poland – Cracow, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, tel. (012) 662 6260, corresponding author: e-mail: adelekta@up.krakow.pl

² Justyna Stecko, PhD, Rzeszow University of Technology, Faculty of Management, Institute of Humanities Sciences, jstecko@prz.edu.pl

³ UNWTO, *Tourism Highlights*, Edition 2016.

including the very fact of practising tourism by a chosen age group. This may be useful as it is the young people who set new trends and build the future tourism market. The article emphasises the uniqueness of the analysed social group in case of which it seems that the common conviction that economic factors are of the greatest influence on tourism activity is not confirmed. Therefore, focus is laid on the presentation of the most important economic and social conditions of tourism activity as well as verification of whether they have a considerable impact on the examined phenomenon. Only then will it be possible to go further to the most important task which involves determining the strength of the relationship between the analysed variables. This will contribute to answering one of the most frequent questions in the literature on the subject: Do economic factors have the greatest influence on participation in tourism?

2. MATERIAL AND METHODS

Research presented in this paper is an element of a research project aimed at observing the phenomenon of tourism activity of young people, with a particular focus on students at the largest academic centres in Poland. The research is concentrated on seeking and analysing factors which condition participation of the most active social group in tourism. When it comes to various groups that determine the examined phenomenon, this paper is focused only on the analysis of some economic and social factors.

Research was conducted with the use of quantitative and qualitative methods. Both approaches were treated as mutually complementary research strategies. The subjects chosen for qualitative research included students who were very active in tourism (who travelled several or even a dozen or so times a year), exhibited average tourism activity (travelled once to four times a year) or little activity or passivity in this respect. Four individuals of each type were analysed. Interviews based on the assumptions of storytelling were carried out with these subjects. Storytelling is based on the analysis of narrations created by subjects and is a natural way for the sharing of human experience. Boje⁴⁵ claims that research by collecting stories is less intrusive and less susceptible to the disturbance of the very research process. Subsequently, the obtained narrations were analysed in depth in order to learn about and understand tourism behaviours of the subjects, their causes and inhibitors.

Quantitative research used the method of diagnostic survey on a population of students of randomly chosen Krakow universities. Research material was collected during the period from October to December 2015. Questionnaires used included questions which helped learn the analysed phenomenon as well as its characteristics in the examined population. Material collected from 521 respondents was juxtaposed, analysed and elaborated in statistical terms.

3. CONCEPT OF TOURISM ACTIVITY

Activity belongs to the essence of life. Human is connected with his or her surroundings by nature. Human existence is based on the constant regulation of relations

⁴ D.M. Boje, *The Storytelling Organization: A Study of Story Performance in an Office-Supply Firm*, *Administrative Science Quarterly*, 36(1), 1991, s. 106-126.

⁵ D.M. Boje, N. Tourani, *Storytelling, czyli o materialności praktyk opowiadania*, [in:] *Badania jakościowe. Podejścia i teorie*, D. Jemielniak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

with the world. And this regulation is activity. The level and direction of activity depends on the individual's situation, his/her internal state and the state of his/her surroundings. K. Łopaciński⁶ claims that „[...] individual's activity should be understood as a certain continuum between a complex of behaviours directed at changes in the surroundings and in oneself and passive subjection to the influence of the environment and potential changes occurring in it and internal conservatism”. Man has shown various types of activity since the beginning of their existence. Tourism is classified as a type of activity. In various classifications of human activity, tourism activity is either omitted or incorporated into more broadly defined types of human activity, e.g. recreational activity. Skorny⁷ belongs to a group of few authors who mention tourism activity as one of different types of human activity (social, scientific, educational, cultural, artistic, production, entertainment, self-service and other).

Now we can attempt to explain what tourism activity is. There are not too many definitions of the concept in Polish and foreign literature on the subject and if they exist they do not always coincide with one another. In Poland, the concept refers almost entirely to activities taken by people. In the literature in the English languages, tourism activity is more frequently used within the meaning of business activity in the field of tourism than with reference to human behaviours in tourism. The view of T. Chudoba⁸ is worth attention here. He believes that „the world of tourism reality” is the result of activity of four groups of people from which emerge four kinds of processes:

- activity of tourists which corresponds to the practising of tourism,
- activity of individuals who organise tourist events or co-participate in their organisation, which corresponds to the organisation of tourism,
- activity of service providers which corresponds to the provision of services to tourists,
- activity of the creators of background tourism facilities which corresponds to the formation of components of material tourism background⁹.

Łopaciński¹⁰, Boyer¹¹, Borkowski¹², Alejziak¹³ and Delekta¹⁴ claim that three journey durations can be distinguished in tourism activity: imagined journey (before the journey), experienced journey (during the journey), extended journey (after the journey). Therefore, it can be said that tourism activity includes *all activities connected with the*

⁶ K. Łopaciński, *Poziom aktywności turystycznej studentów*, [in:] *Spoleczno-pedagogiczne problemy turystyki*, J.A. Malinowski (ed.), Instytut Turystyki, Warszawa 1988.

⁷ Z. Skorny, *Mechanizmy regulacyjne ludzkiego działania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1989.

⁸ T. Chudoba, *Wprowadzenie do teorii turystyki*, Wydawnictwo AWF, Warszawa 1998.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ K. Łopaciński, *Aktywność turystyczna młodzieży akademickiej*, Problemy Turystyki, nr 2, Warszawa 1986.

¹¹ M. Boyer, *Le tourisme*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon 1999.

¹² K. Borkowski, *Pilot a grupa*, [in:] *Kompendium pilota wycieczek*, Z. Kruczek (ed.), Wydawnictwo Proksenia, Kraków 2000.

¹³ W. Alejziak, *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Wydawnictwo AWF, Kraków 2009.

¹⁴ A. Delekta, *Determinanty aktywności i destynacji turystycznych studentów dużego i małego ośrodka akademickiego*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013.

*preparation and practising of tourism as well as various forms of experiencing it*¹⁵. All of the authors mentioned above agree that the practising of tourism is the most important manifestation of tourism activity, so research they undertake and conduct is mainly focused on the analysis of the experienced journey. This approach is also adopted in this paper.

4. DETERMINANTS OF TOURISM ACTIVITY

Man's tourism activity depends both on internal and external factors. This paper tackles mainly exogenous conditions. It does not result from lesser importance of internal conditions but from the concept adopted for this paper. Internal conditions include, most of all, needs, motives, attitudes, aspirations or values associated with tourism. There are numerous external conditions of tourism activity and they are quite a difficult subject of research due to their multitude, diversified nature and power of impact. Considering the classifications of tourism activity conditions found in literature and results of qualitative research, the most important external factors which determine the activity include:

- economic factors,
- social factors,
- demographic factors,
- geographic factors,
- technological factors,
- health factors,
- free time,
- other factors, e.g. political factors, supply of tourism, experience in tourism, fashion, mass media, tourism marketing.

This study analyses two economic factors which may have an influence on tourism activity of students. The first of them is the student's financial situation. This includes funds received from parents and other family members as well as money earned on their own based on employment contracts, mandate contracts, etc. The second one is the economic situation of the respondent's family. When it comes to social determinants of tourism activity of students, on the basis of qualitative research results, the frequency of journeys of the subjects with their family and with school class that occurred in the past at various levels of education were selected. The third analysed social factor is the affinity with organisations involved in tourism. Their importance is emphasised in literature, for example in Wartecka-Ważyńska¹⁶. Other groups of factors will be analysed in a different paper.

5. ECONOMIC CONDITIONS OF TOURISM ACTIVITY

Economic potential of an individual determines to a large extent the consumption of goods and tourism services. Macroeconomic analyses show that a high level of economic development in a given country is closely correlated with considerable tourism activity of its citizens. A high level of tourism activity is one of the elementary

¹⁵ K. Łopaciński, *Aktywność turystyczna...*, *op. cit.*

¹⁶ A. Wartecka-Ważyńska A., *Rola wybranych organizacji społecznych w kształtowaniu aktywności turystycznej młodzieży*, *Turystyka i Hotelarstwo*, nr 8, 2005.

characteristics of economically developed societies. Urry¹⁷ writes that „[...] being a tourist belongs to the determinants of being modern. Going nowhere is like having no car or beautiful house. Tourism has become a symbol of status in a contemporary society [...]”. The dependence of tourism development on economic development belongs to the elementary laws of economic knowledge concerning the phenomenon. Thus, on the basis of economic development level, one can precisely forecast the development of tourism consumption¹⁸. This suggests that the level of tourism activity is usually lower in poorly developed countries than in highly developed ones. Expenses of residents of thirty main emission areas (the richest countries) on tourism constitute 92% of all tourism expenses worldwide and the share of the first ten countries reaches 66%¹⁹. According to H. Wasiak²⁰, the level of participation in tourism and recreation is the function of social and economic development. The level of income definitely has an influence on tourism activity. After all, tourism demand and market behaviour of consumers are affected by the income of the population as well as the prices of goods and tourism services. These factors are the elementary parametric economic instruments which determine consumer decisions, determine the framework of these decisions and choice directions²¹. Relationships between participation in tourism as well as income and prices are in accordance with elementary laws of economy. Namely, the higher the income, the greater the level of tourism activity. The rule is confirmed in research carried out by Różycki²² among young people from Krakow's secondary schools. The research has shown that young people from wealthy families more frequently take up tourism activity than those from families of a lower material status. The research has shown that the financial factor influences tourism. Based on this, it may be concluded that also students from wealthy environments have easier access to goods and tourism services.

A decision was made to verify if the economic rules described above are also valid in case a consumer is a young person studying at a higher education institution. Student's financial situation and material standing of student's family were chosen as economic factors based on qualitative research. Two independent variables were juxtaposed with the level of subject's tourism activity. The results are presented in tables 1 and 2. One can note the existence of a statistically significant dependence both between the material situation of the subjects and their tourism activity as well as between the economic standing of the subject's family and his/her level of participation in tourism.

¹⁷ J. Urry, *Spojrzenie turysty*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

¹⁸ C. Cooper, J. Fletcher, D. Gibler, S. Wanhill, *Tourism Principles and Practice*, Pitman Publishing, Surrey 1993.

¹⁹ W. Alejziak, *Determinanty i zróżnicowanie społeczne...*, *op. cit.*

²⁰ H. Wasiak, *Czynniki kształtujące konsumpcję w dziedzinie turystyki, wypoczynku i innych form rekreacji w układach regionalnych*, Prace Naukowe AE we Wrocławiu, nr 130, Wrocław 1978.

²¹ Z. Andrykiewicz-Feczko, *Psychospołeczne podstawy wartościowania cech jakości produktu*, Raport nr III.41 z badań na temat „Relacje między jakością towarów rynkowych a potrzebami konsumentów”, Kraków 1986.

²² P. Różycki, *Determinanty aktywności turystycznej młodzieży*, Problemy Turystyki, nr 1-4, 2006.

Table 1. Student's material situation and travels during the previous year (with accommodation for at least one night)

Material situation of the examined student	Travels during the last year							
	none at all		once or twice		multiple times		total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Good	18	6.4	110	39.1	153	54.4	281	53.9
Average	21	9.9	86	40.6	105	49.5	212	40.7
Poor	5	17.9	17	60.7	6	21.4	28	5.4
Total	44	8.4	213	40.9	264	50.7	521	100
Chi-squared test	$df = 4, p = 0.01$							

Source: Author's elaboration based on the conducted research.

Table 2. Economic situation of the subject's family and travels during the previous year (with accommodation for at least one night)

Economic situation of the family of the examined student	Travels during the last year							
	none at all		once or twice		multiple times		total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Wealthy	9	5.1	60	34.3	106	60.6	175	33.6
With average income	25	8.1	123	39.8	161	52.1	309	59.3
Low income + poor	9	24.3	12	32.4	16	43.2	37	7.1
Total	43	8.3	195	37.4	283	54.3	521	100
Chi-squared test	$df = 4, p = 0.002$							

Source: Author's elaboration based on the conducted research.

The authors are aware of the existence of other economic factors which may have an influence on tourism activity of subjects and which have not been analysed in detail in the paper. Travelling costs belong to these factors. They depend on the prices of goods and tourism services, duration of stay and distance of the destination from the place of residence. Literature also mentions consumption-related costs of tourism activity. Senyszyn²³ enumerates examples of such costs: cost of vaccination, cost of visa, cost of passport update, cost of purchasing products which would not be bought but for the journey and which will probably not be used later. The group of economic factors also includes costs of currency exchange, savings and buyer's credit rating.

²³ J. Senyszyn, *Koszty okołokonsumpcyjne i ekonomiczna efektywność konsumpcji turystycznej*, [in:] *Turystyka w środowisku społecznym i gospodarczym*, Zeszyty Naukowe AWF Kraków, nr 75, Kraków 1998.

6. SOCIAL DETERMINANTS OF TOURISM ACTIVITY

The functioning in social groups is integrally related to the socialisation and upbringing process. The environment one is raised in plays a very important role in the development of one's attitudes, including the attitude to tourism activity. Family and school belong to educational environments of special importance.

Family plays the role of priority importance in society. This has already been emphasised by ancient philosophers, e.g. Aristotle. August Comte, the father of sociology, considered the family to be the most important social group on which the entire community is based. Contemporary sociologists, pedagogues and psychologists mention and discuss various functions fulfilled by the family in diverse spheres of life. The socialising and educational function is a very important function, along with other, such as material and economic, sexual, control, emotional and expressive, and cultural functions²⁴. The parents' duty to bring children up so that they would learn how to use their free time in a valuable way in order to develop their proper habits in this respect belongs to this function. A particular role of the family as the organiser of free time activities is stressed by, for example, Tyszkowa²⁵, Kulesza²⁶, Wolańska²⁷, Woźniak²⁸, Taboń²⁹, Delekta^{30,31}.

Children develop their ability to organise their leisure time by watching examples shown by parents. The proper free time management has several functions: it helps regenerate in physical and mental spheres, allows for resting from daily chores, develops interests and personality, is conducive to entertainment, play and self-fulfilment, and brings joy. It seems that the practising of tourism meets these conditions.

Marcinkowski³² and Delekta³³ note that cultural traditions of a family determine the level of tourism activity and personal preferences in this area in a particular manner. The example given by parents will influence how active the child will be in the sphere of tourism in future and what scale his or her activity will take.

²⁴ Z. Tyszkowa, *Rodzina w świecie współczesnym – jej znaczenie dla jednostki i społeczeństwa*, [in:] *Pedagogika społeczna*, T. Pilch, I. Lepalczyk (ed.), Wydawnictwo Żak, Warszawa 1995.

²⁵ M. Tyszkowa, *Aktywność i działalność dzieci i młodzieży*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1990.

²⁶ W. Kulesza, *Rodzina jako źródło kształtowania się i wyboru turystycznych form wypoczynku w środowisku studenckim*, [in:] *Spoleczno-pedagogiczne problemy turystyki*, J. Malinowski (ed.), Instytut Turystyki, Warszawa 1988.

²⁷ T. Wolańska, *Rekreacja a codzienne życie w rodzinie*, [in:] *Rekreacja i turystyka w rodzinie*, T. Łobożewicz, T. Wolańska (ed.), Wydawnictwo Estrella, Warszawa 1994.

²⁸ E. Woźniak, *Pedagogika czasu wolnego Aleksandra Kamińskiego*, [in:] *Koncepcja czasu wolnego Aleksandra Kamińskiego*, M. Walczak (ed.), Wydawnictwo WSP, Zielona Góra 1996.

²⁹ S. Taboń, *Wpływ rodziny na wykorzystanie czasu wolnego*, „Życie Szkoły”, nr 3, 2002.

³⁰ A. Delekta, *Determinanty aktywności...*, *op. cit.*

³¹ A. Delekta, *Spoleczne determinanty aktywności turystycznej studentów krakowskiego ośrodka akademickiego*, *Humanities and Social Sciences*, vol. XIX, nr 21 (4), Wydawnictwo Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2014, s. 25-35.

³² M. Marcinkowski, *Zachowania wolnoczasowe wskaźnikiem jakości życia*, [in:] *Czas wolny. Rekreacja. Turystyka. Hotelarstwo. Żywność*, W. Siwiński, R.D. Tauber, E. Mucha-Szajek (ed.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poznań 2003.

³³ A. Delekta, *Spoleczne determinanty...*, *op. cit.*

Table 3. Tourism activity with parents in the past vs. travels during the previous year (with accommodation for at least one night)

My parents took me to places outside our place of permanent residence for tourist purposes:	Tourism activity during the last year (with accommodation)							
	none at all		once or twice		multiple times		total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Very often	6	6.45	29	31.18	58	62.37	93	17.9
Often	11	4.95	83	37.39	128	57.66	222	42.6
Rarely	16	9.76	89	54.27	59	35.98	164	31.5
Not at all	17	40.48	9	21.43	16	38.1	42	8.1
Total	50	9.6	210	40.3	261	50.1	521	100
Chi-squared test	$df = 6, p < 0.001$							

Source: Author's elaboration based on the conducted research.

Research shows that students who frequently travelled with their parents when they were children or adolescents exhibit the highest level of tourism activity (62%). Ten percent of subject never travel and 40% of this group declare that they never practised tourism with their family.

A statistical analysis has shown that the level of statistical significance p is lower than 0.001 for the analysed variables. Therefore, there is a statistically significant dependence between tourism activity with parents in the past and the frequency of travels of the examined students during the year preceding the date of research if it is assumed that each travel included accommodation in the visited area for at least one night (table 3).

The influence of the school is important for the development of interest in tourism. As a social and educational environment, school takes a series of actions which influence complex personal development, including attitude to free time and its management in a valuable way. School is often the environment in which the idea of tourism and sightseeing is pursued both in the form of regular classes and out-of-curriculum classes. As the organiser of excursions, field classes, educational paths or quests, the school is aware that these have an impact on positive feelings towards the social and natural environment, develop thinking, attention and perceptiveness, and encourage drawing personal conclusions. Possibilities of developing tourism-related attitudes by the school are analysed, for example, by Kamiński^{34,35}, Woźniak³⁶, Walczak³⁷, Denek³⁸ and other researchers.

³⁴ A. Kamiński, *Czas wolny i jego problematyka społeczno-wychowawcza*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1965.

³⁵ A. Kamiński, *Nauczanie i wychowanie metodą harcerską*, Związek Harcerstwa Rzeczypospolitej, Warszawa 2001.

³⁶ E. Woźniak, *Pedagogika czasu wolnego...*, *op. cit.*

³⁷ M. Walczak, *Koncepcja czasu wolnego Aleksandra Kamińskiego*, Wydawnictwo WSP, Zielona Góra 1996.

There are many benefits of tourism practised through school. Joël Zaffran³⁹ emphasises that the way pupils spend their free time has a considerable impact on the course of their educational career. Another advantage is the possibility of participation in tourism of children and young people who are unable to travel with their parents.

In order to specify the influence of school tourism on tourism activity of a young person, it was verified how often (during a year) schools attended in the past by the examined students organised excursions. Research results indicate that the subjects who had opportunities to participate in various forms of tourism organised by the school exhibit a higher level of participation in tourism (table 4).

Table 4. School tourism and tourism activity of students during the previous year (with accommodation for at least one night)

The school organised travels for my class (on average during a year):	Tourism activity during the last year (with accommodation)							
	none at all		once or twice		multiple times		total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Several times	16	6.87	79	33.91	138	59.23	233	44.7
Once a year	29	14.29	73	35.96	101	49.75	203	39
Once a few years	6	8.6	30	42.86	34	48.57	70	13.4
None at all	5	33.3	6	40	4	26.67	15	2.9
Total	56	10.7	188	36.1	277	53.2	521	100
Chi-squared test	$df = 6, p = 0.005$							

Source: Author's elaboration based on the conducted research.

As already mentioned, it is mainly family home and school which should educate children and teenagers to spend their free time in a valuable way, including on tourism activity. The integration of a family and school community creates multiple opportunities for developing an active, healthy and cultured lifestyle. However, it is beyond any doubt that extracurricular activities and out-of-school classes are very good for this purpose as the rule of voluntariness is best pursued there. The objective of such classes is to shape and develop interests and talents of young people, satisfy and sublimate needs as well as create new patterns. Apart from school, other organisations which conduct classes in tourism and sightseeing are the Polish Scouting and Guiding Association, the Scouting Association of the Republic of Poland and the Polish Tourist and Sightseeing Society. Research indicates that membership in these organisations and their activities as defined in statutes are important factors which affect the level of tourism activity of examined subjects (table 5). This is suggested by a very low value of p ($p < 0.0001$).

³⁸ K. Denek, *W kręgu edukacji, krajoznawstwa i turystyki w szkole*, Wydawnictwo Eruditus, Poznań 2000.

³⁹ J. Zaffran, *Le temps de l'adolescence. Entre contrainte et liberté*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes 2010.

Table 5. The influence of student's membership in tourism organisations and travels during the previous year (with accommodation for at least one night)

Membership in a tourism organisation	Tourism activity during the last year (with accommodation)							
	none at all		once or twice		multiple times		total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Yes	10	13.2	19	25	47	61.8	76	14.6
No	55	12.4	220	49.4	170	38.2	445	85.4
Total	65	12.5	239	45.9	217	41.7	521	100
Chi-squared test	<i>df = 2, p < 0.001</i>							

Source: Author's elaboration based on the conducted research.

7. CONCLUSIONS

The results of qualitative research show that young people treat tourism activity as an important part of their daily life rather than a short escape from the daily life or detachment from the reality. Travelling is a basis of many life spheres for them. It is a form of learning, a way for personal development, a source of professional career. Finally, it is also an opportunity to make contacts with representatives of other cultures. One may have an impression that social and cultural consequences of journeys by young people become more important than those economic ones. The stories of subjects who are active tourists include memories of family excursions from the past. The issue of the attitude of openness to the world and people developed in childhood also appears. Such an attitude is associated with courage to go to new destinations. The results of the statistical analysis of the material collected in quantitative research confirm this dependence and give a higher rank to „tourism activity with parents in the past” than to the analysed economic factors (material situation of a student and his or her family). This is suggested by a high value of Tschuprow's T measure of association for the „frequency of travels with parents” variable correlated with the level of tourism activity. A high value of the measure of association is the evidence of the considerable strength of the relation between the analysed variables. Therefore, hypothesis H2 should be rejected. According to this hypothesis, it is the economic factors which determine participation in tourism in a strongest way.

The application of the chi-squared test of independence for the statistical analysis of quantitative material enabled the author to determine the relation between tourism activity of students and some economic and social factors. It was proven that there is a statistically significant dependence between the student's material situation and that of his or her family members and the level of participation in tourism. It was also evidenced that there is a statistically significant relation between „family tourism” and „school tourism” and the level of students' tourism activity. Therefore, hypothesis H1 can be assumed according to which there is a statistically significant relation between the analysed social and economic factors and the level of tourism activity of examined students from the academic centre of Krakow.

The lack of free time, the lack of appropriate company, financial situation and the lack of eagerness to travel are the greatest inhibitors or barriers to tourism activity of the examined students. Mróz and Rettinger⁴⁰ also point at similar restrictions in their research.

8. SUMMARY

Reports of the World Tourism Organisation and author's own research show that young people travel to places which are not very popular among average tourists much more frequently, for a longer time and with greater eagerness. Student tourism is thus an important segment of the tourism market. It is noted that tourism is less and less frequently treated as a luxury product and becomes an indispensable element of the lifestyle of almost every young person. Economic factors undoubtedly have a considerable impact on the level of tourism activity, as manifested by research but a low level of income does not disqualify anyone from participation in tourism. Research shows that tourism need not entail huge expenses, especially when a tourist is a student and the standard of services is not high. It is commonly believed that economic factors belong to the most important factors affecting the tourism activity of people. But the conducted research does not confirm this view. Tourism experience from students' family home turned out to be the most important factor.

REFERENCES

- [1] Alejziak W., *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Wydawnictwo AWF, Kraków 2009.
- [2] Andrykiewicz-Feczko Z., *Psychospołeczne podstawy wartościowania cech jakości produktu*, Raport nr III.41 z badań na temat „Relacje między jakością towarów rynkowych a potrzebami konsumentów”, Kraków 1986.
- [3] Boje D.M., *The Storytelling Organization: A Study of Story Performance in an Office-Supply Firm*, *Administrative Science Quarterly*, 36(1), 1991, s.106-126.
- [4] Boje D.M., Tourani N., *Storytelling, czyli o materialności praktyk opowiadania*, [w:] *Badania jakościowe. Podejścia i teorie*, D. Jemielniak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- [5] Borkowski K., *Pilot a grupa*, [w:] *Kompendium pilota wycieczek*, red. Z. Kruczek, Wydawnictwo Proksenia, Kraków 2000.
- [6] Boyer M., *Le tourisme*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon 1999.
- [7] Chudoba T., *Wprowadzenie do teorii turystyki*, Wydawnictwo AWF, Warszawa 1998.
- [8] Cooper C., Fletcher J., Gibler D., Wanhill S., *Tourism Principles and Practice*, Pitman Publishing, Surrey 1993.
- [9] Delektka A., *Determinanty aktywności i destynacji turystycznych studentów dużego i małego ośrodka akademickiego*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013.

⁴⁰ F. Mróz, R. Rettinger, *Turystyka aktywna a spędzanie czasu wolnego przez studentów kierunku „turystyka i rekreacja” wybranych szkół wyższych w Małopolsce*, [in:] A. Stasiak, J. Śledzińska, B. Włodarczyk (ed.), *Wczoraj, dziś i jutro turystyki aktywnej i specjalistycznej*, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa 2015, s. 373-386.

- [10] Delekta A., *Spoleczne determinanty aktywności turystycznej studentów krakowskiego ośrodka akademickiego*, Humanities and Social Sciences, vol. XIX, nr 21(4), Wydawnictwo Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2014, s. 25-35.
- [11] Denek K., *W kręgu edukacji, krajoznawstwa i turystyki w szkole*, Wydawnictwo Eruditus, Poznań 2000.
- [12] Kamiński A., *Czas wolny i jego problematyka społeczno-wychowawcza*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1965.
- [13] Kamiński A., *Nauczanie i wychowanie metodą harcerską*, Związek Harcerstwa Rzeczypospolitej, Warszawa 2001.
- [14] Kulesza W., *Rodzina jako źródło kształtowania się i wyboru turystycznych form wypoczynku w środowisku studenckim*, [w:] *Spoleczno-pedagogiczne problemy turystyki*, red. J. Malinowski, Instytut Turystyki, Warszawa 1988.
- [15] Łopaciński K., *Aktywność turystyczna młodzieży akademickiej*, Problemy Turystyki, nr 2, Warszawa 1986.
- [16] Łopaciński K., *Poziom aktywności turystycznej studentów*, [w:] *Spoleczno-pedagogiczne problemy turystyki*, red. J.A. Malinowski, Instytut Turystyki, Warszawa 1988.
- [17] Marcinkowski M., *Zachowania wolnoczasowe wskaźnikiem jakości życia*, [w:] *Czas wolny. Rekreacja. Turystyka. Hotelarstwo. Żywnienie*, red. W. Siwiński, R.D. Tauber, E. Mucha-Szajek, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poznań 2003.
- [18] Mróz F., Rettinger R., *Turystyka aktywna a spędzanie czasu wolnego przez studentów kierunku „turystyka i rekreacja” wybranych szkół wyższych w Małopolsce*, [w:] A. Stasiak, J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), *Wczoraj, dziś i jutro turystyki aktywnej i specjalistycznej*, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa 2015, s. 373-386.
- [19] Różycki P., *Determinanty aktywności turystycznej młodzieży*, Problemy Turystyki, nr 1-4, 2006.
- [20] Senyszyn J., *Koszty okołokonsumpcyjne i ekonomiczna efektywność konsumpcji turystycznej*, [w:] *Turystyka w środowisku społecznym i gospodarczym*, Zeszyty Naukowe AWF Kraków, nr 75, Kraków 1998.
- [21] Skorny Z., *Mechanizmy regulacyjne ludzkiego działania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1989.
- [22] Taboń S., *Wpływ rodziny na wykorzystanie czasu wolnego*, „Życie Szkoły”, nr 3, 2002.
- [23] Tyszcza Z., *Rodzina w świecie współczesnym – jej znaczenie dla jednostki i społeczeństwa*, [w:] *Pedagogika społeczna*, red. T. Pilch, I. Lepalczyk, Wydawnictwo Żak, Warszawa 1995.
- [24] Tyszkowa M., *Aktywność i działalność dzieci i młodzieży*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1990.
- [25] UNWTO, *Tourism Highlights*, Edition 2016.
- [26] Urry J., *Spojrzenie turysty*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- [27] Walczak M., *Koncepcja czasu wolnego Aleksandra Kamińskiego*, Wydawnictwo WSP, Zielona Góra 1996.

- [28] Wartecka-Ważyńska A., *Rola wybranych organizacji społecznych w kształtowaniu aktywności turystycznej młodzieży*, Turystyka i Hotelarstwo, nr 8, 2005.
- [29] Wasiak H., *Czynniki kształtujące konsumpcję w dziedzinie turystyki, wypoczynku i innych form rekreacji w układach regionalnych*, Prace Naukowe AE we Wrocławiu, nr 130, Wrocław 1978.
- [30] Wolańska T., *Rekreacja a codzienne życie w rodzinie*, [w:] *Rekreacja i turystyka w rodzinie*, red. T. Łobożewicz, T. Wolańska, Wydawnictwo Estrella, Warszawa 1994.
- [31] Woźniak E., *Pedagogika czasu wolnego Aleksandra Kamińskiego*, [w:] *Koncepcja czasu wolnego Aleksandra Kamińskiego*, red. M. Walczak, Wydawnictwo WSP, Zielona Góra 1996.
- [32] Zaffran J., *Le temps de l'adolescence. Entre contrainte et liberté*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes 2010.

SPOŁECZNO-EKONOMICZNE UWARUNKOWANIA AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ KRAKOWSKIEJ MŁODZIEŻY UNIWERSYTECKIEJ

Badania identyfikują uwarunkowania aktywności turystycznej młodzieży uniwersyteckiej, szczególnie skupiając się na analizie niektórych czynników społecznych i ekonomicznych. Postawiono hipotezę (H1) o występowaniu istotnej zależności między wybranymi czynnikami społecznymi i ekonomicznymi a poziomem aktywności turystycznej badanych studentów krakowskiego ośrodka akademickiego. Postanowiono zweryfikować również hipotezę (H2) głoszącą, że czynniki ekonomiczne mają największy wpływ na uczestnictwo w turystyce. Badania zostały przeprowadzone z wykorzystaniem metod ilościowych i jakościowych. Badania ilościowe przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego na 521 studentach losowo wybranych uczelni krakowskiego ośrodka akademickiego. Badania jakościowe wykonano, opierając się na założeniach metody *storytellingu*. Ta część badań miała postać wywiadów ze studentami prezentującymi różny poziom aktywności turystycznej. Szczegółowym wywiadowi poddano po 4 studentów z każdego z założonych typów. Analiza statystyczna oparta na metodach statystycznych (test niezależności chi-kwadrat, współczynnik zbieżności T-Czuprowa) pozwala na przyjęcie hipotezy H1 oraz nakazuje odrzucić hipotezę H2.

Słowa kluczowe: uwarunkowania aktywności turystycznej, aktywność turystyczna, młodzież akademicka, turystyka studencka, storytelling

DOI:10.7862/rz.2016.hss.39

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Andrzej GAZDA¹
Gabriela POPEK²

CZYNNIKI LOKALIZACJI CENTRUM LOGISTYCZNEGO NA RYNKU CHIŃSKIM Z WYKORZYSTANIEM METODY PESTE

Rynek chiński od 1978 r., a zatem od momentu rozpoczęcia przemian i wprowadzania reform w Chinach, szeroko otworzył się na wymianę międzynarodową, a tempo wzrostu gospodarczego w tym kraju znacznie wzrosło. Według produktu krajowego brutto (PKB) per capita Chiny wykazują stały wzrost. Chiński produkt krajowy brutto per capita po skorygowaniu parytetu siły nabywczej w roku 2014 wyniósł 12608,87 dolarów, a średnie PKB per capita od roku 1990 do 2014 wyniosło 5476,62 dolarów³. Mimo że w ostatnich latach tempo wzrostu PKB jest nieco słabsze, to w dalszym ciągu handel wewnętrzny oraz międzynarodowy generuje zapotrzebowanie na budowę centrów logistycznych, czyli obiektów przestrzennych spełniających konkretne funkcje, wraz z właściwą organizacją oraz infrastrukturą. Realizowane są w nich różnorodne usługi logistyczne, do których można zaliczyć: magazynowanie, rozdzielanie, przyjmowanie i wydawanie towarów⁴. Typowe centrum logistyczne powinno wobec tego posiadać takie obiekty, jak magazyny, kolejowe terminale kontenerowe, place składowe, a także miejsca świadczenia usług celnych i inne. Lokalizację centrów można wyznaczyć za pomocą tradycyjnych metod. Do znanych oraz najczęściej wykorzystywanych metod wspomagających proces wyznaczania lokalizacji centrum logistycznego należą takie metody, jak: metoda niehierarchicznej analizy skupień, przekształcona formuła problemu transportowego, czyli model Huffa oraz wyznaczenie promienia obszaru ciężenia. Z kolei metodą, która pozwala w sposób kompleksowy uwzględnić różnorodne czynniki wpływające na lokalizację, jest metoda PESTE.

Słowa kluczowe: centrum logistyczne, czynniki lokalizacji, metoda PESTE

1. WPROWADZENIE

Lokalizacja centrum logistycznego polega na określeniu jego położenia geograficznego w przestrzeni. Na lokalizację mają wpływ następujące czynniki⁵:

- 1) produkcyjne
 - źródła surowców,
 - dostępność energii,

¹ Dr hab. Andrzej Gazda, prof. PRz, Katedra Systemów Zarządzania i Logistyki, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, autor korespondencyjny: e-mail: agazda@prz.edu.pl

² Mgr inż. Gabriela Popek, absolwentka Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej

³ China,gdp-per-capita-ppp, <http://www.tradingeconomics.com/> (dostęp: 29.12.2015 r.).

⁴ I. Fechner, *Centra logistyczne. Cel – Realizacja – Przyszłość*, ILiM, Poznań 2004, s. 14.

⁵ D. Malindżák, A. Gazda, *Podstawy logistyki w przedsiębiorstwie*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2011, s. 57.

- możliwości transportowe,
- siła robocza itp.,
- 2) handlowe
 - poziom podatków,
 - rynek,
 - możliwości komunikacyjne,
 - cena itp.,
- 3) społeczne
 - bezrobocie,
 - tradycja produkcyjna, przemysłowa itp.

Jedną z metod lokalizacji jest model niehierarchicznej analizy skupień. Podstawowym kryterium tej metody jest wyznaczenie miejsca centrum logistycznego, w którym koszty związane z jego eksploatacją będą najniższe. Istotne dla obliczeń jest określenie zbioru elementów warunkujących funkcjonowanie centrum. Można do nich zaliczyć liczbę magazynów oraz przedsiębiorstw transportowych⁶.

Za pomocą metody k-średnich zostają utworzone możliwie odmienne skupienia. Następnie obiekty są przenoszone pomiędzy skupieniami, do czasu zoptymalizowania zmienności pomiędzy skupieniami oraz wewnątrz skupień. Podobieństwo wewnątrz skupienia powinno być jak największe, natomiast osobne skupienia powinny być od siebie maksymalnie różne.

Kolejną metodą wykorzystywaną przy wyborze lokalizacji nowego centrum logistycznego jest przekształcona formuła problemu transportowego, czyli model Huffa. W metodzie tej zakłada się, że lokalizacja współpracujących przedsiębiorstw oraz jednostkowe koszty transportu są znane. Minimalizacja kosztów logistycznych w samym centrum, jak i we współpracujących przedsiębiorstwach jest głównym celem budowy danego centrum. Metoda Huffa zakłada również zapewnienie wysokiego poziomu obsługi klienta. Zgodnie ze wzorem (1) zostaje wyznaczona funkcja kosztu⁷:

$$K = \sum_{i=1}^n k_i^A \cdot a_i \cdot d_{i0} \cdot \sum_{j=1}^n k_j^B \cdot b_j \cdot d_{0j} \quad (1)$$

gdzie:

k_i^A – koszt i-tego transportu do centrum z przedsiębiorstwa współpracującego A,

k_j^B – koszt j-tego transportu do CL z przedsiębiorstwa współpracującego B,

a_i – prognozy rocznych dostaw do CL z przedsiębiorstw współpracujących,

b_j – prognozy rocznego zapotrzebowania klientów,

d_{i0} – odległość między centrum a współpracującymi przedsiębiorstwami,

d_{0j} – odległość centrum od współpracujących przedsiębiorstw, wyznaczona ze wzorów odległości euklidesowej lub metryki prostokątnej.

Można też wykorzystywać metodę polegającą na wyznaczeniu promienia obszaru ciężenia (wzór (2)). Przy ustalaniu lokalizacji wyznacza się zbiór wag w_1, w_2, \dots, w_n oraz

⁶ B. Skowron-Grabowska, *Centra logistyczne w łańcuchach dostaw*, PWE, Warszawa 2010, s. 111.

⁷ *Ibidem*, s. 111-112.

odległości centrum grawitacyjnego od współpracujących przedsiębiorstw – kolejno d_1, d_2, \dots, d_n . Położenie nowego obiektu logistycznego wyznacza się w następujący sposób⁸:

$$F_1 = W_1 \cdot d_1; F_2 = W_2 \cdot d_2; \dots; F_{n-1} = W_{n-1} \cdot d_{n-1}; F_n = W_n \cdot d_n \quad (2)$$

W celu wyznaczenia optymalnego położenia centrum logistycznego powinno zostać spełnione równanie:

$$F_1 + F_2 + \dots + F_{n-1} + F_n = 0 \quad (3)$$

Wzór (3) pokazuje, że wszystkie wagi są ze sobą powiązane. W celu zachowania równości każda zmiana wagi w jednym kierunku jest następstwem zmiany wagi w przeciwnym kierunku. Równocześnie wraz ze wzrostem wagi zostaje odzwierciedlona coraz mniejsza odległość przedsiębiorstw od centrum. W odwrotnym przypadku wraz ze wzrostem odległości od centrum następuje spadek wielkości wag. Sposób ten pozwala zachować bilans przedstawiony we wzorze (3). Koncepcja ta największe wagi przyznaje obiektom znajdującym się w najbliższej odległości, natomiast najmniejsze wagi – obiektom najbardziej oddalonym.

Metoda, która polega na uwzględnieniu i analizie wielu czynników, nosi nazwę PEST, PESTE lub PESTEL. Jest to metoda służąca do badania makrootoczenia przedsiębiorstwa. W dalszej części opracowania podjęto próbę i pokazano możliwości wykorzystania tej metody w procesie lokalizacji centrum logistycznego.

2. CHARAKTERYSTYKA METODY PESTE

Analiza PEST (PESTE lub PESTEL) jest narzędziem, które służy do obserwacji i badania otoczenia przedsiębiorstwa. Podstawowa wersja analizy może zostać rozszerzona o dodatkowy element E (ang. *Environment*), czyli środowisko, a także element L (ang. *Legal*), a zatem prawo.

Analiza zajmuje się badaniem różnych uwarunkowań makrootoczenia, wpływających bądź mogących wpływać na działalność organizacji. Punktem wyjścia jest wyodrębnienie podstawowych czynników, mogących oddziaływać na funkcjonowanie danego przedsiębiorstwa. Prawidłowe przeprowadzenie badania metodą PEST stwarza podstawy do określenia perspektyw i opracowania strategii działania długofalowego oraz może zostać wykorzystane do dalszych analiz, np. analizy SWOT.

Każdy przedsiębiorca wchodzący na nowy rynek powinien rozważyć wykorzystanie tego narzędzia badania otoczenia, ponieważ nie może stworzyć strategii działania, nie biorąc pod uwagę sytuacji ekonomicznej danego kraju czy regionu, w którym chce inwestować i funkcjonować. Przykładem może być koszt pracy. Na przykład w Chinach jest on kilkukrotnie niższy od standardów panujących w Europie. W tym przypadku należy również uwzględnić spektrum decyzji politycznych oraz przepisy prawa. Przedsiębiorstwa, które funkcjonują na rynku międzynarodowym, muszą się liczyć z tym, że w różnych częściach świata stanowiące prawo jest inne. Ważnym aspektem jest także społeczeństwo, jego nastroje, przyzwyczajenia, obecnie panujące trendy mody oraz demografia. Wszystko to wpływa na aktualny oraz przyszły popyt. Rozwój technolo-

⁸ *Ibidem*, s. 112.

giczny oraz aspekty związane z ochroną środowiska również odgrywają istotną rolę w decyzjach dotyczących rozwoju przedsiębiorstwa.

Zestawieniu i skrupulatnej ocenie poddaje się następujące czynniki (stąd też pochodzi nazwa analizy – akronim wywodzący się z angielskich nazw czynników):

- **P**olitical (polityczno-prawne),
- **E**conomic (ekonomiczne),
- **S**ocial (społeczno-kulturowe),
- **T**echnological (technologiczne),
- **E**nvironment (środowiskowe).

Analiza odbywa się w trzech następujących etapach:

- w pierwszym kroku określa się najważniejsze czynniki w poszczególnych segmentach otoczenia (technologiczny, społeczno-kulturowy, ekonomiczny, polityczny oraz środowiskowy) i tworzy się listę kontrolną,
- w kolejnym etapie przedsiębiorstwo ocenia, jaki jest wpływ poszczególnych czynników na jego funkcjonowanie. Badaniu poddaje się siłę ich oddziaływania, określa się także ich obecny i prawdopodobny, możliwy wpływ w przyszłości, precyzuje się ich hierarchię oraz dynamikę zmian,
- w ostatnim kroku określa się relacje pomiędzy organizacją a jej makrootoczeniem, przez zestawienie czynników i określenie, jaki mają wpływ na działalność przedsiębiorstwa. Ostateczny wynik analiz umożliwia opracowanie prognoz oraz działań w celu uniknięcia możliwych zagrożeń i wykorzystania istniejących szans⁹.

Wszystkie elementy brane pod uwagę w analizie PESTE wzajemnie się uzupełniają, dlatego dokonując badań, należy rozpatrywać je bardzo dokładnie i kompleksowo.

3. REALIZACJA METODY PESTE

Analizę według metody PESTE wykonano dla funkcjonującego na rynku chińskim przedsiębiorstwa z branży meblarskiej, które mogłoby otworzyć swoje centrum logistyczne w mieście Wuhan, w prowincji Hubei. Firma posiada już swoje oddziały w innych chińskich miastach, jednak ponowna analiza czynników, które mają bezpośredni wpływ na funkcjonowanie i poprawę jej kondycji jest niezbędna na stosunkowo młodym rynku.

Analizie poddano czynniki determinujące działalność firmy w prowincji Hubei, uwzględniając jednocześnie czynniki o charakterze krajowym oraz globalnym, mające związek ze specyfiką branży meblarskiej. W odniesieniu do poszczególnych czynników określono ocenę trendu dla przedsiębiorstwa oraz ustalono prawdopodobieństwo wystąpienia skłonności zmiany dla każdego z nich. Określono tendencję tej zmiany, która może mieć charakter:

- wzrostu (↑),
- regresu (↓),
- bądź stabilizacji (→).

⁹ K. Oblój, *Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej*, PWE, Warszawa 2007, s. 211.

Każda z wartości tendencji oddziałuje na przedsiębiorstwo pozytywnie lub negatywnie. Siłę tego oddziaływania oceniono według wzorca:

- siła oddziaływania pozytywnego:
 - bardzo mała: +1,
 - mała: +2,
 - średnia: +3,
 - duża: +4,
 - bardzo duża: +5,
- siła oddziaływania negatywnego
 - bardzo duża: –5,
 - duża: –4,
 - średnia: –3,
 - mała: –2,
 - bardzo mała: –1.

Należy podkreślić, że elementy oceny i siły wpływu są wartościami zmiennymi. Oceny poszczególnych czynników są subiektywne, dlatego mogą być obciążone błędem. Na wynik końcowy wpływa również ocena prawdopodobieństwa, której suma dla każdego z czynników przyjmuje wartość 1.

W ramach realizacji ostatniego etapu analizy w poszczególnych jej obszarach (polityczno-prawnym, ekonomicznym, społeczno-kulturowym, środowiskowym oraz technologicznym) wyznaczono trendy, które wyróżniają się pozytywnym oraz negatywnym wpływem. Ich zestawienia tworzą kolejno scenariusze: optymistyczny oraz pesymistyczny. Obliczono również średni wpływ czynników, dzięki czemu możliwe było także wykonanie scenariusza najbardziej prawdopodobnego, składającego się z elementów o maksymalnym współczynniku prawdopodobieństwa.

Ze względu na objętość publikacji zostanie tutaj przedstawiona szczegółowa analiza tylko jednego obszaru, natomiast wszystkie wyniki obliczeń będą zebrane w formie tabeli oraz wykresu słupkowego, umożliwiające dokonanie analiz.

Do obszaru polityczno-prawnego można zaliczyć następujące czynniki:

- stabilność rządów,
- relacje między Chinami a Unią Europejską,
- poziom korupcji,
- poziom biurokracji,
- system podatkowy,
- prawa autorskie w Chinach,
- certyfikację.

Analiza stabilności rządów:

- **Charakterystyka czynnika:** władze państwowe Chińskiej Republiki Ludowej są kierowane przez Komunistyczną Partię Chin (według konstytucji z 1982 r.). Ogólnochińskie Zgromadzenie Przedstawicieli Ludowych (OZPL) jest najważniejszym organem ustrojodawczym oraz ustawodawczym, wybieranym na 5-letnią kadencję. Wszelkimi pracami OZPL zajmuje się Stały Komitet, wydając dekrety oraz niektóre ustawy, ratyfikując umowy międzynarodowe. Władza wykonawcza jest sprawowana przez Radę Państwową (rząd)¹⁰.

¹⁰ Chiny. Ustrój polityczny, <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Chiny-Ustrój-polityczny;4573926.html> (dostęp: 16.01.2016 r.).

- **Powód wystąpienia:** zgodnie z konstytucją z 1982 r. faktyczną władzę w Chińskiej Republice Ludowej pełni jedna partia.
- **Wpływ czynnika na funkcjonowanie:** przychylność władzy bądź jej brak wpływają na rozwój przedsiębiorstw działających na rynku chińskim. Polityka kraju ukierunkowana na rozwój prowincji Hubei stwarza idealne warunki do rozwijania biznesu właśnie w tym obszarze.
- **Możliwe następstwa:** stabilność rządu pozwala na dalszą przychylność władzy wobec inwestycji zagranicznych, a tym samym pomoc w szybszym rozwoju przedsiębiorstwa.

Analiza relacji między Chinami a Unią Europejską:

- **Charakterystyka czynnika:** Unia Europejska oraz Chiny to obecnie dwa największe podmioty gospodarcze na świecie. Chiny plasują się na drugim miejscu (zaraz po Stanach Zjednoczonych) największych partnerów handlowych Wspólnoty Europejskiej.
- **Powód wystąpienia:** w listopadzie 2013 roku podczas szesnastego szczytu gospodarczego Unia Europejska – Chiny ogłosiło podjęcie negocjacji odnoszących się do umowy inwestycyjnej pomiędzy Chinami oraz Unią Europejską. Umowa przewidywała stopniową liberalizację inwestycji, a także zniesienie ograniczeń dla inwestorów na wzajemnych rynkach¹¹.
- **Wpływ czynnika na funkcjonowanie:** zapewnienie prostszych oraz bezpieczniejszych ram prawnych dla inwestorów po obu stronach.
- **Możliwe następstwa:** zerwanie współpracy, utrudniona wymiana handlowa.

Analiza poziomu korupcji:

- **Charakterystyka czynnika:** Transparency International (TI) to niezależna, międzynarodowa organizacja, która bada wskaźnik globalnej korupcji. Każdego roku publikuje Corruption Perceptions Index (Indeks Percepcji Korupcji), w 2015 r. objęła badaniem 168 krajów¹². Na pierwszym miejscu (najmniejsze skorumpowanie) spośród 168 państw znalazła się Dania, a kolejno za nią Finlandia oraz Szwecja. Chiny znajdują się na 83. miejscu, a zatem w środku rankingu. Z kolei najbardziej skorumpowanymi państwami okazały się Korea Północna i Somalia¹³.
- **Powód wystąpienia:** przyczynami korupcji są m.in.: nadużywanie władzy przez urzędników, brak kontroli nad wypełnianiem procedur oraz brak działań antykorupcyjnych.
- **Wpływ czynnika na funkcjonowanie:** korupcja to bardzo niebezpieczne zjawisko mogące zagrozić funkcjonowaniu kraju. Politycy, którzy poddają się korupcji, przyczyniają się do wyrządzania szkód państwu oraz utrudniają prawidłowe funkcjonowanie przedsiębiorstw.
- **Możliwe następstwa:** nasilenie korupcji może się przyczynić do obniżenia wiarygodności kraju, a tym samym wzbudzić niechęć do prowadzenia działalności gospodarczej na terenie Chin.

¹¹ Countries and regions, China, <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/china/> (dostęp: 18.01.2016 r.).

¹² Transparency International, https://pl.wikipedia.org/wiki/Transparency_International (dostęp: 18.01.2016 r.).

¹³ Corruption Perceptions Index, <http://www.transparency.org/cpi2015> (dostęp: 18.01.2016 r.).

Poziom biurokracji w Chinach:

- **Charakterystyka czynnika:** struktury i systemy aparatu państwowego Chin są czasami przestarzałe, wymagają czasochłonnych i niekiedy zbędnych atestów, co odzwierciedla głęboko zakorzeniona komunistyczna biurokracja¹⁴.
- **Powód wystąpienia:** chińskie przepisy prawa są bardzo złożone i często mogą być interpretowane w różnoraki sposób. Rozbudowana biurokracja i jej procedury są uciążliwe oraz niejasne, dając zbyt dużą dowolność w podejmowaniu decyzji przez urzędników.
- **Wpływ czynnika na funkcjonowanie:** ciągła ewolucja w prawie powoduje, że przedsiębiorstwa muszą nadążać za wszelkimi zmianami, które często utrudniają rozwój biznesu.
- **Możliwe następstwa:** konieczność brania pod uwagę wszelkich problemów biurokratycznych i zmagania się z nimi wpływa na zmniejszenie dochodów przedsiębiorstw.

Analiza systemu podatkowego:

- **Charakterystyka czynnika:** system podatkowy wpływa na rozwój państwa, ponieważ podatki stanowią fundament dochodów budżetu¹⁵.
- **Powód wystąpienia:** system składa się z dwóch poziomów podatkowych: podatków lokalnych oraz systemu podatków centralnych, m.in. VAT-u, podatku dochodowego od firm z zagranicznym kapitałem¹⁶.
- **Wpływ czynnika na funkcjonowanie:** coraz większy udział inwestycji z udziałem przedsiębiorstw zagranicznych zdecydował, że chińskie zasady podatkowe uległy znacznym modyfikacjom. Zmiany doprowadziły do ujednoczenia stawek celnych dla przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym oraz stopniowo wpływają na przybliżenie chińskiego systemu podatkowego do standardów międzynarodowych.
- **Możliwe następstwa:** system podatkowy Chin ulega zmianom, jednak w dalszym ciągu nie należy do prostych. Konsekwencją utrudnień podatkowych może się okazać przeniesienie działalności gospodarczej na teren innego kraju.

Analiza prawa autorskiego w Chinach:

- **Charakterystyka czynnika:** prawa autorskie obejmują ochronę prawa twórcy do modyfikowania oraz powielania jego utworu. Ochrona praw autorskich nie odnosi się jedynie do tzw. sektora artystycznego, lecz do wszystkich gałęzi gospodarki¹⁷.
- **Powód wystąpienia:** po przystąpieniu do Światowej Organizacji Handlu oraz umowy Traded-Related Aspect of Intellectual Property Rights (TRIPS) Chiny

¹⁴ Chinas-levels-of-bureaucracy-have-gotten-ridiculous, <http://blogs.wsj.com/chinarealtime/2015/04/17/chinas-levels-of-bureaucracy-have-gotten-ridiculous-premier-says/> (dostęp: 19.01.2016 r.).

¹⁵ System podatkowy, https://mfiles.pl/pl/index.php/System_podatkowy (dostęp: 23.01.2016 r.).

¹⁶ Informacje na temat chińskiego prawa gospodarczego, <http://www.gochina.gov.pl/index/?id=17e62166fc8586dfa4d1bc0e1742c08b> (dostęp: 23.01.2016 r.).

¹⁷ Copyright_Guide, http://www.china-iprhelpdesk.eu/sites/all/docs/publications/PL_Copyright_Guide_Aug_2010.pdf (dostęp: 27.01.2016 r.).

rozpoczęły rozwijanie systemu ochrony praw własności intelektualnej (w tym również patentów oraz praw autorskich)¹⁸.

- **Wpływ czynnika na funkcjonowanie:** mimo przystąpienia Chin do umowy międzynarodowej TRIPS system prawa własności intelektualnej jest nadal niepełny. Chińscy przedsiębiorcy chętnie kopiują i wykorzystują produkty swojej konkurencji, oferując tym samym podobne wzory po niższych cenach.
- **Możliwe następstwa:** dalszy brak jednoznacznego uregulowania sprawy dotyczącej praw autorskich, kopiowanie produktów, walka z konkurencją, niższe dochody przedsiębiorstwa.

Analiza certyfikacji:

- **Charakterystyka czynnika:** China Compulsory Certificate to certyfikat obejmujący towary, których jakość oraz bezpieczeństwo używania są ważne dla konsumentów¹⁹.
- **Powód wystąpienia:** przepisy prawa, wprowadzenie wymogu uzyskania certyfikatu od 2003 r.
- **Wpływ czynnika na funkcjonowanie:** procedura uzyskania certyfikatu wiąże się z wizytacją w przedsiębiorstwach chińskich inspektorów, a jej długotrwały czas oraz niejasność przepisów prawa mogą spowodować zahamowanie rozwoju działalności.
- **Możliwe następstwa:** konieczność dostosowania swoich produktów do standardów chińskich certyfikatów i innych przepisów prawa.

Wyniki dokonanych analiz zostały przedstawione w tab. 1.

Następny obszar zawiera czynniki ekonomiczne:

- tempo wzrostu gospodarczego,
- stopa inflacji,
- cykl koniunkturalny,
- okoliczności wejścia na rynek nowych przedsiębiorstw,
- kursy walut,
- polityka fiskalna,
- koszty pracy,
- poziom bezrobocia.

Obszar społeczno-kulturowy to następujące czynniki:

- demografia prowincji Hubei,
- poziom wykształcenia,
- nowe wzorce konsumpcji,
- styl życia,
- zmiana modelu rodziny,
- współczynnik urbanizacji,
- sposób spędzania wolnego czasu,
- nowi klienci,
- przychody i wydatki chińskich gospodarstw domowych.

¹⁸ Prawo własności intelektualnej w Chinach, <http://www.gochina.gov.pl/index/?id=642e92efb79421734881b53e1e1b18b6> (dostęp: 28.01.2016 r.).

¹⁹ Wymagane certyfikaty, <http://www.gochina.gov.pl/index/?id=f7177163c833dff4b38fc8d2872f1ec6> (dostęp: 28.01.2016 r.).

Obszar technologiczny obejmuje:

- rozwój technologii,
- inteligentne zarządzanie,
- zwiększenie łączności,
- Internet jako kanał dystrybucji,
- udoskonalanie technologiczne systemu transportu.

Tabela 1. Czynniki polityczno-prawne analizy PESTE

Czynniki polityczno-prawne	Trend	Prawdopodobieństwo przedział (od 0 do 1)	Siła wpływu przedział (od -5 do +5)
1. Stabilność rządów	wzrost	0,3	+5
	stabilizacja	0,5	+3
	regres	0,2	-2
2. Relacje pomiędzy Chinami a UE	wzrost	0,3	+4
	stabilizacja	0,5	+4
	regres	0,2	-3
3. Poziom korupcji	wzrost	0,3	-5
	stabilizacja	0,4	+4
	regres	0,3	+5
4. Poziom biurokracji	wzrost	0,3	-5
	stabilizacja	0,5	+4
	regres	0,3	+5
5. System podatkowy	wzrost	0,4	-5
	stabilizacja	0,4	+4
	regres	0,2	+4
6. Prawa autorskie	wzrost	0,3	+3
	stabilizacja	0,5	+2
	regres	0,2	-2
7. Certyfikacja produktów	wzrost	0,3	+4
	stabilizacja	0,5	+2
	regres	0,2	-4

Źródło: opracowanie własne.

Ostatni obszar to czynniki środowiskowe, z którymi Chiny mają poważne problemy. Wpływ na obecną sytuację ma związek z polityką szybkiego rozwoju gospodarczego, która była realizowana bez uwzględnienia skutków ubocznych. Według danych Banku Światowego jedynie 1% miast chińskich spełnia standardy Światowej Organizacji Zdrowia. Zwracając uwagę na tak poważną sytuację, rząd Chin zdecydował się na wprowadzenie niezbędnych zmian mających na celu zapobieganie dalszemu zanieczyszczeniu środowiska. W sferze ochrony środowiska przyjętych zostało ponad 40 ustaw i innych uregulowań prawnych, zmierzających do ograniczenia emisji dwutlenku węgla. Wprowadzono również 5-letni (2016-2020) Plan Ochrony Środowiska, który koncentruje się na następujących zadaniach strategicznych: wprowadzenie systemu kontroli zanie-

czyszczeń, poprawa jakości środowiska, implementacja reguł zrównoważonego rozwoju. W analizie tego obszaru uwzględniono:

- wpływ procesu dystrybucji towarów na zmiany klimatyczne,
- wpływ realizacji inwestycji na wzmożony ruch pojazdów,
- wpływ inwestycji na zmiany krajobrazowe,
- funkcjonowanie przedsiębiorstwa a polityka recyklingu.

Kolejnym etapem analizy jest opracowanie scenariuszy: optymistycznego (tab. 2.), pesymistycznego (tab. 3.) oraz najbardziej prawdopodobnego (tab. 4.).

Tabela 2. Scenariusz optymistyczny

Elementy scenariusza optymistycznego	Siła wpływu
<p>Kryterium polityczno-prawne</p> <ul style="list-style-type: none"> – większa stabilność rządów, – poprawa relacji między Chinami a Unią Europejską, – spadek poziomu korupcji, – spadek poziomu biurokracji, – obniżenie podatków, – uregulowanie sprawy praw autorskich, – ułatwienie procedury certyfikacji produktów. <p>Średnia siła wpływu</p>	<p>+5</p> <p>+4</p> <p>+5</p> <p>+5</p> <p>+4</p> <p>+3</p> <p>+4</p> <p>+4,29</p>
<p>Kryterium ekonomiczne</p> <ul style="list-style-type: none"> – szybsze tempo wzrostu gospodarczego, – stabilizacja poziomu stopy inflacji, – wzrost cyklu koniunkturalnego, – korzystniejsze okoliczności wejścia na rynek nowych przedsiębiorstw, – stabilizacja poziomu kursów walut, – stabilizacja polityki fiskalnej, – obniżenie kosztów pracy, – spadek poziomu bezrobocia. <p>Średnia siła wpływu</p>	<p>+5</p> <p>+4</p> <p>+4</p> <p>+4</p> <p>+4</p> <p>+3</p> <p>+4</p> <p>+5</p> <p>+4,12</p>
<p>Kryterium społeczno-kulturowe</p> <ul style="list-style-type: none"> – dodatni współczynnik demografii w prowincji Hubei, – wzrost poziomu wykształcenia, – wzrost zainteresowania nowymi trendami, – nowe wzorce konsumpcji, – pozytywna zmiana modelu rodziny, – wzrost współczynnika urbanizacji, – sposób spędzania wolnego czasu, – wzrost liczby nowych klientów, – wzrost przychodów i wydatków gospodarstw domowych. <p>Średnia siła wpływu</p>	<p>+4</p> <p>+5</p> <p>+4</p> <p>+3</p> <p>+1</p> <p>+4</p> <p>+3</p> <p>+5</p> <p>+5</p> <p>+3,78</p>
<p>Kryterium technologiczne</p> <ul style="list-style-type: none"> – rozwój technologii i inteligentnego zarządzania, – rozwój łączności, – rozwój Internetu jako kanału dystrybucji, – udoskonalanie technologiczne systemu transportu. <p>Średnia siła wpływu</p>	<p>+4</p> <p>+4</p> <p>+4</p> <p>+4</p> <p>+4</p>

Tabela 2. (cd.). Scenariusz optymistyczny

Elementy scenariusza optymistycznego	Siła wpływu
Kryterium środowiskowe	
– zmniejszenie niekorzystnego wpływu procesu dystrybucji towarów na zmiany klimatyczne,	+5
– zmniejszenie niekorzystnego wpływu realizacji inwestycji na wzmożony ruch pojazdów,	+5
– zmniejszenie niekorzystnego wpływu inwestycji na zmiany krajobrazowe,	+4
– odpowiednia polityka recyklingu.	+2
Średnia siła wpływu	+4

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3. Scenariusz pesymistyczny

Elementy scenariusza pesymistycznego	Siła wpływu
Kryterium polityczno-prawne	
– mniejsza stabilność rządów,	-2
– pogorszenie relacji między Chinami a Unią Europejską,	-3
– wzrost poziomu korupcji,	-5
– wzrost poziomu biurokracji,	-5
– wzrost podatków,	-5
– brak uregulowania sprawy praw autorskich,	-2
– skomplikowane procedury certyfikacji produktów.	-4
Średnia siła wpływu	-3,71
Kryterium ekonomiczne	
– spadek tempa wzrostu gospodarczego,	-4
– wzrost poziomu stopy inflacji,	-3
– spadek cyklu koniunkturalnego,	-4
– pogorszenie okoliczności wejścia na rynek nowych przedsiębiorstw,	-4
– wzrost wahań poziomu kursów walut,	-3
– wzrost regulacji w obszarze polityki fiskalnej,	-2
– wzrost kosztów pracy,	-3
– wzrost poziomu bezrobocia.	-4
Średnia siła wpływu	-3,38
Kryterium społeczno-kulturowe	
– ujemny współczynnik demografii w prowincji Hubei,	-5
– obniżenie poziomu wykształcenia,	-5
– zmniejszenie zainteresowania nowymi trendami,	-4
– nowe wzorce konsumpcji,	-2
– negatywne zmiany modelu rodziny,	-3
– spadek współczynnika urbanizacji,	-4
– sposób spędzania wolnego czasu,	-5
– spadek liczby nowych klientów,	-4
– spadek przychodów i wydatków gospodarstw domowych.	-4
Średnia siła wpływu	-4,11

Tabela 3. (cd.). Scenariusz pesymistyczny

Elementy scenariusza pesymistycznego	Siła wpływu
Kryterium technologiczne	
– zahamowanie rozwoju technologii i inteligentnego zarządzania,	–3
– zahamowanie rozwoju łączności,	–3
– zahamowanie rozwoju Internetu jako kanału dystrybucji,	–3
– zahamowanie udoskonalania technologicznego systemu transportu.	–4
Średnia siła wpływu	–3,25
Kryterium środowiskowe	
– większy wpływ procesu dystrybucji towarów na zmiany klimatyczne,	–5
– większy wpływ realizacji inwestycji na wzmożony ruch pojazdów,	–5
– zwiększenie wpływu inwestycji na zmiany krajobrazowe,	–4
– zaostrzona polityka recyklingu.	–2
Średnia siła wpływu	–3,75

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Scenariusz najbardziej prawdopodobny

Elementy scenariusza najbardziej prawdopodobnego	Prawdopodobieństwo	Siła wpływu +	Siła wpływu –
Kryterium polityczno-prawne			
– stabilność rządów,	0,5	+3	
– stabilizacja relacji między Chinami a Unią Europejską,	0,5	+4	
– stabilizacja poziomu korupcji,	0,4	+4	
– stabilizacja poziomu biurokracji,	0,5		–5
– stabilizacja podatków,	0,4	+4	
– uregulowanie sprawy praw autorskich,	0,5	+2	
– uregulowanie procedury certyfikacji produktów.	0,5	+2	
Średnia siła wpływu		+3,17	–5
Kryterium ekonomiczne			
– stabilizacja tempa wzrostu gospodarczego,	0,4	+4	
– stabilizacja poziomu stopy inflacji,	0,4	+4	
– wzrost cyklu koniunkturalnego,	0,4	+4	
– stabilizacja warunków wejścia na rynek nowych przedsiębiorstw,	0,4	+3	
– stabilizacja poziomu kursów walut,	0,4	+4	
– stabilizacja polityki fiskalnej,	0,4	+3	
– wzrost kosztów pracy,	0,5		
– spadek poziomu bezrobocia.	0,5	+5	–2
Średnia siła wpływu		+3,85	–2

Tabela 4. (cd.). Scenariusz najbardziej prawdopodobny

Elementy scenariusza najbardziej prawdopodobnego	Prawdopodobieństwo	Siła wpływu +	Siła wpływu -
Kryterium społeczno-kulturowe			
– dodatni współczynnik demografii w prowincji Hubei,	0,4	+4	
– stabilizacja poziomu wykształcenia,	0,4		–2
– ustabilizowane zainteresowanie nowymi trendami,	0,4	+1	
– nowe wzorce konsumpcji,	0,6	+3	
– pozytywna zmiana modelu rodziny,	0,4	+1	
– wzrost współczynnika urbanizacji,	0,6	+4	
– sposób spędzania wolnego czasu,	0,4	+2	
– stabilizacja liczby nowych klientów,	0,4	+3	
– stabilizacja przychodów i wydatków gospodarstw domowych.	0,6	+2	
Średnia siła wpływu		+2,5	–2
Kryterium technologiczne			
– stabilizacja rozwoju technologii i inteligentnego zarządzania,	0,5	+4	
– stabilizacja rozwoju łączności,	0,6	+3	
– rozwój Internetu jako kanału dystrybucji,	0,5	+4	
– stabilizacja technologicznego systemu transportu.	0,6	+3	
Średnia siła wpływu		+3,5	
Kryterium środowiskowe			
– stabilizacja wpływu procesu dystrybucji towarów na zmiany klimatyczne,	0,4	+2	
– stabilizacja wpływu realizacji inwestycji na wzmożony ruch pojazdów,	0,4	+3	
– stabilizacja wpływu inwestycji na zmiany krajobrazowe,	0,4	+3	
– umiarkowana polityka recyklingu.	0,4	+3	
Średnia siła wpływu		+2,75	

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 5. Zestawienie średnich sił wpływu w badanych obszarach

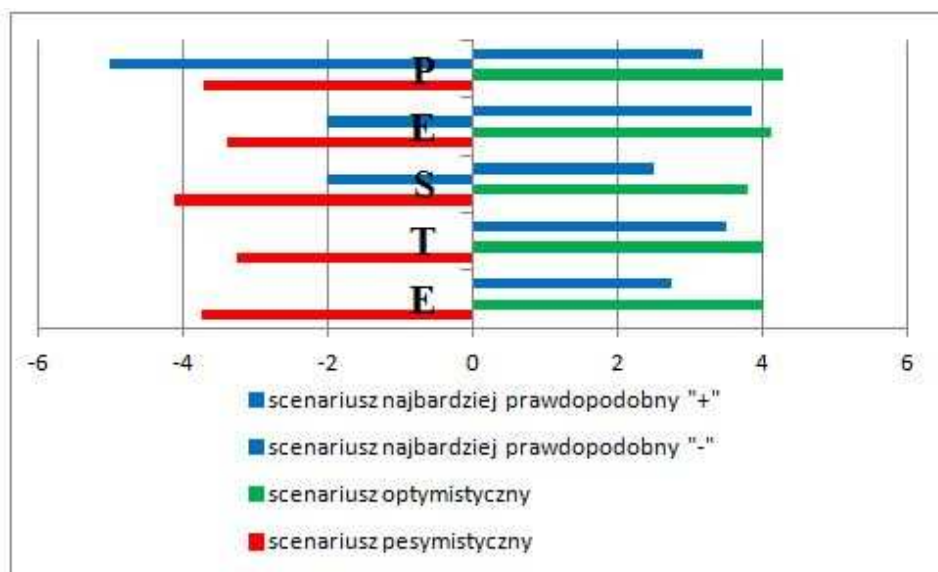
Obszary	Scenariusz pesymistyczny	Scenariusz optymistyczny	Scenariusz najbardziej prawdopodobny –	Scenariusz najbardziej prawdopodobny +
P	–3,71	4,29	–5	3,17
E	–3,38	4,12	–2	3,85
S	–4,11	3,78	–2	2,5
T	–3,25	4	0	3,5
E	–3,75	4	0	2,75

Źródło: opracowanie własne.

Po stworzeniu poszczególnych scenariuszy, dokonano zestawienia (tab. 5.) średnich sił wpływu w analizowanych obszarach: polityczno-prawnym (P), ekonomicznym (E), społeczno-kulturowym (S), technologicznym (T) oraz środowiskowym (E), a następnie na tej podstawie zobrazowano wyniki w formie graficznej (rys. 1.).

Analiza poszczególnych tabel i zawartych w nich scenariuszy oraz wykresu umożliwiła sformułowanie następujących wniosków:

- największą rozpiętość stwierdzono pomiędzy scenariuszami pesymistycznym oraz optymistycznym w obszarze polityczno-prawnym i społeczno-kulturowym, co może oznaczać mocny wpływ zdarzeń w otoczeniu na przedsiębiorstwo. Strefa ta jest określana jako wzburzona, wymagająca szczególnej obserwacji, dlatego wskazane są dalsze analizy,
- najmniejsza rozpiętość występuje pomiędzy scenariuszem pesymistycznym oraz optymistycznym w obszarze technologicznym,
- brak scenariusza najbardziej prawdopodobnego ujemnego (–) w obszarach: technologicznym oraz środowiskowym,
- największa rozpiętość pomiędzy scenariuszami najbardziej prawdopodobnymi dodatnim (+) oraz ujemnym (–) istnieje w obszarze polityczno-prawnym oraz ekonomicznym, z zaznaczeniem że stosunkowo duża rozpiętość jest dostrzegana we wszystkich obszarach, co świadczy o znacznej heterogeniczności otoczenia i konieczności dokładniejszej analizy.



Rys. 1. Zestawienie opracowanych scenariuszy

Źródło: opracowanie własne.

Przeprowadzone badania poszczególnych obszarów oraz zbudowanie, a następnie analiza scenariuszy pozwalają na uzyskanie dokładnego i szczegółowego obrazu stanu otoczenia przedsiębiorstwa.

4. ZAKOŃCZENIE

Funkcjonowanie przedsiębiorstwa na różnorodnych rynkach światowych wymaga odpowiedniego przygotowania się do rozpoczęcia działalności, budowy nowego zakładu lub centrum logistycznego. Szczególnie dotyczy to podjęcia decyzji lokalizacyjnej centrum logistycznego w kraju, który w obszarze politycznym, ekonomicznym, środowiskowym i kulturowym znacznie różni się od rozwiązań stosowanych w państwie – siedzibie danej firmy.

Przedsiębiorstwo zarówno produkcyjne, jak i dystrybucyjne nie może stworzyć strategii działania, nie biorąc pod uwagę sytuacji ekonomicznej danego kraju czy regionu, w którym chce funkcjonować. Przykładem mogą być koszty pracy, które w poszczególnych krajach oraz częściach świata są różne. Należy uwzględnić także spektrum decyzji politycznych oraz przepisy prawa. Przedsiębiorstwa, które funkcjonują na rynku międzynarodowym, muszą się liczyć z tym, że w różnych częściach świata stanowiące prawo jest odmienne. Ważnym aspektem jest także społeczeństwo, jego nastroje, przyzwyczajenia, aktualnie panujące trendy mody oraz demografia. Wszystko to wpływa na aktualny oraz przyszły popyt. Rozwój technologiczny oraz aspekty związane z ochroną środowiska również odgrywają zasadniczą rolę w decyzjach dotyczących rozwoju przedsiębiorstwa.

Istnieją różne metody wyznaczania lokalizacji centrum logistycznego, ale najlepszym sposobem jest analiza otoczenia oraz ocena możliwości funkcjonowania danej firmy na określonym rynku z wykorzystaniem metody PESTE, która pozwala na kompleksową oraz szczegółową ocenę poszczególnych obszarów i czynników lokalizacji, a w efekcie na wybór najlepszego miejsca na wybudowanie i funkcjonowanie centrum logistycznego.

LITERATURA

- [1] Fechner I., *Centra logistyczne. Cel – Realizacja – Przyszłość*, ILiM, Poznań 2004.
- [2] Obłój K., *Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej*, PWE, Warszawa 2007.
- [3] Malindżák D., Gazda A., *Podstawy logistyki w przedsiębiorstwie*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2011.
- [4] Skowron-Grabowska B., *Centra logistyczne w łańcuchach dostaw*, PWE, Warszawa 2010.
- [5] China,gdp-per-capita-ppp, <http://www.tradingeconomics.com/> (dostęp: 29.12.2015 r.).
- [6] Chinas-levels-of-bureaucracy-have-gotten-ridiculous, <http://blogs.wsj.com/chinarealtime/2015/04/17/chinas-levels-of-bureaucracy-have-gotten-ridiculous-premier-says/> (dostęp: 19.01.2016 r.).
- [7] Chiny. Ustrój polityczny, <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Chiny-Ustrój-polityczny;4573926.html> (dostęp: 16.01.2016 r.).
- [8] Copyright_Guide, http://www.china-iprhelpdesk.eu/sites/all/docs/publications/PL_Copyright_Guide_Aug_2010.pdf (dostęp: 27.01.2016 r.).
- [9] Corruption Perceptions Index, <http://www.transparency.org/cpi2015> (dostęp: 18.01.2016 r.).

- [10] Countries and regions, China, <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/china/> (dostęp: 18.01.2016 r.).
- [11] Informacje na temat chińskiego prawa gospodarczego, <http://www.gochina.gov.pl/index/?id=17e62166fc8586dfa4d1bc0e1742c08b> (dostęp: 23.01.2016 r.).
- [12] Prawo własności intelektualnej w Chinach, <http://www.gochina.gov.pl/index/?id=642e92efb79421734881b53e1e1b18b6> (dostęp: 28.01.2016 r.).
- [13] System podatkowy, https://mfiles.pl/pl/index.php/System_podatkowy (dostęp: 23.01.2016 r.).
- [14] Transparency International, https://pl.wikipedia.org/wiki/Transparency_International (dostęp: 18.01.2016 r.).
- [15] Wymagane certyfikaty, <http://www.gochina.gov.pl/index/?id=f7177163c833dff4b38fc8d2872f1ec6> (dostęp: 28.01.2016 r.).

LOCATION FACTORS OF LOGISTICS CENTER IN CHINESE MARKET WITH AN APPLICATION OF PESTE METHOD

The Chinese market since 1978, so since the start of transition and reform in China, opened up widely to international trade, and economic growth in this country has increased significantly. According to the gross domestic product (GDP) per capita, China shows a steady increase. Chinese gross domestic product per capita adjusted to purchasing power parity in 2014 was \$ 12,608.87 and the average GDP per capita from 1990 to 2014 amounted to \$ 5,476.62. Although in recent years the pace of GDP growth has been weaker, still the domestic and international trade generate demand for the construction of logistics centers, or spatial objects that meet specific functions, along with the appropriate organization and infrastructure. There are run various logistics services, which include: storage, separation, receiving and issuing goods. Typical logistics center should, therefore, have facilities such as warehouses, railway container terminals, storage areas, as well as the place of supply of services, customs and others. The location of centers can be determined by conventional methods. Well-known and most widely used methods of supporting the process of determining the location of the logistics center include the following: the method of non-hierarchical cluster analysis, transformed into a formula transport problem, i.e. the Huff's model and determination of the radius catchment areas. Whereas the method which comprehensively allows to take into account a variety of factors influencing the location is PESTE.

Keywords: logistics center, location factors, PESTE method

DOI:10.7862/rz.2016.hss.40

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Barbora GONTKOVIČOVÁ¹
Emília DUĽOVÁ-SPIŠÁKOVÁ²
Lucia BEDNÁROVÁ³

THE NON-FINANCIAL EMPLOYEE BENEFITS IN PRACTICE OF ENTERPRISES IN SLOVAKIA

Every company would like to have in his team the best, educated and clever people. However, educated person, who can assess their potential, expected in addition to adequate salary also various benefits. Therefore, it is not easy to hire him but also to maintain him. If the company appreciates its employees, offers them besides wage or salary also various non-financial benefits, which increase their loyalty and performance quality. Employee remuneration is an important function of personnel management from which uncoil other activities and relationships in the enterprise. Although each enterprise uses its own system of remuneration, it is always an important element of motivations and makes the company more attractive for potential job applicants. Nowadays, every company should be interested in actual state and news in remuneration and thereby enhances its competitiveness in the market and improves the company image. The aim of this paper is to bring about comprehensive look at the issue of employee benefits with separate attention to non-financial benefits as well as analyze and compare the system of non-financial benefits used in the enterprises in Slovakia. In addition, we observe the distribution of non-financial benefits given the ownership of enterprises. The analysis is done on the basis of the secondary data from the salary survey. Employee remuneration should support the achievement of strategic and short-term objectives by helping to ensure skilled and motivated workforce that enterprise needs and is needed paid adequate attention to this issue.

Keywords: strategy, remuneration, benefits, motivation, employees

1. INTRODUCTION

The employee remuneration is no longer just about monthly payment of wages and salaries. More and more emphasis is now placed on employee benefits by means of them the enterprises motivate employees to higher performance and trying to retain quality employees. Remuneration can motivate employees to be more productive but does not have to be necessarily based on finance.

¹ Ing. Barbora Gontkovičová, PhD., University of Economics in Bratislava, Faculty of Business Economics with seat in Košice, Tajovského 13, 041 30 Košice, Slovakia, e-mail: barbora.gontkovicova@euke.sk

² Ing. Emília Duľová Spišáková, PhD., University of Economics in Bratislava, Faculty of Business Economics with seat in Košice, Tajovského 13, 041 30 Košice, Slovakia, e-mail: emilia.spisakova@euke.sk

³ doc. Ing. Lucia Bednárová, PhD., University of Economics in Bratislava, Faculty of Business Economics with seat in Košice, Tajovského 13, 041 30 Košice, Slovakia, corresponding author: e-mail: lucia.bednarova@euke.sk

The effective reward strategy defines longer-term intentions in such areas as pay structures, contingent pay, employee benefits, steps to increase engagement and commitment and adopting a total reward approach⁴. The remuneration of employees is complicated and often not entirely clear matter to which is focused attention of both employees and also their employers. For this reason, it is a personnel action, which often causes controversy. One of the most important motivating factors that create harmonious relationships in business is mutually acceptable and effective system of remuneration⁵.

Every company has a different system of remuneration, but compensation and benefits always belong to the most important factors affecting employee motivation. Also, employees have different preferences. Some prefer cash, others for example experience in the form of free tickets to the theatre. The benefits must be distinguished from the compensation. Compensation means the right claimed reimbursement of employee services by the employer. By contrast, benefits are financial or non-financial services that employer provides to employees to improve the lives and to increase the motivation, loyalty, quality and quantity of their performance. According to Armstrong⁶, employee benefits include pensions, sick pay, insurance cover, company cars and a number of other 'perks'. They consist of elements of remuneration additional to the various forms of cash pay and also include provisions for employees that are not strictly remuneration, such as annual holidays.

2. FINANCIAL AND NON-FINANCIAL BENEFITS

Generally, employers use a combination of financial and non-financial benefits. The financial reward has usually short-term effect and it's reward for a specific task, filled with purpose. Non-financial benefits strengthen the loyalty and involvement. Form and manner of offering benefits are in many companies linked to the corporate culture and values of employees. Definitely, most motivates mutually balanced system that can meet the needs of the employee. Well-chosen benefits make a suitable balance between work and leisure (spa, theatre tickets, etc.) for employees. These are for someone very important and in choosing a job take account of it. Conversely, other employees do not use any of the offered benefits and is essential for them what "money" receive for their work. The employer has to well know of their people and their priorities for well setting the remuneration package⁷. The fact is that up to 56% of employees in Western Europe and 44% of employees in Eastern Europe said their organizations did not support them in achieving a reasonable work-life balance⁸. Also of interest is the observation that about 44% employees across all management cadres are either unsure or think the employer does not provide accurate, helpful information about employment benefits⁹.

⁴ M. Armstrong, *A Handbook of Employee Reward Management and Practice*. Kogan Page Publishers, 2007.

⁵ B. Dugasová, A. Tkáčová, *Benefits for employees*. [In:] *POSTER 2012: 16th International Student Conference on Electrical Engineering*. Praha: Czech Technical University in Prague, 2012.

⁶ M. Armstrong, *A Handbook...*, op. cit.

⁷ B. Dugasová, A. Tkáčová. *Benefits for employees*, op. cit.

⁸ Hay Group. *Developing a Work-Life Culture of Balance*, 2013

⁹ Ernst & Young LLP. *EY Rewards Survey 2016*, 2016.

Benefits are programs which an employer uses to supplement the cash compensation that employees receive. These programs are designed to protect the employee and his or her family from financial risks. Some benefits are provided across the board (for all employees), others may be provided for example in relation to the employee function in the company, length of employment, the status of a worker in a company or to its merits¹⁰.

The financial reward may be eligible (guaranteed in the contract) or voluntary (derived of the size of the company's profits). The first group consists mainly of so-called payment of the thirteenth or fourteenth salary. The second group of these benefits is usually paid in quarterly, half yearly or annual basis and depends on the economic profit for the previous financial year. The remuneration shall be paid as a certain percentage of net profit.

At the present, more and more companies provide to their employees non-financial benefits. Their range is different – from providing drinks to the workplace through flexible working hours, provision of official telephones and cars for private purposes after payment of above-standard care¹¹. For example NIKE, Inc.'s competitive benefits program provides to employees with the opportunity to stay fit, ensure the wellness of their families, and create a positive working environment. Hence, company provides variable health coverage, fitness centre memberships, time off, retirement savings, and more¹².

The main benefits deal with personal security, financial assistance, personal needs, company cars and voluntary benefits¹³:

- Personal security (Health care, Insurance cover, Sick pay, Redundancy pay, Career counselling);
- Financial assistance (e.g. Company loans, Mortgage assistance);
- Personal needs (e.g. maternity and paternity leave and pay above the statutory minimum; childcare through workplace nurseries or vouchers; sports and social facilities);
- Additional days of holiday;
- Mobile phone, Laptop and company car for private purposes;
- Other benefits, such as free car parking, Christmas parties and tea/coffee/cold drinks;
- Voluntary ('affinity') benefits (provide opportunities for employees to buy goods or services at discounted prices. The employer negotiates deals with the providers but the scheme does not cost the employer anything, e.g.: travel insurance, gym membership.);
- Concierge services.

An employee without benefits will easily leave your company to work for another that offers a benefits package. When employees have a job that offers great benefits, they are less likely to leave that job. Many enterprises (employers) associate the benefits with high costs. However, if company loses an employee, loses also money. When an employee leaves, it means for company incurred expense for replacing. For example,

¹⁰ J. Dědina, V. Cejthamr, *Management a organizační chování*. Praha, Grada Publishing, 2005.

¹¹ B. Dugasová, A. Tkáčová. *Benefits for employees*, op. cit.

¹² Nike. *Benefits*, 2014.

¹³ M. Armstrong, *A Handbook...*, op. cit.

cost related with advertising of the vacant job position, training for the new employee which not yet produces. Consequently, it's more economical to give benefits to employees than to have cost with training new ones.

Currently, there are many low-cost ways to reward employees. According to Forbes magazine, research shows that feeling appreciated – which comes from recognition from others – is one of the top three drivers of employee engagement. Among low-cost employee appreciation ways may be included, for example a sincere word of thanks (costs nothing and is very effective), honour the employee at the start of the next staff meeting (recognize someone at the start of every staff meeting), give to employee a card with lottery/movie tickets inside or let them dress casual for a day¹⁴.

Regardless of country, benefits supplement compensation by providing employees with a level of security related specifically to health and welfare, retirement and time off. However, popularity of specific employee benefits varies from country to country. Currently, services with non-working character (such as cleaning, mowing the lawn) become strong in developed countries. The offer of benefits is so large that benefits are often the main attraction to draw the professionals and valued employees. The health insurance payment by the employer, which was not at all commonplace until recently, is a major benefit in USA. It is a prestigious benefit which often covers the entire family of the employee. But most companies in European countries don't offer this employee benefit, because it is provided through government-sponsored socialized medicine programs. Diversity of benefits is also observed in the developed countries of Western Europe. Most employees appreciate the benefits oriented at stability and the future of family background (in particular, pension contributions, life insurance and health care). This trend manifests itself slowly towards the east, but by far not as much. The tangible benefits still outweigh compared with future reinsurance in Central and Eastern Europe¹⁵. 95% of companies in Western countries attract employees on the added value that the employees do not see immediately, but the benefit financially secure him in unexpected life situations. Companies pay life insurance to employees. In Slovakia, the notebook is considered as benefit, but it should be considered as working tool and not employee benefit¹⁶.

In addition to geographical differences, there are some gender differences in the perception of benefits. As much as 66% women cited satisfaction with their pay as compared to 50% men – this probably indicates that while men focus on the cash components of the rewards program, women tend to view it as a complete package, wherein benefits are assigned more values than any other reward components¹⁷. Also, different generations prefer different benefits and that the same employees prefer different benefits at different life stages. And we cannot forget the fact that some benefits are close related with economy sector. For example, benefit such as flexible working hours is absurd for assembly-line worker.

¹⁴ K. Kruse, *25 Low-Cost Ways to Reward Employees*, 2013.

¹⁵ PracovnePonuky.sk. *Oblíbené a zajímavé zaměstnanecké benefity v SR i zahraničí*, 2012.

¹⁶ TASR. *Najrozšírejšími benefitymi firiem sú stravné lístky, notebook a mobil*, 2016.

¹⁷ Ernst & Young LLP. *EY Rewards Survey 2016*, 2016.

3. EMPLOYEE BENEFITS TRENDS IN SLOVAKIA

Benefits help to increase the competitiveness of companies, easier to get employees to market and build employee pride in the company. They have an indirect impact on employee performance management, help to stabilize.

Profesia, spol. s.r.o. is the author of the salary survey, which has carried out in Slovakia since 2007. On its website Platy.sk you can get salary comparison for about 500 job positions. List of the positions reflects the labour market in Slovakia and is continually updated. Currently, the questionnaire survey has nearly 80,000 respondents and it is the biggest salary database in Slovakia. All data for our analysis was provided by Profesia, spol. s.r.o.

As one might expect easily, the most desirable benefit in Slovakia are financial compensations¹⁸. While the popularity of financial benefits applies in particular to manufacturing enterprises, employees in other sectors have begun to prefer non-financial rewards. The benefit policies in companies are usually stable, thus these items do not change too much from year to year. The majority of changes apply to benefits that are regulated externally or are required by a new generation of employees. The benefits linked to the corporate culture are different in different sectors. In the banking business, it is options for corporate shares. In IT, employers usually provide a variety of technological toys for business and special trainings, in the automotive industry there are discounts for buying cars made by the brand¹⁹.

On Figure 1 we can see changes in providing non-financial benefits by comparison 2010 and 2016.

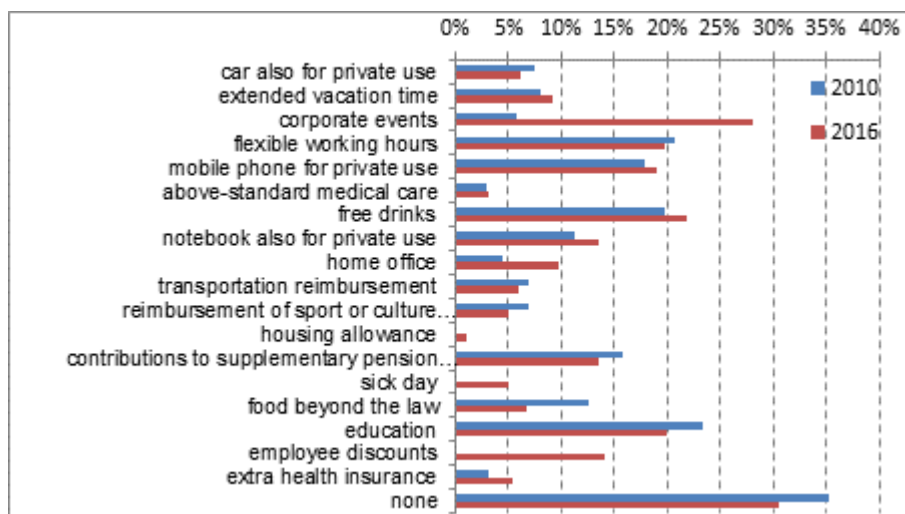


Figure 1. Employee non-financial benefits in Slovakia (2010, 2016)

Source: Own processing according data from Profesia.

¹⁸ Platy.sk. *Ludia by namiesto benefítov chceli vidieť viac peňazí na výplatnej páske*, 2013.

¹⁹ P. Adamovský, *Employee benefit packages evolving*, 2015.

Education (23%), flexible working hours (21%) and free drinks at workplace (20%) were the most used benefits in 2010. Currently, corporate events are the most commonly providing benefits (28%). Also, free drinks (22%), flexible working hours (20%) and education (20%) belong among frequented employee benefits.

The employee benefits such as extra health insurance or above-standard medical care are rather rare in Slovakia. It is related with the state funded healthcare system and fact that the healthcare contributions are mandatory. Each employed citizen has to pay contributions to the health insurance company.

However, 35% of respondents adduce that they had not any non-financial benefit in 2010. In 2016 it is 30%. In spite of decrease, there is a place for improvement and we expect that non-financial benefits will be common element of reward strategy for absolute majority of enterprises in Slovakia in the future.

Employee Benefits Differences according to enterprise ownership

It is often said, that the trend of employee benefits comes to Slovakia from foreign companies. Through Figure 2 we can identify the differences between providing non-financial benefits according to enterprises ownership.

We see a number of differences. Whereas in 2010, 40% of employees in domestic companies and 24% in foreign companies had not any non-financial benefit, we observe the positive change in form of decrease of value in 33% (-7%) in case of private domestic companies and 19% (-5%) in foreign companies in 2016. As for state and municipal company, the increase from 30% (in 2010) to 34% (in 2016) means downgrade in field of benefits providing.

Employee benefits such as free drinks (21% in 2010, 26% in 2016), mobile phone for private use (19% in 2010, 23% in 2016), flexible working hours (19%) are standard the most used in the domestic companies. In addition, we observe the considerable increase (+20%) of corporate events in private domestic companies in 2016. It can be a result of influence of foreign companies, because corporate events are their most used employee benefit with share of 42% in 2016. Furthermore, free drinks (28%), education (35% in 2010, 28% in 2016) and flexible working hours (26% in 2010, 27% in 2016) belong among frequented employee benefits in foreign companies. We can see that private domestic and foreign companies the most use the same types of non-financial benefits.

On the other hand, contributions to supplementary pension savings (30% in 2010, 27% in 2016) and extended vacation time (23% in 2010, 26% in 2016) are most provided employee benefits in state and municipal enterprises. Nowadays, more and more employers aware that the basis for the success in any kind of business is professionally competent staff, which in turn requires high-quality training and education²⁰. That's just it is interesting a significant decrease of education (-13%). On this basis, it can be concluded that the state and municipal enterprises should focus more attention and funding for employee development.

²⁰ B. Gontkovičová, E. Duřová Spišáková, *The Necessity of employee education*. [In:] *Modern management review*, 2015.

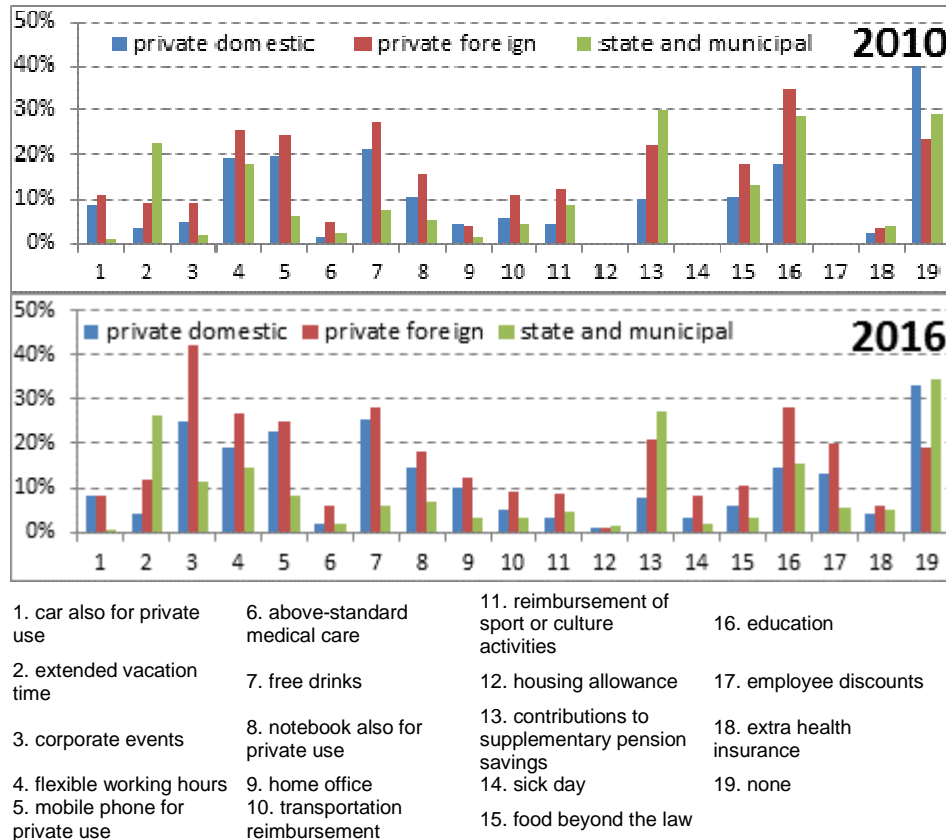


Figure 2. Comparison of employee non-financial benefits according to enterprise ownership
 Source: Own processing according data from Profesia.

Figure 3 provides information about the variability of values in data set through boxplot. In its simplest form, the boxplot presents five sample statistics – the minimum, the lower quartile, the median, the upper quartile and the maximum – in a visual display. As we see, all samples are skewed to the right. There are no obvious outliers in any of the samples.

However, obvious differences are immediately apparent. Box plot for private foreign enterprises (mainly in 2016) is much higher than two others. This suggests a difference between groups. Sample of private foreign enterprises have larger variability than the other two samples. The smallest change in time is recorded for domestic private enterprises. Whereas employees in 2010 a half of observed non-financial benefits were provided to 4.5-14.4% of employees, in 2016 interquartile range is 4.1-14.5%. In case of state and municipal enterprises, the value of median is the smallest. This means the lowest rate of providing employee benefits. Only about 3-11% of employees received half of observed non-financial benefits.

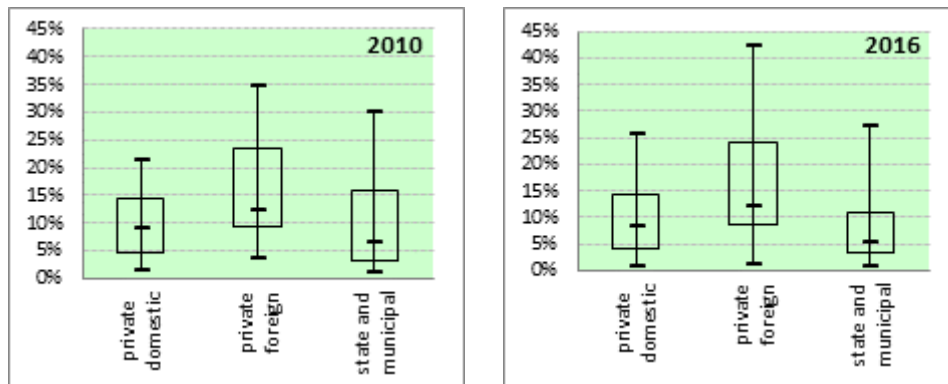


Figure 3. Boxplot of employee non-financial benefits according to enterprise ownership

Source: Own processing according data from Profesia

In general, we see a positive trend in providing benefits. The share of employees receiving non-financial benefits increases. Corporate events achieve the biggest change – increase of 22%. In 2016, new forms of benefits started to use, namely housing allowance, sick day and various employee discounts. From the comparison, we can see that foreign companies on the Slovak market use the non-financial benefits more than domestic and state or municipal enterprises. This situation is very often in post communism countries where more frequented were financial benefits. The trend of non-financial benefits came to these countries with entry of foreign companies from Germany, France, Italy and Japanese on the market forasmuch as these enterprises have a big size and have enough finance for providing non-financial benefits for employees.

4. CONCLUSION

Employee benefits are a significant element of motivation. Reward depends on employee performance evaluations and it is also start point to improvements or remaining in the workplace. Nowadays, non-financial benefits acquire their place in the system of remuneration and their importance is increasing. On the basis of the results of analysis we can state, that approximately 70% of employees receive some non-financial benefit in Slovakia. Generally, the most popular are corporate events, free drinks, flexible working hours and education. Private domestic and foreign companies use lots of same types of non-financial benefits. When comparing private and public companies, there are differences not only in volume but also in their composition. The most provided employee benefits in state and municipal enterprises are contributions to supplementary pension savings and extended vacation time, but there has been a decline in the providing non-financial benefits compared to the 2010.

This article was supported by the Scientific Grant Agency of the Ministry of Education, Science, Research and Sport of the Slovak Republic as part of the research project VEGA 1/0708/14.

REFERENCES

- [1] Adamovský P., *Employee benefit packages evolving*, 2015, <http://spectator.sme.sk/c/20057383/employee-benefit-packages-evolving.html> (last viewed: 10.08.2016).
- [2] Armstrong M.A., *Handbook of Employee Reward Management and Practice*. Kogan Page Publishers, 2007.
- [3] Dědina J., Cejthamr V., *Management a organizační chování*. Praha, Grada Publishing, 2005, 339 s.
- [4] Dugasová B., Tkáčová A., *Benefits for employees*. [In:] *POSTER 2012: 16th International Student Conference on Electrical Engineering*. Praha: Czech Technical University in Prague, 2012 P. 1-5. ISBN 978-80-01-05043-9.
- [5] Ernst & Young LLP. *EY Rewards Survey 2016*, 2016, [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-total-rewards-survey/\\$FILE/EY-total-rewards-survey.PDF](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-total-rewards-survey/$FILE/EY-total-rewards-survey.PDF) (last viewed: 16.08.2016).
- [6] Gontkovičová B., Duřová-Spišáková E. *The Necessity of employee education*. [In:] *Modern management review*, 2015, vol. 20, no. 1, pp. 131-141.
- [7] Hay Group. *Developing a Work-Life Culture of Balance*, 2013, http://www.haygroup.com/downloads/ar/White_Paper_Work_life-Balance.pdf (last viewed: 16.08.2016).
- [8] Kruse, K. *25 Low-Cost Ways to Reward Employees*. 2013, <http://www.forbes.com/sites/kevinkruse/2013/03/01/25-low-cost-ways-to-reward-employees/#388b44ea2233> (last viewed: 26.08.2016).
- [9] Nike. *Benefits*. 2014, <http://jobs.nike.com/article/benefits> (last viewed: 16.08.2016).
- [10] Platy.sk. *Ľudia by namiesto benefitov chceli vidieť viac peňazí na výplatnej páske*, 2013, <http://www.platy.sk/analyzy/ludia-by-namiesto-benefitov-chceli-vidiet-viac-penazi-na-vyplatnej-paske/50116> (last viewed: 23.08.2016).
- [11] PracovnePonuky.sk. *Oblúbené a zaujímavé zamestnanecké benefity v SR i zahraničí*, 2012, <http://pracovneponuky.sk/clanky/hladam-pracu/oblubene-a-zaujimave-zamestnanecke-benefity-v-sr-i-zahranici> (last viewed: 24.08.2016).
- [12] TASR. *Najrozšírenejšími benefitmi firiem sú stravné lístky, notebook a mobil*. 2016, <https://www.istp.sk/clanok/10513/Najrozsiorenejшими-benefitmi-firiem-su-stravne-listky-notebook-a-mobil> (last viewed: 25.08.2016).

**NIEFINANSOWE ŚWIADCZENIA PRACOWNICZE NA PRZYKŁADZIE
PRZEDSIĘBIORSTW NA SŁOWACJI**

Każda firma chciałaby mieć w swojej drużynie najlepszych, wykształconych i mądrych ludzi. Jednak wykształcony człowiek, który może ocenić potencjał firmy, oprócz odpowiedniego wynagrodzenia oczekuje również innych korzyści. Dlatego też nie jest łatwo go zatrudnić, a co więcej – zatrzymać. Jeśli firma docenia swoich pracowników, poza wynagrodzeniem oferuje również dodatkowe korzyści niefinansowe, które zwiększają lojalność pracowników oraz jakość ich pracy. Wynagrodzenie pracowników jest ważnym czynnikiem zarządzania personelem. Chociaż każde przedsiębiorstwo korzysta z własnego systemu wynagrodzeń, to jest on zawsze ważnym elementem motywacji i sprawia, że firmy stają się bardziej atrakcyjne dla potencjalnych kandydatów do pracy. W dzisiejszych czasach każda firma powinna być zainteresowana różnymi formami wynagrodzeń, co zwiększa jej konkurencyjność na rynku i poprawia wizerunek firmy. Celem niniejszego artykułu jest wprowadzenie kompleksowego spojrzenia na

kwestię świadczeń pracowniczych, ze szczególnym uwzględnieniem świadczeń niefinansowych stosowanych w przedsiębiorstwach na Słowacji. Analizy dokonano na podstawie danych wtórnych dotyczących wynagrodzeń. Wynagrodzenie pracownika powinno wspierać realizację celów strategicznych i krótkoterminowych, przyczyniając się do zatrudniania wykwalifikowanych i zmotywowanych pracowników.

Słowa kluczowe: strategia, wynagrodzenia, świadczenia, motywacja pracowników

DOI:10.7862/rz.2016.hss.41

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Наталья ИВАЩУК¹
Жанна ПОПЛАВСКАЯ²
Ирина КАВАЛЕЦ³

МЕТОД АДАПТИВНОГО КОНТРОЛЯ НЕУСТОЙЧИВОЙ ДИНАМИКИ В ДВУХЭЛЕМЕНТНЫХ СИСТЕМАХ С КОНКУРЕНЦИЕЙ НА ПРИМЕРЕ ДУОПОЛИИ

Одной из актуальных проблем при моделировании систем и процессов является исследование динамики функционирования систем с конкуренцией, в частности, то, что при определенных условиях в них появляется нежелательная неустойчивая динамика, которая в течение длительного времени может привести к непредсказуемому поведению элементов системы. Математические модели типа Курно-Пу дают возможность проанализировать такие процессы, поскольку учитывают реальные условия функционирования упомянутых выше систем с конкуренцией.

При применении DFC-метода, с целью стабилизации неустойчивого поведения систем с конкуренцией, целесообразно его сравнение с аналогичными методами, в частности, с методом адаптивного контроля – АС-методом, принцип действия которого заключается в предположении, что ожидания элементов системы изменяются от „наивных” к „адаптивным”. Оптимальное значение исходной характеристики элемента системы в последующий период зависит от значения этой характеристики в текущий период, а также от средневзвешенного ожидаемого значения этой же исходной характеристики конкурирующего элемента, тоже в текущий период.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что в двухэлементных системах с конкуренцией для стабилизации хаотической динамики в системе целесообразно применять только одну управляющую функцию. Такое управление быстрее приводит систему в состояние равновесия, по сравнению с применением двух управляющих функций, т.е. попытки двух элементов одновременно стабилизировать систему. Именно поэтому применение метода адаптивного контроля, как и применение DFC-метода к структуре системы, также считается методом „индивидуального” контроля в неустойчивой системе.

Исследованные модели управления можно использовать не только для стабилизации неустойчивой динамики на олигополистических рынках, но и во всех системах, элементы которых взаимосвязаны и конкурируют между собой относительно общего ограниченного ресурса.

¹ Dr hab. inż. Natalia Iwaszczuk, AGH University of Science and Technology, Faculty of Management, Krakow (Д.э.н. Наталья Ивашук, Факультет управления, Горно-Металлургическая Академия, Краков)

² Д.э.н., профессор Жанна Поплавская, Факультет управления, Жешовская политехника им. И. Лукасевича, Жешов, corresponding author: e-mail: poplavska@prz.edu.pl

³ К.т.н. Ирина Кавалец, Институт прикладной математики и фундаментальных наук, Национальный университет „Львовская политехника”, Львов

Ключевые слова: система с конкуренцией, дуополия, модель Курно-Пу, точка равновесия, неустойчивая динамика, метод адаптивного контроля

1. ВВЕДЕНИЕ

Одной из актуальных проблем при моделировании систем и процессов является исследование динамики функционирования сложных систем, в частности систем с конкуренцией. В структуре технической, производственной либо информационной системы с конкуренцией часто выступает несколько (от 2 до 10) конкурирующих элементов, при этом лишь незначительная часть из них обеспечивает доминирующую долю результата функционирования всей системы. Появление в этой системе новых конкурирующих элементов затруднено либо невозможно. Наиболее очевидным примером сложной системы с конкуренцией является система олигополии (олигополистического рынка), которая состоит из фирм, производящих аналогичные продукты и конкурирующих между собой.

Как было проанализировано и описано в статье Иващук и Кавалец⁴, а также в монографии Костробий и др.⁵, наиболее часто к системам с конкуренцией применяются модели типа Курно-Пу, с изоэластичной (нелинейной) функцией ожидаемых значений исходных характеристик элементов системы и различными постоянными значениями параметров их предельного поведения⁶. Исходными характеристиками для олигополии могут быть как объемы выпуска продукции, так и цена изделий. Модель Курно-Пу рассматривает первый случай, а потому именуется моделью количественной олигополии. Основными параметрами предельного поведения элементов для олигополистического рынка являются предельные издержки фирм.

Одной из важных проблем функционирования таких систем является то, что при определенных условиях в них появляется нежелательная неустойчивая динамика, которая в течение длительного времени может привести к непредсказуемому поведению элементов системы, и поэтому требует применения соответствующих методов управления, с целью ее стабилизации⁷. Математические модели типа Курно-Пу дают возможность проанализировать такие процессы, поскольку учитывают реальные условия функционирования упомянутых выше систем с конкуренцией. Построению обобщенной модели систем с конкуренцией,

⁴ N. Iwaszczuk, I. Kavalets, *Application of mathematical models in the study of oligopolistic markets*, [w:] *Zastosowania modeli matematycznych w ekonomii, finansach i bankowości*, red. P. Pusz. Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2012, s. 27-47.

⁵ П.П. Костробий, І.В. Алексеев, І.Б. Хома, Б.В. Гнатів, І.І. Кавалець, В.І. Алексеев, *Математичні моделі регулювання фінансових потоків*, ред. П.П. Костробий, Растр-7, Львів 2012.

⁶ См. А. Cournot, *Recherches sur les principes mathématiques de la théorie des richesses*, Paris: Hachette 1838.

⁷ T. Puu, *Chaos in duopoly pricing*, „Chaos, Solitons & Fractals”, 1 (1991), s. 573-581.

A. Matsumoto, *Controlling the Cournot-Nash Chaos*, „Journal of Optimization Theory and Applications”, 128/2 (2006), s. 379-392.

L. Chen, G. Chen, *Controlling chaos in an economic model*, „Physica A”, 374 (2007), s. 349-358.

A. Jakimowicz, *Stability of the Cournot-Nash equilibrium in standard oligopoly*, „Acta Physica Polonica A”, 121/2-B (2012), s. B-50-B-53.

в частности олигополии, а также исследованию условий устойчивости точки ее равновесия были посвящены работы⁸.

Проблемы контроля неустойчивой динамики в рассматриваемых системах были предметом научных исследований ряда публикаций. Так, в работах⁹ рассматривается применение метода управления с обратной связью с задержкой (*delayed feedback control method*, DFC-метода), с целью управления нестабильным поведением в двухэлементной системе с конкуренцией, с использованием модели Курно–Пу. В результате были установлены значения коэффициентов обратной связи для DFC-метода, при которых система стабилизируется за наименьшее количество временных шагов. На основе проведенных в этих работах исследований было также показано, что применение DFC-метода с двумя управляющими функциями (т.е. с возможностью контроля нестабильных колебаний обоими элементами одновременно) является неэффективным. Обобщение DFC-метода для многоэлементных систем на основе моделей Курно–Пу осуществлено в работах¹⁰.

Однако при применении DFC-метода с целью стабилизации неустойчивого поведения систем с конкуренцией важным является также его сравнение с другими методами контроля, которые могут применяться к таким системам. Одним из таких методов является метод адаптивного контроля – АС-метод (англ. *adaptive control method*), который в работе¹¹ был применен к двухэлементной системе с конкуренцией (а именно, к дуополии). Однако не были проведены исследования, которые бы дали ответ на вопрос: какими должны быть значения регулирующих параметров этого метода, которые привели бы систему в равновесное состояние в наиболее короткое время? Сравнение полученных результатов с результатами для DFC-метода может дать ответ на вопрос об эффективности применения этих методов в двухэлементных системах на основе выбранных моделей Курно–Пу, что и сделано в данной работе.

⁸ N. Iwaszczuk, I. Kavalets, *Generalized Cournot-Puu oligopoly model and stability of its equilibrium point*, [w:] *Materiały z konferencji „Zarządzanie Przedsiębiorstwem – Teoria i Praktyka”* (Kraków, 22-23 XI 2012), Wydawnictwo AGH w Krakowie, Kraków 2012, s. 1-16. П.П. Костробій *op. cit.*

N. Iwaszczuk, I. Kavalets, *Oligopolistic market: stability conditions of the equilibrium point of the generalized Cournot-Puu model*, „Econtechmod”, 2/1 (2013), s. 15-22.

Н.Л. Иващук, Б.В. Гнатів, І.І. Кавалець, *Побудова узагальненої моделі олигополії Курно-Пу та дослідження стійкості її точки рівноваги*, „Журнал обчислювальної та прикладної математики”, 2/112 (2013), s. 94-104.

⁹ N. Iwaszczuk, I. Kavalets, *Some features of application the delayed feedback control method to Cournot-Puu duopoly model*, „Econtechmod”, 2/4 (2013), s. 29-38.

Н. Иващук, И. Кавалец, *Математические методы контроля нестабильных колебаний в конкурирующих системах*, „Інформаційна безпека”, 1 (2013), s. 12-24.

¹⁰ П.П. Костробій, *op. cit.*

N. Iwaszczuk, I. Kavalets, *Delayed feedback control method for generalized Cournot-Puu oligopoly model*, [w:] *Selected Economic and Technological Aspects of Management*, red. N. Iwaszczuk. Wydawnictwo AGH w Krakowie, Kraków 2013, s. 108-123.

¹¹ L. Chen, *op. cit.*

2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ АДАПТИВНОГО КОНТРОЛЯ

В двухэлементной системе с конкуренцией функционируют лишь два элемента F_1 и F_2 , с исходными характеристиками q_1 и q_2 , соответственно. Конкурирующие элементы системы имеют постоянные, но различные значения параметров, характеризующих их предельное поведение. Обозначим эти параметры c_1 и c_2 . В случае дуополии исходными характеристиками элементов являются объемы выпуска продукции двух фирм (q_1 и q_2), при соответствующих предельных издержках (c_1 и c_2).

Модель двухэлементной системы с конкуренцией Курно-Пу имеет вид¹²

$$\begin{aligned} q_1(t+1) &= \sqrt{\frac{q_2(t)}{c_1}} - q_2(t) \\ q_2(t+1) &= \sqrt{\frac{q_1(t)}{c_2}} - q_1(t) \end{aligned} \quad (1)$$

Модель (1) была построена на основе предположений Курно и Пу. Предположение Курно заключается в том, что каждый элемент системы ожидает от своего конкурента подобного поведения (т.е. такого же значения характеристик) в текущий период, как и в предыдущем периоде. Такие ожидания в работе¹³ названы „наивными” (англ. *naive expectation*).

Нетривиальная точка равновесия системы (1) – равновесие Курно (равновесие Нэша) – принимает значения

$$\begin{aligned} q_1^* &= \frac{c_2}{(c_1 + c_2)^2} \\ q_2^* &= \frac{c_1}{(c_1 + c_2)^2} \end{aligned} \quad (2)$$

Устойчивость точки равновесия (2) системы (1) детально исследована в¹⁴, а также в¹⁵. Установлено, что точка равновесия (2) является устойчивой, если отношение параметров предельного поведения элементов системы находится внутри интервала $1 \leq c_r < 3 + \sqrt{8}$, и неустойчивой, если $3 + \sqrt{8} \leq c_r \leq 25/4$, где $c_r = c_2 / c_1$ (см. ¹⁶).

¹² См. также L. Chen, *op. cit.*

¹³ A. Matsumoto, *op. cit.*

¹⁴ T. Puu, *op. cit.*

¹⁵ П.П. Костробий, *op. cit.*

N. Iwaszczuk, I. Kavalets, *Oligopolistic..., op. cit.*

¹⁶ A. Matsumoto, *op. cit.*

L. Chen, *op. cit.*

П.П. Костробий, *op. cit.*

N. Iwaszczuk, I. Kavalets, *Oligopolistic..., op. cit.*

Принцип действия АС-метода заключается в предположении, что ожидания элементов системы изменяются от „наивных” к „адаптивным” ожиданиям (англ. *adaptive expectations*)¹⁷. Оптимальное значение исходной характеристики элемента системы в последующий период зависит от значения этой характеристики в текущий период, а также от средневзвешенного ожидаемого значения этой же исходной характеристики конкурирующего элемента, тоже в текущий период. Динамический процесс (1) при таких предположениях имеет вид

$$\begin{aligned} q_1(t+1) &= (1-\lambda_1)q_1(t) + \lambda_1 \left(\sqrt{\frac{q_2(t)}{c_1}} - q_2(t) \right) \\ q_2(t+1) &= \lambda_2 \left(\sqrt{\frac{q_1(t)}{c_2}} - q_1(t) \right) + (1-\lambda_2)q_2(t) \end{aligned} \quad (3)$$

где λ_1, λ_2 – регулирующие параметры (англ. *adjustment parameters*) элементов F_1 и F_2 . Поскольку модифицированный (адаптивный) процесс (3) возвращается к первоначальному (наивному) процессу (1) при $\lambda_1 = \lambda_2 = 1$ и динамика отсутствует при $\lambda_1 = \lambda_2 = 0$, то предполагается, что регулирующие параметры принимают промежуточное значение между нулем и единицей: $0 < \lambda_1, \lambda_2 < 1$.

3. УСЛОВИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ТОЧКИ РАВНОВЕСИЯ СИСТЕМЫ ПРИ ПРИМЕНЕНИИ АДАПТИВНОГО КОНТРОЛЯ

Целью реализации адаптивного регулирования является стабилизация хаотического динамического процесса непосредственно при помощи регулирующего параметра каждого из элементов. Точка равновесия Курно модели (1) является неустойчивой при определенных значениях параметров системы, о чем уже упоминалось выше.

Адаптивный процесс (3) имеет такую же точку равновесия, как и процесс (1)¹⁸. Для того, чтобы стабилизировать неустойчивый динамический процесс, линеаризуем систему (3) в окрестности точки равновесия (2).

Матрица Якоби адаптивного процесса (3) в точке равновесия Курно имеет вид

$$J = \begin{pmatrix} 1-\lambda_1 & \frac{\lambda_1(c_2-c_1)}{2c_1} \\ \frac{\lambda_2(c_1-c_2)}{2c_2} & 1-\lambda_2 \end{pmatrix} \quad (4)$$

где след и определитель матрицы равны

¹⁷ А. Matsumoto, *op. cit.*

¹⁸ А. Matsumoto, *op. cit.*

$$\begin{aligned} trJ &= 2 - (\lambda_1 + \lambda_2) \\ \det J &= (1 - \lambda_1)(1 - \lambda_2) + \frac{\lambda_1 \lambda_2 (c_1 - c_2)^2}{4c_1 c_2} \end{aligned} \quad (5)$$

В соответствии с критерием Рауса–Гурвица, область устойчивости точки равновесия для двухэлементной системы определяется тремя условиями¹⁹

$$\begin{aligned} \det J &> trJ - 1 \\ \det J &< 1 \\ \det J &> -trJ - 1 \end{aligned} \quad (6)$$

Или

$$\begin{aligned} \frac{(1 + c_r)^2}{4c_r} \lambda_1 \lambda_2 &> 0 \\ \lambda_2 &> \frac{4c_r \lambda_1}{(1 + c_r)^2 \lambda_1 - 4c_r} \\ 2(2 - \lambda_1 - \lambda_2) + \frac{(1 + c_r)^2}{4c_r} \lambda_1 \lambda_2 &> 0 \end{aligned} \quad (7)$$

где c_r – отношение параметров предельного поведения. Поскольку эта величина положительная, а регулирующие параметры находятся между 0 и 1, то первая и третья из неравенств (7) всегда выполняются.

Таким образом, область устойчивости, как и для системы (1), определяется флательной границей, то есть $\det J = 1$, и изображается так, как показано на рис. 1. Она разделена на три части: светло-серая и две темно-серые области, образованные линиями $\lambda_2 = c_r \lambda_1$ и $\lambda_2 = (1/c_r) \lambda_1$, на которых дискриминант характеристического уравнения равен нулю. Собственные значения матрицы Якоби (4) являются действительными для значений параметров в темно-серой части и комплексными – для светло-серой области.

Траектория монотонно (осцилляционно) следует к равновесию Курно, когда регулирующие коэффициенты находятся в темно либо светло-серой области.

¹⁹ А. Matsumoto, *op. cit.*
L. Chen, *op. cit.*

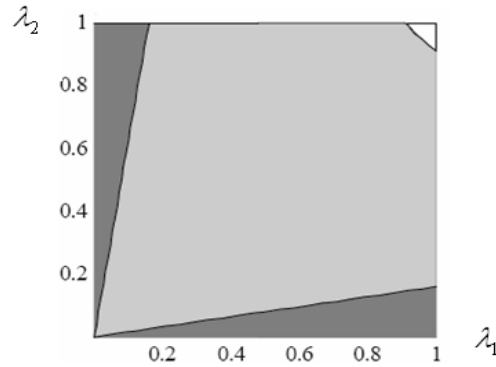


Рис. 1. Область асимптотической устойчивости при $c_r = 25/4$. Источник:²⁰

АС-метод не может полностью контролировать хаотическую траекторию, когда адаптивные коэффициенты одновременно близки к 1 (белая область в северо-восточной части рис. 1).

4. ВЛИЯНИЕ ВЫБОРА РЕГУЛИРУЮЩИХ ПАРАМЕТРОВ НА СКОРОСТЬ УСТАНОВЛЕНИЯ СИСТЕМЫ В ТОЧКЕ РАВНОВЕСИЯ

В работе²¹ автор провел два численные исследования, со значениями параметров $c_1 = 1$, $c_2 = 6,25$ и начальными условиями $q_1(0) = q_2(0) = 0,01$. В первом случае, когда были взяты регулирующие параметры со значениями $\lambda_1 = \lambda_2 = 0,8$, система пришла к точке равновесия за определенное количество временных шагов. Во втором случае, когда регулирующие параметры приняли значения $\lambda_1 = \lambda_2 = 0,96$, как уже было показано, система продолжала быть неустойчивой (т.е. в ней существовала хаотическая динамика).

В связи с этим возникает следующий вопрос: какие значения регулирующих параметров дает возможность наиболее быстро стабилизировать хаотическую систему при заданном значении ее параметра? Для получения ответа на этот вопрос были проведены численные исследования при таких значениях:

$$c_1 = 1, c_2 = 6,25, \quad q_1(0) = q_2(0) = 0,01.$$

АС-метод начинает действовать с момента времени $t = 50$. В первом случае мы выбрали $\lambda_2 = 0,1$, а $0 < \lambda_1 < 1$. Во втором – параметры были установлены в значениях: $\lambda_2 = 0,5$ и $0 < \lambda_1 < 1$. Графически результат исследования показан на рис. 2 и рис. 3.

В первом случае были выбраны значения: $\lambda_2 = 0,1$, а $0 < \lambda_1 < 1$, а во втором – $\lambda_2 = 0,5$ и $0 < \lambda_1 < 1$. Как и в случае применения DFC-метода, было получено необходимое количество временных шагов, которые приводят каждый из

²⁰ А. Matsumoto, *op. cit.*

²¹ А. Matsumoto, *op. cit.*

элементов системы к равновесному состоянию, т.е. к значению своей исходной характеристики $q_1^* = 0,118906$ и $q_2^* = 0,019025$, соответственно. Графически результат исследования показано на рис. 2 и рис. 3.

Было установлено, что в первом случае (при $\lambda_2 = 0,1$) система наиболее быстро приходит в состояние равновесия при $\lambda_1 = 0,6$, что иллюстрирует рис. 2. Первый элемент достигает равновесного состояния на 81 шаге ($t_1 = 81$, т.е. через 31 шаг от начала действия метода), а второй – на 77 шаге ($t_2 = 77$, т.е. через 27 шагов от начала действия метода).

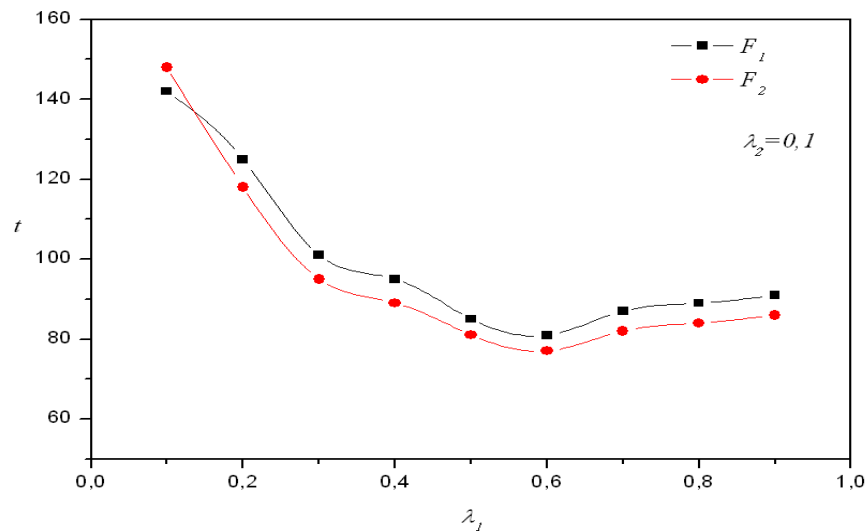


Рис. 2. Зависимость количества временных шагов t от выбора регулирующих параметров λ_1 и λ_2 ($c_r = 25 / 4$): $\lambda_2 = 0,1$, $0 < \lambda_1 < 1$. Источник: собственные вычисления

Во втором случае (при $\lambda_2 = 0,5$) система быстро стабилизируется при $\lambda_1 = 0,2$ (см. рис. 3, здесь также $t_1 = 81$, $t_2 = 77$). Исследуя более детально рис. 3, можно заметить, что при значении $\lambda_2 = 0,5$, для почти всех значений управляющего параметра первого элемента (т.е. для $0 < \lambda_1 < 1$), системе необходимо практически одинаковое количество временных шагов для достижения своего равновесия.

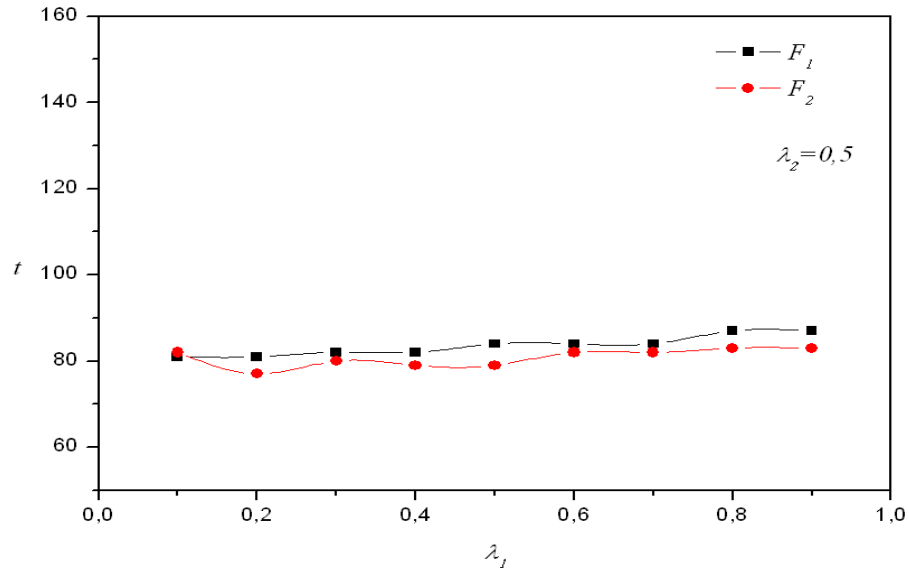


Рис. 3. Зависимость количества временных шагов t от выбора регулирующих параметров λ_1 и λ_2 ($c_r = 25 / 4$): $\lambda_2 = 0,5$, $0 < \lambda_1 < 1$. Источник: собственные вычисления

На рис. 4 показано, как элементы системы достигают равновесных значений своих исходных характеристик, с адаптивным регулированием неустойчивого процесса, при $\lambda_1 = 0,2$, $\lambda_2 = 0,5$. Как уже упоминалось выше, АС-метод начинает действовать с момента времени $t = 50$.

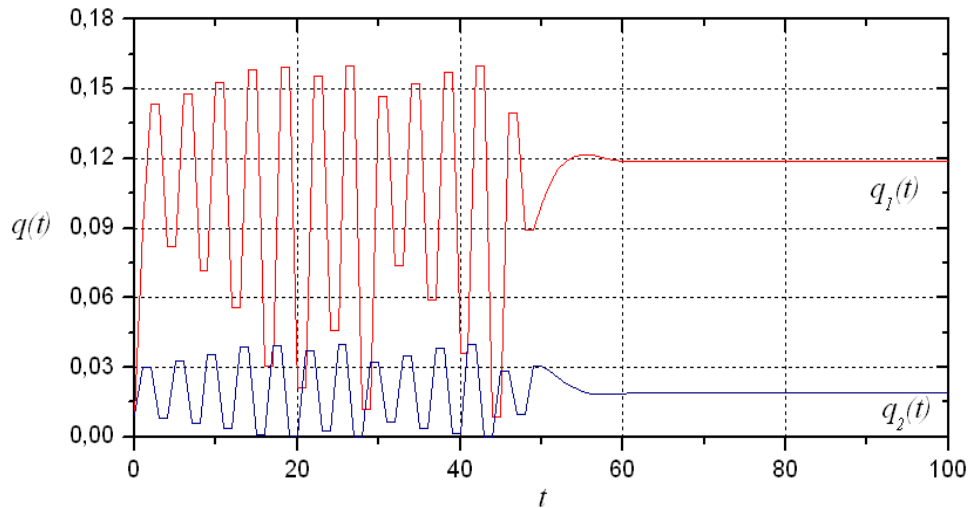


Рис. 4. Изменение во времени исходных характеристик $q_1(t)$ и $q_2(t)$ элементов системы F_1 и F_2 , соответственно, при значениях регулирующих параметров $\lambda_1 = 0,2$, $\lambda_2 = 0,5$. Источник: собственные вычисления

Такие же исследования были проведены и для прямых $\lambda_2 = (1/c_r)\lambda_1$ и $\lambda_2 = c_r\lambda_1$, при $c_r = 25/4$ (рис. 1), которые разделяют область устойчивости точки равновесия на области с действительными и комплексными собственными значениями. Результаты исследования показаны на рис. 5 и рис. 6.

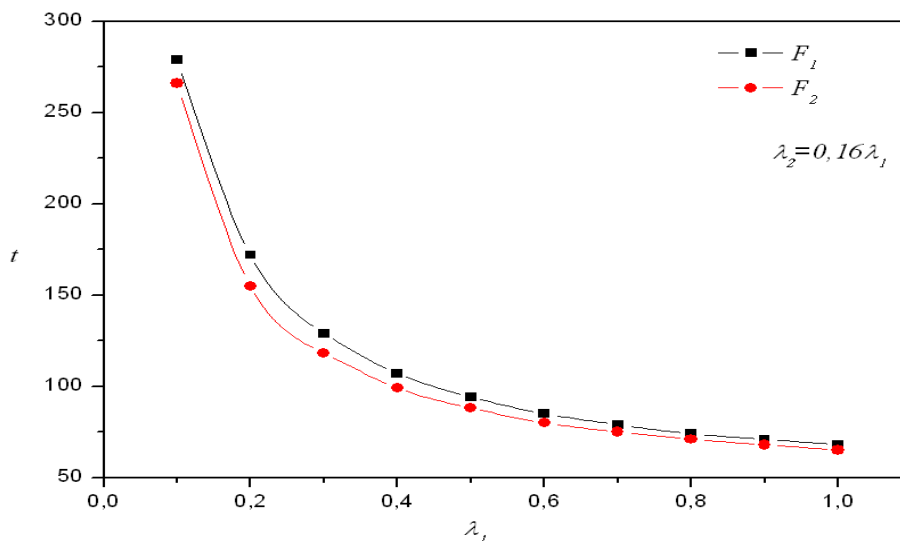


Рис. 5. Зависимость количества временных шагов t от выбора регулирующих параметров λ_1 и λ_2 ($c_r = 25/4$): $0 < \lambda_1 < 1$, $\lambda_2 = (1/c_r)\lambda_1$. Источник: собственные вычисления

В этих исследованиях важно проанализировать также ситуацию, когда регулирующие параметры равны единице, что, как оказалось, дает интересные результаты. Из рис. 5 видно, что при выборе значений первого регулирующего параметра из допустимого интервала $0 < \lambda_1 < 1$ (при этом значение второго параметра определялось из уравнения $\lambda_2 = (1/c_r)\lambda_1$), системе было необходимо меньшее количество временных шагов, чтобы прийти к равновесному состоянию, при $\lambda_1 = 1$, $\lambda_2 = 0,16$ ($t_1 = 68$ – для первого элемента, $t_2 = 65$ – для второго).

На рис. 6 показано подобную ситуацию при выборе второго управляющего параметра из интервала $0 < \lambda_2 \leq 1$ (при этом значения первого параметра определялись из уравнения $\lambda_1 = (1/c_r)\lambda_2$). В этом случае системе необходимо было меньше времени, чтобы прийти к равновесному состоянию, при $\lambda_1 = 0,16$, $\lambda_2 = 1$ ($t_1 = 66$, $t_2 = 66$). Очевидно, что количество временных шагов для обоих элементов здесь является наименьшим среди всех проведенных исследований для АС-метода (см. рис. 2-3, 5-6).

Кроме того, были проведены исследования для значений регулирующих параметров, когда $\lambda_1 = 1$ (при выборе второго параметра из интервала $0 < \lambda_2 < 1$) или $\lambda_2 = 1$ (при выборе первого параметра из интервала $0 < \lambda_1 < 1$). Полученные результаты показали, что на границе допустимой области при $\lambda_1 = 1$ (при выборе второго регулирующего параметра из интервала $0 < \lambda_2 < 1$) элементы быстрее приходят в состояние равновесия при $\lambda_1 = 1$, $\lambda_2 = 0,2$ ($t_1 = 66$, $t_2 = 64$), а на границе

$\lambda_2 = 1$ (при выборе значений первого регулирующего параметра из интервала $0 < \lambda_1 < 1$) они достигают равновесия при $\lambda_1 = 0,2, \lambda_2 = 1$ ($t_1 = 64, t_2 = 64$).

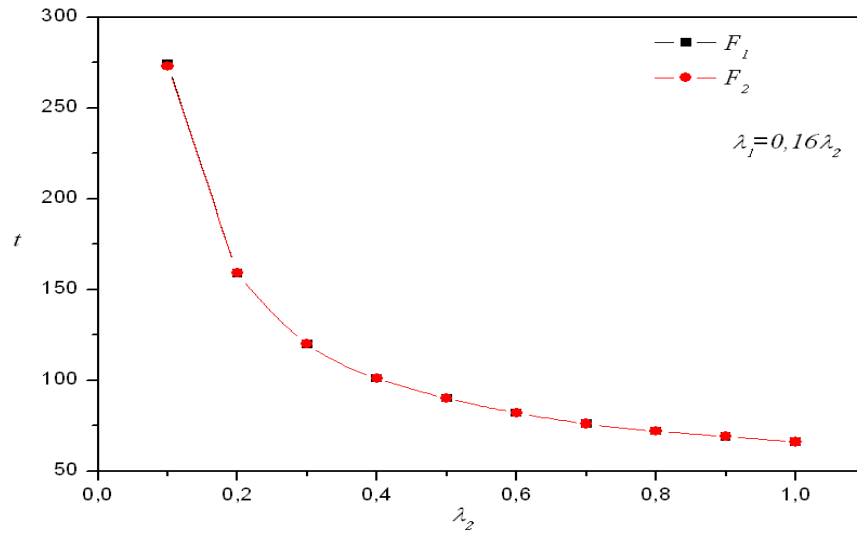


Рис. 6. Зависимость количества временных шагов t от выбора регулирующих параметров λ_1 и λ_2 ($c_r = 25/4$): $0 < \lambda_2 < 1, \lambda_1 = (1/c_r)\lambda_2$. Источник: собственные вычисления

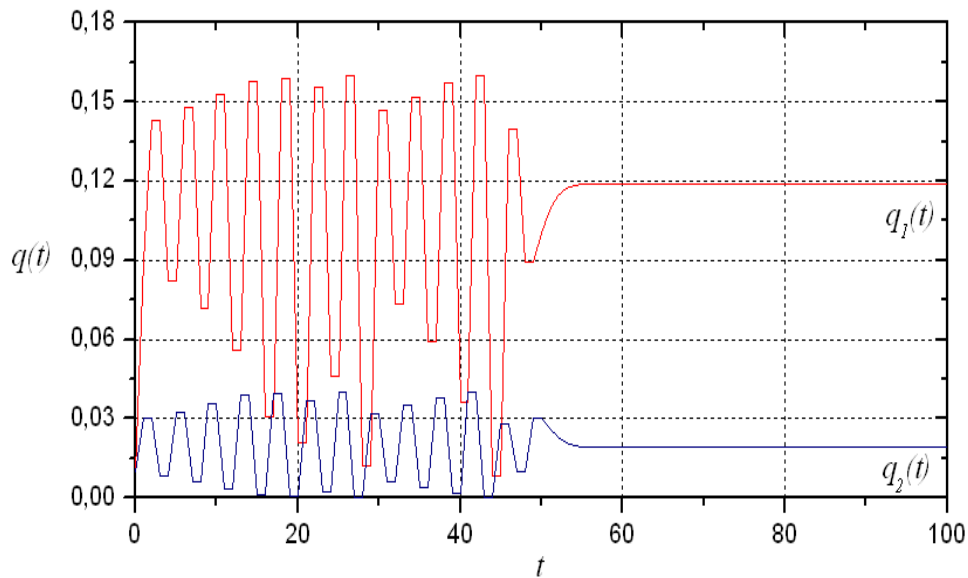


Рис. 7. Изменение во времени исходных характеристик $q_1(t)$ и $q_2(t)$ элементов системы F_1 и F_2 , соответственно, при значениях регулирующих параметров $\lambda_1 = 0,2, \lambda_2 = 1$. Источник: собственные вычисления

Как показано на рис. 7, элементы системы достигают равновесных значений своих исходных характеристик с адаптивным регулированием неустойчивого процесса при $\lambda_1 = 0,2$, $\lambda_2 = 1$. Ситуация, когда $\lambda_1 = 1$, $\lambda_2 \neq 1$ (либо $\lambda_2 = 1$, $\lambda_1 \neq 1$), означает, что первый элемент (либо второй элемент) не имеет возможности контролировать нестабильный процесс, а следовательно, процесс продолжается, как и в предыдущем периоде, без адаптивного регулирования. Предыдущие исследования показали, что один из конкурирующих элементов может самостоятельно стабилизировать неустойчивые колебания в системе, причем делает это значительно быстрее, чем в случае, когда процесс пытаются регулировать оба элемента этой системы одновременно.

Таким образом, проведенные исследования для АС-метода позволяют сделать вывод, подобный выводу в случае DFC-метода, а именно, в двухэлементных системах с конкуренцией, с использованием моделей Курно–Пу, для стабилизации хаотической динамики в системе целесообразно применять только одну управляющую функцию. Такое управление быстрее приводит систему к состоянию равновесия, по сравнению с применением двух управляющих функций, т.е. попытки двух элементов одновременно стабилизировать систему.

Именно поэтому применение метода адаптивного контроля, как и применение DFC-метода к структуре системы, также считается методом “индивидуального” контроля в неустойчивой системе. Один из элементов системы может самостоятельно, проанализировав ситуацию в системе, изменить ее состояние собственными действиями, фиксируя значение своей исходной характеристики в настоящем и прошлом периодах. Для дуополии это означает, что фирма-производитель может самостоятельно стабилизировать хаотичный рынок, наблюдая за собственными объемами производства в предыдущих периодах своей деятельности.

Сравнивая оба метода, следует также отметить, что были получены такие значения коэффициента обратной связи для DFC-метода и значения регулирующих параметров для АС-метода, которые позволяют привести систему к состоянию равновесия практически за одинаковое количество временных шагов. Однако преимуществом DFC-метода является возможность управления также и параметром, характеризующим предельное поведение элементов системы, т.е. управляющие элементы внешней среды могут стабилизировать хаотическую динамику в системе путем воздействия на параметры предельного поведения ее конкурирующих элементов.

В случае дуополии управление параметрами системы можно рассматривать как метод регулирования со стороны правительства с целью стабилизации хаотичности на рынке. Правительство может ввести соответствующий налог с целью повышения предельных издержек одной из фирм (что может привести к снижению объемов ее производства), или выплатить дотацию с целью снижения предельных издержек более слабой из фирм (что приведет к увеличению объемов ее производства).

5. ВЫВОДЫ

Управление техническими и производственными системами с конкуренцией является одной из важнейших проблем, возникающих при их исследовании. Установление того факта, что устойчивость системы с конкуренцией существенно

зависит от значения параметров предельного поведения ее элементов и требует применения эффективных методов контроля неустойчивой динамики, возникающей в таких системах. В работе был применен метод адаптивного контроля к управлению хаотичным поведением в системе с конкуренцией, состоящей из двух элементов (дуополии), с использованием модели Курно–Пу.

На основе полученных теоретических результатов проведено ряд численных исследований, которые дают возможность сформулировать рекомендации по управлению нестабильными колебаниями в системе. В частности, определено значение регулирующих параметров, при которых хаотическая система стабилизируется за наименьшее количество временных шагов. Установлено, что адаптивный контроль является эффективным, если только один из элементов системы регулирует хаотическую динамику. Это означает, что один из регулирующих параметров системы равен единице: $\lambda_1 = 1, \lambda_2 \neq 1$ (либо $\lambda_2 = 1, \lambda_1 \neq 1$). В таком случае система быстро приходит в равновесное состояние.

Проведено сравнение метода адаптивного контроля и метода управления с обратной связью с задержкой, применяя их с целью урегулирования нестабильных колебаний показателей деятельности фирм на олигополистическом рынке, в частности, объемов выпуска их продукции. Установлено, что в случае применения как первого, так и второго методов для стабилизации хаотического рынка достаточно, чтобы только одна из фирм контролировала свои объемы производства. Количество необходимых для этого временных периодов для обоих методов отличается не существенно.

Исследованные модели управления можно использовать не только для стабилизации неустойчивой динамики на олигополистических рынках, но и во всех системах, элементы которых взаимосвязаны и конкурируют между собой относительно общего ограниченного ресурса. Это могут быть разного типа технические системы, информационные сети, информационно-телекоммуникационные, электроэнергетические и другие производственные структуры либо рынки. Достаточно эффективным может быть применение рассмотренных моделей управления в области информационных технологий, когда возникает конкурентная борьба за информационные потоки или ресурсы. Более детальное исследование возможных применений моделей управления типа Курно–Пу будет предметом дальнейших исследований.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Chen L., Chen G., *Controlling chaos in an economic model*, „Physica A”, 374 (2007), s. 349-358.
- [2] Puu T., *Chaos in duopoly pricing*, „Chaos, Solitons & Fractals”, 1 (1991), s. 573-581.
- [3] Иващук Н., Кавалец И., *Математические методы контроля нестабильных колебаний в конкурирующих системах*, „Інформаційна безпека”, 1 (2013), s. 12-24.
- [4] Иващук Н.Л., Гнатів Б.В., Кавалець І.І., *Побудова узагальненої моделі олігополії Курно-Пу та дослідження стійкості її точки рівноваги*, „Журнал обчислювальної та прикладної математики”, 2/112 (2013), s. 94-104.

- [5] Костробій П.П., Алексєєв І.В., Хома І.Б., Гнатів Б.В., Кавалець І.І., Алексєєв В.І., *Математичні моделі регулювання фінансових потоків*, ред. П.П. Костробій, Растр-7, Львів 2012.
- [6] Cournot A., *Recherches sur les principes mathématiques de la théorie des richesses*, Paris: Hachette 1838.
- [7] Iwaszczuk N., Kavalets I., *Application of mathematical models in the study of oligopolistic markets*, [w:] *Zastosowania modeli matematycznych w ekonomii, finansach i bankowości*, red. P. Pusz. Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2012, s. 27-47.
- [8] Iwaszczuk N., Kavalets I., *Delayed feedback control method for generalized Cournot–Puu oligopoly model*, [w:] *Selected Economic and Technological Aspects of Management*, red. N. Iwaszczuk. Wydawnictwo AGH w Krakowie, Kraków 2013, s. 108-123.
- [9] Iwaszczuk N., Kavalets I., *Generalized Cournot–Puu oligopoly model and stability of its equilibrium point*, [w:] *Materiały z konferencji „Zarządzanie Przedsiębiorstwem – Teoria i Praktyka”* (Kraków, 22-23 XI 2012), Wydawnictwo AGH w Krakowie, Kraków 2012, s. 1-16.
- [10] Iwaszczuk N., Kavalets I., *Oligopolistic market: stability conditions of the equilibrium point of the generalized Cournot–Puu model*, „Econtechmod”, 2/1 (2013), s. 15-22.
- [11] Iwaszczuk N., Kavalets I., *Some features of application the delayed feedback control method to Cournot–Puu duopoly model*, „Econtechmod”, 2/4 (2013), s. 29-38.
- [12] Jakimowicz A., *Stability of the Cournot–Nash equilibrium in standard oligopoly*, „Acta Physica Polonica A”, 121/2-B (2012), s. B-50-B-53.
- [13] Matsumoto A., *Controlling the Cournot–Nash Chaos*, „Journal of Optimization Theory and Applications”, 128/2 (2006), s. 379-392.

**ADAPTIVE CONTROL METHOD OF UNSTABLE DYNAMICS
IN A TWO-ELEMENT SYSTEM WITH THE COMPETITION
IN THE DUOPOLY CASE**

Research of competition systems' dynamics is one of the current issues within the framework of systems and processes modeling; in particular, one of such issues is the fact that under certain conditions the systems show undesirable unsteady dynamics which can result in unforeseeable behaviour of the system's elements. Mathematical models of Cournot-Puu type give an opportunity to analyze such processes, as they take into account real conditions of the competition systems functioning as mentioned above.

Application of the DFC-method with the purpose of stabilizing unsteady behaviour of the systems with competition is expedient along with correlating it to equivalent methods, in particular, to the method of adaptive control – AC-method, basic principle of the latter being the hypothesis that expectations of the system's elements deviate from "naive" to "adaptive". The optimal value of original characteristic of the system element in a subsequent period which depends on the value of this characteristic in the current period, as well as on the weighted average expected value of the same original characteristic of a competitive element in the current period.

Conducted investigations allow us to draw a conclusion that for the 2-elements systems with competition it is reasonable to apply only one managing function for

stabilizing the system chaotic dynamics. Such management restores the system to equilibrium faster as compared to application of two managing functions, i.e. attempts of two elements to stabilize the system simultaneously. For this particular reason application of the adaptive control method, as well as application of DFC-method, to the system structure is also considered to be the method of "individual" control in an unsteady system.

The investigated management systems may be applied not only for stabilizing unsteady dynamics in oligopolistic markets, but also to all systems the elements of which are interrelated and compete for a limited resource.

Keywords: system with the competition, duopoly, Cournot-Puu model, equilibrium, unstable dynamics, adaptive control method

METODA ADAPTACYJNEJ KONTROLI NIESTABILNOŚCI DYNAMIKI W DWUELEMENTOWYM SYSTEMIE Z KONKURENCYJNOŚCIĄ NA PRZYKŁADZIE DUOPOLU

Jednym z aktualnych problemów w modelowaniu systemów i procesów jest badanie dynamiki funkcjonowania systemów z konkurencją, w szczególności fakt, że w pewnych warunkach pojawia się w nich niestabilna dynamika, która w dłuższej perspektywie czasu może doprowadzić do nieprzewidywanych zachowań elementów tych systemów. Matematyczne modele typu Cournota-Puu tworzą możliwości przeprowadzania analizy takich procesów, ponieważ uwzględniają rzeczywiste warunki funkcjonowania wyżej wymienionych systemów z konkurencją.

Przy stosowaniu metody DFC, w celu ustabilizowania niestabilnego zachowania systemu z konkurencją, warto porównać ją z podobnymi metodami, między innymi z metodą sterowania adaptacyjnego – metodą AC, której zasada działania polega na założeniu, że oczekiwania elementów systemu zmieniają się od „naiwnych” do „adaptacyjnych”. Optymalna wartość pierwotnej cechy charakterystycznej elementu systemu w następnym okresie zależy od wartości tej cechy w bieżącym okresie, a także od średniej ważonej wartości oczekiwanej tej pierwotnej cechy elementu konkurencyjnego, również w bieżącym okresie.

Na podstawie przeprowadzonych badań można wyciągnąć wniosek, że aby ustabilizować chaotyczną dynamikę w dwuelementowych systemach z konkurencją, należy zastosować tylko jedną funkcję sterowania. Taki sposób sterowania szybciej doprowadzi system do równowagi, w porównaniu ze stosowaniem dwóch funkcji sterowania, tzn. próby stabilizowania systemu z obydwu jego elementów jednocześnie. Z tego powodu zastosowanie metody sterowania adaptacyjnego, jak i metody DFC do struktury systemu uważa się też za metodę „indywidualnej” kontroli w niestabilnym systemie.

Zbadane modele można wykorzystywać nie tylko do stabilizacji niestabilnej dynamiki na rynkach oligopolistycznych, lecz także we wszystkich systemach, których elementy są ze sobą powiązane i konkurują ze sobą względem wspólnego ograniczonego zasobu.

Słowa kluczowe: system z konkurencją, duopol, model Cournota-Puu, punkt równowagi, niestabilna dynamika, metoda adaptacyjnego sterowania

DOI:10.7862/rz.2016.hss.42

Przesłano do redakcji: kwiecień 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Галина КУНДЕЕВА¹

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ – ЗДОРОВАЯ НАЦИЯ

В условиях формирования социально-рыночного развития происходит переосмысление устоявшихся понятий в науке, изменение сложившихся суждений и вопрос обеспечения продовольствием населения страны становится задачей продовольственной безопасности, а не решением продовольственной проблемы. В статье рассмотрено сущностное различие таких понятий, как продовольственная безопасность и продовольственная проблема. Именно обеспечение продовольственной безопасности определяет принципиально новый подход к здоровью населения, прежде всего как к важнейшему экономическому ресурсу общества. Здоровье населения приобретает не только статус социальной ценности, но и способствует обеспечению национальной безопасности страны. В статье исследована дифференциация уровней здоровья и выделен уровень общественного здоровья как экономической составляющей развития стран. Исходя из того, что проблема здоровья населения определяется в контексте экономического развития страны, проанализировано здоровье украинского населения за период 1990-2013 гг. На основе цивилизационной концепции типов общественного здоровья определен тип здоровья, присущий современной Украине. Основная причина смерти и инвалидизации населения Украины – хронические неинфекционные заболевания (ХНИЗ). Медицина, ставя своей задачей достижение здоровья, занимается болезнью, т.е. увеличивается объём знаний о болезнях, лечебно-диагностических методах, и при этом не уделяется достаточного внимания путям достижения здоровья. Именно поэтому современная система борьбы с ХНИЗ основана на многочисленных концепциях факторов риска здоровья. Среди факторов, формирующих здоровье человека, особенно значительна роль питания, что, прежде всего, зависит от количества и качества продовольствия.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, общественное здоровье, типы общественного здоровья, факторы риска здоровья

1. ВВЕДЕНИЕ

История развития человеческой цивилизации свидетельствует о том, что продовольственная проблема существует с рождения человечества. В настоящее время вопрос обеспечения продовольствием может быть рассмотрен в двух ракурсах. В первом случае – как нехватка продовольствия (в целом или его отдельных видов) при недостаточном развитии производительных сил в аграрном секторе или отдельных его звеньях, при неблагоприятных погодных условиях (засуха, наводнение, град и т.д.) или губительных социально-экономических

¹ Кундеева Галина, кандидат экономических наук, доцент, докторант кафедры менеджмента Национального университета пищевых технологий, Киев, ул. Владимирская 68, e-mail: g_a_k@ukr.net

событиях (война, восстания и др.) – продовольственная проблема в узком смысле. Во втором – как комплекс технико-экономических, социально-демографических, политических проблем производства, распределения, обмена, потребления продуктов питания, недостаток которых приводит к недоеданию, голоду, эпидемиям и социально-политической нестабильности – продовольственная проблема в широком смысле. Но решение продовольственной проблемы и в узком, и в широком смысле – это прежде всего обеспечение реальной доступности продовольствия и ликвидация голода.

В научных исследованиях последних десятилетий активно используется термин «продовольственная безопасность», который был официально введен в международную практику после зернового кризиса 1972-1973 годов. В декабре 1974 г. Генеральной Ассамблеей ООН была принята Всеобщая декларация о ликвидации голода и недоедания. В данном документе определено, что благосостояние народов мира в значительной степени зависит от установления системы всемирной продовольственной безопасности, которая обеспечивает наличие продовольствия и разумные цены на него в любое время независимо от периодических колебаний и изменения погодных условий, а также от политического и экономического давления². В декларации сделан упор на физическую и экономическую доступность продовольствия как условия решения продовольственной безопасности, но эти же условия необходимы и для решения продовольственной проблемы. В апреле 1983 года Комитет по продовольственной безопасности ФАО определил конечную цель продовольственной безопасности, которая заключается в обеспечении каждого человека в любое время возможностью найти и купить необходимые продукты питания³. А это, на наш взгляд, не что иное, как решение продовольственной проблемы – обеспечение доступности продовольствия.

В ноябре 1996 г. на Всемирном продовольственном саммите суть продовольственной безопасности была качественно дополнена: «лишь в случае, когда каждый человек в любое время может получить в достаточном количестве безопасное и питательное продовольствие для удовлетворения своих потребностей в питании для активной и здоровой жизни, можно говорить о продовольственной безопасности»⁴. Впервые сделан акцент на качестве продовольствия – подчеркнута его безопасность и питательность, а также четко очерчена более глубокая цель – активная и здоровая жизнь человека. По нашему мнению, именно эти уточнения становятся основными в различиях сути продовольственной проблемы и продовольственной безопасности.

В Декларации, принятой Всемирным саммитом по продовольственной безопасности (2009 г.) определение продовольственной безопасности стало еще

² Всеобщая декларация о ликвидации голода и недоедания 1974 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/hunger.shtml.

³ Комитет по всемирной продовольственной безопасности (CFS 83/4): Доклад Генерального директора о всемирной продовольственной безопасности: Переоценка концепций и подходов.

⁴ Римська Декларація про всесвітню продовольчу безпеку і Пландій Всесвітньої зустрічі на вищому рівні з проблем продовольства, Рим, 13 листопада 1996 р. [Електронний ресурс] / Продовольча і сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй. Режим доступу: http://www.rau.su/observer/N3-4_97/019.htm.

более содержательным. В документе указано, что продовольственная безопасность существует, если все люди всегда имеют физический, социальный и экономический доступ к достаточному количеству безопасного и питательного продовольствия для удовлетворения своих диетических потребностей и пищевых предпочтений для ведения активного и здорового образа жизни⁵. В данном определении выделена социальная доступность продовольствия, что, на наш взгляд, подчеркивает не только его экономическую, но и социальную значимость. Дополнение определения продовольственной безопасности такими целями, как удовлетворение диетических потребностей и пищевых предпочтений свидетельствует о диетической, лечебной значимости питания, а именно, свойстве продовольствия не только поддерживать, но и обеспечивать здоровую жизнь. В тоже время пищевые потребности формируют спрос потребителя на продовольственные продукты и, соответственно, структуру производства продовольствия и конъюнктуру продовольственного рынка.

2. ГЕНЕЗИС КАТЕГОРИИ «ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ» В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ ПОЛЕ УКРАИНЫ

Анализ последних научных публикаций и законодательных документов Украины указывает на отсутствие понимания важности глобального вопроса здоровья в контексте продовольственной безопасности. Так, в Законе Украины «О государственной поддержке сельского хозяйства Украины» (2004 год) сказано: «продовольственная безопасность – это защищенность жизненных интересов человека, которая выражается в обеспечении государством беспрепятственного экономического доступа человека к продуктам питания с целью поддержания его обычной жизненной деятельности»⁶. Но в данном документе речь не идет об обеспечении здоровой активной жизни, стоит вопрос только в обеспечении обычной жизненной деятельности. А что такое обычная жизненная деятельность? Синонимом слова «обычный» может быть слово «простой». В свою очередь, простое обеспечение жизнедеятельности можно рассматривать как нормальное функционирование человеческого организма в состоянии покоя или деятельности человека по обслуживанию самого себя. С экономической точки зрения именно трудовая деятельность обеспечивает рост экономики и богатства страны. Таким образом, продовольственная безопасность должна обеспечивать не только простую обычную жизненную деятельность, но и активную трудовую. Именно такой подход не противоречит теории человеческого капитала, где здоровье человека рассматривается как один из его главных компонентов.

В 2011 году Верховным Советом Украины был принят Проект закона, в котором продовольственная безопасность рассмотрена как социально-экономическое и экологическое состояние, при котором все социальные и демографические группы населения стабильно и гарантированно обеспечены безопасным и качественным продовольствием в достаточном количестве и ассортименте, необходимом для физического и социального развития личности и обеспечи-

⁵ Декларация Всемирного саммита по продовольственной безопасности, WSFS 2009/2, http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/summit2009_declaration.pdf.

⁶ Про державну підтримку сільського господарства України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2004, N 49, ст. 527.

вающим здоровье населения Украины. В документе четко определена цель – обеспечение здоровья украинцев, однако данный проект закона не был ветоирован президентом Украины⁷.

В декабре 2013 года в Проекте указа Президента Украины «Об основах обеспечения продовольственной безопасности Украины» продовольственная безопасность определена как защищенность жизненно важных интересов человека в обеспечении стабильного беспрепятственного физического и экономического доступа к безопасному и качественному продовольствию в необходимом количестве и ассортименте с целью поддержания его обычной жизнедеятельности. Данный документ не расширяет цель продовольственной безопасности до уровня здоровой, активной жизни. Необходимо отметить, что этот проект указа не был принят в связи с изменениями политической ситуации в стране⁸.

3. ЗДОРОВЬЕ КАК ЦЕЛЬ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Проведенный анализ трансформации продовольственной проблемы (необходимости продовольственного обеспечения) в продовольственную безопасность определяет их главное отличие: цель продовольственного обеспечения – ликвидация голода для выживания человечества, а продовольственная безопасность – гарантия такого уровня здоровья всем индивидуумам, который обеспечивает им активную продолжительную жизнедеятельность. Именно поэтому целью нашей работы является изучение содержания термина «здоровье» и факторов, которые на него влияют.

Анализ научных трудов по вопросам понятия «здоровье человека» свидетельствует о том, что последнему уделялось внимание не только в специальных областях науки (медицина), а и в таких научных сферах, как философия, социология и экономика. В современных условиях построения в Украине социально-ориентированной экономики, прежде всего необходимо повышение значимости здоровья как основы общественного богатства. Активное долголетие должно быть главным критерием социального прогресса и гуманизации общества, поэтому нами исследовано содержание категории «здоровье»; рассмотрено дифференциацию уровней здоровья и типов общественного здоровья; исследовано влияние факторов на здоровье человека.

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) определяет здоровье как состояние полного физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов⁹. Проведенный анализ научной литературы свидетельствует о том, что здоровье как предмет исследования занимало умы философов древности, рассматривающих здоровье как базисную жизненную потребность индивида, основное условие жизнедеятель-

⁷ Проект Закона „О продовольственной безопасности Украины” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unian.net>.

⁸ Проект указа Президента Украины «Об основах обеспечения продовольственной безопасности Украины»: <http://minprom.ua/digest/142488.html>.

⁹ Устав (конституция) Всемирной организации здравоохранения (Нью-Йорк, 22 июля 1946 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.doctorate.ru/ustav-vsemirnoj-organizacii-zdravooxraneniya/>.

ности человека¹⁰. Многообразие определений здоровья позволяет выделить его обобщающие признаки:

- нормальная функция организма на всех уровнях его организации, нормальное течение физических и биохимических процессов, способствующих индивидуальному выживанию и воспроизводству;
- динамическое равновесие организма и его функций по отношению к факторам окружающей среды;
- способность к полноценному выполнению основных функций, участие в социальной деятельности и общественнополезном труде;
- способность организма приспосабливаться к постоянно меняющимся условиям существования в окружающей среде, поддерживать постоянно внутреннюю среды организма, обеспечивая нормальную и разностороннюю жизнедеятельность;
- отсутствие болезни, болезненных состояний либо болезненных изменений;
- полное физическое, духовное, умственное и социальное благополучие, гармоническое развитие физических и духовных сил организма, принцип его единства, саморегуляции и гармонического взаимодействия всех органов¹¹.

Многие ученые разграничивают «индивидуальное» и «общественное» здоровье (здоровье населения, нации). Индивидуальное здоровье характеризует состояние здоровья конкретного человека – индивидуума. Оно обусловлено преимущественно эндогенными факторами, и зависит от множества случайных внешних процессов и явлений¹². Анализ научной литературы по вопросам индивидуального здоровья позволяет выделить следующие составляющие:

- биологическая, рассматривающая здоровье как категорию функционального состояния организма, основу которого составляют развитие органов и систем органов, и обеспечивающая адаптационные реакции (физическое здоровье);
- социальная, представляющая здоровье как условие эффективного участия в общественной жизни, основу которого определяет система ценностей, установок и мотивов поведения индивидуума в обществе (нравственное здоровье);
- смешанная или биосоциальная, рассматривающая здоровье как общее хорошее самочувствие личности, основу которого составляет состояние общего душевного комфорта, и обеспечивающая адекватную поведенческую реакцию (психическое здоровье)¹³.

Параметры индивидуального здоровья не могут служить основанием для принятия политических, социальных и экономических решений, направленных на оптимизацию условий жизни населения на макроуровне. При принятии данных решений необходимо учитывать качество здоровья всего населения страны,

¹⁰ Ларионова И.С., *Философия здоровья* – М.: Гардарики, 2007 – 224 с.

¹¹ Калью П.И., *Сущностная характеристика понятия «здоровье» и некоторые вопросы перестройки здравоохранения: обзорная информация* – М., 1988, с. 33-35.

¹² *Здоровье и здравоохранение в гендерном измерении* / под. общ. ред. Н.М. Римашевской. – М.: Социальный проект, 2007.

¹³ Никифоров Г.С., *Здоровье как системное понятие. Психология здоровья* / Под ред. Г.С. Никифорова. – СПб.: К, 1998.

потому используется термин «общественное здоровье» или «здоровье нации, популяции». Суть данного термина состоит в совокупности свойств человеческой общности, проживающей на той или иной территории, позволяющей не только осуществлять социальные функции, но и воспроизводить и воспитывать новые здоровые поколения. Общественное здоровье зависит от индивидуального здоровья каждого человека, но при этом не сводится к совокупности показателей здоровья отдельных людей. Это качественно более высокий уровень, рассматривающий общество как единый социально-экономический организм.

Таким образом, если индивидуальное здоровье характеризует состояние здоровья конкретного человека – индивидуума, то общественное здоровье – жизнеспособность всего общества как социального организма и его возможности непрерывного духовного роста и социально-экономического развития. В тоже время в условиях формирования социально-рыночных механизмов здоровье населения приобретает не только статус социальной ценности, но и важнейшего экономического ресурса общества. Общественное здоровье становится социально-экономическим ресурсом, способствующим обеспечению национальной безопасности страны.

Необходимо обратить внимание на тот факт, что сегодняшнее состояние здоровья людей накладывает огромный отпечаток не только на их завтрашнее здоровье, но и обладает выраженным наследственным эффектом, предопределяя здоровье будущих поколений. Причем ухудшение здоровья населения оказывает отрицательный мультипликативный эффект на будущие поколения, и тем самым негативно влияет на перспективы развития национальной экономики в будущем (табл. 1).

В свою очередь, цивилизационное развитие оказывает влияние на здоровье населения. Б.Б. Прохоровым выделено пять типов общественного здоровья, которые существенно варьируются во времени и пространстве¹⁴.

Таблица 1. Классификация типов общественного здоровья

Тип здоровья	Характеристика типов общественного здоровья
Примитивный	Простое выживание человеческих общностей под постоянной угрозой насильственной смерти. Средняя продолжительность жизни населения – в пределах 20-22 лет. Младенческая смертность – 50 случаев и более на 100 новорожденных.
Постпримитивный	Короткая продолжительность жизни большинства населения, с высокой вероятностью преждевременной смерти от периодически возникавших эпидемий острозаразных болезней и голода. Величина средней продолжительности жизни – в пределах от 20 до 30 лет. Младенческая смертность – 200 случаев и более на 1000 новорожденных.
Квазимодерный	Непродолжительная жизнь большинства населения при преждевременной повышенной смертности части людей в молодом и допенсионном возрасте. Средняя продолжительность жизни – в диапазоне 60-65 лет. Младенческая смертность – 10-15 случаев на 1000 новорожденных.

¹⁴ Общественное здоровье и экономика / Б.Б. Прохоров [и др.] – М.: МАКС Пресс, 2007 – 292 с.

Таблица 1 (прод.). Классификация типов общественного здоровья

Тип здоровья	Характеристика типов общественного здоровья
Модерный	Продолжительная жизнь большинства населения с надежной и эффективной работоспособностью и здоровой старостью. Продолжительность жизни – в пределах 75-80 лет, а младенческая смертность не превышает 6-8 случаев на 1000 новорожденных.
Постмодерный	Для этого этапа характерны резкое снижение числа больных всеми видами заболеваний, успешное лечение ныне неизлечимых недугов, полноценная радостная жизнь подавляющего большинства населения. Продолжительность жизни населения будет не ниже 82-85 лет, а младенческая смертность не превысит 5 случаев на 1000 новорожденных.

Составлено автором на основе работ Б.Б. Прохорова¹⁵ и Флоринской Ю.Ф.¹⁶

4. АНАЛИЗ ТИПА ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДОРОВЬЯ УКРАИНЫ

Для определения типа общественного здоровья Украины нами проведен анализ демографических изменений за 1990-2013 гг. Анализ естественного прироста/убыли населения в Украине свидетельствует о затяжной тенденции демографического спада населения страны начиная с 1991 года (табл. 2). Максимальная убыль населения – на уровне 7,6 человек на 1000 населения прослеживается в 2001-2002 гг. и в 2005 году. Минимальная естественная убыль населения – в 2012 году на уровне 3,1 человека на 1000 населения (табл. 2).

Существование такой тенденции мы объясняем наличием определенного временного лага между действиями экономических и политических факторов в Украине и среднестатистической продолжительностью жизни.

Анализируя динамику смертности детей за 1990-2013 гг., мы прослеживаем существование двух участков значительного роста детской смертности: первый участок – увеличение смертности с 12,8 детей на 1000 новорожденных в 1990 году до 14,7 детей – в 1995 году; второй участок – рост смертности до 11 детей на 1000 новорожденных в 2007 году. Если первый период можно связать с трансформационным кризисом (периодом перестройки в Украине), который ухудшил имущественное положение многих украинцев, то рост в 2007 году (период экономического подъема в стране) объяснить только экономическими факторами невозможно (рис. 1). Может быть, это связано с тем, что стали рожать женщины, рождение и первые года жизни которых приходятся на 1986 год – год аварии на Чернобыльской АЭС.

Существование такой тенденции мы объясняем наличием определенного временного лага между действиями экономических и политических факторов в Украине и среднестатистической продолжительностью жизни.

¹⁵ Там же.

¹⁶ Флоринская Ю.Ф., Качество жизни и здоровье населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bio.1september.ru/article.php?ID=200400504>.

Таблица 2. Динамика естественного увеличения /уменьшения населения Украины (на 1000 наличного населения)

Года	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Количество новорожденных на 1000 наличного населения	12.6	12.1	11.4	10.7	10	9.6	9.2	8.7	8.4	7.8	7.8	7.7	8.1	8.5	9	9	9.8	10.2	11	11.1	10.8	11	11.4	11.1
Количество умерших на 1000 наличного населения	12.1	12.9	13.4	14.2	14.7	15.4	15.2	14.9	14.4	14.9	15.4	15.3	15.7	16	16	16.6	16.2	16.4	16.3	15.3	15.2	14.5	14.5	14.6
Природный прирост/убыль населения	0.5	-0.8	-2	-2.5	-4.7	-5.8	-6	-6.2	-6	-7.1	-7.6	-7.6	-7.6	-7.5	-7	-7.6	-6.4	-6.2	-5.3	-4.2	-4.4	-3.5	-3.1	-3.5

Составлено автором на основе данных Госкомстата¹⁷.

Анализируя динамику смертности детей за 1990-2013 гг., мы прослеживаем существование двух участков значительного роста детской смертности: первый участок – увеличение смертности с 12,8 детей на 1000 новорожденных в 1990 году до 14,7 детей – в 1995 году; второй участок – рост смертности до 11 детей на 1000 новорожденных в 2007 году. Если первый период можно связать с трансформационным кризисом (периодом перестройки в Украине), который ухудшил имущественное положение многих украинцев, то рост в 2007 году (период экономического подъёма в стране) объяснить только экономическими факторами невозможно (рис. 1). Может быть, это связано с тем, что стали рожать женщины, рождение и первые года жизни которых приходятся на 1986 год – год аварии на Чернобыльской АЭС.

Анализируя динамику показателя детской смертности, мы можем констатировать, что в течение 2003-2013 гг. (за исключением 2007 г.) для страны был присущ современный тип общественного здоровья. Однако, необходимо отметить, что в Украине наблюдается высокий уровень заболеваемости среди детей и подростков. За период обучения в школе число здоровых детей с первого по одиннадцатый класс уменьшается в 3-4 раза¹⁸.

Анализ статистических данных продолжительности жизни свидетельствует о том, что в течение 1990-1991 годов средняя продолжительность жизни мужчин и женщин в Украине составляла 69,3 года. В период с 1995г. по 1996г. продолжительность жизни уменьшалась, достигнув показателя 66,9 лет, но с 1997 года наблюдается тенденция к увеличению продолжительности жизни до 71,37 лет в 2013 году. Причем средняя продолжительность жизни украинских мужчин за годы независимости составляет около 63,25 лет, а женщин – 74,15 лет (рис. 2). Анализируя данные показатели, можно констатировать, что возрастной порог смертности квазимодерного типа общественного здоровья для женщин преодолен.

¹⁷ Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

¹⁸ Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://censor.net.ua/n235806>.

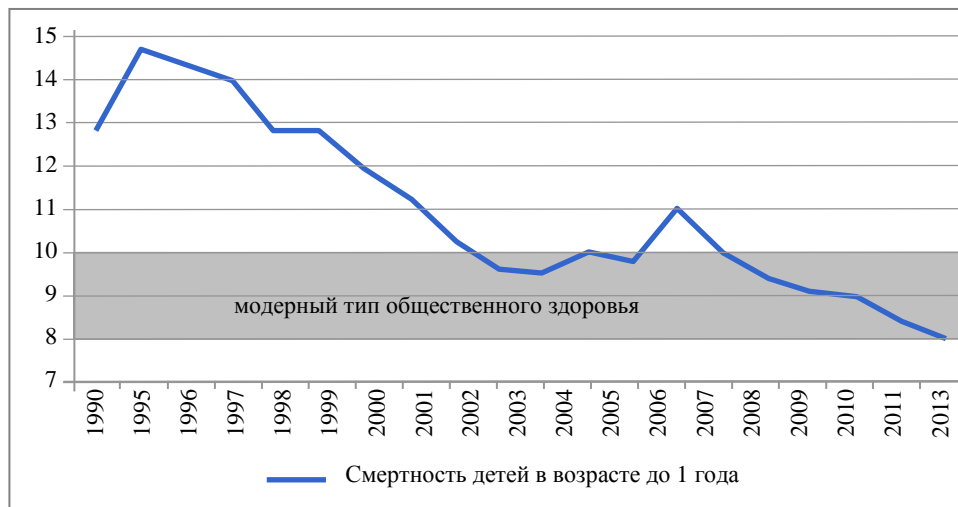


Рис. 1. Динамика детской смертности на 1000 новорожденных в Украине за годы независимости (составлено автором на основе данных Госкомстата)

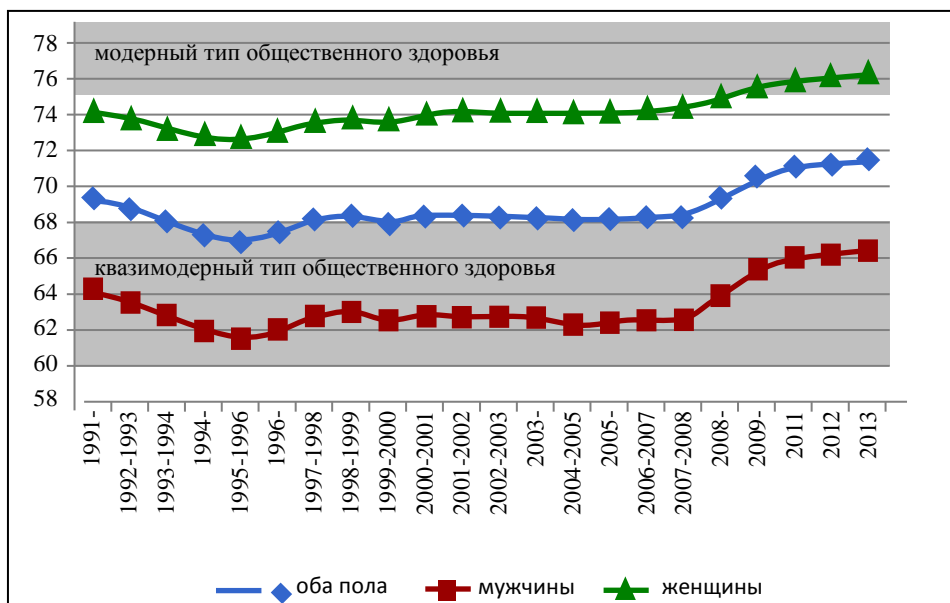


Рис. 2. Динамика продолжительности жизни в Украине за время независимости (составлено автором на основе данных Госкомстата)

Он, начиная с 2009-2010 гг., превышает отметку в 75 лет. Однако ожидаемая продолжительность жизни при рождении в период с 1990 по 2012 гг. уменьшилась

на один год. Этот показатель составлял в 2012 году 68,8 лет против 69,8 лет в 1990 году.

На наш взгляд, для Украины существует достаточно большая вероятность задержаться в квазимодерном типе. Это связано с тем, что «почти половина взрослого населения, преимущественно молодежь, страдает от одного или нескольких хронических заболеваний»¹⁹.

Как свидетельствуют результаты исследования основных причин высокой смертности в Украине, не уменьшается смертность среди населения трудоспособного возраста²⁰. Эти факты дают возможность предположить, что для Украины присущ квазимодерный тип общественного здоровья.

5. КОНЦЕПЦИЯ ФАКТОРОВ РИСКА ЗДОРОВЬЯ

Проведенный анализ научных работ по проблеме борьбы с хроническими неинфекционными заболеваниями (ХНИЗ) свидетельствует о существовании многочисленных концепций факторов риска здоровья, сделана определенная структуризация факторов риска здоровья и предложены модели риска здоровья. Так Дж. Далгреном и М. Вайтгедом предложена классификация факторов, на основе которой ученые разработали модель «радуги факторов здоровья», состоящую из пяти цветов-факторов²¹. В центре данной модели – люди с фиксированными показателями возраста, пола и конституционные факторы, влияющие на здоровье. Все остальные цвета (слои) радуги определяют детерминанты влияния на здоровье человека. Внутренний слой представляет собой личное поведение и образ жизни (например, привычки к курению или физической активности). Следующий слой – общение с друзьями, родственниками и обществом. Существенное влияние на здоровье человека оказывают условия его жизни и труда, продовольствие и доступ к основным жизненно необходимым товарам, а также к образованию – четвертый слой модели. Пятый, внешний слой, свидетельствует о важном значении для общего состояния здоровья таких составляющих общественного развития, как экономические, культурные и экологические условия. Данная модель подчеркивает взаимодействия между выше указанными различными слоями – отдельные составляющие образа жизни кроются в социальных и общественных условиях существования общества, а также в условиях труда, которые, в свою очередь, тесно связаны с культурой, социально-экономическими условиями и окружающей средой.

Х. Бартон и М. Грант, увеличив количество факторов до восьми, предложили модель «карта здоровья». Она расширяет модель «радуга факторов здоровья» за счет теории экосистем и принципов устойчивого развития²². Проведенный анализ

¹⁹ Основні причини високого рівня смертності в Україні. – К.: ВЕРСО-04 – 2010 – с. 60.

²⁰ Основні причини високого рівня смертності в Україні. – К.: ВЕРСО-04 – 2010 – с. 7.

²¹ Whitehead M., Dahlgren G., Gilson L., Developing the policy response to inequities in Health: a global perspective / Challenging inequities in health care: from ethics to action. New York: Oxford University Press; 2001: 309-322, с. 314.

²² Barton H., Grant M., A health map for the local human habitat. The Journal for the Royal Society for the Promotion of Health, 2006, 126 (6), pp. 252-253. The publisher's URL is: <http://dx.doi.org/10.1177/1466424006070466>.
http://eprints.uwe.ac.uk/7863/2/The_health_map_2006_JRSH_article_-_post_print.pdf.

научной литературы указывает на то, что наиболее цитируемой является следующая классификация факторов риска общественного здоровья: уровень и образ жизни населения, состояние окружающей среды, наследственность, а также уровень развития медицинской помощи. При этом влияние первого фактора на здоровье составляет более 50%, влияние наследственности и экологии представляет по 15-20%, на долю медицинской помощи приходится в среднем 10-15%²³. Предложенная Лисициным Ю.П.²⁴ группировка факторов риска здоровья представлена в таблице 3.

Таблица 3. Группировка факторов риска

Категории факторов риска	Примеры факторов риска	Доля, %
Образ жизни	Курение Употребление алкоголя Несбалансированное питание Стрессовые ситуации (дистрессы) Вредные условия труда Гиподинамия Низкая физическая активность Потребление наркотиков, злоупотребление лекарствами Напряженные семейные отношения Напряженные психоэмоциональные отношения на работе Низкий культурный и образовательный уровень	50-55
Внешняя среда	Загрязнение воздуха канцерогенами и другими вредными веществами Загрязнение воды канцерогенами и другими вредными веществами Загрязнение почвы Резкие смены состояния атмосферы Повышенные гелиокосмические, радиационные, магнитные и другие излучения	20-25
Генетические факторы	Предрасположенность к наследственным болезням Наследственная предрасположенность к тем или иным заболеваниям	15-20
Здравоохранение	Неэффективность профилактических мероприятий Низкое качество и несвоевременность медицинской помощи	10-15

Среди факторов, формирующих риски здоровью человека, особенно значительна роль питания, так как именно на питание приходится 40-45%²⁵. Д.Ф. Чеботарев утверждает, что питание – это практически единственное средство, пролонгирующее

²³ Коркушко О.В., Калиновская Е.Г., Молотков В.И., Преждевременное старение человека. – Киев 1979 – 192 с.

²⁴ Лисицын Ю.П., Общественное здоровье и здравоохранение [Текст]. – М.: ГЭОТАР – Медиа, 2009 – 512 с.

²⁵ Зубар Н.М., Основы фізіології та гігієни харчування. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2010 – 336 с.

видовую продолжительность жизни на 25-40%²⁶. По мнению В.А. Тутельяна, главным фактором, который наносит непоправимый, на несколько порядков больший урон здоровью человека, чем экологическая загрязненность и психосоциальные стрессы вместе взятые, является нарушение структуры питания²⁷.

По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), качественное питание позволяет избежать 40% заболеваний и значительно увеличить продолжительность жизни. Определена группа заболеваний, возникновение и развитие которых зависит от питания: нервные и психические расстройства; респираторные заболевания; инфекционные и паразитарные заболевания; заболевания желудочно-кишечного тракта; эндокринные нарушения; пищевые отравления.

Экспертами ВОЗ было определено влияние питания на распространенность ХНИЗ и выделены заболевания, непосредственно зависящие от питания: сердечно-сосудистые заболевания; злокачественные новообразования; сахарный диабет; заболевания, обусловленные недостаточным (анорексия) и избыточным (ожирение) питанием. При этом следует отметить, что стоимость лечения сердечно-сосудистых заболеваний в Европе за год составляет 270 млрд €, а стоимость лечения онкологических заболеваний, только в Европе, превышает 59 млрд€²⁸.

В Украине общая смертность населения и смертность по отдельным заболеваниям вдвое превышает соответствующие показатели стран Европейского Союза. Только из-за преждевременной смертности населения ежегодно теряется примерно 4 млн лет потенциальной жизни. Соответственно, объем невыработанного национального продукта составляет от 47,9 до 89,1 млрд гривен²⁹. Проведенный анализ смертности от неинфекционных заболеваний (рис. 3) свидетельствует о том, что 67,55% смертельных случаев приходится на смертность от сердечно-сосудистых заболеваний, на втором месте – онкологические заболевания (14,34%).

Треть умерших – люди допензионного возраста, и наблюдается высокий риск смертности украинцев в раннем возрасте.

При низких доходах и постоянно растущих ценах не только на продукты питания, но и на медицинские препараты и услуги, продовольственный фактор становится одним из главных факторов физического существования украинской нации.

²⁶ Ковтун Т.В., Перспективы создания продуктов геродического назначения Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – Выпуск № 67 / 2011, <http://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-sozdaniya-produktov-gerodieticheskogo-naznacheniya>.

²⁷ В.А. Тутельян, А.Н. Разумов, А.И. Вялков, В.И. Михайлов, К.А. Москаленко, А.Г. Одинец, В.Г. Сбежнева, В.Н. Сергеев, Научные основы здорового питания: – М.: Издательский дом «Панорама», 2010 – 816 с.

²⁸ Хорбаньчук Я.О., Юзвик А., Томасик Ц., Хорбаньчук К., Шиманская Е., Сивец Д. Функциональные продукты питания животного происхождения и их значение для здоровья людей / Птица и птицепродукты 2009 – №3 – с. 15-17.

²⁹ Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49269.

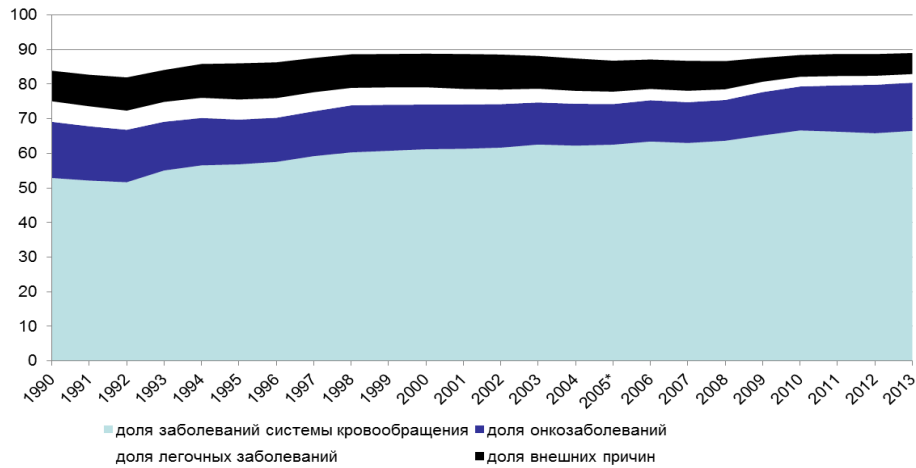


Рис. 3. Динамика детской смертности на 1000 новорожденных в Украине за годы независимости (составлено автором на основе данных Госкомстата)

6. ВЫВОДЫ

Недооценка ресурсов здоровья как объекта рыночной экономики является сдерживающим фактором эффективного развития многих стран и регионов. В Украине, как и в большинстве постсоветских стран, сложилась «нездоровая» экономика – экономика, для которой здоровье как экономическая категория, не является ни объектом, ни критерием, ни целью развития данных стран. Подтверждение этому – крайне низкая продолжительность жизни людей (60-70 лет) по сравнению с генетическим потенциалом человека (120-140 лет). Мы считаем, что здоровье – больше, чем просто ресурс.

Это непосредственный производственный ресурс, так как производство всех товаров связано с расходом жизненной энергии и здоровья в том числе, следовательно в его приумножении обязаны быть заинтересованы как государство, так и отдельные индивиды. В Украине именно здоровье должно быть основным капиталом экономики. В то же время, в учебных курсах экономической теории и микроэкономики, изучаемых в высших учебных заведениях различного уровня и разнонаправленной специализации, здоровье, как социально-экономический ресурс, не исследуется.

Системно не рассматривается и зависимость уровня заболеваемости неинфекционными болезнями украинцев от качества, структуры и режима питания. Существенное влияние продуктов питания и организации их потребления на здоровье человека превращает проблему питания в актуальную глобальную проблему человечества. Поэтому исследование рациона питания и физиологических норм потребления по основным продовольственным группам требуют системного исследования.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Barton H., Grant M., A health map for the local human habitat. The Journal for the Royal Society for the Promotion of Health, 126 (6), 2006, pp. 252-253. I The publisher's URL is: <http://dx.doi.org/10.1177/1466424006070466>.
- [2] Whitehead M., Dahlgren G., Gilson L., Developing the policy response to inequities in Health: a global perspective / Challenging inequities in health care: from ethics to action. New York, Oxford University Press, 2001: 309-322 с. 314.
- [3] Всеобщая декларация о ликвидации голода и недоедания [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/hunger.shtml.
- [4] Декларация Всемирного саммита по продовольственной безопасности, WSFS 2009/2, http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/summit2009_declaration.pdf.
- [5] Здоровье и здравоохранение в гендерном измерении / под. общ. ред. Н.М. Римашевской. – М.: Социальный проект, 2007 – 204 с.
- [6] Зубар Н.М., Основы фізіології та гігієни харчування. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2010 – 336 с.
- [7] Калью П.И., Сущностная характеристика понятия «здоровье» и некоторые вопросы перестройки здравоохранения: обзорная информация – М., 1988. – 158 с.
- [8] Ковтун Т.В., Перспективы создания продуктовгеродического назначения Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета Выпуск № 67 / 2011: <http://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-sozdaniya-produktov-gerodieticheskogo-naznacheniya>.
- [9] Комитет по всемирной продовольственной безопасности (CFS 83/4): Доклад Генерального директора о всемирной продовольственной безопасности: Переоценка концепций и подходов <http://www.fao.org/docrep/meeting/026/MD776R.pdf>.
- [10] Коркушко О.В., Калиновская Е.Г., Молотков В.И., Преждевременное старение человека. – Киев, 1979 – 192 с.
- [11] Ларионова И.С., Философия здоровья – М.: Гардарики, 2007 – 224 с.
- [12] Лисицын Ю.П., Общественное здоровье и здравоохранение [Текст]. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2009 – 512 с.
- [13] Никифоров Г.С., Здоровье как системное понятие. Психология здоровья / Под ред. Г.С. Никифорова – СПб.: К, 1998 – 235 с.
- [14] Основні причини високого рівня смертності в Україні. – К.: ВЕРСО-04 – 2010 – 60 с.
- [15] Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49269.
- [16] Про державну підтримку сільського господарства України (Відомості Верховної Ради України (ВВР)), 2004, N 49, с. 527.

- [17] Проект Закона „О продовольственной безопасности Украины”. <http://www.unian.net>.
- [18] Проект указа Президента Украины «Об основах обеспечения продовольственной безопасности Украины» <http://minprom.ua/digest/142488.html>.
- [19] Прохоров Б.Б., Общественное здоровье и экономика / Б.Б. Прохоров [и др.]. – М.: МАКС Пресс, 2007 – 292 с. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- [20] Римська Декларація про всесвітню продовольчу безпеку і План дій Всесвітньої зустрічі на вищому рівні з проблем продовольства, Рим, 13 листопада 1996 р. [Електронний ресурс] / Продовольча і сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй. Режим доступу: http://www.rau.su/observer/N3-4_97/019.htm.
- [21] Тутельян В.А., Разумов А.Н., Вялков А.И., Михайлов В.И., Москаленко К.А., Одинец А.Г., Сбежнева В.Г., Сергеев В.Н., Научные основы здорового питания: – М.: Издательский дом «Панорама», 2010 – 816 с.
- [22] Устав (конституция) Всемирной организации здравоохранения (Нью-Йорк, 22 июля 1946 года), <http://www.doctorate.ru/ustav-vsemirnoj-organizacii-zdravo-oxraneniya/>.
- [23] Флоринская Ю.Ф., Качество жизни и здоровье населения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bio.1september.ru/article.php?ID=200400504>.
- [24] Хорбаньчук Я.О., Юзвик А., Томасик Ц., Хорбаньчук К., Шиманская Е., Сивец Д. Функциональные продукты питания животного происхождения и их значение для здоровья людей / Птица и птицепродукты 2009 – №3 – с. 15-17.

ENSURING FOOD SAFETY – HEALTHY NATION

Under the conditions of formation of social and market development is redefining established concepts in science, changing of existing judgments and issue of food security of the population becomes the task of food safety, rather than solving the food problem. The article deals with the essential difference of concepts such as food safety and food problem. Ensuring food safety defines a new approach to public health, first of all as a vital economical resource of society. Health of the population gets not only the status of social value, but also helps to ensure the country's national security.

In the article there is studied the differentiation of health levels and highlighted the level of general-governmental health as a component of economic development of countries. Based on the fact that the problem of public health is defined in the context of economic development, was analyzed the health of the Ukrainian population during the period 1990-2013. Based on the concept of civilizational types of public health is defined type of health inherent in modern Ukraine. The main cause of death and disability in the population of Ukraine - chronic non-communicable diseases (CND). Medicine, putting the task to achieve health, deals with disease, i.e. an increases the amount of knowledge about the disease, diagnosis, treatment methods, and it does not pay sufficient attention to the ways of achieving health. That is why the modern system of fighting against CND is based on numerous concepts of health risk factors. Among the factors that shape human health, especially significant is the role of nutrition, which primarily depends on the quantity and quality of food.

Keywords: food security, public health, the types of public health, health risk factors

ZAPEWNIENIE BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOŚCIOWEGO – ZDROWIE PUBLICZNE

W warunkach rozwoju społecznego kluczowe jest przededefiniowanie ustalonych pojęć w nauce. Zmiana istniejących orzeczeń i kwestii bezpieczeństwa żywnościowego ludności staje się zadaniem bezpieczeństwa żywnościowego. Artykuł dotyczy istotnej różnicy pojęć, takich jak bezpieczeństwo żywnościowe i problem żywnościowy. Zapewnienie bezpieczeństwa żywności określa nowe podejście do zdrowia publicznego, przede wszystkim jako istotnego zasobu ekonomicznego społeczeństwa. Zdrowie publiczne ma nie tylko status wartości społecznej, ale także przyczynia się do zapewnienia bezpieczeństwa narodowego kraju. W artykule badano różnicowanie poziomu zdrowia i podkreślono ogólny poziom zdrowia populacji ukraińskiej w okresie 1990-2013. Główną przyczyną zgonów i niepełnosprawności w populacji Ukrainy okazały się przewlekłe choroby niezakaźne (CND). Medycyna, stawiając zadanie osiągnięcia zdrowia, zajmuje się chorobą, czyli rozwija wiedzę na temat choroby, diagnostyki, metod leczenia. Nie zwraca się jednak wystarczająco dużo uwagi na sposoby osiągnięcia zdrowia. Dlatego też nowoczesny system walki z CND opiera się na licznych koncepcjach czynników ryzyka zdrowotnego. Wśród czynników, które kształtują ludzkie zdrowie, szczególnie istotna jest rola odżywiania, które zależy przede wszystkim od ilości i jakości żywności.

Słowa kluczowe: bezpieczeństwo żywności, zdrowie publiczne, rodzaje zdrowia publicznego, czynniki ryzyka zdrowotnego

DOI:10.7862/rz.2016.hss.43

Przesłano do redakcji: listopad 2015

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Grzegorz LEW¹

INTEGRACJA RACHUNKU KOSZTÓW KLIENTA Z WYBRANYMI METODAMI RACHUNKOWOŚCI ZARZĄDCZEJ

Globalizacja wpływa na wiele aspektów funkcjonowania przedsiębiorstw. Z jednej strony powoduje znaczący wzrost konkurencyjności rynków i możliwości prowadzenia działalności gospodarczej, z drugiej zaś strony ułatwia przepływ kapitału intelektualnego, technologii oraz zasad i metod prowadzenia tej działalności. Przedsiębiorstwa budują swoją przewagę konkurencyjną na różne sposoby. Jednym z elementów efektywnego zarządzania przedsiębiorstwami jest umiejętne wdrożenie i prowadzenie rachunku kosztów dostosowanego do potrzeb danego przedsiębiorstwa. Dla każdego przedsiębiorstwa najważniejszym źródłem przychodów są klienci. Z tego powodu utrzymywanie rentownych relacji z klientami jest kluczowe dla możliwości prowadzenia i rozwijania się tych przedsiębiorstw. Skutecznym narzędziem w optymalizacji rentowności tych relacji jest rachunek kosztów klienta. Dla przedsiębiorstw prowadzących działalność w większym rozmiarze, stosujących w swoich systemach zarządzania różne metody rachunkowości zarządczej, najlepszym rozwiązaniem będzie odpowiednia integracja tych metod z rachunkiem kosztów klienta. Integracja ma na celu zapewnić wzmocnienie pozytywnych walorów decyzyjnych łączonych systemów. Rachunek kosztów klienta można z powodzeniem dostosować nie tylko do rozmiarów prowadzonej działalności, ale także zintegrować go z wykorzystywanymi w danym przedsiębiorstwie metodami rachunkowości zarządczej. Wśród najczęściej wykorzystywanych metod rachunkowości zarządczej w przedsiębiorstwach można wyróżnić: zarządzanie działaniami, budżetowanie, rachunek kosztów docelowych, rachunek kosztów ciągłego doskonalenia, zrównoważoną kartę wyników. Celem artykułu jest analiza podstawowych zasad integracji rachunku kosztów klienta z wymienionymi metodami rachunkowości zarządczej. Artykuł ten może być istotnym przyczynkiem do podjęcia szerszych badań, których celem jest poddanie bardziej szczegółowej analizie zasad takiej integracji.

Słowa kluczowe: rachunek kosztów, klient, integracja

1. WPROWADZENIE

Przedsiębiorstwa działają pod presją coraz bardziej konkurencyjnego rynku oraz rosnących wymagań klientów, którzy także coraz częściej stosują różne narzędzia optymalizacji swoich relacji z klientami np. grupy zakupowe². Konsekwencją działania na glo-

¹ Dr inż. Grzegorz Lew, Zakład Finansów, Bankowości i Rachunkowości, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, email: lewgrzes@prz.edu.pl

² G. Zimon, *Zarządzanie kosztami w jednostkach tworzących branżowe grupy zakupowe*, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, z. 757/58, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2013, s. 293-299. H. Chłodnicka, G. Zimon, *Analiza kosztów w przedsiębiorstwach tworzących grupy zakupowe*, *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, z. 765/61, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2013, s. 293-303.

balizujących się rynkach jest z jednej strony proces zwiększania się stopnia trudności zarządzania takimi przedsiębiorstwami, a z drugiej strony – łatwiejszy dostęp do wiedzy i doświadczeń przedsiębiorstw z różnych regionów świata w kwestii rozwiązywania coraz bardziej złożonych problemów decyzyjnych. Globalizacja wpływa również na przepływ kapitału intelektualnego pomiędzy rozwiniętymi a rozwijającymi się krajami, regionami czy przedsiębiorstwami. Zjawiska te implikują wzrost stopnia zaawansowania systemów pozwalających na efektywne wspomaganie decyzji podejmowanych przez zarządzających. Jedną z możliwości zwiększenia efektywności metod stosowanych w rachunkowości zarządczej jest ich integracja. Integracja, inaczej scalanie, jest procesem tworzenia całości z części, włączeniem jakiegoś elementu w całość, zharmonizowaniem składników zbiorowości³.

Biorąc pod uwagę wzrost istotności oraz jakości uzyskiwanych informacji o kosztach klientów, należy wymienić następujące powody integracji różnych metod rachunkowości zarządczej z rachunkiem kosztów klienta:

- wywołanie efektu synergii,
- możliwość wzmocnienia najskuteczniejszych w działaniu elementów integrowanych metod,
- marginalizacja negatywnych skutków wdrożenia i prowadzenia metod podlegających integracji,
- możliwość optymalizacji metod, podczas ich integracji, pod względem indywidualnych potrzeb konkretnego przedsiębiorstwa.

Celem efektu synergii integracji metod rachunkowości zarządczej w rachunku kosztów klienta przedsiębiorstw jest uzyskanie znaczenie większych korzyści niż przy oddzielnym stosowaniu jednej z metod. Przykładowo, rachunek kosztów klienta może być prowadzony w trybie *ex post* i *ex ante*. Takie podejście do rachunku kosztów klienta umożliwia integracja tego rachunku z systemem budżetowania kosztów klienta. Z kolei podejście eksponujące działania zwiększające wartość dla klienta jest możliwe przy integracji rachunku kosztów klienta z rachunkiem kosztów działań.

Kolejnym powodem integracji rachunku kosztów klienta z różnymi metodami rachunkowości zarządczej jest możliwość poddania integracji najbardziej efektywnych elementów składających się na poszczególne metody rachunkowości zarządczej. Działania takie mogą spowodować powstanie nowej jakości w dedykowanych metodach rachunkowości zarządczej stosowanej w konkretnych przedsiębiorstwach handlowych.

Powodem powiązaniem z poprzednim jest możliwość uniknięcia, dzięki integracji, niektórych niekorzystnych rozwiązań związanych z poszczególnymi metodami rachunkowości zarządczej. Przykładowo w literaturze można spotkać liczne przykłady krytykowania budżetowania⁴, jednak metoda ta jest powszechnie stosowana z powodu swojej prostoty i elastyczności. Mimo to trudno jest uniknąć zarzutu zbyt dużego zbiurokratyzowania tej metody.

³ W. Kopaliński, *Podręczny słownik wyrazów obcych*, Oficyna Wydawnicza Rytm, Warszawa 1999, s. 340.

⁴ J. Hope oraz R. Fraser wyrażają opinię, że budżetowanie jest metodą ograniczającą możliwości efektywnego funkcjonowania przedsiębiorstw. W wielu publikacjach propagowali swoją koncepcję „bezbudżetowania”, np.: J. Hope, R. Fraser, *Beyond Budgeting: How Managers Can Break Free from the Annual Performance Trap*, Harvard Business School, Boston 2003. Krytykę tradycyjnego budżetowania można również znaleźć w raporcie CIMA: *Beyond Budgeting*, CIMA, Topic Gateway Series No. 35, London 2007.

Argumentem niewątpliwie istotnym, motywującym do integracji rachunku kosztów klienta z różnymi metodami rachunkowości, jest możliwość dostosowania tych metod rachunkowości zarządczej do specyficznych potrzeb konkretnego przedsiębiorstwa handlowego. Obecnie coraz rzadziej mówi się o rozwiązaniach uniwersalnych. Każde przedsiębiorstwo handlowe jest inne, funkcjonuje w innym otoczeniu, w innym rozmiarze i musi rozwiązywać swoje problemy. W związku z tym istnieje potrzeba łączenia różnych metod rachunkowości zarządczej, które w najlepszym stopniu odpowiadają indywidualnym potrzebom poszczególnych przedsiębiorstw handlowych.

Celem artykułu jest analiza podstawowych zasad integracji rachunku kosztów klienta z wybranymi metodami rachunkowości zarządczej.

2. RACHUNEK KOSZTÓW KLIENTA

W literaturze spotyka się różne definicje rachunku kosztów. E. Nowak⁵ definiuje go jako proces „ustalania kosztów działalności gospodarczej polegającej na wytwarzaniu i sprzedaży wyrobów lub świadczeniu usług czy też obrotu towarami”. Rachunek kosztów to także „ogół czynności zmierzających do ustalenia wysokości nakładów pracy żywej i uprzedmiotowionej, poniesionych w przedsiębiorstwie w określonym czasie i z określonym przeznaczeniem”⁶ lub badanie i przetwarzanie, według przyjętego modelu, informacji o kosztach działalności podmiotu, służące użytkownikom do oceny sytuacji finansowej, podejmowania decyzji gospodarczych i kontroli ich realizacji⁷.

Z tych definicji wynika, że model rachunku kosztów określa cel, przedmiot i podmiot tego rachunku. W rachunku kosztów klienta można uznać, że:

- celem jego prowadzenia jest dostarczenie zarządzającym użytecznych decyzyjnie informacji na temat kosztów związanych z relacjami z klientami oraz w efekcie umożliwienie ustalenia rentowności tych relacji,
- przedmiotem pomiaru są koszty klienta lub segmentu klientów,
- podmiotem, w którym dokonuje się tego pomiaru, jest przedsiębiorstwo handlowe prowadzące ten rachunek kosztów.

A zatem rachunek kosztów klienta należy definiować jako proces identyfikacji, klasyfikacji, pomiaru, wyceny, gromadzenia, rozliczania (kalkulowania), analizowania oraz prezentacji kosztów wynikających z nawiązywania, utrzymywania i prowadzenia relacji z klientami oraz wykorzystania zasobów na potrzeby obsługi tych relacji w sposób umożliwiający ustalenie skumulowanych kosztów klienta lub segmentu klientów⁸.

Rachunek kosztów klienta jest bazą ustalenia rentowności klientów lub ich segmentów. Aby możliwe było ustalenie rentowności klientów, identyfikację i analizę przychodów osiągniętych dzięki tym klientom należy prowadzić z taką samą szczegółowością dotyczącą klientów lub ich segmentów jak stosowana do identyfikacji kosztów. Pozwoli to na ustalenie wyniku finansowego w przekroju klientów, a odpowiednia konstrukcja rachunku wyników umożliwi prześledzenie wpływu danych obiektów kosztowych na ogólną rentowność poszczególnych klientów.

⁵ E. Nowak, *Rachunek kosztów w jednostkach gospodarczych. Podejście sprawozdawcze i zarządcze*, Ekspert, Wrocław 2011, s. 13.

⁶ J. Matuszewicz, *Rachunek kosztów*, Finans – Servis, Warszawa 1994, s. 4.

⁷ A. Jarugowa, W. Malc, K. Sawicki, *Rachunek kosztów*, PWE, Warszawa 1990, s. 54.

⁸ G. Lew, *Rachunek kosztów klienta w zarządzaniu przedsiębiorstwem handlowym*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2015.

Rachunek kosztów klienta powinien zatem obejmować swoim zakresem całość działań przedsiębiorstwa, tak aby w kompleksowy sposób wspierać zarządzających w podejmowaniu przez nich decyzji. Rachunek kosztów jest wyodrębnionym przedmiotowo oraz proceduralnie systemem informacyjnym przedsiębiorstwa.

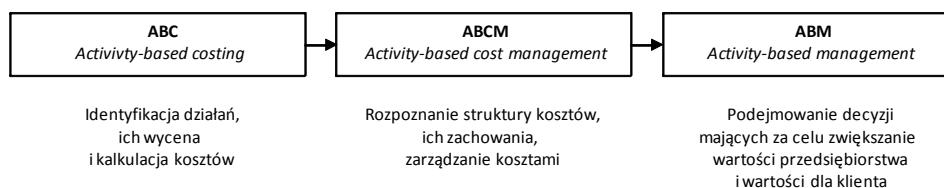
Rachunek kosztów klienta jest jednolitym zbiorem informacji o kosztach klienta opracowanych według określonego modelu dostosowanego do potrzeb konkretnych użytkowników w danym przedsiębiorstwie handlowym.

3. INTEGRACJA Z WYBRANYMI METODAMI RACHUNKOWOŚCI ZARZĄDCZEJ

Można stwierdzić, że przedstawienie wszystkich sposobów integracji różnych metod rachunkowości zarządczej z rachunkiem kosztów klienta nie jest możliwe. Zapewne jest ich tyle, ile przedsiębiorstw i osób mających pomysł na wdrożenie takiej koncepcji. Z tego powodu analizie możliwości integracji z rachunkiem kosztów klienta zostanie poddanych kilka najbardziej rozpoznawalnych metod rachunkowości zarządczej. Należy do nich zaliczyć integrację rachunku kosztów klienta:

- z systemem zarządzania działaniami (ABM – *activity-based management*),
- z systemem budżetowania,
- z rachunkiem kosztów docelowych funkcjonującym wraz z koncepcją ciągłego doskonalenia *kaizen*,
- ze zrównoważoną kartą wyników.

Koncepcja integracji rachunku kosztów klienta z metodą zarządzania działaniami opiera się na założeniu, że wszelkie działania podejmowane przez przedsiębiorstwa handlowe mają za zadanie tworzyć wartość dla klientów. Według słownika CAM-I, ABM jest skoncentrowana na zarządzaniu procesami i działaniami jako metodzie podnoszenia wartości dla klientów oraz zwiększania zysków powstających dzięki tworzeniu tej wartości⁹. Obejmuje analizę czynników kosztotwórczych, analizę działań, jak również pomiar efektów tych działań. Koncepcja ABM wykorzystuje jako źródło informacji rachunek kosztów działań (ABC – *activity based costing*). Ewolucję koncepcji związanych z działaniami przedstawia rys. 1.



Rys. 1. Ewolucja koncepcji zarządzania kosztami oparta na działaniach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Nita B., *Rachunkowość w zarządzaniu strategicznym przedsiębiorstwem*, WoltersKluwer business, Kraków 2008, s. 197.

Jeżeli przedsiębiorstwo identyfikuje działania przynoszące wartość dla klienta oraz nieprzynoszące wartości dla klienta, integracja rachunku kosztów klienta z *activity-based*

⁹ J.A. Miller, współpraca: K. Pniewski, M. Polakowski, *Zarządzanie kosztami działań*, WIG-Press, Warszawa 2000, s. 210.

management jest rozwiązaniem, które w sposób kompleksowy może wspierać decyzje zarządzających z zakresu optymalizacji relacji z klientami.

Drugą koncepcją integracji rachunku kosztów klienta jest możliwość integracji tego rachunku z systemem budżetowania. Mimo krytyki tego systemu przez niektórych autorów należy uznać, że jest to koncepcja, która dzięki prostym zasadom funkcjonowania ma realne możliwości stosowania w przedsiębiorstwach. Instytut CIMA w swoim raporcie¹⁰ przedstawia za J. Hopem i R. Fraserem sześć wspólnych zasad używanych przez przedsiębiorstwa, które wybrały koncepcję „bez budżetowania” jako alternatywę dla tradycyjnego budżetowania:

1. Dla wszystkich szczebli zarządzania przyjmuje się jasne zasady, wartości i granice. Promuje się współdziałanie i optymalną obsługę klientów.
2. Kluczowe znaczenie mają właściwe działania poparte widocznymi i realnymi dokonaniem (a nie realizacją założeń budżetowych) na wszystkich szczeblach zarządzania, co ma sprzyjać wspieraniu wzajemnej poprawy efektywności działania z wykorzystaniem wewnętrznej konkurencji i satysfakcji klientów.
3. Pracownicy „z pierwszej linii frontu” mają swobodę podejmowania decyzji (nie są ograniczeni budżetami), zgodnie z zasadami ładu korporacyjnego oraz strategicznymi celami przedsiębiorstwa. Ma to decydujące znaczenie dla poczucia bezpieczeństwa pracowników i realizacji strategii przez nich wszystkich. Promowane są wysokie standardy działania oraz stosowanie optymalnych wzorców (właściwych benchmarków).
4. Pracownicy biorą odpowiedzialność za tworzenie swoich systemów działania i wartości. Zasada ta dotyczy również jednostek wewnętrznych, które mają swobodę zarządzania własnymi zasobami, ale jednocześnie są za nie odpowiedzialne.
5. Wszystkie jednostki wewnętrzne koncentrują się na klientach, co ma prowadzić do większej efektywności ich obsługi oraz zwiększenia liczby klientów zadowolonych i rentownych.
6. Systemy informacyjne w przedsiębiorstwach mają być otwarte i przejrzyste w celu generowania bardziej wiarygodnych informacji zgodnych z zasadami etycznymi.

Integracja budżetowania z rachunkiem kosztów klienta może jednak pozwolić uniknąć wielu niekorzystnych zjawisk towarzyszących budżetowaniu. Sami krytycy¹¹ wśród metod rachunkowości zarządczej mających pozytywny wpływ na niwelację niekorzystnych skutków budżetowania wymieniają zarządzanie relacjami z klientami czy prognozowanie (budżetowanie) kroczące.

Rachunek kosztów docelowych przystosowany do specyfiki przedsiębiorstw jest potencjalną metodą, którą można wykorzystać do optymalizacji kosztów relacji z klientami. Potencjał tej formy integracji może w istotny sposób zwiększyć wykorzystanie przy jej stosowaniu filozofii *kaizen*, która zakłada ciągłe doskonalenie działań, co w kontekście optymalizacji relacji z klientami nabiera szczególnego znaczenia.

Koncepcję *kaizen* przedsiębiorstwa mogą wykorzystać, poszukując odpowiedzi na pytanie: Dlaczego obecni klienci dokonują zakupów w naszym przedsiębiorstwie? Umiejętność zidentyfikowania czynników mających wpływ na decyzje klientów ma

¹⁰ *Beyond Budgeting*, op. cit., s. 6.

¹¹ J. Hope, R. Fraser, *Beyond Budgeting: How Managers Can Break Free from the Annual Performance Trap*, Harvard Business School, Boston 2003, s. 179.

kluczowe znaczenie dla ich utrzymania oraz daje możliwość wykorzystania tych informacji do optymalizacji kosztów pozyskiwania nowych klientów.

Integracja rachunku kosztów klienta ze zrównoważoną kartą wyników może nastąpić niejako w sposób naturalny. Dzieje się tak, ponieważ R.S. Kaplan i D.P. Norton¹² przedstawiają kartę jako narzędzie, które umożliwia przełożenie wizji i strategii przedsiębiorstwa na zestaw powiązanych ze sobą mierników efektywności działania przedsiębiorstwa. Cele przedsiębiorstwa powinny określać jego kierunek rozwoju w perspektywie co najmniej kilku lat¹³. R.S. Kaplan i D.P. Norton zgrupowali cele oraz mierniki w czterech perspektywach:

- finansowej,
- klienta,
- procesów wewnętrznych,
- rozwoju przedsiębiorstwa.

Wyróżnione perspektywy umożliwiają według autorów zachowanie równowagi między celami krótko- i długoterminowymi oraz między oczekiwanymi wynikami a czynnikami warunkującymi ich realizację. Proponowane przez nich mierniki osiągnięcia celów w perspektywie klienta doskonale wpisują się w podstawowe założenia rachunku kosztów klienta, w szerokim rozumieniu znaczenia tego pojęcia. Dzięki integracji rachunku kosztów klienta ze zrównoważoną kartą wyników możliwe jest odpowiednie ustalenie rentowności relacji z klientami przy zachowaniu innych mierników tych relacji na właściwym poziomie.

Reasumując, rachunek kosztów klienta dzięki możliwości integracji z różnymi narzędziami rachunkowości zarządczej może bardziej twórczo wykorzystywać ich walory zarządcze i w efektywniejszy – z ekonomicznego punktu widzenia – sposób wskazywać alokację zasobów w celu osiągnięcia zysku finansowego¹⁴ przez przedsiębiorstwa.

4. PODSUMOWANIE

Głównym powodem podjęcia badań związanych z integracją w ramach rachunkowości zarządczej lub rachunku kosztów jest stwierdzenie, że projektowanie nowych zintegrowanych rachunków kosztów, w tym także rachunku kosztów klienta, jest zapewne kierunkiem rozwoju rachunkowości zarządczej, w którym będzie się ona rozwijać we współczesnej nauce i praktyce.

W ramach dociekań naukowych nie jest możliwe wyczerpanie wszelkich możliwych sposobów integracji rachunku kosztów klienta z różnymi metodami rachunkowości zarządczej. Z tego powodu w artykule ograniczono się do przedstawienia kilku najbardziej, w ocenie autora, perspektywicznych kierunków integracji, które mają największe szanse na uznanie w praktyce gospodarczej po uprzednim zweryfikowaniu zasadności wdrożenia i uszczegółowieniu modelu naukowego pod względem specyfiki konkretnego przedsiębiorstwa.

¹² R.S. Kaplan, D.P. Norton, *Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

¹³ *Strategia. Opracuj i zastosuj najlepszą strategię dla swojej firmy*, przełożył: M. Kowalczyk, Harvard Business Essentials, MT Biznes, Warszawa 2011, s. 125.

¹⁴ M. Sierpińska, B. Niedbała, *Controlling operacyjny w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 386.

Wskazane w artykule kierunki integracji na podstawie doświadczeń autora pozwalają sformułować zasadniczy wniosek, że podstawowe założenia poszczególnych metod rachunkowości zarządczej, które stanowią fundamenty ich funkcjonowania, nie są konkurencyjne wobec siebie, lecz mogą być traktowane jako komplementarne. Takie stwierdzenie leży u podstaw zasadności integracji rachunku kosztów klienta z metodami rachunkowości zarządczej, ponieważ integracja ta może się przyczynić do zwiększenia zakresu i wiarygodności informacji potrzebnych do optymalizacji relacji z klientami.

LITERATURA

- [1] *Beyond Budgeting*, CIMA, Topic Gateway Series No. 35, London 2007.
- [2] Chłodnicka H., Zimon G., *Analiza kosztów w przedsiębiorstwach tworzących grupy zakupowe*, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia, z. 765/61, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2013.
- [3] Hope J., Fraser R., *Beyond Budgeting: How Managers Can Break Free from the Annual Performance Trap*, Harvard Business School, Boston 2003.
- [4] Jarugowa A., Malc W., Sawicki K., *Rachunek kosztów*, PWE, Warszawa 1990.
- [5] Kaplan R.S., Norton D.P., *Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- [6] Kopaliński W., *Podręczny słownik wyrazów obcych*, Oficyna Wydawnicza Rytm, Warszawa 1999.
- [7] Lew G., *Rachunek kosztów klienta w zarządzaniu przedsiębiorstwem handlowym*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2015.
- [8] Matuszewicz J., *Rachunek kosztów*, Finans – Servis, Warszawa 1994.
- [9] Miller J.A., współpraca: K. Pniewski, M. Polakowski, *Zarządzanie kosztami działań*, WIG-Press, Warszawa 2000.
- [10] Nita B., *Rachunkowość w zarządzaniu strategicznym przedsiębiorstwem*, Wolters Kluwer business, Kraków 2008.
- [11] Nowak E., *Rachunek kosztów w jednostkach gospodarczych. Podejście sprawozdawcze i zarządcze*, Ekspert, Wrocław 2011.
- [12] Sierpińska M., Niedbała B., *Controlling operacyjny w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.
- [13] *Strategia. Opracuj i zastosuj najlepszą strategię dla swojej firmy*, przełożył: M. Kowalczyk, Harvard Business Essentials, MT Biznes, Warszawa 2011.
- [14] Zimon G., *Zarządzanie kosztami w jednostkach tworzących branżowe grupy zakupowe*, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia, z. 757/58, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2013.

INTEGRATION OF CUSTOMER COST ACCOUNTING WITH SELECTED MANAGEMENT ACCOUNTING METHODS

Globalization affects many aspects of the operation of companies. On the one hand, it causes a significant increase in the competitiveness of markets and business opportunities, and on the other hand, facilitates the flow of intellectual capital, technology and the principles and methods of conducting this activity. Companies build their competitive advantage in various ways. One of the elements of effective business management is skilful implementation and running of costs accounting tailored to the needs of a given company. For

each company, the most important source of income are the customers. For this reason, maintaining profitable relationships with customers is crucial for opportunities of running and development of these companies. Effective tool in optimizing the profitability of those relationships is customer cost accounting. For companies conducting their business in a larger size, which use in their management systems different methods of management accounting the best solution would be a proper integration of these methods with customer cost accounting. The integration aims to ensure the strengthening of the positive decision-making values of connected systems. Customer cost accounting can successfully be adapted not only to the size of the business, but also it can be integrated with management accounting methods used in a given company. Among the most frequently used methods of management accounting in companies can be distinguished: operations management, budgeting, target costing, continuous improvement costing, balanced scorecard. The aim of the article is to analyse the basic principles of integration of customer cost accounting with these methods of management accounting. This article may be an important reason to undertake a broader study whose purpose is to undergo a more detailed analysis of the principles of such integration.

Keywords: cost accounting, customer, integration

DOI:10.7862/rz.2016.hss.44

Przesłano do redakcji: czerwiec 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Agnieszka NAPIÓRKOWSKA-BARYŁA¹
Mirosława WITKOWSKA-DĄBROWSKA²
Ilisio MANUEL DE JESUS³

SYTUACJA MIESZKANIOWA W POLSCE W LATACH 2007-2013 W KONTEKŚCIE ZMIAN DEMOGRAFICZNYCH

Mieszkanie jest traktowane jako dobro podstawowe, którego dostępność warunkuje prawidłowe funkcjonowanie i rozwój rodziny (gospodarstwa domowego). Kwestie związane z posiadaniem, dostępnością i jakością substancji mieszkaniowej są przedmiotem zainteresowania polityki mieszkaniowej. Na politykę mieszkaniową składają się więc wszelkie działania państwa, które mają wpływ na funkcjonowanie i wynik rynku mieszkaniowego, tj. na liczbę, cenę, stawki czynszu oraz jakość mieszkań. Stan zasobów mieszkaniowych w Polsce jest szacowany na 13 747 tys. mieszkań (GUS 2013). Aby ocenić zasobność kraju w mieszkania, posłużono się wskaźnikiem liczby mieszkań przypadających na 1000 mieszkańców, który w Polsce wynosi 349 i jest jednym z najniższych w Unii Europejskiej. W rządowym dokumencie „Główne problemy, cele i kierunki programu wspierania rozwoju budownictwa mieszkaniowego do 2020 roku” opublikowanym w 2010 r. deficyt mieszkaniowy, definiowany jako różnica między liczbą gospodarstw domowych a liczbą mieszkań zamieszkałych, został oszacowany na 1,4-1,5 mln mieszkań. Szacunki te opierają się jednak na danych Narodowego Spisu Powszechnego z 2002 r. oraz na prognozach statystycznych dotyczących liczby gospodarstw domowych. Jednocześnie w latach 2002-2013 oddano do użytku przeszło 1,6 mln mieszkań. Nie bez wpływu na wielkość deficytu mieszkaniowego pozostają czynniki demograficzne, w szczególności migracje zarobkowe. Celem artykułu była analiza sytuacji mieszkaniowej oraz skali potrzeb mieszkaniowych w zmieniającej się sytuacji demograficznej. Oceny dokonano na podstawie danych statystycznych (Narodowego Spisu Powszechnego) z 2011 r., z uwzględnieniem zmian demograficznych w latach 2002-2013.

Słowa kluczowe: mieszkanie, sytuacja mieszkaniowa, potrzeby mieszkaniowe, polityka mieszkaniowa, deficyt mieszkaniowy

¹ Agnieszka Napiórkowska-Baryła, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej, ul. Oczapowskiego 4, 10-900 Olsztyn, tel. (89) 523-42-35, corresponding author: e-mail: agnieszka.baryla@uwm.edu.pl

² Mirosława Witkowska-Dąbrowska, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej, ul. Oczapowskiego 4, 10-900 Olsztyn, tel. (89) 523-35-48, m.witkowska@uwm.edu.pl

³ Ilisio Manuel de Jesus Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej, ul. Oczapowskiego 4, 10-900 Olsztyn, tel. (89) 523-43-33, imdj@uwm.edu.pl

1. WSTĘP I CEL BADAŃ

Rynek mieszkaniowy pełni szczególną rolę na rynku nieruchomości z racji roli, jaką odgrywa mieszkanie w życiu człowieka. Mieszkanie jest powszechnie traktowane jako dobro niezbędne każdej rodzinie (lub gospodarstwu domowemu), umożliwiające zaspokojenie jej potrzeb zarówno podstawowych, jak i wyższego rzędu. Brak mieszkania uznaje się za istotne utrudnienie w rozwoju rodziny. Należąc do wąskiego zbioru dóbr podstawowych, mieszkanie jest jednocześnie jednym z najdroższych dóbr. Gospodarstwa domowe uznają posiadanie mieszkania na własność za główny cel życiowy, który starają się systematycznie realizować, ponosząc przez wiele lat wydatki stanowiące istotną część domowych budżetów. Pozostaje jednak znaczna część gospodarstw domowych, która nie jest i nie będzie w stanie samodzielnie zrealizować zakupu mieszkania, zdana na pomoc publiczną w ramach prowadzonej polityki wspierającej obywateli w rozwiązywaniu problemów mieszkaniowych. Konieczność interwencji władz publicznych w tym zakresie nigdy nie była kwestionowana, zmieniały się natomiast cele i formy interwencjonizmu państwowego (ulgi podatkowe, dopłaty do odsetek spłacanych kredytów, budownictwo społeczne). Jednocześnie od początków transformacji w Polsce słyzy się o deficycie mieszkaniowym, definiowanym jako różnica między liczbą gospodarstw domowych a liczbą mieszkań zamieszkałych. Deficyt mieszkaniowy w rządowym dokumencie „Główne problemy, cele i kierunki programu wspierania rozwoju budownictwa mieszkaniowego do 2020 roku”⁴ opublikowanym w 2010 r. został oszacowany na 1,8 mln mieszkań. Przy uwzględnieniu faktu, że część mieszkań będących w budowie jest już faktycznie zamieszkałych, a kolejna część mieszkań teoretycznie niezamieszkałych funkcjonuje w szarej strefie najmu, deficyt mieszkaniowy zmniejsza się do poziomu 1,4-1,5 mln mieszkań. Szacunki te opierają się na danych Narodowego Spisu Powszechnego z 2002 r. Jednocześnie w latach 2002-2013 oddano do użytku przeszło 1,6 mln mieszkań. Celowa wydaje się zatem ocena skali potrzeb mieszkaniowych w Polsce określanych na podstawie danych statystycznych z uwzględnieniem zmian demograficznych (liczby gospodarstw domowych) w latach 2002-2013.

2. PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA POLITYKI MIESZKANIOWEJ I STAN RYNKU MIESZKANIOWEGO

Kwestie związane z posiadaniem, dostępnością i jakością substancji mieszkaniowej są przedmiotem zainteresowania polityki mieszkaniowej, którą A. Andrzejewski⁵ zdefiniował jako ogólny kierunek i metody działania używane przez państwa lub inne podmioty publiczne, organizacje polityczne i społeczne do osiągnięcia określonych celów w dziedzinie mieszkalnictwa oraz zaspokajania potrzeb mieszkaniowych. W znaczeniu naukowym polityka mieszkaniowa określa metody oddziaływania na stosunki mieszkaniowe oraz utrzymywanie i powiększanie zasobu mieszkaniowego stanowiącego podstawę tych stosunków. Definicja sformułowana przez A. Andrzejewskiego pozostaje nadal aktualna, o czym świadczy odwoływanie się do niej przez wielu autorów, którzy jednocześnie zwracają uwagę na konieczność badania i monitorowania (ilości i jakości) zasobów mieszkaniowych oraz określania na tej podstawie potrzeb mieszkaniowych.

⁴ [http://orka.sejm.gov.pl/Druki6ka.nsf/wgdruk/3725/\\$file/3725.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki6ka.nsf/wgdruk/3725/$file/3725.pdf) (dostęp: 15.01.2014 r.).

⁵ A. Andrzejewski, *Polityka mieszkaniowa*, PWE, Warszawa 1987, s. 28-31.

P. Hut⁶ podaje, że polityka mieszkaniowa to celowe działanie instytucji państwowych i społecznych, określone wcześniejszą analizą za pomocą prawnych i finansowych instrumentów, mające na celu poprawę sytuacji mieszkaniowej. Według L. Frąckiewicz⁷ polityka mieszkaniowa jako dyscyplina badawcza diagnozuje różnice mieszkaniowe, bada całokształt stosunków mieszkaniowych w aspektach: ekonomicznym, społecznym i technicznym. Zajmuje się metodami określania skali potrzeb mieszkaniowych, jak również poziomu ich zaspokojenia oraz optymalnego zastosowania środków publicznych, społecznych i indywidualnych. Dotyczy to zarówno tworzenia nowych zasobów mieszkaniowych, jak i procesu ich reprodukcji. Na politykę mieszkaniową składają się więc wszelkie działania państwa, które mają wpływ na funkcjonowanie i wynik rynku mieszkaniowego, tj. na liczbę, cenę, stawki czynszu oraz jakość mieszkań⁸.

W definicjach określających cele i zakres polityki mieszkaniowej pojawia się kwestia dotycząca wyniku mieszkaniowego (liczby mieszkań) jako efektu końcowego prowadzonych działań. Stan zasobów mieszkaniowych w Polsce jest szacowany na 13 747 tys. mieszkań⁹ i jest ściśle związany z liczbą mieszkań corocznie oddawanych do użytku. W tabeli 1. zostały przedstawione wyniki rynku mieszkaniowego – liczba mieszkań nowo wybudowanych z podziałem na inwestorów w latach 2002-2013. Wskazują one, że zasób mieszkań w Polsce powiększył się o około 1,6 mln. Każdego roku było oddawanych do użytku średnio około 135 tys. mieszkań (97 595 w 2002 r. – 165 189 w 2008 r.).

W badanych latach najwyższy udział w mieszkaniach oddanych do użytku ogółem miały mieszkania indywidualne. Ich udział kształtował się na poziomie od 45 do 72% wszystkich oddanych do użytku mieszkań. Kolejną kategorią po indywidualnych są mieszkania przeznaczone na sprzedaż (czyli deweloperskie). Ich udział w ogólnej strukturze wahał się od 15 do 45%. W ostatnich latach regres przeżywa budownictwo spółdzielcze, komunalne i społeczne czynszowe. Zjawisko to może świadczyć o niedostatecznej efektywności instrumentów pomocowych ze strony państwa i przede wszystkim samorządów, które mają obowiązek zapewnić lokale najuboższej części społeczeństwa.

Mieszkania spółdzielcze oraz pozostałe (zakładowe, komunalne, społeczne czynszowe) w każdym roku stanowiły niewielki odsetek wszystkich oddanych do użytkowania mieszkań. Udział w nowo wybudowanych lokalach każdej z tych grup wynosił od 2,5 do 16%. Analizując dynamikę zmian, można zauważyć, że liczba mieszkań indywidualnych oraz przeznaczonych na sprzedaż z roku na rok się zwiększa, natomiast liczba mieszkań spółdzielczych oraz pozostałych charakteryzuje się w większości ujemną dynamiką (rys. 1.).

⁶ P. Hut, *Współczesna kwestia mieszkaniowa w Polsce; geneza, uwarunkowania, perspektywy rozwiązań*, [w:] *Polityka społeczna*, red. G. Firlit-Fesnak i M. Szyłko-Skoczny, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 294.

⁷ L. Frąckiewicz (red.), *Polityka społeczna. Zarys wykładu wybranych problemów*, Śląsk, Katowice 2002, s. 91.

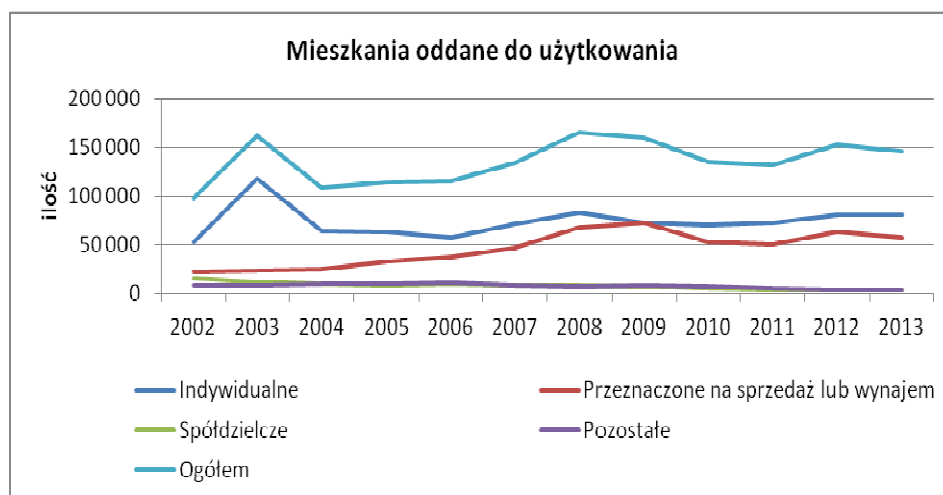
⁸ P. Lis, *Polityka państwa w zakresie finansowania inwestycji mieszkaniowych*, C.H. Beck, Warszawa 2008, s. 16.

⁹ www.stat.gov.pl.

Tabela 1. Liczba oraz struktura mieszkań oddanych do użytku w latach 2002-2013

Mieszkania oddane do użytkowania	Lata	Indywidualne	Przeznaczone na sprzedaż lub wynajem	Spółdzielcze	Pozostałe	Ogółem
	2002	52 433	21 970	15 406	7 786	97 595
2003	118 034	23 844	11 957	8 851	162 686	
2004	64 858	24 230	9 432	9 597	108 117	
2005	63 279	33 047	8 222	9 518	114 066	
2006	57 594	37 960	9 032	10 767	115 353	
2007	71 259	46 878	7 881	7 808	133 826	
2008	82 633	67 871	8 687	6 642	165 833	
2009	72 211	72 353	7 373	8 143	160 079	
2010	70 425	53 225	5 146	6 919	135 715	
2011	73 034	50 187	3 834	4 666	131 721	
2012	81 244	63 175	4 085	4 023	152 527	
2013	81 147	57 536	3 511	3 928	146122	

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS 2008, 2009a, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.



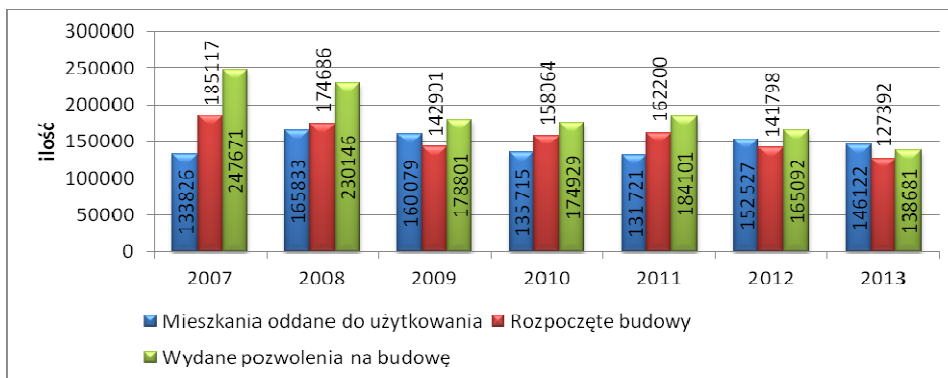
Rys. 1. Mieszkania oddane do użytkowania w latach 2007-2012

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS 2008, 2009a, 2010, 2011, 2012, 2013.

Aby określić podaż (również potencjalną) lokali mieszkalnych, które mogą zasilić rynek, należy obok liczby mieszkań oddanych do użytku przeanalizować liczbę mieszkań, których budowę rozpoczęto, a także wydane pozwolenia na budowę mieszkań (rys. 2.).

Począwszy od 2007 r. systematycznie maleje liczba wydawanych pozwoleń na budowę, co nie zawsze znacząco wpływa na liczbę mieszkań oddanych do użytku. Liczba mieszkań oddanych do użytkowania jest ściśle związana z liczbą mieszkań, których

budowę rozpoczęto. Jeżeli dokona się opóźnienia jednej ze zmiennych, wówczas wartości obydwu zmiennych nakładają się na siebie. Oznacza to, że od momentu rozpoczęcia budowy mieszkań do momentu oddania ich do użytkowania mijają średnio dwa lata¹⁰.



Rys. 2. Ruch budowlany w latach 2007-2012

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS 2008, 2009a, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

Pod względem liczby mieszkań oddawanych rocznie do użytkowania Polska zajmuje piąte miejsce w Unii Europejskiej, jednak w przeliczeniu na liczbę mieszkańców jest to wciąż dosyć niski poziom. Wskaźnik liczby mieszkań oddanych do użytkowania w latach 2007-2013 w przeliczeniu na 1000 mieszkańców kształtuje się na poziomie 3,5-4,5. Podobny poziom wskaźnika obserwuje się w większości krajów UE (wyższy w Irlandii i Hiszpanii; w latach 2005-2007 osiągał poziom 15-20 nowo wybudowanych mieszkań na 1000 mieszkańców)¹¹. Należy jednak odnieść wartość omawianego wskaźnika do zasobów mieszkaniowych poszczególnych krajów, uwzględniając jednocześnie liczbę mieszkańców. Wielkość zasobów mieszkaniowych może być oceniona i porównana za pomocą wskaźnika obrazującego liczbę mieszkań przypadającą na 1000 mieszkańców. Na tle krajów Unii Europejskiej Polska z wartością wskaźnika wynoszącą 349 mieszkań na 1000 mieszkańców zajmuje jedno z ostatnich miejsc w Unii Europejskiej. Dla porównania, w 2008 r. w Hiszpanii wskaźnik ten wynosił 544, w Danii 500, w Finlandii 531, w Estonii 485¹².

3. GOSPODARSTWA DOMOWE W PROGNOZACH DEMOGRAFICZNYCH

Wysokość deficytu mieszkaniowego na rynku szacowano na podstawie prognoz Głównego Urzędu Statystycznego, określających liczbę gospodarstw domowych stanowiących potencjalnych nabywców mieszkań na rynku. Główny Urząd Statystyczny

¹⁰ <http://www.dom.pl/64047-sredni-czas-budowy-mieszkan-i-domow-w-polsce.html>, (dostęp: 20.02.2014 r.).

¹¹ J. Strzeszyński, *Polski rynek mieszkaniowy. Analiza porównawcza największych miast*, Instytut Analiz Monitor Rynku Nieruchomości, mrn.pl, 2011, s. 1-8.

¹² M. Cesarski, *Polityka mieszkaniowa w Polsce w pracach naukowych 1918-2010: dokonania i wpływ polskiej szkoły badań*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa 2013, s. 205-219.

przedstawił dwie prognozy dotyczące liczby gospodarstw domowych w Polsce. Pierwsza z nich obejmowała lata 2003-2030 i zakładała, że w 2015 r. w Polsce będzie blisko 15 mln gospodarstw domowych. Kolejna prognoza GUS na lata 2008-2035 przedstawiała wartości znacząco niższe niż poprzednia. Różnice w prognozach wynikały z faktu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, systematycznego otwierania granic i rynków pracy państw członkowskich i znacznego rozmiaru emigracji. Według szacunków GUS w 2007 r. liczba mieszkańców Polski przebywających czasowo za granicą (osoby, które nie dokonały wymeldowania z pobytu stałego w Polsce) osiągnęła najwyższą wartość, szacowaną na 2270 tys.¹³ Przyczyną zmiany prognozy dotyczącej liczby gospodarstw w Polsce (oprócz faktu, że wielu młodych ludzi emigruje za granicę i tam zakłada gospodarstwo domowe) jest przyrost naturalny na bardzo niskim poziomie (pod koniec 2012 r. wyniósł 0,01%). Różnica w liczbie gospodarstw domowych pomiędzy dwiema prognozami w 2012 r. wyniosła 190 tys., a w 2013 r. niemal 230 tys. (tab. 2.).

Tabela 2. Liczba gospodarstw domowych według prognoz GUS

Rok	Liczba gospodarstw domowych w Polsce (w tys., prognozy GUS 2003-2030)	Zmiana (w tys.)	Liczba gospodarstw domowych w Polsce (w tys., prognozy GUS 2008-2035)	Zmiana (w tys.)	Różnica między prognozami (w tys.)
2007	14 164	-	-	-	-
2008	14 318	154	14 277	-	42
2009	14 465	147	14 388	112	77
2010	14 600	135	14 487	98	113
2011	14 723	123	14 571	84	152
2012	14 831	108	14 641	70	190
2013	14 926	95	14 697	57	229

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS 2004, 2009b.

Tabela 3. Szacowany deficyt mieszkaniowy w Polsce w latach 2007-2012

Rok	Liczba gospodarstw domowych (wg prognozy GUS 2008-2035)	Mieszkania oddane do użytkowania	Ubytki mieszkań	Szacowane ubytki	Liczba mieszkań	Deficyt mieszkań
2007	14 164 000	133 826	3 044		12 993 716	1 170 284
2008	14 276 500	165 833	2 884		13 150 294	1 126 206
2009	14 388 300	160 079	2 999		13 302 449	1 085 851
2010	14 486 700	135 715	3 411		13 422 011	1 064 689
2011	14 571 100	131 721	2 778		13 550 954	1 020 146
2012	14 640 600	152 527		3 023	13 700 458	940 142

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS 2008, 2009a, 2009b, 2010, 2011, 2012, 2013.

¹³ www.stat.gov.pl, Departament Badań Demograficznych.

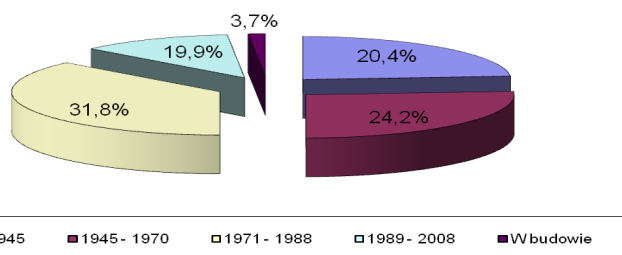
Obydwie prognozy zakładały systematyczny wzrost liczby gospodarstw domowych, chociaż ze zmniejszającą się wraz z upływem czasu dynamiką wzrostu. Na podstawie prognoz liczby gospodarstw domowych i liczby mieszkań oraz założenia, że każde gospodarstwo domowe powinno posiadać jedno mieszkanie, statystyczny deficyt mieszkaniowy na koniec 2012 r. wyniósł blisko 1 mln lokali (tab. 3.).

Według najnowszych danych z Narodowego Spisu Powszechnego przeprowadzonego w 2011 r., które GUS udostępnił 29 stycznia 2013 r., okazuje się, że prognozy dotyczące wzrostu liczby gospodarstw domowych były zbyt optymistyczne. W Polsce, na koniec marca 2011 r. funkcjonowało 13 572 tys. gospodarstw domowych. Jest to o prawie 1 mln mniej niż prognozowano jeszcze rok wcześniej. Może to wynikać ze zmian w metodyce liczenia i podawania stanu ludności do porównań międzynarodowych, wynikających z Rozporządzenia PE i Rady Nr 763/2008 z dnia 9 lipca 2008 r. w sprawie spisów powszechnych ludności i mieszkań. Począwszy od danych za 2011 r. corocznie w najbliższych kilku latach będą upowszechniane dwa stany ludności: rezydująca i faktyczna. To kategoria ludności rezydującej obowiązuje w porównaniach międzynarodowych. Obejmuje ona bowiem stałych mieszkańców, z wyjątkiem osób przebywających poza miejscem zamieszkania przez okres co najmniej 12 miesięcy, bez względu na miejsce przebywania w kraju czy za granicą, a także osoby przebywające czasowo przez okres co najmniej 12 miesięcy, przybyłe z innego miejsca w kraju lub z zagranicy. Są to więc osoby, które przez rok lub dłużej są związane z konkretnym miejscem, prawdopodobne jest zatem, że osiedlą się w nim na dłużej. Z punktu widzenia planowania i polityki rozwoju, w tym rynku mieszkaniowego, ta kategoria ludności jest bardziej istotna niż kategoria ludności faktycznej, ponieważ kreuje popyt na rozmaite dobra i usługi. Zważywszy na ujemne saldo migracji w Polsce zmienia to całkowicie kwestię statystycznego deficytu mieszkań w Polsce. Według danych GUS na koniec marca 2011 r. liczba ludności faktycznie zamieszkałej wyniosła 38 511 tys. osób i tworzyła 13 568 tys. gospodarstw domowych (GUS, 2013). Jak podaje Śleszyński (2012) liczba ludności rezydującej w Polsce jest niższa i wynosi 37 244 tys. osób.¹⁴ Zakładając, że gospodarstwa domowe tworzy 99,4% ludności kraju (założenie GUS), oraz że średnia liczba osób przypadających na jedno gospodarstwo domowe to 2,82, obliczono liczbę gospodarstw domowych na poziomie 13 127,8 tys. Stan zasobów mieszkaniowych na koniec 2011 r. to 13 550 954 mieszkań. W związku z powyższym, na koniec 2011 r. przypadła koniec statystycznego deficytu mieszkaniowego, a nawet wystąpiła niewielka nadwyżka mieszkań w stosunku do liczby gospodarstw domowych. Nie oznacza to jednak końca problemów mieszkaniowych w Polsce. Kategoria statystycznego deficytu mieszkaniowego nie uwzględnia mieszkań niezamieszkałych przez osobę zameldowaną. Wśród tych mieszkań znajdują się lokale przeznaczone na sprzedaż lub wynajem, które w rzeczywistości zwiększają ogólną podaż mieszkań, zmniejszając tym samym zapotrzebowanie na wybudowanie nowych.

4. JAKOŚĆ SUBSTANCJI MIESZKANIOWEJ

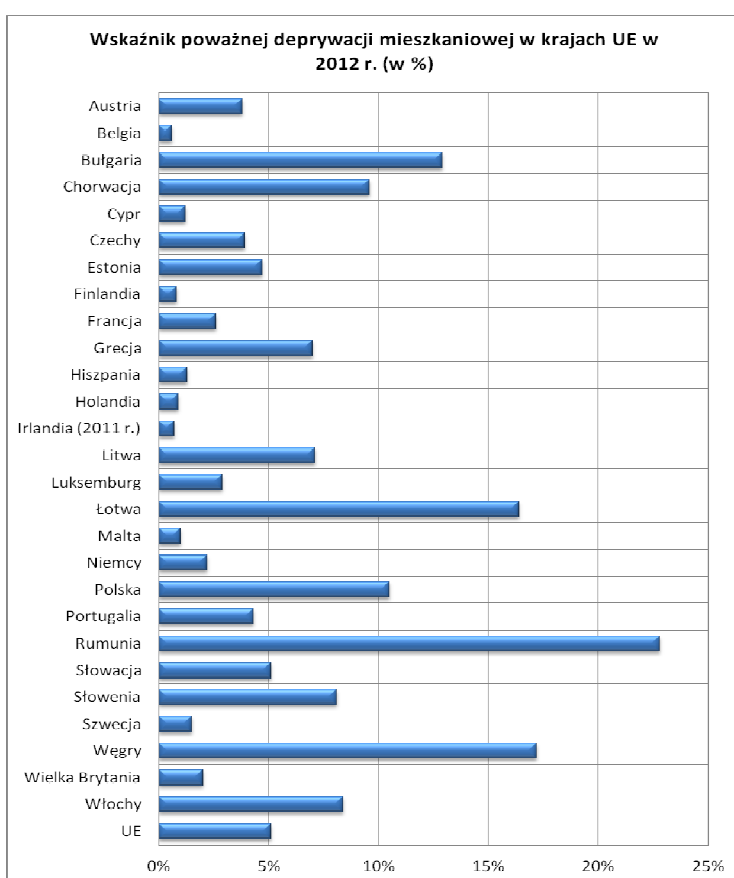
Ważną kwestią pozostaje jakość zasobów mieszkaniowych (rys. 3.). W Polsce co piąty lokal pochodzi z czasów przedwojennych, a ponad połowa istniejących zasobów mieszkaniowych została wybudowana w latach 1945-1988, z czego znaczny odsetek

¹⁴ <http://biuletynmigracyjny.uw.edu.pl/37-sierpień-2012/%E2%80%9Efaktyczne%E2%80%9D-dane-rzeczywiste-czyli-o-nsp-2011> (dostęp: 10.03.2014 r.).



Rys. 3. Struktura wiekowa mieszkań w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS, 2012¹⁵.



Rys. 4. Wskaźnik poważnej deprivacji mieszkaniowej w krajach Unii Europejskiej w 2012 r.

Źródło: opracowanie na podstawie danych Eurostat, 2014¹⁶.

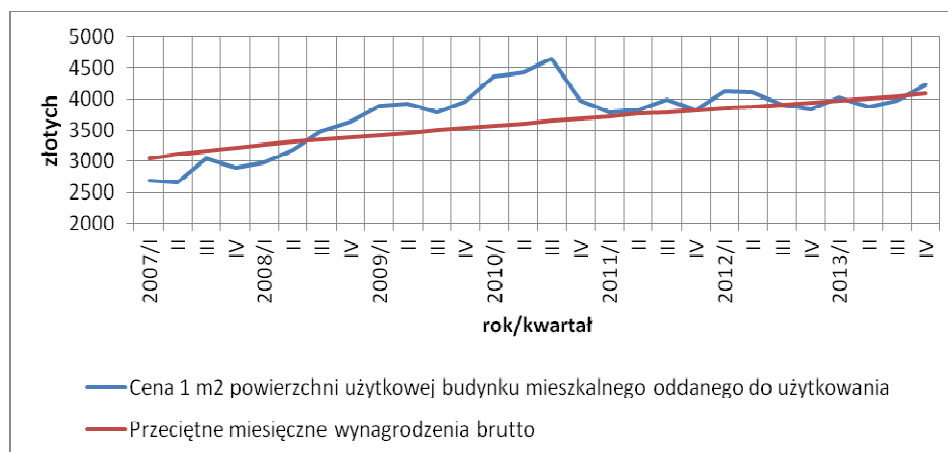
¹⁵ www.stat.gov.pl/cps/rde/xbr/gus/lud_raport_z_wynikow_NSP2011.pdf (dostęp: 20.03.2014 r.).

¹⁶ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php?title=File:Severe_housing_deprivation, 2011-12 (dostęp: 10.05.2014 r.).

przypada na mieszkania z tzw. „wielkiej płyty”. Charakteryzują się one wysokimi kosztami eksploatacji, remontów, a także niskim komfortem akustycznym i brakiem garaży podziemnych. Mieszkań nowych, niewymagających nakładów remontowych, wybudowanych po 1989 r. jest blisko 25%.

O stosunkowo złym stanie jakościowym zasobów mieszkaniowych w Polsce świadczy również wskaźnik poważnej deprivacji mieszkaniowej, którym posługuje się statystyka Unii Europejskiej. Wskaźnik definiuje się jako odsetek osób zajmujących mieszkania uważane za przeludnione, w których dodatkowo występuje co najmniej jeden z wymienionych wyróżników, takich jak brak łazienki lub toalety, nieszczelny dach lub niedoświetlenie mieszkania. W 2011 roku w krajach Unii Europejskiej z poważną deprivacją mieszkaniową borykało się około 5,1% ludności. W pięciu państwach członkowskich UE w warunkach poważnej deprivacji mieszkaniowej żyła więcej niż jedna dziesiąta obywateli, na Łotwie było to 16,4% mieszkańców, w Rumunii zaś aż 22,8%, a zatem blisko jedna czwarta ludności. W odróżnieniu od tych państw, w Finlandii, Irlandii, Belgii i Holandii problem poważnej deprivacji mieszkaniowej dotyczył mniej niż 1% populacji (rys. 4.). W Polsce wskaźnik poważnej deprivacji dotyczy 11,4% ludności. Dla porównania w 2005 r. było to 29,7% społeczeństwa.

Analiza sytuacji mieszkaniowej w Polsce zwraca uwagę na problem niedostatecznej dostępności mieszkań. Przyczyną tej sytuacji jest nie tyle brak oferty, co przede wszystkim brak odpowiednich zasobów finansowych. Aby określić, czy gospodarstwa domowe mogą sobie pozwolić na zakup mieszkania, należy porównać przeciętne wynagrodzenie brutto oraz cenę 1 m² powierzchni użytkowej (p.u.) budynku mieszkalnego oddanego do użytkowania (rys. 5.).



Rys. 5. Relacja średniej ceny 1 m² powierzchni użytkowej budynku mieszkalnego oddanego do użytkowania w stosunku do przeciętnego wynagrodzenia brutto

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.stat.gov.pl/gus/5840_4671_PLK_HTML.htm, www.wynagrodzenia.pl/gus_kwartalne.php (dostęp: 20.03.2014 r.).

W badanych latach przeciętne wynagrodzenie brutto, jak i cena 1 m² p.u. miały trend wzrostowy. Przeciętne wynagrodzenie charakteryzuje się jednak mniejszymi odchyleniami od wartości średnich niż druga z przedstawionych zmiennych. W badanym okresie

jedynie w I, II i IV kwartale 2007 r. zauważa się, że przeciętne wynagrodzenie jest na wyższym poziomie niż przeciętna cena 1 m² p.u. Od pierwszego kwartału 2008 r. do trzeciego kwartału 2010 r. cena 1 m² powierzchni użytkowej budynku mieszkalnego była znacząco wyższa niż średnie wynagrodzenie. W III kwartale 2010 r. różnica pomiędzy zmiennymi wynosiła aż 1242 zł. Do końca badanego okresu cena za 1 m² p.u. jest na poziomie zbliżonym do przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia. Ogranicza to zdolność kredytową i nabycie mieszkania przez przeciętnie zarabiającą część społeczeństwa.

5. PODSUMOWANIE

Sytuacja mieszkaniowa w Polsce jest wynikiem wielu czynników wpływających na rynek nieruchomości mieszkaniowych, głównie ekonomicznych i demograficznych. Analiza danych statystycznych dotyczących efektów budowlanych w latach 2002-2013, jak również danych dotyczących liczby gospodarstw domowych nasuwa wnioski o nieistnieniu w Polsce deficytu mieszkaniowego. Nie oznacza to jednak braku problemu mieszkaniowego. Statystyczna nadwyżka mieszkań w kraju jest wypadkową sytuacji na lokalnych rynkach nieruchomości mieszkaniowych. Problemem pozostaje natomiast zapewnienie mieszkań gospodarstwom domowym o średnich i niskich dochodach, gdzie zarobki uniemożliwiają osiągnięcie zdolności kredytowej i zakup mieszkania. Bez pomocy publicznej nie są one w stanie samodzielnie zrealizować swoich potrzeb mieszkaniowych. W ramach prowadzonej polityki mieszkaniowej wspieranie tych gospodarstw domowych w uzyskaniu (lub zapewnieniu) mieszkania spoczywa głównie na gminach. Niestety, kierowana pomoc publiczna jest wciąż niewystarczająca, z czym wiąże się zbyt mały udział budownictwa społecznego czynszowego oraz spółdzielczego lokatorskiego przeznaczzonego dla gospodarstw domowych o średnim poziomie dochodów. Brakuje również mieszkań socjalnych. Z cyklicznie przeprowadzanych audytów Najwyższej Izby Kontroli wynika, że w wielu gminach czas oczekiwania na lokal socjalny wynosi kilka lat. Brak odpowiedniego poziomu środków finansowych na gospodarkę mieszkaniową gmin skutkuje również pogorszeniem stanu technicznego i obniżeniem wartości użytkowej najstarszej części zasobu mieszkaniowego, której właścicielami są głównie samorządy gminne. Pomoc publiczna jest kierowana głównie do ludzi młodych, jednak postępujące zmiany demograficzne związane ze starzeniem się społeczeństwa będą skutkowały wnikliwym przyjrzeniem się sytuacji mieszkaniowej nie tylko ludzi młodych, wkraczających na rynek pracy, ale również tych, którzy z tego rynku ustępują.

LITERATURA

- [1] Andrzejewski A., *Polityka mieszkaniowa*, PWE, Warszawa 1987, s. 28-31.
- [2] Cesarski M., *Polityka mieszkaniowa w Polsce w pracach naukowych 1918-2010: dokonania i wpływ polskiej szkoły badań*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa 2013, s. 205-219.
- [3] Frąckiewicz L. (red.), *Polityka społeczna. Zarys wykładu wybranych problemów*, Śląsk, Katowice 2002, s. 91.
- [4] *Główne problemy, cele i kierunki programu wspierania rozwoju budownictwa mieszkaniowego do 2020 roku*.
- [5] Hut P., *Współczesna kwestia mieszkaniowa w Polsce; geneza, uwarunkowania, perspektywy rozwiązań*, [w:] *Polityka społeczna*, red. G. Firlit-Fesnak i M. Szyłko-Skoczny, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 294.

- [6] Lis P., *Polityka państwa w zakresie finansowania inwestycji mieszkaniowych*, C.H. Beck, Warszawa 2008, s. 16.
- [7] Strzeszyński J., *Polski rynek mieszkaniowy. Analiza porównawcza największych miast*, Instytut Analiz Monitor Rynku Nieruchomości, mrn.pl, 2011, s. 1-8.
- [8] Śleszyński P., <http://biuletynmigracyjny.uw.edu.pl/37-sierpień-2012/%E2%80%99E2%80%9D-dane-rzeczywiste-czyli-o-nsp-2011>.
- [9] http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ilc_mdho06a&lang=en.
- [10] http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/lud_raport_z_wynikow_NSP2011.pdf.

HOUSING SITUATION IN POLAND DURING 2007-2013 IN THE CONTEXT OF DEMOGRAPHIC CHANGE

Home is as an example of essential goods, and the accessibility of housing is a necessary condition for the proper functioning and development of a family (a household). Questions such as the ownership, availability and quality of housing resources are in the focus of housing policy. Housing policy consists of all actions pursued by the state that have impact on the operations and outcome of the housing market, i.e. number of apartments, prices, rents and quality of housing space. The housing resources in Poland are estimated to comprise 13 747 thousand apartments (Main Statistical Office 2013). For an assessment of the national housing resources, an index of the number of apartments per 1000 residents was used. In Poland, this index equals 349, and is therefore among the lowest in the European Union. The government document, published in 2010 under the title „Main problems, aims and directions of the programme of support to the residential construction industry until 2020”, defines the deficit of housing resources as the difference between the number of households and the number of occupied apartments, which in Poland equals 1.4-1.5 million of apartments. These estimates are based on data from the National Census of 2002 and statistical predictions on the number of households. At the same time, over 1.6 new apartments were built between 2002 and 2013. The housing deficit is affected by the demographic factors, especially migration in search of employment. The aim of this paper has been to analyze the housing situation and the demand for housing in the light of the changing demographic situation in Poland. The evaluation was based on statistical data (the National Census) of 2011, including demographic changes in 2002-2013.

Keywords: apartment, housing situation, housing demand, housing policy, housing deficit

DOI:10.7862/rz.2016.hss.45

Przesłano do redakcji: grudzień 2014

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Tadeusz OLEJARZ¹
Fryderyk CZEKAJ²

ZASADY KOMPLETOWANIA WOJSK OD STAROŻYTNOŚCI DO XIX WIEKU – ZARYS

Wojskowość w całości, w tym sztuka wojenna, nie była taka sama w różnych okresach historycznych. Wraz ze zmianą warunków społeczno-ekonomicznych i rozwojem technicznym rodziły się nowe zasady kompletowania i szkolenia wojsk, co prowadziło do powstania jakościowo nowych armii. Oznacza to, że wojsko kształtuje się wraz z rozwojem państwa i służy określonymu celowi. W starożytności wojsko służyło klasom panującym, niezależnie od tego czy było to pospolite ruszenie ludności, czy oddziały najemne, ponieważ było przez nie tworzone i kierowane. Wojskowość okresu średniowiecza kształtowała się w zależności od rozwoju własności i własnego doświadczenia poszczególnych krajów. W związku z rozwijającą się gospodarką typu feudalnego ewolucja wojska w zasadzie przebiegała od pospolitego ruszenia wolnych chłopów do tworzenia wojsk stałych i obowiązkowej służby lenników oraz od piechoty do jazdy rycerskiej jako podstawowego rodzaju wojska. Struktura polityczna Europy między XVI a XVIII w. była szczególnie niestabilna (wojny przeciw Turkom oraz wojny domowe we Francji, Niderlandach i Anglii). Zmienił się też charakter samej wojny. Armia żołnierzy – obywateli, wsparta powszechnym entuzjazmem oraz zasadami promowania na wyższe szczeble zgodnie z zasługami, stała się we Francji elementem trwałym³. Czynniki te umocniły świadomość narodową, a także poczucie wspólnoty narodowej, zaangażowania, wspólnego interesu i jedności z państwem. Trzon sił zbrojnych stanowiła piechota uzbrojona w muszkiety z bagnietami, wyszkolona do walki w ściśle określonym szyku: szeregu, czworoboku lub kolumnie. Kawaleria pozostawała elitarną formacją wykorzystywaną do osłony, rekonesansu i ataków szarżą, artyleria stała się zaś istotną, w pełni mobilną częścią armii. Istotny rozwój sił zbrojnych zmierzał w kierunku przygotowania armii masowych, z pewnymi swoistymi cechami w poszczególnych państwach.

Słowa kluczowe: kompletowanie wojsk, zasady naboru, uzupełnianie armii

1. KOMPLETOWANIE WOJSK W STAROŻYTNOŚCI

Rozkład ustroju wspólnoty pierwotnej rozpoczął proces przechodzenia od samorządnej organizacji zbrojnej całego narodu do organizacji niewielkich stałych armii. Armie uzupełniano wolnymi obywatelami, a jej liczebność zależała od wielkości państwa, a głównie od potrzeb prowadzonych wojen. Niezależnie jednak od wielkości państwa

¹ Dr Tadeusz Olejarz, Zakład Nauk Humanistycznych, Politechnika Rzeszowska, ul. Podkarpacka 1, 35-082 Rzeszów, tel. 17 743-23-37, autor korespondencyjny: e-mail: olejarz@prz.edu.pl

² Gen. dyw. Fryderyk Czekaj, Zakład Nauk Humanistycznych, Politechnika Rzeszowska, ul. Podkarpacka 1, 35-082 Rzeszów, tel. 17 743-23-37

³ J. Baszkiewicz, S. Meller, *Rewolucja francuska 1789-1794. Społeczeństwo obywatelskie*, Warszawa 1983, s. 272-286.

stała armia nie wystarczała do prowadzenia dość częstych wojen. Dlatego też w czasie prowadzonych wojen i wypraw odwoływano się do pospolitego ruszenia. Pospolite ruszenie, jak i armia stała, składało się z jednego rodzaju wojska – piechoty. Jego liczebność w każdym państwie wynosiła 8-10 tys. ludzi, z wyjątkiem Chin, gdzie w VII-V wieku p.n.e. stan armii wynosił 40-50 tys.

Kawaleria była niewielka i uzupełniana, podobnie jak załogi okrętów bojowych i wozów bojowych, wyłącznie spośród grona właścicieli niewolników. Okresy służby wojskowej stałego stanu osobowego nie były jednakowe. Służba podstawowej masy wojowników trwała niedługo, jedynie ochrony osobistej oraz sług królów i faraonów – bezterminowo.

Wyszkolenie wojska było na nierównym poziomie: oczywiście najslabiej wyszkolone było pospolite ruszenie. W VI-IV wieku przed naszą erą w wielu państwach, w szczególności w Grecji i Rzymie, zaczęły powstawać armie stałe w formie milicji niewolniczej – wyższy etap w sposobie kompletowania armii. Na podstawie tego systemu uzupełniania tworzone armie z wolnych obywateli, którzy już w wieku 17-20 lat pełnili służbę wojskową i podlegali temu obowiązkowi do 50., a niekiedy do 60. roku życia. Zakres ich obowiązków w czasie pełnienia służby określano w zależności od stanu majątkowego. Najbogatsi zajmowali stanowiska dowódcze w armii i flocie, pokrywając koszty niezbędnej broni i wyposażenia okrętów czy wozów bojowych. Bogaci odbywali służbę również w jeździe, mając własną broń, ochronę i konia. Drobnymi właścicielami wchodził w skład ciężkozbrojnej piechoty, niezamożni i biedacy, uzbrojeni na własny koszt, tworzyli lekkozbrojną piechotę. Służba wojskowa każdego obywatela, na przykład w Grecji lub Rzymie, była traktowana nie tylko jako obowiązek, lecz również jako zaszczyt. Nawet najbogatsi nie mogli bez odbycia służby wojskowej piastować stanowisk społecznych. Tylko długa i sumienna służba torowała drogę do wysokich stanowisk społecznych, a zatem i do powszechnego szacunku.

Stan liczebny armii rozwiniętych państw nie był stały. W czasie pokoju liczyła ona 10-15 tys. ludzi, natomiast w czasie działań wojennych ich liczebność zwiększała się znacznie, osiągając 50 tys. i więcej. Armie uzupełniano, powołując do jej szeregów wcześniej przeszkolone kontyngenty, podlegające obowiązkowi służby wojskowej. Po zakończeniu wojny zwalniano je ze służby i co pewien czas powoływano na okresowe szkolenie.

Milicja niewolnicza, kompletowana na zasadzie stanu majątkowego, nie miała jednorodnego, ujednoliconego uzbrojenia. Utrudniało to zaopatrywanie wojska w czasie wojen i wypraw. Co więcej, niezamożni obywatele, nie mając środków na własne utrzymanie i nabycie broni, niejednokrotnie manifestowali swoje niezadowolenie z wojen. Była to jedna z przyczyn tego, że w końcu V w. p.n.e. Grecja, a w II w. p.n.e. Rzym zrezygnowały z niewolniczej milicji i przeszły do nowego, najemnego⁴ systemu uzupełniania

⁴ Wojsko najemne (najemnicy) – formacja wojskowa składająca się z ochotników walczących za pieniądze, najczęściej w służbie obcego wojska dla danego państwa, miasta, władcy lub jakiejś organizacji, a nawet osoby prywatnej. Wojska te można wynająć do walki właściwie w dowolnej sprawie, ponieważ te formacje nie kierują się idealizmem. W tym kontekście najemnicy to ludzie, dla których wojna jest zawodem, z którego czerpią środki do życia (żołd) i wzbogacenia się. Ważną rzeczą jest, aby daną formację określić mianem najemników (zasada dobrowolności służby i pobierania żołdu przez żołnierzy służących w takich oddziałach) <https://www.wattpad.com/story/2872919-analiza-strategiczna-dotycz%C4%85ca-wojsk-najemnych> (dostęp: 10.02.2016 r.).

armii. Przejście to było uwarunkowane również okolicznością, że służba wojskowa, zwłaszcza w czasie wojny, zaczęła zbyt ciężko wadzić wielkim właścicielom niewolników, którzy stopniowo wykupywali się od niej. Tak więc na początku zalegalizowano instytucję płatnego zastępstwa, następnie zaś całkowitego wykupienia się ze służby wojskowej – służba nie była już obowiązkiem obywatelskim, lecz zawodem.

Rezygnacja z milicyjnego systemu uzupełniania i przejście do najemnictwa wpłynęło na gruntowną zmianę charakteru armii. Werbunek żołnierzy z terenów podbitych prowincji oddziaływał na naruszenie jednolitego dotychczas składu narodowościowego armii, co odbiło się na bojowych cechach najemników. Wcześniej większość żołnierzy walczyła o interesy swego państwa, a w wojskach najemnych zawodowi żołnierze musieli walczyć o obce interesy.

Aby mieć pewniejsze i bardziej zdyscyplinowane wojsko, zdolne do prowadzenia wojen, w Rzymie zaczęto na przykład werbować najemników nie tylko spośród obywateli swego państwa i podbitych prowincji, lecz również obywateli innych państw. Kilku miesięczny dotychczas termin służby wojskowej zwiększono przy tym do 10-15 lat. Wojownicy otrzymywali stały żołd, a przy zwalnianiu ze służby wojskowej – przydział ziemi i prawo do udziału w zdobyczach wojennych.

System uzupełniania armii w starożytności ulegał stale zmianom. Początkowo armie te uzupełniano na zasadzie cenzusu majątkowego wszystkimi wolnymi obywatelami państwa. Służba wojowników, z wyjątkiem sług i ochrony osobistej, była krótkoterminowa. W czasie wojny powoływano do wojska niezbędny kontyngent pospolitego ruszenia. Następnie uzupełniano armię również na zasadzie cenzusu majątkowego obywatelami swego państwa, którzy podlegali obowiązkowi służby wojskowej już w wieku 17-20 lat i pozostawali w armii do 50-60 roku życia. Służbę wojskową traktowano jako zaszczytny obowiązek. W końcu armię uzupełniano na zasadzie werbunku najmu obywateli nie tylko własnego państwa, lecz także z innych państw.

2. KOMPLETOWANIE WOJSK W ŚREDNIOWIECZU

Koniec starożytności i upadek cesarstwa zachodniorzymskiego nie oznaczał, że natchmiast ukształtował się świat średniowiecza z jego filozofią, strukturami władzy, życiem codziennym. Był to proces długotrwały, a każde kolejne stulecie epoki przynosiło zmiany w różnych dziedzinach życia – od kwestii ustrojowych po sztukę wojenną. Walczono między sobą o kształt granic świeżo powstałych krajów (jedne kraje próbowały podbijać drugie) oraz zmagano się z kolejnymi najeźdźcami, którzy pojawiali się w Europie.

Zmiany zachodzące w stosunkach społeczno-ekonomicznych oraz gospodarczy i polityczny podział państwa doprowadziły również do podziału w dziedzinie wojskowości, do transformacji zasad organizacji i kompletowania armii. Jednolita armia państwowa, odpowiednio zorganizowana i zdyscyplinowana przestała istnieć, zastąpiło ją feudalne pospolite ruszenie⁵, będące zlepkiem samodzielnych oddziałów wielkich feudałów, w zasadzie niezależnych od centralnej władzy królewskiej. Wszelkie wysiłki władzy centralnej, mające na celu zwalczanie tego zjawiska, były bezowocne, ponieważ nie stać jej było, aby uzbroić i utrzymać na koszt państwa jednolitą, scentralizowaną armię.

W związku z pozbawieniem wolności i zubożeniem chłopstwa we wszystkich prawie krajach rolniczych rola piechoty zmalała do reszty i głównym rodzajem wojska stała się

⁵ T. Korzon, *Dzieje wojen i wojskowości w Polsce*, t. I, Lwów 1923, s. 62-114.

kawaleria, która decydowała o wyniku wszystkich walk⁶. W krajach Europy Zachodniej podstawowy rodzaj kawalerii stanowiła ciężka jazda rycerska.

Przewaga jazdy rycerskiej wynikała nie tyle z jej własnych zalet (jeźdźcy byli szybsi i groźniejsi od piechurów), co ze złej jakości piechoty. Choć we wszystkich armiach zachodnioeuropejskich piechota przewyższała pod względem liczebnym jazdę, to jednak była ona tylko źle uzbrojonym tłumem, którego nawet nie próbowano zorganizować. Piechura nie uważano zresztą za wojownika, ponieważ piechota składała się z tych, których nie stać było na nabycie konia, czyli przede wszystkim z chłopów pańszczyźnianych i czeladzi. Niemająca ani należytego wyszkolenia wojskowego, ani uzbrojenia ochronnego, wyposażona jedynie w najprostszą broń piechota tylko dzięki swemu gęstobokiemu ugrupowaniu mogła się czasami oprzeć gwałtownym atakom lekkiej jazdy, nie mogła natomiast stawić skutecznego oporu jeździe rycerskiej.

Wojska czasów średniowiecza ulegały przemianom zgodnym z duchem czasu. Kiedy upadło Imperium Romanum na Zachodzie⁷, wiele jednostek dawnej armii rzymskiej stopniowo weszło w skład struktur militarnych powstających barbarzyńskich królestw. W tym niespokojnym czasie nie było jeszcze dokładnie określonych ról społecznych (np. rycerza obrońcy), jak to miało miejsce kilka wieków później. Każdy wolny mężczyzna mógł czuć się odpowiedzialnym za obronę określonego terytorium. Świadczy to o słabym rozwarstwieniu wczesnośredniowiecznego społeczeństwa.

Wizygoccy królowie Hiszpanii⁸ powoływali pod broń świeckich i duchownych, bogatych i biednych. Szczególnie cenili sobie dawnych osadników rzymskich, ze względu na ich wykształcenie. Podobnie czynili inni władcy europejscy. Na potrzeby działań ofensywnych powoływano do służby wojskowej wyselekcjonowaną grupę mieszkańców wsi i miast. Pozycja króla była w tym czasie silnie powiązana z funkcją wodza. Wpływały na to migracje ludów, kształtowanie się państw i towarzyszące tym procesom wojny. Władcy otaczali się wiernymi sobie wojownikami należącymi do tzw. królewskiej drużyny. Pozostawała ona na utrzymaniu władcy, była przez niego uzbrajana i żywiona. Jej członkowie mieli też zapewniony udział w łupach. W zamian za to zobowiązywali się do lojalności i ofiarności wobec władcy.

Wzrost roli konnicy miał jednak swoje konsekwencje. Wyposażenie jeźdźcy było droższe niż piechura. Wydatki na utrzymanie armii konnych przerastały możliwości rządzących. Także sami jeźdźcy mieli problemy z zakupem potrzebnego uzbrojenia. Zmieniono zatem podejście do utrzymania drużyny przez władcę. Wykształcił się system wasalno-lenny. Wybrani wojownicy otrzymywali od swych zwierzchników (seniorów) nadania ziemskie zwane lennami, stając się wasalami. W zamian za nadanie ziemskie składali swemu seniorowi hołd lenny (przysięga wierności) i zobowiązywali się stawić na jego wezwanie do walki. Uzbrojenie musieli sobie zapewnić sami, z zysków płynących z otrzymanych ziem. W taki sposób narodził się system sprawowania władzy oparty na seniorach i wasalach oraz nowy typ wojowników – rycerze, którzy stanowili podstawową siłę militarną.

Seniora i wasala łączył system obopólnych zobowiązań. W zamian za ziemię i opiekę wasal miał służyć na rzecz pana, tak w czasie wojny, jak i w zamkowym garnizonie. Niejednokrotnie pan lenny miał także nad sobą zwierzchnika – seniora, na rzecz którego

⁶ B. Miśkiewicz, *Podstawowe etapy rozwoju polskich sił zbrojnych do połowy XV w.*, Studia i Materiały do Historii Wojskowości, t. XXV, Wrocław 1983, s. 50-60.

⁷ J. Vogt, *Upadek Rzymu*, Warszawa 1993, s. 191-197.

⁸ R. Collins, *Hiszpania w czasach Wizygotów*, Warszawa 2007, s. 409-711.

sam pełnił służbę rycerską. Ciąg tych powiązań zamykał władca. Średniowieczne zjawisko, tzw. drabiny feudalnej, wpływało także na możliwości militarne ówczesnych państw. Wasale byli zobowiązani do służby zbrojnej na rzecz swojego seniora – do 40 dni w roku, a jeśli ten wyruszał na wojnę wraz z królem, to i oni musieli stawić się ze swym seniorem.

W ten sposób wraz z rozwojem stosunków feudalnych zmienił się także system kompletowania wojsk: zamiast dawnego pospolitego ruszenia wolnych chłopów i koczowników pojawiło się pospolite ruszenie wielkich feudałów i ich wasalów⁹.

3. KOMPLETOWANIE WOJSK W XVI-XVIII WIEKU

W czasach nowożytnych zmieniły się także sposoby rekrutacji armii. W XVI wieku nadal funkcjonowały wojska najemne będące własnością kondotierów¹⁰ – najczęściej włoskich, szwajcarskich lub południowoniemieckich przedsiębiorców, świadczących usługi swoimi wojskami każdemu, kto zapłacił odpowiedni żołd. Niezależnie od wcześniej wspomnianych wojsk zaczęto tworzyć wojska zaciężne, organizowane przez oficerów na podstawie listów zaciężnych wystawionych przez władcę. Żołnierze służyli za żołd, przez dokładnie sprecyzowany czas, a podporządkowani byli tylko wystawcy listu zaciężnego i w jego imieniu walczyli. Do tego rodzaju wojsk rekrutację prowadzono spośród ochotników z różnych warstw społecznych, zachęcanych perspektywą szybkiego zarobku, a także awansu społecznego. Żołnierze wojsk zaciężnych utrzymywani byli z żołdu, a ten często był wypłacany nieregularnie. Żołnierze często siłą pobierali kontrybucję od ludności cywilnej¹¹.

Problemy z regularnością wypłaty żołdu spowodowały, że na Zachodzie pod koniec XVII w. obowiązek utrzymania armii wzięło na siebie państwo. Jego administracja dzięki biurokratyzmowi systemowi fiskalnemu była w stanie utrzymywać liczną stałą armię zarówno w czasie wojny, jak i pokoju.

Państwo gwarantowało żołnierzom żołd oraz zaopatrzenie w broń i amunicję, umundurowanie i oporządzenie, konie oraz inne niezbędne do działania wyposażenie. Rozpoczęto tworzenie szkół wojskowych z zadaniem edukowania kadry oficerskiej na potrzeby ówczesnych armii królewskich.

Od początku XVIII w. w Europie Zachodniej nastąpiły zmiany w systemie rekrutacji armii. Odchodzono od wojsk zaciężnych na rzecz tworzenia siły zbrojnej, w której większość stanowiliby obywatele danego państwa. Armie najczęściej opierały się na ochotniczym naborze prowadzonym przez werbowników, głównie wśród ludności miast i miasteczek¹². Z czasem armie potrzebowały coraz większej liczby żołnierzy. Wprowadzono przymusowy pobór rekrutów spośród ludności wiejskiej i plebsu miejskiego¹³. Początkowo rekruci stawali się żołnierzami na całe życie, jednak z czasem państwa określały

⁹ A. Grabski, A. Nadolski i in., *Zarys dziejów wojskowości polskiej do roku 1864*, t. I, Warszawa 1966, s. 23-28.

¹⁰ Kondotier – w okresie od XIV do XVI w. dowódca oddziałów wojsk najemnych w służbie miast lub dworów książęcych, który na własny rachunek werbował ludzi do swojego oddziału, <http://sjp.pwn.pl/sjp/kondotier;2473044.html> (dostęp: 13.01.2016 r.).

¹¹ Szerzej zob. M. Kukiel, *Zarys historii wojskowości w Polsce*, London 1993, s. 67-92.

¹² *Ibidem*, s. 197-199, L. Ratajczyk, *Historia wojskowości*, Warszawa 1980, s. 100-103.

¹³ J. Dąbrowski, *Krytyczny rys wojny 1866 roku w Niemczech i we Włoszech*, Warszawa 1952, s. 25.

długość służby wojskowej (np. Rosja na 25 lat). Poszczególnym regimentom przydzielano okręg rekrutacyjny (np. pruski kanton), w którym dokonywano werbunku do oddziałów. Dzięki zastosowaniu nowego systemu poboru obywatele państw stanowili w armiach ponad 60% stanu osobowego żołnierzy¹⁴. Tym samym powstały w XVIII w. armie narodowe¹⁵.

4. SCHYLEK XVIII W. ORAZ WIEK XIX

Zwiększenie się liczby i skali wojen determinowało permanentne zmiany we wszystkich dziedzinach wojskowości. Najpierw zaczęły się zmieniać zasady kompletowania, ponieważ starej, zaciężnej armii feudalnej nie można było stawiać poważniejszych celów wojennych. Dlatego też dążono do tworzenia masowych armii, zdolnych do rozwiązywania zadań tak politycznych, jak i strategicznych.

Taka armia jako pierwsza została powołana we Francji. Na mocy prawa o powszechnym obowiązku wojskowym, wprowadzonego w 1793 r., powołaniu do wojska podlegali wszyscy nadający się do służby kawalerowie w wieku od 18 do 25 lat¹⁶. Wiosną 1794 r. liczebność francuskiej armii wynosiła 1 mln 200 tys. żołnierzy. Przejście do systemu kompletowania armii na zasadzie powszechnego obowiązku zapewniało utworzenie jednorodnej pod względem narodowościowym, dobrze wyszkolonej siły zbrojnej. Główną korzyścią tego systemu kompletowania było przede wszystkim umożliwienie gwałtownego zwiększenia liczebności armii. Polegało to na tym, że do służby w armii powoływano całą ludność kraju, a okres służby wynosił 2-6 lat. System ten generował znaczne nadwyżki przeszkolonych.

Wyniki kompletowania na zasadach nowego systemu i jego zalety, które dały się poznać w wojnach prowadzonych przez Francję pod koniec XVIII i na początku XIX w., były tak oczywiste, że system ten zaczęły kolejno wprowadzać inne państwa (Prusy, Austria, a w połowie XIX w. również Rosja)¹⁷.

W zasadzie przyjęty system kompletowania armii zachował się we Francji również w ciągu lat następnych¹⁸. Wprowadzone w późniejszym okresie zmiany dotyczyły czasu służby i umożliwiały wykupywanie się od niej lub wystawianie zastępcy¹⁹.

5. ZAKOŃCZENIE

Zapewnienie państwu trwałego bezpieczeństwa i integralności terytorialnej jest zaliczane do podstawowych zadań jego organów. Obrona państwa wymaga odpowiednich zasobów ludzkich i materiałowych, a nade wszystko sprawnej organizacji administracji państwa, w tym i sił zbrojnych²⁰.

¹⁴ Szerzej zob. M. Kukiel, *Dzieje wojska polskiego w dobie napoleońskiej*, Warszawa 1953.

¹⁵ J. Brun, *Narodziny armii narodowej*, Warszawa 1956, s. 124.

¹⁶ J. Sikorski, *Zarys historii wojskowości powszechnej do końca wieku XIX*, Warszawa 1975, s. 439, R. Bielecki, *Wielka armia*, Warszawa 1995, s. 334-337.

¹⁷ M. Trąbski, *Zasady konskrypcji w armii Królestwa Polskiego na tle ówczesnych metod uzupełniania wojska*, *Przegląd Historyczno-Wojskowy*, 12 (63)/2 (235), s. 9-11.

¹⁸ J. Keegan, *Wodzowie bez tajemnic*, Warszawa 2002, s. 110-112.

¹⁹ J. Sikorski, *Zarys historii...*, op. cit., s. 439.

²⁰ P.K. Marszałek, *Najwyższe władze wojskowe w systemie ustrojowym II Rzeczypospolitej*, Wrocław 2011, s. 341.

Najważniejszymi zadaniami, którymi musiano się zająć na przestrzeni dziejów, było uporządkowanie prawnych podstaw organizacji wojska i jego władz oraz opracowanie i zaimplementowanie zasad rekrutacji i uzupełniania sił zbrojnych, ponieważ odpowiedni materiał ludzki zapewniał stworzenie licznej, walecznej i zdyscyplinowanej armii²¹.

Konflikty między państwami skłaniały do refleksji nad zasadami rekrutacji, organizacją wojsk, władz wojskowych odpowiedzialnych za przygotowania obronne i przeprowadzenie zmian eliminujących przyczyny niepowodzeń.

LITERATURA

- [1] Baszkiewicz J., Meller S., *Rewolucja francuska 1789-1794. Społeczeństwo obywatelskie*, Warszawa 1983.
- [2] Bielecki R., *Wielka armia*, Warszawa 1995.
- [3] Brun J., *Narodziny armii narodowej*, Warszawa 1956.
- [4] Collins R., *Hiszpania w czasach Wizygotów*, Warszawa 2007.
- [5] Dąbrowski J., *Krytyczny rys wojny 1866 roku w Niemczech i we Włoszech*, Warszawa 1952.
- [6] Gierowski W., *Królewsko-polska Komisja Wojskowa (1917-1918)*, Warszawa 1931.
- [7] Grabski A., Nadolski A. i in., *Zarys dziejów wojskowości polskiej do roku 1864*, t. I, Warszawa 1966.
- [8] <http://sjp.pwn.pl/sjp/kondotier;2473044.html>.
- [9] <https://www.wattpad.com/story/2872919-analiza-strategiczna-dotycz%C4%85ca-wojsk-najemnych>.
- [10] Keegan J., *Wodzowie bez tajemnic*, Warszawa 2002.
- [11] Korzon T., *Dzieje wojen i wojskowości w Polsce*, t. I, Lwów 1923.
- [12] Kukiel M., *Dzieje wojska polskiego w dobie napoleońskiej*, Warszawa 1953.
- [13] Kukiel M., *Zarys historii wojskowości w Polsce*, London 1993.
- [14] Marszałek P.K., *Najwyższe władze wojskowe w systemie ustrojowym II Rzeczypospolitej*, Wrocław 2011.
- [15] Miśkiewicz B., *Podstawowe etapy rozwoju polskich sił zbrojnych do połowy XV w.*, *Studia i Materiały do Historii Wojskowości*, t. XXV, Wrocław 1983.
- [16] Molenda J., *Piłsudczycy a narodowi demokraci 1908-1918*, Warszawa 1980.
- [17] Ratajczyk L., *Historia wojskowości*, Warszawa 1980.
- [18] Sikorski J., *Zarys historii wojskowości powszechnej do końca wieku XIX*, Warszawa 1975.
- [19] Trąbski M., *Zasady konskrypcji w armii Królestwa Polskiego na tle ówczesnych metod uzupełniania wojska*, *Przegląd Historyczno-Wojskowy*, 12 (63)/2 (235).
- [20] Vogt J., *Upadek Rzymu*, Warszawa 1993.

²¹ W. Gierowski, *Królewsko-polska Komisja Wojskowa (1917-1918)*, Warszawa 1931, s. 17.

RULES OF COMPLETING FORCES FROM ANCIENT TO XIXCENTURY – OVERVIEW

Military in its entirety, including the art of war, was not the same in different historical periods. With the change of socio-economic and technological development created new rules of completion and training of troops, which led to the emergence of a qualitatively new army. This means that the army is formed with the development of the state and serves a purpose. In ancient times, the army served the ruling classes, regardless of whether it was a mass movement of the population, or mercenary troops, because it was created by it and directed. Military medieval period developed depending on the development of the property and the personal experience of individual countries. Due to the growing economy of the feudal type of military evolution basically ran the militia free peasants to create a permanent army and national service vassals and infantry to ride a knight as a basic kind of army. Political structure of Europe between the sixteenth and eighteenth centuries was particularly unstable – the war against the Turks and the civil wars in France, the Netherlands and England. Also changed the nature of the war itself. Army – citizens, supported by a common enthusiasm, and the principles of promoting higher levels according to the merits, has become a permanent part of France. These factors have strengthened the national consciousness and the sense of national community, commitment, common interest and unity of the state. The core of the armed forces was the infantry armed with muskets with bayonets, trained to fight in a specific pattern: line, quadrilateral or column. The cavalry remained an elite formation used for the cover, reconnaissance and attacks the charge, artillery and became a significant, fully mobile part of the army. A significant development of the armed forces heading towards the preparation of mass armies, with some specific features in individual countries.

Keywords: completing of troops, the rules of recruitment, replenishment army

DOI:10.7862/rz.2016.hss.46

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Paweł PERZ¹
Adriana KASZUBA-PERZ²

WYBRANE CZYNNIKI WPLYWAJĄCE NA PRZEBIEG PROCESU SUKCESJI W FIRMACH RODZINNYCH

Firmy rodzinne ze względu na wiele specyficznych cech wyróżniających je spośród innych przedsiębiorstw są często tematem analiz w literaturze z zakresu zarządzania. Wśród różnorodnych firm występujących w gospodarce firmy rodzinne definiuje się najczęściej, opierając się na dwóch głównych kryteriach: własności i zarządzaniu. Zgodnie z takim podejściem firmy rodzinne są to podmioty, w których kontrolę własnościową sprawuje rodzina, a także (według części definicji) członkowie rodziny zajmują kluczowe stanowiska menadżerskie. Niezależnie od przyjętej definicji firmy rodzinne stanowią bardzo istotny odsetek wszystkich przedsiębiorstw w gospodarce. Jednym z istotnych problemów związanych z ich funkcjonowaniem jest proces sukcesji: transferu władzy i własności pomiędzy założycielami a kolejnym pokoleniem. W literaturze podkreśla się liczne trudności związane z efektywnym przeprowadzeniem tego procesu. Badania empiryczne wskazują, że znaczący odsetek przedsiębiorstw nie jest w stanie przetrwać procesu sukcesji. W artykule podjęto próbę analizy wybranych czynników wpływających na przebieg procesu sukcesji w firmach rodzinnych. W opracowaniu zaprezentowano definicję przedsiębiorstwa rodzinnego oraz scharakteryzowano najważniejsze fazy tworzące proces sukcesji. Opisano także specyfikę procesu sukcesji w firmach rodzinnych. Dokonano również charakterystyki procesu wzrostu i rozwoju firmy rodzinnej, próbując wskazać potencjalne możliwości i szanse, jakie może przynieść zmiana własności i zarządzania. Podjęto również próbę wskazania głównych barier w skutecznej realizacji procesów sukcesyjnych w firmach rodzinnych.

Słowa kluczowe: firmy rodzinne, sukcesja, biznes rodzinny

1. WPROWADZENIE

Sukcesja w przedsiębiorstwie rozumiana jako przekazywanie władzy i własności przez aktualnego właściciela następcy/następcom jest ważnym problemem, szeroko opisywanym w literaturze ekonomicznej. W przypadku firm rodzinnych proces sukcesji nabiera szczególnego znaczenia. Wynika to z faktu, że często za ważny atrybut rodzinności firmy uważa się zaangażowanie członków rodziny w proces zarządzania firmą. W takiej sytuacji, aby został zachowany rodzinny charakter biznesu, sukcesorem firmy może być osoba wybrana z wąskiego grona kandydatów, często gorszych niż potencjalni zewnętrzni menadżerowie. Dodatkowym problemem związanym z przekazaniem zarządzania i własności w firmach rodzinnych w ręce kolejnego pokolenia są personalne relacje pomiędzy sukcesorami. Założyciel firmy znajduje się więc często w niełatwej

¹ Dr inż. Paweł Perz, adiunkt, Zakład Finansów, Bankowości i Rachunkowości, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, Rzeszów, autor korespondencyjny: e-mail: pperz@prz.edu.pl

² Dr inż. Adriana Kaszuba-Perz, adiunkt, Zakład Finansów, Bankowości i Rachunkowości, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, Rzeszów.

sytuacji strategicznego wyboru pomiędzy zachowaniem familijnego charakteru biznesu, a maksymalizacją wartości rynkowej przedsiębiorstwa, które stworzył. W artykule podjęto próbę analizy procesu sukcesji w firmach rodzinnych pod kątem potencjalnych barier związanych z realizacją tego procesu. Spróbowano również wskazać na ewentualne szanse, jakie mogą się pojawić w związku z sukcesją.

2. SUKCESJA W FIRMACH RODZINNYCH W ŚWIETLE LITERATURY PRZEDMIOTU

W literaturze istnieje wiele definicji firm rodzinnych. W polskim piśmiennictwie obszerną dyskusję na temat różnych definicji firm rodzinnych można znaleźć w pracy A. Surdeja i K. Wach³. W celu wyodrębnienia tej grupy przedsiębiorstw najczęściej wykorzystuje się kryterium własności. Według tego kryterium firma rodzinna to taka, w której dominującym właścicielem są członkowie jednej rodziny. Dominujący udział nie oznacza koniecznie udziału większościowego (szczególnie gdy ma się do czynienia z firmami średnimi i dużymi). W wielu pracach dotyczących rynku polskiego za wystarczający uważa się udział przynajmniej 25%⁴. Dla rynków zagranicznych czasem przyjmowane są inne wielkości, na przykład: 20%⁵ lub 33%⁶. Według innych definicji dodatkowe kryterium, oprócz własności, pozwalające uznać firmę za rodzinną, to aktywny udział członków rodziny w procesie zarządzania firmą. Według niektórych badaczy dodatkowym istotnym aspektem działalności firm rodzinnych jest ich ciągłość międzypokoleniowa. Donelleys⁷ określa firmę rodzinną jako tego rodzaju przedsiębiorstwo, które jest związane z daną rodziną przez przynajmniej dwa pokolenia, co jednocześnie wpłynęło na jego działalność i, co oczywiste, funkcjonowanie podmiotu wpłynęło na cele rodziny i jej sytuację finansową. Analizując różnorodne definicje, można zauważyć, że cecha „rodzinności” firmy ma wiele wymiarów, w związku z tym zamiast wyraźnego, ostrego wyodrębnienia firm rodzinnych od pozostałych można mówić raczej o pewnej stopniowalnej skali „rodzinności” w przedsiębiorstwie. Niezależnie od przyjętej definicji rola firm rodzinnych w gospodarce jest znacząca. Według szacunków Komisji Europejskiej firmy rodzinne stanowią około 60% ogółu przedsiębiorstw w gospodarce⁸. Według badań przeprowadzonych w Polsce przez PARP odsetek przedsiębiorstw rodzinnych w sektorze MMSP wynosił 36%. Firmy rodzinne stanowią przy tym 38% mikroprzedsiębiorstw, 28% firm małych i 14% firm średniej wielkości. Jeśli dodatkowo włączy się do firm rodzinnych podmioty funkcjonujące jako działalność gospodarcza osoby fizycz-

³ A. Surdej, K. Wach, *Przedsiębiorstwa rodzinne wobec wyzwań sukcesji*, Difin, Warszawa 2010, s. 11-18.

⁴ O. Kowalewski, O. Talavera, I. Stetsyuk, *Influence of family involvement in management and ownership on firm performance: Evidence from Poland*, *Family Business Review*, 2010, vol. 23, s. 45-59.

⁵ R. La Porta, F. Lopez-de-Silanes, A. Shleifer, *Corporate ownership around the world*, *Journal of Finance*, 1999, vol. 54, no. 2, s. 471-517.

⁶ E. Barth, T. Gulbrandsen, P. Schone, *Family ownership and productivity: The role of owner-management*, *Journal of Corporate Finance*, 2005, vol. 11(1-2), s. 107-127.

⁷ R. Donelley, *The family business*, *Harvard Business Review*, 1964, vol. 42, no. 4, s. 93-105.

⁸ *Overview Of Family-Business-Relevant Issues: Research, Networks, Policy Measures and Existing Studies*, European Commission, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/10388/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>. (dostęp: styczeń 2016 r.).

nej i nie zatrudniają pracowników, ich udział osiągnąłby 78% wszystkich firm sektora MMSP⁹.

Sukcesja jest definiowana jako proces przekazywania władzy i własności przez dotychczasowego właściciela wybranym następcem¹⁰. Sukcesja może być traktowana jako wiązka procesów, które często trwają przez wiele lat i przebiegają pomiędzy dwoma grupami: aktualnymi właścicielami i sukcesorami¹¹. W literaturze bywa podkreślany szczególnie aspekt tego procesu w odniesieniu do przedsiębiorstw rodzinnych. Wyjątkowość tego procesu dla tej grupy przedsiębiorstw wynika z faktu, że najczęściej właściciele chcą zachować rodzinny charakter przedsiębiorstwa. To ogranicza w znaczący sposób możliwości przeprowadzenia tego procesu – nowi właściciele i zarządzający muszą się wywodzić z kręgu rodziny. W związku z tym zrozumięciem jest stanowisko Ł. Sułkowskiego i A. Marjańskiego, według których sukcesja to¹²: „szczególny problem przedsiębiorstwa rodzinnego, które ma trwać ponad generacjami lub pomimo wymieniających się generacji”. Jak pisze A. Marjański, sukcesja jest często traktowana jako cecha wyróżniająca, a nawet definiująca firmy rodzinne. Dotyczy ona większości obszarów zarządzania takim podmiotem, m.in. począwszy od struktury własnościowej, strategii przedsiębiorstwa (zarówno tej ogólnej – całościowej, jak i szczegółowej w zakresie chociażby zarządzania zasobami ludzkimi), metody zarządzania, a skończywszy na kulturze organizacyjnej¹³. E.T. Stavrou uważa, że sukcesja jest jednym z trudniejszych i istotniejszych etapów życia firmy rodzinnej, gdyż nie można jej traktować jako jednorazowego i statycznego zdarzenia w historii takiego przedsiębiorstwa¹⁴.

Sam proces sukcesji w przedsiębiorstwie rodzinnym jest najczęściej prezentowany w formie następujących po sobie etapów. Takie podejście przedstawił m.in. K. Safin¹⁵, wyodrębniając fazy: fazę przedbiznesową; wejście do firmy, w którym wyodrębniono fazy wstępną funkcjonalną, funkcjonalną – zasadniczą oraz funkcjonalną zaawansowaną, związaną już z objęciem przywództwa; wczesną sukcesję (przejęcie roli dyrektorskich); sukcesję dojrzałą (sukcesor staje się szefem – przywódcą firmy). W każdej z wymienionych faz sukcesor w różnym stopniu uczestniczy i poznaje działalność przedsiębiorstwa. Jest to niewątpliwie uwarunkowane wieloma czynnikami, m.in.: przyjętym modelem biznesowym, modelem wychowawczym, relacjami rodzinnymi, wiekiem następcy i przekazującego własność oraz kierownictwo firmą rodzinną, liczbą sukcesorów, dodat-

⁹ *Firmy rodzinne w polskiej gospodarce – szanse i wyzwania*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2009.

¹⁰ Zob. np. J. Jeżak, W. Popczyk, A. Winnicka-Popczyk, *Przedsiębiorstwo rodzinne – funkcjonowanie i rozwój*, Difin, Warszawa 2004.

¹¹ K. Safin, J. Pluta, *Stan i kierunki badań nad procesami sukcesyjnymi w Polsce i na świecie*, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, Wydawnictwo SAN, t. XIV, z. 6, część I, s. 11-35.

¹² Ł. Sułkowski, A. Marjański, *Firmy rodzinne. Jak osiągnąć sukces w sztafecie pokoleń?*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2009.

¹³ A. Marjański, *Sukcesja jako wyróżnik przedsiębiorstwa rodzinnego*, [w:] Ł. Sułkowski (red.), *Firmy rodzinne – współczesne wyzwania przedsiębiorczości rodzinnej. Kierunki i strategie rozwoju*, seria: Przedsiębiorczość i Zarządzanie, t. XIII, z. 7, Społeczna Akademia Nauk, Łódź 2012, s. 9-26.

¹⁴ E.T. Stavrou, *Succession in Family Businesses: Exploring the Effects of Demographic Factors on Offspring Intentions to Join and Take Over Business*, Journal of Small Business Management, 1999, vol. 37(3), s. 43-61.

¹⁵ K. Safin, *Przedsiębiorstwa rodzinne – istota i zachowania strategiczne*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, seria: Monografie i Opracowania, Wrocław 2007, s. 143.

kowymi zdarzeniami mającymi wpływ na dokonującą się zmianę w przedsiębiorstwie i in. Oczywiście takiej zmianie towarzyszą często czynniki o naturze społecznej i psychologicznej. C.E. Aronoff, S.L. McClure i J.L. Ward¹⁶ podkreślają w swojej pracy znaczenie umiejętności dochodzenia do porozumienia i rozwiązywania problemów w sytuacjach konfliktowych, które mogą wystąpić pomiędzy nastorem a jednym lub kilkoma następcami.

A. Surdej oraz K. Wach, dokonując przeglądu literatury zagranicznej, podsumowują, że proces sukcesji przebiega w trzech podstawowych etapach: 1) inicjacyjnym – w którym identyfikuje się gotowość sukcesora do przejścia działalności, 2) przyszłościowym – w którym jest analizowana przyszła strategia firmy rodzinnej po przekazaniu jej następcy i 3) przejściowym – w którym kształtuje się w konkretach wizja założyciela do przeprowadzenia sukcesji¹⁷.

Ł. Sułkowski i A. Mariański podkreślają, że brak planowania, zwłaszcza tego szczególnego etapu, jakim jest przekazanie międzypokoleniowe, jest jedną z częstszych przyczyn upadku firm rodzinnych¹⁸.

3. UWARUNKOWANIA SKUTECZNEGO PRZEBIEGU PROCESU SUKCESJI W FIRMACH RODZINNYCH

Sukcesja w firmach rodzinnych może być analizowana z wielu różnych perspektyw: począwszy od roli, jaką odgrywają w tej przemianie zasoby ludzkie (w roli sukcesora i seniora przekazującego firmę, a także menedżerów i pracowników firmy), wizerunku rynkowego firmy, przyszłej strategii przedsiębiorstwa, zmieniającej się struktury kapitałowej itd. Z całą pewnością proces przekazania firmy rodzinnej młodszemu pokoleniu może być przyczyną większych lub mniejszych zmian wewnątrz podmiotu gospodarczego. Zmiany mają często wyłącznie wymiar formalny, lecz niekiedy bywają również zmiany o charakterze organizacyjnym i zarządczym. Mogą być one także powiązane z ważniejszymi przedsięwzięciami, przebiegającymi równolegle, a związanymi z rozszerzeniem działalności, zmianami w technologii, strukturze sprzedaży, czy z implementacją innowacyjnych narzędzi wspomagających zarządzanie.

„Zmiana” w cyklu życia przedsiębiorstwa może być naturalnym momentem poprzedzającym przejście do kolejnego etapu, może być wywołana również przez kryzysy wewnętrzne lub zewnętrzne. Niewątpliwie przedsiębiorstwa z ugruntowaną, silną pozycją rynkową lepiej radzą sobie z wyzwaniami wywołanymi „zmianą” niż te, które dopiero rozpoczynają swoją działalność i te, które są w fazie schyłkowej. Pisze o tym m.in. B. Olszewska, zwracając jednocześnie uwagę na fakt ciągłej obserwacji otoczenia i analizę, przygotowanie się na zmianę, a nie bierne oczekiwanie i reagowanie „pod przymusem zewnętrznym o charakterze antykryzysowym”¹⁹.

¹⁶ C.E. Aronoff, S.L. McClure, J.L. Ward, *Family Business Succession*, Wydawnictwo MiP, Kraków 2012.

¹⁷ A. Surdej, K. Wach, *Przedsiębiorstwa rodzinne wobec wyzwań sukcesji*, Difin, Warszawa 2010.

¹⁸ Ł. Sułkowski, A. Mariański, *Firmy rodzinne, jak osiągnąć sukces w sztafecie pokoleń*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2009, s. 38.

¹⁹ B. Olszewska, *Czynniki zmian przełomowych w przedsiębiorstwie*, [w:] *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów, Zeszyt Naukowy 100*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2010, s. 130-136.

Korzyści i szanse pojawiające się przed firmą rodzinną przechodzącą etap przełomu związany z sukcesją polegają niewątpliwie na wniesieniu świeżego spojrzenia, zapału, wiedzy i większej skłonności do podejmowania ryzyka, która z pewnością w większym stopniu będzie cechowała młodsze pokolenie niż seniorów dotychczas zarządzających podmiotem. Warto jednak wspomnieć, że współistnienie tych dwóch różnorodnych spojrzeń: nestora z doświadczeniem życiowym, znajomością relacji w otoczeniu przedsiębiorstwa i jego wnętrzu oraz nowoczesności i zapału sukcesorów – może się przyczyniać do dynamicznego i sprawnego wzrostu takiej firmy. Należy pamiętać, że wspólny cel rodziny zarządzającej firmą staje się gwarantem stabilności w długim okresie. Zazwyczaj takie firmy nie są bowiem nastawione na krótkoterminowy sukces, lecz w ich strategii ściśle powiązanej z celami rodziny – jest najczęściej zapewnienie stabilności ekonomicznej dla przyszłych pokoleń.

Podjętą próbę określenia zagrożeń i barier w pojawiającym się procesie sukcesji, można dokonać ich wstępnej typologii: na takie, które stoją w parze z postawą sukcesora, nestora–założyciela oraz wynikające z przebiegu samej sukcesji. Niektóre spośród nich, zwłaszcza te dotyczące obu stron odgrywających główną rolę w tym procesie, zostały już wcześniej wymienione wśród ogólnych czynników warunkujących etap przekazania firmy młodszemu pokoleniu. Dotyczą one zwłaszcza: cech osobowościowych, postaw, emocji towarzyszących, kompetencji obu stron, ambicji, planów itp. Zagrożenia, które występują w samym procesie, mogą wynikać między innymi z niewłaściwego dobrania momentu przekazania firmy, złego zaplanowania przejścia przez następców, niewłaściwej formy sukcesji itp.

Sukcesja wydaje się naturalnym procesem w rozwoju firmy rodzinnej. Niewątpliwie jest ona obciążona ryzykiem. Ryzyko to może mieć jednak wydźwięk zarówno pozytywny, jak i negatywny. Każda zmiana przywołuje bowiem szanse, jak i możliwość wystąpienia zagrożeń czy barier nie do pokonania. Ważne jest jednak, aby przygotowując się do takiej przemiany, rozumianej jako przejście do kolejnego etapu rozwoju firmy rodzinnej, rozważyć wszystkie scenariusze dalszego funkcjonowania przedsiębiorstwa. To właśnie brak planu, kompetencji lub niechęć do badania okoliczności czy skutków podejmowanych działań (zwłaszcza związanych z przekazaniem firmy rodzinnej) może wywoływać ryzyko związane z tym procesem. Zatem etap sukcesji powinien być realizowany w sposób przemyślany, uprzednio zaplanowany, poprzedzony analizą wszelkich czynników zewnętrznych i wewnętrznych, które mogłyby ten proces zakłócić. Warto również wspomnieć o dużej różnorodności modeli sukcesji, co w konsekwencji będzie warunkować jej przebieg. Pośród ważniejszych uwarunkowań wpływających na przebieg przekazania firmy młodszemu pokoleniu należy wymienić między innymi takie, które występują po stronie sukcesora:

- chęć przejścia firmy rodzinnej,
- stopień zainteresowania sprawami biznesowymi,
- wiedzę i umiejętności,
- doświadczenie w pracy i zarządzaniu przedsiębiorstwem nabrane w okresie przedsukcesyjnym,
- chęć uczenia się i pogłębiania wiedzy,
- liczbę sukcesorów i możliwość porozumiewania się pomiędzy nimi w sytuacjach konfliktowych,
- siłę motywacji decydującej o podjęciu wyzwania, jakim jest przejście firmy rodzinnej i jej prowadzenie,

- pomysł na dalszy rozwój firmy i rozwój osobisty, wraz z poczuciem odpowiedzialności i satysfakcji z prowadzenia firmy rodzinnej.

Czynniki wpływające na przebieg sukcesji charakteryzujące osobę nestora – założyciela firmy rodzinnej to m.in.:

- stopień zaufania do młodszego pokolenia przejmującego firmę,
- chęć (potrzeba/konieczność) odsunięcia się od roli często jedyne go właściciela i zarządzającego firmą rodzinną,
- lęk przed utraceniem kontroli nad firmą rodzinną,
- przekonanie o własnej nieomyślności w podejmowaniu kluczowych decyzji,
- możliwość dochodzenia do kompromisu pomiędzy pokoleniem nestora i sukcesora/-ów w sprawach dotyczących firmy rodzinnej,
- wyczerpanie kreatywności i brak zaangażowania w sprawy firmy.

A. Lewandowska, J. Greser i J. Jakubowski zwracają również uwagę na znaczenie takich barier, jak: nieudolność seniora – dotychczasowego właściciela w wyborze sukcesora oraz niewłaściwe przeprowadzenie spraw spadkowych, skutkujące przykładowo brakiem możliwości opłacenia przez sukcesorów stosownych podatków²⁰.

Kolejna grupa czynników, które mogą wpłynąć na przebieg procesu sukcesji, jest związana z relacjami pomiędzy właścicielem a sukcesorem. K. Cabera-Suarez²¹ zwraca uwagę na kluczową rolę relacji opartych na zaufaniu i szacunku. Tego typu relacje sprzyjają skutecznemu przekazywaniu wiedzy i kapitału społecznego pomiędzy nestorem a sukcesorem lub w szerszym kontekście – pomiędzy generacjami właścicieli i sukcesorów.

4. PODSUMOWANIE

Procesy sukcesyjne są jednym z najważniejszych wyzwań stojących przed właścicielami firm rodzinnych. Niewłaściwie przeprowadzony proces sukcesji może prowadzić do bardzo poważnych konsekwencji. Badania empiryczne wskazują na bardzo wysoki odsetek firm rodzinnych, które upadają na skutek nieudanej sukcesji. Punktem wyjścia do właściwego przeprowadzenia sukcesji jest określenie przez właściciela hierarchii celów, które chce zrealizować przy okazji tego procesu. Precyzyjne określenie celów pomoże opracować właściwy plan przeprowadzenia całego procesu w perspektywie strategicznej. Konieczna jest identyfikacja kluczowych barier, które mogą utrudnić skuteczne przeprowadzenie tego procesu. Długofalowy charakter procesów sukcesyjnych sprzyja działaniom, które stopniowo mogą ograniczać oddziaływanie lub przełamują istniejące bariery, zwiększając szansę na realizację celów, które miały zostać zrealizowane w wyniku sukcesji.

LITERATURA

- [1] Aronoff C.E., McClure S.L., Ward J.L., *Family Business Succession*, Wydawnictwo MiP, Kraków 2012.

²⁰ A. Lewandowska, J. Greser, J. Jakubowski, *Sukcesja w firmie rodzinnej*, [w:] *Firma w rodzinie, czy rodzina w firmie. Metodologia wsparcia firm rodzinnych*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2012, s. 121-132.

²¹ K. Cabera-Suarez, *Leadership transfer and the successor's development in the family firm*, The Leadership Quarterly, 2005, vol. 16, s. 71-96.

- [2] Barth E., Gulbrandsen T., Schone P., *Family ownership and productivity: The role of owner-management*, Journal of Corporate Finance, 2005, vol. 11(1-2).
- [3] Cabera-Suarez K., *Leadership transfer and the successor's development in the family firm*, The Leadership Quarterly, 2005, vol. 16.
- [4] Donelley R., *The family business*, Harvard Business Review, vol. 42, no. 4, 1964.
- [5] Donckels R., Fröhl E., *Are family businesses really different? European Experiences from Stratos*, Family Business Review, 1991, vol. 42, no. 4.
- [6] Fleming Q., *Tajniki przetrwania firmy rodzinnej*, Wydawnictwo One Press Small Business, 2000.
- [7] *Firmy rodzinne w polskiej gospodarce – szanse i wyzwania*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2009.
- [8] Jeżak J., Popczyk W., Winnicka-Popczyk A., *Przedsiębiorstwo rodzinne funkcjonowanie i rozwój*, Difin, Warszawa 2004.
- [9] Kowalewski O., Talavera O., Stetsyuk I., *Influence of family involvement in management and ownership on firm performance: Evidence from Poland*, Family Business Review, 2010, vol. 23.
- [10] La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., *Corporate ownership around the world*, 1999, Journal of Finance, vol. 54, no. 2.
- [11] Lewandowska A., Greser J., Jakubowski J., *Sukcesja w firmie rodzinnej*, [w:] *Firma w rodzinie, czy rodzina w firmie. Metodologia wsparcia firm rodzinnych*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2012.
- [12] Marjański A., *Sukcesja jako wyróżnik przedsiębiorstwa rodzinnego*, [w:] Ł. Sułkowski (red.), *Firmy rodzinne – współczesne wyzwania przedsiębiorczości rodzinnej. Kierunki i strategie rozwoju*, seria: Przedsiębiorczość i Zarządzanie, t. XIII, z. 7, Społeczna Akademia Nauk, Łódź 2012.
- [13] Olszewska B., *Czynniki zmian przelomowych w przedsiębiorstwie*, [w:] *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów, Zeszyt Naukowy 100*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2010.
- [14] European Commission (2009). *Overview of Family–Business–Relevant Issues: Research, Networks, Policy Measures And Existing Studies*, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/10388/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>. (dostęp: lipiec 2016 r.).
- [15] Safin K., *Przedsiębiorstwa rodzinne – istota i zachowania strategiczne*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, seria: Monografie i Opracowania, Wrocław 2007.
- [16] Safin K., Pluta J., *Stan i kierunki badań nad procesami sukcesyjnymi w Polsce i na świecie*, Przedsiębiorczość i Zarządzanie, Wydawnictwo SAN, t. XIV, z. 6, część I.
- [17] Stavrou E.T., *Succession in Family Businesses: Exploring the Effects of Demographic Factors on Offspring Intentions to Join and Take Over Business*, Journal of Small Business Management, 37(3): 43-61, July 1999.
- [18] Sułkowski Ł., Mariański A., *Firmy rodzinne, jak osiągnąć sukces w sztafecie pokoleń*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2009.
- [19] Surdej A., Wach K., *Przedsiębiorstwa rodzinne wobec wyzwań sukcesji*, Difin, Warszawa 2010.

SELECTED FACTORS INFLUENCING THE PROCESS OF SUCCESSION IN FAMILY FIRMS

Family firms due to a number of specific characteristics distinguishing them from other companies are often the subject of studies. Among the various companies in the economy, family firms are usually defined on the basis of two criteria: ownership and management. According to this approach, family firms are entities in which control is exercised by one family, and (according to some definitions) family members occupy key managerial positions. Regardless of the definition of family businesses, such companies are a significant percentage of all enterprises in the economy. One of the major issues in family business research is succession. Succession is the process of transfer ownership and power between the founders and the next generation. The literature highlights the many difficulties of effectively carrying out this process. Empirical studies indicate that a significant proportion of enterprises do not survive the process of succession. The article attempts to analyze selected factors influencing the process of succession in family businesses. In the paper the definition of the family business and most important elements of the process of succession is presented. The process of growth and development of the family firms is described. The authors try to identify opportunities that may result from the change of ownership and management of the family business. The paper also describes major barriers of effective implementation of succession process.

Keywords: family firms, succession, family business

DOI:10.7862/rz.2016.hss.47

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Katarzyna PIETRUCHA-URBANIK¹
Anna TROJNAR²

QUALITY ASSESSMENT OF SERVICES PROVIDED BY WATER COMPANY

The analyses of the opinions are one of the most important elements causing the improvement of the safety and dependability of the water supply system. In the thesis the result of research about satisfaction from operation of public water-supply systems by consumers using their services was presented. The research was performed by 225 respondents from the Podkarpacievoivodoship. In the research opinions on price and quality of water, inconveniences caused by lack of water supply and satisfaction from services were included. The respondents had no objections to the functioning of Customer Service Office, complaining only about slow or unkind services. The results of the survey show that the respondents positively evaluated the way of ensuring adequate pressure in the network. Most of the recipients had objections to the method of reading water meter, some of them would prefer more frequent meter readings, because so far they benefit from the settlement sums, also some respondents would like to change the readings for the telemetry. Suggestions of the respondents about the improvement of the technical condition of water supply system concern the introduction of testing water in household installations and establishing clear rules of water supply system functioning. Water supply company should regularly improve its services, so that undecided or dissatisfied people in a subsequent study will be satisfied with the quality of services.

Keywords: consumer survey, water supply, operation of water network

1. INTRODUCTION

Control of the quality of supplied water to recipients was introduced with the development of water companies. The main reason for this process were numerous epidemics caused by poor water quality. Water quality depends on many factors, including the source and intake method, as well as its treatment. It is also not without significance the sanitary condition of water storage tanks and water supply networks, water supply connections and internal installations. The water should meet certain standards, due to the fact that water companies are obliged to control water composition and its properties, as to deliver it without interruption and with proper pressure. Currently supervision covers water intake, water treatment and distribution to customers. This control was transformed into a quality management system standardized by the ISO

¹ Dr inż. Katarzyna Pietrucha-Urbanik, Politechnika Rzeszowska, Wydział Budownictwa, Inżynierii Środowiska i Architektury, al. Powstańców Warszawy 6, 35-959 Rzeszów, autor korespondencyjny: e-mail: kpiet@prz.edu.pl

² Mgr inż. Anna Trojnar, Politechnika Rzeszowska, Wydział Budownictwa, Inżynierii Środowiska i Architektury, al. Powstańców Warszawy 6, 35-959 Rzeszów

standards which require the enterprises to conduct the surveys of the users. Studying the survey the company has an opinion on what the customers are dissatisfied with, what need to be improved and what should not be done to maintain high level of customer satisfaction. Water companies conduct such research more and more often because thanks to its results they can find a lot of information about the water supply systems, which can help improve the quality of services³ as in future to plan potential modernization of water network⁴ and maintain the reliable functioning of water network⁵. Surveys are a primary source of information for water companies and can be performed using various techniques and research tools which have been described in numerous publications^{6,7}. In the work⁸ the issues of water supply in a crisis situation and assessment of such situation by water consumers were presented.

Surveys of water supply users, which relate to the analysis of water supply failures are presented in numerous works, among others^{9,10}.

The conducted survey has been made to examine the satisfaction of the residents of Podkarpacie with the quality of services provided by the water company.

The forms of survey were distributed among randomly selected people living in the examined area of Podkarpackie province. Research was conducted personally among the inhabitants of the blocks and houses. Non random sampling was applied. The survey consisted of 30 questions, 4 of them were demographic questions, while the remaining 26 – substantive questions. There were 23 questions of single or multiple choice and 3 open questions. Demographic questions were related to gender, age, education and place of residence of the respondents. The majority of respondents willingly answered the closed questions, unfortunately, a significant part of respondents skipped the open questions placed in the form. The questionnaire was anonymous. The study was conducted so that in the age structure and the gender participated the comparable number

³ Kwietniewski M., Rak J., *Niezawodność infrastruktury wodociągowej i kanalizacyjnej w Polsce (Reliability of water and sewerage infrastructure in Poland)*, PAN, Warszawa 2010.

⁴ Studziński A., Pietrucha-Urbanik K., *Preventive maintenance and reliability of water supply system elements*, Czasopismo Inżynierii Lądowej, Środowiska i Architektury – Journal of Civil Engineering, Environment and Architecture, JCEEA, 2015, no 3/I, pp. 429-436. DOI: 10.7862/rb.2015.126.

⁵ Rak J., Pietrucha-Urbanik K., *New directions for the protection and evolution of water supply systems – smart water supply*, Czasopismo Inżynierii Lądowej, Środowiska i Architektury – Journal of Civil Engineering, Environment and Architecture, JCEEA, 2015, no 3/I, pp. 365-373. DOI: 10.7862/rb.2015.121.

⁶ Goodyear M., *Qualitative research*, ESOMAR, London 1998.

⁷ Kaden R.J., *Badania marketingowe (Marketing research)*, PWE, Warszawa 2008.

⁸ Rak J., Pietrucha-Urbanik K., *Badanie sondażowe związane z brakiem dostawy wody wodociągowej w sytuacjach kryzysowych (Survey related to lack of water supply water in crisis situations)*, Instal, 2016, no 2, pp. 54-58.

⁹ Rak J., *Analiza opinii konsumentów wody do spożycia korzystających z wodociągu publicznego miasta Rzeszowa (Analysis of consumer reviews of drinking water using the public water network of Rzeszow city)*, Technologia Wody, 2012, no 1, pp. 30-34.

¹⁰ Rak J., Tułacz E., *Analiza opinii konsumentów wody do spożycia korzystających z wodociągu publicznego na terenie województwa podkarpackiego (Analysis of consumer reviews of drinking water using water form network in Podkarpacie)*, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej Budownictwo i Inżynieria Środowiska, 2007, no 3, pp. 123-136.

of respondents, as recommended in many works^{11,12}. Marketing research is very important in the development of companies. It is necessary to obtain and to maintain a high position in the market. Conducting surveys can determine the degree of customer satisfaction with services of water company¹³, through selected indicators of service level evaluation¹⁴.

The subject of analysis was to find out people's opinions on the operation of public water supply systems, which helped evaluate the general conditions of water supply.

2. ASSESSMENT OF THE QUALITY OF SERVICES PROVIDED BY THE WATER COMPANY

2.1. Important characteristics of tap water

The respondents participating in the survey were asked to rank the five qualities of tap water, according to the importance of those qualities for them. The respondents were given five features characterizing work of public water supply network and were asked to arrange them in the order of the most important to the least important. The results are shown in Figure 1.

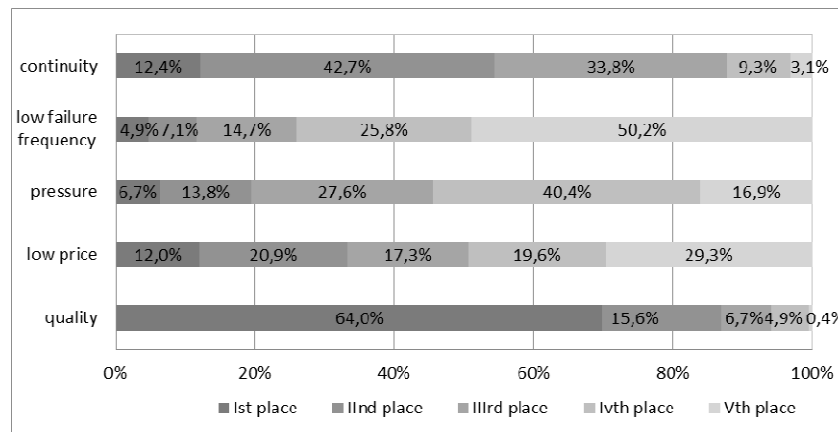


Fig. 1. Important characteristics of tap water according to the respondents

The most significant aspect according to the respondents is water quality. 64% of the respondents placed it on the first and thus the most important place. The lowest in the hierarchy of importance were low failure frequency and low price. It can be concluded

¹¹ Hague P., *Badania marketingowe. Planowanie, metodologia i ocena wyników (Marketing research. Planning, methodology and evaluation of results)*, Helion, Gliwice 2006.

¹² Kaczmarczyk S., *Badania marketingowe. Metody i techniki (Marketing research. Methods and techniques)*, PWE, Warszawa 2003.

¹³ Shinde V.R., Hirayama N., Itoh S., *Development of evaluation model for consumers' satisfaction of water supply service*, WIT Transactions on Ecology and the Environment, 2014, vol. 178, pp. 215-223, DOI:10.2495/13WS130181.

¹⁴ Itoh S., Shiro S., Hirayama N., Echigo S., Ohkouchi Y., *Psychosocial considerations on strategies for improving customers' satisfaction with tap water based on casual modelling*, Journal of Japan Water Works Association, 2007, no 4, pp. 25-37.

that the consumers tend to put the quality over the price of 1 m³ of tap water. Depending on the age of the respondents, different sense of value of the individual characteristics of water is noticeable. The percentage of assessment of particular water characteristics, according to age group, is presented in Table 2.

Table 2. List of significant characteristics of tap water, according to the age of the respondents, in terms of the order of assigning ratings

Age of respondents	Specification	Grading scale					Total
		1	2	3	4	5	
18-27	quality	<u>86,0%</u>	7,0%	3,5%	1,8%	1,8%	100%
	lowprice	1,8%	22,8%	19,3%	24,6%	31,6%	100%
	continuity of supply	7,0%	47,4%	33,3%	5,3%	7,0%	100%
	lowfailurefrequency	3,5%	5,3%	14,0%	36,8%	40,4%	100%
	pressure	1,8%	17,5%	29,8%	31,6%	19,3%	100%
28-37	quality	<u>66,0%</u>	20,0%	4,0%	10,0%	0,0%	100%
	lowprice	18,0%	16,0%	36,0%	10,0%	20,0%	100%
	continuity of supply	12,0%	40,0%	28,0%	20,0%	0,0%	100%
	lowfailurefrequency	4,0%	8,0%	8,0%	28,0%	52,0%	100%
	pressure	0,0%	16,0%	24,0%	32,0%	28,0%	100%
38-47	quality	<u>71,4%</u>	20,4%	8,2%	0,0%	0,0%	100%
	lowprice	16,3%	20,4%	8,2%	36,7%	18,4%	100%
	continuity of supply	12,2%	59,2%	28,6%	0,0%	0,0%	100%
	lowfailurefrequency	0,0%	0,0%	12,2%	22,4%	65,3%	100%
	pressure	0,0%	0,0%	42,9%	40,8%	16,3%	100%
48-57	quality	<u>72,7%</u>	15,2%	12,1%	0,0%	0,0%	100%
	lowprice	15,2%	30,3%	9,1%	0,0%	45,5%	100%
	continuity of supply	12,1%	9,1%	54,5%	15,2%	9,1%	100%
	lowfailurefrequency	0,0%	24,2%	15,2%	24,2%	36,4%	100%
	pressure	0,0%	21,2%	9,1%	60,6%	9,1%	100%
> 57	quality	<u>55,6%</u>	19,4%	8,3%	16,7%	0,0%	100%
	lowprice	13,9%	16,7%	8,3%	22,2%	38,9%	100%
	continuity of supply	16,7%	44,4%	30,6%	8,3%	0,0%	100%
	lowfailurefrequency	8,3%	2,8%	27,8%	5,6%	55,6%	100%
	pressure	5,6%	16,7%	25,0%	47,2%	5,6%	100%

In the Table 2 the maximum percentages in different age groups were underlined and marked in bold the lowest. It is noticeable that in each age group, the most important of water characteristics is its quality. The greatest attention to this parameter pay the people aged between 18-27 (86%). In the most age ranges the lowest in the hierarchy of importance was placed low failure frequency, except the age group of 48-57 where it was small price (45,5%).

2.2. Ensuring adequate pressure

According to the Regulation of the Minister of Infrastructure on technical conditions for buildings and their location "water pressure in the water supply system in the building, excluding fire hydrants, before each water intake point, should be of not less than 0.05 MPa (0,5 bar) and not more than 0,6 MPa (6 bars)". Sometimes the problem is to ensure suitable pressure. It can occur, for example, during the largest water

consumption. For information on users satisfaction with the water pressure, the respondents were asked to assess it using a five-point scale.

The majority of the respondents (85,4%) is satisfied with water pressure ensured by the company. However, there were some people who are not satisfied (13,8%), which may be caused by various factors. Very low satisfaction with the pressure was expressed by the residents of newly constructed or continuously developing housing estates which may be caused by continuous enlargement of those estates.

2.3. Meter readings

A reading of the water meter the water supply company can make manually, it can be made by the recipients and send by the internet, phone or mail data transfer and by collecting information using the telemetry. In households of the examined respondents a reading is made by various ways. In majority of the respondents households (60%) a reading of the meters is made manually by a visit of the employee of the water supply company. Nearly 1/5 (19,1%) of the respondents provide data by the telephone or personally, at every 10th person (10,7%) a reading is made by the telemetry. The answer "others" was marked by 4,4% of the respondents, that means the lump sum settlement.

Another question in the questionnaire concerned satisfaction of the way of billing customers for consumed water. About 92% of the respondents are satisfied with the current method of the water meter reading and only 8% expressed dissatisfaction. These were people whose reading is made manually (77,8%) or by lump sum (22,2%). The recipients dissatisfied with the way of water meter reading have been asked to name the causes of their dissatisfaction and/or a method that would change their negative attitude to the subject. Answers about the reasons for dissatisfaction with the way of the water meter reading are as following: changing to radio reading – telemetry (72,2%), changing to a monthly readings (22,2%), lack of culture of the employees that read the meter (5,6%). Justification of the provided answers of dissatisfaction was following: the respondents indicated that it would be more convenient to read via the telemetry because not always there is someone in the house and frequently the water meter is located in an inaccessible place. Users also drew attention to the fact that in an annual settlement, which is send by the housing association, is not given the amount of monthly bills and an equalization coming at the end of the year is often very high. Such problems were indicated in works, concerning smart system metering¹⁵.

2.4. Quality assessment of provided services

Assessment of the water company activities was made using the question included in the questionnaire, which was: How do you assess quality of services provided by the water supply company? Initial analysis shows that almost 59,0% of the respondents are satisfied with the activities of the water supply company which provides services. Dissatisfied is only 0,9%, while a very large group of the respondents (40,44%) are people who assess the quality of services as the average. In the assessment of the quality of services provided by the water supply company, taking into account the sex of the

¹⁵ Rak J., Pietrucha-Urbanik K., *New directions for the protection and evolution of water supply systems – smart water supply*, Czasopismo Inżynierii Lądowej, Środowiska i Architektury – Journal of Civil Engineering, Environment and Architecture, JCEEA, 2015, no 3/I, pp. 365-373. DOI: 10.7862/rb.2015.121.

respondents, more men are satisfied (61,5%) than women (56,2%), also there are more undecided women (43,8%) than men (36,5%).

Considering the age of the respondents, dissatisfied with the quality of services were only those above 57 years of age (5,5%). In the age group of 48-57 dominate those respondents who consider the quality of services provided by the water supply company as high (69,7%). Among the respondents falling to the age group of 38-47, the answers were divided only into two opinions.

In this age range the quality of service was evaluated as average by 53,1% of the respondents and as high by 46,9%. In comparison to other groups the youngest age group (18-27) is the most satisfied with the provided services (57,9%), but in that group there is also the large number of undecided respondents (42,1%). The greatest satisfaction with the quality of services shows the age group of 48-57 (84,9%), while the lowest 37-48 (46,9%).

Another question concerned the operation of Customer Service Office. The results of research indicated that 43,1% of the respondents had contact with Customer Service Office in the water company, while the rest, 56,9% of the respondents, did not.

The respondents who had contact with the Customer Service Office were asked to assess work of its employees. Most respondents indicated positive qualities, but there were also those who assessed work of the office negatively. The largest part of the respondents pointed out that the office staff were polite (80,4%) and competent (70,1%), while among the most negative opinions appeared opinions about the slowness (10,3%) and the rudeness (9,3%).

3. SUGGESTIONS OF PUBLIC WATER NETWORK CONSUMERS FOR IMPROVING THE QUALITY OF SERVICES

Respondents who took part in the study were given the opportunity to share their own ideas about improving the public water functioning through answering the following question: What would you improve or change in the operation of public water supply system? About 49% of surveyed respondents answered this question.

Categories of answers regarding suggestions for public water supply system operation are shown in Table 3.

Table 3. Categories of answers regarding customers suggestions for public water supply system operation

No	Categories of responses	Number of people, %
1	No objections	36,9
2	Improving the quality of supplied water	19,8
3	Information on interruption placed in visible places/Failures removal during night hours	17,1
4	Changing the meter reading	9,9
5	Lowering water and services price	9,0
6	Ensuring adequate pressure	5,4
7	Improving the technical condition of water supply networks	4,5
8	Introducing testing water in residential installations	2,7
9	Clarification of regulations	1,8
10	Reliable information about problems with maintaining adequate water quality	0,9

Most of the respondents who have benefited from the opportunity of giving their suggestions about the public water supply system operation claimed that they have no objection to the water company (36,9%). Nearly 20% of the respondents suggested the improvement of water quality and over 17% suggested better information about interruptions in water supply and to move the interruptions in water supply for the night hours when the demand for tap water is smaller. A lot of the respondents (9,9%) are not satisfied with the way of the meter reading. Among them, 7,2% would prefer more frequent readings and therefore they probably use lump sum payment and 2,7% would like to change the readings for the telemetry. Quite often the following categories were indicated: the decrease in the water price and price of the services offered by the water supply company and ensuring an adequate pressure, which, according to the respondents, is inadequate at certain time of day (usually in the evenings) or in particular seasons (especially in summer). From all the statements it is worth to quote some of them, which draw the attention to problems in the operation of public water supply systems:

- developing the clear and transparent plan for network modernization and making changes for improving the water quality distributed to the recipients,
- replacing water supply pipes and connections with the new ones and changing the way of water meter reading for the telemetry,
- improving the water quality, monthly readings and bills for water, reducing prices for water and introducing water quality examination in residential installation,
- improving the technical condition of the water supply system, primarily replacement of corrosive materials,
- changing or improving the method of informing about interruptions in the water supply, changing the hours of failure removal for night hours,
- change in notifying the residents about interruptions in water supply by, for example, displaying information in more visible places,
- improving the pressure in the water supply system in summer,
- improving the quality of tap water, especially its colour,
- clarification of regulations, as in some cases there are discrepancies in the agreement between the water supply company and the recipients,
- change in the cost of connecting to the water network and suggestion that it should be sponsored by the water supply company.

These statements draw special attention to the fact that users are aware that the quality of tap water is also dependent on the state of the network and installations and not just on the water treatment plant. Water pollution is primarily influenced by the network conditions. There is very high risk of corrosion, among others, when the water consumption is small. Also very important are the pipes diameter and the stability of water flowing through pipes. In the article¹⁶ about corrosive processes in copper systems and their impact on water quality, it was concluded that the corrosion problem cannot be completely eliminated, however, the consequences can be reduced through the use of preventive measures, which are, among others, the use of approved and proven materials, precisely made installation, accurate pipes rinsing, mounting filters and the use of inhibitors.

¹⁶ Papciak D., Kaleta J., Puzkarewicz A., *Procesy korozyjne w instalacjach miedzianych a jakość wody (Corrosion processes in copper installations and water quality)*, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej Budownictwo i Inżynieria Środowiska, 2007, no 1, pp. 73-86.

4. CONCLUSIONS

The study shows the opinions expressed by the Podkarpacie residents about the quality of service provided by the Customer Service Office, as well as about the inconvenience of interruptions in water supply.

The survey shows that the recipients put the most emphasis on the quality of tap water and then on water price or continuity of water supply.

In order to constantly improve the quality of services offered to the users of public water supply system and to increase customers satisfaction, the water companies should perform continuous monitoring of satisfaction by conducting surveys among the water consumers.

Survey results will help to adjust the water supply conditions to consumers in order to ensure the effective functioning of services.

The presented water consumers survey will provide information about the quality level of provided services and will help in development of water safety plan, which constitutes an important element of the proper functioning of water supply systems.

REFERENCES

- [1] Goodyear M., *Qualitative research*, ESOMAR, London 1998.
- [2] Hague P., *Badania marketingowe. Planowanie, metodologia i ocena wyników (Marketing research. Planning, methodology and evaluation of results)*, Helion, Gliwice 2006.
- [3] Itoh S., Shiro S., Hirayama N., Echigo S., Ohkouchi Y., *Psychosocial considerations on strategies for improving customers' satisfaction with tap water based on casual modelling*, Journal of Japan Water Works Association, 2007, No 4, pp. 25-37.
- [4] Kaczmarczyk S., *Badania marketingowe. Metody i techniki (Marketing research. Methods and techniques)*. PWE, Warszawa 2003.
- [5] Kaden R.J., *Badania marketingowe (Marketing research)*, PWE, Warszawa 2008;
- [6] Kwietniewski M., Rak J., *Niezawodność infrastruktury wodociągowej i kanalizacyjnej w Polsce (Reliability of water and sewerage infrastructure in Poland)*, PAN, Warszawa 2010.
- [7] Papciak D., Kaleta J., Puskarewicz A., *Procesy korozyjne w instalacjach miedzianych a jakość wody (Corrosion processes in copper installations and water quality)*, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej, Budownictwo i Inżynieria Środowiska, 2007, no 1, pp. 73-86.
- [8] Rak J., *Analiza opinii konsumentów wody do spożycia korzystających z wodociągu publicznego miasta Rzeszowa (Analysis of consumer reviews of drinking water using the public water network of Rzeszow city)*, Technologia Wody, 2012, no 1, pp. 30-34.
- [9] Rak J., Pietrucha-Urbanik K., *Badanie sondażowe związane z brakiem dostawy wody wodociągowej w sytuacjach kryzysowych (Survey related to lack of water supply water in crisis situations)*, Instal, 2016, no 2, pp. 54-58.
- [10] Rak J., Pietrucha-Urbanik K., *New directions for the protection and evolution of water supply systems – smart water supply*, Czasopismo Inżynierii Łądowej,

- Środowiska i Architektury – Journal of Civil Engineering, Environment and Architecture, JCEEA, 2015, no 3/I, pp. 365-373.
- [11] Rak J., Tułacz E., *Analiza opinii konsumentów wody do spożycia korzystających z wodociągu publicznego na terenie województwa podkarpackiego (Analysis of consumer reviews of drinking water using water form network in Podkarpacie)*, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej, Budownictwo i Inżynieria Środowiska, 2007, no 3, pp. 123-136.
- [12] Shinde V.R., Hirayama N., Itoh S., *Development of evaluation model for consumers' satisfaction of water supply service*, WIT Transactions on Ecology and the Environment, 2014, vol. 178, pp. 215-223.
- [13] Studziński A., Pietrucha-Urbanik K., *Preventive maintenance and reliability of water supply system elements*, Czasopismo Inżynierii Lądowej, Środowiska i Architektury – Journal of Civil Engineering, Environment and Architecture, JCEEA, 2015, no 3/I, pp. 429-436.

OCENA JAKOŚCI USŁUG ŚWIADCZONYCH PRZEZ PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGOWE

Badania sondażowe są jednym z ważniejszych elementów prowadzących do poprawy bezpieczeństwa funkcjonowania i niezawodności systemu zaopatrzenia w wodę. W pracy przedstawiono wyniki badań przeprowadzonego sondażu na temat zadowolenia z funkcjonowania wodociągów publicznych przez konsumentów korzystających z ich usług. W badaniu wzięło udział 225 respondentów z województwa podkarpackiego. Badanie objęło opinie na temat cen i jakości wody, uniedogodnień spowodowanych brakiem w dostawie wody oraz poziomu satysfakcji z usług wodociągowych. Przeprowadzone badania pozwalają określić orientacyjnie, jakie odczucia mają mieszkańcy Podkarpacia względem jakości wody, jej ceny, jakości obsługi w Biurze Obsługi Klienta, a także uciążliwości związanych z przerwami w dostawie wody. Ankietowani pozytywnie ocenili zapewnienie odpowiedniego ciśnienia w sieci wodociągowej. Respondenci nie mieli zastrzeżeń do funkcjonowania Biura Obsługi Klienta, uskarżając się jedynie w niewielkim stopniu na powolną lub nieuprzejmą obsługę. Ankietowani często wskazywali również na niezadowolenie ze sposobu odczytu wskazań wodomierza. Część z nich preferowałaby częstsze odczyty licznika, ponieważ dotychczas korzystają oni z rozliczeń ryczałtowych. Niektórzy z respondentów chcieliby zmienić odczyty na telemetrię. Z sondażu wynika, że odbiorcy kładą największy nacisk na jakość wody wodociągowej, a dopiero w następnej kolejności na jej cenę czy też ciągłość dostawy. W celu ciągłego podnoszenia jakości usług oferowanych użytkownikom wodociągów publicznych oraz wzrostu ich satysfakcji przedsiębiorstwa wodociągowe powinny prowadzić ciągły monitoring zadowolenia przez przeprowadzanie wśród nich sondaży.

Słowa kluczowe: badania sondażowe, zaopatrzenie w wodę, funkcjonowanie wodociągów

DOI:10.7862/rz.2016.hss.48

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Александр РАЗИН¹

МОРАЛЬНЫЕ МОТИВЫ В СТРУКТУРЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматривается место моральных мотивов в управленческой деятельности. Показывается, что в современной этике возникла новая ситуация, связанная с осмыслением превращения общества в глобальную систему, в которой отношения одного человека от другого дистанцированы и не воспринимаются так, как это было в традиционном обществе. Основной характеристикой управления является эффективность, насколько она совместима с моральными мотивами, могут ли быть ситуации, когда эффективностью приходится пожертвовать ради морали, или наоборот, насколько мораль может способствовать достижению эффективности в краткосрочной или долгосрочной перспективе? Отвечая на эти вопросы, автор сравнивает позиции морального абсолютизма и утилитаризма, показывает, что в определенной степени эти теории оказываются совместимыми, если утилитаризм не рассматривается в узком значении выгоды, возрастания общего блага любой ценой. В статье предлагается рассмотрение роли морали в осуществлении сетевого управления, что, по мнению автора, соответствует природе морали, связанной с индивидуальным, лично ответственным моральным выбором. В данной связи даются рекомендации по совершенствованию форм организации современного производства.

Ключевые слова: этика, мораль, мотивы, управление, абсолютизм, утилитаризм, ответственность, эффективность, сетевое управление

1. ВВЕДЕНИЕ

Основной характеристикой управления является эффективность. Насколько она совместима с моральными мотивами, могут ли быть ситуации, когда эффективностью приходится пожертвовать ради морали, или наоборот, насколько мораль может способствовать достижению эффективности в краткосрочной или долгосрочной перспективе?

Перед тем, как приступить к ответу на эти вопросы надо предварительно сказать несколько слов о публичной морали. В современной этике мы сталкиваемся с новыми феноменами. Это прежде всего определяется невероятным развитием публичной сферы общественной жизни, увеличением количества безличных контактов между людьми, дистанцированием одного человека от другого, в то время, как даже эволюционно многие моральные представления выработывались как установки по отношению к человеку, которого мы непосредственно наблюдаем. Помощь, или нравственные ограничения в отно-

¹ Александр Разин, Профессор Доктор философии, Московский Университет им. М. Ломоносова, e-мэйл: razin54@mail.ru

шении непосредственно наблюдаемого другого насыщены эмоциями, часто выражаются в спонтанных реакциях и, как уже показано в экспериментах, развиваемых в так называемой x -phi – тяготеют к моральному абсолютизму. В то же время как дистанцированное отношение одного человека от другого вызывает размышления, построенные на базе утилитарной теории. Понятно, что управленческие решения касаются больших групп людей, с которыми принимающий решение, часто не вступает в непосредственную связь, и потому – не наблюдает эмоциональную реакцию другого. Означает ли это, что в области социального управления именно утилитаризм должен стать доминирующей этической теорией, а моральный абсолютизм, соответственно, будет занимать вторые места?

2. ПУБЛИЧНАЯ МОРАЛЬ И ТРАДИЦИОННАЯ ЭТИКА

Многие авторы полагают именно так. Ричард Гудин прямо говорит, что в области публичной морали именно утилитаризм является наиболее подходящей моральной теорией. К утилитарной позиции в решении моральных дилемм склоняется известный американский философ П. Сингер. Он подвергает критике обычное поведение, в котором мы больше заботимся о том человеке, которого способны непосредственно опознать. В его сценарии (подтвержденном рядом экспериментов) мы более вероятно спасаем при кораблекрушении того, кого непосредственно видим, чем пять других людей, о которых мы знаем, но их не видим. Но, как полагает Сингер, «мы, конечно, должны спасти пятерых, даже если эволюция, так сказать, подучила нас больше заботиться о той жертве, которую мы знаем. Из сценария Сингера мы должны сделать очевидный вывод: некоторые из наших моральных инстинктов не подходят нашей эпохе, когда люди живут большими анонимными группами в мире, в котором все со всем связано»².

При решении моральных дилемм часто используется мысленный эксперимент, в котором нам предлагается столкнуть толстого человека с моста для того, чтобы остановить движение неуправляемого вагона, с целью спасения жизни большего числа людей. Эта проблема рассматривается не только философами, но и психологами, например, Хайдом, Джошуа Грином. «Грин доказывает, что наши автоматические реакции на определенные ситуации, хотя они и крайне полезны, могут дать осечку и что в моральных дилеммах первую скрипку должна играть наша подсчитывающая природа, то есть мы должны перейти на ручной режим. Мы должны толкнуть толстяка, несмотря на наше инстинктивное отвращение к этому решению. Питер Сингер согласен: если нежелание толкнуть толстяка управляется эмоциональными механизмами мозга, мы должны преодолеть нашу робость»³.

То же самое мы можем отнести и к решениям в бизнесе. Очевидно, что в сфере бизнеса мы также должны делать выбор между интересами тех людей, которых мы можем непосредственно знать и людьми, отделенными от нас в силу обезличенных социальных связей.

Отметим, что публичная мораль, а соответственно и приемлемая для этой сферы этическая теория, конечно, существенно отличаются от традиционных этических представлений.

² Д. Эдмондс, Убили бы вы толстяка? Задача о вагонетке: что такое хорошо и что такое плохо?, Изд-во Института Гайдара, Москва 2016, с. 187.

³ *Ibidem*, s. 193.

Немецкий, а затем американский исследователь Г. Йонас называет этику прошлых времен – соседской этикой. В ней всегда шла речь об отношении человека к близкому, о разумной взаимопомощи, предотвращении конфликта, милосердии. И в этой этике не ставились вопросы об отношении к будущим поколениям, не рассматривалась возможность уничтожения человечества как такового, не стояли так остро вопросы об охране окружающей среды, экологическом кризисе, и т.д.

Анализируя уже имеющуюся литературу, в которой так или иначе отражается проблема изменения состояния современной морали российские исследователи Р.Г. Апреян и А.В. Прокофьев отмечают необходимость разграничения индивидуальной этики совершенствования и публичной или общественной морали. В западных источниках предлагаются несколько иные решения: публичная мораль и индивидуальная нравственность (Т. Нагел), социальная и индивидуальная этика (А. Рих), правила публичной жизни и индивидуального поведения (Р. Гудин).

Нам кажется, что наиболее удачными терминами для обозначения сфер современной морали будут: публичная мораль и индивидуальная нравственность. Дело в том, что этика совершенствования это христианская мораль, ориентированная на такие идеалы, которые в принципе оказываются недостижимыми для отдельного индивида («будьте совершенны как Отец ваш небесный»). Это не всегда отвечает условиям современной жизни, ориентирующим человека на подчинение стандартам, которые по определению должны быть достижимыми. Кроме того, очевидно, что совершенствоваться можно и в публичной сфере, в исполнении общественных функций, а не только в индивидуальной нравственности.

В самом общем плане можно сказать, что индивидуальная нравственность касается такого поведения личности, последствия которого не затрагивают непосредственно большого числа других людей (какими должны быть правильно организованные сексуальные отношения, как нужно жить, чтобы быть счастливым и т.д.). В публичной морали индивидуальное поведение, наоборот, непосредственно касается большого числа других людей. Поэтому ее императивами могут положения типа «не будь расистом», «принимай участие в выборах», если ты выполняешь какую-либо общую общественную функцию, то выполняй свои обязанности честно, не оказывая преимуществ кому-либо в соответствии с твоими личными симпатиями и антипатиями и др.

Многие традиционные моральные правила не годятся для публичной сферы. Например, при исполнении ряда публичных функций оказывается просто невозможно относиться к другому также как к самому себе. Человек по необходимости оказывается вынужденным действовать против другого. В работе «Этика для противников» Артур Аппельбаум отмечает: «Профессионалы и политические деятели исполняют роли, которые часто заставляют действовать на основе противоположных намерений, стремиться достигнуть несовместимых целей, разрушить планы другого. Адвокаты обвинения и защиты, демократы и республиканцы, государственные секретари и советники по национальной безопасности, индустриальные предприятия и защитники окружающей среды, проводящие расследование журналисты и официальные источники, врачи и страховые компании часто оказываются в ситуации друг против друга в результате

исполнения их миссии, работы и агитации»⁴. Понятно, что это требует разработки особой этики, основой которой являются правила честной игры, уважения к противнику, учета общественного интереса.

Большинство авторов, занимающихся разработкой проблем публичной морали, отмечают, что ей присущи следующие признаки:

1. Моральный плюрализм, развитие систем профессиональных и корпоративных кодексов, отражение многообразия культур, разделение морали по этническим признакам.
2. Сближение морали и права, институционализация морали (формализация требований и ужесточение санкций).
3. Ориентация этических правил на стандарт, противопоставление этого призыву к безграничному совершенствованию в христианском смысле.
4. Коллективные решения и коллективная ответственность.
5. Утилитарный подход, предполагающий принятие решений на основе логики меньшего зла (что не всегда безупречно, так как предполагает использование каких-то групп людей или отдельных личностей в качестве средства).

Однако соотношение между этими признаками, также как и соотношение современной этики с традиционными моральными представлениями мыслится различным.

Исследуя проблему современной морали, А.А. Гусейнов отмечает, что она претерпела существенные изменения по сравнению с традиционной моралью. Суть этих изменений формулируется в кратком тезисе о том, что отношения морали и цивилизации как бы меняются местами. Если раньше цивилизация подвергалась критике со стороны морали, то теперь, наоборот, цивилизация выступает в роли критика. Действительно, изменения в понимании того, что морально, а что нет, что допустимо в нашем поведении, а что считается предосудительным, происходят с невероятной быстротой. На это обращают внимание многие исследователи морали. В таком случае возникает вопрос, а есть ли вообще в морали нечто устойчивое, какую моральную концепцию мы можем принять для подтверждения истинности наших нравственных суждений. А.А. Гусейнов отмечает, что спецификой современной морали стало расширение нравственно нейтральной зоны, стремление к освобождению от мировоззренческих обоснований и, во многом, от комплекса, связанного с развитой мотивацией, поиском индивидуальных решений. Вместо этого получает развитие институциональная этика, т.е. этика правил, разрабатываемых для тех или иных социальных систем. «Каждая из... социальных практик оказывается тем эффективнее, чем менее она зависит от личных связей и, что особенно кажется парадоксальным, от индивидуальной моральной мотивации»⁵. Это не означает, что мораль как таковая теряет свое значение. Просто «нравственность перемещается с уровня мотивов поведения на уровень сознательно задаваемых и коллективно вырабатываемых общих рамок и правил, по которым протекает соответствующая деятельность»⁶. Этот процесс и выражает развитие институциональной этики, характеризующей посттрадиционное общество. А.А. Гусейнов не говорит о том,

⁴ A. Appelbaum, *Ethics for Adversaries. The Morality of Roles in Public and Professionals Life*. Princeton, Princeton University Press, 1999, s. 5.

⁵ А.А. Гусейнов, *Философия, мораль, политика*, ИКЦ «Академкнига», Москва 2002, с. 119.

⁶ *Ibidem*, s. 121.

что институциональная мораль полностью вытесняет этику добродетелей, связанную с развитой индивидуальной мотивацией и ориентацией на индивидуальное совершенствование. Он лишь обращает внимание на то, что соотношение двух, присутствующих в морали и ранее составляющих, заметно меняется в смысле той роли, которую они играют в современном обществе. «Этика добродетелей, связанная по преимуществу с мотивами поведения, сохраняет важное (быть может, даже возрастающее значение) в области личных отношений и во всех ситуациях, имеющих ярко выраженный личностный, индивидуализированный характер, т.е. говоря обобщенно, в зонах личностного присутствия. В системном (общественно-функциональном, профессионально-жестком) поведении она дополняется институциональной этикой»⁷.

Можно согласиться с тем, что отмеченные изменения связаны с изменением доли выделяемых А.А. Гусейновым моральных компонент. Расширение значимости публичной жизни общества и усложнение самого характера публичных связей несомненно приводит к необходимости кодификации морали и созданию специальных институтов, следящих за исполнением кодексов в формальном смысле.

Однако я не думаю, что сфера нравственно нейтрального в современном обществе расширяется. Например, даже в экономике, сфере традиционно рассматриваемой в качестве далекой от морали, где господствует стремление к утверждению честного интереса (именно так рассматривал экономические отношения Адам Смит), мораль современного общества все более и более завоевывает свои позиции.

В своем исследовании, посвященном вопросам доверия, Ф. Фукуяма показал, что крупные корпорации исторически возникли именно в обществах с высоким уровнем доверия, т.е. в США, Японии и Германии. Позднее к ним присоединилась Южная Корея, где крупные корпорации во многом возникли за счет вмешательства государства в экономику, но также были связаны с особенностями национального самосознания. Однако не только развитие крупных корпораций, в которых доверие людей, проявляющее себя в производственных связях между отдельными звеньями, приводит к снижению издержек на юридическое оформление договорных отношений, но и развитие отвечающих информационному обществу сетевых структур, также основано на доверии. «Не случайно, что именно американцы, с их склонностью к общественному поведению, первыми пришли к созданию современной корпорации в конце XIX – начале XX века, а японцы – к созданию сетевой организации в XX веке»⁸. Как же в таком случае можно отрицать роль морали в экономике?

Характеризуя систему классического капитализма, показывая ее отличия от прежних стадий производства, В. Зомбарт писал: «В те времена, когда дельные и верные долгу деловые люди восхваляли молодому поколению прилежание как высшую добродетель имеющего успех предпринимателя, они должны были стараться как бы вбить в инстинктивную жизнь своих учеников твердый фундамент обязанностей, должны были пытаться вызывать у каждого в отдельности путем увещания личное направление воли. И если увещание приносило плоды, то прилежный деловой человек и отработывал путем сильного само-

⁷ *Ibidem*, s. 123.

⁸ Ф. Фукуяма, *Доверие*, Изд. ХРАНИТЕЛЬ, Москва 2006, с. 55.

обуздания свой урок. Современный экономический человек доходит до своего неистовства совершенно иными путями: он втягивается в водоворот хозяйственных сил и уносится им. Он не культивирует более добродетель, а находится под влиянием принуждения. Темп дела определяет собою его собственный темп»⁹. Следовательно, задача совершенствования человека в смысле культивирования так называемых мещанских добродетелей, с точки зрения Зомбарта, перестала быть актуальной. Его «добродетельность» стала задаваться темпом производства, а не его субъективными волевыми усилиями.

Но эти оценки относятся к капитализму XIX в. К современным условиям производства они, с моей точки зрения, оказываются неприменимы. Дело в том, что сам процесс труда человека, имеющего дело со сложной техникой, требующего высокого уровня квалификации все менее и менее поддается внешнему контролю. Условия современного труда порождают ситуацию, в которой при попытке внешнего контроля любой контролер, во-первых, должен иметь такую же квалификацию, как и реальный производитель, во-вторых – затратить на проведение контрольных операций принципиально такое же время, как и человек, подвергающийся контролю. Таким образом, это ситуация, в которой на каждого отдельного производителя необходимо иметь отдельного контролера, что делает внешний контроль невозможным.

Следовательно, без развитой трудовой этики экономика оказывается невозможной, и те общества, в которых она существует, добиваются в своем экономическом развитии наибольших результатов.

Теперь возьмем процесс мотивации. Я не думаю, что более или менее жесткое определение способа взаимоотношений людей с помощью кодексов, характерное для профессиональной и корпоративной этики, в действительности приводит к ослаблению их субъективной нравственной мотивации. Это может быть верно только для норм, имеющих вид строгих негативных запретов. Они действительно однозначно решают ситуацию, как бы освобождая человека от бремени ответственности и от необходимости субъективной мотивации в случае, если обстоятельства действия точно отвечает уже принятой норме. Но анализ современных профессиональных кодексов показывает, что они содержат все больше и больше норм, имеющих позитивное выражение и достаточно общие формулировки. Возьмем, например, следующую группу норм кодекса PR деятельности, сформулированного Артуром Пейджем: «Выполнять свой долг специалиста в области публик рилейшинз так, будто от этого зависит благополучие всей вашей компании. Корпоративные отношения являются управленческой функцией. Никакую корпоративную стратегию нельзя реализовать, не приняв во внимание ее возможное воздействие на общественность. Профессионал в области публик рилейшинз является творцом политики компании, умеющим выполнять широкий спектр действий, касающихся корпоративных коммуникаций»¹⁰.

Понятно, что сформулированные в таком виде нормы требуют профессионализма, а профессионализм не может быть достигнут без субъективной мотивации, без добродетели, которая как раз и показывает путь человека к некоторому

⁹ В. Зомбарт, *Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека, Художественная промышленность и культура*, Москва 2009, с. 142.

¹⁰ Цит. по: Скотт М. Катлип, Алэн Х. Центр, Глен М. Брум, *Публик рилейшенз. Теория и практика*, Москва 2000, с. 204.

стандарту совершенства. Соответствие «вещи» своему назначению: именно таков был древний смысл античного понятия о добре, а соответственно и о добродетели, показывающий путь к утверждению добра. Поэтому добрый конь это хороший конь, а добродетельный человек это прежде всего человек достигший совершенства в своем профессиональном мастерстве.

В традиционной этике долг добродетели, т.е. долг, связанный с самосовершенствованием, развитием некоторого умения, рассматривался как менее строгий по отношению к долгу перед законом (для Канта это долг, связанный с категорическим императивом в его первой формулировке). Однако для публичной морали такого разграничения, с моей точки зрения, провести нельзя. В публичной морали неисполнение долга перед добродетелью также немедленно становится проступком, как и неисполнение долга перед законом. Это может быть сформулировано как служебное несоответствие, профессиональная некомпетентность, превратившаяся в преступную халатность. За это человек несет как моральную, так и юридическую ответственность, как, скажем, врач отвечает за неверно проведенную операцию или ошибочный диагноз и неправильное лечение. В публичной сфере мы постоянно сталкиваемся с ситуациями, когда человек отвечает не только за то, что он не сделал что-то плохое, нравственно осуждаемое, но и за то, что он не выполнил то, что предусмотрено его профессиональными обязанностями. Поэтому требование профессиональной компетенции, служебного соответствия становятся важнейшими требованиями публичной морали.

Таким образом, развитие институциональной этики не ограничивает необходимости существования и не сужает сферу этики добродетелей. На мой взгляд, сама этика добродетелей проникает внутрь институциональной морали. Их взаимодействие осуществляется по принципу взаимодополнительности, а не взаимоисключения. Думаю, что значение этики добродетелей в современном обществе расширяется именно в связи с возрастанием многообразия нравственных отношений, распространением их на такие взаимоотношения людей, которые ранее считались нравственно нейтральными. Это заставляет многих современных исследователей (например, Ф. Фут, Э. Энском, А. Макинтайра) говорить о необходимости возрождения этики добродетелей.

Стандарт это требование профессиональной квалификации, требование соответствующей этому стандарту степени личного совершенства. Но путь к самому этому совершенству имеет свои особенности для каждого человека, связан с усилиями его воли, с преодолением всего того, что отвлекает его от соответствующего профессионального развития, и мораль уж никак не может устраниться из этого процесса. В ряде случаев подчинение своего поведения стандарту требует и особой мотивации, направленной на ограничение чрезмерных проявлений собственной индивидуальности, особенно тогда, когда это приводит к самонадеянности, граничит с нарушением должностных инструкций, правил дорожного движения и т.д.

3. СОВРЕМЕННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ КОДЕКСЫ И БИЗНЕС ЭТИКА

Проясняя вопрос о моральных мотивах в управленческой деятельности интересно соотнести их с мотивами деловой активности и нравственными ограничениями в бизнесе. Для этого можно рассмотреть проблему кодифицирования бизнес этики. В настоящее время предложено очень много кодексов

бизнес этики, как международных, так и национальных. В России первый кодекс этики бизнеса был предложен в 1912 г. на 12 лет раньше, чем в США.

Многие кодексы повторяют друг друга в отдельных разделах или отдельных положениях. Но в принципе все они содержат некоторые формализованные разделы: ответственность перед обществом, ответственность перед партнерами (держателями акций), принципы бизнес коммуникаций, в том числе – внутри корпорации, требования к субъекту, осуществляющему бизнес активность, ответственность за неисполнение норм. Из важнейших международных кодексов можно назвать Ко-Декларацию принципов, Международный стандарт ISO 26000 (руководство по социальной ответственности). Международный кодекс бизнес коммуникаторов и другие.

Сложнее подвести под многочисленные принципы и нормы философско-этическую базу, что необходимо для того, чтобы выстраивать определенные приоритеты в случае противоречия между принципами и для их практического применения к конкретным ситуациям.

Неплохая попытка реализовать эту задачу сделана американским социологом Л. Хосмером. Он следующим образом соотносит предлагаемые им принципы с различными философскими теориями:

«1. Никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании (принцип основан на учении древнегреческих философов, в частности Протагора, о личных интересах, сочетающихся с интересами других людей, и различии между интересами долгосрочными и краткосрочными).

2. Никогда не делай того, о чем нельзя было бы сказать, что это действительно честное, открытое и истинное, о котором можно было бы с гордостью объявить на всю страну в прессе и по телевидению (принцип основан на взглядах Аристотеля и Платона о личных добродетелях – честности, открытости, умеренности и т.п.).

3. Никогда не делай того, что не есть добро, что не способствует формированию чувства локтя, так как все мы работаем на одну общую цель (принцип основан на заповедях всемирных религий (св. Августин), призывающих к добру и состраданию).

4. Никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества (принцип основан на учении Т. Гоббса и Дж. Локка о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за благо).

5. Никогда не делай того, что не ведет к большему благу, нежели вреду для общества, в котором ты живешь (принцип основан на этике утилитаризма (практической пользе нравственного поведения), разработанной И. Бентамом и Дж. С. Миллем).

6. Никогда не делай того, чего ты не желал бы рекомендовать делать другим, оказавшимся в похожей ситуации (принцип основан на категорическом императиве И. Канта, в котором декларируется знаменитое правило об универсальной, всеобщей норме).

7. Никогда не делай того, что ущемляет установленные права других (принцип основан на взглядах Ж.Ж. Руссо и Т. Джефферсона на права личности).

8. Всегда поступай так, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат. Ибо максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о наибольшей эффективности про-

изводства (принцип основан на экономической теории А. Смита и учении В. Парето об оптимальной сделке).

9. Никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в нашем обществе (принцип основан на правиле распределительной справедливости Ролза).

10. Никогда не делай того, что препятствовало бы праву другого человека на саморазвитие и самореализацию (принцип основан на теории Нозика о расширении степени свободы личности, необходимой для развития общества)¹¹.

Из перечисленного видно, что здесь представлен принцип публичности, принцип совместимости схем свобод одних со свободами других (его использует также Дж. Ролз.), которые могут быть рассмотрены как абсолютные ограничения, но есть и утилитаристские принципы, основанные на представлениях об эффективности бизнеса.

Здесь следует сказать, что утилитарный подход в бизнесе, конечно применим, может быть даже очень значим, но это такой утилитаризм, который не исключает морального абсолютизма. Я называю его утилитаризмом второго порядка. Скажем, имеет утилитарное значение выполнение таких действий, которые не подрывают доверие к государственным институтам, не нарушают доверие между партнерами, или уважение других людей к вашему бизнесу, что важно в долгосрочной перспективе. Тем не менее, практически эти утилитарные задачи решаются на базе абсолютных ограничений.

Большое значение имеет подход, развиваемый в этике добродетелей. Сейчас эта этическая теория по праву занимает подобающее ей место в рефлексии моральной жизни современного общества и воспитательной практике. Такие принципы как, «стремись к развитию своих способностей, деловых качеств», «заботься о профессиональном росте своих сотрудников», будь вежлив и культурен в общении» могут быть обоснованы именно на основе подхода этики добродетелей.

Здесь следует сказать, что и этика долга и этика добродетелей уделяет большое значение мотивам поведения, но именно в этике добродетелей наши моральные мотивы рассматриваются как неотъемлемая часть самой человеческой природы, как важнейшая составляющая всего процесса мотивации в целом.

Сказанное можно подтвердить одним из примеров из книги замечательного американского автора Дэвида Эдмондса «Убили бы вы толстяка? Задача о вагонетке: что такое хорошо и что такое плохо?»

Случай 1. Вице-президент некоей компании приходит к председателю совета директоров и говорит:

«У нас есть проект. Он принесет компании кучу денег, но при этом нанесет урон окружающей среде». Председатель совета директоров отвечает: «Я понимаю, что проект повредит окружающей среде. Но мне на это наплевать. Мне важно лишь заработать как можно больше денег. Так что запускайте проект». Проект запускается, и, конечно, окружающая среда несет урон.

Случай 2. Вице-президент компании приходит к председателю совета директоров и говорит:

«У нас есть проект. Он принесет компании кучу денег и при этом окажет положительное влияние на окружающую среду». Председатель совета директоров

¹¹ П.Н. Шихирев, Введение в российскую деловую культуру, ОАО Типография Новости, Москва 2000, с. 51.

отвечает: «Я понимаю, что проект будет полезен для окружающей среды. Но мне на это наплевать. Мне важно лишь заработать как можно больше денег. Так что запускайте проект». Проект запускается, и, конечно, на окружающую среду оказывается благотворное воздействие. Участникам эксперимента задавали вопрос: входило ли в *намерения* председателя в каждом из двух случаев воздействие, оказываемое на окружающую среду? И тут обнаруживается любопытный момент. Говоря о первом сценарии, большинство ответило:

«Да, ущерб был намеренным». Но значит ли это, что председатель во втором сценарии намеренно помог окружающей среде? Большинство опрошенных посчитали, что это не так. Это странно, поскольку два случая кажутся практически тождественными. Единственная разница в том, что в первом случае председатель сделал нечто плохое, а во втором — хорошее. По мысли Кнобе, этим результатом доказывается то, что понятие намерения неразрывно связано с моральными суждениями. В целом же он полагает, что подобные результаты указывают на то, что мы должны радикально переосмыслить наше понимание самих себя¹².

Приведенный пример показывает, что именно позиция, согласно которому мораль может быть рассмотрена как важнейшая компонента человеческой жизни или как мотив мотивов, т.е. представлена в абсолютном смысле, дает ответ на приведенные в примере оценки. Помощь в моральном смысле оценивается как таковая, только в том случае, если именно она была исходным намерением.

4. СЕТЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Еще одна проблема, которую я хотел бы сегодня затронуть, это сетевое управление. Дело в том, что при сетевом управлении мы не имеем такого четко обозначенного центра как при управлении командном. Может быть даже два центра, два руководителя, исполнительские функции между которыми распределяются спонтанно. Это кажется весьма необычным, но в действительности особенности сетевого управления как раз очень хорошо соотносятся с общими закономерностями формирования и функционирования в обществе моральных норм. Дело в том, что в отличие от права в морали нет четкого разделения субъекта и объекта управления. Сообщество, вырабатывающая моральную норму, является и субъектом нормотворчества и объектом действия данной нормы. Более того, можно сказать, что сама общность формируется вокруг некоторого нормативного принципа, выступающего вначале лишь в качестве исходной идеи, в качестве предложения о возможности новой формы коммуникации.

В историческом плане эта общность может разрастаться, объединяться с другими сходными общностями, состоящими из некоторых локальных групп, что и приводит к тому, что предложенная форма коммуникации становится социальной нормой, онтологический статус которой гораздо определеннее, чем онтологический статус исходной идеи.

По существу такой же тип объединения отвечает природе сетевых связей. Сети дают возможность объединения единомышленников, вокруг того, кто высказал некоторую идею, которая кажется другим перспективной.

Если вспомнить тот идеал политики, который предлагает нам Х. Арндт, то это была бы как раз политика, проводимая единомышленниками. Хотя с этим

¹² Д. Эдмондс, Убили бы вы толстяка?, с. 93-94.

идеалом, с моей точки зрения, не во всем можно согласиться, ведь политика это сфера противоречивых интересов, средство разрешения конфликтов, в той части, где мы рассматриваем специфику сетевых связей такой идеал мог бы работать.

В экономике наиболее продвинутой страной, реализовавшей идеал сетевого управления, является Япония. Но что самое интересное, сетевые связи существовали в Японии еще до современной эпохи, до изобретения интернета.

До Второй мировой войны в Японии имело место объединение получившее название *дзайбацу*. Это сложная форма семьи. Фактически экономические связи между отдельными, но соединенными близкими и дальними узлами родства отдельными семьями. Эти объединения были разрушены в том числе насильственно, так как потенциально несли в себе угрозу возрождения милитаризма. Но после Второй мировой войны в Японии возникли новые формы объединения – *кейрецу*. Это уже целиком экономические объединения, но также построенные по принципу сетевых связей. Они воспроизводят систему сетевых связей, с той разницей, что руководители фирм, входящих в одно *кейрецу* уже совсем не обязательно являются членами одной и той же семьи.

Фактически *кейрецу* представляют собой совокупность обладающих значительной экономической самостоятельностью звеньев (предприятий), объединенных вокруг одного финансового института, осуществляющего льготное кредитование. Основные производственные фонды в Японии на 80% состоят из кредита. В США – только на 40%. Государство обладает значительным влиянием на экономику, осуществляемым через кредитную политику, но при этом экономическая независимость отдельных звеньев сохраняется.

«Для иллюстрации значения такой формы организации можно привести следующий пример. В конце 80-х «Тоюта», крупнейшая японская корпорация по уровню продаж, произвела за год 4,5 млн. машин при занятости 65 тыс. чел. В свою очередь, «General Motors» собрала 8 млн. автомобилей при 750 тыс. занятых на производстве рабочих. Получается, что, имея всего лишь двойной перевес по уровню производительности, американская компания содержит штат сотрудников, в десять раз перекрывающий штат японской компании. Часть указанных отличий можно объяснить большей производительностью «Тоюта»: на заводе этой компании в г. Такаока на производство одного автомобиля тратится 16 человеко-часов, а на заводе «General Motors» во Фрэммингеме, штат Массачусетс, на это требуется 31 человеко-час (данные за 1987 год). Однако более важен другой факт: «Тоюта» львиную долю запчастей для своих автомобилей получает от субподрядчиков, в то время как «General Motors» сам является владельцем большинства заводов по производству необходимых элементов для своих транспортных средств. «Тоюта» – главная компания в одной из так называемых «вертикальных *кейрецу*»; по сути, она осуществляет только разработку и сборку готовой продукции»¹³.

Из добродетелей важнейшую роль играет преданность. «...Из пяти основных добродетелей ортодоксального конфуцианства самыми важными были следующие две: благожелательность (*цзен*), которую к членам своей семьи обычно испытываю в естественном порядке, и *сяо* – сыновняя почтительность. Преданность, или верность, в китайском конфуцианстве тоже являлась добродетелью, но она воспринималась скорее как личная, а не социальная: человек верен себе и своим

¹³ Ф. Фукуяма, Доверие, с. 272.

убеждениям, а не носителю политической власти. Более того, для китайцев добродетель преданности была связана с добродетелью справедливости или правосудности. Предполагалось, что если внешний источник власти, требующий преданности, действует неправосудно, *цзэн* не требует от человека слепой покорности»¹⁴. В Японии, наоборот, именно беспрекословная преданность, в современных условиях – преданность корпорации является основной добродетелью.

Как мы знаем, такая система работает сейчас весьма эффективно, но долго ли она сможет продержаться, учитывая процесс индивидуализации личности, распад традиционных этических систем? Возможно Япония столкнется здесь с большими трудностями, но это не означает неэффективность сетевых связей и сетевого управления.

Я думаю, что более всего система сетевых связей отвечает творческому процессу и природе творческого труда. В настоящее время в мире идет процесс создания инновационных фирм, которые по сути приходят на замену того, что раньше называлось венчурными предприятиями. Ставится такая задача и в России. В частности – много говорится о создании так называемых технопарков. Но подобные организации будут мало эффективны, если не включить в структуру их организации сетевые связи и сетевое управление.

Инновационные фирмы должны быть связаны с финансовым институтом, прибыль которого свидетельствовала бы об эффективности новых разработок и успехах их внедрения в производство. Сам финансовый институт благодаря поддержке государства должен был бы обладать правом льготного кредитования, но не произвольно, а в зависимости от экспертной оценки эффективности разработок, которые осуществлялись бы самоорганизующимися научными коллективами.

Специфика возникновения моральных норм и их воздействия на личность должна быть учтена в процессах социального управления, сознательно осуществляемого в масштабах всего общества в том смысле, что сами механизмы такого управления должны учитывать стихийные процессы, например процессы самоорганизации научных коллективов, коллективное творчество в процессе возникновения систем профессиональных этик.

Творческий коллектив не только индивидуализирует моральные требования, но и контролирует их выполнение. В этом смысле локальный дискурс на уровне творческих коллективов представляется крайне важным. Здесь следует отметить, что оценки людей, с которыми осуществляются личные контакты, и которые по существу являются единомышленниками, представляются крайне значимыми для каждого из членов коллектива. Они могут перевешивать формальные административные поощрения и наказания (осуждения), что, собственно и отвечает природе морали, как сферы бытия человека наполненной особым личностным смыслом, связанной со свободным выбором, индивидуально-ответственными решениями, в которых человек не может переложить бремя принятых решений на кого-то другого.

Можно возразить, что параллельные разработки связаны с дополнительными затратами, но не менее затратно и внедрять в практику неэффективные разработки.

Кроме того в рамках инновационных фирм должны быть соединены фундаментальные и прикладные разработки. Самоорганизующиеся коллективы должны

¹⁴ *Ibidem*, с. 296.

состоять из ученых занятых фундаментальными и прикладными исследованиями. Только такая структура позволит способствовать быстрому распространению научной информации и соединению знания с практическими потребностями производства.

В качестве примера медленного внедрения достижений фундаментальной науки в производство можно привести пример с разработкой технологии производства искусственного сахара. Эксперименты с химической реакцией изомеризации глюкозы во фруктозу начались еще в 19 в. Только в 1967 г. в Японии был открыт принципиальный процесс изомеризации. Но практическое производство искусственного сахара началось в США только в 1972 г. В течение долгого времени пищевая промышленность игнорировала возможности фундаментальной науки. Может быть ученые, вовлеченные в прикладные разработки, просто не знали об этом важном открытии науки. Таким образом, для того чтобы обеспечить более быстрый путь практического применения результатов науки, необходимо найти эффективные формы соединения фундаментальной и прикладной отраслей знания.

Одним из способов соединения фундаментального и прикладного знания как раз могло бы стать создание временных трудовых коллективов, состоящих из ученых разного профиля. Руководителем такого коллектива по преимуществу должен был бы быть ученый, предлагающий какую-то оригинальную идею и объединяющий своих единомышленников для проведения ее в жизнь. Эффект от неформального общения представителей фундаментальной и прикладной науки может быть достигнут в том случае, если ученые разного профиля работают в рамках одного учреждения. Так что, инновационные фирмы в принципе должны включать подразделения, занимающиеся нецеленаправленными научными исследованиями фундаментального характера. Из состава ученых, работающих в разных отделах инновационной фирмы как раз могут формироваться временные трудовые коллективы, в том числе – занятые параллельными научными разработками, участвующими в подготовке проектов на конкурсной основе. По итогам разработок могут применяться творческие и материальные стимулы труда. Но конечным определителем эффективности работы того или иного творческого коллектива оказывается успех от практического применения научной разработки, оцениваемый по тому, насколько охотно данной разработкой заинтересовываются коммерческие структуры, на каких условиях они берут под ее внедрение кредит и насколько успешно выполняют все условия его возврата.

В результате подобной системы удалось бы непротиворечиво соединить рыночные начала производства и плановое воздействие государства на экономику, при котором плановое воздействие не ограничивало бы инициативы первичных звеньев производства. Такое соединение плана и рынка соответствовало бы принципу дополнительности и способствовало бы активизации моральных мотивов людей, объединенных общими задачами.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье показано, что в современной этике возникла новая ситуация, связанная с осмыслением превращения общества в глобальную систему, в которой отношения одного человека от другого дистанцированы. и не воспринимаются так, как это было в традиционном обществе. Связи между людьми все более

поддерживаются специальными институтами, устраняющими личностное отношение одного человека к другому. Это проявляет себя и в этике бизнеса, где решения не только часто принимаются независимо от личных предпочтений, но, что важно подчеркнуть, такое принятие решений, собственно, становится одним из нравственных требований. В современной этике не работают многие традиционные моральные императивы, ориентированные на фиксацию именно личного отношения одного человека к другому. В связи с этим возникает необходимость разработки новых правил, фиксируемых в кодексах профессиональной этики. Тем не менее, общие черты, присущие моральной регуляции как таковой, проявляют себя и в современных условиях. Это, в частности, выражается в системах морали, ориентированной на сетевые связи, в различных формах самоорганизации моральных субъектов в их социальной и профессиональной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Appelbaum A., *Ethics for Adversaries. The Morality of Roles in Public and Professionals Life*, Princeton, Princeton University Press, 1999.
- [2] Гусейнов А.А., *Философия, мораль, политика*, ИКЦ «Академкнига», Москва 2002.
- [3] Зомбарт В., *Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека*, Изд. Художественная промышленность и культура, Москва 2009.
- [4] Скотт М. Катлип, Ален Х. Центр, Глен М. Брум, Паблик рилейшнз. *Теория и практика*, Москва 2000.
- [5] Фукуяма Ф., *Доверие*, Изд. АСТ Москва: Хранитель, Москва 2006.
- [6] Шихирев П.Н., *Введение в российскую деловую культуру*, ОАО Типография Новости, Москва 2000.
- [7] Эдмондс Д., *Убили бы вы толстяка? Задача о вагонетке: что такое хорошо и что такое плохо?*, Изд-во Института Гайдара, Москва 2016.

ETYCZNE MOTYWY W STRUKTURZE ZARZĄDZANIA

W artykule rozpatruje się znaczenie etycznej motywacji w zarządzaniu. Pokazano, że we współczesnej etyce powstała nowa sytuacja, związana ze zrozumieniem transformacji społeczeństwa w system globalny, w którym relacje międzyludzkie są oddzielone dystansem i postrzegane inaczej niż w tradycyjnym społeczeństwie. Podstawową cechą zarządzania jest skuteczność: w jakim stopniu jest ona kompatybilna z motywacją moralną, czy są możliwe sytuacje, gdy skuteczność należy poświęcić w imię moralności lub odwrotnie, jak moralność może się przyczynić do osiągnięcia efektywności w perspektywie krótko- lub długoterminowej? Odpowiadając na te pytania, autor porównuje pozycję moralnego absolutyzmu i utylitaryzmu, pokazuje, że do pewnego stopnia teorie te są zgodne, jeśli utylitaryzm nie jest postrzegany w wąskim sensie korzyści, zwiększenia wspólnego dobra za wszelką cenę. W pracy rozważa się rolę moralności w realizacji zarządzania sieciowego, które, zdaniem autora, odpowiada naturze etyki związanej z indywidualnym, osobowościowo odpowiedzialnym wyborem moralnym. W związku z tym sformułowano zalecenia dotyczące doskonalenia form organizacji współczesnego procesu produkcji.

Słowa kluczowe: etyka, moralność, motywacja, zarządzanie, absolutyzm, utylitaryzm, odpowiedzialność, efektywność, zarządzanie sieciowe

ETHICAL MOTIVES IN MANAGEMENT STRUCTURE

The article considers the place of moral motives in managerial activities. It is shown that in modern ethics there is a new situation that is associated with the comprehension of the transformation of society into a global system, in which relations from one person to another are in distance and cannot be perceived as it was in traditional society. The main characteristic of management is the effectiveness, how it is compatible with moral motives, can there be a situation where efficiency has to sacrifice for the sake of morality, or how morality can facilitate the achievement of efficiency in the short or long term? In the course of answering these questions, the author compares the positions of moral absolutism and utilitarianism shows that to some extent these theories are compatible, if utilitarianism is not considered in the narrow sense of the benefits of increasing the common good at any cost. The article offers a review of the role of morality in the implementation of the network management that, in the author's opinion, consistent with the nature of morality associated with individual, personal responsible moral choice. In this regard, it is suggested the recommendations on improvement of forms of organization of modern production.

Keywords: ethics, morality, motives, management, absolutism, utilitarianism, responsibility, efficiency, network management

DOI:10.7862/rz.2016.hss.49

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Andrzej SOŁTYS¹

REKONSTRUKCJA UNIWERSALNEGO POJĘCIA ANALOGII W FILOZOFII ŚW. TOMASZA

W niniejszym studium przedmiotem analizy uczyniono św. Tomasza z Akwinu doktrynę analogii. Jakkolwiek analogia ma swoje stałe miejsce w filozofii i teologii katolickiej, tak już nie ma zgody w kwestii pojęcia analogii oraz jej roli we wskazanych obszarach wiedzy. Tymczasem analogia nie może być sprawnym narzędziem filozoficznego i teologicznego poznania, dopóki nie wypracuje się jednej spójnej jej interpretacji. O tym, jak trudno stworzyć taką interpretację, świadczą liczne rozbieżne komentarze i polemiczne studia dotyczące tego zagadnienia. Autor niniejszego studium twierdzi, że najbardziej podstawowym zadaniem w pokonywaniu rozbieżności interpretacyjnych dotyczących św. Tomasza teorii analogii, jest zadanie określenia uniwersalnego pojęcia analogii. Zmierzają on do ustalenia takiego pojęcia poprzez polemiczną dyskusję z zrekonstruowanym pojęciem analogii i wskazywanym jako uniwersalne przez współczesnego francuskiego tomistę de l'abbé S. Leclère. Twierdzeniem niniejszej pracy jest stanowisko, że Leclère niesłusznie zawęził św. Tomasza teorię analogii jedynie do porządku logicznego, czyniąc z niej wyłączne narzędzie orzekania wspólnych predykatów o przedmiotach. Wykazuje, że św. Tomasz wielokrotnie daje wyraz temu, że myśli on porządkiem rzeczy poznawanej, dlatego porządek metafizyczny w jego dziełach uprzedza porządek logiczny. W przeciwieństwie do tego, jak robił to l'abbé S. Leclère, rekonstrukcja pojęcia analogii jako takiej winna przebiegać nie w porządku logicznym, lecz w porządku metafizycznym. Natomiast za słuszny uznaje się sprzeciw de Leclère wobec redukowania, przez Kajetana i komentatorów św. Tomasza podążających za Kajetanem, uniwersalnego pojęcia analogii do jednego z jej typów.

Słowa kluczowe: analogia, analogiczne orzekanie, język, metafizyka, tomizm

1. WPROWADZENIE

Zagadnienie analogii pojawia się w kontekście metafizycznego badania pluralizmu bytowego. Chodzi o taki sposób bytowania rzeczy, w którym rzeczy istotnie różnią się między sobą, a w niektórych aspektach są do siebie podobne. W metafizyce jednak mówi się o analogii szerzej aniżeli tylko w odniesieniu do bytowania rzeczy. Analogiczne bytowanie rzeczy implikuje analogię jako metodę ich poznawania, a następnie analogicznego o nich orzekania. Teoria analogii zespalająca wskazane obszary jest dziedzictwem myśli św. Tomasza z Akwinu. I chociaż św. Tomasz nie stworzył traktatu o analogii, to jednak liczne jego wypowiedzi na temat analogii, rozsiane w różnych jego dziełach, świadczą o wadze i znaczeniu, jakie ten przypisywał analogii w tworzonym przez siebie systemie filozoficznym. Analogia w tekstach św. Tomasza jest obecna najczęściej wtedy, gdy bada on problemy metafizyczne oraz te z zakresu teologii naturalnej. Spój-

¹ Ks. dr Andrzej Sołtys, Zakład Nauk Humanistycznych, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, e-mail: asoltys@prz.edu.pl

ność jego twierdzeń dotyczących analogii pozwala je nazwać tomistyczną teorią analogii. Także dla współczesnej filozofii i teologii św. Tomasza doktryna analogii nie przestaje być dziedzictwem o fundamentalnym znaczeniu.

Analiza twierdzeń Akwinaty dotyczących analogii i ich interpretacja nie jest jednak łatwa. Św. Tomasz wypowiada je zawsze przy okazji badania innych zagadnień². O trudności spójnej interpretacji Tomasza teorii analogii świadczą liczne rozbieżne komentarze i polemiczne studia na jej temat. W niniejszej pracy podejmujemy analizę autorskiej interpretacji Tomaszowego uniwersalnego pojęcia analogii, dokonaną przez współczesnego francuskiego tomistę l'abbé S. Leclère. Twierdzimy, że rekonstrukcja pojęcia analogii jako takiej jest nie tylko kluczem do właściwego rozumienia poszczególnych odmian analogii, wokół których narosło tak dużo błędów, ale także do określenia ich właściwej roli w metafizyce klasycznej. Celem niniejszego studium jest zbadanie, dokonanej przez de l'abbé S. Leclère, autorskiej rekonstrukcji Tomaszowego uniwersalnego pojęcia analogii pod kątem jej zgodności z całościową jego doktryną analogii. L'abbé S. Leclère bada pojęcie analogii jako takiej w związku z dyskutowanym przez św. Tomasza problemem analogicznego orzekania tych samych nazw o wielu rzeczach. Tomista utrzymuje, że pojęcie analogii jako takiej przynależy do porządku logicznego, a jakiegokolwiek wychodzenie poza ten porządek, w poszukiwaniu uniwersalnego pojęcia analogii, będzie w jego przekonaniu zawsze chybione. Pokazuje drogę rozwiązania, jak twierdzi, pozornych sprzeczności w tekstach św. Tomasza, dotyczących najbardziej ogólnego pojmowania analogii.

2. ANALOGIA NAZW JAKO KONTEKST ODKRYCIA UNIWERSALNEGO POJĘCIA ANALOGII

Znaczenie problemu analogii w filozofii i teologii św. Tomasza zostało zauważone przez licznych jego komentatorów klasycznych, tudzież neotomistycznych³. L'abbé S. Leclère uznaje winnymi komentatorów pism św. Tomasza za to, że ich komentarze dotyczące analogii nie tylko nie odpowiadają filozoficznej myśli św. Tomasza, lecz się jej wręcz przeciwstawiają. Chodzi tu głównie o tych komentatorów, którzy w interpretacji Tomaszowego zagadnienia analogii postępują za Kajetanem. Zdaniem Leclère, oni mało że odeszli od samej istoty analogii, to jeszcze zaczęli *wkładać w usta* św. Tomaszowi twierdzenia dotyczące analogii, które przeciwstawiają się jego całościowej myśli filozoficznej⁴. Z tej racji rodzi się poniekąd potrzeba upomnienia się, aby św. Tomaszowi nie przypisywać tego, czego na temat analogii nigdy nie powiedział. Z pewnością komentator może uznać, że w jakimś twierdzeniu o analogii św. Tomasz się pomylił, ale jest on w obowiązku określić, czego ta pomyłka dotyczy. Bez wskazania takich racji winien był zachować oryginalną myśl Akwinaty. A zachowałby ją wówczas, gdyby interpretował jego teksty, zachowując literę zawartych tam twierdzeń. Jest to bowiem jedyny sposób, aby dogłębnie poznać Tomaszową teorię analogii – twierdzi Leclère⁵.

² Por. M.A. Krąpiec, *Teoria analogii bytu*, RW KUL, Lublin 1993, s. 307.

³ Spośród klasycznych komentatorów teorii analogii św. Tomasza na szczególną uwagę zasługują Kajetan i Franciszek Sylwestris z Ferrary, bowiem współcześni tomiści w interpretacji teorii analogii św. Tomasza najczęściej podążają szlakiem jednego bądź drugiego.

⁴ Por. Abbé S. Leclère, *A propos de l'analogie chez saint Thomas d'Aquin* [online], <http://www.salve-regina.com/salve/L%27analogie> (dostęp: 30.02.2015 r.).

⁵ Por. *Ibidem*.

Św. Tomasz myśli porządkiem rzeczy, które bada⁶. Natomiast analogia nie należy do porządku rzeczy, lecz istnieje między różnymi sensami tej samej nazwy i wówczas nazwa nie jest ani jednoznaczna ani wieloznaczna. Leclère wskazuje na tekst św. Tomasza *De Potentia Dei*, który jak twierdzi, dobrze uwyrażnia charakter analogicznego orzekania. W tym tekście św. Tomasz bada orzekanie analogicznych nazw *ojcostwo* i *synostwo*⁷. Chociaż *ojcostwo* i *synostwo* w porządku bytowym pierwotnie istnieje w Bogu, gdyż Bóg jest źródłem wszelkiego ojcostwa, to jednak nazywamy Boga *Ojcem*, a Chrystusa *Synem*, przenosząc nazwę *ojca* i *syna* z porządku relacji ludzkich. *Per prius* nazwę *ojcostwo* orzeka się o ojcostwie ludzkim, natomiast *per posterius* o ojcostwie Boga Ojca. W analogicznej więc denominacji spełnia się *ratio analogiae*. Analogia jest istotnie sprawą nazw, nie natomiast rzeczy, które są analogiczną nazwą oznaczane⁸. Nie można zatem mylić tego, co odnosi się do nazwy i tego, co odnosi się do rzeczy – twierdzi tomista. W podobnym duchu wypowiada się inny współczesny tomista Owen, który odróżnia pierwszeństwo naturalne od pierwszeństwa wśród znaczeń nazwy i wskazuje na pierwszeństwo wśród znaczeń nazwy jako pierwszeństwo o znaczeniu centralnym dla analogii⁹. Przenoszenie nazw z jednych rzeczy na inne opiera się na dostrzeżonym podobieństwie bądź prostym stosunku zachodzącym między rzeczą oznaczoną nazwą *per prius* i inną rzeczą, której przydziela się tę samą nazwę na podstawie zachodzącego podobieństwa bądź stosunku. Leclère twierdzi, że wspomniane podobieństwo bądź stosunek między rzeczami stanowią warunek po stronie rzeczy, aby z kolei po stronie nazwy analogia działała.

Jednakże to nie podobieństwo między dwoma rzeczami rozstrzyga o analogii między dwoma nazwami¹⁰. Jeśli badając analogię, zatrzymamy się na podobieństwie, które przynależy do porządku bytowego, to tym samym opuścimy dziedzinę analogii jako takiej. Leclère twierdzi, że według Tomasza warunkiem analogii po stronie rzeczy nie jest jakiś zdeterminowany rodzaj podobieństwa. Otóż podobieństwo może być realne, osadzone na przyczynowości, bądź tylko wyobrażone, jak ma to miejsce w przypadku metafory. Skoro więc rodzaj podobieństwa jest bez znaczenia dla analogii jako takiej, to dowodzi tego, że analogia nie zachodzi po stronie rzeczy. Dla potwierdzenia słuszności tego przekonania Leclère wskazuje na tekst *In Boetii de Trinitate*¹¹. Św. Tomasz utrzy-

⁶ „Toujours saint Thomas a pensé l'ordre des réalités qu'il considérait”. *Ibidem*.

⁷ „Praeterea, licet secundum rem paternitas et filiatio per prius sit in deo quam in nobis, secundum illud apostoli ad Ephes. III, 15: ex quo, scilicet deo patre, omnis paternitas in caelo et in terra nominatur; tamen secundum nominis impositionem haec nomina translate sunt ab humanis ad divina”. Św. Tomasz z Akwinu, *De Potentia Dei*, q. 10, a. 4.

⁸ „On voit que l'analogie est essentiellement le fait du nom, et non de la chose qu'il désigne”. Abbé S. Leclère, *op. cit.*; Ralph McInerny twierdzi, że św. Tomasz wykorzystuje łaciński termin *analogia*, aby mówić o porządku pomiędzy znaczeniami w używaniu wspólnego terminu. Por. R. McInerny, *Aquinas and Analogy*, The Catholic University of America Press, Washington, 1996, s. 154. Odmienne stanowisko prezentuje Anderson. W swojej pracy twierdzi, że pierwszorzędnie analogia dotyczy porządku bytowego. Zob. J.F. Anderson, *Reflections on the analogy of being*, Martinus Nijhoff, The Hague 1967.

⁹ Por. G.E.L. Owen, *Logic, Science and Dialectic*, Cornell University Press, Ithaca 1986, s. 192-193.

¹⁰ „Ce n'est pas cette ressemblance qui constitue formellement l'analogie”. Abbé S. Leclère, *op. cit.*

¹¹ „Sicut autem uniuscuiusque determinati generis sunt quaedam communia principia quae se extendunt ad omnia principia illius generis, ita etiam et omnia entia, secundum quod in ente

muje w nim, że zasady bytu są zasadami wielu bytów i to one stanowią podstawę orzekania o nich wspólnej nazwy. Orzekać można wspólną nazwę o rzeczy na podstawie wspólnej formy, która jest formą dla wszystkich form, bądź opierając się na zależności orzekanej treści od przyczyny. Analogicznie orzeka się więc nie tylko na podstawie wzajemnego podobieństwa rzeczy, lecz także na podstawie innego typu relacji, stąd nie można mówić o analogii pomiędzy rzeczami, która implikowałaby z kolei analogię orzekania. Leclère niesłusznie wykorzystał przytoczony tekst św. Tomasza dla wzmocnienia uznanego podstawowego twierdzenia, że analogia jest w swej istocie sprawą nazw.

Tymczasem św. Tomasz nie mówi w *In Boetii de Trinitate*, że analogia istnieje między nazwami, jak tylko, że orzekać można wspólną nazwę na podstawie podobieństwa bądź przyczynowego stosunku zależności między rzeczami. Leclère wyprowadził z tego tekstu, jak się wydaje, zbyt daleko idący wniosek, że istotnie analogia jest sprawą nazw, a nie rzeczy, których te nazwy dotyczą, oraz że wyróżnienie różnych form podobieństwa nie prowadzi do różnych form analogii¹². Na podstawie tego, co powiedziano, Leclère nie wiąże analogii z realnym bytem. Według niego podobieństwo realne bądź tylko wyobrażone pomiędzy rzeczami nie konstituuje analogii. Podobieństwo między realnymi rzeczami może być jedyną z możliwych, aczkolwiek niekoniecznych podstaw do analogicznego orzekania wspólnych nazw o wielu rzeczach. Leclère natomiast zupełnie pominął kwestię analogii bytu¹³, o której *explicite* mówi św. Tomasz w podstawowym tekście zawierającym podział analogii¹⁴. Analizuje tylko te teksty św. Tomasza, które fundują podstawę dla teorii analogii orzekania. I tylko analogia nazw tworzy jego zdaniem właściwy kontekst dla wypracowania św. Tomasza uniwersalnego pojęcia analogii.

3. SPOSOBY ANALOGICZNEGO ORZEKANIA NAZW

Św. Tomasz mówi o kilku sposobach analogicznego orzekania nazw w *Summach* oraz w traktacie *De Veritate*. W *Summa Theologiae* (I, q. 13, a. 5) św. Tomasz zmierza do rozstrzygnięcia, czy to, co orzekamy o Bogu i stworzeniach, orzekamy o nich jednoznacznie¹⁵. Odsuwa błędne odpowiedzi, a mianowicie, że orzekanie o Bogu i stworze-

communicant, habent quaedam principia quae sunt principia omnium entium. Quae quidem principia possunt dici communia dupliciter secundum Avicennam in sua sufficientia: uno modo per praedicationem, sicut hoc quod dico: forma est commune ad omnes formas, quia de qualibet praedicatur; alio modo per causalitatem, sicut dicimus solem unum numero esse principium ad omnia generabilia. Omnium autem entium sunt principia communia non solum secundum primum modum, quod appellat philosophus in XI metaphysicae omnia entia habere eadem principia secundum analogiam, sed etiam secundum modum secundum”. Św. Tomasz z Akwinu, *In Boetii de Trinitate*, p. 3, q. 5, a. 4.

¹² „Distinguer les différentes formes de ressemblance n’est donc pas distinguer les différentes formes d’analogie”. Abbé S. Leclère, *op. cit.*

¹³ Współczesny tomista Bernard Montagnes w swej pracy wykazuje gruntownie, że pojęcie analogii jako takiej dotyczy porządku bytowego. Zob. B. Montagnes, *La doctrine de l’analogie de l’être d’après saint Thomas d’Aquin*, Publications Universitaires, Louvain 1963.

¹⁴ Św. Tomasz z Akwinu, *In I Sent.*, d.19, q. 5, a. 2, ad 1.

¹⁵ „Dicendum est igitur quod huiusmodi nomina dicuntur de deo et creaturis secundum analogiam, id est proportionem. Quod quidem dupliciter contingit in nominibus, vel quia multa habent proportionem ad unum, sicut sanum dicitur de medicina et urina, in quantum utrumque habet ordinem et proportionem ad sanitatem animalis, cuius hoc quidem signum est, illud vero causa;

niach jest jednoznaczne bądź wieloznaczne. Zdaniem św. Tomasza o Bogu i stworzeniach orzeka się nazwy wedle analogii, czyli proporcji. Dokonuje się tego na dwa sposoby. Według pierwszego sposobu orzeka się wspólną nazwę o wielu rzeczach wtedy, gdy te są proporcjonalne do czegoś jednego *multa habent proportionem ad unum*. Św. Tomasz ilustruje ten sposób orzekaniem nazwy *zdrowy* o lekarstwie i o moczu, gdy każde z nich jest podporządkowane i proporcjonalne do zdrowia zwierzęcia, którego pierwsze jest przyczyną, a drugie znakiem. Drugi sposób orzekania ma miejsce wtedy, gdy rzeczy, o których orzekamy nazwę, są do siebie proporcjonalne *ex eo quod unum habet proportionem ad alterum*. Na przykład nazwa *zdrowy* jest orzekana o lekarstwie i o zwierzęciu, gdy lekarstwo jest przyczyną zdrowia będącego własnością zwierzęcia. I to właśnie w ten ostatni sposób, zdaniem św. Tomasza, analogicznie orzeka się niektóre predykaty o Bogu i stworzeniach. Nie jest to orzekanie ani jednoznaczne, ani wieloznaczne, lecz orzekanie według analogii, czyli proporcji *secundum analogiam, id est proportionem*. Orzekanie o Bogu i stworzeniach zakłada zależność stworzenia od Boga jako zasady i przyczyny, w której istnieją uprzednio wszystkie doskonałości rzeczy. Analogia jest osadzona na istniejącym stosunku między stworzeniem i Bogiem.

W kolejnej kwestii św. Tomasz wskazuje na naturę analogicznego orzekania nazw¹⁶. Zwraca uwagę, że jeśli coś orzeka się analogicznie o wielu rzeczach, to znaczy, że to coś zgodnie z właściwym mu pojęciem, znajduje się w czymś jednym, od czego pozostałe rzeczy biorą nazwę *illud invenitur secundum propriam rationem in uno eorum tantum, a quo alia denominantur*. Akwinata także ten sposób orzekania analogicznych nazw unaocznia przykładem orzekania nazwy *zdrowy*¹⁷ i zauważa, że tę nazwę orzekamy o zwierzęciu, lekarstwie i urynie, ale nie dlatego, że zdrowie jest tylko w zwierzęciu, lecz jedynie mając na myśli to, że od zdrowia zwierzęcia *zdrowym* nazywa się lekarstwo, ponieważ lekarstwo przywraca zdrowie, *zdrową* nazywamy urynę, gdy jest oznaką zdrowia. Wprawdzie zdrowie nie jest ani w lekarstwie, ani w urynie, ale w jednym i drugim jest coś, co zdrowie powoduje bądź je oznacza. Powyższy przykład doprecyzowuje podstawę analogicznego orzekania. Otóż o lekarstwie i urynie orzeka się predykat *zdrowy*, ponieważ w obydwu tych rzeczach znajduje się pewna treść, która koresponduje z treścią ujmowaną właściwym pojęciem. Treść korespondująca z właściwym pojęciem wzbogaca to pojęcie. Znaczy to, że przez orzekanie tego predykatu o innych rzeczach orzekamy bogatszą treść aniżeli tę, która jest w pojęciu właściwym, a jeszcze

vel ex eo quod unum habet proportionem ad alterum, sicut sanum dicitur de medicina et animali, in quantum medicina est causa sanitatis quae est in animali. Et hoc modo aliqua dicuntur de deo et creaturis analogice, et non aequivoce pure, neque univoce". Św. Tomasz z Akwinu, *Summa Theologiae*, I, q. 13, a. 5.

¹⁶ „Sed quando aliquid dicitur analogice de multis, illud invenitur secundum propriam rationem in uno eorum tantum, a quo alia denominantur. Sicut sanum dicitur de animali et urina et medicina, non quod sanitas sit nisi in animali tantum, sed a sanitate animalis denominatur medicina sana, in quantum est illius sanitatis effectiva, et urina, in quantum est illius sanitatis significativa. Et quamvis sanitas non sit in medicina neque in urina, tamen in utroque est aliquid per quod hoc quidem facit, illud autem significat sanitatem". Św. Tomasz z Akwinu, *Summa Theologiae*, I, q. 16, a. 6.

¹⁷ Nazwa jest to wyraz albo wyrażenie, które nadaje się na podmiot lub orzecznik orzeczenia imiennego w zdaniu. Orzeczenie imienne to orzeczenie stwierdzające o podmiocie, że jest on taki a taki: x jest zdrowy. Por. Z. Ziemiński, *Logika praktyczna*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1994, s. 26.

ściślej nie orzekamy treści pojęcia właściwego, ale treść z tą ostatnią w różny sposób powiązaną.

W *Summa contra Gentiles* św. Tomasz mówi o analogicznym orzekaniu, które dokonuje się na dwa sposoby¹⁸. Pierwszy, gdy wiele rzeczy otrzymuje tę samą nazwę ze względu na ich stosunek do jakiejś jednej rzeczy – do całości. Przykładem tego jest orzekanie nazwy *zdrowy* o wielu, przy czym właściwe pojęcie *zdrowy* orzeka się tylko o zwierzęciu. Natomiast drugi sposób orzekania zachodzi wówczas, gdy nazwę oznaczającą jakąś rzecz orzekamy o innej rzeczy powiązanej z pierwszą stosunkiem zależności. Przykładem takiego orzekania jest rozciągnięcie nazwy *byt* z substancji na przypadłość, która nie może bez substancji istnieć. W tym przypadku substancja i przypadłość nie pozostają w stosunku do czegoś trzeciego *non quod substantia et accidens ad aliquid tertium referantur*, lecz nazwę *byt* orzeka się o przypadłości na podstawie jej stosunku zależności od substancji *sicut ens de substantia et accidente dicitur secundum quod accidens ad substantiam respectum habet*. Wyżej zanalizowane teksty św. Tomasza dobrze korespondują ze sobą. Opierając się na nich, można wskazać na kilka odmian analogii orzekania. I to na ich podstawie Leclère dąży do skonstruowania uniwersalnego pojęcia analogii.

Z tymi tekstami zamieszczonymi w *Summach* zdaje się nie korespondować wypowiedź na temat analogii zamieszczona w *De Veritate*, gdzie św. Tomasz rozpatruje zagadnienie analogii w kontekście różnoznacznego orzekania nazw o Bogu i stworzeniach¹⁹. Wskazuje na dwa rodzaje analogii nazw: analogię proporcji (stosunku) i analogię proporcjonalności *prima ergo convenientia est proportionis, secunda autem proportionalitatis*. Orzekanie przez analogię jest zawsze orzekaniem według proporcji *secundum analogiam, quod nihil est dictu quam secundum proportionem*. Pierwszy sposób analogicznego orzekania, to znaczy według analogii proporcji (stosunku), Tomasz definiuje następująco: *Quia ergo in his quae primo modo analogice dicuntur, oportet esse aliquam determinatam habitudinem inter ea quibus est aliquid per analogiam commune, impossibile est aliquid per hunc modum analogiae dici de deo et creatura*²⁰. Analogia zasadza się na określonym związku między rzeczami, dla których jest coś analogicznie wspólne. Z tego względu Leclère nazywa ją analogią stosunku *l'analogie de rapport*²¹. Tomasz utrzymuje, że według tej analogii nic nie możemy orzekać o Bogu i stworzeniach. Nie jest możliwe, aby mówić o Bogu i stworzeniu według sposobu, gdzie o dwóch rzeczach orzeka się tę samą nazwą, ze względu na coś, co jest w tych rzeczach wspólne, czyli według analogii stosunku *secundum analogiam, id est proportionem*. Powszechna charakterystyka analogii proporcji (stosunku) zdaje się przeczyć temu, co na temat zastosowania tej analogii św. Tomasz zapisał w *Summa Theologiae* (I, q. 13, a. 5).

¹⁸ „Analogice: hoc est, secundum ordinem vel respectum ad aliquid unum. Quod quidem dupliciter contingit: uno modo, secundum quod multa habent respectum ad aliquid unum: sicut secundum respectum ad unam sanitatem animal dicitur sanum ut eius subiectum, medicina ut eius effectivum, cibus ut conservativum, urina ut signum. Alio modo, secundum quod duorum attenditur ordo vel respectus, non ad aliquid alterum, sed ad unum ipsorum: sicut ens de substantia et accidente dicitur secundum quod accidens ad substantiam respectum habet, non quod substantia et accidens ad aliquid tertium referantur”. Św. Tomasz z Akwinu, *Summa contra Gentiles*, I, 34.

¹⁹ Św. Tomasz z Akwinu, *De Veritate*, q. 2, a. 11.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ Abbé S. Leclère, *op. cit.*

Gdy chodzi o analogię proporcjonalności, to św. Tomasz definiuje ją następująco: *Convenientia etiam quandoque attenditur non duorum ad invicem inter quae sit proportio sed magis duarum ad invicem proportionum, sicut senarius convenit cum quaternario ex hoc quod sicut senarius est duplum ternarii, ita quaternarius binarii*²². Analogia proporcjonalności jest proporcjonalnością proporcji występującej w dwóch jej członach.

Przykładem zachodzącej proporcjonalności jest podwojenie $\frac{2}{3} = \frac{4}{6}$. Orzekanie według

analogii proporcjonalności jest prezentowane przez Kajetana i komentatorów św. Tomasza podążających za Kajetanem jako jedyny sposób orzekania tej samej nazwy o Bogu i stworzeniu²³. Jak zatem rozwiązać problem braku spójności w tekstach św. Tomasza dotyczących analogii nazw? Która z przedstawionych odmian analogii daje odpowiednie podstawy do skonstruowania najbardziej uniwersalnego pojęcia analogii? Czy rzeczywiście św. Tomasz uniwersalne pojęcie analogii jest związane tylko z porządkiem orzekania?

4. W KIERUNKU UNIWERSALNEGO POJĘCIA ANALOGII

Leclère przebadał cztery teksty św. Tomasza, które uznał za najważniejsze dla wykładu jego doktryny analogii. Utrzymuje, że opierając się na tych tekstach, można zrekonstruować uniwersalne pojęcie analogii. Zresztą czyni to, jak się wydaje, pod wyraźnym wpływem Kajetana, który właśnie na podstawie wspomnianych tekstów badał, które pojęcie analogii można uznać za najbardziej uniwersalne, to znaczy definiujące analogię jako taką. Zaznaczmy przy tym, że Leclère, dobierając wypowiedzi św. Tomasza na temat analogii, z góry założył, że najbardziej uniwersalne pojęcie analogii jest zawarte w analogii nazw. Stąd rozpatrując doktrynę analogii nazw, będzie można określić, które pojęcie definiuje analogię jako taką, obecną w każdym typie analogii. Francuski tomista zauważa przy tym, że to, co św. Tomasz zawarł w *Summa Theologiae* (I, q. 13, a. 5); *Summa Theologiae* (I, q. 16, a. 6); *Summa contra Gentiles* (I, 34), wydaje się nie korespondować z tym, co powiedział św. Tomasz o analogii w *De Veritate* q. 2, a. 11. Na pierwszy rzut oka zanalizowane teksty nie są spójne, podczas gdy to ich spójność jest warunkiem odpowiedniej rekonstrukcji Tomasza uniwersalnego pojęcia analogii.

Leclère prezentuje rozwiązanie tej trudności w dyskusji z Kajetanem²⁴. W swoim traktacie *De nominum analogia*²⁵ Kajetan rozważa, co Tomasz powiedział na temat analogii w *De Veritate* (q. 2, a. 11). Twierdził, że ze wszystkich tekstów św. Tomasza traktujących o analogii, doktryna analogii proporcjonalności wyłożona w tym tekście dostarcza najbardziej uniwersalnego i prawdziwego pojęcia analogii²⁶. Orzekanie w tej

²² Św. Tomasz z Akwinu, *De Veritate*, q. 2, a. 11.

²³ Por. R. McNerny, *op. cit.*, s. 15-16.

²⁴ Zob. A. Krause, *Zur Analogie bei Cajetan und Thomas von Aquin: eine Analyse*, Halle/Saale, Hallescher 1999.

²⁵ Cajetan, *Scripta philosophica: De nominum analogia*, Inst. „Angelicum”, Romae 1952.

²⁶ Kajetan wskazuje na trzy odmiany analogii: „Ad tres ergo modos analogiae omnia analogia reducuntur: scilicet ad analogiam inaequalitatis, et analogiam attributionis, et analogiam proportionalitatis. Quamvis secundum veram vocabuli proprietatem et usum Aristotelis, ultimus modus tantum analogiam constituat, primus autem alienus ab analogia omnino sit”. Cajetan, *op. cit.* nr 3; Zob. J. Hochschild, *The Semantics of Analogy Reading Cajetan's De Nominum Analogia*, University of Notre Dame Press, Indiana 2010.

analogii zasada się bowiem na wewnętrznej denominacji każdego analogatu – twierdzi Kajetan. Tym twierdzeniem Kajetan zaprzeczył temu, co św. Tomasz utrzymywał na temat analogii w *Summa Theologiae* (I, q. 13, a. 5); *Summa Theologiae* (I, q. 16, a. 6); *Summa contra Gentiles* (I, 34), a mianowicie, że wewnętrzny bądź zewnętrzny charakter denominacji jest obojętny dla samej analogii. Z kolei wbrew temu, co twierdzi Kajetan, słusznie zauważa Leclère, że św. Tomasz w *De Veritate* (q. 2, a. 11) nie twierdzi, iż analogia proporcji (stosunku) nie jest prawdziwą analogią, lecz tylko podważa, że opierając się na tym typie analogii, można orzekać wspólną nazwę o Bogu i stworzeniu. Natomiast rzekomą niespójność porównywanych tekstów św. Tomasza o analogii Leclère tłumaczy tym, że użyte przez św. Tomasza słowo *proportio* w porównywanych tekstach występuje w dwóch odmiennych znaczeniach²⁷. W *Summa Theologiae* i *Summa contra Gentiles* słowo *proportio* oznacza stosunek, który realnie nie determinuje dwóch terminów relacji i na podstawie takiego stosunku można wówczas orzekać tę samą nazwę o Bogu i stworzeniu. Bóg bowiem w tym stosunku nie jest zdeterminowany przez stworzenie, jest całkowicie wolny w stosunku do świata. Inaczej świat, który w istnieniu jest zdeterminowany stałą zależnością od Boga.

Inny sens ma natomiast słowo *proportio* w *De Veritate* (q. 2, a. 11). Słowo *proportio* oznacza w tym tekście stosunek, który realnie determinuje obydwa jego korelaty, i to stosuje się do dwóch odmian analogii występujących w tym tekście. Z tego względu według analogii proporcji (stosunku) nie można orzekać tej samej nazwy o Bogu i stworzeniu, gdyż pomiędzy Bogiem i stworzeniem nie istnieje stosunek, który determinowałby obydwa korelaty. Co się tyczy analogii proporcjonalności, to Kajetan uznał ją za jedynie prawdziwą analogię, według której można orzekać tę samą nazwę o Bogu i stworzeniu. Na tym etapie można się zgodzić z Kajetanem jedynie w tym, że według analogii proporcjonalności możemy orzekać o Bogu i stworzeniu, o ile zinterpretujemy odpowiednio stosunki współtworzące strukturę tej analogii. Otóż w tej analogii proporcja determinująca obydwa korelaty może zachodzić jedynie wewnątrz poszczególnych korelatów, nie natomiast między korelatami współtworzącymi analogię proporcjonalności. W przeciwnym razie tak samo jak i w analogii proporcji (stosunku) z *De Veritate* stosunek determinowałby obydwa korelaty, co uniemożliwiłoby stosowanie tej analogii do orzekania o Bogu i stworzeniu.

Występowanie w dwóch znaczeniach słowa *proportio* Leclère argumentuje, wskazując na liczne inne wypowiedzi św. Tomasza. O dwóch znaczeniach terminu *proportio* Akwinata mówi *explicite* w kilku miejscach²⁸. W pierwszym znaczeniu *proportio* oznacza pewien stosunek – odniesienie jednej ilości do drugiej. W innym znaczeniu każdy stosunek jednego do drugiego jest nazywany *proportio*. I w tym sensie pozostają stworzenia w proporcjonalnym stosunku do Boga, jako skutek do swojej przyczyny bądź możliwość do aktu. O tych dwóch znaczeniach słowa *proportio* św. Tomasz mówi także

²⁷ „En fait la différence entre tous les textes des deux sommes sur l’analogie et le De Veritate, q. 2, a. 11, est que le sens du mot *proportio* n’est pas le même”. Abbé S. Leclère, *op. cit.*

²⁸ „Proportio dicitur dupliciter. Uno modo, certa habitudo unius quantitatis ad alteram; secundum quod duplum, triplum et aequale sunt species proportionis. Alio modo, quaelibet habitudo unius ad alterum proportio dicitur. Et sic potest esse proportio creaturae ad deum, in quantum se habet ad ipsum ut effectus ad causam, et ut potentia ad actum. Et secundum hoc, intellectus creatus proportionatus esse potest ad cognoscendum deum”. Św. Tomasz z Akwinu, *Summa Theologiae*, I, q. 12, a. 1, ad 4.

w *III Sent*²⁹. Niniejsza wypowiedź na temat dwojakiego pojmowania stosunku każe zwrócić uwagę na fakt, że w przypadku rozumienia *proportio* jako stosunku jednego do drugiego trzeba odróżnić dwie jego odmiany, czego z kolei zdaje się nie dostrzegać Leclère. Jedną jest fundujący analogię proporcji stosunek, który determinuje obydwie korelaty, jak ma to miejsce w przypadku stosunku między materią i formą, inną gdy stosunek nie determinuje korelatów, jak to jest z kolei w przypadku analogii proporcji (stosunku) opisanej w *Summach*, według której orzeka się tę samą nazwę o Bogu i o stworzeniu.

Kajetan w *De nominum analogia*, interpretując pojęcie analogii opisane w *De Veritate* (q. 2, a. 11), nie zauważa wskazanych wyżej znaczeń słowa *proportio*. Zdaniem Kajetana w *De Veritate* św. Tomasz zawarł najbardziej uniwersalne i prawdziwe pojęcie analogii. Należy zauważyć, że słowa *proportio* w tym traktacie św. Tomasz używa w węższym znaczeniu. *Proportio* oznacza stosunek, który determinuje obydwie korelaty. Zdaniem de Leclère ograniczone znaczenie słowa *proportio* nie może stanowić podstawy do utworzenia definicji najbardziej uniwersalnego pojęcia analogii. Według niego takie pojęcie Akwinata zawarł w dwóch *Summach*, gdzie określił najogólniejsze warunki analogicznego orzekania. Orzekamy wspólną analogiczną nazwę o wielu rzeczach dlatego, że o jednej z tych rzeczy orzekamy zgodnie z właściwym jej pojęciem – orzekamy o formie tej rzeczy i od tej rzeczy inne biorą nazwę. Uszczegółowienie tego najbardziej uniwersalnego pojęcia analogii prowadzi, zdaniem współczesnego tomisty, do wyróżnienia odmian analogii, a te z kolei takie najbardziej ogólne pojęcie analogii zakładają. Według Leclère najogólniejsze teksty św. Tomasza nie zezwalają fundować analogii jedynie na podobieństwie dwóch stosunków i wewnętrznej denominacji każdego analogatu. Skoro więc pojęcie analogii zawarte w *De Veritate* zasadza się wyłącznie na takim podobieństwie i takiej denominacji, to nie można uznać tego pojęcia analogii za najbardziej uniwersalne.

L'abbé Leclère krytykuje tych filozofów tomistycznych, którzy idąc za Kajetanem nie badają rozszerzonego pojęcia analogii ukazanego w *Summach*, to znaczy pojęcia uniwersalnego. Także szczegółowe rozróżnienia związane z wykładem pojęcia analogii, jakie św. Tomasz zawarł w *De Veritate* (q. 2, a. 11), zostały przez nich źle zinterpretowane i bezpodstawnie uznane za racje uniwersalnej definicji analogii. Przykładu takiej interpretacji Tomaszowego pojęcia analogii, zawartego w *Summa Theologiae* (I, q. 16, a. 6), dostarcza Antoine Goudin, który pisze: *Analogia attributionis sunt, quorum unum participat rationem communem cum habitudine ad aliud principalius*³⁰. Natomiast analogię proporcjonalności charakteryzuje następująco: *analogia proportionalitatis sunt, quae se habent ad rationem communem cum quaedam proportione*. Według Goudina analogiami atrybucji są te, w których tylko jedna rzecz uczestniczy w sensie właściwym

²⁹ „Proportio dicitur dupliciter. Uno modo idem est proportio quod certitudo mensurationis duarum quantitatum: et talis proportio non potest esse nisi duorum finitorum, quorum unum excedit secundum aliquid certum et determinatum. Alio modo dicitur proportio habitudo ordinis, sicut dicimus esse proportionem inter materiam et formam, quia se habet in ordine, ut perficiatur materia per formam, et hoc secundum proportionabilitatem quamdam: quia sicut forma potest dare esse, ita et materia potest recipere idem esse: et hoc modo etiam movens et motum debent esse proportionabilia, et agens et patiens, ut scilicet sicut agens potest imprimere aliquem effectum, ita patiens possit recipere eundem”. Św. Tomasz z Akwinu, *III Sent.* d. 1, q. 1, a. 1.

³⁰ Cyt. za Abbé S. Leclère, *op. cit.*

we wspólnym pojęciu, natomiast analogiami – proporcjonalności, w których korelaty są powiązane ze sobą wspólną treścią w pewnej proporcji.

Goudin nie naruszył litery tekstu św. Tomasza opisującego analogię. Jednakże Akwinata w odróżnieniu od Antoine Goudina nie nazywa opisanego orzekania wspólnej nazwy o wielu analogią atrybucji. A zatem to, co św. Tomasz powiedział o analogii jako takiej Goudin nazwał analogią atrybucji. Zredukował tym samym ogólne pojęcie analogii do pojęcia analogii atrybucji. W myśl twierdzenia Goudina analogia atrybucji definiuje analogię jako taką. W przedstawionej charakterystyce analogii Goudin wyraźnie postępuje za Kajetanem, ignorując uniwersalne znaczenie tego, co na temat analogii jasno powiedział św. Tomasz w *Summa Theologiae*³¹. Jeśli coś orzeka się o wielu rzeczach analogicznie, to dlatego że to coś, zgodnie z właściwym mu pojęciem, znajduje się w czymś jednym, od czego pozostałe biorą tylko nazwę.

Leclère uważa, że także Jan od św. Tomasza, interpretując Akwinaty pojęcie analogii, podąża za Kajetanem³². Jan od św. Tomasza wskazuje, że spośród wielu warunków analogii atrybucji i proporcji jeden z nich jest szczególnie. Otóż wymaga on, aby w analogacie głównym forma realizowała się wewnątrz, w innych zaś zewnątrz i przez denominację. Znaczy to, że warunek ten jest wspólny dla tych odmian analogii i dlatego definiuje najbardziej uniwersalne pojęcie analogii. Jan od św. Tomasza dostrzega jednak, że zarysowane ogólne pojęcie analogii nie jest doktryną analogii św. Tomasza i dlatego dodaje: *Fundamentum vero alterius partis est primo ex D. Thomas, qui generaliter docet in omnibus analogis neccesse esse, quod omnia dicantur per respectum ad unum, et quod illud unum ponatur in definitione omnium, ut patet* (I, q. 13, a. 6 et I, q. 16, a. 6)³³. Co się tyczy uniwersalnego pojęcia analogii, to św. Tomasz naucza, że we wszystkich analogiach konieczne jest, aby denominacja dokonywała się przez odniesienie do jednego, oraz że to jedno winno być zawarte w definicji każdego.

W gruncie rzeczy pogląd Jana od św. Tomasza, dotyczący Tomaszowego uniwersalnego pojęcia analogii nie koresponduje z tym, co Akwinata powiedział na temat analogii. Zgodny jest raczej z tym, co na temat analogii powiedział Kajetan. Mimo że Jan od św. Tomasza chciał wiernie zrekonstruować św. Tomasza najbardziej ogólne pojęcie analogii, to w ostateczności imputował św. Tomaszowi tezę Kajetana, że jego uniwersalnym pojęciem analogii jest analogia atrybucji³⁴. Jan od św. Tomasza wzmiankuje, że św. Tomasz uczy, iż w analogiach atrybucji, to co się orzeka, powinno się znaleźć wewnątrz w jednym z analogatów, a w innych na sposób orzekania. Jego zdaniem dowodzi tego tekst *Summa Theologiae* (I, q. 16, a. 6, et 4), gdzie św. Tomasz wskazuje, że forma powinna się znajdować tylko w jednym spośród analogatów we właściwym jej

³¹ „Sed quando aliquid dicitur analogice de multis, illud invenitur secundum propriam rationem in uno eorum tantum, a quo alia denominantur”. Św. Tomasz z Akwinu, *Summa Theologiae*, I, q. 16, a. 6.

³² „In analogis attributionis seu proportionis ex multis conditionibus illa est praecipua, quod in principali analogato inveniatur forma intrinsece, in aliis vero extrinsece et per denominationem”. Jan od św. Tomasza, *Cursus philosophicus thomisticus*, Log. II P., q. XII, a. 4, cyt. za Abbé S. Leclère, *op. cit.*, przyp. 4.

³³ *Ibidem*.

³⁴ „Ita sumitur ex D. Thomas, qui utrumque docet. Nam in istis analogis attributionis debeat tantum invenire intrinsece in uno et denominative in aliis, constat ex I p. q. 16, a. 6 et 4, Metaph. Lect. 1 et 11, Metaph. Lect. 3, ubi ponit formam debere inveniri in uno analogatorum tantum secundum propriam rationem, a quo alia denominantur”. *Ibidem*.

pojęciu. Niewątpliwie Jan od św. Tomasza trafnie interpretuje tekst św. Tomasza, poza jednym wiążącym szczegółem, że w tym tekście Akwinata nie charakteryzuje analogii atrybucji, lecz po prostu opisuje analogię jako taką.

W żadnym komentowanym przez Jana od św. Tomasza tekście Akwinata nie nazywa analogią jako taką tego, co Kajetan nazywał analogią atrybucji. Jan od św. Tomasza przekonuje, że w pismach Akwinaty analogia atrybucji reprezentuje najbardziej uniwersalne pojęcie analogii w następujący sposób: *Ad primum ex autoritate S. Thomae respondetur, quod in illa universali loquitur S. Thomas non de omnibus analogis absolute, sed restrictive de analogis attributionis tantum, quia in illo loco I p., q.13 agit de analogia magis dialectice quam metaphysice, scilicet ut tenet se ex parte nominum, non ex parte rerum. Sicut autem in analogiam metaphysice considerata attenditur inaequalitas in rerum, ita in analogia dialectice considerata attenditur inaequalitas in modo significandi et nominandi*³⁵. Jak twierdzi Leclère, komentator błędnie ograniczył św. Tomasza uniwersalne pojęcie analogii do analogii atrybucji. Błąd ten mógł się pojawić dlatego, że analogia działa na mocy podobieństwa między faktycznie istniejącymi analogatami (porządek metafizyczny). Tymczasem jego zdaniem nie zwrócono uwagi na to, że przeciw podobieństwo w analogii nie jest determinowane przez rzeczy, lecz przez praktyczny intelekt, który analogicznie orzeka o rzeczach tę samą nazwę na podstawie stosunku proporcji (porządek logiczny). Nie można również przeoczyć, że samo słowo *proportio* jest w pojęciu analogii analogiczne. Stąd wystarczająca do analogicznego orzekania determinacja *proportio* należy zawsze do praktycznego intelektu – twierdzi Leclère.

Trudno się jednak zgodzić ze stanowiskiem Leclère, który upatruje błąd komentatorski Jana od św. Tomasza w tym, że przeniósł on dyskusję dotyczącą analogii z porządku logicznego na teren metafizyki, oraz że powielił on błąd Kajetana. Po pierwsze Kajetana analogia atrybucji jest przeciw definiowana w kategoriach logicznych. Po drugie Kajetan, komentując dzieła św. Tomasza, nie utrzymywał, że pojęcie analogii atrybucji jest w myśli Akwinaty najbardziej uniwersalnym i prawdziwym pojęciem analogii³⁶. Za takie pojęcie analogii uznał natomiast analogię proporcjonalności właściwej, której charakterystykę odnalazł w traktacie *De Veritate*³⁷. Leclère, broniąc słuszności swojego przekonania co do przeniesienia przez Kajetana istotnego problemu analogii z logiki na teren metafizyki, musiałby wykazać, że problematyka analogii proporcjonalności u Kajetana jest problematyką metafizyczną nie zaś logiczną, co również nie wydaje się być słuszne ze względu na to, że Kajetan ujednoznaczniał relacje tworzące analogię proporcjonalności³⁸. Tymczasem analogia zasadzająca się na jednoznacznych relacjach z pewnością analogią metafizyczną nie jest.

5. ZAKOŃCZENIE

W interpretacji analogii i jej podziału Leclère przyjął, że analogia jako taka winna być badana w kontekście orzekania nazw. Chodzi o porządek użycia tego samego słowa, które *per prius* jest orzekane o jednej rzeczy i *per posterius* orzekane o rzeczy innej bez denominacji wewnętrznej, lecz na podstawie jej podobieństwa bądź jakiegokolwiek

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ Por. M.A. Krąpiec, *op. cit.*, s. 191.

³⁷ Por. M. Ciszewski, *Kajetan*, [w:] *Powszechna encyklopedia filozofii*, red. A. Maryniarczyk i in., t. 5, Polskie Towarzystwo Tomasza z Akwinu, Lublin 2004, s. 428.

³⁸ Por. M.A. Krąpiec, *op. cit.*, s. 196-197.

stosunku do rzeczy pierwszej³⁹. Zdaniem de Leclère to jest właściwe najogólniejsze pojęcie analogii w filozofii św. Tomasza, które z kolei każda odmiana analogii zakłada. Powyższa analiza doprowadziła do wniosku, że Leclère nie dokonał wiernej rekonstrukcji pojęcia analogii jako takiej. W niezgodzie z tekstami św. Tomasza zredukował analogię do porządku logicznego, w porządku logicznym zaś do orzekania wspólnych nazw o wielu przedmiotach. Dokonana przez de Leclère rekonstrukcja Tomaszowego uniwersalnego pojęcia analogii nie odzwierciedla zawartych w jego dziełach, wiążących dla doktryny analogii, głównych twierdzeń św. Tomasza na temat analogii.

LITERATURA

- [1] Cajetan, *Scripta philosophica: De nominum analogia*, Romae: Inst. "Angelicum", 1952.
- [2] Anderson J.F., *Reflections on the analogy of being*, Martinus Nijhoff, The Hague 1967.
- [3] Ciszewski M., *Kajetan*, [w:] *Powszechna encyklopedia filozofii*, red. A. Maryniarczyk i in., t. 5, Polskie Towarzystwo Tomasza z Akwinu, Lublin 2004, 427-429.
- [4] Hochschild J., *The Semantics of Analogy Reading Cajetan's De Nominum Analogia*, University of Notre Dame Press, Indiana 2010.
- [5] Krause A., *Zur Analogie bei Cajetan und Thomas von Aquin: eine Analyse*, Halle/Saale, Hallescher 1999.
- [6] Krapiec M.A., *Teoria analogii bytu*, RW KUL, Lublin 1993.
- [7] Leclère S. Abbé, *A propos de l'analogie chez saint Thomas d'Aquin* [online], <http://www.salve-regina.com/salve/L%27analogie> (dostęp: 30.02.2015 r.).
- [8] McInerny R., *Aquinas and Analogy*, The Catholic University of America Press, Washington 1996.
- [9] McInerny R., *The logic of analogy, An interpretation of st Thomas*, Martinus Nijhoff, Hague 1961.
- [10] Montagnes B., *La doctrine de l'analogie de l'être d'après saint Thomas d'Aquin*, Publications Universitaires, Louvain 1963.
- [11] Owen G.E.L., *Logic, Science and Dialectic*, Cornell University Press, Ithaca 1986.
- [12] Św. Tomasz z Akwinu, *De Potentia Dei*, q. 10, a. 4.
- [13] Św. Tomasz z Akwinu, *De Veritate*, q. 2, a. 11.
- [14] Św. Tomasz z Akwinu, *III Sent.*, d. 1, q. 1, a. 1.
- [15] Św. Tomasz z Akwinu, *In Boetii de Trinitate*, p. 3, q. 5, a. 4.
- [16] Św. Tomasz z Akwinu, *In I Sent.*, d.19, q. 5, a. 2, ad 1.
- [17] Św. Tomasz z Akwinu, *Summa contra Gentiles*, I, 34.
- [18] Św. Tomasz z Akwinu, *Summa Theologiae*, I, q. 13, a. 5.
- [19] Św. Tomasz z Akwinu, *Summa Theologiae*, II-II, q. 57, a. 1, ad 1.
- [20] Ziemiński Z., *Logika praktyczna*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2004.

³⁹ „Ad primum ergo dicendum quod consuetum est quod nomina a sui prima impositione detorqueantur ad alia significanda, sicut nomen medicinae impositum est primo ad significandum remedium quod praestatur infirmo ad sanandum, deinde tractum est ad significandum artem qua hoc fit”. Św. Tomasz z Akwinu, *Summa Theologiae*, II-II, q. 57, a. 1, ad 1.

**REKONSTRUCTION OF THE UNIVERSAL CONCEPT OF ANALOGY
IN THE PHILOSOPHY OF ST. THOMAS**

The subject of the analysis in present study is the St. Thomas Aquinas' doctrine of analogy. Although the analogy has its permanent place in philosophy and catholic theology, its concept is not the same in the thought of the commentators of St. Thomas. If we want the analogy to be an appropriate tool of philosophical and theological cognition, it should to refute erroneous interpretations of analogy. The author of this study examines the interpretation of the doctrine of analogy of St. Thomas presented by the contemporary French Thomist, S. Leclère. It is the voice in the debate about how St. Thomas understands the universal concept of analogy. This article gives an answer to the question, what is the most universal concept of analogy in the works of St. Thomas, which is present in each kind of analogy. This study shows that Leclère reduces the universal concept of analogy to analogy of names. But Thomas repeats in many of his expressions that the main concept of analogy belongs to the metaphysical order and not to the logical order. For this reason, the reconstruction of the most universal concept of analogy should be done at the level of metaphysical order, contrary to this, as does Leclère, which binds the notion of universal analogy with logical order. On the other hand Leclère rightly opposes the reduction of the universal concept of analogy to the one of the kinds of analogy of names, as had done Cajetan and all commentators of St. Thomas who followed in his footsteps.

Keywords: analogy, analogous predication, language, metaphysics, Thomism

DOI:10.7862/rz.2016.hss.50

Przesłano do redakcji: czerwiec 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Mirosław SOŁTYSIAK¹

POSTRZEGANIE RYZYKA PRZEZ MŁODYCH LUDZI

Problematyka występowania ryzyka w różnych sferach działalności człowieka stanowi przedmiot zainteresowania ludzi od setek lat. Od końca XIX w. są prowadzone na ten temat badania naukowe, które pozwoliły na stworzenie wielu teorii. Teorie te zawierają propozycje definicji zjawiska ryzyka dokonywane z punktu widzenia wielu dyscyplin naukowych. Razem z ryzykiem zostało zdefiniowane zjawisko niepewności i wskazano związki występujące pomiędzy tymi zjawiskami. Określano równocześnie, że terminów tych nie można używać zamiennie, gdyż dotyczą zjawisk, które następują chronologicznie po sobie. Pierwotnie ryzyko było definiowane jako negatywne odchylenie oczekiwanego wyniku od założonego celu. Z czasem w definicjach ryzyka w określeniu „negatywne odchylenie” zaczęto pomijać słowo „negatywne”, twierdząc, że ryzyko stanowi odchylenie od przyjętych założeń, które może być zarówno pozytywne (czyli przynieść zysk), jak i negatywne (czyli przynieść stratę). Ostateczny wynik, jaki osiągnie podmiot narażony na występowanie ryzyka, jest uzależniony od tego, jaki jest poziom znajomości zagadnień związanych z ryzykiem oraz jak postrzegają to zjawisko osoby podejmujące decyzje. Prowadzone na świecie badania dotyczące postrzegania ryzyka pozwalają na stwierdzenie, że postrzeganie zjawisk związanych z występowaniem ryzyka jest uzależnione od wielu zmiennych, do których można zaliczyć między innymi: płeć, wiek, wykształcenie czy wartości kulturowe środowiska, w jakim wychował się decydent. Celem artykułu jest prezentacja wyników badań dotyczących stanu wiedzy na temat zjawisk związanych z ryzykiem oraz postrzegania ryzyka wśród młodych Polaków.

Słowa kluczowe: ryzyko, postrzeganie ryzyka, młodzi ludzie

1. WPROWADZENIE

Termin ryzyko pochodzi z języka starowłoskiego. Jest wykorzystywany do określenia sytuacji, w których decydent nie dysponuje odpowiednią ilością informacji pozwalających mu na podjęcie optymalnych decyzji, a jedynie na określenie prawdopodobieństwa wystąpienia określonego rezultatu podjętych przez niego decyzji. Oznacza on „odważyć się”, czyli określa pewną postawę, jaką może przyjąć człowiek odnośnie do zjawisk, których rezultat jest mu nie do końca znany. Postawa ta jest utożsamiana z wolnym wyborem człowieka, a nie z biernym oczekiwaniem na to, co przyniesie mu los.

Należy zaznaczyć, że ryzyko towarzyszy człowiekowi we wszystkich jego działaniach zarówno w życiu osobistym, jak i zawodowym, od urodzin aż do śmierci. W zależności od fazy życia, płci, wykształcenia czy pozycji zawodowej zjawisko to jest inaczej postrzegane. Postępowanie ludzi wobec ryzyka w wielu wypadkach jest zachowaniem automatycznym, na które znaczący wpływ ma środowisko, w jakim się oni

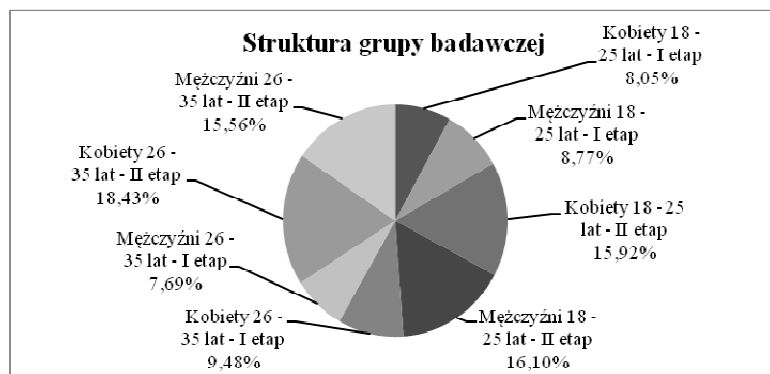
¹ Dr inż. Mirosław Sołtysiak, Zakład Finansów, Bankowości i Rachunkowości, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, e-mail: miroslaw@prz.edu.pl

wychowywali i obecnie przebywają, obowiązujące w tym środowisku normy zachowań i system wartości. W literaturze przedmiotu można znaleźć stwierdzenia, że osoby pochodzące z różnych kultur inaczej widzą ryzyko, różnią się też sposobem konceptualizacji ryzyka oraz przywiązują wagę do różnych klas zagrożenia². Różnice w postrzeganiu ryzyka można więc zauważyć pomiędzy przedstawicielami różnych ras, narodowości, grup społecznych czy też wśród osób należących do różnych grup wiekowych. Potwierdzeniem tego może być fakt, że w Europie i Ameryce większość definicji tego zjawiska była zaliczana do tzw. nurtu negatywnego, gdyż określała ryzyko jako możliwość poniesienia straty lub negatywnego odchylenia od założonych wyników. Nieco inaczej sytuacja przedstawiała się w Chinach, gdzie na określenie ryzyka są wykorzystywane dwa znaki, które łącznie można tłumaczyć jako możliwości wynikające z niebezpieczeństwa. Definicja ta wskazuje nie tylko na negatywny aspekt podjęcia ryzyka, ale również na szansę, jakie może ze sobą nieść nieunikanie ryzyka³.

Problematyka właściwego postrzegania ryzyka jest niezwykle istotna zarówno w życiu osobistym, jak i w pracy zawodowej. Trzeba bowiem pamiętać, że posiadana wiedza, umiejętności analitycznego myślenia, zdolność do kojarzenia faktów, a przede wszystkim skłonność do podejmowania ryzyka wpływają na sukces lub porażkę człowieka.

2. CHARAKTERYSTYKA BADAŃ

Przeprowadzone badania ankietowe miały na celu określenie, jak respondenci oceniają swój poziom wiedzy na temat ryzyka oraz jak jest ono postrzegane przez młode osoby, które jeszcze nie rozpoczęły pracy zawodowej lub są w początkowym okresie swojego „życia zawodowego”, a równocześnie wyrosły i zdobyły wiedzę już po przemianach ustrojowych, jakie miały miejsce w Polsce w 1989 r.



Rys. 1. Struktura grupy badawczej

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

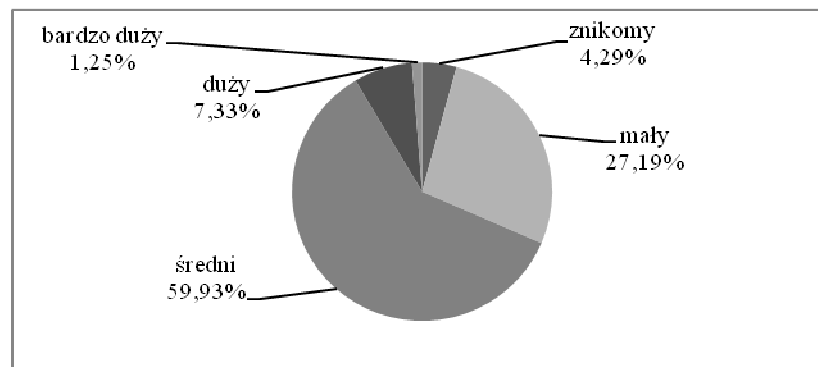
² R. Studencki, *Zachowanie się w sytuacji ryzyka*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2004, s. 96.

³ Potwierdzają to m.in. przeprowadzone przez J.X. Fan i J.J. Xiao badania dotyczące awersji do ryzyka, które wykazały, że osoby pochodzące z Azji wykazują większą tolerancję wobec ryzyka niż osoby pochodzące z Europy i USA. Szerzej zob. J.X. Fan, J.J. Xiao, *Cross-cultural Differences in Risk Tolerance: A Comparison Between Chinese and Americans*, <http://ssrn.com/abstract=939438>.

Badania ankietowe zostały przeprowadzone w dwóch etapach na grupie 559 respondentów w wieku od 18 do 35 lat. W pierwszym etapie uczestniczyło 190, w drugim zaś 369 ankietowanych. W grupie badawczej znalazło się 290 kobiet (51,88%) i 269 mężczyzn (49,12%). Respondenci zostali podzieleni na dwie grupy wiekowe – osoby w wieku od 18 do 25 lat i osoby od 26 do 35 lat. W pierwszej grupie badawczej znajdowały się 273 osoby, w tym 134 kobiety oraz 139 mężczyzn. W drugiej grupie znajdowało się 286 osób, w tym 156 kobiet oraz 130 mężczyzn (rys. 1.).

3. OCENA POZIOMU WIEDZY ANKIETOWANYCH NA TEMAT ZAGADNIEŃ ZWIĄZANYCH Z RYZYKIEM

Na wstępie badań respondenci zostali poproszeni o dokonanie oceny swojego poziomu znajomości zagadnień związanych z ryzykiem (rys. 2.). Udzielone przez ankietowanych odpowiedzi pozwalają stwierdzić, że największą grupę stanowili badani, którzy uznali, że ich poziom wiedzy na temat ryzyka jest średni (ok. 60%). Na kolejnym miejscu znalazła się grupa oceniająca swój poziom wiedzy jako mały (27,19%). Respondenci, którzy ocenili swój poziom wiedzy jako duży lub bardzo duży stanowili łącznie 8,58%, a ci którzy ocenili ten poziom jako znikomy – 4,29%.

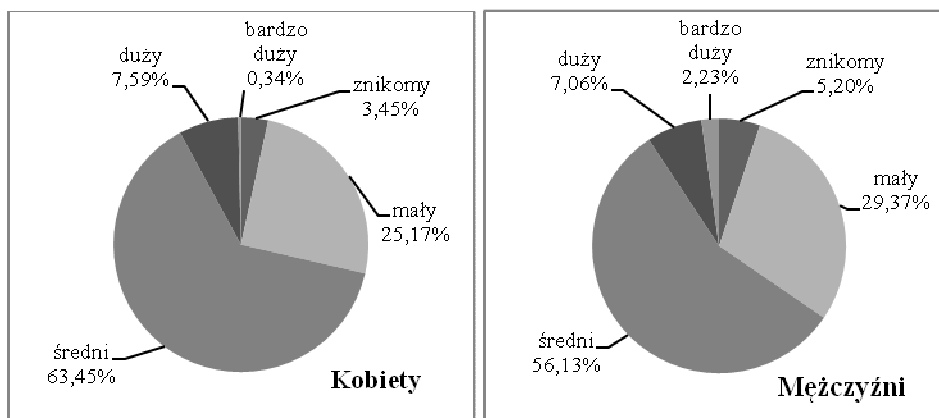


Rys. 2. Poziom znajomości zagadnień związanych z ryzykiem deklarowany przez respondentów

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Analiza odpowiedzi udzielonych w poszczególnych grupach wiekowych pozwala stwierdzić, że osoby starsze oceniają wyżej swój poziom wiedzy na temat zagadnień związanych z ryzykiem. W grupie ankietowanych w wieku od 26 do 35 lat swój poziom wiedzy jako „znikomy” lub „mały” określiło łącznie 29,72%. Dla porównania w grupie ankietowanych w wieku od 18 do 25 lat odpowiedzi te wskazało 33,33% respondentów. Inaczej sytuacja przedstawiała się w przypadku odpowiedzi „średni”, którą wybrało 58,39% osób z grupy od 26 do 35 lat i 61,54% osób z grupy od 18 do 25 lat. Z kolei odpowiedzi „duży” i „bardzo duży” w grupie wiekowej od 26 do 35 lat wybrało odpowiednio 10,14 i 1,75%, a w grupie wiekowej od 18 do 25 lat odpowiednio 4,39 i 0,73%.

Analizując udzielone odpowiedzi dotyczące poziomu wiedzy na temat ryzyka z uwzględnieniem płci ankietowanych, można stwierdzić, że uczestniczące w badaniach kobiety oceniają swój poziom wiedzy z tego zakresu wyżej niż mężczyźni. Potwierdza



Rys. 3. Poziom znajomości zagadnień związanych z ryzykiem deklarowany przez respondentów ze względu na płeć

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

to wybór odpowiedzi „znikomy” i „mały” przez 34,57% mężczyzn i tylko 28,62% kobiet. Z kolei odpowiedź „średni” wybrało 63,45% kobiet i tylko 56,13% mężczyzn. Podobnie sytuacja przedstawiała się w przypadku odpowiedzi „duży”. Wybrało ją 7,59% kobiet i 7,06% mężczyzn. Jedynie w przypadku odpowiedzi „bardzo duży” sytuacja była inna: wybrało ją 2,23% mężczyzn i tylko 0,34% kobiet (rys. 3.).

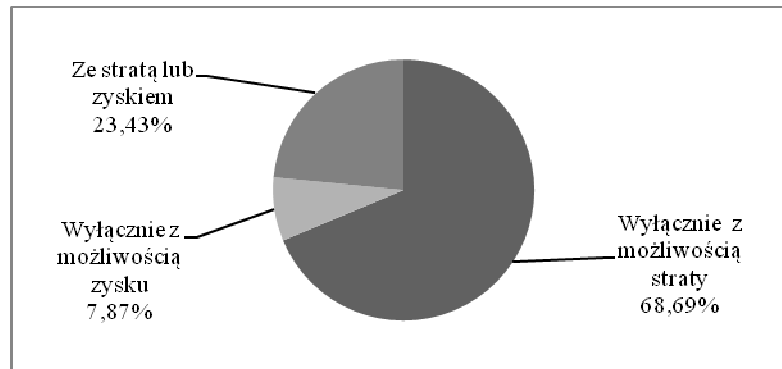
4. POSTRZEGANIE SKUTKÓW RYZYKA PRZEZ MŁODYCH LUDZI

W literaturze przedmiotu można odnaleźć dwa podstawowe podejścia do zdefiniowania ryzyka. Pierwsze podejście, definiując ryzyko, wiąże je z możliwością poniesienia wyłącznie strat i jest zaliczane do tzw. nurtu negatywnej koncepcji ryzyka. Drugie podejście zalicza się do tzw. neutralnej koncepcji ryzyka. Zakłada ono możliwość odchylenia uzyskanych wyników od przyjętych na wstępie założeń. Odchylenia te jednak mogą być zarówno ujemne (strata), jak i dodatnie (zysk). W związku z tym ankietowani zostali poproszeni o określenie, z czym kojarzą się im ewentualne skutki ryzyka. Do wyboru dano im trzy warianty odpowiedzi – „wyłącznie z możliwością straty”, „wyłącznie z możliwością zysku”, „ze stratą lub zyskiem”.

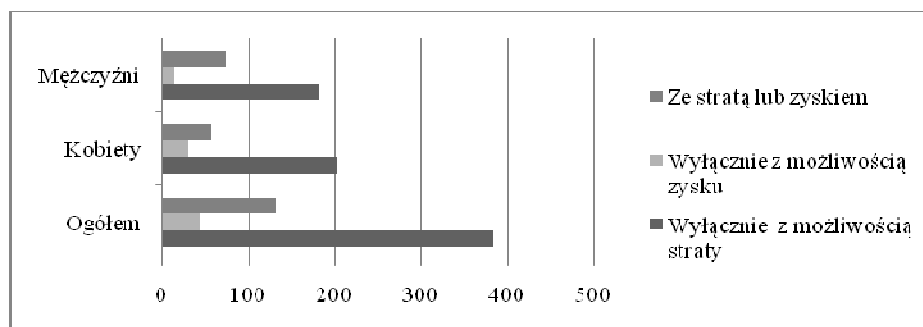
Większość ankietowanych (68,69%) to zwolennicy nurtu negatywnej koncepcji ryzyka, utożsamiający możliwe skutki ryzyka wyłącznie z możliwością poniesienia straty. Taką odpowiedź w grupie ankietowanych w wieku od 18 do 25 lat wybrało 71,06% respondentów, w tym 71,22% mężczyzn i 70,89% kobiet. Z kolei w grupie wiekowej od 26 do 35 lat odpowiedź tę wskazało 66,43% badanych. Spadek udziału w strukturze tej odpowiedzi wynikał przede wszystkim z odpowiedzi udzielonych przez mężczyzn (tylko 63,1% mężczyzn wskazała na tę odpowiedź).

Kolejne miejsce zajęli zwolennicy neutralnej teorii ryzyka, którzy stanowili 23,43% badanych. Odpowiedź ta była wskazywana częściej przez mężczyzn niż przez kobiety. W pierwszej grupie wiekowej wskazało ją 19,4% kobiet i 23,74% mężczyzn. Z kolei w drugiej grupie wiekowej wybrało ją 19,87% kobiet i aż 31,54% mężczyzn. Pozwala to stwierdzić, że o ile w badanej grupie kobiet wiek nie miał wpływu na wybór tej odpo-

wiedzi, to wśród mężczyzn wraz z wiekiem wzrasta liczba zwolenników neutralnej teorii ryzyka.



Rys. 4. Postrzeżenie ewentualnych skutków ryzyka przez ankietowanych
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



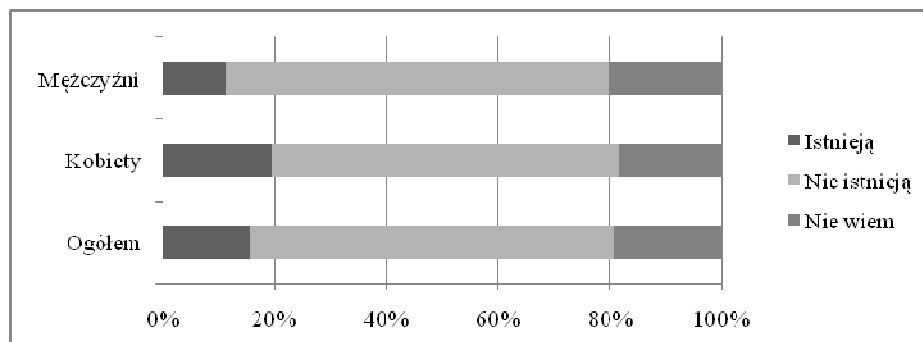
Rys. 5. Postrzeżenie ewentualnych skutków ryzyka przez ankietowanych ze względu na płeć
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W toku badań została również wyłoniona grupa ankietowanych, dla których podejmowanie ryzyka jest związane wyłącznie z możliwością osiągnięcia zysku. W analizowanej grupie badawczej osoby, które w tak optymistyczny sposób podchodziły do możliwych skutków ryzyka, stanowiły aż 7,87%. Bardziej optymistyczne podejście do skutków ryzyka deklarowały kobiety. W pierwszej grupie wiekowej odpowiedź tę wybrało 5,04% mężczyzn i 9,7% kobiet. W drugiej grupie wiekowej sytuacja była podobna: taką odpowiedź wskazało 5,38% mężczyzn i 10,9% kobiet.

5. MIEJSCE WYSTĘPOWANIA RYZYKA

Zjawisko ryzyka towarzyszy wszystkim działaniom człowieka w trakcie jego życia, niezależnie od tego, czy są one realizowane w sferze gospodarczej, czy w życiu prywat-

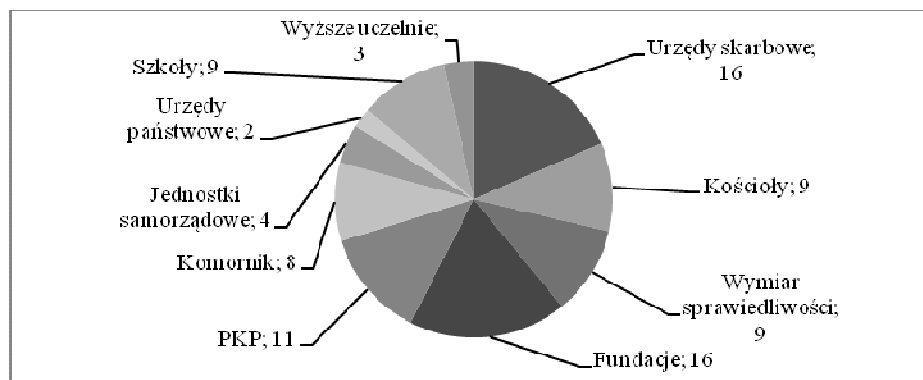
nym. Pomijając ten oczywisty fakt, respondentom zadano pytanie, czy istnieją podmioty lub instytucje, których działalność nie jest obciążona ryzykiem.



Rys. 6. Struktura odpowiedzi udzielonych na pytanie, czy istnieją podmioty lub instytucje, których działalność nie jest obciążona ryzykiem

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Zdaniem 65,3% badanych podmioty takie nie istnieją. Grupa stanowiąca 19,14% badanych wybrała odpowiedź „nie wiem”, a 15,56% badanych twierdziło, że podmioty takie istnieją (rys. 6.). Wśród ankietowanych, którzy wybrali odpowiedź „istnieją”, przeważały kobiety. Odpowiedź tę wskazało 19,66% ankietowanych kobiet i tylko 11,15% mężczyzn. Należy również zaznaczyć, że największy odsetek wybierających odpowiedź „istnieją” (wynoszący 21,64%) wystąpił w grupie kobiet w wieku od 18 do 25 lat.

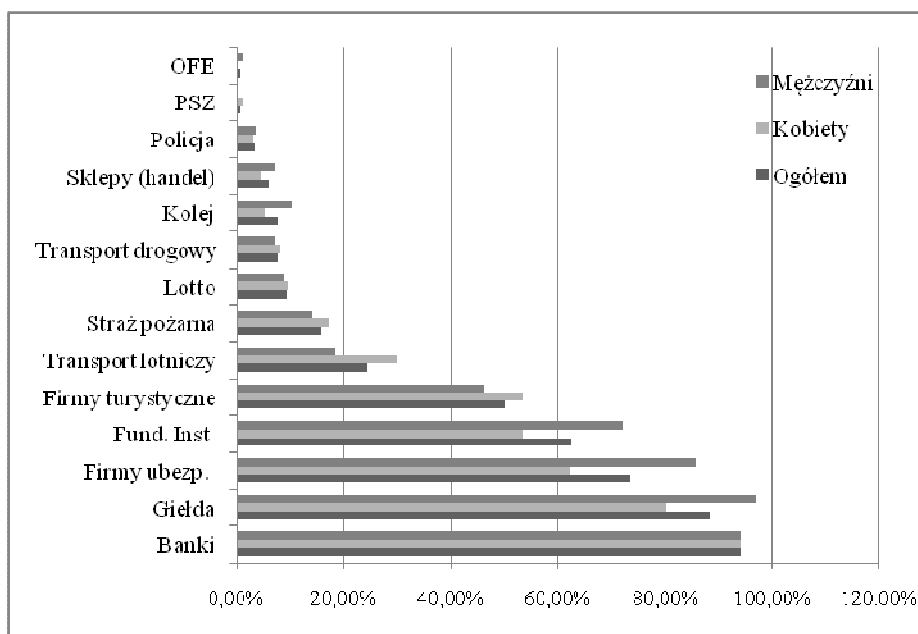


Rys. 7. Podmioty, z których działalnością zdaniem ankietowanych nie jest związane ryzyko

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Ankietowani, którzy wybrali odpowiedź „istnieją”, zostali poproszeni o wskazanie instytucji, których działalność ich zdaniem nie jest związana z występowaniem ryzyka (rys. 7.). Wskazali oni dziesięć instytucji, na pierwszym miejscu umieszczając urzędy

skarbowe i fundacje. Na drugim miejscu wymieniali PKP, a na trzecim kościoły i wymiar sprawiedliwości.



Rys. 8. Podmioty, z których działalnością zdaniem ankietowanych jest związane największe ryzyko

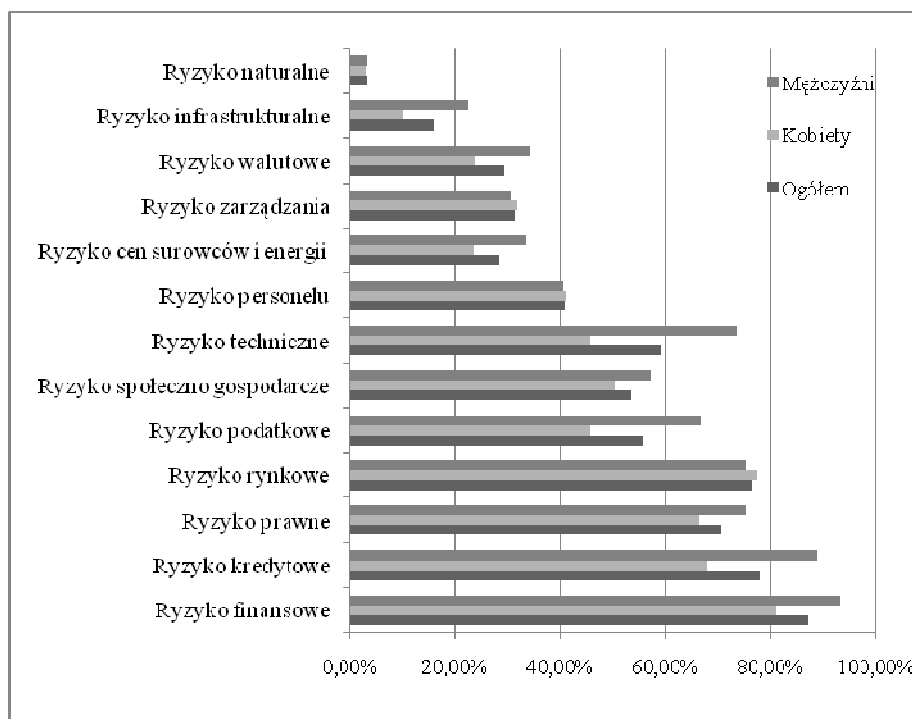
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Następnie ankietowani zostali poproszeni o wskazanie pięciu podmiotów gospodarczych lub instytucji, z których działalnością ich zdaniem jest związane największe ryzyko. Badani wskazali kilkanaście podmiotów (rys. 8.). Należy jednak zaznaczyć, że wśród pierwszych pięciu podmiotów, z których działalnością według badanych wiąże się największe ryzyko, znalazły się niezależnie od płci respondentów i ich wieku te same podmioty. Różnica wystąpiła jedynie w przypadku ich kolejności i procentu wskazań. O ile banki zostały wskazane przez ponad 94% kobiet i mężczyzn, to w przypadku innych podmiotów rozbieżności pomiędzy odpowiedziami kobiet i mężczyzn były znaczne. Giełdę papierów wartościowych wskazało 97,03% mężczyzn i tylko 80,34% kobiet, firmy ubezpieczeniowe 85,87% mężczyzn i tylko 62,07% kobiet, a fundusze inwestycyjne 72,12% mężczyzn i tylko 53,45% kobiet. Kobiety częściej niż mężczyźni wskazywały na firmy turystyczne (53,43% ankietowanych kobiet i 46,1% mężczyzn) i transport lotniczy (30% kobiet i 18,59% mężczyzn).

Analizując strukturę udzielonych odpowiedzi ze względu na przynależność do danej grupy wiekowej, należy stwierdzić, że zarówno w grupie kobiet, jak i mężczyzn procentowy udział wskazań na poszczególne instytucje finansowe wzrastał wraz z wiekiem respondentów.

6. RODZAJE RYZYKA W DZIAŁALNOŚCI PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH I INSTYTUCJI

W dalszej części badań ankietowych respondenci zostali poproszeni o wskazanie rodzajów ryzyka, które najczęściej towarzyszą działalności podmiotów gospodarczych i instytucji (rys. 9.). Na pierwszym miejscu ankietowani niezależnie od płci podawali ryzyko finansowe (86,94%). Wskazywało je 81,03% kobiet i aż 93,31% mężczyzn. Na drugim miejscu w ogólnej strukturze udzielonych odpowiedzi znalazło się ryzyko kredytowe. Należy zaznaczyć, że w przypadku ryzyka kredytowego wystąpiła duża rozbieżność we wskazaniach pomiędzy poszczególnymi grupami wiekowymi. Ryzyko to wskazało w grupie osób do 25 lat tylko 64,83% (w tym 47,76% kobiet i 81,29% mężczyzn), a w grupie osób od 26 do 35 lat – aż 90,56% (w tym 85,25% kobiet i 96,92% mężczyzn).



Rys. 9. Najczęściej występujące rodzaje ryzyka, które zdaniem ankietowanych towarzyszą działalności podmiotów gospodarczych i instytucji

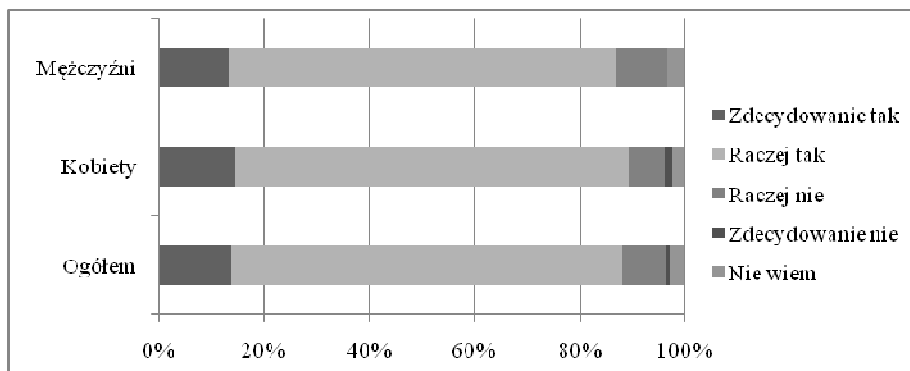
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Na kolejnych miejscach wskazywano: ryzyko rynkowe (76,21% respondentów, w tym 66,2% kobiet i 75,09% mężczyzn), ryzyko prawne (70,48% respondentów, w tym 77,24% kobiet i 75,09% mężczyzn) oraz ryzyko techniczne (59,03% respondentów, w tym 45,52% kobiet i 73,6% mężczyzn).

Więcej niż połowa respondentów wskazała również ryzyko podatkowe (55,63%) oraz ryzyko społeczno-gospodarcze (53,49%). Zastanawiające jest, że blisko 35% ankiet-

towanych wskazało równocześnie ryzyko rynkowe i ryzyko społeczno-gospodarcze, które może być utożsamiane z szeroko definiowanym ryzykiem rynkowym.

Trzeba również zaznaczyć, że ankietowani na odległych miejscach wskazali ryzyko personelu i ryzyko zarządzania. Ryzyko personelu zostało wskazane przez 40,79% ankietowanych, w tym 41,03% kobiet i 40,52% mężczyzn. Z kolei ryzyko zarządzania zostało wymieniane tylko przez 31,13% respondentów w tym 31,72% kobiet i 30,48% mężczyzn. Należy zaznaczyć, że w przypadku obu tych rodzajów ryzyka wraz ze wzrostem wieku ankietowanych bez względu na ich płeć zwiększył się procentowy udział wskazań: w przypadku ryzyka personelu średnio o 9,5%, a w przypadku ryzyka zarządzania o 3,5%.



Rys. 10. Potrzeba stworzenia systemu zarządzania ryzykiem w podmiotach gospodarczych i instytucjach

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Na zakończenie badań ankietowani zostali poproszeni o wyrażenie opinii dotyczącej potrzeby stworzenia w podmiotach gospodarczych i instytucjach funkcjonujących w turbulentnym otoczeniu systemu zarządzania ryzykiem. Zdecydowana większość respondentów (88,19%) uważa, że posiadanie takiego systemu w podmiotach jest niezbędne do ich prawidłowego działania (rys. 10.). Należy stwierdzić, że taką opinię wyraża więcej kobiet (89,31%) niż mężczyzn (86,99%). Kobiety częściej wybierały zarówno odpowiedź „zdecydowanie tak”, jak i odpowiedź „raczej tak”. Natomiast żaden mężczyzna nie wybrał odpowiedzi „zdecydowanie nie”. Trzeba również zaznaczyć, że liczba ankietowanych widzących potrzebę stworzenia systemu zarządzania ryzykiem rosła wraz z wiekiem respondentów.

7. PODSUMOWANIE

Postrzeżenie ryzyka towarzyszącego działalności człowieka jest uzależnione od wielu zmiennych, takich jak wiek, płeć, wykształcenie czy system wartości, w jakich dana osoba została wychowana.

Badania ankietowe przeprowadzone na grupie respondentów w wieku od 18 do 35 lat pozwalają stwierdzić, że ankietowani swój poziom wiedzy na temat zagadnień związanych z ryzykiem oceniają różnie w zależności od ich płci lub wieku. W badanej grupie na wyższym poziomie swoją wiedzę z tego zakresu oceniały kobiety niż mężczyźni.

Odsetek kobiet wybierających odpowiedź, że ich poziom wiedzy na temat ryzyka jest co najmniej średni, był wyższy o ok. 6% od odsetka mężczyzn. Z kolei w grupach wiekowych – osoby starsze twierdziły, że posiadają wyższy poziom wiedzy na ten temat. Wśród kobiet różnica ta wynosiła ponad 5%, a wśród mężczyzn około 1,4%.

W przypadku postrzegania przez respondentów ewentualnych skutków ryzyka znaczne różnice są zauważalne przede wszystkim w odniesieniu do grup wiekowych mężczyzn. Młodszy respondenci częściej skłaniali się do teorii negatywnej ryzyka, a osoby starsze – do teorii neutralnej. W przypadku kobiet wiek nie miał wpływu na strukturę odpowiedzi. Analiza udzielonych odpowiedzi ze względu na płeć zwraca uwagę na znaczne różnice w strukturze odpowiedzi w przypadku respondentów w wieku od 26 do 35 lat. Kobiety częściej niż mężczyźni (o ponad 6%) zaznaczały, że ryzyko jest związane z możliwością straty, a mężczyźni odpowiedzi, że ryzyko jest związane z możliwością straty lub zysku (o ponad 11%).

Analiza odpowiedzi dotyczących podmiotów narażonych na występowanie ryzyka pozwala stwierdzić, że respondenci niezależnie od płci wybierali instytucje zaliczane do sektora finansowego. Instytucje te częściej były wskazywane przez mężczyzn niż kobiety oraz przez osoby zaliczane do grupy wiekowej 26-35 lat niż do grupy wiekowej 19-25 lat. Podobnie sytuacja przedstawiała się w przypadku odpowiedzi dotyczącej istnienia instytucji, których działalność nie jest narażona na ryzyko.

W przypadku odpowiedzi dotyczących rodzajów ryzyka związanego z funkcjonowaniem podmiotów gospodarczych i instytucji niezależnie od płci respondenci starsi częściej wskazywali na wszystkie wymienione rodzaje ryzyka niż respondenci młodszy. Podobnie sytuacja przedstawiała się w przypadku określenia potrzeby stworzenia w tych podmiotach systemu zarządzania ryzykiem.

Przeprowadzone badania potwierdziły hipotezę, że postrzeganie ryzyka przez osoby wychowane i wykształcone w Polsce po przemianach ustrojowych jest uzależnione m.in. od wieku i płci respondentów.

LITERATURA

- [1] Fan J.X., Xiao J.J., *Cross-cultural Differences in Risk Tolerance: A Comparison Between Chinese and Americans*. <http://ssrn.com/abstract=939438>.
- [2] Sołtysiak M., Raport z badań nt. *Ryzyko w działalności jednostek samorządowych w opiniach lokalnych społeczności*, Rzeszów 2014.
- [3] Sołtysiak M., Suraj M., *Perception of risk in local government units by local community*, [w:] *Managing and Modelling of Financial Risks – Proceeding 7th International Scientific Conference*, Ostrava 2014.
- [4] Sołtysiak M., Suraj-Sołtysiak M., *Koncepcje teorii ryzyka*, [w:] A. Kaleta, K. Moszkowicz, L. Woźniak (red. nauk.) *Przedsiębiorczość i innowacyjność: Wyzwania współczesności*. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 1116, Wrocław 2006.
- [5] Studencki R., *Zachowanie się w sytuacji ryzyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2004.

PERCEPTION OF RISK BY YOUNG PEOPLE

The issue of risk in various spheres of human activity has been of interest to people for hundreds of years. Since the end of the nineteenth century the research was carried out

which allowed the creation of many theories. These theories include proposals for the definition of the phenomenon of risk made from the point of view of many scientific disciplines. Together with the risk of occurrence of uncertainty defined and specified links existing between these phenomena. While specifying that these terms are not interchangeable as they concern events that follow each other chronologically. Originally risk was defined as a negative deviation from the expected result of the objective. Over time, definitions of risk in the term "negative deviation" began to omit the word "negative", claiming that the risk of a deviation from the assumptions, which may be either positive or bring profit and negative or yield loss. The final result to be achieved by the entity exposed to a risk of depends on the level of knowledge of risk issues and how they perceive this phenomenon decision makers. Conducted the world's research on risk perception lead to the conclusion that the perception of the phenomena associated with the presence of risk depends on a number of variables which could include among others, sex, age, education and cultural values of the environment in which he grew up decision-maker. The aim of this article is to present the results of research on the condition of knowledge of the phenomena associated with risk and risk perception among young Poles.

Keywords: risk, young people

DOI:10.7862/rz.2016.hss.51

Przesłano do redakcji: grudzień 2014

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Hanna SOMMER¹

CZY UPADEK KULTURY MEDIÓW?

Artykuł jest próbą odpowiedzi na pytanie, czy obecnie mamy do czynienia z upadkiem kultury mediów. O takim stanie rzeczy może świadczyć ich tania sensacyjność, ale jest również wiele innych symptomów tej choroby. Widoczne są zmiany dokonujące się na naszych oczach, związane z pojmowaniem kultury i mediów w kontekście zmieniających się mediów i oczekiwań odbiorców. Problemem współczesnych ludzi jest ogólnodostępny nadmiar informacji, spośród których trudno jest wskazać te ważne i ciekawe. Istotną kwestią jest odpowiedzialność w konfrontacji ze światem mediów, zarówno twórców przekazu medialnego, jak też odbiorców wytworów medialnych. Jak wielką rolę odgrywają media w polityce, można się przekonać w trakcie wyborów. Wyznacznikiem popularności kandydata jest liczba wywiadów i wystąpień w mediach i to, jak się w nich zaprezentuje. Dziennikarze czasami zbyt nachalnie ingerują w prywatne życie, tworząc mało przekonujące historie i nie szczędząc szyderstw. W telewizji brakuje dobrych programów i bajek dla dzieci. Dominują programy informacyjne, dostarczające najgorszych i najbardziej krwawych wydarzeń na świecie. Filmy są przepełnione scenami przemocy i erotyzmem. W audycjach publicystycznych obserwuje się dużo wrogości i zajadłości, a ich uczestnicy obrzucają się błotem. Nie ma jednak żadnych wątpliwości, że media pełnią istotną rolę w życiu człowieka. Wpływają na kształtowanie życia społecznego, potrafią uczyć i bawić. Są traktowane jako „czwarta władza”. W podjętym artykule starano się zwrócić uwagę na liczne problemy, które występują na styku kultura–media–odbiorca (społeczeństwo).

Słowa kluczowe: kultura mediów, język, informacja, odbiorca

*Jeśli chce się określić, która kultura jest lepsza,
nie wystarczy sam opis (który należy do antropologów),
lecz potrzebne jest odwołanie do systemu wartości,
którego naszym zdaniem nie wolno nam się wyrzec.
Dopiero wtedy możemy powiedzieć,
że dla nas nasza kultura jest lepsza.*

Umberto Eco

1. WPROWADZENIE

Media w istotny sposób wpływają na procesy społeczne. Za ich pomocą tworzy się nowa kultura. Pociąga to za sobą ważne skutki cywilizacyjne widoczne w postaci dynamicznych zmian życia społecznego. Duże znaczenie mają etyczne oraz wychowawcze aspekty mediów. Dokonujące się zmiany wpływają na kształtowanie się nowego języka w społecznym dyskursie.

Obecnie obserwuje się dość niepokojące zjawisko związane z posługiwaniem się tak zwanymi słowami wytrychami, które mają sloganowy charakter i wpływają na wulgaryzację języka. Tak kreowany język jest obecny w mediach i dziennikarstwie. Stał się

¹ Dr Hanna Sommer, Zakład Nauk Humanistycznych, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, al. Powstańców Warszawy 8, 35-959 Rzeszów, e-mail: hansom@prz.edu.pl

narzędziem agresji i upokorzenia. Nawet w najpoczytniejszych dziennikach funkcjonujące wcześniej błyskotliwe tytuły są zastępowane stabilizowanymi nagłówkami, mającymi szokować, aby przyciągnąć uwagę czytelnika.

Wolność słowa w Polsce umożliwia pluralizm mediów. W publicznej debacie do głosu dochodzą różne opinie. Każdy uczestnik przestrzeni medialnej może wypowiadać swoje poglądy. Jednak możliwość publicznego wypowiedzenia się na każdy temat nie oznacza, że można to robić w sposób bezrefleksyjny, bez zastanowienia się, kogo dana wypowiedź może urazić. W ten sposób mnożą się negatywne i obraźliwe przekazy.

Umiejętna krytyka jest sztuką polegającą na zachowaniu postawy szacunku wobec innych osób. Trzeba sobie uświadomić, że wolność słowa nie jest równoznaczna z przyzwoleniem na obrażanie innych.

Pomimo licznych przepisów prawa i orzecznictwa odnoszącego się do wolności słowa w mediach problem jest trudny do rozwiązania. Można mieć wrażenie, że siła mediów oraz nowoczesne rozwiązania techniczne są utrudnieniem w znalezieniu odpowiedzi dotyczącej kwestii określenia granic wolności słowa, aby nie było kolizji z godnością człowieka.

2. POJĘCIE KULTURY MEDIALNEJ

Pojęcie „kultura” jest dzisiaj jednym z najczęściej używanych i przywoływanych pojęć, a jego znaczenie nieustannie ewoluuje. Termin i znaczenie kultury znacząco zmieniły się we współczesnym, globalnym świecie przepływu ludzi, kapitału i idei. Badania prowadzone przez Harvard University pokazują, że kultura stanowi znaczący czynnik przyspieszający rozwój ekonomiczny państw, wpływa również na postawy obywateli oraz kształtuje instytucje niezbędne do funkcjonowania państwa.

Pojęcie kultury medialnej często jest rozumiane opacznie albo w ogóle nie jest rozumiane. Można powiedzieć, że kultura medialna jest umiejętnością kulturalnego wypowiedzania się przed kamerą, a nie obrażania swoich oponentów. Różnice powinny prowadzić do dialogu, stać się podstawą dyskusji, a nie walki.

Kultura medialna buduje przestrzeń komunikacyjną i określa zasady funkcjonowania w danym środowisku. Obejmuje swoim zasięgiem działania i twórczość człowieka w przestrzeni mediów. Można wskazać pewne elementy kultury mediów, takie jak: specyficzny język, formy zachowania, system wartości. Podstawową cechą kultury medialnej bardzo szeroko rozumianej jest oddziaływanie na emocjonalną sferę odbiorcy.

W literaturze naukowej pojęcie „kultura medialna” ma różnorodne ujęcia definicyjne albo definiowanie jest pomijane. Może to świadczyć o rozległości tego zagadnienia, jak też o pewnych wątpliwościach natury teoretycznej i metodologicznej.

Współczesna kultura medialna jest wypadkową kumulowania się starych i nowych mediów („mediamorfozy” – jak określa ten proces Tomasz Goban-Klas). Przez A. Ogonowską jest lokalizowana między kulturą informacyjną a audiowizualną z charakterystyczną relacją przenikania się tych kultur².

Michał Drożdż w książce *Osoba i media* pisze, że każda kultura ma swoje centrum, wokół którego koncentrują się jej działania. „Kultura medialna” jest kształtowana przez media, a jej charakter zależy od charakteru mediów, czyli od ludzi je tworzących. Za pomocą świata znaczeń dostarczanych przez media, człowiek wartościuje rzeczywistość,

² A. Juszczyk-Rygałło, *Edukacja medialna według Agnieszki Ogonowskiej – recenzja*, „E-mentor” 2013, nr 5, s. 1.

będąc często, jak zauważa Drożdż, nieświadomy podwójnej subiektywizacji rzeczywistości medialnej i własnej. Według takiej interpretacji kultura medialna staje się coraz bardziej przestrzenią subiektywnych doświadczeń, które alienują człowieka z realnego świata kultury³.

Kultura medialna wiąże się również z tym, jakie treści są ukazywane w mediach, oraz w jaki sposób są one przekazywane. Obecnie obserwuje się znaczny spadek poziomu kultury w mediach. Wynika to z potrzeby dotarcia do odbiorcy za wszelką cenę, a najlepszym sposobem są skandale i kontrowersyjne treści. Do tego dochodzą zaniedbania w sztuce dziennikarskiej, które powodują spadek poziomu kultury mediów.

Do rozwoju kultury medialnej zdecydowanie przyczynił się proces globalizacji. Wiele osób utożsamia ją z kulturą masową, niską, nieelitarną, z tabloidyzacją życia społecznego. Sam termin jest kojarzony z przekazem medialnym i dobrze zarabiającymi dziennikarzami. Mediosfera jest postrzegana jako rzeczywistość nieprawdziwych faktów medialnych, moralnego relatywizmu i etycznego chaosu.

Mówiąc o kulturze mediów, należy wspomnieć o kulturze konwergencji. Jest to zjawisko, w którym zmieniają się i przenikają zależności pomiędzy treściami kulturowymi, medialnymi i komercyjnymi, jak też ich twórcami i odbiorcami.

Konwergencja medialna to zbieżność i upodabnianie się zawartości mediów i typów uczestnictwa w komunikacji. Dane elementy wzajemnie się determinują, a konwergencja medialna jest w relacji z innymi typami konwergencji. Istotnym warunkiem konwergencji treści jest ich „przepływ pomiędzy różnymi platformami medialnymi”⁴.

Kulturę konwergencji tworzą sytuacje, w których współegzystują różne systemy medialne, a treści przepływają między nimi bez przeszkód. Jest to ciągły proces pomiędzy wieloma systemami medialnymi⁵.

Współczesną rzeczywistość komunikacyjno-medialną, za twórcą terminu „kultura konwergencji” Jankinsem, można scharakteryzować za pomocą koncepcji 5C: COMMUNITY (społeczność), COMMUNICATION (komunikacja), CONTENT (treść), COMMERCE (biznes), CONVERGENCE (przenikanie się przekazów i treści) lub sprowadzić do kultury uczestnictwa, zbiorowej inteligencji oraz konwergencji mediów i nowych technologii⁶.

Jak twierdzi Jenkins, kultura konwergencji jest charakterystyczna dla społeczeństwa wiedzy, w którym obserwuje się zanikanie różnic między nadawcą a odbiorcą czy producentem i konsumentem. Zanikowi ulega też indywidualny sposób wytwarzania wiedzy.

Manipulacja informacją i propaganda medialna nie są dzisiaj fikcją. Można się nawet doszukiwać celowego, zamierzonego i długotrwałego działania koncernów medialnych oraz bezkrytycznego odbioru komunikatów medialnych przez społeczeństwo. Ujawnia się tutaj społeczna potrzeba edukacji medialnej.

³ M. Wrońska, „Kultura medialna” adolescentów – jej wieloznaczność, złożoność i różnorodność, [w:] B. Siemieniecki, T. Lewowicki *Język–Komunikacja–Media–Edukacja*, Toruń 2010, s. 125–126.

⁴ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007, s. 9.

⁵ *Ibidem*, s. 256.

⁶ B. Jaskowska, *O kulturze konwergencji słów kilka*, Biuletyn EBIB, nr 1, 2008, s. 1.

3. JĘZYK WSPÓŁCZESNYCH MEDIÓW

Media stają się wzorcem w różnych dziedzinach, w sposobie zachowania czy wypowiedzenia się. Dla wielu odbiorców programy telewizyjne są źródłem wiedzy o stylu prowadzenia debaty publicznej, a przede wszystkim o języku, jakim prowadzi się ważne rozmowy.

W obecnej rzeczywistości medialnej obserwuje się coraz większą brutalizację języka debaty publicznej. Ostry i sensacyjny styl wypowiedzenia się dominuje w mediach kojarzonych z tabloidami, ale coraz częściej jest obecny w środkach masowego przekazu uchodzących za tak zwane „jakościowe”.

We współczesnej cywilizacji medialnej doskonale „sprzedaje się” oryginalny literacki język (Ludwik Dorn: *wykształciuchy*), donośne hasła (Jarosław Kaczyński: [*Polska*] ...nie może być symbolem kondominium rosyjsko-niemieckiego), publiczna obraza (Leszek Miller do Zbigniewa Ziobry: *Pan jest zerem, panie pośle*), niekonwencjonalny komentarz – obelga (Stefan Niesiołowski: *Porno minister Kalisz pasuje do porno prezydenta. Mamy sojusz dwóch porno grubasów*), wypowiedź odzwierciedlająca konflikt z IV władzą (Lech Kaczyński do ministra Andrzeja Krawczyka: *Jeszcze jedno pytanie, ale nie od tej małpy w czerwonym*), dosadnie brzmiąca sugestia (Ludwik Dorn: *Jeżeli wystąpi i będzie się nasilać niebezpieczeństwo dla obywateli, istnieje możliwość brania lekarzy w kamasze*), czy specyficznie ogłaszany polityczny tryumf (Radosław Sikorski: *Jeszcze jedna bitwa, dorżniemy watahy. Donku, panie marszałku, liczymy na pana w poniedziałek*)⁷.

Współczesne media traktują informacje opisujące agresję, przemoc, akty terroryzmu czy interwencje zbrojne jako jedną z najważniejszych form przekazu. Przemoc, gwałt czy śmierć są o wiele „atrakcyjniejsze” niż poprawne zachowania zgodne z prawem oraz zasadami współżycia społecznego.

Media często koncentrują uwagę na agresji i dramatycznych wydarzeniach. Każdego dnia pojawiają się wizualizacje brutalnych sytuacji, tragicznych wypadków, agresywnych sporów czy wulgarnych debat politycznych, które uzależniają odbiorcę do stałego śledzenia sensacji, a nawet stają się odpowiedzialne za kontrowersyjne „hobby”, skłaniające do ciągłego poszukiwania materiałów z dużym ładunkiem agresji.

Agresja pokazywana w mediach ma różne oblicza. Celem ukazywanej przemocy jest często upokorzenie, poniżenie czy ośmieszenie. Media zazwyczaj szczegółowo opisują różne zdarzenia, nie pomijając elementów drastycznych i brutalnych oraz naruszających godność osobistą. Agresja we współczesnej prasie stanowi wręcz obowiązkowy element każdego wydania.

Przemoc ukazywana we współczesnych mediach może wpływać na „stopień” ludzkiej wrażliwości. Podglądanie rozbojów, brutalnych napadów, morderstw, gwałtów czy obrazów wojen i ataków terrorystycznych niewątpliwie zaspokaja ciekawość czytelnika, ale jednocześnie kształtuje jego światopogląd, powoduje złudzenie, że na świecie jest więcej zła niż ma to miejsce w rzeczywistości. Medioznawcy i prawnicy zauważają, że „(...) przestępczość widziana okiem mass mediów odbiega w istotnym stopniu od obrazu zjawiska, jaki wyłania się na podstawie danych zawartych w statystykach kryminal-

⁷ D. Baran, *W kulturze mediów, w mediach bez kultury – wypowiedź polityczna jako impuls publicznej pseudodebaty*, Państwo i Społeczeństwo, nr 1, 2012, s. 102-103.

nych (policyjnej, sądowej, prokuratorskiej, penitencjarnej⁸). Dziennikarze, prezentując wydarzenia atrakcyjne medialnie, wpływają na deformację prawdziwego obrazu przestępczości i rzeczywistości.

W raporcie na temat poprawności językowej polskich mediów ocena poziomu kompetencji językowych w prasie elektronicznej w Polsce nie jest wystarczająca. Dostrzegają to również specjaliści, socjologowie i psychologowie. Nie wszystkie media mają świadomość swoich zaniedbań i roli, jaką odgrywają w kształtowaniu wzorców językowych. W ostatnich latach można zauważyć, że wpływ rozwoju kultury masowej jest coraz silniejszy i coraz bardziej widoczne stało się zubożenie języka w mediach. Szczególnie niepokojąca jest wulgaryzacja języka. Jesteśmy świadkami wprowadzania do przestrzeni publicznej zwrotów prymitywnych, obraźliwych, niegodnych Polaka. Socjologowie zwracają uwagę, że istnieje wprost proporcjonalna zależność między agresją słowną i wulgaryzacją języka a przemocą fizyczną i wulgaryzacją zachowań⁹.

4. ETYKA CZWARTEJ WŁADZY

Współczesny człowiek żyje w świecie, w którym informacja stała się jednym z najbardziej pożądanых zasobów. To informacja często decyduje o pozycji ludzi. Pozwala wspinać się na wyżyny społecznych elit, ale też powoduje bolesne upadki, wpływa na zdobycie korzyści majątkowych, przywilejów społecznych, a nawet pomaga sięgać po władzę. W tym kontekście należy zwrócić uwagę na charakter informacji, ponieważ niewłaściwie użyta może rodzić konflikty natury etycznej i prawnej.

W dużej mierze za przekaz są odpowiedzialni dziennikarze. Dlatego też w swojej pracy powinni kierować się etyką dziennikarską. W takim samym stopniu dotyczy to osób, które publikują amatorsko w internecie. Trzeba mieć świadomość, że publikowane treści w różnym stopniu wpływają na sposób myślenia i decyzje odbiorców.

W celu zapobiegania nieetycznym praktykom dziennikarskim powołana została Rada Etyki Mediów, która stoi na straży etycznego zachowania w mediach, opierając się na przyjętej Karcie Etycznej Mediów. Podstawowymi aspektami, na które Karta zwraca uwagę są (KEM)¹⁰:

- Zasada prawdy;
- Zasada obiektywizmu;
- Zasada oddzielania informacji od komentarza;
- Zasada uczciwości;
- Zasada szacunku i tolerancji;
- Zasada pierwszeństwa dobra odbiorcy;
- Zasada wolności i odpowiedzialności.

⁸ K. Witkowska, *Informacja o przestępczości w środkach masowego przekazu*, [w:] J. Marszałek-Kawa, *Znaczenie informacji w społeczeństwie obywatelskim. Wybrane aspekty prawne*, Toruń 2007, s. 151.

⁹ K. Sadecka, P. Bukowska, *Raport – Poprawność językowa polskich mediów. Internetowe wydania dzienników ogólnopolskich*, Kraków 2011, s. 3, 16-17.

¹⁰ KEM – Karta Etyczna Mediów, na której opiera się działanie Rady Etyki Mediów, źródło: (http://www.radaetykimedia.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3) (dostęp: kwiecień 2015 r.).

Niestety, można obserwować częste łamanie przez dziennikarzy zasad etycznych. W ich pracy daje się zauważyć brak bezstronności, kiedy np. nie przedstawiają wszystkich stron analizowanego konfliktu. Część z dziennikarzy jest ograniczona linią programową swojego pracodawcy. Stąd też pojawia się manipulacja faktami czy też wyrywanie z kontekstu cudzych fragmentów wypowiedzi, co zmienia ich znaczenie.

Takie praktyki są widoczne zarówno wśród profesjonalnych dziennikarzy, jak i amatorów. Obiektywizm dziennikarski jest zastępowany przez własne poglądy. Czasami nawet ulegają oni uprzedzeniom i stereotypom. Często łamią zasadę rzetelności i nie mają poczucia odpowiedzialności za słowo.

Pogoń za sensacją i newsem za każdą cenę oraz prześciganie się dziennikarzy w wymyślaniu przerażających i niebywałych sensacji stanowi jeden z najważniejszych wyznaczników ich sukcesu. Prawda i poszanowanie godności drugiego człowieka czy też zdrowy rozsądek przestały odgrywać ważną rolę w polskim dziennikarstwie.

Przedstawiciele rynku mediów mają często negatywne zdanie na temat etyki dziennikarskiej. Sławomir Jastrzębowski, redaktor naczelny „SuperExpressu” twierdzi, że „etyka wśród polskich dziennikarzy agonalnie rzezi. Z powodu serwilizmu, czyli skundlenia. Otóż dziennikarze generalnie podzielili się na dwa zalatujące się obozy. Pierwszy obóz zalatuje aktualnie pieniędzmi, to obóz jawnie, bezwstydnie prorządowy. Jego przedstawiciele, sownie wynagradzani przez rządzących, razem z żonami i kolegami służą władzy, potępiając opozycję w czambuł. Mają się dobrze i bardzo boją się zmiany władzy, bo wtedy tracą pracę, reklamy od państwowych spółek, a żony znów szukają zatrudnienia” – mówi Jastrzębowski i dodaje:

„Drugi obóz, zalatujący chwilowo biedą i smutkiem, to obóz, który bardzo chciałby służyć władzy, ale tej innej, następnej. Przedstawiciele tego obozu nie są tak cyniczni jak przedstawiciele pierwszego, ba, wśród nich roi się od idealistów. Problem w tym, że nie rozumieją podstaw etyki zawodu: ręce każdej władzy kontrolujemy, czyścimy lub odra-
bujemy artykułami. Każdej! Skundlenie jednego obozu i potencjalne skundlenie drugiego sprawia, że o etyce można rozmawiać w niezwykle elitarnym gronie”¹¹.

To, w jaki sposób media zdobywają i jak tworzą informacje może zaskoczyć odbiorcę. „Jak nie ma newsa, to trzeba go wykreować – ta prosta zasada najlepiej sprawdza się w mediach elektronicznych, które przez 24 godziny na dobę muszą karmić widzów wiadomościami. Najlepiej, żeby news był sensacyjny i wzbudzał strach, to widz nie przełączy na inny kanał. Dobrze, żeby news dotyczył kobiet, bo te wierniej śledzą interesujące je informacje. Ideałem jest news, z którego można zrobić serial” – pisze Polityka w artykule pod tytułem „Skąd się bierze news?”¹².

Kłamstwo świadome i mówione z pełną premedytacją jest największym grzechem mediów. Powinno być czymś niedopuszczalnym, ponieważ sprzeniewierza się podstawowemu obowiązkowi dziennikarza, czyli przekazywaniu rzetelnej informacji społeczeństwu.

Ponad połowa Polaków nie wierzy treściom przekazywanym w radiu i telewizji. Jest to zdecydowanie gorszy wynik niż w innych krajach Europy, gdzie brak zaufania do

¹¹ S. Jastrzębowski, *Jak się ma etyka wśród polskich dziennikarzy? (raport)*, [http://www. Wirtualnemedia.pl/artykul/jak-sie-ma-etyka-wsrod-polskich-dziennikarzy-raport](http://www.Wirtualnemedia.pl/artykul/jak-sie-ma-etyka-wsrod-polskich-dziennikarzy-raport) (dostęp: 27 kwietnia 2015 r.).

¹² J. Ćwieluch, *Skąd się bierze news?*, <http://www.polityka.pl/kraj/analizy/1518156,1,skad-media-biora-informacje.read> (dostęp: 27 kwietnia 2015 r.).

mediów deklaruje mniej niż połowa respondentów. Polacy w przeciwieństwie do innych Europejczyków zdecydowanie bardziej ufają informacjom z internetu¹³.

Tabela 1. Zaufanie do mediów

	Zaufanie do mediów								
	2010			2011			2012		
	TV i radio	prasa	internet	TV i radio	prasa	internet	TV i radio	prasa	internet
Austria	53%	42%	34%	58%	47%	31%	52%	41%	29%
Belgia	53%	44%	51%	52%	41%	55%	57%	48%	58%
Chorwacja	-	-	-	58%	47%	54%	56%	38%	50%
Czechy	58%	48%	77%	47%	38%	69%	42%	34%	66%
Finlandia	86%	68%	42%	71%	57%	52%	70%	56%	51%
Francja	33%	36%	35%	33%	29%	34%	24%	30%	34%
Niemcy	56%	45%	23%	60%	48%	24%	59%	45%	24%
Węgry	34%	34%	63%	35%	30%	63%	-	-	-
Holandia	55%	45%	66%	45%	36%	61%	48%	36%	60%
Polska	52%	54%	72%	34%	33%	58%	37%	38%	56%
Portugalia	48%	35%	35%	51%	38%	38%	54%	40%	40%
Rumunia	47%	35%	65%	45%	32%	64%	50%	33%	62%
Rosja	24%	17%	35%	17%	12%	36%	13%	11%	28%
Hiszpania	45%	54%	46%	60%	48%	35%	59%	43%	36%
Szwecja	81%	59%	40%	85%	59%	49%	82%	60%	44%
Szwajcaria	65%	46%	35%	69%	48%	38%	67%	48%	35%
Wielka Brytania	42%	23%	57%	-	-	-	-	-	-
Średnia	52%	43%	49%	51%	40%	48%	51%	40%	45%

Źródło: <http://www.reporterzy.info/1930,wiarygodnosc-mediow-badanie-zaufania-do-informacji-w-telewizji-radiu-i-internecie.html> (dodany 8.01.2013 r.) (dostęp: 25 kwietnia 2015 r.).

To zaufanie do internetu i przekonanie Polaków o prawdziwości zamieszczonych tam treści może wynikać z faktu, że internet jest jedynym tak naprawdę interaktywnym medium, dzięki czemu użytkownik internetu ma przekonanie, że on sam podejmuje decyzje, co jest, a co nie jest ważne, prawdziwe i atrakcyjne. Internauci są przekonani, że tylko w sieci mogą dotrzeć do sedna sprawy, pomijając w ten sposób interpretacje narzucone przez nieobiektywnych nadawców.

Zawód dziennikarza cieszy się w naszym kraju niezbyt dużym zaufaniem. Ufa im jedynie 32% badanych. W porównaniu z innymi krajami Europy, gdzie średnio zaufanie do dziennikarzy oscyluje wokół 28%, jest to wynik lepszy, aczkolwiek nie ma podstaw do zadowolenia¹⁴.

Obecnie, aby napisać sensacyjny i płytki artykuł, dziennikarz (jeśli w ogóle zasługuje na takie miano) nie musi się wysilać. Wystarczy usiąść przy komputerze i pisać, co popadnie. Często nawet bez sprawdzania źródeł swoich sensacyjnych informacji.

¹³ M. Kalisiewicz, *Wiarygodność mediów. Badanie zaufania do informacji w telewizji, radiu i internecie*, <http://www.reporterzy.info/1930,wiarygodnosc-mediow-badanie-zaufania-do-informacji-w-telewizji-radiu-i-internecie.html> (dostęp: 25 kwietnia 2015 r.).

¹⁴ *Ibidem*.

Tabela 2. Zaufanie do dziennikarzy

Zaufanie do dziennikarzy			
	2010	2011	2012
Austria	24%	32%	32%
Belgia	31%	30%	30%
Chorwacja	-	38%	38%
Czechy	28%	26%	26%
Finlandia	26%	25%	25%
Francja	23%	23%	23%
Niemcy	26%	29%	29%
Węgry	22%	21%	21%
Holandia	33%	27%	27%
Polska	41%	34%	34%
Portugalia	22%	28%	28%
Rumunia	30%	31%	31%
Rosja	14%	16%	16%
Hiszpania	32%	-	-
Słowenia	-	41%	41%
Szwecja	28%	28%	28%
Szwajcaria	28%	32%	32%
Wielka Brytania	20%	-	-
Średnia	27%	29%	29%

Źródło: <http://www.reporterzy.info/1930,wiarygodnosc-mediow-badanie-zaufania-do-informacji-w-telewizji-radiu-i-internecie.html> (dodany 8.01.2013 r.) (dostęp: 25 kwietnia 2015 r.).

Mimo braku zaufania do mediów Polacy nie tracą zupełnie zaufania do pracujących w nich dziennikarzy. Darzą ich nawet większym zaufaniem niż pozostali Europejczycy. Paradoks polskiej nieufności do mediów tradycyjnych wynika niewątpliwie z tego, że prezentują one pełne spektrum społecznych, politycznych czy gospodarczych interesów. Teoretycznie więc każdy odbiorca może wybrać takie medium, które w jego ocenie jest najbardziej wiarygodne¹⁵.

Dziennikarska etyka, obok obowiązku mówienia prawdy, zwraca również uwagę na umiejętność budowania zaufania między odbiorcą przekazu a dziennikarzem. To zaufanie powinno się opierać na wzajemnym poszanowaniu pomimo różnic, które wynikają z przekonań dziennikarza i odbiorcy.

W Polsce zaufanie do mediów wynika z oceny autorytetów, które w mediach występują. Czy autorytetem ma być pani Hojarska zapraszana do programu TVN „Między kuchnią a salonem”, a może pani Jolanta Pieńkowska, która machała z ekranu telewizyjnego do skazanego prawomocnym wyrokiem dziennikarza Andrzeja Marka, czy też pan Marek Król, który w czasie żałoby po katastrofie smoleńskiej w swoim felietonie nairgrywał się z polskiej inteligencji i choroby Michnika? Te i wiele innych podobnych zachowań sprawiły, że nie wiemy, kto tak naprawdę jest dzisiaj autorytetem¹⁶.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ P. Misilo, *O etyce w polskich mediach – ethics mortuus*, http://www.misilo.pl/images/pdf/Etyka_w_polskich_mediach_ethics_mortuus.pdf (dostęp: 25 kwietnia 2015 r.).

Trudno czasami uwierzyć, że dziennikarze w bezkrytyczny sposób potrafią podawać do publicznej wiadomości plotki, które są udostępniane w internecie przez anonimowych autorów, np. o wątpliwościach związanych z płcią wokalistki, reprezentującej Polskę na festiwalu Eurowizji, o seksualnych preferencjach kierownictwa PIS-u, o pracy polskich ministrów na rzecz obcych państw, czy też wypowiedzi posła Palikota na temat alkoholizmu śp. Prezydenta RP oraz posła Macierewicza. Takie wypowiedzi, bez refleksji nad tym, jaki mogą przynieść skutek, bez poszanowania dla bohaterów, bez zastanowienia się nad ich sensem i wartością świadczą o tym, że etyka w polskich mediach upadła – bez względu na to, jak przedstawiciele mediów będą przekonywać, że jest inaczej. Etyka w polskich mediach jedynie bywa¹⁷.

Granicą zenady było ukazanie się w „Newsweeku” rozmowy Kuby Wojewódzkiego z Mikołajem Lizutem (rys. 1.). Lis z Wojewódzkiego robi eksperta, który zajmuje się etyką mediów i ubolewa nad ich schamieniem¹⁸.



Rys. 1.

Źródło: <http://www.fronda.pl/a/granice-zenady-w-newsweeku-wojewodzki-zajmuje-sie-etyka-mediow-i-ubolewa-nad-schamieniem,34119.html> (dostęp: 25 kwietnia 2015 r.).

Media coraz bardziej zatracają swoją misję, poszukiwanie prawdy i objaśnianie świata. Nie tak dawno jeszcze wierzono, że media są lustrem, w którym obserwuje się świat. Dzisiaj można powiedzieć, że są salonem krzywych zwierciadeł, deformując obraz przedstawianej rzeczywistości. Ważniejsze od sensu i jakości informacji jest to, aby była krzykliwa i sensacyjna. Taka informacja zawiera dużo emocji, ale mało zweryfikowanych, obiektywnych danych. Dążąc do zwiększenia klikalności i oglądalności, zatracają się normy etyczne i szacunek do odbiorcy. Liczy się sensacja ponad wszystko.

„Media zachowują się jak kobiety lekkich obyczajów. Tak jak one chcą zwrócić uwagę klientów i jak one chcą tylko jednego, byś je kupił. Jeszcze bardziej wulgarna poza,

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ TPT/naTemat.pl, <http://www.fronda.pl/a/granice-zenady-w-newsweeku-wojewodzki-zajmuje-sie-etyka-mediow-i-ubolewa-nad-schamieniem,34119.html> (dostęp: 25 kwietnia 2015 r.).

coraz bardziej dosadne słowo, więcej golizny i rozrywki w okolicach rozporoka. Coraz więcej emocji, mniej intelektu. Czytanie ma być zabawą, rozrywką – niczym wizyta w cyrku lub burdelu. Za mocna teza?

Spójrzmy tylko na okładki głównych czasopism, które – co ciekawe – nie uważają się za tabloidy – przykłady¹⁹:

- 1) Newsweek i Donald Tusk w koloratce niczym ksiądz,
- 2) minister zdrowia Bartosz Arłukowicz w kaftanie jak wariat i podpis „Pacjent specjalnej troski. Arłukowicz. Minister zdrowia z psychozą i syndromem obłączonej twierdzy”,
- 3) Kaczyński jako cieć z miotłą i podpis „Dozorca IV RP”,
- 4) Wprost z „ukrzyżowanym” Kubą Wojewódzkim,
- 5) Doda z „koroną cierniową” we Wprost,
- 6) Przekrój na okładce z rysunkami ludzi w seksualnych pozach – podpis „Seks Planeta ludzi”. A poza tym „Dobrze o poligamii, pornografii, prostytutkach”,
- 7) Antoni Macierewicz jako talib i podpis „AMOK”,
- 8) Dziecko w próbowce i podpis „In vitro: talibów wojna z dziećmi. Dlaczego nasza prawica nienawidzi dzieci z próbówki?” w Newsweeku,
- 9) Jarosław Kuźniar i Zbigniew Hołdys plus łzawy podpis „Nie zabijajcie nas”,
- 10) Newsweek straszy Opus Dei (dwa razy: w 2006 „Opus Dei w rządzie. Jaki wpływ na Marcinkiewicza zdobyła najbardziej tajemnicza organizacja kościoła”, w 2011 „Opus Dei. Kim są i jakie wpływy mają w Polsce”, zilustrowane tajemniczą postacią w habicie rodem z Dana Browna),
- 11) Splecione dłonie białej kobiety i czarnoskórego mężczyzny z podpisem: „Dokąd polscy turyści jeżdżą po seks”,
- 12) Naga kobieta zakrywa dłońmi krocze. Jak to jest z dziewictwem zastanawia się Przegląd,
- 13) Palikot ukrzyżowany, ubrany w białą przepaskę wokół bioder. „Palikot. Mesjasz lewicy?” – pyta Newsweek,
- 14) Ukrzyżowany Tu-154 i tytuł „Herezja smoleńska”. Sekta Kaczyńskiego groźna dla Kościoła i katolicyzmu w Polsce”.

W społeczeństwie informacyjnym media kształtują ludzkie postawy. Są nie tylko adresem norm moralnych i etycznych, ale też ich popularizatorem.

Chwytnie modelki za biust w celu prewencji antysilikonowej, obraźliwe epitety czy niewybredne docinki w trakcie programu „Top Model” mogą oburzać odbiorcę, ale nie Radę Etyki Mediów, która swoim autorytetem stwierdza, że wszystko w tym programie jest OK.

5. PRZEDSIĘBIORSTWO MEDIALNE

Dzisiaj w Polsce instytucje medialne stanowią część gospodarki rynkowej. Pojawiło się to w sytuacji, jak zauważa Kapuściński – gdy ludzie działający w biznesie zrozumieli, że informacja może być traktowana jak towar, na którym można zarabiać²⁰. Prawdziwi dziennikarze oddali władzę w mediach ludziom biznesu, bardzo często niemającym nic wspólnego z dziennikarstwem.

¹⁹ *Kultura idiotów i upadek mediów*, <http://3obieg.pl/kultura-idiotow-i-upadek-mediow> (dostęp: 25 kwietnia 2015 r.).

²⁰ R. Kapuściński, *Lapidarium IV*, Warszawa 2000, s. 89.

Media bardzo szybko zapomniały o swojej misji wobec społeczeństwa. Zaczęły funkcjonować jak normalny biznes. Propagowana jest jedynie słuszna prawda, kosztem kłamstwa i zniekształcenia obrazu rzeczywistości. Skutkiem tego jest pojawienie się sprzężonego układu biznesu, mediów i polityki, czego dobitnym przykładem jest afera Rywina.

Podstawą funkcjonowania współczesnych mediów są dochody z reklam. Teresa Kuczyńska w artykule „Reklamokracja” pisze, że kiedyś wędzidłem dla dziennikarzy była cenzura, a dzisiaj – reklama. Kiedyś dziennikarze byli uzależnieni od cenzury, a dzisiaj od koncernów. Coraz częściej firmy nie tylko zamawiają reklamy, ale mają wpływ na treści redakcyjne. Wielonakładowy tygodnik zerwał współpracę z cenionym dziennikarzem, który napisał komentarz (odrzucony przez redakcję) o mobbingu w polskich firmach. Czy można traktować jako przypadkową zbieżność sytuację, że kiedy producent zaczyna na przykład promocję napojów energetycznych, to ukazują się artykuły mówiące, że takie napoje dostarczają energii, zmniejszają uczucie zmęczenia, pomagają przy egzaminach i uprawianiu sportu²¹?

Dziennikarze akceptują taki stan rzeczy, bo dzięki temu ich status materialny znacząco się poprawia. Obserwuje się, że największe gazety regularnie wypuszczają na rynek nowe dodatki tematyczne, nie po to, aby nas informowały i bawiły, ale aby powiększyć powierzchnię reklamową. W rzeczywistości są to tylko słupy ogłoszeniowe²². Dziennikarze często stają się dodatkiem do reklam²³.

Są firmy, które wykupują kampanie reklamowe, ale równocześnie oczekują, że zostaną opublikowane odpowiednie teksty (kryptoreklama), które będą taką kampanię wspierały.

Media odgrywają kluczową rolę w kreowaniu polityków i ich partii. Poprzez umiejętne manipulowanie przekazem są w stanie wypromować konkretnego polityka czy partię, kreując jego pozytywny wizerunek na tle konkurencji.

„Media stały się kolejną partią, która rozgrywa pozostałe” – mówi profesor Maciej Mrozowski, medioznawca. I dodaje: „Czwarta władza czuje ogromną pokusę, by być jedną z trzech pierwszych, albo i wszystkimi na raz. By uchylać ustawy i być rządem – czyli mówić, co trzeba zrobić, a czego nie – i jeszcze osądzać. W dodatku nie ponosząc za to odpowiedzialności”²⁴.

Często obserwacja sceny politycznej oraz stosunku mediów do różnych sytuacji powoduje szokujące wnioski. Różnice poglądów pomiędzy mediami wiążą się ściśle z podziałami w świecie polityki. Łatwo się zorientować, z kim trzymają poszczególne media po ich sympatiach czy antypatiach politycznych wyrażanych w opiniach i komentarzach oraz doborze publicystów i rozmówców.

Profesor Ostaszewski powiedział, że apolityczność mediów jest tylko fikcją²⁵.

Jak pisze Nierenberg, wydaje się, że media publiczne są poddane działaniu sił osobliwego trójkąta: politycy – ludzie mediów – odbiorcy mediów. Informacje, które wpa-

²¹ T. Kuczyńska, *Reklamokracja*, <http://wiadomosci.onet.pl/prasa/reklamokracja/zc211> [dostęp: 26 kwietnia 2015 r.].

²² *Ibidem*.

²³ A. Fiszer, *Gola dupa czwartej władzy*, „Nie”, 2004, nr 21, s. 7.

²⁴ G. Rzeczkowski, *PIS, newsy i kanały info*, „POLITYKA PL”, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1510586,1,czy-media-zamiast-komentowac-kreuja-polityke.read> (dostęp: 26 kwietnia 2015 r.).

²⁵ Z. Kosiorowski, *Radiofonia publiczna*, Szczecin 1999, s. 6.

dają do tego trójkąta, są jak statki w słynnym trójkącie bermudzki. Nic nie jest takie jak się na początku wydawało²⁶.

Problem utrzymania standardów dziennikarskich może mieć swoje źródła w konflikcie wynikającym ze struktury przedsiębiorstw medialnych. Konflikt występuje pomiędzy redakcją, która jest ukierunkowana na misję społeczną, a wydawcą nastawionym na zysk.

Maziarski, były naczelny Newsweeka, mówił: „Czułem presję ze strony wydawcy w kierunku zwiększania sprzedaży „Newsweeka”: ma się sprzedawać tak naprawdę trochę dowolnym kosztem, może być nawet skandal. Ma się sprzedawać coraz lepiej, i już. Kiedyś padło ze strony osoby z kierownictwa Springera takie zdanie: Bo ten twój »Newsweek«, Wojtek, jest trochę za kulturalny”²⁷.

Medialne korporacje są nienasycone i niezadowolone ze stabilnego zysku na wysokim poziomie. Ich zachłanność stale rośnie. Odbierając przekazy medialne każdego dnia, warto mieć świadomość, że za większością z nich stoi pieniądź.

R.W. Apple Jr., szef waszyngtońskiego biura „New York Timesa”, podsumował sytuację bardzo dobitnie: „kiedy patrzymy na to, co zrobiliśmy z tego pięknego zawodu, powinniśmy opuścić głowy w poczuciu ogromnego wstydu”²⁸.

6. ZAKOŃCZENIE

Po analizie przedstawionych argumentów, w odpowiedzi na postawione w tytule pytanie można wysunąć wniosek, że mamy do czynienia z upadkiem kultury mediów.

„Media stały się swoją karykaturą. Warto przypomnieć artykuł „The idiot culture” Carla Bernsteina. Ten klasyk dziennikarstwa już w 1992 r. zauważył postępującą degrengoladę mediów. „Żyjemy w trakcie procesu tworzenia się czegoś, co można nazwać kulturą idiotów. Nie subkulturą idiotów (...), ale kulturą samą w sobie” – twierdzi Bernstein. Według niego relacja medialna jest niekształcana przez gwiazdy dziennikarstwa, wiadomości redukuje się do plotek, a w mediach dominuje sensacyjny styl. W pogoni za wiadomością, której nie ma konkurencja, ztraca się refleksję nad znaczeniem informacji, jej kontekstem i sensem. Można to nazwać śmieciowym dziennikarstwem – twierdzi Bernstein²⁹.

Współczesne media są wielkim rynkiem pracy. Pomnażają dochody ich właścicieli, ale też pracowników i budżetu państwa. Podnoszą lub obniżają prestiż różnych osób. Zachęcają odbiorców do różnych działań. Są dzisiaj niekwestionowaną siłą w polskim społeczeństwie.

Dziennikarz powinien być jednak niezależny, ale jeśli jego „akcje” spadają, może popaść w przerażenie i wtedy łatwo stracić wolność – „sprzedaje siebie”. Zachowanie niezależności wobec politycznych nacisków nie jest łatwe, ale jeszcze trudniejsze jest

²⁶ B. Nierenberg, *Publiczne przedsiębiorstwo medialne – determinanty, systemy, modele*, Kraków 2007, s. 78.

²⁷ R. Gluza, *Pełno zasadzek 7/2010*, <http://www.press.pl/platny-dostep/miesiecznik-press/pokaz/2692,Pełno-zasadzek> (dostęp: 27 kwietnia 2015 r.).

²⁸ B. Margueritte, *Media wczoraj i dziś – upadek i nadzieja*, „Nowy Obywatel” nr 2, <http://nowyobywatel.pl/2011/04/30/media-wczoraj-i-dzis-%E2%80%93-upadek-i-nadzieja/> (dostęp: 27 kwietnia 2015 r.).

²⁹ *Kultura idiotów i upadek mediów*, <http://3obieg.pl/kultura-idiotow-i-upadek-mediow> (dostęp: 25 kwietnia 2015 r.).

utrzymanie tej niezależności wobec dysponujących pieniędzmi, czyli właścicieli mediów i koncernów.

Media dzisiaj przeżywają olbrzymi kryzys zaufania i opiniotwórczości. Ludzie mediów nie znają kultury wolności. W ich przekazach sensacja poprzedza prawdę, niefrasobliwość znajduje się przed odpowiedzialnością, demaskatorstwo przed szacunkiem, a przypodobanie się odbiorcy czy dysponentowi przed wiarygodnością. W wypowiedziach i prezentacjach może przerażać płaskie i krótkowzroczne widzenie spraw dotyczących różnych sfer życia. Może też zastanawiać łatwość kreowania i wypowiadania sądów generalizujących.

Spółeczeństwo jest skazane na kulturę medialną, gdzie kreatorami języka zamiast dziennikarzy są celebryci, politycy i ich otoczenie. Dopóki nie nastąpi zmiana wewnątrz samego środowiska dziennikarskiego, nie zmieni się również estetyka medialnej wypowiedzi.

Można zauważyć, że czwarta władza nie funkcjonuje jak należy i często przynosi szkodę zamiast pożytku. Potrzeba etycznych środków masowego przekazu nie jest tylko wymysłem niezyciowych idealistów. Bez tego nie będzie autentycznych obywateli i świata pokoju. Sądzę, że warto powalczyć o takie media.

LITERATURA

- [1] Baran D., *W kulturze mediów, w mediach bez kultury – wypowiedź polityczna jako impuls publicznej pseudodebaty*, „Państwo i Społeczeństwo”, nr 1, 2012, http://repozytorium.ka.edu.pl/bitstream/handle/11315/367/Baran_Dariusz_W_kulturze_mediow_w_mediach_bez_kultury_2012.pdf?sequence=1.
- [2] Ćwieluch J., *Skąd się bierze news?*, 2011, <http://www.polityka.pl/kraj/analizy/1518156,1,skad-media-biora-informacje.read>.
- [3] Fiszer A., *Goła dupa czwartej władzy*, „Nie”, nr 21, 2004.
- [4] Gluza R., *Pelno zasadzek 7/2010*, 2012, <http://www.press.pl/platny-dostep/miesiecznik-press/pokaz/2692,Pelno-zasadzek>.
- [5] Jaskowska B., *O kulturze konwergencji słów kilka*, „Biuletyn EBIB”, nr 1, 2008.
- [6] Jastrzębowski S., *Jak się ma etyka wśród polskich dziennikarzy? (raport)*, <http://www.wirtualnemedialna.pl/arttykul/jak-sie-ma-etyka-wsrod-polskich-dziennikarzy-raport>.
- [7] Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007.
- [8] Juszczak-Rygałło A., *Edukacja medialna według Agnieszki Ogonowskiej – recenzja*, „E-mentor”, nr 5, 2013, <http://www.e-mentor.edu.pl/arttykul/index/numer/52/id/1064>.
- [9] Kalisiewicz M., *Wiarygodność mediów. Badanie zaufania do informacji w telewizji, radiu i internecie*, <http://www.reporterzy.info/1930,wiarygodnosc-mediow-badanie-zaufania-do-informacji-w-telewizji-radiu-i-internecie.html>.
- [10] Kapuściński R., *Lapidarium IV*, Warszawa 2000.
- [11] Kosiorowski Z., *Radiofonia publiczna*, Szczecin 1999.
- [12] Kuczyńska T., *Reklamokracja*, <http://wiadomosci.onet.pl/prasa/reklamokracja/zc211>
- [13] *Kultura idiotów i upadek mediów*, <http://3obieg.pl/kultura-idiotow-i-upadek-mediow>.

- [14] Margueritte B., *Media wczoraj i dziś – upadek i nadzieja*, „Nowy Obywatel”, nr 2, 2011, <http://nowyobywatel.pl/2011/04/30/media-wczoraj-i-dzis-%E2%80%93-upadek-i-nadzieja/>.
- [15] Miśiło P., *O etyce w polskich mediach – ethics mortuus*, http://www.misilo.pl/images/pdf/Etyka_w_polskich_mediach_ethics_mortuus.pdf.
- [16] Nierenberg B., *Publiczne przedsiębiorstwo medialne – determinanty, systemy, modele*, Kraków 2007.
- [17] Rzeczkowski G., *PIS, newsy i kanały info*, „POLITYKA PL”, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1510586,1,czy-media-zamiast-komentowac-kreujapolityke.read>.
- [18] Sadecka K., Bukowska P., *Raport – Poprawność językowa polskich mediów. Internetowe wydania dzienników ogólnopolskich*, Kraków 2011, http://www.dobrze-powiedziane.org/pliki/raport_18.02.pdf.
- [19] Śliwiński P., *Język na haju*, „Tygodnik Powszechny”, nr 16, 2009.
- [20] TPT/naTemat.pl, <http://www.frona.pl/a/granice-zenady-w-newsweeku-wojewodzki-zajmuje-sie-etyka-mediow-i-ubolewa-nad-schamieniem,34119.html>.
- [21] Witkowska K., *Informacja o przestępczości w środkach masowego przekazu*, [w:] J. Marszałek-Kawa, *Znaczenie informacji w społeczeństwie obywatelskim. Wybrane aspekty prawne*, Toruń 2007.
- [22] Wrońska M., *„Kultura medialna” adolescentów-jej wieloznaczność, złożoność i różnorodność*, [w:] B. Siemieniecki, T. Lewowicki, *Język–Komunikacja–Media–Edukacja*, Toruń 2010.

IS IT A FALL OF MEDIA CULTURE?

The article tries to answer the question whether we currently deal with the fall of media culture. The sign of such a state of facts might be, amongst others, their sensational character. Changes linked to culture and media comprehension in context of changing media and the recipients' expectations are visible and process before our very eyes.

The problem of modern people is the readily available overload of information, out of which the important and interesting ones are hard to be picked out. The fundamental fact is the responsibility of media creators and recipients confronted with the media world.

The huge role of media in politics is visible especially during the elections. The determinant of each candidate's popularity is the number of interviews and presentations in media and his representation. Sometimes journalists interfere the people's private lives too insolent, creating some unconvincing stories and sneering them. There is a lack of good TV shows and cartoons for children. The news media dominates in television and delivers the worst and most bloody news from the world. Movies are full of violence and erotism. In journalistic auditions one can observe hostility and implacability and the participants are slinging mud at each other.

However there is no doubt that media is very important in every man's life. It influences the social life, it can teach and entertain. It is also treated as the "fourth estate".

The article tries to stress the various problems occurring at the clash of culture, media and recipients (society).

Keywords: media culture, language, information, recipient

DOI:10.7862/rz.2016.hss.52

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Krzysztof SUROWIEC¹

ZBROJENIA FEDERACJI ROSYJSKIEJ I UDZIAŁ ROSYJSKICH PRZEDSIĘBIORSTW W ŚWIATOWYM HANDLU BRONIĄ

Artykuł przedstawia obecny stan Sił Zbrojnych Federacji Rosyjskiej, aktualne programy modernizacyjne realizowane w tym kraju oraz wpływ gospodarki na budowę potencjału obronnego Rosji. Drugim ważnym zagadnieniem poruszonym w artykule jest kwestia potęgi rosyjskiego przemysłu obronnego i jego sukcesów na arenie międzynarodowej, co dokonuje się głównie przez eksport broni do innych krajów. Federacja Rosyjska powstała po upadku ZSRR. Stała się ona przed wieloma wyzwaniami związanymi z liczebnością dotychczasowych sił zbrojnych i ich modernizacją. Bardzo rozbudowane siły zbrojne w okresie zimnej wojny przestały spełniać swoją rolę i przestały być konkurencyjne w stosunku do najlepszych armii na świecie, w szczególności armii amerykańskiej, chińskiej, japońskiej czy niemieckiej. Podejmowane od początku lat 90. programy zbrojeniowe z jednej strony mają ograniczyć liczbowo armię, z drugiej zaś zwiększyć jej jakość przez zakup nowego sprzętu i ulepszenie starego. Potencjalne efekty modernizacji rosyjskich sił zbrojnych, zapoczątkowane na dobre za prezydentury Władimira Putina, mogą doprowadzić do zwiększenia roli geopolitycznej Rosji w najbliższym dziesięciu lat. Obecnie sytuacja na Ukrainie i w Syrii powoduje, że państwa zachodnie muszą się liczyć z Rosją. Największy wpływ na powodzenie rosyjskiej ekspansji i modernizacji sił zbrojnych będzie miała ekonomia. Sankcje nałożone na Rosję przez państwa zachodnie i własne problemy gospodarcze spowalniają modernizację armii w Rosji. Przedsiębiorstwa rosyjskie zajmujące się wytwarzaniem sprzętu wojskowego odnoszą jednak coraz większe sukcesy i należą, m.in. pod względem jakości produkowanego sprzętu, do najlepszych na świecie.

Słowa kluczowe: potencjał militarny Rosji, przedsiębiorstwa zbrojeniowe, Rosja, geopolityka, handel bronią

1. WPROWADZENIE

Upadek Związku Socjalistycznych Republik Radzieckich (ZSRR) spowodował, że Federacja Rosyjska jako jego spadkobierca prawny przejęła dużą część potencjału militarnego oraz pozycję w geopolityce światowej. W granicach Federacji Rosyjskiej znalazła się duża część wojsk i zakładów zbrojeniowych po byłym ZSRR, wraz ze szczególnie dużą liczbą głowic nuklearnych². Państwo rosyjskie, dysponując znaczną ilością

¹ Mgr Krzysztof Surowiec, Zakład Nauk Humanistycznych, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, e-mail: ks@prz.edu.pl

² Obecnie Federacja Rosyjska posiada ok. 1650 głowic nuklearnych (stan na listopad 2015 r.). Mimo porozumień dwustronnych zawartych w Pradze 8 kwietnia 2010 r. (weszły w życie 5 lutego 2011 r.) między Stanami Zjednoczonymi a Federacją Rosyjską, prezydent Władimir Putin zawiesił w październiku 2016 r. wykonywanie ich postanowień, w których każda ze stron zobowiązała się do ograniczenia liczby swoich głowic nuklearnych dla rozmieszczonych

strategicznych surowców naturalnych³, nie posiada jednak rozwiniętej gospodarki kapitalistycznej, co powoduje z jednej strony coraz większy kryzys gospodarczy, wzmacniany także przez sankcje krajów zachodnich, z drugiej strony wymusza zmniejszenie, restrukturyzację i optymalizację posiadanych sił zbrojnych. Mimo trudności gospodarczych transformacja sił zbrojnych w Rosji nie jest zagrożona, a w porównaniu do wielkości spadków w innych działach gospodarki i inwestycjach sektorowych budowa sił zbrojnych Federacji Rosyjskiej ucierpiała tylko w małym stopniu. Wydatki na wojsko wyniosły w 2015 r. prawie 66 miliardów dolarów, co stanowiło 5,4% rosyjskiego PKB⁴. Duże zagrożenie dla gospodarki rosyjskiej wyływa obecnie nie tylko ze spadających cen surowców energetycznych, ale również z rosnącej inflacji, która w 2014 r. wyniosła 7,8%, a w 2015 r. aż 15,8%⁵. Zmiany budżetowe powodują pogorszenie poziomu życia Rosjan. Z drugiej strony nie oznaczają wcale zmniejszenia wydatków wojskowych, które w 2016 r. mają się utrzymać na poziomie odnotowanym w roku wcześniejszym. Przed Rosją staje obecnie wybór nowej drogi w zakresie kierunku rozwoju jej sił zbrojnych wskutek zakończenia zimnej wojny, zmiany systemu bipolarnego na jednobiegowy z przewagą USA, obecnie w drugiej dekadzie XXI w. kończąca się już jednak na rzecz świata multipolarnego, z doniosłą rolą USA, a szczególnie Chin, które walczą o panowanie nad Rimlandem, co umożliwi de facto kontrolę i ogromne zyski z handlu światowego.

Rosja, nie posiadając obecnie potęgi dawnego ZSRR, szczególnie demograficznej, gospodarczej i technologicznej, musi za wszelką cenę poprawiać swoją pozycję na szachownicy geopolitycznej. Duże wyzwanie stanowi dla Rosji zapewnienie dochodów budżetowych, za które w głównej mierze jest odpowiedzialny handel surowcami energetycznymi. Przykładowo w 2013 r. przychody ze sprzedaży ropy naftowej i gazu ziemnego stanowiły 68% całego eksportu Federacji Rosyjskiej, a sektor energetyczny odpowiadał za ponad 50% wpływów do budżetu federalnego. Na modernizację sił zbrojnych Federacji Rosyjskiej duży wpływ ma stan przedsiębiorstw zbrojeniowych, ich poziom technologiczny i uzyskiwane przychody w światowym handlu bronią. Dużym sukcesem dla Rosjan stał się podpisany kontrakt z Chinami, zawarty w listopadzie 2015 r., na sprzedaż samolotów bojowych SU-35. Zaletą przemysłu zbrojeniowego Federacji Rosyjskiej, podobnie zresztą jak i Chin, są wysoko konkurencyjne ceny produktów wojskowych. Chociaż są one nieraz mniej zaawansowane technologicznie od produktów pochodzących z państw zachodnich, to są np. lżejsze, prostsze i łatwiejsze w użyciu, co powoduje ich atrakcyjność w skali globalnej. Na przykład indyjskie siły pancerne są wyposażone w wielką liczbę opancerzonych pojazdów bojowych pochodzących z Rosji

pocisków ICBM i SLBM do łącznie 1550 sztuk. Do limitu tego wlicza się też ciężkie samoloty bombowe, gdzie każdy pojedynczy samolot uznaje się za jedną głowicę. Por. *Treaty between the United States of America and the Russian Federation on Measures for the Further Reduction and Limitation of Strategic Offensive Arms*, <http://www.state.gov/t/avc/newstart/> (dostęp: 13.08.2016 r.); *The Military Balance*, vol. 116, 2016, s. 15.

³ M. Czajkowski, *Rosja w Europie. Polityka bezpieczeństwa europejskiego Federacji Rosyjskiej*, Kraków 2003, s. 28-29.

⁴ *The Military Balance*, op. cit., s. 19; P. Freeman, S.A. Fleurant, P. Wezeman, S. Wezeman, *Trends in World Military Expenditure in 2015*, Stockholm International Peace Research Institute, Stockholm 2016, <http://books.sipri.org/files/FS/SIPRIFS1604.pdf> (dostęp: 13.08.2016 r.).

⁵ *The Military Balance*, op. cit., s. 189.

(AFV armoured fighting vehicle), natomiast Pakistan robi świetny użytek z systemów chińskich, jeśli chodzi o AFV.

2. ROZBUDOWA ROSYJSKICH SIŁ ZBROJNYCH I POTENCJAŁ EKONOMICZNY ROSJI W XXI WIEKU

Wojsko odgrywało i ciągle odgrywa główną rolę w budowaniu bezpieczeństwa państwa, a także jego pozycji międzynarodowej. Podobnie było i jest z Rosją w trakcie jej historii. Słabsza pozycja ekonomiczna tego państwa w porównaniu z USA, Chinami czy innymi państwami dzisiejszej UE zmusza Rosję do wzmocnienia swojej roli na świecie właśnie poprzez czynnik militarny i groźbę jego użycia w różnej formie i w różnych regionach, głównie Europy i Azji. Wojsko w Rosji czy wcześniej ZSRR było czynnikiem agresji (tak jak 17 września 1939 r.), zapewniało trwałość imperium (tak jak podczas interwencji na Węgrzech w 1956 czy w Czechosłowacji w 1968 r.) albo służyło do utrzymania spokoju wśród własnej ludności w wielkim imperium, zróżnicowanym pod względem etnicznym, religijnym czy ekonomicznym. Posiadanie sił wojskowych we współczesnym świecie jest coraz bardziej kosztowne. Rosja, posiadając wielką armię, z jednej strony wspiera swoje interesy imperialne, mające restaurować dawny ZSRR. Z drugiej strony wojsko składające się na tzw. twardą siłę państwa Hard Power jest czynnikiem, poprzez który współczesna Rosja może oddziaływać na inne państwa, broniąc swoich interesów lub je poszerzając. Drugim takim czynnikiem oddziaływania Hard Power ze strony Rosji jest polityka energetyczna prowadzona w różnych konwencjach wobec przeciwników. Dzisiejsza Rosja nie może oddziaływać na inne państwa za pomocą tzw. miękkiej siły Soft Power (określenie, które stworzył Amerykanin Joseph Nye).

Unaocznieniem problemów Rosji z zakresu posiadanego sprzętu wojskowego była wojna w Gruzji w 2008 r. Wykazała ona również dotychczasowe braki w programach modernizacyjnych Sił Zbrojnych Rosji. Główną tego przyczyną były kłopoty ekonomiczne i zbyt niski wzrost gospodarczy w porównaniu z szacowanym. Na przykład zakładany na lata 1996-1997 wzrost gospodarczy PKB na poziomie 5-7% wyniósł niecałe 2%. Pociągnęło to za sobą również spadek planowanych wydatków na armię i jej modernizację. Według Marka Depczyńskiego w latach 1996-2000 średnioroczne wydatki wojskowe stanowiły jedynie 23% pierwotnie planowanych⁶. Wojna w Gruzji, podobnie jak wcześniejsze w Afganistanie (1979-1989) czy dwie wojny czeczeńskie, były impulsem do rozpoczęcia kolejnych reform w Federacji Rosyjskiej związanych z modernizacją sił zbrojnych. Pierwsze Państwowe Programy Zbrojeniowe (PPZ) w Rosji rozpoczęły się w 1996 r. i trwają do dzisiaj. Były one dostosowane do możliwości produkcyjnych rosyjskiego przemysłu obronnego (SPO). Bardziej ambitny plan modernizacji wojsk Rosji opracowano pod koniec 2006 r. Trwał on do 2015 r. (PPZ 2015). Przeznaczono na niego 4,939 bln rubli, z czego na armię przypadało 91%. Zakupy produkowanych seryjnie systemów walki pochłonęły ok. 63% funduszy, programy badawczo-rozwojowe uzyskały 20% środków, a resztę zaplanowano na remont i modernizację posiadanego uzbrojenia⁷.

Jeśli chodzi o elementy makroekonomiczne charakteryzujące dzisiejszą Rosję, to należy wymienić następujące: liczba ludności 142,423 000 mln; dochód narodowy na głowę per capita w 2014 r. 12 tys. dolarów (w 2015 r. już tylko 8,4 tys. dolarów); PKB

⁶ M. Depczyński, *Rosyjskie siły zbrojne od Milutina do Putina*, Warszawa 2015, s. 273-274.

⁷ *Ibidem*, s. 274-275.

w 2014 r.: 1,86 tr. dolarów, w 2015 r.: 1,24 tr. dolarów; wzrost gospodarczy Rosji w 2014 r. 0,6%, w 2015 r. recesja w wysokości 3,8%. Wydatki na wojsko miały wynosić w 2015 r. 66 miliardów dolarów, co stanowiło 5,4% rosyjskiego PKB. Duże zagrożenie dla gospodarki rosyjskiej wpływa obecnie nie tylko ze spadających cen surowców energetycznych, ale również z rosnącej inflacji, która w 2014 r. wyniosła 7,8%, a w 2015 r. aż 15,8%. Zmiany budżetowe powodują z jednej strony pogorszenie życia Rosjan, z drugiej strony nie oznaczają zmniejszenia wydatków wojskowych, które w 2016 r. mają się utrzymać na poziomie podobnym do odnotowanego w roku wcześniejszym. Rosję zamieszkuje dość znaczne mniejszości narodowe i etniczne, które stanowią ok. 19% ludności.

Wydatki wojskowe Rosji w 2015 r. według Stockholm International Peace Research Institute wynoszące 66 miliardów dolarów oznaczały wzrost w stosunku do roku poprzedniego o 7,5% i aż o 91% w stosunku do roku 2006. Kryzys ekonomiczny związany ze spadającymi cenami ropy i gazu, w połączeniu z sankcjami nałożonymi po aneksji Krymu spowodował drastyczne zmniejszenie się wpływów budżetowych rządu rosyjskiego, co wywołało przymusowe obcięcie wydatków na zbrojenie w 2015 r. Mimo to wydatki te były jedynie o 3% niższe od zakładanych, co wiązało się z przesunięciami z innych działań gospodarki, przeważnie o ok. 10%. W reakcji na dalsze spadki cen ropy naftowej planowany budżet obronny na 2016 r. zmniejszył się o ok. 9% w porównaniu z rokiem poprzednim⁸.

Obecnie w Rosji jest realizowany program PPZ 2020. Jego wartość osiągnęła prawie dwukrotnie większą kwotę niż w poprzednim programie. Wynikało to nie tylko z przeznaczenia większej ilości funduszy, ale także z dużych zmian inflacji. Rosyjski rubel stracił wiele na swojej wartości, co spowodowało realne zmniejszenie się środków na armię. W programie tym szczególną uwagę skierowano na modernizację wojsk jądrowych przez zakup nowoczesnych systemów precyzyjnego rażenia, budowę systemu łączności i inwestycje w system obrony raketowej powietrzno-kosmicznej. Przy obecnych założeniach realizacji programu PPZ 2020 armia rosyjska zmodernizowałaby swoje wojska w 70% w porównaniu z 6-10%, które miała zmodernizowane w 2010 r.⁹

Należy stwierdzić, że po bardzo słabych latach 90. i na przełomie drugiego tysiąclecia armia rosyjska odnotowuje w ostatnich latach sukcesy modernizacyjne. Zwiększono poziom finansowania, dokonano centralizacji systemów zamówień oraz ograniczono korupcję w armii. Czynnikiem, który wzmacnia pozycję Rosji na arenie międzynarodowej, jest również modernizacja przemysłu obronnego. W wyniku tych posunięć przy zagwarantowaniu bezpieczeństwa ekonomicznego państwa, dostępu do nowych technologii i ich rozwoju rosyjska armia będzie mogła wejść po 2020 r. w nowy etap rozwoju, który ustawi ją pod względem liczebności i jakości w pierwszej światowej piątce. Wśród zagrożeń mogących spowolnić modernizację rosyjskich sił zbrojnych są: rozproszenie wysiłku modernizacyjnego; niezrealizowanie niektórych poprzednich programów, które uniemożliwiają realizację następnych; wieloletnie zaniedbania z zakresu badań technologiczno-produkcyjnych. Największą przeszkodą mogą być jednak kwestie ekonomiczne. Koszty nowoczesnych technologii, ich wytworzenie lub kupno wymaga wielkich środków, a będące na niskim poziomie ceny gazu i ropy naftowej nie ułatwiają zadania rządowi rosyjskiemu. Obecny koszt wytwarzania nowoczesnej broni, sięgający nawet do

⁸ S. Perlo-Freeman, A. Fleurant, P. Wezeman, S. Wezeman, *Trends in World...*, *op. cit.*

⁹ M. de Hass, *Russia Military Reforms, Victory after twenty years of failure?*, Netherlands Institute of International Relations, The Hague 2011, s. 20-22.

kilkuset miliardów dolarów może skutecznie zahamować realizację programów zbrojeniowych w Rosji. Dużym problemem jest również czas, który jest potrzebny do wytworzenia finalnego produktu zbrojeniowego, który może zostać użyty w walce.

Nowa rosyjska doktryna wojenna z 2014 r. odeszła od historycznego modelu armii, który był oparty na mobilizacji masowej. Coraz większą uwagę przywiązuje się w Rosji do odwrócenia niekorzystnego trendu demograficznego, co obecnie i w przyszłości może skutkować trudnościami w budowie zawodowej armii rosyjskiej. Należy również wskazać, że w ostatnim dziesięcioleciu dokonano dużego skoku technologicznego, który zapewnił utrwalenie posiadanych i osiąganie nowych możliwości bojowych przez rosyjskie siły zbrojne. Duże wsparcie w pozyskiwaniu nowinek technicznych dla Rosji, a wcześniej dla ZSRR, miał rozbudowany wywiad we wszystkich krajach Zachodu, a także w Chinach, Japonii, Turcji czy Indiach. W stosunku do poprzedniej doktryny z 2010 r. w nowej nastąpiły zmiany w spojrzeniu na globalne środowisko międzynarodowe w zakresie bezpieczeństwa ze strony Moskwy. Według niej charakteryzuje się ono „wzmocnieniem globalnej konkurencji”. W dokumencie za główne zagrożenie dla Rosji uznano NATO i jego rozwijający się potencjał militarny, skupiany coraz bliżej granic Rosji, jak również prowadzoną dalszą ekspansję sojuszu. Kolejną grupą z niebezpieczeństw wojskowych ze strony NATO ujętych w nowej doktrynie wojennej Rosji było „utworzenie i rozmieszczenie rakiet strategicznych oraz systemów obronnych NATO mogących naruszyć stabilność systemów międzynarodowych oraz równowagę międzynarodową związaną z pociskami strategicznymi, w tym jądrowymi oraz pociskami precyzyjnymi”.

W związku z występującymi zagrożeniami Rosja jest w szczególności zainteresowana rozwijaniem broni raketowej, która ma się przeciwstawić m.in. planom NATO, które chce rozmieścić w Europie Środkowej system obrony raketowej Aegis. Siły Zbrojne Federacji Rosyjskiej zostały utworzone 7 maja 1992 r. Są one podzielone na 4 okręgi wojskowe, tj. Zachodni Okręg Wojskowy, Południowy, Centralny i Wschodni (uprzednio 6 okręgów wojskowych – Leningradzki Okręg Wojskowy, Moskiewski, Północnokaukaski, Nadwołżańsko-Uralski, Syberyjski i Dalekowschodni – oraz Kaliningradzki Okręg Specjalny)¹⁰. W skład Marynarki Wojennej Federacji Rosyjskiej wchodzi 5 Flot: Bałtycka (dowództwo w Bałtyjsku), Północna (dowództwo w Siewieromorsku), Oceanu Spokojnego (dowództwo we Władywostoku) i Czarnomorska (dowództwo w Sewastopolu) oraz Flotylla Kaspijska (dowództwo w Astrachaniu). Rosja od 2008 r. konsekwentnie realizuje ambitny plan przekształceń swojej armii na rzecz mniejszych i bardziej profesjonalnych sił zbrojnych, cechujących się wyższą gotowością bojową. Jednym z jego zasadniczych elementów jest modernizacja techniczna SZ FR.

Z przewidzianych w programie środków do 2020 r. miało zostać sfinansowane pozyskanie m.in. 600 samolotów i 1100 śmigłowców dla sił powietrznych, ok. 100 okrętów dla marynarki wojennej, w tym ok. 25 korwet, 14-15 fregat i 24 okrętów podwodnych (z czego 8 typu Boriej, przenoszących międzykontynentalne pociski wielogłowicowe R30 Buława) oraz 2300 czołgów, 2000 środków artyleryjskich i 120 wyrzutni pocisków Iskander dla wojsk lądowych. O nowe typy uzbrojenia miały się też wzbogacić rosyjskie siły strategiczne (pociski RS-24 Jars, RS-12M1/2 Topol-M) i jednostki obrony przeciwlotniczej (ok. 400 systemów S-400 Triumf i 100 S-500 Triumfator-M). Realizacja tego programu napotyka jednak trudności – nie tylko budżetowe. Przykładowo z powodu skandalu korupcyjnego został zdymisjonowany minister obrony, który nadzorował pro-

¹⁰ Por. G. Pazura, *Współczesne konwencjonalne siły zbrojne Federacji Rosyjskiej*, Lublin 2010.

gram – Anatolij Sierdiukow (zastąpił go Siergiej Szojgu). Dużym wyzwaniem jest dla Rosji zapewnienie dochodów budżetowych, za które w głównej mierze jest odpowiedzialny handel surowcami energetycznymi. Przychody ze sprzedaży ropy naftowej i gazu ziemnego stanowią w ostatnich latach 50-68% całego eksportu Federacji Rosyjskiej, a sektor energetyczny odpowiada za ponad 50% wpływów do budżetu federalnego¹¹.

W 2015 roku Rosja posiadała ogólną liczbę żołnierzy w wysokości 798 tys. osób, z czego: wojska lądowe stanowiły 240 tys., flota 148 tys., lotnictwo 145 tys., wojska strategiczne 80 tys., powietrznodesantowe 34 tys., wojska wsparcia 150 tys. i oddziały paramilitarne 489 tys. Służba wojskowa trwa w Rosji 12 miesięcy. W 2013 roku Rosja dysponowała 1800 głowicami nuklearnymi. Wojska rosyjskie posiadają m.in.: 13 atomowych okrętów podwodnych, 332 pocisków balistycznych dużego zasięgu, 76 bombowców strategicznych, 80 satelitów. Wojska pancerne obejmują 2700 nowych czołgów i 17 tys. w rezerwie; 6 tys. nowych pojazdów opancerzonych i 6 tys. starszych typów; 4180 pojazdów artyleryjskich, 1090 samolotów bojowych i ok. 500 helikopterów różnego typu. W armii rosyjskiej od kilku lat są prowadzone systematyczne akcje redukujące rozrośnięty korpus dowódczy, administrację wojskową czy stary sprzęt¹².

Obecnie Rosja wypróbuje swój sprzęt we wschodniej Ukrainie i w Syrii, szczególnie jeśli chodzi o sprawdzenie lotnictwa i zapewnienie dla niego odpowiedniej logistyki. W grudniu 2014 r., Rosja opublikowała zaktualizowaną Doktrynę Wojskową, według której główną tezą było wzmacnianie się globalnej konkurencji w międzynarodowym środowisku bezpieczeństwa. Głównymi zagrożeniami, z którymi ma sobie poradzić rosyjska armia, są: narastanie potencjału NATO i proces doprowadzania infrastruktury wojskowej państw członkowskich NATO w pobliże granic Federacji Rosyjskiej, w tym także przez dalszą ekspansję sojuszu. Wydarzenia na Ukrainie są również odzwierciedleniem nowych założeń doktryny wojennej Rosji, w której udział w operacjach wojskowych zagwarantowano także nieregularnym formacjom wojskowym, a nawet prywatnym firmom wojskowym organizującym najemników do walki.

Łączny dochód 11 największych przedsiębiorstw rosyjskich w handlu bronią w rankingu stu największych eksporterów broni na świecie osiągnął 30,1 mld dolarów w 2015 r., co oznaczało wzrost o 6,2% w porównaniu z 2014 r. Mimo tego wzrostu niższe rankingi firm rosyjskich były spowodowane głównie spadkiem wartości rosyjskiego rubla w ciągu 2015 r. W rankingu stu największych eksporterów broni dochód firm rosyjskich stanowił w 2015 r. 8,1% wszystkich eksporterów broni. Takie wyniki rosyjskich firm były możliwe dzięki zamówieniom rosyjskiego sektora rządowego. Wzrost ten został spowodowany przede wszystkim przez rosnącą sprzedaż rosyjskich helikopterów (o 16,9%) i taktycznych pocisków strategicznych (również o 16,9%)¹³.

W obecnym czasie Rosja koncentruje wysiłki geopolityczne na utrzymaniu swojej przewagi w Heartlandzie, natomiast nie ma sił i możliwości, żeby zdobyć większy wpływ w Rimlandzie, ograniczając przy tym wpływy USA i Chin na tym terenie.

¹¹ *The Military Balance*, op. cit., s. 190-202.

¹² *Ibidem*.

¹³ S. Perlo-Freeman, A. Fleurant, P. Wezeman, S. Wezeman, N. Kelly, *The SIPRI top 100 arms-producing and military services companies*, 2015, <https://www.sipri.org/research/armament-and-disarmament/arms-transfers-and-military-spending/arms-production> (dostęp: 13.08.2016 r.).

LITERATURA

- [1] Czajkowski M., *Rosja w Europie. Polityka bezpieczeństwa europejskiego Federacji Rosyjskiej*, Kraków 2003.
- [2] Depczyński M., *Rosyjskie siły zbrojne od Milutina do Putina*, Warszawa 2015.
- [3] Freeman P., Fleurant S.A., Wezeman P., Wezeman S., *Trends in World Military Expenditurein 2015*, Stockholm International Peace Research Institute, Stockholm 2016, <http://books.sipri.org/files/FS/SIPRIFS1604.pdf>.
- [4] Hass de M., *Russia Military Reforms, Victory after twenty years of failure?*, Netherlands Institute of International Relations, The Hague 2011.
- [5] Pazura G., *Współczesne konwencjonalne siły zbrojne Federacji Rosyjskiej*, Lublin 2010.
- [6] Perlo-Freeman S., Fleurant A., Wezeman P., Wezeman S., Kelly N., *The SIPRI top 100 arms-producing and military services companies, 2015*, <https://www.sipri.org/research/armament-and-disarmament/arms-transfers-and-military-spending/arms-production>.
- [7] *The Military Balance*, vol. 116, 2016.

REINFORCEMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE PARTICIPATION OF RUSSIAN COMPANIES IN THE GLOBAL ARMS TRADE

The article presents the current state of the Armed Forces of the Russian Federation and the current modernization programs implemented in the country and the impact of the economy on the construction of the defense potential of Russia. The second important issue raised in the article is the question of the power of the Russian defense industry and its success in the international arena, which is done mainly through the export of arms to other countries. The Russian Federation was formed after the collapse of the Soviet Union and it faced many challenges with the existing armed forces and their modernization. Very powerful forces during the Cold War no longer fulfill its role and ceased to be competitive with the best army in the world, especially American, Chinese, Japanese or German. Undertaken since the early 90's weapons programs, on the one hand reduced the quantity army, on the other hand they increase their quality through the purchase of new equipment and improve the old. The potential effects of modernization of the Russian armed forces started for good during the presidency of Vladimir Putin, may lead to increased geopolitical role of Russia in the next decade of years. The current situation in Ukraine and Syria means that Western countries must take into account Russia. The greatest impact on the success of Russian expansion and modernization of the armed forces will be the economy.

Keywords: military potential of Russia, the company armaments, Russia, geopolitics, the arms trade

DOI:10.7862/rz.2016.hss.53

Przesłano do redakcji: sierpień 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Krystyna TREMBICKA¹

CONTRA VERITATEM – WIZERUNEK POLITYCZNY WOJCIECHA JARUZELSKIEGO W III RZECZPOSPOLITEJ

Wojciech Jaruzelski, swoisty fenomen, pełniący liczne funkcje i posiadający w Polsce Ludowej najwięcej realnej władzy, był z jednej strony politykiem odpowiedzialnym za liczne czyny hańbiące i zbrodnie: antysemityzm w Wojsku Polskim skutkujący eliminacją ze służby oficerów o korzeniach żydowskich, interwencję Wojska Polskiego w Czechosłowacji w 1968 r., masakrę na Wybrzeżu w 1970 r., wprowadzenie stanu wojennego, likwidację Solidarności, represje wobec tysięcy ludzi w latach osiemdziesiątych XX w., a z drugiej strony pierwszym prezydentem III RP, postrzeganym jako reformator, wspieranym przez część elity politycznej i dobrze odbieranym przez co najmniej połowę społeczeństwa polskiego.

„Przeciw prawdzie” – ta część tytułu niniejszego artykułu odnosi się do kilku ważnych wątków biografii Jaruzelskiego sprzecznych z przekazem docierającym do szerokiego odbiorcy. Można sądzić, że pozytywny efekt wizerunkowy, a zamiast odpowiedzialności politycznej i karnej – możliwość prowadzenia czynnego życia na emeryturze były skutkiem zarówno świadomej autokreacji, jak i sprzyjających okoliczności: bardzo ostrej rywalizacji politycznej w III RP i wsparcia udzielonego przez część zwalczających się środowisk politycznych. Jaruzelskiemu służyły media, wydawnictwa, politycy: miał możliwość prowadzenia polemik z adwersarzami politycznymi, publikował książki, pisał listy do instytucji publicznych, wygłaszał wykłady, udzielał wywiadów, wydawał oświadczenia, uczestniczył nawet w posiedzeniu Biura Bezpieczeństwa Narodowego.

Słowa kluczowe: wizerunek polityczny, autokreacja, fałsz, walka polityczna

1. WPROWADZENIE

Wojciech Jaruzelski był politykiem, który – gdyby porównać go do innych członków elity władzy w Polsce Ludowej – pełnił najwięcej eksponowanych funkcji i koncentrował jednocześnie najwięcej realnej władzy. Jaruzelski przez ćwierć wieku był członkiem Komitetu Centralnego PZPR, zasiadał w Biurze Politycznym, w latach 1968-1989 pełnił funkcję szefa Ministerstwa Obrony Narodowej. W ostatniej dekadzie Polski Ludowej był I sekretarzem KC PZPR, w latach 1981-1985 premierem i jednocześnie ministrem obrony narodowej, w 1985-1989 zaś przewodniczącym Rady Państwa. Stał na czele Wojskowej Rady Ocalenia Narodowego (WRON). Sprawując władzę polityczną w Polsce, miał poparcie suwerena zewnętrznego, jakim był ZSRR.

Rzecz charakterystyczna, w III RP był dobrze postrzegany. Przeprowadzone w 2009 r. badania Centrum Badania Opinii Społecznej informowały, że Polacy byli

¹ Prof. dr hab. Krystyna Trembicka, Zakład Teorii Polityki i Metodologii Politologii, Wydział Politologii, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, e-mail: krystynatrembicka@wp.pl

podzieleni w jego ocenie. Na pytanie „Czy dobrze służył Polsce?” aż 52% Polaków odpowiedziało pozytywnie, a na pytanie „Czy był dobrym politykiem?” pozytywnie odpowiedziała jeszcze większa liczba – 54%². Polacy różnili się także w opinii „Jak zostanie zapamiętany?”. A był to polityk odpowiedzialny: za antysemityzm w Wojsku Polskim skutkujący eliminacją ze służby oficerów o żydowskich korzeniach, za interwencję Wojska Polskiego w Czechosłowacji w 1968 r., masakrę na Wybrzeżu w 1970 r., wprowadzenie stanu wojennego, likwidację Solidarności, represje wobec tysięcy ludzi w latach osiemdziesiątych XX w.

W 1989 roku – wprawdzie przewagą jednego głosu – zdobył Belweder, przez co stał się gwarantem ewolucyjnego charakteru zmiany ustrojowej w Polsce, bezkarności rządzących dotąd komunistów oraz ich adaptacji do warunków transformacji. Miał decydujący wpływ na wybór swojego następcy w PZPR. Namaszczenie Mieczysława Franciszka Rakowskiego na I sekretarza KC PZPR miało skutkować przebudową partii z marksistowsko-leninowskiej na socjaldemokratyczną i zdobyciem przez nią pełnego obywatelstwa w nowej rzeczywistości, co udało się zrealizować. W III RP Jaruzelski zyskał wsparcie partii postkomunistycznych (Socjaldemokracji Rzeczypospolitej Polskiej i Sojuszu Lewicy Demokratycznej) oraz ważnych środowisk politycznych: „Gazety Wyborczej” i wspieranej przez nią Unii Demokratycznej, części polityków Unii Wolności i Platformy Obywatelskiej.

Jaruzelski świadomie kreował swój wizerunek. Korzystał z mediów, gdzie miał możliwość prowadzenia polemiki z adwersarzami politycznymi, publikował książki, pisał listy do instytucji publicznych, wygłaszał wykłady, udzielał wywiadów, wydawał oświadczenia. Stając przed sądami Rzeczypospolitej, mógł bronić własnych racji i wyborów politycznych. Posiadał swoją stronę internetową³. Do końca swojego życia nie został pociągnięty do odpowiedzialności⁴.

Co prawda, dokumenty na temat tajnego współpracownika (TW) „Wolskiego” zostały upowszechnione szerokiej publiczności przez Instytut Pamięci Narodowej dopiero w czerwcu 2016 r., po zarekwirowaniu ich w domu wdowy po generale, ale że był agentem, było wiadome znacznie wcześniej. Badacze i publicyści dzielili się wiedzą o TW „Wolskim” w czasopiśmie branżowych i mediach.

Należy stwierdzić, że części elit III RP nie przeszkadzała wiedza, że gen. Jaruzelski był tajnym współpracownikiem Informacji Wojskowej. W 2010 roku prezydent Komorowski zaprosił go na posiedzenie Rady Bezpieczeństwa Narodowego. Gdy zmarł, został pochowany na Cmentarzu Wojskowym na Powązkach. Pogrzeb 30 maja 2014 r. odbył się z pełnymi honorami.

Na pozycję Jaruzelskiego w III RP i pozytywny efekt wizerunkowy niewątpliwie wpływ miała umiejętna autokreacja i sprzyjające okoliczności: polaryzacja polskiej sceny politycznej wskutek bardzo ostrej rywalizacji politycznej w III RP i wsparcie udzielone przez część zwalczających się środowisk politycznych. Jaruzelski, za sprawą niektórych polityków wywodzących się z kręgu opozycji antykomunistycznej, zyskał znacznie więcej niż tylko stanowisko prezydenta. Wsparcie ze strony Adama Michnika, redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej”, w III RP pozwoliło na realizację ważnego

² M. Feliksiak, *Wojciech Jaruzelski w opinii publicznej*, Komunikat z badań CBOS BS/101/2009, Warszawa 2009, s. 4-5.

³ *Wystąpienia, oświadczenia, listy*, www.wojciech-jaruzelski.pl.

⁴ W. Kwiatkowski, *Grudzień 70 – kalendarium śledztwa i procesu*, „Biuletyn IPN”, 2006/11-12; *Proces Jaruzelskiego za stan wojenny zawieszony*, www.rp.pl (dostęp: 6.07.2016 r.).

zadania – zadbania o legendę. Lansowany przez generała i znajdujący wsparcie przekaz o pokojowym oddaniu władzy zepchnął w niepamięć wszystkie inne jego poczynania w Polsce Ludowej. Jaruzelski zamiast odpowiedzialności politycznej i karnej uzyskał także możliwość prowadzenia czynnego życia na emeryturze.

„Przeciw prawdzie” – ta część tytułu przedmiotowego artykułu odnosi się do kilku ważnych wątków biografii Jaruzelskiego sprzecznych z przekazem docierającym do szerokiego odbiorcy.

2. LIKWIDACJA BUNTU APARATU PARTYJNEGO I ZGODA NA LEGALIZACJĘ SOLIDARNOŚCI

W odniesieniu do ostatniego roku istnienia Polski Ludowej kreowany obraz zawierał dwa przekazy. W 1988 roku to aparat partyjny miał wykazywać największy opór wobec reaktywacji Solidarności. Dzięki własnej determinacji Jaruzelski zapanował nad buntem aparatu partyjnego i uzyskał zgodę na ponowną legalizację Solidarności. Mogło więc dojść do obrad przy Okrągłym Stole, co było jedną z wielu zasług gen. Jaruzelskiego.

Wiedza historyczna pozwala stwierdzić, że I sekretarz i jego otoczenie świadomie demonizowali opór aparatu władzy przeciwko legalizacji Solidarności, aby wzmocnić własną pozycję negocjacyjną z opozycją polityczną. Jaruzelski miał duży wkład w wytworzenie negatywnego obrazu Solidarności wśród funkcjonariuszy partyjnych. Sposób „organizowania” przydatnej w konkretnym momencie reakcji ze strony tzw. bazy pokazują dokumenty Biura Politycznego. Taka sytuacja wystąpiła chociażby latem 1988 r., już po decyzji Biura Politycznego KC PZPR z 21 sierpnia 1988 r. o rozpoczęciu rozmów z Lechem Wałęsą. Podjęto wówczas starania o uzyskanie korzystnej, z punktu widzenia taktyki przyjętej przez władze, opinii organizacji partyjnych i „aktywu robotniczego” na temat rokowań z opozycją. Rzecz charakterystyczna, że wcale nie chodziło o uzyskanie opinii pozytywnej⁵. I rzeczywiście, zarówno partia, jak i robotnicy w czasie narady 7 listopada 1988 r. żądali przeciwstawienia się Solidarności. Wszystko potoczyło się zgodnie z oczekiwaniami I sekretarza.

Jaruzelski dokonał świadomej mistyfikacji przekazu o stosunku aktywu partyjnego do Solidarności⁶. Rezultaty badań prowadzone przez Akademię Nauk Społecznych, choć

⁵ Według Jaruzelskiego: „Myśmy powinni zapytać członków partii – a jak oni widzą «okrągły stół»? [...] Czy to przekazać teleksem w postaci jakichś pytań, które by skłaniały do potwierdzenia naszej linii? Ale żeby one dotarły i zwrócić. A jednocześnie, żeby stamtąd przyszło: wykluczamy «Solidarność». Na pewno w 90% z partii taka odpowiedź przyjdzie. I wtedy my też możemy powiedzieć, że działamy na zasadzie pełnomocnictwa już nie tylko KC, ale cała partia się wypowiedziała”. I podobnie w wypadku spotkania z robotnikami: „Przygotujcie ich, spreparyjcie ich, niech oni staną i krzyczą – «nie pozwolimy, żeby „Solidarność”, mamy żal, że tam się rozmawia z Wałęsą». My będziemy się bronić, że trzeba jednak rozmawiać”. Zob. wystąpienie Jaruzelskiego w czasie posiedzenia Sekretariatu KC PZPR 1 września i 18 października 1988 r., [w:] *Tajne dokumenty Biura Politycznego i Sekretariatu KC. Ostatni rok władzy 1988-1989*, oprac. S. Perzkowski [A. Paczkowski], Londyn 1994, s. 43, 119-120.

⁶ O postawie aparatu władzy miały świadczyć rezultaty badań socjologów z ANS w Warszawie, które potwierdzały jego niechęć do rozmów z opozycją. W listopadzie 1988 r. (już po pierwszych oficjalnych rozmowach) na stu kilkudziesięciu sekretarzy komitetów wojewódzkich PZPR aż 85% opowiadało się za „nieprzekraczaniem cech systemu [...], jakie leżą u jego podstaw od 1948 r.” Autorzy raportu stwierdzili, że blisko 60% badanych funkcjonariuszy aparatu partyjnego średniego szczebla można określić jako „zwolenników totalitarnych metod władzy”. Zob.

prawdziwe, nie musiały odzwierciedlać rzeczywistości. Rządzący świadomie dezinformowali nie tylko negocjatorów opozycyjnych, ale i stronę kościelną. Niemniej wyeksponowanie negatywnej reakcji aparatu partyjnego co do rozmów z Solidarnością było korzystne. Na tle funkcjonariuszy partyjnych, mocno protestujących przeciw ewentualnej legalizacji Solidarności i rozmowom na rzecz reformy systemu, każdy wyglądał lepiej. Wobec protestów „bazy” ekipa Jaruzelskiego i sam I sekretarz KC PZPR mogli pokazać własną determinację na rzecz porozumienia i zwiększyć wiarygodność. Był to element gry, gdyż zdecydowana większość członków PZPR, w tym pracowników administracji państwowej, chciała porozumienia z opozycją⁷. Należy pamiętać o tym, że lata osiemdziesiąte XX w. przyniosły także nową jakość w sferze własnościowej – zapoczątkowały tzw. uwłaszczenie nomenklatury. Aparat partyjny i pracownicy resortu bezpieczeństwa, przejmując majątek państwowy, stali się pierwszym beneficjentem transformacji.

Temu samemu służyła gra podjęta w czasie drugiej części X Plenum KC PZPR (16-18 stycznia 1989 r.), kiedy Jaruzelski, w asyście generałów Czesława Kiszczaka (MSW) i Floriana Siwickiego (MON), podali się do dymisji. Dla generałów, do których przyłączył się Rakowski⁸, miała to być „ucieczka do przodu” i gra już nie tylko wobec opozycji, ale i wobec współtowarzyszy. Dymisją zagrozili szefowie wszystkich instytucji osłaniających partię: wojska, Ministerstwa Spraw Wewnętrznych, administracji państwowej. Oficjalnie chodziło o niedopuszczenie do negatywnej decyzji plenum w sprawie pluralizmu związkowego.

Jaruzelski osiągnął wówczas trzy korzyści: 1) wotum zaufania dla kierowanego przez siebie, a zmienione w czasie pierwszej części plenum Biura Politycznego; 2) zgodę na legalizację Solidarności (za głosowały aż 132 osoby, przeciwko 32, 14 wstrzymało się od głosu)⁹; 3) uwiarygodnienie przed opozycją. Brak zagrożenia dla porozumienia z opozycją potwierdzał gen. Władysław Pożoga, uczestnik X Plenum KC PZPR¹⁰. Pożo-

A. Paczkowski, *Od sfałszowanego zwycięstwa do prawdziwej klęski. Szkice do portretu PRL*, Kraków 1999, s. 161.

⁷ Badania dokonane przez Akademię Nauk Społecznych (ANS) pokazały, że za ideą dialogu z opozycją opowiadało się aż 82,4% członków PZPR i aż 87,1% pracowników administracji państwowej. AAN, KC PZPR, sygn. XIA/1435; *Raport z ogólnopolskich badań ankietowych przeprowadzonych wśród członków PZPR w listopadzie 1988 r. przez ANS*, k. 144.

⁸ M. Dechnel-Szyc, J. Stachura, *Gry polityczne – orientacje na dziś*, Warszawa 1991, s. 75.

⁹ *Zakończenie obrad X Plenum KC PZPR*, „Trybuna Ludu”, 19 I 1989 r.; *Komitet Centralny przyjął uchwałę X Plenum oraz Stanowisko w sprawie pluralizmu politycznego i związkowego*, „Trybuna Ludu”, 20 I 1989 r.

¹⁰ „Rejtanowski gest tercetu generalskiego, z doklejonym do generałów Rakowskim, grożących dymisją, był w rzeczywistości tylko nic nieznaczącym symbolem, choć przedstawiany jest jako niezmiernie ważne wydarzenie, może nawet decydujące dla «być albo nie być» rozmów z opozycją. Tymczasem sprawa od początku nie wyglądała dramatycznie. [...] Być może z ich strony przebieg wydarzeń był taki, jak opisują. [...] W czasie obrad dziesiątego plenum nastroj sali był jednak nieco inny. Wbrew obiegowym opiniom «światła góra» partii nie musiały dramatycznymi gestami popychać partyjnego «plebsu» Komitetu Centralnego do podejmowania słusznych decyzji zmierzających do dogadania się przy «okrągłym stole». Betony nie miały większości. Atakowały, ale był to atak rozpaczliwy, nie obliczony na sukces”. Zob. *Wojciech Jaruzelski tego nigdy nie powie. Mówi były szef wywiadu i kontrwywiadu, pierwszy zastępca ministra spraw wewnętrznych, generał dywizji Władysław Pożoga, napisał Henryk Piecuch*, Warszawa 1992, s. 292.

ga, uwzględniając aktualne konflikty w KC PZPR, zwrócił uwagę na podziały, które raczej nie były brane pod uwagę przez badaczy i uczestników wydarzeń. Podał przede wszystkim w wątpliwość twierdzenia o zagrożeniu ze strony tzw. betonu: „Nastrój na sali był bardziej radykalny niż partyjnej elity, rzekomo proreformatorskiej. Co światlejsi członkowie KC widzieli konieczność zmiany nie tylko kierunku działania partii [...]”, ale i „zmiany personalnej na najwyższym szczeblu. [...] Tego właśnie obawiali się generałowie”. Konkluzja Pożogi była następująca: „Operetkowa dymisja Jaruzelskiego i spółki była dobrze skalkulowaną szopką. Siedziałem na sali, słyszałem, co ludzie mówią. To nie była walka betonów z reformatorami. To była gra centrystów z reformatorami i «betonami». Reformatorzy nie mieli lidera, a betony szans. Musieli wygrać centryści”¹¹. Niemniej w stosunku do członków KC PZPR i opozycji był to widowiskowy i emocjonalny blef¹². Brak przesłanek, aby sądzić, że Jaruzelskiemu, premierowi i innym generałom groziła utrata stanowiska¹³.

3. ZWOŁANIE OKRĄGŁEGO STOŁU ZAPOBIEGŁO ROZLEWOWI KRWI I UMOŻLIWIŁO PRZEPROWADZENIE REFORM

Zasługą Wojciecha Jaruzelskiego było zwołanie Okrągłego Stołu. Należy stwierdzić, że wokół Okrągłego Stołu narosło, zwłaszcza w pierwszych latach od zakończenia obrad, wiele mitów, o czym świadczy istnienie czarnej i białej legendy, której istotę stanowią przeciwstawne oceny tego wydarzenia¹⁴. Kontrowersje są na ogół efektem nie tego, czym był Okrągły Stół, ale różnorodnych subiektywnych wyobrażeń i przypuszczeń, wielokrotnie podyktowanych aktualnym interesem politycznym bądź po prostu brakiem wiedzy.

Badacze wiedzą, czym był Okrągły Stół. Niewątpliwie to, co kryje w sobie pojęcie „Okrągły Stół”, było ze strony wówczas rządzących kolejną reformą PRL mającą na celu utrzymanie władzy politycznej. Chodziło o skanalizowanie Solidarności i podzielenie się odpowiedzialnością, czemu miała służyć propozycja oddania przedstawicielom opozycji mandatów poselskich oraz kilku ministerstw (gospodarczych i społecznych). Z kolei PZPR nie miała zamiaru rezygnować z resortów „siłowych”, czyli realnej władzy. Utrzymaniu kontroli nad procesem przekształcenia systemu politycznego miał służyć urząd prezydenta o mocnej pozycji ustrojowej, który miał objąć gen. Jaruzelski. Celem było więc utrzymanie władzy, ale innymi niż dotąd metodami. Zaproszona do Okrągłego Stołu część opozycji antykomunistycznej, określanej w literaturze przedmiotu jako demokratyczna, godziła się na rozmowy: miała małe aspiracje (uzyskanie statusu legalnej opozycji, ale działającej w lepszych warunkach niż dotąd). W trakcie obrad, w zamian za utworzenie urzędu prezydenta jako gwaranta interesów dotychczas rządzą-

¹¹ *Ibidem*.

¹² Bronisław Geremek, jeden z kreatorów porozumienia przy Okrągłym Stole po stronie opozycyjnej na pytanie Jacka Żakowskiego, czy nie miał wrażenia, że tzw. reformatorzy „szukają u was oparcia przeciwko własnej bazie?”, odpowiedział: „Tak, po tej dyskusji powiedziałem biskupowi Gocłowskiemu, że – paradoksalnie – naszym sprzymierzeńcem jest partyjny beton, bo oni się go tak boją, że muszą szukać oparcia w nas. Mieli wówczas poczucie, że ich los jest tak mocno sprzężony z linią reformatorską, iż będą skończeni, jeżeli reformy się nie powiedzą”. *Rok 1989: Geremek odpowiada, Żakowski pyta*, Warszawa 1990, s. 59.

¹³ K. Trembicka, *Okrągły Stół w Polsce. Studium o porozumieniu politycznym*, Lublin 2003, s. 106 i n.

¹⁴ A. Dudek, *Dwie legendy III RP*, „Dziennik”, 29 IX 2007/235, s. 6.

cych, opozycja uzyskała znacznie więcej – wolne wybory do Senatu. Wskutek błędów strony rządowo-koalicyjnej popełnionych w pracy nad ordynacją wyborczą do Sejmu w wyborach czerwcowych w 1989 r. polskie społeczeństwo odrzuciło wynegocjowany kontrakt. Dzięki temu mogło dojść do utworzenia rządu z Tadeuszem Mazowieckim jako premierem.

Dyskusja wokół Okrągłego Stołu pozwoliła na budowanie wizerunku Wojciecha Jaruzelskiego jako odważnego reformatora, który miał zasługi we wprowadzeniu demokracji w Polsce. Na przestrzeni ćwierćwiecza trzy sprawy budziły najczęściej kontrowersji i polaryzowały scenę polityczną, a jednocześnie wzmacniały wizerunek Jaruzelskiego.

Pierwszą było traktowanie Okrągłego Stołu jako modelu przejścia z systemu niedemokratycznego do demokratycznego. Dla architektów Okrągłego Stołu, tak po stronie komunistów rządzących przed 1989 r., jak i opozycji, był to przełom. Przez ostatnie ćwierćwiecze politycy z kręgu byłej PZPR podkreślali, że było to wydarzenie oryginalne, właściwy model wychodzenia z autorytaryzmu, w ślad za Polską powtórzony w wielu miejscach na świecie (m.in. w Republice Południowej Afryki). O Okrągłym Stole jako wyjątkowym i polskim „wynalazku” pozwalającym na bezkrwawe przejście z systemu niedemokratycznego do demokratycznego wyrażał się Stanisław Ciosek – jeden z pomysłodawców rozmów. Dla Cioska Okrągły Stół był symbolem, a nawet „polskim towarem eksportowym, sposobem na rozwiązywanie konfliktów współczesnego świata [...], polską coca-colą”¹⁵. Dla Adama Michnika ze strony solidarnościowej była to najbardziej „romantyczna rewolucja”. Bez rozmów między władzami a opozycją system mógł jeszcze istnieć, nie było żadnej konieczności dziejowej, „żeby się wtedy skończył”, mógł „gnić” jak w Korei czy w Chinach¹⁶.

Zdecydowanie pozytywna ocena Okrągłego Stołu ze strony tych środowisk nie powinna dziwić, gdyż byli to niejako twórcy III Rzeczypospolitej związani ze środowiskami politycznymi mającymi istotny udział w rządzeniu państwem. Trzeba jednak wiedzieć, że tego typu spotkanie nie było polskim pomysłem. Jego pierwowzór stanowiły rozmowy w Moncloa w Hiszpanii w 1977 r. Należy się jednak zgodzić, że był to swoisty model przejścia z jednego systemu do drugiego, realizowany w wielu państwach na świecie w ramach „trzeciej fali demokratyzacji”¹⁷.

Byli przywódcy PZPR uwzględniali głównie determinację ówczesnie rządzących. Dowartościowywano przede wszystkim gen. Jaruzelskiego, ale i polityków młodego pokolenia. Wniosek ten nasunął się na podstawie chociażby wydarzeń związanych z kolejnymi obchodami rozpoczęcia obrad przy Okrągłym Stole. Pozytywną rolę gen. Jaruzelskiego permanentnie eksponowano. Adam Michnik, znany z przedsięwzięć podejmowanych z prominentnymi politykami lewicy, wypowiadając się pozytywnie na temat przywódców PZPR, podkreślał, że w 1989 r. musieli dokonać strategicznego wyboru co do drogi autodemontażu systemu przez negocjacje¹⁸. Kolejne okrągłe rocznice obrad były dobrą okazją nie tylko do przypomnienia tego wydarzenia, ale i części jego uczestników. Służyło temu zwłaszcza spotkanie z okazji 20-lecia, zorganizowane

¹⁵ Cyt. za: W. Duda, *Okrągły Stół, czyli nasza coca-cola*, „Życie”, 9 II 1999 r., s. 23.

¹⁶ Adam Michnik *o sobie, wolnej Polsce, cudzie ustrojowej przemiany i groźnej tęsknocie za autorytaryzmem*, wywiad przeprowadzony przez Jacka Zakowskiego, „Polityka”, 20-27 XII 2008/51, s. 34.

¹⁷ Zob. K. Trembicka, *Okrągły Stół w Polsce – mity i stereotypy*, „Studia Polityczne”, 2005/15, s. 82.

¹⁸ Adam Michnik *o sobie, wolnej Polsce...*, op. cit., s. 34.

5 lutego 2009 r. w sejmie z udziałem wielu dawno niewidzianych polityków PZPR, między innymi gen. Wojciecha Jaruzelskiego, oraz licznych uczestników obrad, kreatorów porozumienia, nielicznych historyków (Andrzeja Friszke, Andrzeja Garlickiego), nagłośnione przez TVN, następnie szeroko opisywane i komentowane w prasie. W wyjątkowo krzywym zwierciadle eksponowani byli architekci Okrągłego Stołu. Do opinii publicznej przedarli się słowa Władysława Frasyniuka o potrzebie zbudowania pomnika dla gen. Jaruzelskiego¹⁹. Była to niewątpliwie wypowiedź bardzo radykalna, ale oddawała istotę rzeczy: ocenę ludzi władzy przez część opozycji uczestniczącej w rozmowach. Jak zaznaczono wcześniej, ukoronowaniem tego typu myślenia był pogrzeb gen. Jaruzelskiego w 2014 r. na Cmentarzu Powązkowskim, z honorami należnymi głowie państwa, udziałem w uroczystości prezydentów – byłego – Lecha Wałęsy, i urzędującego – Bronisława Komorowskiego, a także wielu prominentnych osób.

Odmierna ocena Okrągłego Stołu była charakterystyczna dla radykalnej części opozycji antykomunistycznej, a w III RP – dla środowisk lokowanych po prawej stronie sceny politycznej, korzystających z łamów „Gazety Polskiej”, „Tygodnika Solidarność”, „Życia”, „W Sieci” i „Do Rzeczy”. Dla nich Okrągły Stół był częścią większej całości i został zaprojektowany przez KGB. W 2009 roku środowiska określające się jako niepodległościowe zorganizowały konferencję „Przewyciężyć zmoję Okrągłego Stołu”. Twórcy czarnej legendy zamiast określenia „model” woła „laboratorium KGB”. Dlatego też Okrągły Stół był zdradą²⁰.

Drugą ważną kwestią akcentowaną w dyskusjach, a wzmacniającą pozytywną ocenę Jaruzelskiego w związku z porozumieniem przy Okrągłym Stole był przekaz, że dzięki porozumieniu nie doszło do rozlewu krwi i podjęto reformy. Przez lata punktem odniesienia była Rumunia, gdzie w grudniu 1989 r. doszło do walk, które przyniosły wiele ofiar, w konsekwencji stracono zaś dyktatora i jego żonę. Polska „reformacja” skutecznie zamortyzowała niebezpieczeństwo gwałtownego tragicznego przebiegu zmian. Ugruntowywaniu tego typu ocen sprzyjały liczne wypowiedzi autorytetów środowiskowych, na przykład Jana Nowaka-Jeziorańskiego. Przy okazji 10. rocznicy obrad Jan Nowak-Jeziorański wspominał o groźbie całkowitego załamania gospodarki i wybuchu społecznego: „ekipa rządząca musiałaby bronić siłą już nie tylko władzy, lecz także własnej skóry i życia. Możliwy był scenariusz najgorszy, a zatem krwawe zwycięstwo przemocy, a w jego wyniku dojście do władzy najgorszych stalinowskich elementów, nie tylko w Polsce, ale także na Kremlu”²¹.

W 2014 roku spadkobiercy partii rządzących w Polsce Ludowej wykorzystali konflikt na Ukrainie, aby raz jeszcze potwierdzić znaczenie Okrągłego Stołu dla pokojowej transformacji w Polsce. Tym razem Okrągły Stół pozwolił zapobiec scenariuszowi ukraińskiemu – „lepiej rozmawiać niż strzelać do siebie – gdyby na Ukrainie był okrągły

¹⁹ Zob. *Frasyniuk postawiłby Jaruzelskiemu pomnik*, www.newsweek.pl (dostęp: 10.03.2009 r.).

²⁰ Antoni Macierewicz, powołując się na depesze radzieckie, z których jednoznacznie wynikało sprawstwo KGB, twierdził, że KGB nie tylko kontrolowało proces dochodzenia do Okrągłego Stołu, ale ingerowało w przebieg rozmów i nadzorowało porozumiewanie się z opozycją, przysyłając szczegółowe instrukcje. Kontrola dotyczyła transformacji ustrojowej w całym bloku komunistycznym. Dla Macierewicza była to operacja od początku do końca „radziecka”. Zob. J. Kurski, P. Semka, *Lewy czerwcowy. Mówią Kaczyński, Macierewicz, Parys, Glapiński, Kostrzewa-Zorbas*, Warszawa [b.d.], s. 190-191, 197.

²¹ P. Smoleński, *Obrona ruchoma*, „Gazeta Wyborcza”, 6-7 II 1999 r., s. 12; cyt. za: T. Zalewski, *Karzących myk, który ruszył lawinę*, „Trybuna”, 8 II 1999/32, s. 5.

stół, może byłoby inaczej”²². Stefaniuk z PSL retorycznie pytał: „co było bardziej racjonalne, okrągły stół czy Majdan?”²³.

Niewątpliwie twierdzenie Nowaka-Jeziorańskiego oraz polskich polityków jest trudne do obrony. W Polsce sytuacja ulegała radykalizacji, ale nic nie zapowiadało rewolucji. O ile można zrozumieć, że zasiadający do obrad nie mieli świadomości szybko zmieniającej się sytuacji w ZSRR i zbliżającego się upadku systemu, o tyle trudniej wyjaśnić, dlaczego taką tezę głoszono po 1989 r.²⁴ Przekonujące jest twierdzenie Antoniego Dudka: „wielce prawdopodobne, że alternatywnym rozwiązaniem nie była krwa-wa łaźnia, ale kilkunastomiesięczny proces ostatecznego rozkładu PRL, zakończony wydarzeniami w rodzaju czechosłowackiej aksamitnej rewolucji”²⁵.

Przeciwnicy myślenia, że dzięki rozmowom przy Okrągłym Stole uniknięto rozlewu krwi, mieli pretensję nie tyle do gen. Jaruzelskiego, że bronił własnych decyzji, ile do kolegów z opozycji za kunktatorstwo. Przy Okrągłym Stole nie podjęto debaty nad zasadniczą zmianą ustrojową, ani nawet nad głęboką demokratyzacją systemu, jak 5 lutego 2009 r. usiłował sugerować w Sejmie Jerzy Szmajdziński z Sojuszu Lewicy Demokratycznej²⁶.

W kontekście dokonywanych ocen Jaruzelski nie mógł być reformatorem. Strona koalicyjno-rządowa widziała przyszłość kraju w reformowaniu socjalizmu – PZPR nie zgodziła się na pluralizm polityczny, utworzenie samorządu, wolność mediów. Nie było mowy o realizacji w najbliższej przyszłości prawa do swobodnego wyboru władz czy życia w systemie demokratycznym. Niewątpliwie Okrągły Stół dał wiele tzw. otwarć, a przede wszystkim możliwość poznania woli społecznej, co nastąpiło w wyniku wyborów w czerwcu 1989 r.²⁷ Rezultat wyborów świadczył o zanegowaniu przez społeczeństwo istoty kontraktu zawartego przy Okrągłym Stole, który – bez względu na wynik głosowania – gwarantował większość w parlamencie dotychczas rządzącym. Lewicowi politycy zdawali się tego nie zauważać. Fakt ten jest mało znany opinii publicznej. Elita polityczna zbagatelizowała rezultat wyborów czerwcowych i dokonała zmiany reguł gry w czasie wyborów, czego dowodem była nowelizacja ordynacji wyborczej między

²² Wystąpienie Tadeusza Iwińskiego w dyskusji nad uchwałą Sejmu w sprawie uczczenia 25. rocznicy obrad Okrągłego Stołu. Zob. *Sprawozdanie stenograficzne obrad Komisji Kultury i Środków Przekazu (nr 121) z dnia 20 lutego 2014 r.*, s. 4; *Sprawozdanie stenograficzne z 63. posiedzenia Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej w dniu 14 marca 2014 r.*, Warszawa 2014, s. 256.

²³ Wystąpienie Franciszka Jerzego Stefaniuka w dyskusji nad uchwałą Sejmu w sprawie uczczenia 25. rocznicy obrad Okrągłego Stołu. Zob. *Sprawozdanie stenograficzne z 63. posiedzenia Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej w dniu 12 marca 2014 r.*, Warszawa 2014, s. 101.

²⁴ Zob. wypowiedź S. Niesiołowskiego z PO 2 czerwca 2014 r. w cyklu „Tomasz Lis na żywo” w programie II TVP.

²⁵ A. Dudek, *Kulisy III RP: „okrągły stół”*, „Wprost”, 7 II 1999 r., s. 36.

²⁶ Powiedział wówczas, że „komunizm nie został w Polsce obalony, a rozwiązany za porozumieniem stron”. Zob. *Debata w 20. rocznicę okrągłego stołu*, www.tvp.pl/historia/aktualności, s. 19.

²⁷ W Polsce pierwsza tura odbytych 4 czerwca 1989 r. wyborów do Sejmu i Senatu przyniosła bezapelacyjne zwycięstwo opozycji. Na 161 miejsc w Sejmie, które przypadły jej na mocy porozumień, uzyskała aż 160. Na 100 miejsc do Senatu opozycja zdobyła aż 92. Jeżeli chodzi o stronę koalicyjno-rządową, to w pierwszej turze udało jej się wprowadzić do Sejmu jedynie 3 posłów. Z wyjątkiem dwóch osób (Mikołaja Kozakiewicza i Adama Zielińskiego) porażkę ponieśli kandydaci umieszczeni na liście krajowej.

pierwszą a drugą turą głosowania, tak aby dotychczas rządzący mogli zachować w sejmie ustaloną liczbę mandatów.

Trzecim atutem Jaruzelskiego był przekaz, że w staraniach o prezydenturę zyskał wsparcie przywódców państw demokratycznych, a jako prezydent nie blokował reform, dzięki czemu można było dokonać transformacji ustrojowej.

Należy stwierdzić, że postanowienia zawarte przy Okrągłym Stole w kwestiach ustrojowych przetrwały zaledwie kilkanaście miesięcy. W PZPR wynik wyborów odczytano jako wyraźne rozstrzygnięcie na korzyść Solidarności, a tym samym jako zdecydowane zanegowanie i odrzucenie przez społeczeństwo dotychczasowego modelu rządzenia²⁸. Wynik wyborów czerwcowych w 1989 r. i nowe strajki, których konsekwencją było poniekąd utworzenie rządu Tadeusza Mazowieckiego, przyspieszyły proces zmian. Aspiracje społeczne, przynajmniej w sprawach politycznych, poszły dalej niż to przewidywały dokumenty końcowe Okrągłego Stołu.

Jaruzelski został prezydentem dlatego, że wsparła go część posłów Obywatelskiego Klubu Obywatelskiego. Należy wskazać, że Stany Zjednoczone i państwa zachodnie (Francja, Wielka Brytania, Włochy) były zaskoczone sukcesem Solidarności w wyborach czerwcowych i nie zamierzały osłabiać pozycji generała w czasie starań o prezydenturę. Przeciwnie, mając na uwadze potrzebę stabilizacji porządku międzynarodowego, były zainteresowane, aby tzw. reformatorska część PZPR znalazła się w Sejmie, a Jaruzelski został prezydentem. Podjęto trzy działania: 1) obrona porozumienia zawartego przy Okrągłym Stole i naciski na Solidarność w celu samoograniczenia; 2) lobbowanie u polityków opozycji na rzecz prezydentury dla gen. Jaruzelskiego (John Daves, ambasador Stanów Zjednoczonych w Polsce, był tym politykiem, który podpowiedział politykom opozycji, jak w zakamulowany sposób wesprzeć generała. Sugerował absencję w czasie głosowania, aby obniżyć kworum, oddanie nieważnych głosów, ewentualne wstrzymanie się od głosu); 3) wizyty w Polsce przywódców demokratycznych i osobiste poparcie prezydenta Busha dla gen. Jaruzelskiego. W Polsce 14-16 czerwca 1989 r. gościł François Mitterrand, prezydent Francji; 9-11 lipca zaś prezydent Bush. Bush był zainteresowany zwiększeniem wpływów Stanów Zjednoczonych w Polsce i zmniejszeniem radzieckich. Także decyzja Jana Pawła II, podjęta najprawdopodobniej końcem czerwca, aby nawiązać stosunki dyplomatyczne z PRL i wystosowanie w tej kwestii 7 lipca listu, była poniekąd wskazaniem na gen. Jaruzelskiego²⁹.

Przekaz, że Jaruzelski dobrze sprawował urząd prezydenta, był obecny przede wszystkim na łamach „Gazety Wyborczej” i w wypowiedziach jej publicystów występujących w mediach elektronicznych. Zdaniem Michnika postawa Jaruzelskiego jako prezydenta zasługiwała na szacunek, gdyż nie blokował niezbędnych, a społecznie bolesnych reform. Zastługą generała było zapewnienie stabilizacji. W Polsce nie było bowiem – wzorem Hiszpanii – prób buntu ze strony wojska czy aparatu³⁰.

I rzeczywiście, Jaruzelski nie blokował reform, zwłaszcza firmowanych przez Leszka Balcerowicza, a dotyczących spraw gospodarczych i społecznych. Analiza zakresu

²⁸ Informacja Wydziału Pracy KC PZPR na temat II tury wyborów do Sejmu i Senatu z 15 czerwca 1989 r., [w:] *Polska 1986-1989: koniec systemu*, Materiały międzynarodowej konferencji, Miedziszyn, 21-23 października 1999, t. 3: *Dokumenty*, red. A. Dudek, A. Friszke, Warszawa 2002, s. 275.

²⁹ P. Pleskot, *Zachód ratuje generała?! Paradoksy zachodniej dyplomacji w czasie przemian w Polsce (czerwiec-lipiec 1989 r.)*, „Pamięć i Sprawiedliwość”, 2010/2, s. 193 i n.

³⁰ Adam Michnik *o sobie, wolnej Polsce...*, s. 34.

i zasięgu zmian podjętych w Polsce pozwala stwierdzić, że w sferze politycznej postanowienia podjęte w 1990 r. w innych państwach komunistycznych szły znacznie dalej. Decydowano o budowie demokracji parlamentarnej, o przeprowadzeniu wolnych i demokratycznych wyborów do parlamentu, o zmianach w konstytucji w postaci likwidacji przepisów o kierowniczej roli partii marksistowsko-leninowskiej i dyktaturze proletariatu, o wprowadzeniu pluralizmu politycznego. Zmiany ustrojowe w innych państwach Europy Środkowowschodniej miały znacznie szybszy przebieg niż w Polsce. Dnia 29 grudnia 1989 r. na prezydenta Czechosłowacji wybrano opozycjonistę Václava Havla, w marcu i kwietniu 1990 r. odbyły się wolne wybory parlamentarne w NRD i na Węgrzech, a w czerwcu w Czechosłowacji i Bułgarii. Wolne wybory prezydenckie w Polsce miały miejsce w listopadzie 1990 r., a parlamentarne dopiero w październiku 1991 r.

Nieprawdą były twierdzenia o groźbie buntu ze strony poprzedniej elity władzy. W Polsce nie było zagrożenia dla demokratyzacji systemu politycznego PRL po wyborach czerwcowych. Jaruzelski dopiero po latach był w stanie stwierdzić, że nie widział realnego zagrożenia. W kręgach wojska dostrzegał „co najwyżej pomruki niezadowolenia. [...] Z MSW dochodziły groźniejsze sygnały. [...] Jednak frontalnego zderzenia się nie spodziewałem”³¹.

4. WNIOSKI

Rekapitulując, można stwierdzić, że: 1) oceny dotyczące Wojciecha Jaruzelskiego były wyjątkowo stabilne. Środowiska polityczne akceptujące III RP, uczestniczące w sprawowaniu władzy w państwie, mają generalnie pozytywny stosunek do rozmów między władzami PRL a opozycją, a co za tym idzie – również do Jaruzelskiego; 2) ostra walka polityczna w III RP powodowała korektę stanowisk, na przykład w stosunku do niedawnych przeciwników politycznych, a nawet wrogów. Tylko atakiem środowisk prawicowych na polityków związanych z UD i UW można wytłumaczyć wzmożenie obrony Jaruzelskiego, w tym werbalną opinię Frasyniuka wobec gen. Jaruzelskiego.

LITERATURA

- [1] AAN, KC PZPR, sygn. XIA/1435, *Raport z ogólnopolskich badań ankietowych przeprowadzonych wśród członków PZPR w listopadzie 1988 r. przeprowadzonych przez ANS*, k. 144.
- [2] Dechnel-Szyc M., Stachura J., *Gry polityczne – orientacje na dziś*, Warszawa 1991.
- [3] *Debata w 20. rocznicę okrągłego stołu*, www.tvp.pl/historia/aktualności.
- [4] „Dziennik” 2007.
- [5] Feliksiak M., *Wojciech Jaruzelski w opinii publicznej*, Komunikat z badań CBOS BS/101/2009, Warszawa 2009.
- [6] *Frasyniuk postawiłby Jaruzelskiemu pomnik*, www.newsweek.pl.
- [7] „Gazeta Wyborcza” 1999.
- [8] Kurski J., Semka P., *Lewy czerwcowy. Mówią Kaczyński, Macierewicz, Parys, Głapiński, Kostrzewa-Zorbas*, Warszawa [b.d.].
- [9] Kwiatkowski W., *Grudzień 70 – kalendarium śledztwa i procesu*, „Biuletyn IPN” 2006/11-12.

³¹ Zob. *Debata w 20. rocznicę okrągłego stołu*, www.tvp.pl/historia/aktualności, s. 7.

- [10] Paczkowski A., *Od sfalszowanego zwycięstwa do prawdziwej klęski. Szkice do portretu PRL*, Kraków 1999.
- [11] Pleskot P., *Zachód ratuje generała?! Paradoksy zachodniej dyplomacji w czasie przemian w Polsce (czerwiec-lipiec 1989 r.)*, „Pamięć i Sprawiedliwość” 2010/2.
- [12] „Polityka” 2008.
- [13] *Polska 1986-1989: koniec systemu*, Materiały międzynarodowej konferencji, Międzieszyn, 21-23 października 1999, t. 3: *Dokumenty*, red. A. Dudek, A. Friszke, Warszawa 2002.
- [14] *Proces Jaruzelskiego za stan wojenny zawieszony*, www.rp.pl.
- [15] *Rok 1989: Geremek odpowiada, Żakowski pyta*, Warszawa 1990.
- [16] *Sprawozdanie stenograficzne obrad Komisji Kultury i Środków Przekazu (nr 121) z dnia 20 lutego 2014 r.*, Warszawa 2014.
- [17] *Sprawozdanie stenograficzne z 63 posiedzenia Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej w dniu 14 marca 2014 r.*, Warszawa 2014.
- [18] *Tajne dokumenty Biura Politycznego i Sekretariatu KC. Ostatni rok władzy 1988-1989*, oprac. S. Perzkowski [A. Paczkowski], Londyn 1994.
- [19] Trembicka K., *Okrągły Stół w Polsce – mity i stereotypy*, „Studia Polityczne” 2005/15.
- [20] Trembicka K., *Okrągły Stół w Polsce. Studium o porozumieniu politycznym*, Lublin 2003.
- [21] „Trybuna” 1999.
- [22] „Trybuna Ludu” 1989.
- [23] *Wojciech Jaruzelski tego nigdy nie powie. Mówi były szef wywiadu i kontrwywiadu, pierwszy zastępca ministra spraw wewnętrznych, generał dywizji Władysław Pożoga, napisał Henryk Piecuch*, Warszawa 1992.
- [24] „Wprost” 1999.
- [25] *Wystąpienia, oświadczenia, listy*, www.wojciech-jaruzelski.pl.
- [26] „Życie” 1999.

AGAINST THE TRUTH – POLITICAL IMAGE OF WOJCIECH JARUZELSKI IN THE THIRD POLISH REPUBLIC

Wojciech Jaruzelski was a political phenomenon, performing numerous functions and having much real power in People's Poland. On the one hand, he was a politician responsible for numerous acts of disgrace and crimes: anti-Semitism in the Polish Army resulting eliminate officers with Jewish roots from service, the intervention of the Polish Army in Czechoslovakia in 1968, massacre at Polish Coast in 1970, the introduction of martial law, elimination of the Solidarity movement, repressive measures against thousands of people in the 1980s. On the other hand, he was the first President of the Third Republic, perceived as a reformer, supported by the part of the political elite and well-perceived by at least half of the Polish society.

„Against the truth” – part of the article title refers to several important topics in Jaruzelski's biography which were not widely known. It can be assumed that the positive image of Jaruzelski and the ability to lead an active life in retirement (instead of political responsibility and criminal liability) were the result of conscious self-creation and favorable circumstances: a fierce political rivalry in the Third Republic and the support provided by some warring political circles. Part of the media, publishing, politicians served Jaruzelski.

He had the opportunity to conduct polemics with political adversaries, published books, wrote letters to public institutions, lectured, gave interviews and made statements. He even participated in a meeting of the National Security Bureau.

Keywords: political image, self-creation, false, political struggle

DOI:10.7862/rz.2016.hss.54

Przesłano do redakcji: styczeń 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Paweł WALAWENDER¹

UNEMPLOYED PEOPLE AGED 50 AND OLDER IN THE STATISTICS OF EMPLOYMENT OFFICES OF THE PODKARPACIE PROVINCE

In this article has been discussed the matter of unemployment among people who are more than 50 years old and are registered in the Podkarpackie Province. The categories of the unemployed belonging to the mentioned age group have undergone a detailed survey and they have been compared to the structure of the unemployed population in the Podkarpackie Province. The changes the categories of the unemployed 50+ were affected by in the period of 2010-2015 have also been included. The analyses have been supported by the data available from official statistical reporting, especially obtained from the resources of the Central Statistical Office (GUS), including the Local Data Bank and the Economic Activity Survey (BAEL). In the analytic process basic statistical methods have been used and the results have been presented in tables. The time range of analyses is 2010-2015. The Podkarpackie Province is an example of the labour market which is characterised by, in relation to the Polish standards, a high unemployment rate and unfavourable structure of unemployment duration. One fifth of the unemployed registered here are people in their 50s and older. The analyses present this category of the unemployed as a community relatively poorly educated and remaining unemployed for a long time, and constantly growing. The data presented in this article will be a basis for a research project planned for 2016, to be carried out on a sample of the unemployed 50+ of the Podkarpackie Province. The analysis may also be useful while developing detailed programmes and projects aimed at professional activation of people in their 50s and older by state and private labour market subjects.

Keywords: unemployed 50+, unemployment, employment, professional activity

1. INTRODUCTION

Due to the changes that have occurred in the Polish labour market in the recent years, which are a consequence of demographic factors (increased migrations, population ageing and elongation of life expectancy with health improvement of the older generation at the same time), the matter of using the potential that people of the generation 50+ have is more and more pressing problem for employment policy. Meanwhile, people who belong to this age category struggle with considerable difficulties in finding or maintaining a job. This fact is reflected in unfavourable indicators characterising the situation of this age category on the labour market. Stereotypes about people belonging to the category 50+ make them perceived as less energetic than they used to be, and little mobile. There are still lots of employers who do

¹ Paweł Walawender, PhD, Department of Social Research Methodology, The Pedagogical University of Cracow, e-mail: pwalawender@poczta.onet.pl

not see the advantages of employing people who are 50 and older. Meanwhile, specialists and politicians have no doubts that the group 50+ constitute great and valuable potential on the labour market². The Lisbon Strategy, developed by the European Union, assumes, among others, an increase in the employment rate in the group of people aged between 50 and 64 to 50% (it is now 27% in Poland). In Poland, people older than 50 are one of the groups recognised as being in a special situation on the labour market, hence, they are entitled to particular help, so the importance of this problem has been reflected in the Act on Employment Promotion and Labour Market Institutions.

The aim of this article is to present and analyse the situation of the unemployed aged 50+ on the labour market of the Podkarpackie Province: the region which is still distant from the majority of regions in Poland in respect of both the economy and the situation on the labour market³.

This article presents selected issues relating to the statistics for demographics and the labour market with particular reference to people aged 50 and older. The research has been based on the data available from official statistical reporting, mainly obtained from the resources of the Central Statistical Office, including the Local Data Bank and the Economic Activity Survey (BAEL). The time range of analyses is 2010-2015.

2. THE PEOPLE OF GENERATION 50+ ON THE POLISH LABOUR MARKET IN THE LIGHT OF BAEL

The economic activity in Poland is described on the basis of the results of the survey called in short BAEL, from *Badanie Aktywności Ekonomicznej* (Economic Activity Survey), which has been carried out with the use of the representational method by the Central Statistical Office since 1992. The main methodological assumption of BAEL is using a job as the criterion for dividing people into three categories: professionally passive, unemployed and working.

The level of professional activity in the Polish society is still too low, which is a disturbing phenomenon, especially in the face of population ageing. The indicators portraying professional activity, employment and unemployment are strongly correlated with age⁴. In Poland, the economic activity rate of people aged 50 and older in 2014 (average annual data) was 34.3%. At the time, the average for the whole working-age (18-59/64 years) population in Poland was 74.3%. In the Podkarpackie Province this rate was 33.3% for people aged 50 and older and 72.5% for the whole working-age population in the province. The research shows that health condition, age and personal preferences (willingness to retire) are the main factors that affect professional activity, leading to its cessation. Another group of determinants which makes a contribution towards increasing the probability of becoming unemployed again is the factors closely

² N.G. Piłkuła, *Niewykorzystany potencjał zawodowy osób 50+ na rynku pracy*, *Horyzonty Wychowania*, 14 (30), pp.194-200.

³ cf. A. Barwińska-Małajowicz, K. Puchalska, *Odrabianie dystansu rozwojowego w województwie podkarpackim w kontekście bezpośrednich inwestycji zagranicznych i rynku pracy*, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, no. 37 (1/2014), pp. 421-433.

⁴ Ministry of Labour and Social Policy, *Osoby powyżej 50 roku życia na rynku pracy w 2014 roku*, <http://www.mpips.gov.pl/analizy-i-raporty/raporty-sprawozdania/rynek-pracy/soby-powyzej50-roku-cianarynkupracy/osoby-powyzej-50-roku-zycia-na-ryнку-pracy-w-2013-roku/>, p. 2 (access: 11.04.2016).

related to working conditions, such as forms of employment and working hours or the subjective feeling of job satisfaction. The system conditions, e.g. pension entitlement, also have a great impact⁵. The relatively low level of professional activity of people aged 50 and older is connected with social stereotypes about elderly employees (e.g. people before retirement take the place of the young who just enter the labour market)⁶. The low level of professional activity of the elderly also results from the active policy of the country which has encouraged them to retire earlier and receive disability pensions⁷. It is worth noticing the economic instrument affecting the situation in the labour market which is the minimum wage. Its rate in relation to the amount of the social security benefits makes working in Poland relatively unattractive⁸.

In 2014 the employment rate of people aged 50 and older in Poland was 32.1% (average annual data). At the time, the average for the whole working-age (18-59/64 years) population in Poland was 67.5%. In the Podkarpackie Province this rate was 30.7% for people aged 50 and older and 62.1% for the whole working-age population in the province.

The unemployment rate of working-age people (18-59/64 years) in Poland was calculated by BAEL in 2014 and was 9.0%. In the Podkarpackie Province this rate was 14.0%. The unemployment rate of people aged between 50 and 64 was lower in Poland than the average in the EU and was 6.9 against 7.4% in the EU. The unemployment rates of elderly people higher than in Poland were reported in 12 countries of the EU, i.e.: Spain (20.3%), Greece (18.5%), Cyprus (15.3%), Portugal (12.7%), Croatia (12.0%), Slovakia (11.1%), Bulgaria (10.8%), Lithuania (9.9%), Latvia (9.8%), Ireland (9.2%), Slovenia (7.8%) and Finland (7.0%)⁹.

3. THE PROBLEM OF UNEMPLOYMENT IN THE PODKARPACKIE PROVINCE

Unemployment is an inherent element of each market economy indeed, however, there are limits that should not be exceeded. Some authors define this limit as 2-3% and others as up to 5% of jobless people among all professionally active. Unfortunately, the unemployment level in the Podkarpackie Province exceeds this limit several times. At the end of December 2015 the unemployment rate was 13.2%, which was relatively high in comparison with the national average (9.8%).

At the same time, 123 514 unemployed were registered in the province. Women were slightly in majority (51.5%). At the end of 2015, unemployment rates that were higher than in the Podkarpackie Province, were reported in three provinces: Warmińsko-Mazurskie (16.3%), Zachodnio-Pomorskie and Kujawsko-Pomorskie (13.3%). At that

⁵ A. Abramowska-Komon et al., *Portret generacji 50+ w Polsce i w Europie. Wyniki badania zdrowia, starzenia się i przechodzenia na emeryturę w Europie (SHARE)*, <http://zdrowiepol.nazwa.pl/share/files/publikacje/ibe-raport-krajowy-SHARE.pdf>, p. 29 (access: 30.03.2016)

⁶ N.G. Piłkuła, *op. cit.*, pp. 196-198.

⁷ B. Joško, *Aktywność zawodowa osób starszych*, [in:] *Rynek pracy w Polsce w dobie integracji europejskiej i globalizacji*, red. M. Noga, M.K. Stawicka, Warszawa, CeDeWU Sp. z o.o., Warszawa 2011, p. 87.

⁸ G. Wałęga, *Aktywność ekonomiczna osób starszych*, [in:] *Rynek pracy w Polsce. Aspekty ekonomiczno-społeczne*, red. Z. Dach, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008, pp. 111-112.

⁹ Ministry of Labour and Social Policy, *op. cit.*, p. 5.

time, the lowest unemployment rate was reported in the provinces: Wielkopolskie (6.2%), Śląskie (8.2%) and Mazowieckie (9.7%).

Apart from the high unemployment level in the Podkarpackie Province, its widespread range on the district level is the problem. A range between the highest and the lowest employment rate in the province in December 2015 was 14.9 points. The highest unemployment rate was reported in the following districts: Lesko (20.8%), Brzozów (20.7%) and Strzyżów (20.2%). A group of the districts with the lowest unemployment rate in 2015 consisted of: Krosno (5.9%), Rzeszów (7.3%) and Stalowa Wola (9.7%).

During the period under analysis, in the Podkarpackie Province there were registered 14 417 unemployed entitled to unemployment benefits, which was 11.7% of the total population in the survey.

An immensely important matter relating to the possibility of reducing unemployment is not only the number of the unemployed, but also the categories they are classified into: gender, age, educational level, work experience and the duration of unemployment.

The age of the unemployed is a characteristic which significantly affects the chances of finding a job. According to the data at the end of December 2015, people aged between 25 and 34 were the largest age group among the registered unemployed in the Podkarpackie Province (30.2%). The second largest group was people aged between 35 and 44 (21.2%). The unemployed aged 45-54 were 18.0% during this period, those aged 55 and older – 12.9% and those who were 24 and less – 17.7%.

Another important criterion for dividing the unemployed is education. At the end of 2015, there were the fewest unemployed, i.e. 10.4%, among secondary-school graduates. Slightly more were university graduates (14.2%). One in four among the unemployed graduated from a post-secondary or vocational secondary school (25.5%) and one in five – middle school (20.1%). The percentage of people who graduated from a basic vocational school was 29.7%.

Work experience significantly affects the chances of the unemployed on the labour market. People who have never worked usually experience the greatest difficulties in finding a job. At the end of December 2015, among all the unemployed registered in the Podkarpackie Province there were 19.8% of such people. People who had work experience between 1 and 5 years were 22.2%. Next, 18.7% of unemployed had work experience not longer than 1 year. The fewest unemployed were in the category of people who had work experience longer than 30 years (3.0%).

Being unemployed for a long time reduces the chances of finding a job, which, in turn, contributes to a decrease in the social status of the unemployed and their families and makes their financial situation worse. Therefore, the time-of-being-unemployed criterion is significant for estimating the unemployment structure. According to the data on 31 December 2015 people remaining unemployed for longer than 12 months were 44.4% of all the unemployed (where 28.9% were unemployed longer than 24 months). The smallest group was the people remaining unemployed for not longer than one month (8.6%).

4. THE UNEMPLOYED AGED 50 AND OLDER IN THE STATISTICS OF EMPLOYMENT OFFICES OF THE PODKARPACIE PROVINCE

Pursuant to the Act of 20 April 2004 on Employment Promotion and Labour Market Institutions, an unemployed person over 50 means a person that is at least 50 yearsold in the calendar year when the labour market services and instruments apply to them.

According to the data at the end of 2015 in the Podkarpackie Province there were registered 27 449 unemployed aged 50 and over. It was 22.2% of all the unemployed registered in the province. Women were 39.3% of the analysed category. In comparison, the percentage of unemployed aged 50 and over in Poland then was 27.5%, and the percentage of women in this discussed category of the unemployed was 52.2%.

The mentioned percentage of the unemployed aged 50 and over among all the registered unemployed in Podkarpackie was the lowest in Poland. It is worth noticing that this percentage increased in relation to 2010 by 6.1, while in Poland this percentage increased by 5.6. In 2015 the highest percentage of unemployed aged 50 and over was reported in the provinces: Dolnośląskie (33.3%), Opolskie (31.6%) and Zachodniopomorskie (31.4%). Next, the lowest percentage was reported in the already mentioned Podkarpackie (22.2%), Lubelskie (22.3%) and Świętokrzyskie (24.6%).

4.1. Education

It is a common opinion that the higher education, the lower the risk of losing a job and the better chances of receiving more attractive wages. Of course, one must remember that it is not guaranteed by every education and that skills must be constantly improved¹⁰.

Table 1. The structure of education of the unemployed aged 50 and older in the Podkarpackie Province according to the data at the end of 2010 and 2015

–	2010		2015	
	Number of unemployed	Per cent	Number of unemployed	Per cent
University	626	2.7	970	3.5
Post-secondary and vocational secondary school	4 072	17.8	5 286	19.3
General secondary school	1 072	4.7	1 236	4.5
Basic vocational school	7 752	33.9	10 821	39.4
Middle school and lower	9 333	40.8	9 136	33.3

Source: Own study based on the data of GUS.

Among the citizens of Podkarpackie belonging to the category of the unemployed aged 50 and over, according to the data at the end of 2015, the largest group were basic vocational school graduates (39.4%) and middle school graduates, together with those with lower education (33.3%). The lowest percentage of unemployed aged 50 and over was university graduates – only 3.5% of all the unemployed belonging to the discussed category of the unemployed registered in employment offices of the Podkarpackie Province. In comparison with 2010, it is distinctly visible that the unemployment rate of

¹⁰ cf. T. Budnikowski, *Bezrobocie na świecie i w Polsce*, Instytut Zachodni, Poznań 2002, p. 24.

middle school graduates and those with lower education is lower (by 7.5 per cent) and that of basic vocational school graduates is higher (5.5 per cent).

Table 2. Comparison between the structure of education of all the unemployed registered in the Podkarpackie Province and unemployed aged 50 and older according to the data at the end of 2015

	Province in total		Unemployed aged 50 and older	
	Number of unemployed	Per cent	Number of unemployed	Per cent
University	17588	14.2	970	3.5
Post-secondary and vocational secondary school	31 542	25.5	5 286	19.3
Secondary school	12 875	10.4	1 236	4.5
Basic vocational school	36 625	29.7	10 821	39.4
Middle school and lower	24 884	20.1	9 136	33.3

Source: Own study based on data of GUS.

The categories of the unemployed aged 50 and over in the province were disadvantageous to the indicators of the categories calculated for the whole unemployed population in the Podkarpackie Province. It is noticeable that the percentage of university graduates aged 50 and over is much lower (by 10.7 per cent) and that of middle school graduates and those with lower education is higher (by 13.2 per cent). The unemployed aged 50 and over are less educated in relation to the whole unemployed population registered in the province. Some differences in the categories are also present regarding gender.

In general, the women of the discussed category are better educated than men, however, it must be remarked that the differences are not so much noticeable in comparison to the whole unemployed population. Women were in majority regarding two levels of education: post-secondary, vocational secondary and secondary.

4.2. Work experience

In the Podkarpackie Province the largest group of unemployed aged 50 and over had work experience between 20 and 30 years (29.7%) and between 10 to 20 years (27.9%).

Table 3. The structure of work experience of the unemployed aged 50 and older in the Podkarpackie Province according to the data at the end of 2010 and 2015

	2010		2015	
	Number of unemployed	Per cent	Number of unemployed	Percent
Up to 1 year	1 919	8.4	2 001	7.3
1-5	1 487	6.5	1 769	6.4
5-10	1 945	8.5	2 875	10.5
10-20	5 801	25.4	7 671	27.9
20-30	7 286	31.9	8 160	29.7
30 and more	2 820	12.3	3 630	13.2
No work experience	1 597	7.0	1 343	4.9

Source: Own study based on data of GUS.

The fewest unemployed were among those having no work experience (4.9%) and experience between 1 to 5 years (6.4%).

In comparison to 2010 no radical changes in the structures took place. The greatest changes were increasing the percentage of people having work experience between 10 and 20 years (by 2.6) and decreasing the percentage of people having work experience between 20 and 30 years (by 2.2) and those having no work experience (by 2.1).

Table 4. Comparison between the structure of work experience of all the unemployed registered in the Podkarpackie Province and the unemployed aged 50 and older according to the data at the end of 2015

–	Province in total		Unemployed aged 50 and older	
	Number of unemployed	Per cent	Number of unemployed	Per cent
Up to 1 year	23095	18.7	2 001	7.3
1-5	27463	22.2	1 769	6.4
5-10	17023	13.8	2 875	10.5
10-20	17334	14.0	7 671	27.9
20-30	10465	8.5	8 160	29.7
30 and more	3723	3.0	3 630	13.2
No work experience	24411	19.8	1 343	4.9

Source: Own study based on data of GUS.

The categories of the unemployed aged 50 and over were disadvantageous to the indicators of the categories calculated for the whole unemployed population in the Podkarpackie Province. It is noticeable, which is natural, that the percentage of people having the longest work experience, i.e. 20-30 years (by 21.2 per cent) and 30 years and more (by 10.2 per cent) is much higher and of people having short work experience, i.e. up to 1 year (by 15.8 per cent) and no experience (by 14.9 per cent) is lower. Some differences in these categories are also present regarding gender.

In general, it is noticeable that the percentage of women having work experience between 10 and 20 years (as far as by 10 per cent) is higher and of women having the longest work experience (by 7.6 per cent) is lower. These differences are also significant in relation to the unemployment structure in the province, where the differences between the categories of men and women are smaller.

4.3. The period of unemployment

As of the end of 2015 among the unemployed aged over 50, registered on the territory of Podkarpacie, the largest group was that of people who keep being unemployed for over two years. Those people made 41.6% of the total unemployed in the category under analysis. A large group of the unemployed people aged over 50 was made of people who have been in the register of the unemployed for a year up to two years (16.9%). The lowest percentage of the unemployed was noted among the people who have been unemployed for up to one month (5.5%). In comparison to the year 2010, the percentage of people who have remained in the register of the unemployed for over two years has increased (by 8.5 per cent).

Table 5. The periods of unemployment among the people aged over 50 in the Podkarpackie Province as of the end of 2010 and 2015

Period of unemployment	2010		2015	
	Number of unemployed	Per cent	Number of unemployed	Per cent
Do 1	1 575	6.9	1 514	5.5
1-3	3 325	14.5	3 251	11.8
3-6	2 348	10.3	2 846	10.4
6-12	3 652	16.0	3 792	13.8
12-24	4 380	19.2	4 629	16.9
Over 24	7 575	33.1	11 417	41.6

Source: Own study based on data of GUS.

Table 6. Comparison between the periods of unemployment between the unemployed in general, registered in the Podkarpackie Province, and the unemployed over the age of 50 as of the end of 2015

–	Province total		The unemployed aged over 50	
	Number of unemployed	Per cent	Number of unemployed	Per cent
Up to 1	10 677	8.6	1 514	5.5
1-3	22 088	17.9	3 251	11.8
3-6	18 058	14.6	2 846	10.4
6-12	17 935	14.5	3 792	13.8
12-24	19 090	15.5	4 629	16.9
Over 24	35 666	28.9	11 417	41.6

Source: Own study based on data of GUS.

The structure of the unemployed aged over 50 differed significantly from the structure of the total number of the unemployed in the Podkarpackie Province. It may be easily noticed that there is a considerably greater number of people who remain in the register of the unemployed for a period longer than two years (by 12.7 per cent) and a lower number of people in the category of the unemployed who remain in the register for a shorter period of time (from 1 month by 3.1 per cent; from 1 to 3 months by 6.1; from 6 to 12 months by 4.2). It was also observed that some differences exist between sexes.

Generally, the data that draws attention is the higher proportion of women among the unemployed remaining in the register for longer than 24 months (by 5.3 per cent). There are no significant differences in this respect in comparison to the total province structure.

5. SUMMARY

In spite of some improvements in rates describing the situation in the labour market in the Podkarpackie Province, this market is still characterized by higher than average unemployment rates, low level of employment and unfavourable structure of unemployment duration. Many categories of the unemployed are in a difficult situation. However, special attention should be paid to people aged 50+. The participation of this

category in comparison to all the ones registered in offices of the Podkarpackie Province is relatively low indeed, but, due to the migration of the young and constant ageing of the population, it will increase systematically. On the other hand, the same factors may be helpful for people in their 50s in getting a job. More and more job offers appear and employers are more open to the 50+ generation¹¹. Especially that, as it results from surveys, people 50+ are responsible, conscientious and reliable employees. Unfortunately, on the other hand, they are often relatively poorly educated and remain unemployed for a long time, which makes them lose the skills they have acquired earlier. Psychological issues are another problem. Many people of the generation 50+ do not believe in their own strength and abilities, they have low self-esteem, are unwilling to make changes and assume in advance that these changes do not apply to them. They just become professionally passive¹². What is more, the negative stereotypical perception of this age group, which is still present among the employers, does not help.

Considering the importance of the problem, improving the situation of the people belonging to the category 50+ on the market of Podkarpackie should be one of the most significant challenges for the local labour market subjects. Regarding the fact that Poland varies in the level of socio-economic development and some structural problems exist, even one commonly accepted idea of solving problems of the people aged 50+ has not been developed so far. One of the reasons of this state of affairs is the differentiation of the socio-economic development levels regarding regions. Therefore, developing specific actions, programmes and projects requires taking the regional specifics into account¹³. Therefore, further analytical and research works are needed in order to act more effectively. This article is a contribution to such analytical operations.

BIBLIOGRAPHY

- [1] Abramowska-Komon A. et al., 2014. *Portret generacji 50+ w Polsce i w Europie. Wyniki badania zdrowia, starzenia się i przechodzenia na emeryturę w Europie (SHARE)*, <http://zdrowiepol.nazwa.pl/share/files/publikacje/ibe-raport-krajowy-SHARE.pdf> (access: 30.03.2016).
- [2] *Analiza sytuacji osób bezrobotnych w wieku 50+ na podstawie danych statystycznych w ramach projektu PI Indywidualny koszyk świadczeń osób 50+. Model trójsektorowej współpracy w zakresie rynku pracy*, Lublin 2012, http://puplublin.pl/asynch/download/f_id/716 (access: 30.03.2016).
- [3] Barwińska-Małajowicz A., Puchalska K., *Odrabianie dystansu rozwojowego w województwie podkarpackim w kontekście bezpośrednich inwestycji zagranicznych i rynku pracy*, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 37 (1/2014).
- [4] Budnikowski T., *Bezrobocie na świecie i w Polsce*, Instytut Zachodni, Poznań 2002.

¹¹ Mól D., *Osoby 50+ na rynku pracy*, Bulletin FISE, no. 7 May 2008, http://wiadomosci-ngo.pl/files/1bezrobocie.org.pl/public/biuletyny_fise/biuletyn_fise_nr7_osoby_50_na_ryнку_pracy.pdf, p. 5 (access: 30.03.2016).

¹² *Ibidem*, p. 5.

¹³ *Analiza sytuacji osób bezrobotnych w wieku 50+ na podstawie danych statystycznych w ramach projektu PI Indywidualny koszyk świadczeń osób 50+. Model trójsektorowej współpracy w zakresie rynku pracy*, Lublin 2012, http://puplublin.pl/asynch/download/f_id/716. p. 85 (access: 30.03.2016).

- [5] Joško B., *Aktywność zawodowa osób starszych*, [in:] Noga M. (ed.), Stawicka M.K. *Rynek pracy w Polsce w dobie integracji europejskiej i globalizacji*, Warszawa 2011, CeDeWUu Sp. z o.o.
- [6] Ministry of Labour and Social Policy, *Osoby powyżej 50 roku życia na rynku pracy w 2014 roku*, <http://www.mpips.gov.pl/analizy-i-raporty/raporty-sprawozdania/rynek-pracy/sobypowyzej50rokucianarynkupraczy/osoby-powyzej-50-roku-zycia-na-ryнку-pracy-w-2013-roku/> (access: 11.04.2016).
- [7] Mól D., *Osoby 50+ na rynku pracy*, *Bulleting FISE*, no. 7, May 2008, http://wiadomosci.ngo.pl/files/1bezrobocie.org.pl/public/biuletyny_fise/biuletyn_fise_nr7_osoby_50_na_rynku_pracy.pdf (access: 30.03.2016).
- [8] Piłkuła N.G., *Niewykorzystany potencjał zawodowy osób 50+ na rynku pracy*, *Horyzonty Wychowania*, 2008, 14 (30).
- [9] Wałęga G., *Aktywność ekonomiczna osób starszych*, [in:] *Rynek pracy w Polsce. Aspekty ekonomiczno-społeczne*, Dach Z. (ed.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008.

BEZROBOTNE OSOBY POWYŻEJ 50. ROKU ŻYCIA W STATYSTYKACH URZĘDÓW PRACY WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO

W artykule omówiono kwestię bezrobocia wśród osób w wieku powyżej 50. roku życia zarejestrowanych na terenie województwa podkarpackiego. Szczegółowemu opisowi poddano strukturę bezrobotnych wspomnianej kategorii wiekowej oraz porównano ją do struktury populacji bezrobotnych w województwie podkarpackim. Uwzględniono również zmiany, jakim struktura bezrobotnych 50+ podlegała na przestrzeni lat 2010-2015. Do analiz wykorzystano dane dostępne w oficjalnej sprawozdawczości statystycznej, przede wszystkim zaczerpnięte z zasobów Głównego Urzędu Statystycznego, w tym Banku Danych Lokalnych i Badań Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL). W procesie analitycznym wykorzystano podstawowe metody statystyczne, m.in. wskaźniki struktury i indeksy dynamiki, a wyniki zaprezentowano za pomocą tabel. Zakres czasowy analiz objął lata 2010-2015. Województwo podkarpackie to przykład rynku pracy charakteryzującego się dość wysokim, jak na standardy polskie, bezrobociem i niekorzystną strukturą czasu pozostawiania bez pracy. Jedną piątą zarejestrowanych tu bezrobotnych stanowią osoby w wieku 50 i więcej lat. Analizy ukazują tę kategorię bezrobotnych jako zbiorowość stosunkowo słabo wykształconą i przebywającą długo na bezrobociu, której udział systematycznie wzrasta. Zaprezentowane w artykule dane będą podstawą do zaplanowanego na rok 2016 projektu badawczego realizowanego na próbie bezrobotnych 50+ województwa podkarpackiego. Analiza może być również użyteczna przy opracowywaniu szczegółowych programów i projektów mających na celu aktywizację zawodową osób w wieku 50+ przez publiczne i niepubliczne podmioty rynku pracy.

Słowa kluczowe: bezrobotni 50+, bezrobocie, zatrudnienie, aktywność zawodowa

DOI:10.7862/rz.2016.hss.55

Przesłano do redakcji: luty 2016

Przyjęto do druku: wrzesień 2016

Beata ZATWARNICKA-MADURA¹

ONLINE MARKETING COMMUNICATION DIRECTED TO WOMEN IN THE CAR MARKET

Women are not only drivers but also account for 40% of all customers buying new cars. Development of the Internet has meant that women are now very conscious and educated customers. They spend a lot of time getting information before buying a car using mainly the Internet. The aim of the article is to identify the most common messages on websites in relation to "a car for women". The research method was the analysis of contents and the content analysis. Half of the websites contain criteria that guide women when buying a car or advice on what they should look for when choosing a car. The most common criteria considered by women when choosing a car were the appearance and operating costs (economical use). In the rankings of the criteria in the first place there was often safety and functionality (ease of parking, large trunk, adaptation for children) than appearance. It means that there is a need to pay attention to the larger variety of communication addressed to women. Stereotypical appeal in marketing communication only to the appearance and color of the car as the most important for women can result in failure.

Keywords: online marketing communication, car market, marketing to women

1. INTRODUCTION

Women constitute 44% of all drivers traveling on our roads – 8,8 million. As much as 40% of all customers purchasing new cars account for women². The process of buying a new car usually consists of several phases: information gathering, test drive, qualification of a purchaser, price negotiations, sales finalization. The purpose of collecting information is to get familiar and understand the car market and narrow the alternatives of purchasing choices. Development of the Internet has meant that women are now very conscious and educated customers. They spend a lot of time getting information before buying a car. This is partly due to the fact that the list of criteria to be taken into consideration is long and detailed. According to J. Cunningham and Ph. Roberts a decision-making by women is more complex, multi-layered and detailed due to the nature of mental and social processes. They have to know what they need themselves, but also they often have to take into account the reactions and needs of other people³. The decision to buy a car is usually a non-routine and prudent therefore the

¹ Beata Zatwarnicka-Madura PhD, Department of Marketing, Faculty of Management, University of Technology of Rzeszow, Poland, e-mail: bezat@prz.edu.pl

² Data of Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców (CEPIK) (Central Vehicle and Driver Register) followed: *Pragmatyzm i funkcjonalność, czyli samochód oczami kobiety w badaniu Alphabet Polska*, <https://www.alphabet.com> (20.07.2016)

³ J. Cunningham, P. Roberts, *Zakupy na obcasach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, pp. 234-236

stage of searching for information is long and based on many criteria. The main source of information on luxury goods which may include cars is the Internet⁴. Additionally – women search for information which it is easy to reach⁵. The Internet is one of the easiest source of communication to reach. In addition, cars are one of the product categories which are the most susceptible to the ROPO effect (research online, purchase offline), which means that many people are looking for accurate product information on websites before they purchase it in traditional places of sales.

The aim of the article is to identify the most common messages on websites in relation to "a car for women".

Research problems include:

- What elements the websites include, e.g. text, graphics, images, sound, animation, video?
- Who owns the websites (type of websites)?
- If the texts include information on the criteria which guide women when choosing a car?
- What criteria are mentioned in the texts as the most important for women when choosing a car, or if they are in accordance with the stereotype – women choose small cars and appearance and color are the most important selection criteria?

2. RESEARCH METHOD

To achieve the goal the method of analysis of contents and content analysis have been applied. Although very often these two methods are equated, but for the purpose of this article it was decided that the analysis of contents is a survey of the entire contents of the message, e.g. photographs, sounds, colors, and the content analysis is the study only of the message. The aim of the content analysis is to reduce the content of all text to the most important meanings: the most frequently occurring words, the key topics, etc. The content analysis was widespread in the 40s of the twentieth century in the United States and was used to study the communication and media. One of the promoters of this method was the American sociologist Harold Dwight Lasswell. In the same period, another American sociologist Bernard Berelson presented his own definition of content analysis, which was described as a research technique used to objective, systematic and quantitative description of overt content of the message⁶.

For the analysis of contents there were selected 30 sites that were the first results in the most popular search engine Google (97% of users) appearing after the words "car for women". An analysis of content was related to the same sites, provided that they contain text. The time range of the research was the period from 24 to 26 November 2016.

3. RESULTS

For the analysis there were chosen 27 out of 30 websites that were the first results appearing after writing the keywords "a car for women". The analysis excluded 3 websites which contained only forums.

⁴ *Zachowania rynkowe kobiet*, ed. E. Kieźel, S. Smyczka, Wydawnictwo Placet, Warszawa 2012, pp. 276-277.

⁵ J. Stecko, *Kultura zaufania jako fundament społecznego życia etycznego*, [w:] *Zaufanie w życiu publicznym*, ed. W. Zuziak, J. Mysona Byrska, Kraków 2014, s. 163-174.

⁶ P. Dobrodziej, <https://dobredbadania.pl/analiza-tresci-ang-content-analysis/> (26.07.2016).

Most sites (11) were represented by Automotive portals, 4 sites on ads of car makes, 3 – women portals women, while the others are advertisements of intermediaries, guides of bloggers and others (9).

Table 1 shows the contents of the analyzed web pages in terms of volume and percentage.

Table 1. The contents of the analyzed websites (quantity and percentage)

Elements of websites	No. of websites	Share (in %)
Text	26	96
Photos, including those in intensive color	24 (21)	85
Sound	4	15
Video	4	15
Animations	3	11

Source: Own research.

Half of the websites (14) contained criteria that guide women when buying a car or advice on what they should look for when choosing a car (tab. 2).

Table 2. The most common criteria that guide women when choosing a car (according to the analyzed web pages)

Criteria	No. of websites (14)
appearance	12
economical in use (operating costs)	11
car size	8 (small – 6, large – 2)
safety	7
adaptation for children	7
ease in parking	7
largetrunk	6
convenience (interior)	6
colour	6
reliability	5
equipment	5
modern	3
Others (price, make, technical parameters, place of purchase, standing out)	< 3

Source: Own research.

On several of the sites analyzed the research among women on this issue was presented. The results, however, were often contradictory.

On one website the results of research by Alphabet Poland⁷ (conducted during the training Female fleet at the beginning of March 2015 on a representative group of 45

⁷ Alphabet Poland is one of the four largest providers of Car Fleet Management in Europe, represented in 18 countries and is currently financing a fleet of over 555,000 vehicles. The

women professionally connected with fleet management) were presented and were compiled with the results of market surveys by TNS Pentor and Research Institute ARC Market and Opinion.

According to TNS Pentor women, when buying a car, are driven primarily by practical considerations. More than half of the respondents most often chooses the small hatchback cars, which enable efficient movement around the city and facilitate parking on crowded streets and tight parking spaces. One third of women (32%) opt for body of station wagon and sedan type, and only 17% choose large SUVs⁸.

In turn as many as 64,4% respondents of the Alphabet study pointed at SUVs as the preferred type of car, arguing their choice a comfortable position behind the wheel, plenty of space, a sense of road safety and the lack of having to worry about the kerbs⁹.

Regardless of the chosen career, the most important attributes of a car for women are safety and reliability (65% of women, according to studies by Pentor and Research Institute ARC Market and Opinion, and 72% of the study participants by Alphabet Poland). The differences among the preferred characteristics of a car appear only at the next positions of the rating. In the studies by Research Institute ARC Market and Opinion¹⁰, with the possibility of multiple choice, there were in order, the size of the car (39%), appearance and rich equipment (by 32%) and make/prestige (29%). In the case of the selection of a company car (research by Alphabet Poland) in second place with 44,2% there were the appearance and rich furnishings, and the third the economy of purchase and operation (39,5%). In these studies, the size of the car and a make and prestige received only a few percent, but maybe respondents indicating SUV as the preferred type of car considered that these items are already included in it¹¹.

Another web page gives the results of the research by Polish network of car service ProfiAuto in which women were asked what criteria they consider when making a decision about buying a car. The first place was taken by two parameters – the look (31%) and technical data (31%), next make (22%) and price (15%).

The message on another of the analyzed websites is "How wrong there are the men living in the belief that a woman who decides to buy a new car is guided by criteria such as color, brand, or appearance. Ladies make informed choices, they carefully analyze the technical parameters and rarely buy the car under emotions (as opposed to men)"¹². In the next part of the message the author refers to already cited in this article studies by Research Institute ARC Market and Opinion and expert opinions.

According to the authors of the web page Deweloperskie.pl, the study of American scientists carried out jointly with the major automotive brands, show that "women are more likely than men to opt for large SUV models. They are headed primarily by safety -

company was founded in 1997 as part of the BMW Group specializes in the leasing and fleet management. In Poland, Alphabet is currently managing a fleet of more than 12 000 cars.

⁸ Data by TNS Pentor, followed: *Pragmatyzm i funkcjonalność, czyli samochód oczami kobiety w badaniu Alphabet Polska*, <https://www.alphabet.com> (28.12.2015)

⁹ *Pragmatyzm i funkcjonalność, czyli samochód oczami kobiety w badaniu Alphabet Polska*, <https://www.alphabet.com> (28.12.2015)

¹⁰ The research was done in 2012 using a survey among 327 women at the age 30-54 years old.

¹¹ *Ibidem*.

¹² *Małe i eleganckie, czyli 5 samochodów dla kobiety aktywnej*, <http://deluxe.trojmiasto.pl/Male-i-eleganckie-czyli-5-samochodow-dla-kobiety-aktywnej-n73724.html> (26.07.2016)

bigger car evokes a sense of a higher comfort both as to save themselves and children who ride in the back seat¹³.

A survey conducted jointly by the Mobile Institute, the agency Management Beauty PR & Marketing to Women and advertising agency Glossy Media shows that women, buying a car, analyze a lot more factors than men¹⁴. They also have a higher rate of treatment the vehicle pragmatically, i.e., as a means to help them perform daily duties (4,14 on a scale of 1-6). According to the report, contrary to popular opinion, women come up to purchase analytically, pay attention to safety (57%), economy (51%) and comfort (50%)¹⁵.

On the next analyzed websites "on the occasion of Women's Day one decided to write a few words about the characteristics of the cars that women choose" (tab. 3). The website does not cite any research, so we are not sure how this material was made.

Table 3. Features of cars that women choose

Feature	Description
Colour	Women love cars in typically feminine colors. Manufacturers know this and in the automotive market there are more and more pink, purple or willow-green cars. In addition, there are also multicolor vehicles in which colors such as, e.g. red and black combine to form an interesting composition.
Size	Women usually prefer to drive small, urban car. For them, the most important is the convenience of getting to work or shopping. For women with children the best cars are those which fit child seats and all necessary stuff for family trips.
Comfort, safety	Regardless of what color the car is and what is its size, women put primarily on ease of operation, reliability and comfort and safety. Thus, a large part of women that is able to choose any car, puts on a comfortable family car, not a sports car.
Gadgets	Another thing that women pay attention to is additional equipment that helps in the safe use of the car. Thus, additional spoilers, light or the sunroof do not make much of an impression on them. Women choose the car with comfortable seats, a practical upholstery and a large trunk.

Source: Samochód dla kobiety, <http://wigmet.pl/blog/samochod-dla-kobiety/>.

4. DISCUSSION

The research helped to answer the research questions:

1. Almost all web pages contain text and pictures. The most intense colors of photos of cars presented confirm the stereotypical approach to women.
2. Among the analyzed sites there were the most automotive portals.
3. Half of the websites contained criteria that guide women when buying a car.

¹³ *Nowoczesność i elegancja, czyli idealny samochód dla kobiety*, <http://okazjedeweloperskie.pl/Nowoczesnosc-i-elegancja-czyli-idealny-samochod-dla-kobiety.html> (28.12.2014).

¹⁴ <http://ceo.com.pl/plec-ma-coraz-mniejszy-wplyw-na-preferencje-zakupowe-tworcy-reklam-nie-nadazaja-za-zmianami-i-wciaz-przewazaja-stereotypy-21515> (29.12.2015).

¹⁵ *Ibidem*.

4. The most common criteria considered by women when choosing a car were the appearance and operating costs (economical in use), which on the one hand confirms the stereotype (appearance), on the other hand it indicates that the operating costs are equally important. In the rankings of the criteria in the first place often appeared safety and functionality (ease of parking, large trunk, adapted for children) than appearance. Women more likely opt for small cars, but the most important selection criteria are appearance and color, as a stereotypically considered.

It is difficult to find the source of research directly related to the criteria influencing the choice of cars by women. However, there were done some research on the differences between women and men in the purchase decision-making process.

The consumption analysis from the perspective of gender is studied by Fischer and Arnold with regard to their differences in various contexts and product preferences¹⁶. Putrevu analyzes the differences in information processing between the sexes and suggests that men and women process information about a product differently according to the role that product has on society and the capacity that it has in expressing masculine or feminine characteristics in that culture¹⁷. The results contradict the studies by Haas that describe men as more analytical and logical in processing information and women as more subjective and intuitive¹⁸. Putrevu also suggests that product advertisement aimed at the male public should endorse specific attributes of the product while advertisements aimed at women should use more extensive information like the product's category. The research by Castro and others shows, that in spite of that, the meaning that the product possesses for women has positioned them as more analytical and less sentimental than men when purchasing a vehicle¹⁹.

Because of the contradictory results, both those carried out by the author in the Internet and the cited research results of various authors, there is a need for further investigation. These studies should focus on the differences in making purchase decisions based on gender and a type of product.

However, according to research conducted by the author of the article, one can draw some conclusions for managers dealing with the automotive industry. There is a need to pay attention to the larger variety of communication addressed to women. Stereotypical appeal in marketing communication only to the appearance and color of the car as the most important for women can result in failure.

¹⁶ E. Fischer, S.J. Arnold, *Sex, Gender Identity, Gender Role Attitudes, and Consumer Behavior*. *Psychology & Marketing*, v. 11, n. 2, p. 163-182, 1994.

¹⁷ B. Putrevu, *Exploring the origins and information processing differences between men and women: Implications for advertisers*. *Academy of Marketing Science Review*, 2001. Disponível em: <<http://www.vancouver.wsu.edu/amsrev/theory/putrevu10-01.html>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

¹⁸ A. Haas, *Male and female spoken language differences: stereotypes and evidence*. *Psychological Bulletin*, 86, p. 616-626, 1979.

¹⁹ B.G.A. Castro, C.V. Torres, T.G. Nascimento, G. Demo, *Are Men More Rational than Women when Purchasing Cars*, *Brazilian Business Review*, 2015, v. 12, n. 6, pp. 72-99.

REFERENCES

- [1] Castro B.G.A., Torres C.V., Nascimento T.G., Demo G., *Are Men More Rational than Women when Purchasing Cars*, Brazilian Business Review, 2015, v. 12, n. 6.
- [2] Cunningham J., Roberts P., *Zakupy na obcasach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- [3] Disponível em: <<http://www.vancouver.wsu.edu/amsrev/theory/putrevu10-01.html>>. Acesso em: 18 fev. 2014.
- [4] Dobrodziej P., <https://dobrebadania.pl/analiza-tresci-ang-content-analysis/>.
- [5] Fischer E., Arnold S.J., *Sex, Gender Identity, Gender Role Attitudes, and Consumer Behavior*, Psychology & Marketing, v. 11, n. 2, 1994.
- [6] Haas A., *Male and female spoken language differences: stereotypes and evidence*, Psychological Bulletin, v. 86, 1979.
- [7] *Małe i eleganckie, czyli 5 samochodów dla kobiety aktywnej*, <http://deluxe.trojmiasto.pl/Male-i-eleganckie-czyli-5-samochodow-dla-kobiety-aktywnej-n73724.html>.
- [8] *Nowoczesność i elegancja, czyli idealny samochód dla kobiety*, <http://okazjedeweloperskie.pl/Nowoczesnosc-i-elegancja-czyli-idealny-samochod-dla-kobiety.html>, <http://ceo.com.pl/plec-ma-coraz-mniejszy-wplyw-na-preferencje-zakupowe-tworcy-reklam-nie-nadazaja-za-zmianami-i-wciaz-przewazaja-stereotypy-21515>.
- [9] Putrevu B., *Exploring the origins and information processing differences between men and women: Implications for advertisers*, Academy of Marketing Science Review, 2001.
- [10] *Pragmatyzm i funkcjonalność, czyli samochód oczami kobiety w badaniu Alphabet Polska*, <https://www.alphabet.com>.
- [11] Stecko J., *Kultura zaufania jako fundament społecznego życia etycznego*, [in:] *Zaufanie w życiu publicznym*, ed. W. Zuziak, J. Mysona Byrska, Kraków 2014.
- [12] *Zachowania rynkowe kobiet*, ed. E. Kieźel, S. Smyczka, Wydawnictwo Placet, Warszawa 2012.

**KOMUNIKACJA MARKETINGOWA ONLINE SKIEROWANA DO KOBIET
NA RYNKU SAMOCHODÓW OSOBOWYCH**

Kobiety są nie tylko w dużej mierze kierowcami, ale też stanowią 40% wszystkich klientów kupujących nowe samochody. Rozwój Internetu spowodował, że kobiety są obecnie bardzo świadomymi i wyedukowanymi klientami. Poświęcają dużo czasu na pozyskiwanie informacji przed zakupem samochodu, korzystając przede wszystkim z Internetu. Celem artykułu jest identyfikacja najczęściej występujących przekazów na stronach internetowych w odniesieniu do „samochodu dla kobiet”. Metodą badawczą była analiza zawartości i analiza treści. Połowa stron internetowych zawierała kryteria, którymi kierują się kobiety przy zakupie samochodu osobowego lub porady, na co powinny zwracać uwagę przy wyborze samochodu. Najczęściej występującymi kryteriami branymi pod uwagę przez kobiety przy wyborze samochodu były wygląd i koszty eksploatacji (ekonomiczny w użytkowaniu). W rankingach kryteriów na pierwszym miejscu częściej pojawiały się bezpieczeństwo i funkcjonalność (łatwość parkowania, duży bagażnik, przystosowanie dla dzieci) niż wygląd. Wynika z tego, że istnieje konieczność zwrócenia uwagi na większe zróżnicowanie przekazu adresowanego do kobiet. Stereotypowe

odwoływanie się w komunikacji marketingowej tylko do wyglądu i koloru samochodu jako najistotniejszych dla kobiet może skutkować porażką.

Słowa kluczowe: komunikacja marketingowa online, rynek samochodowy, marketing dla kobiet

DOI:10.7862/rz.2016.hss.56

Przesłano do redakcji: wrzesień 2016

Przyjęto do druku: grudzień 2016

ADDITIONAL INFORMATION

The Journal annually publishes a list of reviewers: in the last issue of the quarterly - no. 4/2016 and on the website:

<http://oficyna.prz.edu.pl/pl/zeszyty-naukowe/humanities-and-social-sciences/>

<http://hss.prz.edu.pl/pl/recenzenci-wspolpracujacy/>

Previous name of the Journal: *Ekonomia i Nauki Humanistyczne*, ISSN 1234-3684

<http://oficyna.prz.edu.pl/pl/zeszyty-naukowe/ekonomia-inh/>

<http://eih.prz.edu.pl/>

The journal uses as described on its website the procedure for reviewing:

<http://oficyna.prz.edu.pl/pl/zasady-recenzowania/>

<http://hss.prz.edu.pl/pl/podstawowe-informacje/standardy-recenzowania/>

Information for authors available at:

<http://oficyna.prz.edu.pl/informacje-dla-autorow/>

<http://hss.prz.edu.pl/pl/podstawowe-informacje/informacje-dla-autorow/>

Review's form available at:

<http://oficyna.prz.edu.pl/pl/zeszyty-naukowe/humanities-and-social-sciences/>

<http://hss.prz.edu.pl/pl/podstawowe-informacje/formularz-recenzji/>

Instruction for Authors

<http://oficyna.prz.edu.pl/pl/instrukcja-dla-autorow/>

<http://hss.prz.edu.pl/pl/podstawowe-informacje/instrukcja-redakcyjna/>

Contact details to Editorial Office available at:

<http://oficyna.prz.edu.pl/pl/zeszyty-naukowe/humanities-and-social-sciences/>

<http://hss.prz.edu.pl/pl/komitet-redakcyjny/>

Electronic version of the published articles available at:

<http://oficyna.prz.edu.pl/pl/zeszyty-naukowe/humanities-and-social-sciences/>

<http://hss.prz.edu.pl/pl/wersja-elektroniczna/>

Reviewing standards, information for authors, the review form, instruction for authors and contact details to MMR Editors and to Publishing House are also published in the fourth number of *Humanities and Social Sciences*, vol. XXI, 23(4/2016).

Circulation 130 copies. Publisher's sheet 18,08. Printer's sheet 14,75. Offset paper 80g B1.

Manuscript completed in December 2016, Printed in December 2016.

Printing Publishing House, 12 Powstańców Warszawy Ave., 35-959 Rzeszów

Order no. 142/16