

ZN WSB W POZNANIU

ISSN 2719-6798

**Zrównoważony rozwój
w warunkach postępującego
procesu cyfryzacji i wzrostu ryzyka**

**ZESZYTY
NAUKOWE 102**

Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu [3] 2023

Uniwersytet
WSB Merito
w Poznaniu

THE WSB UNIVERSITY IN POZNAN
RESEARCH JOURNAL
2023, VOL. 102, NO. 3

**Sustainable Development
in the Context of Continuing
Digitalization and Increasing Risk**

ZESZYTY NAUKOWE
WYŻSZEJ SZKOŁY BANKOWEJ W POZNANIU
2023, T. 102, NR 3

Zrównoważony rozwój w warunkach postępującego procesu cyfryzacji i wzrostu ryzyka

redakcja naukowa
Wiesława Caputa i Lyubomyr Sozanskyy



Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Poznań 2023

THE WSB UNIVERSITY IN POZNAŃ
RESEARCH JOURNAL
2023, VOL. 102, NO. 3

Sustainable Development in the Context of Continuing Digitalization and Increasing Risk

edited by
Wiesława Caputa and Lyubomyr Sozanskyy



WSB Merito University in Poznań
Poznań 2023

Redaktor naczelny czasopisma / Editor-in-chief

dr hab. Wiesława Caputa, prof. Uniwersytetu WSB Merito w Poznaniu

Rada naukowa / Scientific Advisory Board

Przemysław Deszczyński (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska)
Marek Dylewski (Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu, Polska)
Beata Filipiak (Uniwersytet Szczeciński, Polska)
Tadeusz Leczykiewicz (Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu, Polska)
Jan Szambelańczyk (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska)
Emilia Zimková (Uniwersytet Mateja Bela w Bańskiej Bystrzycy, Słowacja)
Peter Krištofik (Uniwersytet Mateja Bela w Bańskiej Bystrzycy, Słowacja)
Sergiy Gerasymenko (Narodowa Akademia Zarządzania w Kijowie, Ukraina)
Berni Mayer (Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden, Niemcy)
Franz Seitz (Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden, Niemcy)
J. Michael Geringer (Uniwersytet w Ohio, USA)
Svitlana Ishchuk (Państwowy Instytut Badań Regionalnych im. M.I. Dolishniego NAN Ukrainy, Lwów, Ukraina)
Dorota Jelonek (Politechnika Częstochowska, Polska)

Czasopismo umieszczone w bazach: Index Copernicus, BazEkon, PBN, CrossRef, ERIH Plus.

Czasopismo recenzowane według standardów Ministerstwa Edukacji i Nauki.

Lista recenzentów na stronie <https://journals.wsb.poznan.pl/index.php/znwsb/recenzenci>
oraz w ostatnim numerze czasopisma z danego roku.

Journal included in the following databases: Index Copernicus, BazEkon, PBN, CrossRef, ERIH Plus.

Journal reviewed in compliance with the standards set forth by the Ministry of Education and Science.

A list of referees is available at <https://journals.wsb.poznan.pl/index.php/znwsb/recenzenci>
and published in the last issue of the Journal each year.

Procedura recenzowania / Review procedure

<https://znwsb.publisherspanel.com/resources/html/cms/FORAUTHORSINFO>

Redaktorzy naukowcy (tematyczni) / Scientific (Theme) editors

dr hab. Wiesława Caputa, prof. Uniwersytetu WSB Merito w Poznaniu

dr Lyubomyr Sozanskyi, Państwowy Instytut Badań Regionalnych

im. M.I. Dolishniego NAN Ukrainy, Lwów (Ukraina)

Weryfikacja abstraktów angielskich i tłumaczenie wstępu na język angielski

English abstracts revised and the Introduction translated by

Grzegorz Grygiel

Redakcja i korekta tekstów w języku polskim / Polish texts edited by

Paulina Jeske-Choińska, Agnieszka Czapczyk, Lidia Kozłowska

Skład / Typeset by

Teodor Jeske-Choiński / gniazdo.pl

Projekt okładki / Cover design by

Jan Ślusarski

Publikacja finansowana przez Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu

Publication financed by WSB Merito University in Poznań

Wersja pierwotna – publikacja elektroniczna / Source version – electronic publication

© Copyright by Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu, 2023

ISSN 2719-6798

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu

ul. Powstańców Wielkopolskich 5, 61-895 Poznań

tel. 61 655 33 33

e-mail: wydawnictwo@wsb.poznan.pl

<https://journals.wsb.poznan.pl/index.php/dnswsb/index>

Spis treści / Contents

Wstęp (WIESŁAWA CAPUTA).....	7
Introduction (WIESŁAWA CAPUTA).....	9
SVITLANA ISHCHUK Spatial Imbalances of the Economic Development of Ukraine in War Conditions: Regional Dimension.....	11
KRYSZYNA BARCZYK Raportowanie ryzyka w raportach zintegrowanych	23
ŁUKASZ MAKOWSKI Sztuczna inteligencja — nowe narzędzie w strategii społecznej odpowiedzialności biznesu	35
MARCIN FUKSIEWICZ Rodzaje i cechy charakterystyczne cyberataków oraz zarys działań w obszarze cyberbezpieczeństwa.....	51
ŁUKASZ DWOJAK Rola banków we wdrażaniu przez podmioty gospodarcze strategii ESG.....	65
WIESŁAWA ILNICKA Rola CSR w budowaniu kapitału klienta	81
ROMAN GARBIEC Wiedza i decyzje pracodawców dotyczące funkcjonowania Pracowniczych Planów Kapitałowych.....	95
ALICJA WOJTOWICZ, WIKTORIA WACHNICKA Identyfikacja czynników motywujących do nauki studentów kierunków technicznych.....	111

Wstęp

Zrównoważony rozwój ma ogromne znaczenie nie tylko dla teraźniejszości, ale także dla przyszłości naszej planety. W obliczu wyzwań globalnych, takich jak zmiany klimatyczne, kryzys ekonomiczny czy zagrożenia zdrowia publicznego, musimy podejmować świadome i odpowiedzialne decyzje, które uwzględniają kompleksowy wpływ naszych działań na otoczenie społeczne, ekonomiczne i środowiskowe. Aby tak się stało, konieczne jest kontynuowanie dyskusji na temat zrównoważonego rozwoju oraz promowanie inicjatyw, które go wspierają.

W obliczu wyzwań takich jak wojna na Ukrainie i transformacja cyfrowa zrównoważony rozwój staje się kluczem do zapewnienia stabilności społeczno-ekonomicznej. Niezwykle istotne jest, aby decyzje podejmowane na poziomie mikro i makro prowadziły do równowagi między aspektami ekonomicznymi, społecznymi i środowiskowymi. Przykładowo, analizując skutki konfliktu zbrojnego dla ukraińskiej gospodarki oraz rosnące znaczenie technologii cyfrowych, nie można zapominać o roli zrównoważonego rozwoju jako filaru długofalowej strategii rozwoju. Prezentowane w tym tomie artykuły poruszają właśnie te kwestie.

Autorzy skupiają się na różnych aspektach zrównoważonego rozwoju, począwszy od analizy regionalnych nierówności gospodarczych na Ukrainie (S. Ishuchuk), poprzez raportowanie ryzyka w biznesie (K. Barczyk), po rolę banków we wspieraniu działań zgodnych z zasadami ESG (Ł. Dwojak). Budowanie zrównoważonej przyszłości wymaga dobrych relacji z interesariuszami, niezbędni są też pracownicy przeszkoleni w zakresie bezpieczeństwa cybernetycznego (M. Fuksiewicz); nie bez znaczenia okazuje się ponadto rozwój sztucznej inteligencji (Ł. Makowski). W kontekście zmieniających się potrzeb konsumentów i pracowników oraz dynamicznie zmieniających się realiów edukacyjnych trzeba poszukiwać nowych rozwiązań, wspierających zrównoważony rozwój społeczno-gospodarczy

(W. Ilnicka, R. Garbiec). Aby budować społeczeństwo oparte na wiedzy i innowacyjności, ważne jest motywowanie studentów do wyboru kierunków technicznych i inżynierskich (A. Wojtowicz, W. Wachnicka).

Wszystkie te obszary wymagają współpracy i zaangażowania różnych grup interesariuszy, którzy wspólnie mogą tworzyć bezpieczną przyszłość opartą na zrównoważonym rozwoju. Artykuły zawarte w tym numerze mogą być użyteczne nie tylko dla naukowców, ale również dla studentów i praktyków zainteresowanych koncepcją zrównoważonego rozwoju i jego wykorzystaniem w celu zapewnienia stabilności społeczno-ekonomicznej i ochrony środowiska naturalnego w obliczu wyzwań współczesnego świata.

WIESŁAWA CAPUTA

Introduction

Sustainable development is important not only as a solution to problems of the present but also as a strategy for the future of our planet. In the face of global challenges, such as climate change, economic crises or public health threats, we need to make informed and responsible decisions taking into account the overall impact of our activities on the social, economic and natural environment. For this to happen, it is necessary to continue public and scientific discourse regarding sustainable development and to promote policies and initiatives that support it.

In the context of challenges such as the war in Ukraine and digital transformation, sustainable development is key to ensuring socio-economic stability. In particular, this means that decisions made at micro and macro levels need to strive for a balance between economic, social and environmental considerations. For example, when analysing the effects of the war on the Ukrainian economy and the growing importance of digital technologies, one cannot forget the role played by sustainable development as a pillar of a long-term development strategy. The articles presented in this volume address some of these challenges.

Their authors focus on various aspects of sustainable development, ranging from an analysis of regional economic inequalities in Ukraine (S. Ishuchuk), through risk reporting in business (K. Barczyk), to the role of banks in supporting activities which are in line with ESG principles (Ł. Dwojak). The task of building a sustainable future requires good relationships with stakeholders and properly trained employees in cyber security (M. Fuksiewicz); it is also associated with the development of artificial intelligence (Ł. Makowski). Given the changing needs and expectations of consumers and employees and the changing realities of education, there is a need for new solutions to support sustainable socio-economic development. (W. Ilnicka, R. Garbiec). In order to a build knowledge-based society

capable of innovation, it is crucial to find ways in which students can be motivated to choose technical and engineering fields (Wojtowicz, Wachnicka).

All these areas require cooperation and involvement of various stakeholder groups who can jointly create a safe future based on sustainable development. The articles included in this issue are likely to prove useful not only to scientists, but also to students and practitioners interested in the concept of sustainable development and its applications to ensure the socio-economic stability and protect the natural environment in the face of the challenges of the modern world.

WIESŁAWA CAPUTA

SVITLANA ISHCHUK

State Institution “Institute of Regional Research
n.a. M.I. Dolishniy of NAS of Ukraine”, Lviv (Ukraine)
Department of Problems of Real Sector of Regions Economy
<https://orcid.org/0000-0002-3698-9039>
e-mail: iso.ird@ukr.net

Spatial Imbalances of the Economic Development of Ukraine in War Conditions: Regional Dimension

Abstract. The article analyzes the transformation of the structure of the gross domestic product of Ukraine (by types of economic activity), which took place under the influence of full-scale armed aggression by the Russian Federation. Spatial imbalances in the performance indicators of the construction (in the field of residential and non-residential construction) and transport sectors of the national economy in the regional section are diagnosed. A detailed assessment of the dynamics of the volume of sold products of the Ukrainian processing industry, in particular, the metallurgical industry, was carried out. The vectors were established and the amount of changes in the dynamics of Ukraine's foreign economic operations, which caused a decrease in the ratio of commodity exports to imports, was calculated. The export specialization of the regions of Ukraine by main product groups was determined. Key trends in the formation and development of domestic export potential are outlined.

Keywords: economy, construction, spatial imbalances, industry, products, production, export, import, regions

<https://doi.org/10.58683/dnswsb.1934>

1. Introduction

Over the past decade, Ukraine has been in an extremely difficult geopolitical and socio-economic situation. The problems began in 2014 after the Russian Federation occupied 7% of the territory, where 13% of the population of Ukraine lived (2 million people in Crimea and about 4 million people in the occupied territories of Donetsk and Luhansk regions) and 13.7% of GDP was formed (in 2013) Eurasia Center (2017). Ukraine's losses from the occupation of these territories (assuming they are lost forever) are estimated at \$98.8 billion. USA, which accounted

for 88.1% of Ukraine's GDP in 2017 Aslund, A. (2018). Russia's armed aggression against Ukraine, which began on February 24, 2022, caused large-scale destruction of production capital and infrastructure, brought significant human casualties and social losses. The war led to a reduction in jobs and incomes, a decrease in purchasing power and the amount of accumulated assets. Experts from the World Bank and the European Commission estimate the economic losses from the war in Ukraine in the first year of the war in the amount of 134.7 billion dollars, and the need for reconstruction — 410.6 billion dollars World Bank Group (2022). In the total amount of recovery needs, the transport sector accounts for 22%, the housing sector — 17%, the energy sector — 11%, the social protection and livelihood sector — 10%, agriculture — 7%. The scale of Ukraine's economy and, at the same time, spatial imbalances, i.e. its deep regional heterogeneity, which deepens under the influence of full-scale military aggression by Russia, determine the relevance of scientific research in this thematic direction.

2. Analysis of Research and Publications

In the scientific and analytical publication *Ekonomika rehioniv Ukrayiny* (Storonyans'ka, 2022), the issue of identification and assessment of challenges and threats to the socio-economic development of the regions of Ukraine, which arose as a result of military aggression by the Russian Federation, is widely covered. The scientific report *Vyklyky maybutn'oho dlya promyslovoho rozvytku Ukrayiny* (Deyneko, 2022) determined the determinants of socio-economic growth of the national economy in conditions of global instability and proposed recommendations and tools of industrial policy in order to adequately respond to the challenges of modernity. Deyneko et al. (2022) states that today in most regions of Ukraine, the outdated industrial structure has increased the level of security threats to the national economy in a new generation war: hybrid, non-contact, long-range, aimed at the deliberate destruction of industrial and infrastructure facilities. Ishchuk & Zhulkanych (2023) identified the main causes of negative structural transformations in the industrial sector of the national economy during 2013–2022. The impact of Russia's military aggression on indicators of the dynamics and structure of industrial products sold in Ukraine and abroad is analyzed.

The purpose of the article is to determine the spatial imbalances in the development of Ukraine's economy caused and/or reinforced by full-scale Russian armed aggression.

3. Research Results

Full-scale Russian armed aggression caused the reduction of Ukraine's economy by 29.1% in 2022 (Table 1). The construction sector experienced the biggest drop in the Airborne Forces (-67.6%). This was the result of a decrease in business activity due to a significant reduction in investments in conditions of high uncertainty, a sharp decrease in the incomes of the population, a lack of free funds in companies, limited budget resources, as well as large-scale destruction of construction objects and structures.

Table 1. Dynamics and structure of the gross domestic product of Ukraine (in actual prices, according to the production method)

Type of economic activity	GDP growth, %	GDP structure, %		Change of structure, v.p.
		2021	2022	
Gross Domestic Product	-29.1	100.0	100.0	x
Agriculture, forestry and fisheries	-28.4	10.9	8.2	-2.7
Mining and quarrying	-32.2	6.4	5.7	-0.7
Processing industry	-43.1	10.3	7.6	-2.7
Supply of electricity, gas, steam and air conditioning	-32.5	3.3	4.5	1.1
Water supply; sewerage, waste management	-26.6	0.4	0.3	0.0
Construction	-67.6	2.8	1.2	-1.5
Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles	-30.9	13.6	12.4	-1.3
Transport, warehousing, postal and courier activities	-44.3	5.4	3.9	-1.5
Temporary accommodation and catering	-40.3	0.9	0.7	-0.2
Information and telecommunications	-15.4	4.7	4.6	-0.1
Financial and insurance activities	-15.8	3.0	2.9	-0.1
Real estate transactions	-34.5	5.8	4.9	-0.9
Professional, scientific and technical activity	-46.2	2.9	1.9	-1.0
Activities in the field of administrative and auxiliary services	-47.8	1.2	0.8	-0.5
Governance; compulsory social insurance	35.4	6.2	21.1	15.0
Education	-11.4	4.3	4.2	-0.2
Health care and provision of social assistance	-17.5	2.5	2.4	0.0
Arts, sports, entertainment and recreation	-33.1	0.6	0.4	-0.1
Provision of other types of services	-31.5	0.9	0.7	-0.2
Taxes on products	-36.4	14.3	12.2	-2.1
Product subsidies	-24.4	-0.3	-0.5	-0.2

Source: Calculated by the authors based on State Statistics Service of Ukraine (2023)

According to estimates by the World Bank Group (2022), the housing construction sector suffered the greatest destruction — 38% of the total damage to the Ukrainian economy. In 2022, the total area of residential and non-residential buildings at the beginning of construction in Ukraine decreased by 51.4% (–9,749,506 m²), and those put into operation — by 41.4% (–6,779,370 m²). The volumes of new construction decreased the most in the regions of hostilities and regions adjacent to them, which caused significant spatial imbalances in the development of this segment of the Ukrainian economy. In particular, in Dnipropetrovsk, Zaporizhzhya, Mykolaiv, Odesa, Sumy, Kharkiv, Kherson regions and in the city of Kyiv, the decrease in the total area of buildings at the beginning of construction significantly exceeded the average value of the indicator in Ukraine (–51.4%) and amounted to –75.4 % to –96% (Table 2). The largest reduction in the area of buildings put into operation also occurred in the regions of hostilities and those close to them: in Dnipropetrovsk (–62.7%), Donetsk (–90.1%), Zaporizhia (–78.4%), Sumy (–59.4) and Kharkiv (–92.0%) regions. At the same time, in two oblasts (Volyn and Ivano-Frankivsk), the total area of buildings at the beginning of construction increased, and in Poltava oblast — buildings put into operation (+11.4%).

Table 2. Changes in the total area of buildings at the beginning of construction and those put into operation

Region	Total area of buildings at the beginning of construction, m ²		Growth, %	The total area of the buildings put into operation, m ²		Growth, %
	2021	2022		2021	2022	
Ukraine	18,956,564	9,207,058	–51.4	16,382,664	9,603,294	–41.4
Vinnitsia	421,671	268,630	–36.3	598,700	484,039	–19.2
Volynsk	313,319	499,267	59.3	505,074	329,940	–34.7
Dnipropetrovsk	975,299	219,044	–77.5	675,701	251,916	–62.7
Donetsk	194,879	κ/c	κ/c	106,370	10,523	–90.1
Zhytomyr	207,390	102,306	–50.7	280,965	144,879	–48.4
Zakarpattia	366,579	233,560	–36.3	567,572	396,548	–30.1
Zaporizhzhia	311,539	76,751	–75.4	152,249	32,912	–78.4
Ivano-Frankivsk	362,954	367,167	1.2	614,214	567,971	–7.5
Kyivska	3,544,362	2,562,805	–27.7	2,642,368	1,873,935	–29.1
Kirovohradsk	92,747	44,661	–51.8	112,797	84,756	–24.9
Luhansk	11,752	κ/c	κ/c	17,439	×	×
Lviv	2,349,939	1,457,127	–38.0	1,716,612	1,085,509	–36.8
Mykolayivska	159,313	6391	–96.0	190,747	×	×

Region	Total area of buildings at the beginning of construction, m ²		Growth, %	The total area of the buildings put into operation, m ²		Growth, %
	2021	2022		2021	2022	
Odesa	1,850,472	380,347	-79.4	1,315,544	804,349	-38.9
Poltava	330,094	171,378	-48.1	338,429	376,841	11.4
Rivne	325,110	249,670	-23.2	374,383	368,960	-1.4
Sumy	246,665	79,586	-67.7	184,000	74,650	-59.4
Ternopilsk	593,056	336,680	-43.2	623,061	233,451	-62.5
Kharkivska	889,487	231,180	-74.0	829,528	66,174	-92.0
Khersonsk	208,463	66,758	-68.0	209,299	×	×
Khmelnytska	806,008	445,236	-44.8	527,193	370,565	-29.7
Cherkassy	321,771	177,258	-44.9	282,974	155,821	-44.9
Chernivtsi	337,911	123,231	-63.5	462,084	257,602	-44.3
Chernihivska	264,667	126,497	-52.2	194,727	184,815	-5.1
m. Kyiv	3,471,117	976,229	-71.9	2,860,634	1,389,098	-51.4

Source: Calculated by the authors based on State Statistics Service of Ukraine (2023)

The fall of the VAT in the transport sector amounted to 44.3%. At the same time, according to estimates by the World Bank Group (2022), the losses of this sector of the economy amount to 35.7 billion dollars. USA. In the Donetsk, Luhansk, Zaporizhzhya, Kherson and Kharkiv regions, 88 railway stations, more than 400 railway bridges, 28 bridges on the state road network, 76 bridges on regional and village roads, as well as more than 250 bridges and other structures of the street and road network were damaged communal property. In total, Donetsk, Luhansk, Kherson and Zaporizhzhia regions accounted for more than 70% of the losses incurred in the transport sector. A significant reduction in transport activity and, as a result, disruption of logistics flows became one of the reasons (along with a sharp decrease in the number of consumers and their purchasing power) for the narrowing of business activity in the field of trade, the added value of which decreased by 30.9%. In 2021, in the regional structure (without the city of Kyiv) of the Airborne Forces of this sector of the economy, the share of the regions most affected by hostilities (Dnipropetrovsk, Donetsk, Zaporizhzhya, Luhansk, Kharkiv and Kherson) totaled 32.9%.

In the processing industry, according to the results of 2022, the drop in GVA amounted to 43.1%. As a result, the share of this key sector of the economy in Ukraine's GDP decreased by 2.7 percentage points (up to 7.5%). The volume of sold products of the processing industry decreased by 31.5%, and, in particular, the products of metallurgical industries — by 57.9% (Table 3). This was a direct consequence of the huge losses of production capacities of the domestic metal-

lurgy. So, on the completely destroyed PJSC Mariupol Metallurgical Plant named after “Ilyich” and PJSC “Azovstal Metallurgical Plant” in 2021 together accounted for 19.95% of sold metallurgical products in Ukraine. In total, almost 87% of metallurgical products were produced in Dnipropetrovsk (35.85%), Donetsk (32.24%) and Zaporizhia (18.61%) regions. Accordingly, in the named regions, metallurgy was the main segment of industry: in 2021, the share of metallurgical products in the total volume of industrial products sold in Donetsk region was 53.20%, in Zaporizhia – 39.50%, and in Dnipropetrovsk – 34.20%. The metallurgical industry of Ukraine has always been export-oriented, and the war hardly changed this situation. So, if in 2021 metallurgical enterprises exported ~70% of the total volume of products sold, then in 2022 the value of this indicator was 66.5%.

Table 3. Indicators of dynamics and structure of realized industrial products of Ukraine, %

Type of industrial activity	Growth rate, %	Share in industry, %	
		2021	2022
Processing industry	-31.5	61.3	53.6
Production of food products, beverages and tobacco products	-11.9	18.9	21.3
Textile production, production of clothes, leather, leather products and other materials	8.5	0.8	1.1
Production of wood products, paper production and printing activities	-11.8	3.3	3.7
Production of coke and oil refining products	-45.3	2.9	2.0
Production of chemicals and chemical products	-43.0	2.9	2.1
Production of basic pharmaceutical products and pharmaceutical preparations	-15.3	1.4	1.5
Production of rubber and plastic products	-18.6	1.9	2.0
Production of other non-metallic mineral products	-49.6	3.8	2.4
Metallurgical production	-57.9	16.0	8.6
Production of finished metal products, except for machines and equipment	-24.0	1.8	1.8
Production of computers, electronic and optical products	-35.2	0.4	0.3
Production of electrical equipment	-31.7	1.1	1.0
Production of machines and equipment, not included in other groups	-47.1	2.0	1.3
Production of motor vehicles, trailers and semi-trailers	9.2	0.9	1.3
Production of other vehicles	-10.4	1.3	1.4
Production of furniture	-22.1	0.8	0.8
Production of other products	-9.6	0.2	0.2
Repair and installation of machines and equipment	-36.6	0.9	0.7

Source: Calculated by the authors based on State Statistics Service of Ukraine (2023)

In 2022, only light industry (+8.5%) and certain machine-building industries, in particular, the production of motor vehicles, trailers and semi-trailers (+9.2%), achieved an increase in the volume of sold products. The positive dynamics of these indicators is caused by the rapid reorientation of the mentioned sectors of industry to meet military needs and the fulfillment of relevant government orders. The food, woodworking, and pharmaceutical industries showed a relatively small reduction in production volume, which is explained by the stable domestic demand for their products and the latter's export orientation.

The national economy is traditionally export-oriented. However, according to the results of 2022, the share of exports of goods and services in the GDP of Ukraine (in actual prices) decreased to 35.5% (against 40.7% in 2021). The share of commodity exports in the total volume of domestic exports is stable at ~83%. In 2022, the volume of merchandise exports from Ukraine decreased by 35.2%, in particular, as a result of a drastic disruption of logistics, primarily maritime, due to the blockade of sea ports by Russia. In 2021, sea transportation accounted for 62% of the total value of goods (in dollar equivalent) exported from Ukraine, while road transportation accounted for 23%, and rail transportation accounted for 12%.

Among the regions, the economies of Donetsk (-96%), Luhansk (-94.8%) and Kherson (-86.2%) regions experienced the greatest loss of export potential. Active hostilities led to a decrease in the share of Donetsk region in the regional structure of exports to 0.6% (versus 10.3% in 2021). At the same time, all oblasts of the western region, except for Ivano-Frankivsk, demonstrated an increase in export activity, but Cherkasy and Odesa oblasts achieved the largest increase in commodity exports during 2022. Thus, the export of oil (commodity group III) from the Cherkasy region increased more than 8 times, and the export of sunflower seeds (commodity group II.12) from the ports of Odesa region increased more than 24 times. Before the full-scale war, the economy of the Donetsk, Zaporizhia and Mykolaiv regions, compared to other regions, was the most export-oriented – the share of exports in their GRP was at the level of 60÷70%. Accordingly, the volume of loss of the export potential of these regions is closely correlated with the volume of loss suffered by their economy, and is a vivid reflection of those spatial imbalances in the development of the Ukrainian economy in general, which were caused by the war.

During 2022, commodity imports to Ukraine decreased by 24.1%. Only five regions showed an increase in this indicator: Volyn, Zhytomyr, Lviv, Khmelnytskyi and Chernivtsi regions. 39.8% of imports fell on the city of Kyiv (against 42.6% in 2021), and another 23.3% – on three oblasts: Dnipropetrovsk, Kyiv and Lviv. The share of the latter in the regional structure of commodity imports (9.7%) became the highest after Kyiv. At the same time, in terms of share in the regional

structure of commodity exports (6.9%), Lviv region in 2022 took third place after Kyiv (23.7%) and Dnipropetrovsk region (14.2%).

In general, domestic commodity exports are dominated by industrial products, however, Ukraine's integration into the global market has always had a clearly defined resource character. As a result, the commodity structure of exports shows a steady tendency to deterioration, which is manifested in a decrease in the shares of high-tech products of the mechanical engineering and chemical industry, and instead – an increase in the specific weight of agro-industrial complex products with low added value. According to the results of 2022, there were noticeable negative changes in the commodity structure of domestic exports, caused by military actions in a significant territory of Ukraine. The share of products of the metallurgical industry (commodity group XV), the volume of exports of which fell by 62.5%, experienced the largest reduction (–9.89 percentage points) (Fig. 1). Exports of chemical industry products (–54.3%) and mineral products (–48.6%) also decreased significantly. At the same time, the volume of exports of vegetable products decreased by only 13.3%, and of fats and oils – by 15.5%. The consequence of the described dynamics was an increase in the commodity structure of exports of the shares of II and III commodity groups, respectively, by 7.7 percentage points. and 3.14 percentage points.

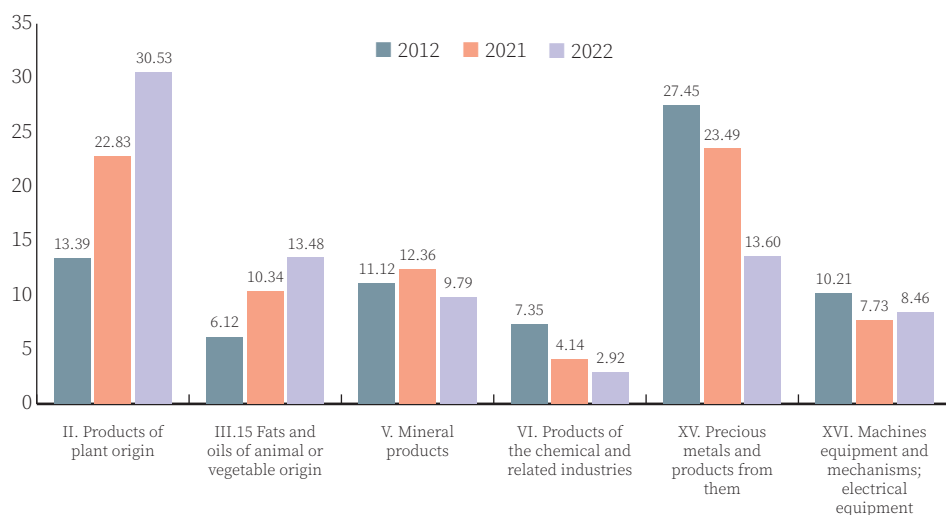


Figure 1. The structure of commodity exports of Ukraine (by main product groups), %
Source: Calculated by the authors based on State Statistics Service of Ukraine (2023)

During 2022, the export specialization of the regions of Ukraine underwent certain (but not significant) transformations. Thus, the number of regions, in the structure of commodity exports of which the share of products of plant origin

(commodity group II) exceeded 10%, increased from 14 to 17 during the analyzed year (Table 4). In particular, grain crops (commodity group II.10) dominated the exports of Vinnytsia (22.3%), Luhansk (57.3%), Mykolaiv (47.9%), Odesa (34.0%), Sumy (31, 0%), Kharkiv (22.2%), Khmelnytskyi (33.7%), Cherkasy (34.9%) and Chernihiv (49.6%) regions. At the same time, meat and edible offal (commodity group I.02) was the leading export position only in Kyiv region with a share of 26.2%, and fats and oils of animal or vegetable origin (commodity group III.15) – in Kirovohrad (40.1%).

Table 4. Export specialization of regions of Ukraine

Product group*		2021	2022
I.	Live animals; products of animal origin	Kyivska	Kyivska
II.	Products of plant origin	Vinnytsia, Kyiv, Kirovohrad, Lviv, Mykolaiv, Odesa, Rivne, Sumy, Ternopil, Kharkiv, Kherson, Khmelnytskyi, Cherkasy, Chernihiv	Vinnytsia, Volhynia, Zhytomyr, Zakarpattia, Kyiv, Kirovohrad, Luhansk, Mykolaiv, Odesa, Rivne, Sumy, Ternopil, Kharkiv, Kherson, Khmelnytskyi, Cherkasy, Chernihiv
III.15.	Animal fats and oils or plant origin	Vinnytsia, Kyiv, Kirovohradska, Odesa, Cherkassy	Vinnytsia, Kirovohrad, Mykolaiv, Odesa, Kharkiv, Kherson, Cherkasy
IV.	Ready food products	Kirovohradska, Khersonska	Khersonska
V.	Mineral products	Dnipropetrovsk, Poltava	Donetsk, Dnipropetrovsk, Lviv, Poltava
VI.	Products of the chemical and related industries	Ivano-Frankivsk, Mykolayivsk	Rivne
VII.	Polymeric materials, plastics and products from them	Ivano-Frankivsk	Ivano-Frankivsk
IX.	Wood and wood products	Vinnytsia, Volhynia, Zhytomyr, Ivano-Frankivsk, Rivne, Chernivtsi	Volyn, Zhytomyr, Ivano-Frankivsk, Lviv, Rivne, Chernivtsi
X.	Mass of wood or other fibrous cellulosic materials	Luhansk	-
XV.	Precious metals and products from them	Dnipropetrovsk, Donetsk, Zaporizhia, Kherson	Dnipropetrovsk, Zaporizhzhia
XVI.	Machines, equipment and mechanisms; electrical equipment	Volyn, Zhytomyr, Zakarpattia, Lviv, Sumy, Ternopil, Kharkiv, Chernivtsi	Volhynia, Zhytomyr, Zakarpattia, Ivano-Frankivsk, Lviv, Sumy, Ternopil, Chernivtsi
XX.	Various industrial goods	Volhynia, Lviv, Chernivtsi	Lviv

*The table presents product groups whose share in the export structure of the regions exceeded 10%.

Source: Calculated by the authors based on State Statistics Service of Ukraine (2023)

In 2022, 55.9% of the commodity export structure of the Donetsk region was mineral fuels, oil and products of its distillation (commodity group V.27), while in 2021, ferrous metals occupied 84.0% of this structure (commodity group XV.72). The latter remained the dominant export positions of Dnipropetrovsk (34.7%) and Zaporizhia (73.7%) oblasts. Wood and wood products (commodity group IX.44) prevailed in the exports of Volhynia (25.6%), Zhytomyr (21.3%), Ivano-Frankivsk (18.6%), Rivne (27.4%) and Chernivtsi (20.3%) oblasts. The generally low technological level of Ukrainian exports is evidenced by the fact that the products of the chemical industry (commodity groups VI and VII) do not dominate the product structure of any region, and the products of mechanical engineering, in particular, electric machines (commodity group XVI.85), which are made from of raw materials for tolling was key in the export of Zakarpattia (46.6%) and Lviv (17.0%) regions.

4. Conclusions

Summing up, it can be stated that the full-scale Russian armed aggression caused a significant reduction in the economy of Ukraine. The largest decline was experienced in the sphere of construction (primarily the housing sector), the sphere of transport and communication, as well as metallurgy, which was one of the basic export-oriented segments of the Ukrainian economy.

Key trends in the formation and development of Ukraine's export potential, in addition to the geographic reorientation of goods exports in the European direction (the share of EU countries in the structure of domestic exports increased 1.6 times in 2022 — up to 63% against 39.4% in 2021), are mostly negative and, at the same time, interdependent, namely:

- ▶ a decrease in the share of high-tech products in the structure of commodity exports with a deepening of the latter's raw material orientation;
- ▶ displacement of domestic producers from traditional market segments as a result of their loss of competitive advantages;
- ▶ there is little possibility of occupying new market segments with products of low-tech industry segments;
- ▶ dependence on cyclical fluctuations and external factors of not only economic, but also geopolitical origin;
- ▶ excessive energy and resource intensity of domestic production and its dependence on high-tech imports.

Prospects for further research in this scientific direction can be seen in the methodological and analytical justification of the strategic priorities of the development of the economy of the regions of Ukraine in the conditions of increasing global challenges and threats.

References

- Aslund, A. (2018). *Kremlin Aggression in Ukraine: the Price Tag. (Report)*. Atlantic Council's Eurasia Center. http://www.atlanticcouncil.org/images/publications/Cost_of_Kremlin_Aggression_web.pdf
- Deyneko, L.V. (Ed.) (2022). *Vykylyky maybutn'oho dlya promyslovoho rozvytku Ukrayiny: naukova dopovid'* (Future challenges for the industrial development of Ukraine: scientific report). Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine. Kyiv. <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2022/06/Vykylyky-majbutnjogo-dlja-promyslovogo-rozvytky.pdf> [in Ukrainian].
- Deyneko, L.V., Kushnirenko, O.M., Tsyplits'ka, O.O., & Hakhovych, N.H. (2022). Naslidky povnomasshtabnoyi voyennoyi ahresiyi RF dlya ukrayins'koyi promyslovosti (Consequences of full-scale military aggression of the Russian Federation for Ukrainian industry). *Ekonomika Ukrayiny*, 5(726), 3–25 [in Ukrainian].
- Eurasia Center. (2017, April 13). *Tilky fakty. Sohodnishnia Ukraina bez Krymu y Donbasu* (Only facts. Today's Ukraine without Crimea and Donbass). Fakty ICTV – Facts ICTV. <https://fakty.ictv.ua/ua/ukraine/20170413-tilky-fakty-shho-ukrayina-vtratyla-vnaslidok-okupatsiyi-krymu-i-donbasu> [in Ukrainian].
- Ishchuk S., & Zhulkanych V. (2023). Industrial sector of the economy of Ukraine the conditions of global challenges: assessment of structural changes. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej WSB w Poznaniu*, 101(2), 7–18. <https://doi.org/10.58683/dnswsb.630>
- State Statistics Service of Ukraine. (2023). *Official site of the State Statistics Service of Ukraine*. <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].
- Storonyans'ka, I.Z. (Ed.) (2022). *Ekonomika rehioniv Ukrayiny v umovakh viyny: ryzyky ta napryamky zabezpechennya stiykosti: naukowo-analitychne vydannya* (The economy of the regions of Ukraine in the conditions of war: risks and directions of ensuring stability: scientific and analytical edition). State Institution „Institute of Regional Research n.a. M.I. Dolishnyi of the NAS of Ukraine” (Seriya „Problemy rehional'noho rozvytku”). <http://ird.gov.ua/irdp/p20220033.pdf> [in Ukrainian].
- World Bank Group. (2022). *Ukraine: Rapid Damage and Needs Assessment, February 2022 – February 2023*. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099184503212328877/pdf/P1801740d1177f03c0ab180057556615497.pdf>

Nierównowaga przestrzenna rozwoju gospodarczego Ukrainy w warunkach wojennych: wymiar regionalny

Streszczenie. W artykule poddano analizie przemianę struktury produktu krajowego brutto Ukrainy (według rodzajów działalności gospodarczej), która nastąpiła pod wpływem zbrojnej agresji Federacji Rosyjskiej na pełną skalę. Diagnozuje się dysproporcje przestrzenne we wskaźnikach efektywności budownictwa (w zakresie budownictwa mieszkaniowego i niemieszkaniowego) oraz sektorów transportowych gospodarki narodowej w przekroju

regionalnym. Dokonano szczegółowej oceny dynamiki wolumenu sprzedanych wyrobów ukraińskiego przemysłu przetwórczego, w szczególności przemysłu metalurgicznego. Wyznaczono wektory i obliczono wielkość zmian dynamiki zagranicznej działalności gospodarczej Ukrainy, które spowodowały zmniejszenie relacji eksportu towarów do importu. Określono specjalizację eksportową regionów Ukrainy według podstawowych grup produktów. Zarysowano główne trendy w kształtowaniu i rozwoju krajowego potencjału eksportowego.

Słowa kluczowe: gospodarka, budownictwo, nierównowaga przestrzenna, przemysł, produkty, produkcja, eksport, import, regiony

KRYSTYNA BARCZYK

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Wydział Zamiejscowy w Chorzowie
<https://orcid.org/00000-0001-6385-4781>
e-mail: krystyna.barczyk@chorzow.merito.pl

Raportowanie ryzyka w raportach zintegrowanych

Streszczenie. W artykule omówiono zagadnienia dotyczące zakresu oraz jakości informacji o ryzyku finansowym i niefinansowym, jakie publikuje się w raportach zintegrowanych. Autorka ocenia, w jakim stopniu tego typu raporty są dobrym narzędziem przekazywania informacji o zasadach zarządzania ryzykiem oraz czy są one wyczerpujące z punktu widzenia działań podejmowanych obecnie i w przyszłości. Zagadnienie omówiono na podstawie analizy informacji ujętych w raporcie zintegrowanym ING Banku Śląskiego S.A. za 2022 rok, uznanym przez GPW za najlepiej sporządzony raport zintegrowany wśród raportów sporządzonych przez spółki notowane na giełdzie. Z przeprowadzonej analizy wynika, że taka forma raportu daje interesariuszom dostęp do kluczowych informacji o zagrożeniach, ryzykach i strategiach zarządzania wszystkimi rodzajami ryzyka, jakie mogą mieć wpływ na wyniki i pozycję jednostki.

Słowa kluczowe: zarządzanie ryzykiem, raport zintegrowany, ryzyko finansowe i niefinansowe

<https://doi.org/10.58683/dnswsb.1935>

1. Wstęp

Jedną z głównych potrzeb informacyjnych interesariuszy realizowanych w ramach sprawozdań finansowych jest identyfikacja ryzyk oraz ocena sposobu zarządzania nimi. Połączenie danych finansowych i niefinansowych w formie zintegrowanego sprawozdania finansowego daje możliwość przedstawienia pełnego obrazu wzajemnych powiązań i współzależności istotnych czynników w zakresie zagrożeń i ryzyk dla danej organizacji. Raportowanie zintegrowane nie jest „twardym” standardem, jednakże coraz więcej jednostek sięga po tę formę raportowania.

Celem artykułu jest ocena jakości i zakresu informacji ujawnianych w raporcie zintegrowanym w zakresie zarządzania ryzykiem. Ocena została przeprowadzona poprzez analizę zawartości informacyjnej rocznego zintegrowanego sprawozdania ING Banku Śląskiego S.A. za 2022 rok. Zintegrowane sprawozdania ING Banku Śląskiego S.A. w ostatnich latach zostały dwukrotnie nagrodzone przez GPW na-

grodą specjalną w kategorii „Raporty zintegrowane” (Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2023), można zatem wnioskować, że były sporządzane z dużą starannością, z uwzględnieniem najlepszych praktyk.

2. Istota i rodzaje ryzyka

Pojęcie „ryzyko” nie jest jednoznacznie zdefiniowane. Niektórzy uważają, że ma wyłącznie negatywny wydźwięk i oznacza po prostu możliwość poniesienia straty. Dla innych zaś ma dużo szersze znaczenie i odnosi się nie tylko do możliwości poniesienia strat, ale również do osiągnięcia ponadprzeciętnych zysków. Ryzyko jest właściwe ludzkiej aktywności. Jest związane z nieznaną istotą przyszłych zdarzeń oraz z ekspozycją na niepewność łączącą się z tymi zdarzeniami. Allan H. Willett określa ryzyko jako zjawisko obiektywne, skorelowane z subiektywną niepewnością wystąpienia niepożądanego zjawiska, Oskar Lange natomiast definiuje ryzyko jako niepewność przewidywania zdarzeń z przyszłości, wynikającą z faktu niedokładności i niepełności metod statystycznych zastosowanych do szacowania przyszłości (Wojciechowski, 1999, s. 11). Pojęcie ryzyko pochodzi od staro włoskiego *risicare*, co oznacza odważyć się (Tarczyński, 2003, s. 139).

Podjęcie jakiegokolwiek decyzji wiąże się z ryzykiem. Decyzja bowiem jest związana z przewidywaniem pewnych przyszłych zdarzeń, a nigdy nie można w sposób zupełnie absolutny określić czynników, które stanowią podstawę podejmowanej decyzji. Ryzyko w tym rozumieniu polega na tym, że dzisiejsza decyzja może nie przynieść oczekiwanych w przyszłości efektów. Z punktu widzenia przyszłych efektów można wyróżnić dwa podejścia do ryzyka:

1. ryzyko jest możliwością poniesienia straty, negatywne skutki należy traktować jako zagrożenia,
2. ryzyko jest możliwością wystąpienia efektu działania niezgodnego z oczekiwaniami; efekt może być lepszy lub gorszy od oczekiwań, może być więc szansą lub zagrożeniem.

Historia kształtowania się definicji pojęcia ryzyka wskazuje na jego ścisły związek z rozwojem rynku finansowego. W literaturze związanej z analizą rynków finansowych można znaleźć wiele różnych klasyfikacji. W 1928 roku Clarence A. Kulp dokonał podziału ryzyka, biorąc pod uwagę czynniki je kształtujące, na ryzyko systematyczne i specyficzne (Kulp, 1928). Ryzyko systematyczne jest determinowane przez siły zewnętrzne. Utożsamia się je z warunkami ekonomicznymi danego kraju oraz warunkami przyrody. Ryzyko specyficzne, rozumiane jako

ryzyko wewnętrzne, w odróżnieniu od ryzyka systematycznego może być przez dany podmiot kontrolowane.

Nie tylko sama definicja ryzyka jest niejednoznaczna, ale również jego klasyfikacja. Cechą wspólną różnych opracowań jest jednak wyróżnianie następujących rodzajów ryzyka (Jajuga, 1999; Tarczyński & Łuniewska, 2004, s. 40):

- a. ryzyka rynkowego,
- b. ryzyka niedotrzymania warunków,
- c. ryzyka płynności,
- d. ryzyka prawnego,
- e. ryzyka operacyjnego.

W działalności gospodarczej istotne znaczenie ma podział ryzyka ze względu na możliwość kwantyfikacji jego skutków. Z tego względu ryzyko dzielimy na ryzyko finansowe i ryzyko niefinansowe. Ryzyko finansowe wywiera bezpośredni wpływ na wynik finansowy przedsiębiorstwa, ma związek z nieoczekiwanymi zmianami przepływów pieniężnych uzależnionych od aktywności na rynkach finansowych bądź działalnością operacyjną (Baczewska, 2019). Ryzyko niefinansowe nie ma bezpośredniego wpływu na wynik finansowy, jednak może mieć charakter wymierny (Thlon, 2013) – przynosi negatywne skutki w obszarze społecznym i środowisku naturalnym. Ryzyko niefinansowe obejmuje błędy interpretacyjne, niewłaściwe wykorzystanie danych.

Tabela 1. Możliwości monitorowania określonych rodzajów ryzyka

Rodzaje ryzyka	Możliwości monitorowania
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ryzyko walutowe ▶ Ryzyko stopy procentowej ▶ Ryzyko kredytowe ▶ Ryzyko płynności 	Możliwość monitorowania i wpływu na jego powstawanie oraz przebieg
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ryzyko środowiska gospodarczego ▶ Ryzyko sprzedaży ▶ Ryzyko systemowe ▶ Ryzyko akceptacji nowego produktu ▶ Ryzyko prawne i organizacyjne 	Możliwość monitorowania bez możliwości wpływu na jego powstawanie i przebieg
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ryzyko katastroficzne (ryzyko wystąpienia m.in. zdarzeń losowych) 	Brak możliwości przewidzenia wystąpienia tego ryzyka

Źródło: Opracowanie własne

Otoczająca rzeczywistość wymusza, by przedsiębiorstwa, instytucje finansowe były świadome ryzyka, na jakie są narażone, prowadząc swoją działalność. Nie wszystkie rodzaje ryzyka są możliwe do monitorowania i zarządzania. Przy ryzyku

finansowym jest możliwość monitorowania i wpływu na jego powstanie oraz przebieg, natomiast przy ryzyku niefinansowym podmioty gospodarcze ograniczają się do prób jego monitorowania i ewentualnie przygotowywania alternatywnych działań lub niwelowania negatywnych skutków. Tabela 1 prezentuje możliwości monitorowania określonych rodzajów ryzyka.

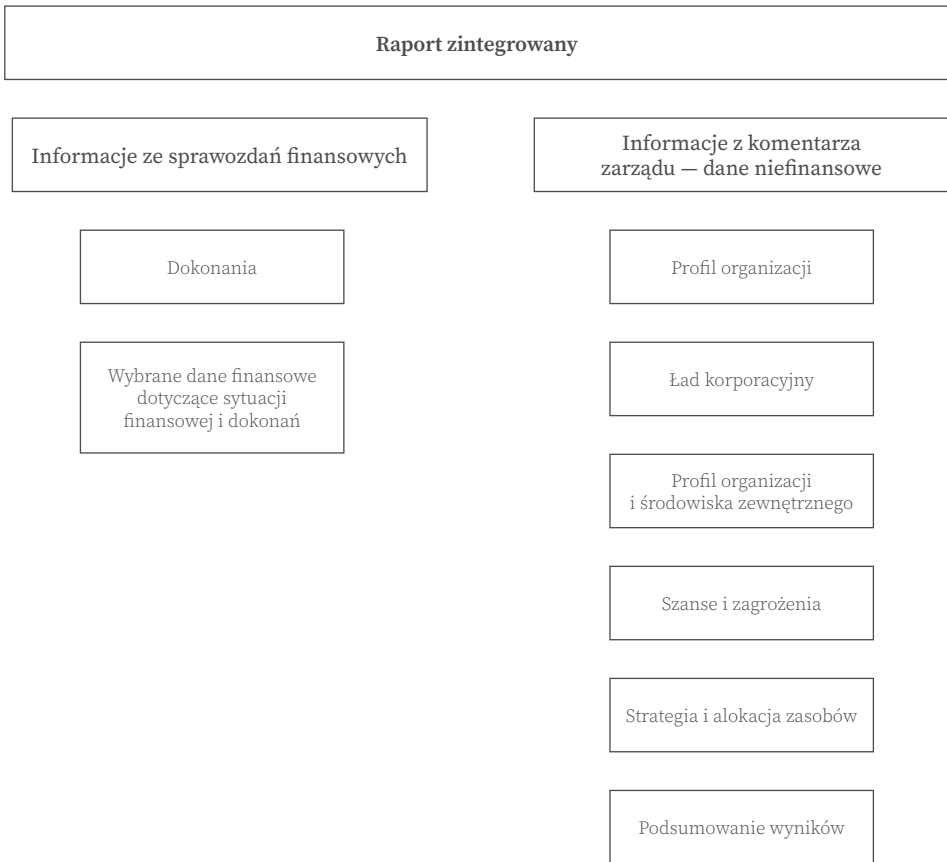
Zarządzanie ryzykiem jest istotnym aspektem polityki wielu korporacji i instytucji finansowych. Zarządzanie to można określić jako proces kształtowania takiego poziomu ryzyka, które jednostka zależnie od potrzeb i możliwości w danych warunkach akceptuje. Uczestnicy rynku oraz interesariusze sprawozdań finansowych sporządzanych przez jednostki gospodarcze zgłaszają coraz większe oczekiwania w zakresie prezentowania informacji zarówno o samym ryzyku, jak i o metodach monitorowania go i zarządzania nim.

3. Ryzyko w sprawozdaniach finansowych

Sprawozdania finansowe sporządzane zgodnie z Ustawą o rachunkowości oraz z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości są głównym źródłem informacji finansowych o jednostce, użytecznych dla obecnych i potencjalnych inwestorów, kredytodawców i innych wierzycieli przy podejmowaniu przez nich – jako dostarczycieli kapitału – decyzji. Z podstawowych elementów rocznego sprawozdania finansowego można odczytać szereg ryzyk związanych z sytuacją majątkową, finansową i wynikiem finansowym. Na podstawie bilansu jednostki gospodarczej można zidentyfikować m.in.: ryzyko operacyjne, związane z zarządzaniem aktywami i pasywami, ryzyko utraty płynności, ryzyko zarządzania kapitałem obrotowym, ryzyko spadku rentowności majątku, ryzyko spadku rentowności kapitałów. W oparciu o dane z rachunku zysków i strat mamy możliwość oceny zmienności osiągniętych wyników w badanych okresach i szacowania możliwości realizacji planów oraz ryzyka związanego z działalnością operacyjną i finansową jednostki gospodarczej. Informacja dodatkowa i objaśnienia do sprawozdania zawierają opis działań mających na celu eliminację zidentyfikowanych ryzyk i niepewności (Szczepankiewicz, 2013, s. 74).

Obok sprawozdań finansowych jednostki sporządzają raporty niefinansowe. Zgodnie z wytycznymi ujętymi w Dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE oraz w Ustawie o rachunkowości od 2017 wiele podmiotów sporządza obowiązkowo sprawozdania niefinansowe, a są to m.in. spółki giełdowe spełniające określone kryteria. W sprawozdaniach tych znajdziemy opis ryzyka związanego z działalnością jednostki oraz wpływ jednostek na otoczenie czy środowisko naturalne. Praktyczne rozwiązanie raportowania danych niefinansowych stanowi

raport zintegrowany, którego zaletą jest połączenie danych finansowych i niefinansowych, co pozwala na szersze zaprezentowanie zagadnień. Raportowanie zintegrowane to jedna z koncepcji w zakresie szeroko pojętej sprawozdawczości przedsiębiorstw (Krasnodomska, 2015). Niewątpliwie jest ona odpowiedzią na zmiany zachodzące w gospodarce i oczekiwania interesariuszy. Raport zintegrowany wykorzystuje sprawozdanie finansowe, komentarz zarządu oraz inne raporty, a tym samym może przedstawiać kluczowe informacje dla interesariuszy, a zwłaszcza dla inwestorów. Poniższy rysunek przedstawia zakres informacji prezentowanych w zintegrowanych raportach.



Rys. 1. Zakres informacji prezentowanych w raportach zintegrowanych

Źródło: Walińska (2015)

Potrzeby informacyjne wszystkich interesariuszy zewnętrznych dotyczą ryzyka oraz strategii przedsiębiorstwa w zakresie zarządzania ryzykiem. Raport

powinien przedstawiać wszystkie kluczowe ryzyka specyficzne dla danej jednostki oraz działania, jakie zostaną podjęte w celu ograniczenia tych ryzyk lub zarządzania nimi.

4. Raportowanie instytucji finansowych w zakresie ryzyka finansowego i niefinansowego w raportach zintegrowanych na przykładzie ING Banku Śląskiego S.A.

W celu dokonania oceny jakości prezentowanych informacji w zakresie zarządzania ryzykiem dokonano analizy informacji ujętych w raporcie zintegrowanym ING Banku Śląskiego S.A. za rok 2022. Raport ten został przygotowany w oparciu o ramy dotyczące raportowania zintegrowanego zaktualizowane zgodnie z GRI Standards. Zgodnie z założeniami raportu zintegrowanego znajdujemy w nim odniesienie do systemu zarządzania ryzykiem finansowym i niefinansowym, opis poszczególnych rodzajów ryzyka, jak również zasady ich monitorowania, kontroli. W raporcie przedstawiono zagadnienia związane z bezpieczeństwem banku oraz klientów, dzieląc je na dwa główne obszary:

1. System zarządzania ryzykiem oraz kapitałem;
2. Opis poszczególnych rodzajów ryzyka finansowego (ryzyko kredytowe, rynkowe, płynności) i niefinansowego (operacyjne, braku zgodności, cyberbezpieczeństwo, ryzyko ESG, ryzyko modeli, ryzyko biznesowe) oraz zakres działań związanych z poszczególnymi rodzajami ryzyka.

Działania banku w zakresie zarządzania ryzykiem opierają się na tzw. modelu trzech linii obrony, których zadaniem jest zidentyfikowanie struktur i procesów wspierających funkcjonowanie ładu organizacyjnego oraz nadzór nad zarządzaniem ryzykiem. Model trzech linii obrony jest zalecany m.in. w „Dobrych praktykach spółek notowanych na GPW”. Zakres działań w ramach tego modelu obrony przedstawiono w tabeli 2.

Cały proces zarządzania, a tym samym odpowiedzialność za efektywne zarządzanie ryzykiem od wdrożenia odpowiedzialnych procedur, narzędzi po powołanie komórek czuwających nad raportowaniem i drożnością kanałów raportowania spoczywa na zarządzie jednostki.

W celu oceny raportu jako narzędzia do komunikacji z interesariuszami w zakresie zarządzania ryzykiem poddano ocenie ujawnione informacje z podziałem na dwie grupy ryzyka: 1) finansowe i 2) niefinansowe.

Tabela 2. System zarządzania ryzykiem w modelu trzech linii obrony

Poziomy zarządzania ryzykiem	Zakres obowiązków związanych z nadzorem
Pierwsza linia obrony: pracownicy operacyjni	Jest odpowiedzialna za przestrzeganie zasad wynikających z zatwierdzonych polityk, regulaminów, instrukcji i procedur. Analiza, kontrola oraz zarządzanie ryzykami w procesach.
Druga linia obrony: menedżerowie ryzyk	Jest odpowiedzialna za wydawanie regulacji, zapewnianie metod i narzędzi zarządzania ryzykiem. W ramach działań kontrolnych dokonuje się oceny efektywności funkcjonowania pierwszej linii obrony, przeprowadzając testy, przeglądy i inne formy kontroli. Zajmuje się budowaniem i udoskonaleniem systemów wewnętrznych.
Trzecia linia obrony: audyt wewnętrzny	Zapewnia niezależną ocenę adekwatności i skuteczności systemu zarządzania ryzykiem, systemu kontroli pierwszej i drugiej linii obrony.

Źródło: ING (2022)

Zakres informacji dotyczących ryzyka finansowego przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Zakres informacji o ryzyku finansowym w sprawozdaniu zintegrowanym za rok 2022 ING Banku Śląskiego S.A.

Rodzaj ryzyka	Zakres prezentowanych informacji i działań	
Ryzyko kredytowe	Polityka w zakresie ryzyka kredytowego	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Optymalizacja i ograniczanie straty poprzez ustalanie wewnętrznych limitów ▶ Właściwa konstrukcja produktów kredytowych ▶ Stosowanie zabezpieczeń ▶ Monitoring, windykacja, restrukturyzacja ▶ Regularny monitoring i walidacja modeli wykorzystywanych do identyfikacji i pomiaru ryzyka kredytowego ▶ Analiza trendów i wartości kluczowych wskaźników ryzyka
	Strategia zarządzania	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zarządzanie ryzykiem, ustalanie i monitorowanie wykonania strategii oraz parametrów RAS (ang. <i>Risk Appetite Statement</i>) ▶ Oprócz limitów RAS ustalane są limity na ryzyko kredytowe dla poszczególnych obszarów, linii biznesowych oraz limity transakcji.
	Proces zarządzania	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Proces zarządzania jest realizowany w ramach trzech niezależnych organizacyjnie i funkcjonalnie linii obrony. ▶ Rozwiązania organizacyjne uwzględniają rozdzielenia funkcji sprzedaży produktów od funkcji akceptacji ryzyka.
	Struktura zarządzania	Prezentacja departamentów zajmujących się poszczególnymi procesami zarządzania ryzykiem.
	Ocena jakości portfela kredytowego	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Prezentacja jakości portfela kredytowego w porównaniu do całego sektora bankowego ▶ Analiza zmian jakości portfela kredytowego w czasie w latach 2019–2022
	Rodzaje stosowanych zabezpieczeń	Prawne zabezpieczenie osobiste i rzeczowe w różnej formie, np. gwarancji bankowej, poręczenia według prawa cywilnego, weksła własnego in blanco, poręczenia wekslowego, przelewu wierzytelności, hipoteki, zastawu rejestrowego, zastawu zwykłego, przewłaszczenia na zabezpieczenie, przeniesienia określonej kwoty na rachunek banku, blokady środków na rachunku bankowym.

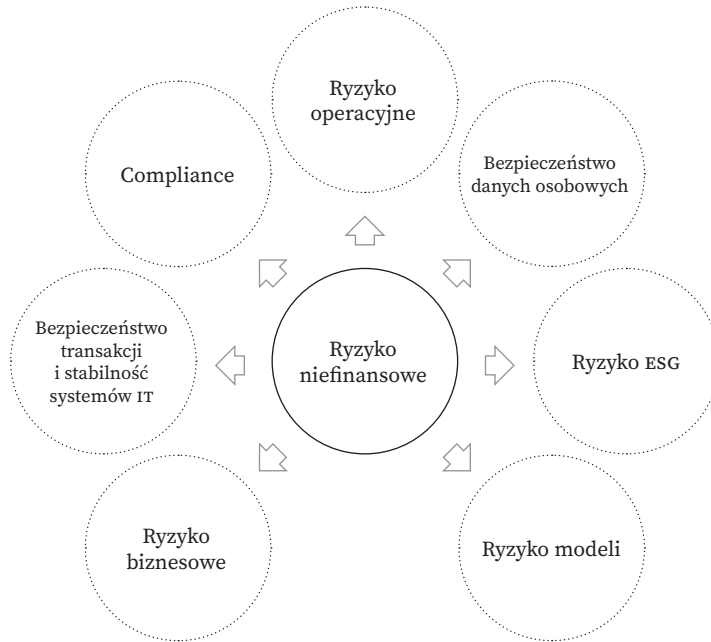
Rodzaj ryzyka	Zakres prezentowanych informacji i działań	
Ryzyko rynkowe	Proces zarządzania ryzykiem rynkowym	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Proces zarządzania ryzykiem rynkowym w banku obejmuje identyfikację, pomiar, monitorowanie oraz raportowanie ryzyka. ▶ Zarządzanie ryzykiem rynkowym w banku obejmuje również funkcje kontroli produktów poprzez monitorowanie poprawności modeli wyceny oraz kontrolę jakości danych rynkowych wykorzystywanych do wyceny i kalkulacji wyniku finansowego.
	Źródła danych do oceny i pomiaru ryzyka/Pomiar ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Księgi handlowe ▶ Księgi bankowe ▶ Miary ryzyka wymagane przez regulacje Europejskiego Nadzoru Bankowego (EBA/GL/2018/02) ▶ Metodą pomiaru jest metoda statystyczna VaR.
Ryzyko płynności i finansowania	Rodzaje ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ryzyko płynności wynikające z czynników zewnętrznych ▶ Ryzyko czynników wewnętrznych związanych z bankiem
	Proces zarządzania	Zarządzanie ryzykiem płynności składa się z cyklu pięciu powtarzających się działań: <ul style="list-style-type: none"> ▶ identyfikacja, ▶ ocena ryzyka, ▶ kontrola, ▶ monitorowanie, ▶ raportowanie.
	Ramowe zasady zarządzania ryzykiem	Kluczowe elementy: <ul style="list-style-type: none"> ▶ system limitów i pomiary ryzyka płynności, ▶ zarządzanie rezerwami płynności, pozycjami zabezpieczeń, ▶ testy warunków skrajnych i plany awaryjne.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie ING (2022)

Celem zarządzania ING Banku Śląskiego S.A. jest świadome reagowanie na szanse i zagrożenia wynikające z poszczególnych obszarów działalności. W tabeli przedstawiono kluczowe ryzyka finansowe ze wskazaniem obszarów raportowania. Z raportu wynika, że identyfikacja ryzyka, jak również wdrażanie określonych mechanizmów pomiaru, monitorowania, kontroli dla badanej jednostki jest kluczowe. System zarządzania jest sformalizowany i określony w „Zasadach zarządzania i ograniczenia ryzyka kredytowego, rynkowego, płynności i finansowania oraz operacyjnego w ING Banku Śląskim S.A.”. Stanowi spójną stałą praktykę, która nastawiona jest na jakość podejmowanych działań. Poza ryzykiem finansowym przedstawiono w raporcie zagrożenia wynikające z ryzyka niefinansowego. Ryzyko niefinansowe obejmuje funkcje zarządzania ryzykiem operacyjnym i ryzykiem braku zgodności (Compliance) oparte na wspólnych ramach określających jasne zasady i standardy identyfikacji, oceny, monitorowania, ograniczania i raportowania ryzyka. Bank zarządza ryzykiem niefinansowym zgodnie z przyjętą przez Zarząd Banku Strategią oraz Deklaracją Apetytu na Ryzyko Niefinansowe określającą limity i tolerancję na ryzyko. Zgodność z deklarowanym apetytem na ryzyko jest monitorowana z wykorzystaniem okresowego raportu o stanie ryzyka niefinansowego (NFRD). Ponadto w banku funkcjonuje Komitet Ryzyka Niefinansowego powoływany przez Zarząd Banku, który wykonuje funkcje doradcze dla Zarządu Banku w zakresie zarządzania ryzykiem niefinansowym. Rada Nadzor-

cza, przy wsparciu Komitetu Ryzyka, pełni nadzór nad zarządzaniem ryzykiem operacyjnym przez Zarząd i dokonuje co najmniej raz w roku oceny efektywności działań w tym zakresie.

Ryzyka niefinansowe istotne dla badanej instytucji finansowej przedstawia rysunek 2.



Rys. 2. Ryzyko niefinansowe ING Banku Śląskiego S.A.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie ING (2022)

Bank przyjął ogólną strategię zarządzania ryzykiem niefinansowym w celu aktywnego identyfikowania głównych zagrożeń, które mogą powodować niepożądane zdarzenia. Zdaniem banku pozwala to na wsparcie procesu oceny, kontroli, analizę scenariuszy i monitorowania kluczowych wskaźników istotnych do oceny ryzyka. W raporcie zwrócono uwagę, że w roku 2022 wzmocniono działania monitorujące poprzez wdrożenie monitoringu drugoliniowego w postaci między innymi pogłębionej analizy oraz przeglądu tematycznego wybranych obszarów. Pracownicy obszaru ryzyka operacyjnego nieustannie podnoszą swoje kompetencje i kwalifikacje. Miarą podejmowanych działań w tym obszarze może być przekazanie przez pracowników informacji o 16 zdarzeniach, które dotyczyły obszaru bezpieczeństwa informatycznego. Działania w tym obszarze skupiają się na opracowaniu wymaganych procedur, metod wzmocnienia kompetencji

pracowników, wdrażania zaleceń pokontrolnych. Istotnym elementem ryzyka niefinansowego, na które zwrócono uwagę w raporcie, jest ryzyko ESG. Ryzyko ESG zdaniem raportujących ma istotny wpływ na tradycyjne kategorie ryzyka: ryzyko kredytowe, rynkowe, płynności i finansowania oraz operacyjne. Ze względu na specyficzny charakter tego ryzyka oraz spodziewane nasilenie jego znaczenia w przyszłości podejmowane są działania polegające na włączeniu do procesu zarządzania mechanizmów jego identyfikacji, pomiaru, oceny, ograniczania, stałego monitorowania i raportowania. Wprowadzane metody zarządzania są zgodne z wytycznymi European Banking Authority EBA/GL/2020/06 z maja 2020 roku oraz uwzględniają inne wytyczne European Central Bank w tym zakresie, m.in. ECB Guide on climate-related and environmental risks – Supervisory expectations relating to risk management and disclosure, z listopada 2020 oraz EBA Report on management and supervision on ESG risk for credit institutions and investment firms, EBA/REP 2021/18, z lipca 2021 roku.

Monitorowanie licznych obszarów funkcjonowania banku oraz ciągła poprawa systemów zarządzania ryzykiem jest w stanie zapewnić zdolność jednostki do tworzenia wartości zarówno w krótkim, jak i długim okresie.

5. Zakończenie

Oceniając raportowanie informacji o ryzykach w zintegrowanym sprawozdaniu rocznym ING Banku Śląskiego S.A. sporządzonym za rok 2022, zwrócono uwagę na właściwą identyfikację ryzyka finansowego i niefinansowego, a w szczególności na zakres ujawnianych informacji oraz zakres działań podejmowanych celem ich ograniczenia. Z przeprowadzonej analizy wynika, że bank zapewnił interesariuszom dostęp do kluczowych informacji o strategiach zarządzania wszystkimi ryzykami, jakie mogą mieć wpływ na wyniki i pozycję jednostki. Raport zintegrowany spełnia oczekiwania pełniejszej informacji i kompletnego obrazu czynników kształtujących sytuację jednostki. Jest odpowiedzią na oczekiwania inwestorów i innych odbiorców sprawozdań zgłaszających coraz większe oczekiwania w zakresie prezentowania informacji o samym ryzyku i aktywnych metodach identyfikowania głównych zagrożeń. Raport zintegrowany jako stosunkowo nowa forma sprawozdawczości przyczynia się do poszerzenia zakresu informacji o zarządzaniu ryzykiem i jest właściwym narzędziem komunikacji z otoczeniem.

Bibliografia

- Baczewska, M. (2019). Raport roczny jako źródło informacji o zarządzaniu ryzykiem finansowym w przedsiębiorstwie, *Academy of Management*, 3(4). <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/17911/1.1.%20M.%20Baczewska%2c%20A.%20Bagie%2c%2084ska%2c%20Raport%20roczny%20jako%20%2c%20bar%2c%20b3d%2c%2082o%20informacji%20o%20zarz%2c%2085dzaniu%20ryzykiem%20finansowym%20w%20przedsic%2c%2099biorstwie.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu. (2023). ING dwukrotnie nagrodzony w Konkursie Raporty Zrównoważonego Rozwoju 2023. <https://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%2c%209Bci/ing-dwukrotnie-nagrodzony-w-konkursie-raporty-zrownowazonego-rozwoju-2023/>
- ING. (2022). Zintegrowany Raport Roczny ING Banku Śląskiego S.A. 2022, <https://raportroczny.ing.pl/#lad>
- Jajuga, K. (1999). Nowe tendencje w zarządzaniu ryzykiem finansowym. *Rynek Terminowy*, 3(5), 62–63.
- Krasnodomska, J. (2015). Sprawozdawczość zintegrowana jako nowy obszar badań naukowych w rachunkowości. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 82(138), 78.
- Kulp, C.A. (1928). *Casualty Insurance*. Roland Press.
- Szczepankiewicz, E. (2013). Ryzyka ujawniane w zintegrowanym sprawozdaniu przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, 5.
- Tarczyński, W. (2003). *Instrumenty pochodne na rynku kapitałowym*. Wydawnictwo PWE.
- Tarczyński, W. & Łuniewska, M. (2004). *Dyweryfikacja ryzyka na polskim rynku kapitałowym*. Wydawnictwo Placet.
- Thlon, M. (2013). Charakterystyka i klasyfikacja ryzyka w działalności gospodarczej. *Zeszyty Naukowe Katedry Teorii Ekonomii*, 902, 17–36.
- Walińska, E.M. (2015). Zintegrowany raport – początek końca sprawozdania finansowego? *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 82(138), 159.
- Wojciechowski, I. (1999). *Opcje na wybrane instrumenty finansowe jako narzędzia ograniczające ryzyko*. Kantor Wydawniczy Zakamycze.

Risk Reporting in Integrated Reports

Summary. The article addresses issues regarding the scope and quality of information about financial and non-financial risk, which is published in integrated reports. The author assesses to what extent reports of this kind are a good tool for conveying information about risk management principles and whether they are sufficiently comprehensive with regard to actions taken now and in the future. The discussion is based on the analysis of information for 2022 included in the integrated report of ING Bank Śląski s.A, which was recognized by the Warsaw Stock Exchange as the best integrated report of those published by its listed companies. The analysis shows that an integrated report provides stakeholders with key information about threats, risks and strategies for managing all types of risks that may affect a company's financial results and its market position.

Keywords: risk management, integrated report, financial and non-financial risk

ŁUKASZ MAKOWSKI

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Wydział Zamiejscowy w Chorzowie
<https://orcid.org/0000-0002-1944-642X>
e-mail: lukasz.makowski@chorzow.wsb.pl

Sztuczna inteligencja – nowe narzędzie w strategii społecznej odpowiedzialności biznesu

Streszczenie. Celem artykułu jest zaprezentowanie wyzwań i szans dla biznesu, jakie niesie ze sobą rozwój sztucznej inteligencji (SI), oraz możliwości jej wykorzystania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). W artykule przedstawiono istotę SI oraz CSR, a także ich zakres i narzędzia. Opisano również znaczenie sztucznej inteligencji w świecie biznesu oraz nowoczesne rozwiązania oparte na tej technologii, które pomagają we wdrażaniu społecznej odpowiedzialności i zrównoważonym rozwoju przedsiębiorstw. Autor przekonuje, że stosowanie nowoczesnych technologii, a szczególnie sztucznej inteligencji w procesach biznesowych jest dzisiaj szansą na zdobycie przewagi konkurencyjnej.

Słowa kluczowe: sztuczna inteligencja, społeczna odpowiedzialność biznesu, zrównoważony rozwój, nowoczesne technologie

<https://doi.org/10.58683/dnswsb.1942>

1. Wprowadzenie. Pojęcie, istota i historia sztucznej inteligencji

Sztuczna inteligencja (*artificial intelligence*, AI) jest w ostatnich miesiącach tematem często poruszanym i szeroko omawianym w mediach, w sferze naukowej, publicystycznej, a także politycznej. Ogólnie jest rozumiana jako zdolność maszyn do wykazywania ludzkich umiejętności, takich jak rozumowanie, uczenie się, planowanie i kreatywność (Sztuczna inteligencja, co to jest i jakie ma zastosowania, 2023).

Zgodnie z definicją Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (*Organisation for Economic Cooperation and Development* – OECD) wyrażoną w Recommen-

dation of the Council on Artificial Intelligence sztuczna inteligencja to „system oparty na maszynie, który może, dla zestawu celów określonego przez człowieka, przewidywać, rekomendować lub podejmować decyzje wpływające na środowisko rzeczywiste lub wirtualne” (Osiej, 2022).

Encyklopedia PWN podaje inną definicję: „sztuczna inteligencja (SI), ang. Artificial Intelligence (AI), dziedzina nauki zajmująca się badaniem mechanizmów ludzkiej inteligencji (psychol.) oraz modelowaniem i konstruowaniem systemów, które są w stanie wspomagać lub zastępować inteligentne działania człowieka” (Encyklopedia PWN, b.d.).

Business Insider opisuje sztuczną inteligencję jako „gałąź informatyki, w ramach której zdalne komputery mogą wykonywać czynności będące zazwyczaj domeną ludzi, szczególnie te wymagające użycia ludzkiego intelektu czy logiki” (Rowecka, 2019).

Po raz pierwszy termin „sztuczna inteligencja” pojawił się w 1956 roku podczas konferencji naukowej na Uniwersytecie Dartmouth w Hanowerze w stanie New Hampshire i określał AI jako „system, który świadomie postrzega otoczenie i reaguje na nie tak, aby zmaksymalizować swoje szanse powodzenia” (Czym jest sztuczna inteligencja?, b.d.).

Wspomniana konferencja jest też często uznawana za narodziny AI jako formalnej dziedziny, a lata 50. XX wieku to początek gwałtownego rozwoju badań nad sztuczną inteligencją. Okres obejmujący dwie dekady, od późnych lat 50. do końca lat 70. XX wieku, to czas fascynacji ludzi robotami, tworzenia pierwszych języków programowania, które są używane do dziś, pisania książek i produkcji filmów promujących ideę robotów. W tamtym okresie sztuczna inteligencja stała się pojęciem szeroko popularyzowanym (Historia sztucznej inteligencji, b.d.). Ważne daty i nazwiska z tamtego okresu zostały przedstawione w tabeli 1.

Tabela 1. Ważne daty i nazwiska w historii sztucznej inteligencji, lata 50. — lata 70. XX w.

Rok	Wydarzenie
1950	Alan Turing opublikował „Computer Machinery and Intelligence”, w którym zaproponował test maszynowej inteligencji, znany jako „gra w naśladowanie”.
1952	Informatyk Arthur Samuel stworzył program do gry w warcaby, który jako pierwszy nauczył się tej gry samodzielnie.
1955	John McCarthy zorganizował na Uniwersytecie Dartmouth warsztaty na temat „sztucznej inteligencji”, gdzie pierwszy raz użyto terminu „sztuczna inteligencja”.
1956	Pojawiła się pierwsza definicja sztucznej inteligencji.
1958	John McCarthy stworzył LISP (skrót od <i>List Processing</i>), pierwszy język programowania do badań nad sztuczną inteligencją, który jest popularny do dziś.
1959	Arthur Samuel podczas przemówienia, w którym opowiadał o nauczaniu maszyn gry w szachy, wprowadził termin „uczenie maszynowe” (<i>machine learning</i>).

Rok	Wydarzenie
1961	Na linii montażowej w General Motors w New Jersey rozpoczął pracę pierwszy robot przemysłowy Unimate, zajmując się transportem odlewów i spawaniem części samochodowych (co uznano za zbyt niebezpieczne dla ludzi).
1965	Edward Feigenbaum i Joshua Lederberg stworzyli pierwszy „system ekspertowy”, który był formą sztucznej inteligencji zaprogramowaną do replikacji myślenia i podejmowania decyzji przez ludzkich ekspertów.
1966	Joseph Weizenbaum stworzył pierwszego „chatterbota” (później skróconego do chatbota) ELIZA, naśladującego psychoterapeutę, korzystającego z przetwarzania języka naturalnego (NLP) do rozmów z ludźmi.
1968	Radziecki matematyk Alexey Ivakhnenko opublikował w czasopiśmie „Avtomatika” artykuł o metodzie grupowania argumentów, w którym zaproponował nowe podejście do sztucznej inteligencji, które obecnie nazywamy „uczeniem głębokim” (<i>deep learning</i>).
1979	Pierwszy autonomiczny pojazd, The Stanford Cart stworzony przez Jamesa L. Adamsa, z powodzeniem poruszał się po pomieszczeniu pełnym krzesel bez ingerencji człowieka.
1979	Powstało międzynarodowe towarzystwo naukowe zajmujące się promowaniem badań i odpowiedzialnego wykorzystania sztucznej inteligencji – American Association of Artificial Intelligence, które obecnie jest znane jako Association for the Advancement of Artificial Intelligence (AAAI).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Historia sztucznej inteligencji (b.d.)

Bardzo duży rozwój i zainteresowanie sztuczną inteligencją nastąpiły w latach 80. XX wieku. W latach 1980–1987, określanych jako „boom AI”, doszło do przełomu w badaniach, pozyskano wysokie dofinansowania ze środków publicznych. Duża popularność powodowała częste wykorzystywanie programów, co pozwalało komputerom na zdobywanie swego doświadczenia – uczenie się na popełnianych błędach i podejmowanie niezależnych decyzji (Historia sztucznej inteligencji, b.d.). Najważniejsze wydarzenia z tamtego okresu zostały opisane w tabeli 2.

Tabela 2. Ważne wydarzenia z historii AI, lata 80. XX w.

Rok	Wydarzenie
1980	Konferencja American Association of Artificial Intelligence na Uniwersytecie Stanforda.
1980	Na rynek komercyjny trafił pierwszy system ekspertowy o nazwie XCON, który został zaprojektowany do pomocy w zamawianiu systemów komputerowych poprzez automatyczne wybieranie komponentów na podstawie potrzeb klienta.
1981	Japoński rząd przeznaczył 850 milionów dolarów (obecnie ponad 2 miliardy dolarów) na projekt Komputerów Piątej Generacji. Celem było stworzenie komputerów, które potrafią tłumaczyć, rozmawiać w języku ludzkim i wykazywać rozumowanie na poziomie człowieka.
1985	Na konferencji American Association of Artificial Intelligence zaprezentowano program autonomicznego rysowania o nazwie AARON.
1986	Ernst Dickmann i jego zespół z Uniwersytetu Bundeswehry w Monachium stworzyli i zaprezentowali pierwszy robot samochodowy, który bez kierowcy mógł poruszać się z prędkością do 55 mil na godzinę na drogach pozbawionych przeszkód i innych kierowców.

Rok	Wydarzenie
1987	Firma Alacrius Inc. wprowadziła na rynek komercyjny system Alacrius, który był pierwszym systemem doradczym, wykorzystującym zaawansowany system ekspertowy zawierający ponad 3000 reguł.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Historia sztucznej inteligencji (b.d.)

Po dużym skoku rozwojowym AI nastąpiło duże wyhamowanie. Koniec lat 80. i pierwsza połowa lat 90. XX wieku to spadek zainteresowania konsumentów i opinii publicznej, mniejsze finansowanie, które zmniejszyło możliwość badań. W tamtym okresie prywatni inwestorzy i rządy wielu państw podkreślały wysoką kosztowność badań nad AI przy niewielkich korzyściach. Najbardziej wytrwali, w tym IBM i Apple, nadal prowadzili badania nad rozwojem nowoczesnych technologii wykorzystujących sztuczną inteligencję, co przyniosło kolejny przełom i skok rozwojowy w drugiej połowie lat 90. Sztuczna inteligencja zaczęła pojawiać się w prywatnych domach, na rynku pojawił się robot sprząający Roomba i pierwsze komercyjnie dostępne oprogramowanie rozpoznawania mowy na komputerach z systemem Windows. Wyścig dużych korporacji na drodze rozwoju narzędzi sztucznej inteligencji nabierał coraz szybszego tempa. Koniec XX stulecia i pierwsze dekady XXI wieku pełne były przełomowych wydarzeń i spektakularnych wynalazków (Historia sztucznej inteligencji, b.d.). Tabela 3 przedstawia najważniejsze z nich.

Tabela 3. Ważne wydarzenia z historii AI, lata 90. XX w. – pierwsze dekady XXI w.

Rok	Wydarzenie
1997	Rozwinięty przez IBM system sztucznej inteligencji Deep Blue pokonał mistrza świata w szachach, Garriego Kasparowa, w głośnym meczu transmitowanym na cały świat.
1997	Windows wprowadził oprogramowanie rozpoznawania mowy (rozwinięte przez Dragon Systems).
2000	Profesor Cynthia Breazeal opracowała pierwszego robota, który mógł symulować ludzkie emocje za pomocą twarzy, w tym oczu, brwi, uszu i ust. Nazywał się Kismet.
2002	Wydano pierwszego robota Roomba.
2003	NASA wysłała na Marsa dwa łaziki (Spirit i Opportunity), które poruszały się po powierzchni planety bez ingerencji człowieka.
2006	Firmy takie jak Twitter, Facebook i Netflix zaczęły wykorzystywać AI w swoich algorytmach reklamowych i doświadczeniu użytkownika (UX).
2010	Microsoft wprowadził na rynek Xbox 360 Kinect, pierwszy sprzęt do gier, który śledzi ruchy ciała i przekształca je na polecenia w grach.
2011	Apple wydał Siri, pierwszego popularnego asystenta wirtualnego. Komputer NLP o nazwie Watson (stworzony przez IBM) wygrał telewizyjną grę Jeopardy przeciwko dwóm byłym mistrzom, odpowiadając na pytania.
2012	Dwóch badaczy z Google przeszkoliło sieć neuronową, aby rozpoznawała obrazy kotów.

Rok	Wydarzenie
2016	Hanson Robotics stworzył humanoida o imieniu Sophia, który stał się znany jako pierwszy „obywatel-robot” i był pierwszym robotem o realistycznym wyglądzie człowieka, zdolnym do widzenia i odtwarzania emocji oraz komunikowania się.
2017	Facebook zaprogramował dwa chatboty, aby rozmawiały i uczyły się negocjować – chatboty podczas swoich rozmów zaczęły porzucać język angielski i rozwijać własny język całkowicie autonomicznie.
2018	Chińska grupa technologiczna Alibaba opracowała technologię AI przetwarzającą język, która pokonała ludzką inteligencję w teście czytania i zrozumienia Stanford.
2019	Program AlphaStar firmy Google osiągnął stopień mistrza w grze wideo StarCraft 2, przewyższając 99,8% graczy ludzkich.
2020	Amerykańskie laboratorium badawcze OpenAI rozpoczęło testowanie wersji beta GPT-3, modelu wykorzystującego uczenie głębokie do generowania treści, czyli np. tworzenia kodu, poezji i innych zadań związanych z językiem i pisaniem. Chociaż nie jest to pierwszy model tego typu, jest to pierwszy, który tworzy treści niemal nie do odróżnienia od tych stworzonych przez ludzi.
2021	OpenAI opracowało model DALL-E, który potrafi tworzyć obrazy na podstawie zapytań w języku naturalnym.
2022	OpenAI udostępnia publicznie narzędzie ChatGPT 3.5.
2023	OpenAI opracowuje ChatGPT 4.0.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Historia sztucznej inteligencji (b.d.)

Rozwój sztucznej inteligencji trwa, przynosi ze sobą postęp technologiczny, ale budzi też mnóstwo wątpliwości. Ludzie dostrzegają korzyści płynące z nowoczesnych technologii i chętnie ich używają, jednak wraz z dużym rozwojem sztucznej inteligencji zaczynają pojawiać się opinie sceptyczne i pytania, w jakim stopniu AI powinna pomagać człowiekowi, w jakim go zastępować i gdzie należy postawić granice.

2. Społeczna odpowiedzialność biznesu — pojęcie, obszary i narzędzia CSR

Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility* — CSR) „to strategia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa w swoich działaniach dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami. Bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza inwestowanie w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska, relacje z otoczeniem firmy i informowanie o tych działaniach, co przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego” (CSR — Społeczna odpowiedzialność biznesu, b.d.).

Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna (International Organization for Standardization — ISO) 28 października 2010 roku opublikowała normę ISO 26000, która miała uporządkować wiedzę na temat społecznej odpowiedzialności biznesu. Według ISO 26000 społeczna odpowiedzialność to odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji oraz działań na społeczeństwo i środowisko poprzez etyczne i przejrzyste zachowanie (ISO 26000, b.d.). Norma ISO 26000 jest praktycznym przewodnikiem po zasadach odpowiedzialnego biznesu, zawiera wskazówki dla organizacji każdego typu, bez względu na ich wielkość czy lokalizację (CSR — Społeczna odpowiedzialność biznesu, b.d.). Norma ISO 26000 wyróżnia następujące obszary społecznej odpowiedzialności biznesu:

1. **Ład organizacyjny** — fundament funkcjonowania każdego przedsiębiorstwa, stanowiący ramy działań wewnętrznych i relacji firmy z otoczeniem. Wewnętrzny system zarządzania obejmuje model biznesowy, misję, wizję, wartości, polityki, procedury oraz systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem (Co to jest ład organizacyjny?, 2023).
2. **Prawa człowieka** — norma ISO 26000 podaje: „często największa możliwość organizacji wspierania poszanowania praw człowieka dotyczy własnych operacji i pracowników”. Firmy prowadzą więc skierowane do pracowników działania, które mają na celu walkę z szeroko pojmowaną dyskryminacją w miejscu pracy, na przykład ze względu na wiek, płeć, orientację seksualną czy światopogląd. W tym obszarze mieszczą się także działania edukacyjne, mające na celu zapobieżenie handlowi ludźmi czy dumpingowi płacowemu związanemu z pracownikami delegowanymi (Prawa człowieka, drugi obszar normy ISO 26000, 2017).
3. **Stosunki pracy** — dobre warunki zatrudnienia i ochrona socjalna, dialog społeczny, przestrzeganie zasad BHP, rozwój i szkolenia w miejscu pracy.
4. **Środowisko** — zapobieganie zanieczyszczeniom, zrównoważone wykorzystanie zasobów, łagodzenie skutków oraz adaptacja do zmian klimatu, ochrona środowiska, różnorodność biologiczna.
5. **Sprawiedliwe praktyki rynkowe** — przeciwdziałanie korupcji, odpowiedzialne angażowanie się w działalność polityczną, uczciwa konkurencja, promowanie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości, poszanowanie praw własności.
6. **Relacje z konsumentami** — uczciwy marketing, prawdziwe i obiektywne informacje oraz uczciwe praktyki dotyczące umów, ochrona zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów, zrównoważona konsumpcja, obsługa konsumenta, wsparcie oraz reklamacje i rozstrzyganie sporów, ochrona danych i prywatność konsumenta, dostęp do podstawowych usług, edukacja i świadomość.

7. **Zaangażowanie społeczne** – zaangażowanie społeczne, edukacja i kultura, tworzenie miejsc pracy i rozwijanie umiejętności, rozwój i dostęp do technologii, tworzenie bogactw i dochodu, zdrowie, inwestycje społeczne.

Odpowiedzialne przedsiębiorstwo wdraża strategię społecznej odpowiedzialności i wykorzystuje narzędzia CSR w następujących obszarach:

1. **Systemy zarządzania** – wprowadzanie przejrzystych i skutecznych systemów zarządzania. Dbłość o proces zarządzania i ciągłego doskonalenia w obszarach CSR pozwala podnieść efektywność prowadzonych działań.
2. **Programy dla pracowników** – inwestycje w rozwój osób zatrudnionych poprzez programy podnoszące kwalifikacje pracowników (kursy, szkolenia), programy integracyjne, programy na rzecz wyrównywania szans, wspieranie wolontariatów pracowniczych.
3. **Kampanie społeczne** – umożliwiają przedsiębiorstwom za pośrednictwem mediów wpływanie na postawy społeczeństwa. Kampanie takie mają na celu niesienie pomocy potrzebującym (np. przekazywanie części zysków ze sprzedaży określonego produktu na cele społeczne lub działania prośrodowiskowe) lub zwiększenie świadomości społecznej na określony temat (np. ochrona środowiska, edukacja konsumencka). Temat akcji powinien być związany z działalnością przedsiębiorstwa.
4. **Działania na rzecz lokalnej społeczności** – przedsięwzięcia na rzecz otoczenia, w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo. Wspieranie lokalnych instytucji i osób, współpraca z lokalnymi organizacjami, wdrażanie programów edukacyjno-pomocowych dla dzieci i młodzieży, działania ekologiczne, a także działania inwestycyjne (np. inwestycje w lokalną infrastrukturę).
5. **Działania proekologiczne** – działania skierowane na ochronę środowiska, inwestycje minimalizujące wpływ na środowisko. Wdrażanie polityki środowiskowej, zrównoważone zarządzanie surowcami, segregacja odpadów, edukacja ekologiczna pracowników i klientów, a także wdrażanie ekologicznych procesów technologicznych oraz ekologicznych produktów i usług, zarządzanie łańcuchem dostaw – stosowanie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu na każdym etapie dostaw, wdrażanie standardów dla kontrahentów.
6. **Raporty społeczne** – publikacje prezentujące sposób zarządzania przedsiębiorstwem i realizacji strategii firmy z uwzględnieniem działań społecznie odpowiedzialnych. Istotą raportowania jest przejrzystość przedsiębiorstwa. Raporty powinny wskazywać okres sprawozdawczy, zawierać oświadczenia

dotyczące polityki, celów i strategii oraz przegląd wyników pozwalający na porównywanie ich w kolejnych latach. Raport powinien uwzględniać interesy i potrzeby szerokiej grupy interesariuszy (CSR – Społeczna odpowiedzialność biznesu, b.d.).

Od początku istnienia biznesu, pracy zarobkowej, zatrudnienia ludzie oczekiwali od pracodawców godnych warunków pracy i uczciwej płacy, zaangażowania i zainteresowania oraz aktywności na rzecz lokalnych społeczeństw. CSR, jaki znamy dzisiaj, powstał w XX wieku, kiedy rozwinęła się idea angażowania firm i ich właścicieli, pracodawców, a nawet pracowników i w końcu klientów w działania odpowiedzialne społecznie. W latach 50. XX wieku narodziła się idea spójności celów biznesowych z wartością dla społeczeństwa i klimatu. Firmy stały się adwokatami wartości i idei, które przy użyciu różnych narzędzi zaczęły kierować na zewnątrz. Dzisiaj klienci na całym świecie nie chcą być tylko biernymi konsumentami, chcą także oddziaływać na społeczeństwo, rządy oraz gospodarkę. Chcą również poprzez świadomą konsumpcję przyczynić się do ratowania klimatu (Żelazo, 2021).

3. Sztuczna inteligencja w biznesie

Sztuczna inteligencja tworzy nowy porządek w globalnych sektorach gospodarki. Giganci biznesu na całym świecie inwestują miliardy dolarów w rozwój AI i ścigają się w jej wykorzystaniu w swoich produktach i procesach. Ogromny boom w dziedzinie sztucznej inteligencji kształtuje sytuację na rynkach akcji w 2023 roku. Firmy, które inwestują w AI, zarówno poprzez rozwijanie własnych rozwiązań, jak i dostarczanie narzędzi i usług opartych na AI, cieszą się znacznym zainteresowaniem inwestorów. Sztuczna inteligencja urosła w roku 2023 do rangi megatrendu, popyt na rozwiązania takie jak chatboty, systemy automatyzacji i analizy danych rośnie lawinowo, dlatego inwestycje w badania i rozwój w dziedzinie AI stały się kluczowym elementem strategii rozwoju wielu globalnych koncernów (Paćkowski, 2023).

Sztuczna inteligencja stała się nieodłącznym elementem współczesnego biznesu. Wśród najnowszych trendów dominują: zastosowanie algorytmów uczenia głębokiego w analizie dużych zbiorów danych, automatyzacja procesów roboczych, wykorzystywanie systemów AI w obszarze obsługi klienta ze szczególnym uwzględnieniem chatbotów, które rewolucjonizują komunikację z klientami. W erze cyfrowej transformacji przedsiębiorstwa coraz śmielej sięgają po rozwiązania AI, aby nadążyć za zmieniającymi się trendami i zyskać przewagę konkurencyjną (Jak sztuczna inteligencja zmienia świat i biznes?, b.d.).

Rewolucyjne zmiany dzięki wdrażaniu rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji można dostrzec w sektorze transportu i logistyki. Tutaj kluczowym kierunkiem rozwoju jest autonomia – drony, samochody i statki, które mogą nawigować z minimalną potrzebą ludzkiej interwencji. AI w procesach logistycznych potrafi przewidzieć opóźnienia transportowe spowodowane np. pogodą czy utrudnieniami na drogach i przekierować ruch na alternatywne trasy. W firmach transportowych systemy zarządzania flotą oparte na sztucznej inteligencji mogą się przyczynić do zwiększenia efektywności paliwowej. W sferze logistyki miejskiej inteligentne systemy pracują nad poprawą bezpieczeństwa. AI jest katalizatorem innowacji, transport staje się szybszy, bezpieczniejszy i generuje mniejsze koszty (Ołdak, 2023).

AI staje się też siłą napędową fabryk przyszłości, przekształcając tradycyjne linie produkcyjne w inteligentne, zautomatyzowane systemy. Algorytmy oparte na uczeniu maszynowym są w stanie monitorować i optymalizować pracę maszyn, np. przewidując potrzeby konserwacyjne, zanim dojdzie do awarii, lub wspomagają pracę systemów kontroli jakości i wykrywają nawet najdrobniejsze nieprawidłowości w produktach. Sztuczna inteligencja wspiera również zarządzanie łańcuchem dostaw – pozwala na lepszą koordynację i planowanie, przyczyniając się do zminimalizowania strat i opóźnień. Dynamicznie rozwija się obszar produkcji, w którym AI nie tylko wspiera produkcję, ale także otwiera drogę do innowacji, kreując nowe możliwości i standardy w przemyśle produkcyjnym (Jak wykorzystać sztuczną inteligencję w produkcji i wytwarzaniu?, 2021). Fabryki przyszłości mają być miejscami, gdzie ludzie i inteligentne maszyny współpracują, tworząc produkty wyższej jakości.

W sektorze handlowym sztuczna inteligencja jako kluczowe narzędzie pomaga firmom dotrzeć do klienta, zbudować długotrwałe relacje i zdobyć przewagę w świecie stale rosnącej konkurencji. W sprzedaży AI wykorzystywana jest do personalizacji oferty – dzięki dokładnej i szybkiej analizie dużych zbiorów danych przedsiębiorstwa lepiej rozumieją potrzeby klientów i dostosowują produkty i usługi do indywidualnych potrzeb i preferencji. Sztuczna inteligencja pomaga również w zarządzaniu zapasami, co przekłada się na zwiększenie efektywności operacyjnej i redukcję kosztów. W erze transformacji cyfrowej narzędzia oparte na transformacji cyfrowej, takie jak chatboty czy systemy rekomendacji, stają się nieodłącznym elementem strategii handlowych, umożliwiając firmom budowanie głębszych relacji z klientami i zaspokajanie ich oczekiwań na jeszcze wyższym poziomie (Majkowski, 2023).

Na rewolucji, jaką niesie ze sobą szybki rozwój sztucznej inteligencji, zyskuje również sektor finansowy, który jest bardzo dynamiczny i złożony. Automatyzacja procesów pozwala na szybsze i bardziej efektywne zarządzanie danymi oraz trans-

akcjami. AI poprzez wykorzystywanie zaawansowanych algorytmów do analizy ryzyka inwestycyjnego czy kredytowego pomaga podjąć lepsze decyzje finansowe. Sztuczna inteligencja wzmacnia również bezpieczeństwo finansowe, czyniąc możliwą identyfikację nieprawidłowości i podejrzanych transakcji w czasie rzeczywistym. Umożliwia też rozwój innowacyjnych rozwiązań, takich jak asystenci wirtualni, którzy ułatwiają klientom zarządzanie ich finansami osobistymi. Sztuczna inteligencja staje się nie tylko narzędziem optymalizacji, ale także gwarantem bezpieczeństwa, pomagającym instytucjom finansowym zabezpieczyć się przed nowymi formami zagrożeń (Raport: Sztuczna inteligencja, b.d.).

Sztuczna inteligencja jest dzisiaj realnym narzędziem, które dynamicznie przekształca naszą rzeczywistość, posiada zdolność szybkiego uczenia się i adaptacji; nie tylko ułatwia nam życie, ale także otwiera nowe, nieznane dotąd możliwości.

4. AI w strategii społecznej odpowiedzialności biznesu

Sztuczna inteligencja, szeroko wykorzystywana w biznesie do analizy procesów i danych, przewidywania trendów, rozwoju nowych produktów, poprawy interakcji z klientami, poprawy wyników i bezpieczeństwa finansowego, może również wspierać przedsiębiorstwa w zrównoważonym rozwoju i wdrażaniu strategii społecznej odpowiedzialności biznesu. Działania CSR powinny uwzględniać aspekty środowiskowe, poprawę warunków pracy, wprowadzanie innowacji i działania społeczne. Potencjał sztucznej inteligencji jest już dziś wykorzystywany do wspierania działań przedsiębiorstwa w zakresie CSR i odnosi się do wielu różnych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu.

W aspekcie ochrony środowiska AI może wpłynąć na zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa poprzez wspomaganie takich procesów jak:

- ▶ **Monitorowanie i analizowanie wpływu przedsiębiorstwa na środowisko naturalne** — systemy mierzenia śladu węglowego wspierane przez sztuczną inteligencję są w stanie zgromadzić, porównać i przeanalizować nawet bardzo dużą ilość danych, co pozwala firmom na dokładniejsze kontrolowanie i bardziej skuteczne zmniejszanie emisji gazów cieplarnianych do atmosfery.
- ▶ **Efektywność energetyczna** — dzięki zaawansowanym algorytmom i systemom zarządzania firmy mogą skutecznie zaplanować oraz znacząco zmniejszyć zużycie energii, co ma duży pozytywny wpływ na przeciwdziałanie zmianom klimatu (Zrównoważony rozwój firmy produkcyjnej i ochrona środowiska, 2023).

- ▶ **Optymalizacja logistyki** – AI może poprawić efektywność systemów logistycznych, co zmniejsza zużycie paliwa i emisję dwutlenku węgla. Algorytmy sztucznej inteligencji pomagają w zoptymalizowaniu tras dostaw, zarządzaniu magazynami i planowaniu transportu (Sztuczna inteligencja w logistyce, b.d.).
- ▶ **Gospodarka obiegu zamkniętego** – sztuczna inteligencja może wspierać projektowanie produktów, które są bardziej zrównoważone i mniej szkodliwe dla środowiska. Może także promować recykling, monitorować zużycie surowców i zarządzać procesami produkcji w bardziej efektywny sposób (Doskonałość AI: Budowanie strategicznego przywództwa w sektorach o dużym wpływie, b.d.).

W aspekcie poprawy warunków pracy sztuczna inteligencja wspomaga firmy we wskazanych obszarach:

- ▶ **Monitorowanie i zapobieganie wypadkom przy pracy** – AI może wykorzystać algorytmy uczenia maszynowego, aby nauczyć się rozpoznawać wzorce oraz identyfikować niebezpieczne sytuacje. Monitoring wizyjny przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji może identyfikować pracowników, którzy nie noszą wymaganego stroju ochronnego, wykonują niebezpieczne czynności czy pozostawiają niebezpieczny sprzęt bez opieki (Sztuczna inteligencja w praktyce, b.d.).
- ▶ **Standaryzacja zadań** – sztuczna inteligencja jest w stanie przeprojektować sposób wykonywania zadań, np. w produkcji czy transporcie. Standaryzacja zadań zwiększy bezpieczeństwo, ułatwi pracę, przyspieszy proces wdrożenia nowych pracowników, co dodatkowo wzmocni ich motywację, zmniejszy częstotliwość popełnianych błędów, obniży stres pracowników i zwiększy ich satysfakcję z wykonywanej pracy (Mydlarz, b.d.).
- ▶ **Rekrutacja i zatrudnienie** – dzięki wykorzystaniu AI w działach HR możliwy jest bezbłędny dobór pracownika do stanowiska pracy, co z kolei wpływa na zwiększone zadowolenie z wykonywanej pracy, większe zaangażowanie i motywację pracowników. Pomaga również w kierowaniu ścieżką zawodową pracowników i umożliwia lepszą personalizację szkoleń. Spersonalizowane programy uczenia się i rozwoju oparte na sztucznej inteligencji oferują dostosowane do potrzeb podejście do rozwoju pracowników, biorąc pod uwagę indywidualne umiejętności, zainteresowania i preferencje dotyczące uczenia się. Programy AI wykorzystywane do oceny pracowników zapewniają bardziej obiektywne i dokładne oceny, minimalizując stronniczość i subiektywność (Machniewski, 2023).

Firma społecznie odpowiedzialna i rozwijająca się w zrównoważony sposób musi być otwarta na wdrażanie innowacyjnych rozwiązań, wykorzystując rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji między innymi w następujących aspektach:

- ▶ **Optymalizacja procesów produkcyjnych** — kontrola zanieczyszczeń, elastyczne godziny pracy, ograniczenie odpadów, energooszczędne oświetlenie, wykorzystywanie energii odnawialnej, mniejsze zużycie papieru.
- ▶ **Ulepszanie produktu** — innowacyjne produkty zmieniające nawyki konsumentów poprzez ekologiczne opakowania, mniejsze zużycie surowców, eliminację szkodliwych materiałów.
- ▶ **Tworzenie sieci** — systemy oparte na AI dzięki szybkiemu przetwarzaniu i analizowaniu dużej ilości danych pozwalają na efektywną współpracę wielu organizacji w ramach tzw. gospodarki okrężnej, w której odpady jednej firmy stają się źródłem zasobów innej (Czy innowacyjny biznes to odpowiedzialny biznes?, b.d.).

Społeczna odpowiedzialność biznesu to także działania prospołeczne, wykorzystanie zdolności porównawczych i analitycznych sztucznej inteligencji oraz jej zdolności do przewidywania możliwych problemów. Projektowanie działań na rzecz lokalnych społeczności poprzedzone dokładną analizą potrzeb i oczekiwań będzie szybsze i bardziej efektywne wtedy, gdy firma wykorzysta modele analiz oparte na AI (Jaśkiewicz, 2023). Same działania ukierunkowane na pomaganie ludziom i wspieranie ich w trudnych sytuacjach też mogą być oparte na sztucznej inteligencji; przykładem będą tutaj boty wspierające obsługę telefonów zaufania czy też AI skanująca rozległe obszary Ziemi w poszukiwaniu inwazyjnych gatunków roślin zagrażających życiu i zdrowiu człowieka (Banaszyńska, 2023). Również propagowanie nowoczesnych technologii, wspieranie programów edukacyjnych dla seniorów, które niwelują brak wiedzy związanej z postępującą cyfryzacją, zaprzyjaźnianie ludzi z możliwościami, jakie niesie AI, to działania społecznie odpowiedzialne realizowane przez świat biznesu (Hermelin, 2023).

5. Podsumowanie

AI pomaga nam w wykonywaniu codziennych zadań, staje się również jednym z głównych czynników, które wpływają na rozwój biznesu. Dziś właściciele firm, którzy chcą wyróżnić się na rynku, zdobywać klientów i odnosić sukcesy, powinni śledzić aktualne trendy i iść z duchem czasu. Dynamiczny rozwój technologii sprawia, że korzystanie z nowoczesnych narzędzi i rozwiązań jest już koniecznością.

Wykorzystując potencjał sztucznej inteligencji do wspierania strategii społecznej odpowiedzialności biznesu, firmy szybciej i efektywniej zniwelują niekorzystny wpływ zanieczyszczeń na środowisko, zminimalizują ryzyko wypadków przy pracy i zwiększą komfort wykonywania obowiązków przez zatrudnionych, ulepszą i spersonalizują oferowane produkty czy usługi, poprawią jakość życia lokalnych społeczności.

Sztuczna inteligencja to technologia, która zmienia nasz świat każdego dnia. Stała się już wszechobecna. Tego procesu nie odwrócimy. Nie zatrzymamy rozwoju AI. Badacze z OpenAI twierdzą, że to tylko kwestia czasu, gdy na rynku pojawi się tak zwana ogólna sztuczna inteligencja (AGI) lub, jak sami ją nazywają, nadludzka (Bielecka, 2023). Musimy więc nauczyć się nad nią panować i wykorzystywać jej umiejętności dla rozwoju ludzkości.

Bibliografia

- Banaszyńska, E. (2023). *CSR w rękach nowoczesnych technologii?*. NTT DATA. <https://nttdatasolutions.com/pl/blog/csr-w-rekach-nowoczesnych-technologii/>
- Bielecka, S. (2023). *Nadchodzi nadludzka SI. Badacze mają plan jak ją kontrolować*. Geek Week. <https://geekweek.interia.pl/technologia/news-nadchodzi-nadludzka-si-badacze-maja-plan-jak-ja-kontrolowac,nId,7214836>
- Co to jest ład organizacyjny? Ład organizacyjny a budowanie odpowiedzialnej firmy. (2023). Fundacja Instytut Przedsiębiorczości Społecznej. <https://fips.pl/co-to-jest-lad-organizacyjny-lad-organizacyjny/>
- CSR – Społeczna odpowiedzialność biznesu. (b.d.). PARP. Grupa PFR. <https://www.parp.gov.pl/csr>
- Czy innowacyjny biznes to odpowiedzialny biznes? (b.d.). Ekologiczni. <https://ekologiczni.com.pl/innowacyjny-biznes-odpowiedzialny-biznes/>
- Czym jest sztuczna inteligencja? (b.d.). SAP. <https://www.sap.com/poland/products/artificial-intelligence.html>
- Doskonałość AI: Budowanie strategicznego przywództwa w sektorach o dużym wpływie. (b.d.). Komisja Europejska. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/pl/policies/build-leadership-ai>
- ISO 26000. (b.d.). Forum Odpowiedzialnego Biznesu. <https://odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/iso-26-000/>
- Jak sztuczna inteligencja zmienia świat i biznes? (b.d.). Warto Szkolić. <https://wartoszkolic.pl/baza-wiedzy/jak-sztuczna-inteligencja-zmienia-swiat-i-biznes/>
- Jak wykorzystać sztuczną inteligencję w produkcji i wytwarzaniu? (2021). Polski Przemysł – portal przemysłowy. <https://polskiprzemysl.com.pl/technologie/przemysl-40-w-produkcji/>
- Jaśkiewicz, J. (2023). *Czy sztuczna inteligencja (AI) może być filarem zrównoważonego rozwoju producenta (ESG)?*. DSR Factory. <https://www.dsr.com.pl/czy-sztuczna-inteligencja-ai-moze-byc-filarem-zrownowazonego-rozwoju-producenta-esg/>
- Encyklopedia PWN. (b.d.). *Sztuczna inteligencja*. <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/sztuczna-inteligencja;3983490.html>
- Hermelin, P. (2023). *Niwelujemy przepaść cyfrową, aby każdy mógł korzystać z szans, jakie daje nam technologia*. Capgemini. <https://www.capgemini.com/pl-pl/o-nas/csr/wlaczzenie-cyfrowe/>

- Historia sztucznej inteligencji. (b.d.). Sztuczna Inteligencja w Uniwersytecie Szczecińskim. <https://ai.usz.edu.pl/historia/>
- Machniewski, S. (2023). *Jak sztuczna inteligencja wpłynie na rynek pracy?*. Money.pl. <https://www.money.pl/gospodarka/jak-sztuczna-inteligencja-wplynie-na-rynek-pracy-6862532659464768a.html>
- Majkowski, M. (2023). *AI w przestrzeniach handlowych — wykorzystanie i zalety*. <https://www.cbre.pl/insights/articles/ai-w-przestrzeniach-handlowych>
- Mydlarz, A. (b.d.). *Standaryzacja pracy — 5 zalet wpływających na poprawę jakości*. Szkoła Jakości. <https://inzynierjakosci.pl/2018/05/standaryzacja-pracy-jakosc/>
- Ołdak, A. (2023). *Sztuczna inteligencja pomaga w transporcie. Ale trzeba być ostrożnym*. Wirtualny Nowy Przemysł. <https://www.wnp.pl/logistyka/sztuczna-inteligencja-pomaga-w-transporcie-ale-trzeba-byc-ostrozny,748691.html>
- Osiej, Z. (2022). *Sztuczna inteligencja — jak prawo próbuje nadążyć za technologią*. GDPR.pl. <https://gdpr.pl/sztuczna-inteligencja-jak-prawo-probuje-nadazyc-za-technologie>
- Paćkowski, D. (2023). *Raport AI: 26 globalnych spółek przewodzących rewolucji technologicznej*. StockWatch.pl. <https://www.stockwatch.pl/wiadomosci/raport-ai-26-globalnych-spolek-przewodzacych-rewolucji-technologicznej,akcje,307971>
- Prawa człowieka, drugi obszar normy ISO 26000. (2017). Forum Odpowiedzialnego Biznesu. <https://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%C5%9Bci/prawa-czlowieka-drugi-obszar-normy-iso-26-000/>
- Raport: Sztuczna inteligencja, dobre praktyki, aspekty prawne, zastosowanie w sektorze finansowym. (b.d.). FinTech Poland. <https://fintechpoland.com/pl/initiatives/raport-sztuczna-inteligencja-dobre-praktyki-aspekty-prawne-zastosowanie-w-sektorze-finansowym/>
- Rowecka, K. (2019). *Czym jest sztuczna inteligencja?*. Business Insider. <https://businessinsider.com.pl/technologie/czym-jest-sztuczna-inteligencja/qzgz0wt>
- Sztuczna inteligencja, co to jest i jakie ma zastosowania? (2023). Parlament Europejski. <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20200827STO85804/sztuczna-inteligencja-co-to-jest-i-jakie-ma-zastosowania>
- Sztuczna inteligencja w logistyce i przykłady jej zastosowania. (b.d.). <https://www.mecalux.pl/blog/sztuczna-inteligencja-logistyka>
- Sztuczna inteligencja w praktyce. Nudna, ale użyteczna? (b.d.). Money.pl. <https://www.money.pl/gospodarka/sztuczna-inteligencja-w-praktyce-nudna-ale-uzyteczna-6906399988656640a.html>
- Zrównoważony rozwój firmy produkcyjnej i ochrona środowiska — ESG producenta a sztuczna inteligencja (AI 4FACTORY). (2023). DSR Factory. <https://www.dsr.com.pl/zrownawozony-rozwoj-firmy-produkcyjnej-i-ochrona-srodowiska-esg-producenta-a-sztuczna-inteligencja-ai-4factory/>
- Żelazo, W. (2021). *Historia CSR, czyli geneza etycznego biznesu*. <https://posadzimy.pl/blog/historia-csr-czyli-geneza-etycznego-biznesu/>

Artificial Intelligence — a New Tool in Corporate Social Responsibility

Abstract. The purpose of the article is to describe challenges and opportunities that the development of artificial intelligence brings for businesses and how they can apply it to develop their corporate social responsibility. The article explains the basic idea of AI as well as the concept of CSR, its cores subjects and tools. It also highlights the importance of artificial intelligence for business and shows how modern AI-based solutions can help implement corporate social responsibility and facilitate sustainable development of enter-

prises. The author argues that the application of modern technologies, particularly artificial intelligence, in business processes is an opportunity to gain a competitive advantage.

Keywords: artificial intelligence, corporate social responsibility, sustainability, modern technology

MARCIN FUKSIEWICZ

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Wydział Zamiejscowy w Chorzowie
<https://orcid.org/0000-0002-0811-1683>
e-mail: fuksiewicz.marcin@gmail.com

Rodzaje i cechy charakterystyczne cyberataków oraz zarys działań w obszarze cyberbezpieczeństwa

Streszczenie. Upowszechnianie się zaawansowanych technologii informatycznych powoduje, że coraz większym i powszechniejszym problemem stają się cyberataki na systemy komputerowe, serwery, programy, dane wrażliwe, smartfony czy elementy sieci komputerowych. Znajomość najbardziej typowych form cyberataków i metod obrony przed nimi powinna być jedną z podstawowych kompetencji pracowników przedsiębiorstw. Ponieważ typowy cyberatak przebiega zazwyczaj w kilku przewidywalnych krokach, kluczową rolę w każdym systemie cyberbezpieczeństwa odgrywają odpowiednio przeszkoleni i świadomi pracownicy, którzy jednocześnie stanowią jego największą wartość lub najsłabsze ogniwo. Nie bez znaczenia jest również świadomość skutków, w tym finansowych, typowego cyberataku dla przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: cyberbezpieczeństwo, cyberatak, infrastruktura informatyczna, digitalizacja

<https://doi.org/10.58683/dnswsb.615>

1. Digitalizacja szansą i zagrożeniem

Rozwój technologii, w szczególności informatycznych, oddziałuje na podmioty o różnym zasięgu i wielkości, wpływa zarówno na pojedyncze jednostki, przedsiębiorstwa, jak i na społeczeństwa czy państwa. Powszechne użycie urządzeń elektronicznych w praktycznie wszystkich dziedzinach życia wymusza zmiany porównywalne do przemian ekonomicznych, technicznych, kulturowych i społecznych, jakie miały miejsce podczas rewolucji przemysłowych (Klich & Sochała, 2016). Zmiany te wymusiły powstanie globalnej sieci informatycznej i utworzenie społeczeństwa informacyjnego. Faktem stało się powstanie tzw. cyberprzestrzeni, łączącej świat technologii z różnymi grupami społecznymi (Michałkiewicz,

2016). Rozwój technologii — w szczególności komputerowych, dających szereg możliwości, w tym przewagę konkurencyjną i możliwość obniżenia kosztów czy skuteczniejszego zarządzania — idzie jednak w parze z rozmaitymi zagrożeniami. Ryzyko wystąpienia ataków cybernetycznych, mogących skutkować różnym zakresem strat, istnieje szczególnie w obszarze biznesu. Ataki na różnego rodzaju systemy informatyczne stanowią duże niebezpieczeństwo dla przedsiębiorstw niezależnie od ich rozmiaru. Są one poważnym zagrożeniem dla infrastruktury informatycznej, a ich skutki w zależności od skali i rodzaju mogą mieć różny zakres. Przedstawienie i zrozumienie procesów ataku cyberprzestępców jest niezwykle istotne, aby można skutecznie im zapobiegać. W dobie powszechnego korzystania w działalności biznesowej z technologii komputerowych ataki cybernetyczne stają się coraz większym wyzwaniem dla firm, instytucji, ale także osób fizycznych. Ważne staje się poznanie szeregu aspektów cyberbezpieczeństwa i przebiegu samych ataków cybernetycznych. Należy poszerzać wiedzę w zakresie najnowszych trendów z dziedziny cyberbezpieczeństwa, aby lepiej zrozumieć, jakie nowe rodzaje ataków mogą się pojawić oraz jak można się na nie przygotować. Zwiększenie świadomości na temat zagrożeń związanych z atakami cybernetycznymi oraz dostarczenie informacji i narzędzi, które pomagają w ochronie systemów komputerowych w różnego rodzaju organizacjach, umożliwi bezpieczniejsze i pewniejsze działania w środowisku cyfrowym (PBSG, 2021).

2. Co to jest cyberbezpieczeństwo

Obecnie wiele aspektów życia przeniosło się i cały czas się przenosi do świata cyfrowego, cyberbezpieczeństwo dotyczące przechowywania danych osobowych, wykonywania transakcji finansowych, komunikacji online i innych czynności staje się zatem warunkiem niezbędnym do prawidłowego funkcjonowania infrastruktury komputerowej. W miarę rozwoju technologii informatycznych i coraz większej zależności od systemów komputerowych, znajomość aspektów dotyczących zabezpieczeń staje się coraz bardziej paląca.

Czym zatem jest cyberbezpieczeństwo? Odnosi się ono do przeróżnych praktyk i procesów podejmowanych w celu ochrony systemów komputerowych, sieci, urządzeń i danych przed nieuprawnionym dostępem, uszkodzeniem, kradzieżą czy innymi formami ataków, gdzie krytyczną kwestią jest zapewnienie poufności, integralności i dostępności informacji oraz zachowanie prywatności użytkowników (Polska Bezgotówkowa, 2022).

3. Cyberzagrożenia dla infrastruktury informatycznej

Jak można natomiast zdefiniować cyberatak, określane również jako atak cybernetyczny? To działanie podejmowane przez jednostki lub grupy cyberprzestępców, którzy wykorzystują systemy i sieci komputerowe w celu naruszenia bezpieczeństwa systemów komputerowych, sieci lub urządzeń, kradzieży czy zniszczenia danych. Ataki cybernetyczne mogą być wymierzone w różne elementy infrastruktury, zarówno w kontekście indywidualnych użytkowników, jak i firm czy instytucji. Cyberzagrożenia mogą dotyczyć każdego obszaru i procesu w firmie. Z uwagi na integrację systemów atak może dotyczyć działów sprzedaży, marketingu, obsługi klienta, kadr, finansów. Celami ataków mogą być przede wszystkim:

- ▶ aplikacje i oprogramowanie,
- ▶ urządzenia do przetwarzania informacji, jak na przykład komputery stacjonarne, laptopy,
- ▶ serwery, routery i inne urządzenia związane z przetwarzaniem danych,
- ▶ urządzenia mobilne, przede wszystkim smartfony czy tablety,
- ▶ sieci komputerowe i ich elementy,
- ▶ usługi chmurowe,
- ▶ działania pracowników, np. przypadkowo ujawniających hasła do komputera osobom trzecim.

Należy pamiętać, że powyższa lista nie jest wyczerpująca, jest to raczej zarys, a ataki cybernetyczne mogą być ukierunkowane na wiele innych elementów nie tylko infrastruktury informatycznej, ale również, co jest szczególnie ważne, sfery społecznej. Nie bez powodu mówi się, że ludzie w systemie cyberbezpieczeństwa są najsłabszym ogniwem. Ważne jest, aby zrozumieć, że każdy element infrastruktury cyfrowej, ale także korzystających z niej ludzi stanowi potencjalne zagrożenie i wymaga odpowiednich środków ochrony przed atakami.

4. Jakie rodzaje cyberataków grożą firmom

Firmy są narażone na różnorodne formy cyberataku, mogące mieć poważne konsekwencje dla ich działalności. Cyberataki mogą się różnić pod względem metodyki, celu i wykorzystywanych narzędzi. Niektóre z nich się przenikają lub uzupełniają w swoim działaniu. Przyjrzyjmy się najczęściej spotykanym rodzajom ataków cybernetycznych.

Ataki *ransomware*, polegające na zainfekowaniu systemów (np. firmy) złośliwym oprogramowaniem, które szyfruje znajdujące się tam dane, a następnie żąda okupu w zamian za ich odblokowanie. Ataki *ransomware* mogą paraliżować działalność firmy, powodując straty finansowe i utratę dostępu do ważnych danych.

Malware, skrót od *malicious software* (złośliwe oprogramowanie), to programy lub skrypty, które działają na komputerze bez zgody i wiedzy użytkownika, z korzyścią dla cyberprzestępców. Złośliwe oprogramowanie to wszelkiego rodzaju aplikacje i skrypty, które mają negatywny wpływ na komputer i jego użytkownika. Po uzyskaniu dostępu do sieci złośliwe oprogramowanie w postaci wirusów czy koni trojańskich wyrządza szereg szkód, blokując np. dostęp do danych, a w najgorszym przypadku przejmując kontrolę nad komputerem. Ataki tego typu obejmują także kradzież danych osobowych i informacji związanych z logowaniem do bankowości elektronicznej.

Ataki typu *man in the middle* (MITM) oznaczają, że cyberprzestępca, który próbuje włamać się do systemu, wkracza do komunikacji pomiędzy dwiema stronami i w sposób tajny zajmuje miejsce między nimi. Podmiot popełniający przestępstwo cybernetyczne jest zaangażowany w wymianę wszystkich wiadomości między stronami i podszywa się pod jedną z nich (np. stronę internetową banku lub skrzynkę pocztową). W ten sposób udaje zupełnie inną osobę i przechwytuje wrażliwe informacje.

Phishing to metoda oszustwa, w której cyberprzestępca również podszywa się pod inną osobę lub instytucję, starając się nakłonić odbiorcę do podjęcia określonego działania, na przykład utworzenia zainfekowanego linku lub pobrania dokumentu ze szkodliwym programem. Celem *phishingu* może być:

- ▶ wyłudzenie poufnych informacji, takich jak dane logowania czy numery kart kredytowych;
- ▶ zainfekowanie komputera szkodliwym oprogramowaniem;
- ▶ nakłonienie firmy lub pracowników do podejmowania określonych działań.

Ataki *DDoS* (*Distributed Denial of Service*) to jedne z najczęściej stosowanych ataków w sieci. Polegają one na zalewaniu np. serwerów ogromną ilością danych lub zapytań do bazy danych, pochodzących z setek tysięcy zainfekowanych komputerów z różnych miejsc na świecie. Taki ogromny przyrływ danych powoduje, że serwery nie są w stanie przetworzyć informacji i przestają pracować z powodu obciążenia. Skutkiem tego cały system komputerowy zostaje sparaliżowany. W przypadku ataków *DDoS* strony internetowe ładują się bardzo wolno lub wcale, utrzymuje się brak dostępu do sieci, skrzynki e-mail zalewane są wiadomościami będącymi spamem, a łącza firmowe są całkowicie zablokowane.

SQL *Injection* to technika cyberataków, która polega na wstrzykiwaniu np. dodatkowych instrukcji do zapytania do bazy danych w celu ich wykonania. Ataki tego typu często dotyczą np. systemów obsługujących handel internetowy. Przez wykorzystanie luk w zabezpieczeniach aplikacji cyberprzestępca może zdobyć nieuprawniony dostęp do bazy danych i odnaleźć oraz wykraść dane klientów lub inne poufne informacje.

Atak *brute force*, inaczej nazywany atakiem siłowym, opiera się na wykorzystaniu łatwych do odgadnięcia haseł, które są używane np. w przedsiębiorstwach do logowania. Cyberprzestępcy tworzą specjalne oprogramowanie, które automatycznie tak długo próbuje różnych kombinacji haseł, aż znajdzie poprawne. Dzięki temu atakujący może uzyskać nieuprawniony dostęp do firmowych dokumentów. Ataki *brute force* wykorzystują fakt, że wiele osób nadal korzysta z prostych i łatwych do odgadnięcia haseł. Jeśli hasło jest słabe lub niewystarczająco złożone, atakujący może z łatwością je złamać i dostać się do poufnych informacji firmy. Dlatego ważne jest, aby pracownicy firm używali trudnych do odgadnięcia haseł i co określony czas je zmieniali. Pomocne jest też wprowadzanie wielopoziomowego uwierzytelnienia (np. poprzez dodatkowy kod SMS), co może dodatkowo zwiększyć bezpieczeństwo logowania.

Warto pamiętać, że zagrożenia dla bezpieczeństwa mogą pochodzić nie tylko z zewnątrz, ale również z wnętrza firmy. Przykładem takiego ataku jest sytuacja, gdy pracownik opuszcza przedsiębiorstwo, ale nadal ma kontakt z jego zasobami (np. aktywne konta, dostęp do aplikacji lub usług firmowych). Dlatego ważne jest zadbanie o usunięcie kont pracownika po jego odejściu oraz zmianę haseł do wszystkich usług, do których miał dostęp. Ataki wewnętrzne, zwane także *inside attack*, stanowią poważne zagrożenie dla firm. Były pracownik, posiadając nadal dostęp do systemów firmy, może naruszać poufność danych, dokonywać kradzieży informacji czy podejmować nieuczciwe działania. Takie środki ostrożności jak usuwanie kont byłych pracowników i regularna zmiana haseł mogą ograniczyć ryzyko potencjalnych ataków wewnętrznych (Polska Bezgotówkowa, 2021; PBSG, 2021; biznes.gov.pl, 2022).

Żeby zminimalizować ryzyko cyberataków, ważne jest zachowanie ostrożności i uważności, zwłaszcza podczas przeglądania wiadomości e-mail, klikania w linki na nieznanych stronach lub pobierania plików. Należy zawsze sprawdzać źródło wiadomości i być świadomym podejrzanych próśb o ujawnienie poufnych danych. Nie bez znaczenia pozostaje sfera społeczna, gdzie ludzie mogą stanowić najsłabsze ogniwo w ochronie infrastruktury informatycznej. Dodatkowo, korzystanie z programów antywirusowych i zabezpieczających może pomóc w wykrywaniu i blokowaniu części takich ataków.

5. Konsekwencje cyberataków

Konsekwencje cyberataków mogą być znaczne i dotyczyć różnych sfer naszego życia. Na poziomie jednostkowym ataki mogą prowadzić do kradzieży danych osobowych, medycznych, zasobów finansowych, co naraża użytkowników na ryzyko oszustw, utraty reputacji i naruszenia prywatności. Jeśli chodzi o firmy, ataki mogą powodować poważne straty finansowe, przerwy w działalności, utratę poufnych informacji biznesowych oraz uszczerbek wizerunkowy. W skrajnych przypadkach cyberataki mogą nawet zagrażać stabilności infrastruktury krytycznej państwa, takiej jak systemy energetyczne, transportowe czy opieki zdrowotnej, co ma poważne konsekwencje dla całych społeczeństw.

Efekty cyberataku można zauważyć zazwyczaj od razu poprzez paraliż infrastruktury informatycznej firmy. Przykładowo: brak dostępu do danych, problem z logowaniem do skrzynki pocztowej lub dostępem do chmury. Niektóre skutki ataków mogą być jednak subtelniejsze: spowolnienie urządzeń i aplikacji, niespodziewane usunięcie, zablokowanie plików lub folderów, a także wysyłanie spamu z zainfekowanych urządzeń. Ważne jest zatem zwrócenie uwagi na takie niepokojące sygnały, które mogą wskazywać na atak.

Ataki mogą skutkować stratami finansowymi, gdyż powodują niekiedy przerwy w działalności, co wiąże się z utratą przychodów. Dane udostępnione przez NASK pokazują, że aż dwie trzecie firm, które padły ofiarą cyberataków, doświadczyło znacznego spadku przychodów. Utrata lub uszkodzenie danych również generuje wysokie koszty. Często konieczna staje się naprawa uszkodzonego sprzętu lub infrastruktury, co niesie za sobą dodatkowe wydatki. W dłuższej perspektywie cyberataki mają negatywny wpływ na wizerunek firmy na rynku. Klienci i partnerzy mogą tracić zaufanie do organizacji, które nie są w stanie skutecznie chronić swoich danych. Zniszczenie reputacji może prowadzić do utraty klientów i potencjalnych kontraktów. Ponadto, skutkiem cyberataku może być utrata własności intelektualnej, takiej jak unikatowe patenty czy formuły, będące sekretem branżowym, które przyczyniały się do sukcesu firmy. Brak odpowiednich zabezpieczeń w internecie i działanie osób trzecich może skutkować nałożeniem kar administracyjnych, na przykład za naruszenie prywatności lub upublicznienie danych (biznes.gov.pl, 2023). Cyberataki mogą w najgorszym przypadku doprowadzić do bankructwa firmy. Dlatego nie można lekceważyć kwestii cyberbezpieczeństwa. Ważne jest, aby podejmować odpowiednie środki ochronne. Inwestycja w odpowiednie zabezpieczenia, szkolenie pracowników w zakresie świadomości cybernetycznej i utrzymanie wysokiego poziomu ochrony danych są niezbędne, aby chronić firmę przed negatywnymi skutkami ataków hakerskich (Polska Bezgotówkowa, 2022).

6. Ukryte koszty cyberataku i analiza skutków z perspektywy firmy

Jak wspomniano, cyberataki mogą mieć poważne konsekwencje dla różnych obszarów funkcjonowania przedsiębiorstwa. Ich wpływ może objawiać się w zakłóceniu operacji biznesowych, utracie danych, zepsuciu reputacji czy stratach finansowych. Koszty związane z cyberatakami są zróżnicowane i zależą od charakteru i wagi takiego zdarzenia. Wymagają one nakładów na naprawę systemów, odtworzenia utraconych danych, wzmocnienia zabezpieczeń oraz działań zapobiegawczych, a także mogą wiązać się z koniecznością wypłacenia odszkodowań klientom lub poniesienia kosztów naruszenia przepisów dotyczących np. ochrony danych.

Cyberataki często są postrzegane głównie przez pryzmat informacji, które są wykradane z przedsiębiorstw, zwłaszcza tych dotyczących danych osobowych, informacji o stanie zdrowia czy danych płatniczych. W kontekście finansowym dyskusje dotyczą przede wszystkim kwestii powiadomienia klientów o incydencie oraz potencjalnych spraw sądowych wytaczanych przez klientów lub kar nałożonych przez organy regulacyjne. Rzadko natomiast mówi się publicznie o przypadkach kradzieży własności intelektualnej, szpiegostwa, niszczenia danych, atakach na kluczowe operacje biznesowe lub próbach sparaliżowania infrastruktury krytycznej. Niemniej jednak tego rodzaju ataki mogą wywoływać znacznie poważniejsze konsekwencje dla organizacji i wiązać się z dodatkowymi kosztami, które trudno określić w prosty sposób, a opinia publiczna często się o tym dowiaduje. Aby zidentyfikować mniej oczywiste skutki cyberataku, konieczne jest zastosowanie wielodyscyplinarnego podejścia, które łączy głęboką wiedzę na temat tego rodzaju incydentów z kontekstem działalności firmy oraz technikami oceny i miarami finansowymi. Konsekwencje takiego ataku mogą się objawiać w różnym czasie i na różnych poziomach, podobnie jak w przypadku góry lodowej, gdzie widać tylko wierzchołek. Wśród kosztów ukrytych wyróżnić można następujące:

- ▶ wzrost składki ubezpieczeniowej,
- ▶ zwiększenie kosztów finansowania zewnętrznego,
- ▶ zakłócenie działalności operacyjnej,
- ▶ wartość utraconych przychodów z umów,
- ▶ koszty komunikacji z dostawcami i klientami,
- ▶ utratę reputacji,
- ▶ skutki zmian regulacji prawnych,
- ▶ skutki wprowadzonych działań naprawczych w zakresie IT,
- ▶ skutki działań naprawczych w obszarze bezpieczeństwa prawnego,

- ▶ koszty konsultacji w zakresie analizy po włamaniu,
- ▶ utratę zaufania do usług,
- ▶ utratę klientów,
- ▶ utracone relacje z klientami,
- ▶ dewaluację nazwy handlowej czy marki,
- ▶ utratę wartości intelektualnej,
- ▶ koszty usług prawnych.

Z powyższego zestawienia wynika, że ataki na zasoby firm mogą wywoływać długotrwałe i rozległe skutki. Dlatego kluczowym elementem ochrony przed cyberatakami i ich konsekwencjami jest pełne zrozumienie zależności pomiędzy posiadanymi zasobami a infrastrukturą, która je wspiera (CFO Insights, 2016).

7. Jak się zabezpieczać przed cyberatakami

Cyberbezpieczeństwo należy uznać za kluczowy czynnik zapewniający bezproblemowe działanie firmy. Konieczne jest inwestowanie w środki ochrony, które są adekwatne do potencjalnych zagrożeń. Ważnym elementem jest także przygotowanie właściwych procedur zabezpieczających oraz upewnienie się, że wszyscy pracownicy są odpowiednio poinformowani i tych procedur przestrzegają. Oczywiście wskazane jest także zapewnienie pracownikom całego systemu cyklicznych szkoleń.

Największe wydatki związane z cyberbezpieczeństwem dotyczą technologii. Niemniej jednak firmy mają szereg możliwości, aby posiadać podstawowe narzędzia bezpieczeństwa właściwie bez dodatkowych kosztów. Mniejsze wydatki wiążą się z opracowaniem polityki bezpieczeństwa firmy i przeszkoleniem pracowników.

Wnioski płynące z powyższych wskazań sugerują, że inwestowanie w cyberbezpieczeństwo to nie tylko kwestia kosztów, ale także ochrony przed potencjalnymi stratami i zagrożeniami dla firmy. Dbałość o bezpieczeństwo danych oraz świadomość pracowników w tym zakresie są kluczowe dla zabezpieczenia przed cyberatakami i minimalizowania potencjalnych szkód.

Ponieważ cyberbezpieczeństwo w firmie to także pracownicy, ważne jest inwestowanie w ich wiedzę, zwłaszcza poprzez szkolenia. Świadomość zagrożeń cybernetycznych powinna być szczególnie obecna u menedżerów i kadry zarządzającej. To oni mają za zadanie propagować tę świadomość wśród pracowników, którzy często stanowią najsłabsze ogniwo dla firmy w cyberprzestrzeni. Oto niektóre przykłady pokazujące to zjawisko:

- ▶ Jedna trzecia pracowników używa tego samego hasła na różnych platformach.
- ▶ Jedna czwarta zapomina zablokować komputer, gdy opuszcza biurko.
- ▶ Jedna piąta przechowuje hasła w widocznym miejscu, na przykład na kartce na biurku.

Należy zadbać, aby pracownicy mieli dostęp do aktualnych informacji o procedurach postępowania w przypadku cyberzagrożeń i cyberataków w firmie. Jeśli takowe procedury jeszcze nie istnieją, należy je opracować i wprowadzić. Najczęściej to administrator bezpieczeństwa danych lub specjalista IT, który może być pracownikiem firmy lub ekspertem zewnętrznym, jest odpowiedzialny za opracowanie polityki cyberbezpieczeństwa.

Istotne są również specjalistyczne szkolenia, które uczą, jak reagować na cyberataki, oraz prostsze szkolenia instruktażowe dotyczące metod zapobiegania cyberatakowi, dostępne dla każdej firmy, takie jak stosowanie silnych haseł i regularna ich zmiana, co właściwie powinny wymuszać same programy.

Regularne monitorowanie zabezpieczeń przed cyberprzestępczością w firmie jest niezwykle ważne. Można to osiągnąć poprzez systematyczne audytowanie używanego sprzętu i oprogramowania, sprawdzanie aktualności programów przeciwdziałających cyberzagrożeniom oraz weryfikację zmian haseł dostępowych.

Warto rozważyć zastosowanie bardziej zaawansowanych środków ochronnych, takich jak regularne audyty i zdobywane certyfikaty. Takie działania stanowią również dowód dla klientów, organów regulacyjnych i partnerów biznesowych, że firma przestrzega zasad prywatności. Audyty IT mają na celu sprawdzenie, czy system informatyczny firmy skutecznie chroni jej majątek, transakcje oraz procesy, zapewnia integralność danych i dostarcza właściwe informacje. Przeprowadzenie audytu pozwala także ocenić reakcję pracowników na sytuacje zagrażające cyberbezpieczeństwu, takie jak testy penetracyjne, czyli symulowane ataki, które pomagają wykryć luki w zabezpieczeniach. Ważne jest, aby zakres audytu był dostosowany do indywidualnych potrzeb i sytuacji firmy.

Jednocześnie pracownicy powinni być świadomi sposobu pozyskiwania danych, uprawnień do ich przetwarzania, lokalizacji przechowywania oraz zasad niszczenia danych. Polityka bezpieczeństwa obejmuje również sprzęt, taki jak laptopy czy tablety, i określa zasady jego aktualizacji, przechowywania oraz procedury zgłaszania utraty danych lub kradzieży (biznes.gov.pl, 2022).

Doświadczenia pokazują, że konieczne wydaje się szersze podejście do cyberbezpieczeństwa. Wskazuje się na konieczność zarządzania samym internetem w ujęciu ponadnarodowym (Uhma, 2017).

8. Jak przebiega cyberatak?

MITRE to amerykańska organizacja non-profit, która angażuje się m.in. w działania związane z cyberbezpieczeństwem. Zaproponowała ona szczegółową klasyfikację ataków cybernetycznych, mających na celu kradzież informacji z serwerów przedsiębiorstw, a także opisała przebieg typowego cyberataku (Stinet, 2020). Posiada on zazwyczaj następujące etapy:

Pierwszy etap to uzyskanie wstępnego dostępu. Przesiępcy wykorzystują luki w zabezpieczeniach systemów firmowych lub stosują *phishing*, aby zdobyć dostęp do wewnętrznych sieci.

Drugim etapem jest rozpoczęcie działania przez cyberprzesiępców. Po dostaniu się do sieci przesiępcy mogą uruchomić złośliwe oprogramowanie, które pozwoli im na dalsze poszukiwanie luk w systemie.

Trzeci etap polega na utrzymaniu się w sieci. Przesiępcy starają się uniknąć wykrycia i likwidacji swojego nieuprawnionego dostępu.

Czwarty etap to rozszerzenie uprawnień. Przesiępcy dążą do zdobycia większych uprawnień, aby uzyskać dostęp do cennych materiałów do kradzieży.

Piąty etap to omijanie zabezpieczeń. Przesiępcy stosują różne metody, aby uniknąć wykrycia przez systemy obronne, takie jak naśladowanie standardowych zachowań.

Szesty etap to uzyskanie uwierzytelnienia. Przesiępcy manipulują kontami w celu zmiany uprawnień lub przechwytyją ruch sieciowy, aby zdobyć ważne dane uwierzytelniające.

Siódmy etap to wyszukiwanie zasobów. Przesiępcy przeszukują różne segmenty sieci, aby zlokalizować zasoby o największej wartości.

Ósmy etap to gromadzenie i kradzież danych. Przesiępcy przesyłają skradzione dane z chronionych sektorów do innych miejsc i usuwają je z systemu.

Dziewiąty etap to zarządzanie i kontrola. Po wykradzeniu danych, przesiępcy usuwają ślady, aby uniknąć wykrycia.

MITRE przygotowała tę klasyfikację, aby organizacje miały świadomość zagrożenia i mogły wdrożyć odpowiednie zabezpieczenia, minimalizując ryzyko cyberataków. Poznanie sposobów działania przeciwnika jest kluczowe dla skutecznej ochrony (Kulik, 2023).

Oczywiście cyberatak nie musi przebiegać w taki właśnie sposób. Może to być dowolny wariant powyższego scenariusza z naciskiem na poszczególne jego etapy. Scenariusz ataku dla przedsiębiorstw może przybrać zgoła odmienną formę. Po pojawieniu się pierwszych symptomów ataku, które — jak wspomniano — często mogą

mieć charakter problemów technicznych, osoby odpowiedzialne za infrastrukturę informatyczną mogą podjąć drastyczne decyzje. Chodzi o wyłączenie w celach bezpieczeństwa wszystkich lub dużej części systemów komputerowych. Decydenci odpowiedzialni za infrastrukturę informatyczną, nie znając sposobu i celu ataku, mogą chcieć zminimalizować w ten sposób potencjalne straty. Powyższe działanie jest bardzo logiczne, co nie zmienia faktu, że wpływa ono na powstawanie kosztów, a przede wszystkim upośledza funkcjonowanie samej firmy. Właściwe należy stwierdzić, że podczas ataku często należy przyjąć podejście sytuacyjne zależne od pojawiających się działań cyberprzestępców, ale także wielkości przedsiębiorstwa, branży, w której działa, i wreszcie rodzaju i skali ataku. Stworzenie uniwersalnego sposobu postępowania w takiej sytuacji jest trudne, jeśli nie niemożliwe.

9. Firmy zagrożone atakami

W roku 2021 aż dwie trzecie firm doświadczyło cyberincydentu, znalazło się w sytuacji zagrażającej bezpieczeństwu danych i systemów IT. Zastanawiający jest fakt, że sami przedsiębiorcy oceniają swoją odporność na cyberataki jako niską. Cyberataki mogą być bardzo kosztowne dla firm, a całkowity koszt może być trudny do oszacowania, w zależności na przykład od wielkości i profilu przedsiębiorstwa, szczególnie gdy dochodzi do utraty danych, utraty zaufania partnerów biznesowych i osłabienia pozycji na rynku (biznes.gov.pl, 2023).

Wraz z dalszym rozwojem internetu należy spodziewać się wzrostu częstotliwości cyberataków. Duże znaczenie może mieć pojawienie się internetu rzeczy (IoT) — połączenie do internetu zupełnie nowego rodzaju urządzeń przyniesie potencjalne zagrożenia i zarówno przedsiębiorstwa, jak i pojedyncze jednostki będą je musiały wziąć pod uwagę (Rot & Blaicke, 2016).

10. Zakończenie

Podsumowując, cyberbezpieczeństwo jest dziedziną, która zyskuje coraz większe znaczenie nie tylko w biznesie. Wraz z rozwojem technologii liczba cyberataków stale rośnie, a ich skala i złożoność zagrażają zarówno jednostkom, jak i organizacjom na różnych poziomach wielkości i złożoności. Zrozumienie i świadomość zagrożeń cybernetycznych są kluczowe dla utrzymania bezpieczeństwa struktury informatycznej, a tym samym danych i prywatności.

Współczesne cyberataki mają różnorodne cele, od kradzieży danych, poprzez sabotowanie działania systemów, aż po wyłudzenie okupów. Wszystkie te zagroże-

nia mogą poważnie wpłynąć na stabilność finansową i reputację firm, instytucji, a nawet rządów.

Przedsiębiorstwa stają w obliczu nieustannego wyzwania, jakim jest ochrona swoich, nie tylko cyfrowych aktywów, przed atakami. Przyjęcie odpowiednich strategii i rozwiązań w zakresie cyberbezpieczeństwa staje się nieodzowne dla przetrwania na konkurencyjnym rynku. Inwestycje w zabezpieczenia (takie jak firewalle, systemy wykrywania intruzów, szyfrowanie danych) czy regularne szkolenia pracowników to niezbędne kroki, które pomagają minimalizować ryzyko ataków i ograniczać potencjalne straty.

Ważne jest również, aby społeczeństwa i organizacje rozumiały, że koszty związane z cyberatakami nie ograniczają się jedynie do naprawy i odtworzenia uszkodzonych systemów, skutki cyberataku mogą być bowiem odczuwane przez długi czas. W związku z tym cyberbezpieczeństwo nie powinno być traktowane jako luksusowy dodatek, lecz jako nieodłączna część strategii każdej firmy czy organizacji. Zapobieganie cyberzagrożeniom i reagowanie na nie musi być priorytetem zarówno dla małych, średnich, jak i dużych przedsiębiorstw, ale także agencji rządowych czy innych organizacji. Dążenie do maksymalnego zabezpieczenia danych i systemów przed cyberatakami to nie tylko wymóg, ale również inwestycja w przyszłość. Jedynie poprzez odpowiednią edukację, skuteczne rozwiązania technologiczne oraz ciągłe doskonalenie procedur bezpieczeństwa można stawić czoła rosnącemu zagrożeniu cybernetycznemu i chronić swoje najcenniejsze zasoby.

Bibliografia

- biznes.gov.pl. (2022, 9 września). *Cyberbezpieczeństwo w małej i średniej firmie*. <https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/004175> (2023.01.07).
- CFO Insights. (2016, grudzień). *Ukryte koszty cyberataku: analiza skutków z perspektywy firmy*. <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/rozwiazania-dla-cfo/articles/cfo-insights/ukryte-koszty-cyberataku-analiza-skutkow-z-perspektywy-firmy.html> (2023.01.07).
- Klich, L., & Sochala, C. (2016). Bezpieczeństwo w cyberprzestrzeni jako wyzwanie dla współczesnych państw – zarys problemu. W: J. Zimny (red.), *Bezpieczeństwo. Rodzina – naród – społeczeństwo*. Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Stalowej Woli, Katolicki Uniwersytet Lubelski.
- Kulik, W. (2019, 16 marca). *Etapy cyberataku na firmę*. <https://www.benchmark.pl/aktualnosci/etapy-cyberataku-na-firme.html>
- Michałkiewicz, P. (2016). Cyberprzestrzeń a bezpieczeństwo narodowe. *Kultura Bezpieczeństwa*, 5, 190.
- PBSG. (2021, 27 sierpnia). *Typy cyberataków, które zagrażają bezpieczeństwu w firmach*. <https://www.pbsg.pl/typy-cyberatakow/> (2023.01.07).
- Polska Bezgotówkowa. (2022, 22 sierpnia). *Cyberatak – co to i jak się przed nim bronić?* <https://polskabezgotowkowa.pl/akademiaprzedsiebiorcy/cyberatak-co-i-jak-sie-pred-nim-bronic>

- Rot, A., & Blaić, B. (2016). Zagrożenia wynikające z implementacji koncepcji internetu rzeczy, rekomendacje dla organizacji i dostawców rozwiązań. *Informatyka Ekonomiczna. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 3(41), 76.
- Stinet. (2020, 19 października). *Czym jest MITRE ATT&CK*. <https://stinet.pl/czy-jest-mitre-attck/> (2023.01.07).
- Uhma, P. (2017). Suwerenne, wielostronne czy międzyrządowe zarządzanie internetem jako globalnym dobrem wspólnym. *Państwo i Społeczeństwo*, 17(3), 26–31.

Types and Characteristics of Cyberattacks and Basic Measures Regarding Cybersecurity

Abstract. With the growing use of advanced information technologies, cyberattacks targeting computer systems, servers, programmes, sensitive data, smartphones and computer networks are becoming increasingly common. Knowledge of the most typical forms of cyberattacks and methods of defending against them should be one of the key competences of modern employees. Since a typical cyberattack usually follows a predictable sequence of stages, properly trained employees are a key element of any cybersecurity system as they can be its greatest asset or its weakest link. Another aspect that employees should be aware of are the potential effects, including financial ones, of a typical cyberattack for an enterprise.

Keywords: cybersecurity, cyberattack, IT infrastructure, digitization

ŁUKASZ DWOJAK

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Wydział Zamiejscowy w Chorzowie
<https://orcid.org/0000-0002-9851-2922>
e-mail: lukasz.dwojak@chorzow.merito.pl

Rola banków we wdrażaniu przez podmioty gospodarcze strategii ESG

Streszczenie. Zmiany potrzeb i nawyków konsumentów przejawiają się nie tylko w postaci nowych technologii czy nowych trendów, ale dotyczą również wartości, którymi kierują się klienci przy zawieraniu transakcji. Ze względu na rosnącą świadomość ekologiczną konsumentów tematyka ta znalazła się także w centrum zainteresowania firm. Ponieważ ochrona środowiska jest też coraz bardziej istotna dla funkcjonowania współczesnych społeczeństw, stanowi ona przedmiot polityki władz publicznych. Procesy te doprowadziły do wypracowania nowej strategii zarządzania firmą, określanej mianem strategii ESG. Strategia ta jest wykorzystywana do wdrażania inicjatyw władz publicznych, takich jak Europejski Zielony Ład, których celem jest m.in. zmniejszenie emisji CO₂ w celu ograniczenia efektu cieplarnianego. Dużą rolę w tych wysiłkach odgrywa sektor bankowy, który został włączony w proces, w ramach którego przedsiębiorstwa informują o skutkach swojej działalności dotyczącej ESG oraz składają raporty o realizowanych projektach inwestycyjnych nakierowanych na zmniejszenie emisji CO₂. Oczekuje się, że banki, wykorzystując swoją wiedzę o procesie ekologicznej transformacji przedsiębiorstw, będą w stanie doradzać klientom w wyborze projektów transformacji energetycznej, które prowadzą do neutralności węglowej.

Słowa kluczowe: strategia ESG, zmniejszenie emisyjności, efekt cieplarniany, raportowanie ESG, ekologiczna transformacja przedsiębiorstw

<https://doi.org/10.58683/dnswsb.1933>

1. Wprowadzenie

Przemiany, które obserwujemy w rozwiniętych gospodarczo państwach w zakresie dominujących wśród społeczeństwa tych krajów wartości, obejmują m.in. głębokie zmiany w postrzeganiu kwestii ochrony środowiska oraz podejścia do spraw społeczno-gospodarczych, w tym problematyki zatrudnienia oraz odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej. W wyniku rosnącej świadomości konsumenci preferują obecnie coraz bardziej ekologiczne i etyczne produkty. Z kolei inwestorzy uważają, że kwestie zrównoważonego rozwoju (oraz powiązane

z nimi wartości niematerialne występujące w firmach) wpływają pozytywnie na ich wyniki finansowe oraz wycenę rynkową. Z tych procesów wyłania się nowe podejście do zaspokajania potrzeb przez konsumentów, oddziałujące na podmioty gospodarcze i wymuszające ich dostosowanie się do nowych realiów panujących w otoczeniu społecznym.

Nowe podejście implementowane przez biznes zakłada koncentrację na etycznym działaniu firm. Podmioty gospodarcze stały się świadome swojej odpowiedzialności ze kreowanie zrównoważonego rozwoju gospodarczego, który uwzględnia także element społeczny. W centrum nowych strategii zarządzania firmą znajduje się również troska o ochronę środowiska, co prowadzi do uwzględniania czynników klimatycznych w decyzjach biznesowych podmiotów gospodarczych. Branie pod uwagę w strategii rozwoju firmy zasad ochrony środowiska i kwestii społecznych tworzy nowy sposób zarządzania przedsiębiorstwem (ang. *corporate governance*). Nowe podejście do zarządzania przedsiębiorstwem obejmujące trzy wymienione elementy nazywane jest strategią ESG (ang. E – *Environment*, S – *Social Responsibility* oraz G – *Corporate Governance*).

Każdy z elementów składowych tej strategii ma swoje znaczenie i praktyczne zastosowanie. W części *Environment* firma powinna uwzględnić swoją strategię oraz politykę środowiskową, podejście do emisji CO₂ oraz zarządzanie ryzykiem klimatycznym. Komponent *Social Responsibility* to nowoczesne podejście do praw pracowniczych i przestrzegania zasad BHP, niedyskryminacyjna polityka zatrudnienia, zarządzanie relacjami społecznymi oraz dbałość o przestrzeganie praw człowieka. Część *Corporate Governance* obejmuje z kolei system zarządzania ryzykiem, strukturę organizacyjną, wdrożone w firmie standardy etyczne, politykę zgłaszania naruszeń, politykę antykorupcyjną oraz ochronę i przetwarzanie danych.

W artykule jako problemy badawcze sformułowano następujące pytania:

- ▶ Czy podmioty gospodarcze są zainteresowane wdrażaniem strategii ESG?
- ▶ Jaką rolę przewidują dla instytucji bankowych regulacje wdrożone przez Unię Europejską?
- ▶ W jaki sposób banki w Polsce chcą wspierać przedsiębiorstwa przy realizacji ich strategii ESG?

Jako metodę badawczą zastosowano przegląd literatury krajowej i zagranicznej.

2. Wpływ wdrożenia strategii ESG na działalność podmiotów gospodarczych

Różni interesariusze wywierają presję na przedsiębiorstwa, żeby oprócz prowadzenia działalności komercyjnej zaangażowały się także w działania społeczne i środowiskowe. Aby poinformować o tych działaniach interesariuszy, firmy muszą rozszerzyć zakres przekazywanych informacji niefinansowych, a nie koncentrować się tylko na danych finansowych (Santamaria et al., 2021).

W globalnym środowisku gospodarczym, które jest obecnie pełne niepewności i różnego rodzaju ryzyka, firmy poszukują możliwości zapewnienia sobie większej stabilności działania oraz poprawy efektywności mimo występujących turbulencji. Takie możliwości stwarza strategia ESG, która stała się rozpoznawalnym standardem, uznawanym i akceptowanym zarówno przez biznes, jak i konsumentów oraz świat polityki i nauki. Wdrożenie tej strategii oznacza w praktyce, iż w firmie został wprowadzony model zrównoważonego zarządzania, przyjaznego dla środowiska i opartego na określonych wartościach. Przedsiębiorstwa czerpią z wdrożenia strategii ESG konkretne korzyści — poprawiają swój wizerunek, mają ułatwioną sytuację przy pozyskiwaniu finansowania w bankach i na rynkach finansowych, które po wdrożeniu strategii często jest im oferowane na preferencyjnych warunkach. W przypadku licznych firm rośnie także ich wartość rynkowa, gdyż skuteczne wdrożenie strategii ESG w przedsiębiorstwie wpływa często na poprawę jego wyników finansowych.

Wdrożenie przez firmy rozwiązań z zakresu ESG stało się centralnym punktem odniesienia dla inwestorów i instytucji finansowych, ponieważ wielu inwestorów przygląda się przedsiębiorstwom z perspektywy przeciwdziałania zmianom klimatycznym i temu, jak firmy powinny działać z etycznego punktu widzenia. W związku z tym istnieje rosnąca potrzeba ustanowienia w każdej firmie nadrzędności ram ESG nad innymi elementami strategii firmy (Khalid et al., 2021). Co więcej, inwestorzy w dużej mierze zgadzają się, że zwroty z inwestycji i zrównoważony rozwój firmy wynikający ze strategii ESG idą ze sobą w parze. Dlatego przedsiębiorstwa coraz częściej dostrzegają wartość ekonomiczną włączania kryteriów ESG do swojej działalności (Levantesi, D'Ecclesia & D'Amato, 2023). Możemy więc stwierdzić, że społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR — *Corporate Social Responsibility*) oraz kryteria dotyczące środowiska, społeczeństwa i ładu korporacyjnego (tj. strategia ESG) stosowane są przez coraz więcej firm do oceny projektów inwestycyjnych i związanego z nimi ryzyka. Podejście to szybko staje się filarem strategii rozwoju wielu przedsiębiorstw (DeCotis, 2021).

Katastrofy ekologiczne, niewłaściwe zarządzanie kwestiami społecznymi i niedociągnięcia związane z ładem korporacyjnym zawsze były potencjalnie szkodliwe dla podmiotu gospodarczego. Jednak ryzyko utraty reputacji, ryzyko finansowe i ryzyko zakłóceń związane z takimi zdarzeniami wzrosło wykładniczo w ostatnich latach, ponieważ media społecznościowe, prasa, organy regulacyjne i opinia publiczna reagują znacznie bardziej stanowczo na wszelkiego rodzaju skandale korporacyjne. Ryzyko to prawdopodobnie jeszcze wzrośnie i osiągnie poziom, który może zagrozić przetrwaniu firmy na rynku. W związku z tym odpowiednia strategia ESG staje się niezbędna dla właściwego zarządzania ryzykiem operacyjnym firmy (Herrera & Brenneis, 2020). Ulepszone zarządzanie ryzykiem zapewni lepsze zwroty z inwestycji poprzez zmniejszenie potencjalnego negatywnego wpływu niepożądanych zdarzeń na wynik finansowy.

Praktyczne zastosowanie poszczególnych czynników ESG bardzo istotnie zmienia sposób działania podmiotu gospodarczego poprzez:

1. nowy wymiar dbałości o środowisko naturalne, uwzględniający potrzeby transformacji energetycznej i obejmujący redukcję zużycia wody i wpływu na środowisko naturalne, w tym emisji zanieczyszczeń i gazów cieplarnianych;
2. odpowiedzialność społeczną i etyczną biznesu, polegającą na trosce o różnorodność społeczności z otoczenia firmy oraz jej pracowników, m.in. poprzez zapewnienie równości płac na tych samych stanowiskach bez względu na płeć i inne cechy danej osoby, przestrzeganie praw pracowniczych, bezpieczeństwo i ochronę danych, zwalczanie nierówności czy prowadzenie odpowiedzialnej polityki wobec dostawców;
3. wdrożenie zasad ładu korporacyjnego i nowego standardu zarządzania obejmującego m.in. transparentne wynagrodzenia kadry kierowniczej, respektowanie praw udziałowców, przejrzystość podatkową czy przeciwdziałanie korupcji.

Nie do przecenienia jest też poprawa wizerunku przedsiębiorstwa na rynku, gdyż strategia ESG jest bardzo pozytywnie odbierana przez społeczeństwa poszczególnych krajów, czyli w praktyce klientów firmy. A to przekłada się na nowe transakcje i większe przychody ze sprzedaży oraz w rezultacie wzrost wypracowanego zysku.

3. Kształtowanie się regulacji prawnych dotyczących strategii ESG

Ocena stopnia wdrożenia rozwiązań z zakresu ESG od początku wiązała się z koniecznością ich obiektywnej weryfikacji. Brak było jednak standardów i regulacji prawnych, które kompleksowo obejmowałyby oraz definiowały ten obszar. Stąd wynikał problem z dostępem wszystkich interesariuszy do rzetelnej informacji. Raportowanie przez firmy było nieobowiązkowe, publikowane przez przedsiębiorstwa informacje były często niepełne, czasami niewiarygodne. Nie było możliwości porównania informacji ujawnionych przez firmy. Aby zmienić ten stan rzeczy, konieczne było działanie władz, do którego finalnie doszło.

W 2014 roku sytuacja zaczęła się zmieniać, m.in. w wyniku wprowadzenia do porządku prawnego Unii Europejskiej Dyrektywy NFRD (Dyrektywa o ujawnianiu informacji niefinansowych – *Nonfinancial Disclosure Reporting Directive*). Ta regulacja prawna dotyczy dużych podmiotów gospodarczych, tj. zatrudniających ponad 500 pracowników i jednocześnie będących tzw. jednostkami zainteresowania publicznego (JZP) działającymi na rynku jako:

- ▶ spółka publiczna,
- ▶ instytucja bankowa,
- ▶ firma ubezpieczeniowa,
- ▶ oraz inny podmiot będący JZP.

Podmioty te, na mocy Dyrektywy NFRD (2014), zostały zobligowane do ujęcia w swoich sprawozdaniach z działalności dodatkowego oświadczenia na temat informacji niefinansowych.

Uchwalenie Dyrektywy 2014/95/UE oraz jej obowiązkowe wdrożenie w 2017 roku sprawiło, że praktyka postępowania firm w zakresie ESG uległa zmianie, tak aby przedsiębiorstwa działały zgodnie z nowym rozporządzeniem (Amoud, Saleh & Eliwa, 2023). Początkowo praktyką stało się prezentowanie przez podmioty gospodarcze objęte nowymi przepisami w ww. oświadczeniach kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, zagadnień ochrony praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji. Jednak na tym etapie istniała jeszcze duża dowolność interpretacyjna w zakresie udostępnianych przez firmy informacji i danych. Kraje członkowskie UE zostały zobligowane do wdrożenia nowych przepisów w takim okresie, aby miały one zastosowanie po raz pierwszy dla roku obrotowego rozpoczynającego się 1 stycznia 2017 roku. W Polsce implementacja zapisów Dyrektywy NFRD (2014) do krajowego porządku prawnego została

wprowadzona w wyniku nowelizacji przepisów Ustawy o rachunkowości z dnia 15.12.2016 r. (Ustawa, 2016).

Zgodnie z nowymi przepisami obowiązek publikacji oświadczenia na temat informacji niefinansowych w formie wyodrębnionej części sprawozdania z działalności dotyczył w Polsce podmiotów gospodarczych spełniających wymogi zawarte w ustawie. Kryteria tam zdefiniowane odnoszą się do wielkości zatrudnienia w firmie, wartości jej aktywów oraz przychodów ze sprzedaży. Nowe obowiązki dotyczą przedsiębiorstw:

- ▶ które zatrudniają ponad 500 pracowników (średnioroczne zatrudnienie w przeliczeniu na pełne etaty);
- ▶ których suma aktywów na koniec roku obrotowego przekracza 85 000 000 zł lub przychody netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy przekraczają 170 000 000 zł.

W Polsce zgodnie z Dyrektywą NFRD (2014) pierwszym rokiem sprawozdawczym, który objęty był wymogami raportowania niefinansowego, był rok 2017. To zaś przełożyło się na obowiązek przygotowania raportowania niefinansowego dla około trzystu przedsiębiorstw w 2018 roku.

W grudniu 2019 roku Komisja Europejska zatwierdziła przepisy nazywane Europejskim Zielonym Ładem, które stanowią bazę dla planowanej zrównoważonej transformacji UE oraz Taksonomii UE¹, czyli narzędzia wspierającego proces transformacji. Aby osiągnąć założone w Zielonym Ładzie cele, w państwach należących do UE należy ponieść znaczące nakłady finansowe. Można założyć, że środków publicznych na ten cel nie wystarczy i przedsiębiorcy będą sięgali także po prywatne finansowanie. Narzędziem wspierającym wykorzystanie prywatnego finansowania Europejskiego Zielonego Ładu jest Nowa Taksonomia UE, która wyznacza kierunki transformacji modeli biznesowych przedsiębiorstw, wspomagające realizację sześciu priorytetowych celów środowiskowych opisanych w taksonomii.

Formalnie taksonomia została wprowadzona Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 roku w sprawie ustanowienia ram ułatwiających realizację zrównoważonych inwestycji (Rozporządzenie, 2020). Regulacja ta miała za zadanie określenie kryteriów służących ustaleniu, czy dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako zrównoważona środowi-

¹ Taksonomia UE jest narzędziem klasyfikacyjnym, które ma wspomóc inwestorów oraz firmy w podejmowaniu świadomych decyzji inwestycyjnych dotyczących działalności gospodarczej przyjaznej dla środowiska.

skowo. Ogólnie rzecz ujmując, Taksonomia UE ma wspierać przedsiębiorstwa w racjonalnym procesie inwestowania i podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, tak aby promować inwestycje w projekty zrównoważone środowiskowo. Zabieg ten ma służyć zwiększeniu zakresu ochrony środowiska, za pomocą alokowania kapitałów inwestorów w działalność ekologiczną. Dodatkowym celem jest również wyeliminowanie problemu tzw. fałszywego zielonego marketingu, w którym podmioty reklamują się jako proekologiczne, ale tak naprawdę ich działania mają niewiele wspólnego z ekologią.

Na podstawie art. 8 rozporządzenia o taksonomii (Rozporządzenie, 2020), każde przedsiębiorstwo podlegające obowiązkowi publikacji informacji niefinansowych na mocy art. 19a lub 29a Dyrektywy (2013) zawiera w swoim raporcie informacje o tym, w jaki sposób oraz w jakim stopniu jego działalność jest zrównoważona środowiskowo. Rozporządzenie określa, że w przypadku podmiotów niefinansowych następuje to poprzez analizę i zaraportowanie następujących informacji:

- ▶ odsetek przychodów ze sprzedaży produktów lub usług zrównoważonych środowiskowo,
- ▶ odsetek wydatków inwestycyjnych na aktywa i procesy zrównoważone środowiskowo,
- ▶ odsetek kosztów operacyjnych związanych z produktami lub usługami zrównoważonymi środowiskowo.

Komisja Europejska szacuje, że potrzeba dodatkowych 260 mld euro rocznie na nowe inwestycje, aby osiągnąć cele klimatyczno-energetyczne zaplanowane na 2030 rok². Aby zwiększyć możliwość pozyskania środków finansowych na realizację projektów ekologicznych oraz z uwagi na duże znaczenie dla sprawnej realizacji procesów gospodarczych oraz silne oddziaływanie na wszystkie grupy przedsiębiorstw, Unia Europejska zdecydowała o wprowadzeniu specjalnych regulacji dedykowanych sektorowi instytucji finansowych.

Od dnia 10 marca 2021 roku w państwach należących do UE obowiązywać zaczęły nowe przepisy dotyczące ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych, tj. Rozporządzenie SFDR (*Sustainable Finance Disclosure Regulation*) (Rozporządzenie, 2019). Rozporządzenie to ma na celu osiągnięcie większej przejrzystości w odniesieniu do sposobu analizowania

² Łącznie Komisja Europejska prognozuje, że w latach 2021–2030 potrzebne będą dodatkowe inwestycje o wartości 4 bilionów euro, aby osiągnąć cele UE w zakresie redukcji emisji zanieczyszczeń i gazów cieplarnianych na rok 2030, z czego trzy czwarte musi być finansowane ze środków prywatnych (Globalna walka na zielone subsydia, 2023).

ryzyk istotnych dla realizacji procesu zrównoważonego rozwoju, które występują w ramach działalności prowadzonej przez uczestników rynku finansowego i doradców finansowych. Regulacja nakłada na instytucje finansowe, w tym banki, nowe obowiązki informacyjne w zakresie przejrzystości i ujawniania podejścia do zarządzania ryzykami dla zrównoważonego rozwoju w ramach prowadzonej działalności inwestycyjnej oraz podejmowanych przez dany podmiot decyzji inwestycyjnych. Nowe regulacje nie dotyczą portfela kredytowego banków.

Unia Europejska przygotowała regulacje i zachęty, które mają wspierać przekierowywanie prywatnych pieniędzy na wspomaganie inwestycji zrównoważonych. Taksonomia dotyczy inwestorów, pośredników i przedsiębiorców. Inwestorzy zostali zobowiązani do dokonania przeglądu swoich portfeli i strategii doboru inwestycji. Instytucje finansowe muszą deklarować, w jakim stopniu oferowane przez nie produkty są zgodne z taksonomią. Przez produkty finansowe należy rozumieć w tym przypadku następujące grupy produktów: otwarte fundusze inwestycyjne, ubezpieczeniowe produkty inwestycyjne, fundusze emerytalne, indywidualne zarządzanie portfelem papierów wartościowych oraz doradztwo ubezpieczeniowe i inwestycyjne.

Zasady zaangażowania prywatnego kapitału ustalone w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady Europejskiej w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje (tj. Taksonomia UE) (Rozporządzenie, 2020), definiują zrównoważone finansowanie jako proces należytego uwzględniania przez sektor finansowy aspektów środowiskowych, społecznych i zarządczych w celu zwiększenia długoterminowych inwestycji w działania i projekty gospodarcze. Zrównoważone finansowanie nie rozgranicza źródeł środków finansowych na publiczne lub prywatne, ale określa sposób i cel finansowania, tzn. uwzględnienie poszczególnych aspektów ESG w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych, a poprzez to finansowanie zrównoważonego rozwoju.

Przedsiębiorstwa, które podlegają Dyrektywie NFRD (2014), tj. firmy, które zatrudniają powyżej 500 pracowników, zostały objęte obowiązkiem sprawozdawczości w zakresie tego, jaki procent ich obrotów, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych odpowiada działalności zrównoważonej w rozumieniu taksonomii. Pierwsze raporty przedsiębiorstw z tego zakresu oraz ujawnianie informacji przez inwestorów zostało zrealizowane w 2022 roku.

Aby działalność podmiotu gospodarczego mogła zostać zakwalifikowana jako zrównoważona, musi spełnić następujące wymagania:

- ▶ zapewnić znaczący wkład w realizację co najmniej jednego z sześciu celów środowiskowych:
 - ▷ łagodzenie skutków zmian klimatu,

- ▷ dostosowanie do zmian klimatu,
- ▷ zrównoważone wykorzystywanie oraz ochrona zasobów wodnych i morskich,
- ▷ przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym,
- ▷ zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola,
- ▷ ochrona oraz odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów;
- ▶ nie powodować znaczących szkód dla żadnego z powyższych celów środowiskowych;
- ▶ przestrzegać technicznych kryteriów oceny;
- ▶ zapewniać minimum gwarancji dotyczących zabezpieczenia społecznego i zarządzania.

Oznacza to więc, że jeżeli działalność przedsiębiorstwa nie spełnia chociaż jednego z powyższych sześciu celów, to należy ją uznać za niezgodną z taksonomią UE. Istotnym aspektem jest tutaj również fakt, że w przypadku niewiedzy lub niemożności sprawdzenia, czy któryś z celów jest spełniony, taką działalność także należy uznać za niezgodną z taksonomią.

Opublikowane wyniki badań naukowych (Cicchello, Marrazza & Perdicizzi, 2022) podkreślają skuteczność dyrektywy UE jako mechanizmu zachęty dla europejskich przedsiębiorstw do angażowania się w zrównoważone praktyki, a w konsekwencji do zwiększania swoich wyników w zakresie wdrażania strategii ESG.

4. Rola instytucji bankowych w procesie transformacji ESG podmiotów gospodarczych

Ciężar transformacji gospodarczej został przesunięty w stronę banków przede wszystkim dlatego, że instytucje finansowe są krwioobiegiem gospodarki. Alokują kapitał w te inwestycje, które są przyszłościowe i efektywne. Jeżeli inwestycja czy produkt nie będą spełniały parametrów regulacyjnych, to banki nie będą skłonne ich finansować lub dokonają takiej ich wyceny, że w aspekcie finansowym staną się one nieopłacalne.

Z perspektywy instytucji bankowych relatywnie szybkie wprowadzenie raportowania ESG powinno przyczynić się do przyspieszenia transformacji energetycznej. Pozyskiwanie funduszy od inwestorów zewnętrznych może stać się trudniejsze, jeżeli aspekty ESG nie będą odpowiednio silnie zaakcentowane przez dane przedsiębiorstwo. Dodatkowo potrzebne są stabilne regulacje – ich brak lub częste zmiany zakłócają rozwój rynku.

W Polsce sektor bankowy, działając pod auspicjami Związku Banków Polskich, zapoczątkował inicjatywę ujednolicenia podejścia do firm w całym sektorze. Chodzi o to, aby banki mogły zwracać się z tymi samymi pytaniami do klientów, klienci natomiast mieli jasność oczekiwań co do danych oraz informacji, jakie powinni zraportować i tego, w jakim stopniu powinni przygotować swoją firmę do tego procesu. Zdaniem przedstawicieli banków, wśród właścicieli i zarządzających firmami coraz częściej będzie pojawiało się przeświadczenie, że transformacja energetyczna to szansa biznesowa. Jeśli nie zostanie zrealizowana teraz, to w którymś momencie przedsiębiorstwo po prostu zacznie tracić klientów i będzie miało coraz więcej trudności w pozyskiwaniu pracowników. Szczególnie pracownicy młodszej generacji (np. przedstawiciele tzw. pokolenia Z), jako świadomi konsumenci, nie będą zainteresowani pracą w przedsiębiorstwach, dla których cele strategii ESG nie są priorytetowe.

Pozyskanie funduszy na rozwój z instytucji finansowych przez firmy niezależne od wdrożenia strategii ESG najpierw będzie drogie, a potem stanie się niemożliwe, bo w procesie transformacji energetycznej tzw. brązowe kredyty będą bardzo kosztowne, a docelowo przestaną się opłacać każdej ze stron.

Rośnie świadomość znaczenia całego procesu i powagi sytuacji. Nie tylko w kontekście konieczności raportowania, ale też tych elementów strategii ESG, które przełożą się na wartość dodaną dla przedsiębiorstw (np. pozyskania nowych klientów). Odsetek świadomych konsumentów przyrasta dynamicznie. Nie wszyscy z nich są jednak już gotowi zapłacić więcej za produkty, które nie są szkodliwe dla środowiska. To ciekawe zjawisko, które banki śledzą i nieustannie analizują. Instytucje finansowe dostrzegają te procesy dzięki rosnącej liczbie zapytań ze strony klientów oraz popularności, jaką zyskują wśród nich tzw. zielone produkty.

Banki wypracowują nowe podejście do weryfikacji projektów, w którym analizowane są poszczególne aspekty strategii ESG. W procesie oceniania ryzyka ESG ważna jest struktura i cel skorzystania z produktu (tj. kredytu inwestycyjnego). Jeżeli jest to finansowanie celowe, to sprawdzane jest dokładnie przeznaczenie środków, kryteria klasyfikacji projektów, w jaki sposób są rozliczane fundusze, które bank przekazuje na finansowanie danego projektu.

Trzeba też jednoznacznie stwierdzić, że wielu klientów jest narażonych na ryzyko transformacji. Dotyczy to przede wszystkim firm z sektora energetycznego. Nośnikiem tego ryzyka są regulacje zwiększające niebezpieczeństwo powstania tzw. osieroconych aktywów, które z czasem staną się nieekonomiczne i zostaną wyłączone z użytkowania. Banki przygotowują się do tych zagrożeń, tworząc lub wykorzystując scenariusze emisyjności per sektor. Proces zarządzania ryzykiem ESG zaczyna się na poziomie budowania relacji z klientem, później pojawia się

we wszystkich wymiarach relacji. Na samym początku identyfikuje się, czy klient działa w branży podwyższonego ryzyka ESG lub w krajach, które są nieakceptowane ze względu na status *compliance* oraz czy w łańcuchu produkcyjnym nie występują nieakceptowalne zjawiska, takie jak zatrudnianie dzieci albo niewłaściwe traktowanie pracowników.

W niektórych bankach w ramach ich struktur organizacyjnych powoływane są komitety ryzyka ESG, które przede wszystkim wyznaczają akceptowalny dla danej instytucji poziom tzw. apetytu na ryzyko ESG. W pierwszej kolejności banki sprawdzają kryteria jakościowe, a później weryfikują kryteria ilościowe. Koncentracja jest położona na zgodności z regulacjami. Przykładowo, aby nieruchomością zakwalifikować jako zieloną, musi ona posiadać odpowiednie certyfikaty energetyczne. Badana jest podatność klienta, kwantyfikowana opisowo na ryzyko fizyczne i ryzyko transformacji.

Największe wyzwanie z perspektywy instytucji finansowej polega na skwantyfikowaniu liczby i rodzaju danych potrzebnych do raportowania oraz ułożenie ich w określone schematy. W trosce o własną zgodność z regulacjami banki muszą także edukować klientów. Chodzi o to, aby pytania o dane, które posłużą bankom do raportowania, nie były pytaniami niespodziewanymi. Klienci muszą być przygotowani do pozyskiwania właściwych informacji i przekazywania ich instytucjom finansowym. W wielu przedsiębiorstwach trwają prace przygotowawcze związane z raportowaniem ESG, ale ich zakres oraz tempo realizacji są różne. W ocenie banków najlepiej przygotowanymi do raportowania firmami są te podmioty, które najmocniej objęte są europejskimi regulacjami, w tym taksonomią. Najlepiej przygotowane są firmy, które najdogłębniej obejmuje europejska taksonomia, czyli sektory, które są zdefiniowane jako działalność zrównoważona (ang. *sustainable*)³. Pozostałe przedsiębiorstwa, dla których początek konieczności raportowania został przesunięty w czasie, z pewnością będą korzystały z doświadczeń większych podmiotów. Dla wszystkich firm prace dotyczące nowych wymogów raportowania związane są z dużym nakładem czasu i realnymi kosztami, które muszą zostać poniesione.

Niektóre z przedsiębiorstw, zwłaszcza te z grupy mniejszych firm, dostosowanie do wymogów regulacyjnych postrzegają wyłącznie w kategoriach kosztów, gdyż jest to dla nich istotny wydatek wiążący się z potrzebą zatrudnienia specjalistów, prawników i poświęcenia czasu koniecznego do zrozumienia złożonych regulacji. W przypadku małego przedsiębiorcy istnieje duże ryzyko zagubienia

³ Zrównoważone działalności gospodarcze to takie, które spełniają określone wymagania. Należy do nich przyczynianie się do osiągnięcia przynajmniej jednego z określonych w taksonomii celów środowiskowych.

się w wymaganiach raportowych. Finalnie więc to banki muszą te dane zweryfikować, zaraportować i je uwiarygodnić.

W 2025 roku raport niefinansowy za rok 2024 będą musiały złożyć duże firmy i giełdowe spółki zatrudniające powyżej 500 pracowników. W 2026 roku raport niefinansowy będzie już obowiązkowy dla wszystkich dużych przedsiębiorstw. Z kolei od 2027 roku raportować będą musiały również małe i średnie podmioty notowane na giełdzie (z wyjątkiem firm mikro), bez obowiązku ujawniania wyników swoich raportów. Jednak od 2029 roku także małe i średnie przedsiębiorstwa notowane na giełdzie będą musiały ujawniać wyniki swoich raportów.

Działania z udziałem instytucji bankowych przyspieszające transformację energetyczną przedsiębiorstw realizowane są w wielu krajach. Przykładem takiej inicjatywy może być wspólny międzynarodowy projekt z udziałem firmy z branży aluminium, czterech globalnych instytucji bankowych oraz RMI, niezależnej organizacji non profit⁴.

RMI przy współpracy z czterema globalnymi bankami, tj. Citibankiem, ING Group, Société Générale i Standard Chartered wraz z zainteresowanymi firmami z branży produkcji aluminium, opracowało jedyne w swoim rodzaju ramy, które umożliwiają bankom pomiar i ujawnianie zawartości aluminium w ich portfelach kredytowych oraz w realizowanych z ich udziałem emisjach papierów wartościowych.

Narzędzie to ma pomagać nie tylko producentom aluminium, ale także wspierać banki w dostosowywaniu ich decyzji finansowych do ich własnych celów w zakresie dekarbonizacji. Ramy te zapewniają bankom narzędzia potrzebne do pomiaru, analizy porównawczej i ujawniania dostosowania klimatycznego ich portfeli kredytów i emisji papierów wartościowych dla branży producentów aluminiowych zgodnie ze scenariuszem zakładającym ograniczenie wzrostu temperatury na Ziemi do max. 1,5°C. Nowe narzędzie zapewnia spójność i przejrzystość zarówno w pomiarze, jak i raportowaniu postępów w realizacji celów klimatycznych. Dekarbonizacja aluminium będzie polegać na przejściu na wykorzystanie czystych źródeł energii do jego wytwarzania, zwiększeniu wskaźników recyklingu, poprawie efektywności materiałowej i wdrożeniu przełomowych technologii. Wszystkie te działania wymagają finansowania.

Podobnie jak w przypadku innych ram opracowanych dla branży stalowej (Zasady zrównoważonej stali) i branży żeglugowej (Zasady Posejdon) instytucje finansowe, które przyjmują te ramy, będą mogły oceniać emisję swoich portfeli kredytowych dla aluminium i współpracować z klientami w celu raportowania

⁴ RMI to założona w 1982 roku jako Rocky Mountain Institute niezależna organizacja non profit, która działa na rzecz przekształcenia globalnego systemu energetycznego za pomocą rozwiązań rynkowych, tak aby ograniczyć globalny wzrost temperatury do max. 1,5°C i zapewnić wszystkim czystą, dostatnią i zeroemisyjną przyszłość. Adres strony internetowej to www.rmi.org.

swoich emisji, finansowania projektów o mniejszym śladzie węglowym oraz wspierać inwestycje w nowe technologie. Korzyści z ram zrównoważonego finansowania aluminium obejmują:

- ▶ uwzględnienie szerokiego zakresu punktów wyjściowych o dużej intensywności emisji w całym sektorze, z dostosowaniem punktów odniesienia do wartości wyjściowych danej firmy i jej portfela produktów,
- ▶ indywidualną ocenę dostosowania emisji energii elektrycznej i innych emisji, tak aby uwzględnić postęp w zakresie różnych dźwigni dekarbonizacji,
- ▶ osobną ocenę procesów aluminium pierwotnego i poddanego recyklingowi, aby rozpoznać poprawę intensywności emisji z produkcji pierwotnej niezależnie od rosnącego rynku recyklingu.

Nowe, kompleksowe i zharmonizowane narzędzie dla banków będzie wspierać sektor bankowy w lepszej współpracy z klientami z branży produkcji aluminium w celu tworzenia nowych możliwości gospodarczych, mających na celu zmniejszenie emisyjności tej branży.

5. Wnioski

Proces zmiany sposobu prowadzenia działalności gospodarczej prowadzący do ograniczenia emisji CO₂ i innych gazów cieplarnianych jest prawdopodobnie najważniejszym elementem strategii ESG, ale nie jedynym. Współpraca pomiędzy przedsiębiorstwami a sektorem bankowym przy wdrażaniu regulacji przyjętych w Unii Europejskiej jest kluczowa dla przyspieszenia i efektywnego wdrożenia nowych przepisów.

Ograniczenie emisji gazów cieplarnianych wynikające z Zielonego Ładu przyjętego przez Komisję Europejską pociąga za sobą określone konsekwencje. W przypadku braku osiągnięcia założonych celów redukcji emisji, firmy są zobowiązane do zakupu tzw. zielonych certyfikatów. Ich ceny zakupu cały czas rosną, więc koszty rozwiązania obowiązku redukcji emisji cieplarnianych w ten sposób są coraz wyższe, obniżając wynik finansowy firmy.

Jednym z ważniejszych wyzwań umożliwiających efektywne zarządzanie całym procesem dekarbonizacji gospodarki jest sposób pomiaru osiągniętych efektów redukcji. Między innymi temu celowi ma służyć stworzony w ramach Unii Europejskiej rozbudowany system raportowania i przekazywania przez przedsiębiorstwa informacji o realizowanych przez nie przedsięwzięciach proekologicznych oraz innych działaniach z zakresu strategii ESG.

Proces raportowania jest relatywnie nowy i wymaga jeszcze dużego wysiłku i zaangażowania zarówno po stronie przedsiębiorstw, jak i banków. Poprawne dane i informacje o rezultatach realizowanych przez firmy projektów inwestycyjnych w kontekście ich efektów proekologicznych będą z punktu widzenia instytucji finansowych kluczowe dla dokonywania prawidłowej wyceny poszczególnych transakcji. Będzie to w praktyce decydować o tym, czy dane przedsięwzięcie inwestycyjne będzie racjonalne ekonomicznie i efektywne, czy okaże się, że w związku np. ze zbyt wysokim śladem węglowym jego realizacja nie jest opłacalna dla przedsiębiorstwa.

Rola banków w całym procesie jest bardzo istotna nie tylko w kontekście wyceny opłacalności i racjonalności realizacji poszczególnych projektów, ale także z uwagi na możliwość doradzania klientom przy ustalaniu szczegółów transakcji. Instytucja bankowa współpracująca z dużą liczbą podmiotów gospodarczych będzie gromadzić unikalną wiedzę o możliwościach nowoczesnych technologii, ale i ryzykach związanych z realizacją określonych typów przedsięwzięć inwestycyjnych. Jest to istotny aspekt, który przesuwają na sektor bankowy część odpowiedzialności za cały proces transformacji gospodarki w stronę tzw. zera emisyjności. Z tym rodzajem zaangażowania banków wiąże się jednak także i odpowiedzialność oraz pewne specyficzne ryzyko. Odmowa finansowania pewnych projektów inwestycyjnych lub przedsiębiorstw, np. z uwagi na ich znaczącą emisję CO₂, może wywoływać napięcia społeczne ze strony niezadowolonych pracowników lub lokalnych społeczności. Jest to jednak nieuniknione. Już obecnie strategie działania wielu banków w Polsce zakładają całkowite odejście w najbliższej przyszłości od finansowania przedsiębiorstw z branży węglowej oraz ograniczenie współpracy z firmami energetycznymi wykorzystującymi paliwa kopalne. Władze mają świadomość tych procesów, stąd podjęta próba wydzielenia z przedsiębiorstw energetycznych tych aktywów, które już niedługo mogą zostać całkowicie odcięte od bankowego finansowania⁵.

Im większa będzie skłonność firm do szybkiej zmiany procesów i wykorzystywanych technologii w celu ograniczenia emisyjności oraz im lepiej uda się instytucjom bankowym zoptymalizować poszczególne projekty w celu osiągnięcia jak największych efektów ekologicznych przy poniesieniu określonych nakładów inwestycyjnych, tych większe pozytywne skutki odczujemy wszyscy jako społeczeństwo.

⁵ Koncepcja utworzenia Narodowej Agencji Bezpieczeństwa Energetycznego (NABE) bazuje na pomysłach nabycia przez Skarb Państwa wszystkich aktywów związanych z wytwarzaniem energii elektrycznej w elektrowniach zasilanych węglem kamiennym i brunatnym wydzielonych z przedsiębiorstw pozostających pod kontrolą SP. W praktyce dotyczy to Polskiej Grupy Energetycznej oraz firm Tauron, Enea oraz Energa.

Patrząc w szerszej perspektywie, proces wzrostu znaczenia dla inwestorów finansowych przechodzenia firm na inwestycje z obszaru ESG w nadchodzących latach spowoduje stały i znaczący odpływ kapitału z firm ocenianych negatywnie w kontekście ich strategii ESG do przedsiębiorstw ocenianych pozytywnie w zakresie realizowanych projektów ESG (Herrera & Brenneis, 2020). Należy jednak też zauważyć, iż chociaż inwestycje firm w ramach ich strategii ESG mogą przynosić korzyści społeczne, nie zalicza się do nich wyższych oczekiwanych zysków dla inwestorów (Cornell, 2020).

Bibliografia

- Amoud, A., Saleh, A., & Eliwa, J. (2023). Does mandating ESG reporting reduce ESG decoupling? Evidence from the European Union's Directive 2014/95. *Business Strategy and the Environment*, 33(2), 2, <https://doi.org/10.1002/bse.3543>
- Cicchello, A.F., Marrazza, F., & Perdichizzi, S. (2022). Non-financial disclosure regulation and environmental, social, and governance (ESG) performance: The case of EU and US firms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(3). <https://doi.org/10.1002/csr.2408>
- Cornell, B. (2020). ESG preferences, risk and return. *European Financial Management*, 27(1), 3, <https://doi.org/10.1111/eufm.12295>
- DeCotis, P.A. (2021). Corporate Social Responsibility. *Climate and Energy*, 3. <https://doi.org/10.1002/gas.22224>
- Dyrektywa NFRD. (2014). Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki gospodarcze oraz grupy kapitałowe.
- Dyrektywa. (2013). Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i UE nr 2013/34/UE w sprawie rocznych sprawozdań finansowych, skonsolidowanych sprawozdań finansowych i powiązanych sprawozdań niektórych rodzajów.
- Globalna walka na zielone subsydia. (2023). Forsal.pl. <https://forsal.pl/biznes/energetyka/artykuly/9379338,globalna-walka-na-zielone-subsydia.html>
- Herrera, G., & Brenneis, M. (2020). Sustainable investing — encouraging evidence for investors. *Wilmott*, 2. <https://doi.org/10.1002/wilm.10866>
- Khalid, S., Hung, K., & Wiley, J. (2021). The ESG Value Opportunity: A Decision Point for Utilities. *Climate and Energy*, 38(5). <https://doi.org/10.1002/gas.22261>
- Levantesi, Z., D'Ecclesia, R., & D'Amato, V. (2023). Firms' profitability and ESG score: A machine learning approach. *Applied Stochastic Models in Business and Industry*, 6. <https://doi.org/10.1002/asmb.2758>
- Rozporządzenie. (2019). Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2088 z dnia 27 listopada 2019 r. w sprawie ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych.
- Rozporządzenie. (2020). Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 roku w sprawie ustanowienia ram ułatwiających realizację zrównoważonych inwestycji.

Santamaria, R., Paolone, F., CucarI, N., & Dezi, L. (2021). Non-financial strategy disclosure and environmental, social and governance score: Insight from a configurational approach. *Business Strategy and the Environment*, 3, <https://doi.org/10.1002/bse.2728>

Ustawa. (2016). Ustawa o rachunkowości z dnia 15.12.2016 r., Dz.U. z 2017 r. poz. 2342.

The Role of Banks in the Implementation of ESG Strategies by Enterprises

Abstract: Changes in consumer needs and habits are manifested not only in the form of new technologies or new trends, but are associated with values that guide customers in their purchasing preferences. In response to consumers' growing ecological awareness, this topic has also attracted the attention of companies. Since environmental protection is increasingly important for the functioning of modern societies, it is part of policies implemented by public authorities. All of these processes have led to the development of a new company management strategy, known as the ESG strategy. It is used to implement initiatives of public authorities, such as the European Green Deal, which aim, among other things, to reduce CO₂ emissions in an effort to limit the greenhouse effect. The banking sector plays an important role in this endeavour through its involvement in the process of enterprises reporting effects of their ESG activities and ongoing investment projects aimed at reducing carbon emissions. It is expected that banks, using their knowledge of ecological transformation undertaken by enterprises, will be able to advise their clients in the selection of energy transformation projects with an aim of achieving carbon neutrality.

Key words: ESG strategy, emission reduction, greenhouse effect, ESG reporting, ecological transformation of enterprises

WIESŁAWA ILNICKA

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Wydział Zamiejscowy w Chorzowie
<https://orcid.org/0000-0002-7239-813X>
e-mail: wieslawa.ilnicka@chorzow.wsb.pl

Rola CSR w budowaniu kapitału klienta

Streszczenie. W artykule przedstawiono sylwetkę klienta jako najważniejszego zasobu przedsiębiorstwa. Scharakteryzowano również społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR) oraz omówiono jej rolę w budowaniu kapitału klienta. Celem artykułu jest ukazanie znaczenia strategii społecznie odpowiedzialnego biznesu w kontaktach z różnymi interesariuszami, ze szczególnym uwzględnieniem klientów. Autorka podkreśla wagę przekazywanych przez firmę informacji o podejmowanych działaniach w zakresie CSR w budowaniu kapitału klienta.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, zrównoważony rozwój, klient, komunikacja

<https://doi.org/10.58683/dnswsb.1936>

1. Wprowadzenie

Wdrażanie polityki CSR w przedsiębiorstwie oznacza tworzenie wspólnej wartości dla wszystkich interesariuszy firmy poprzez uwzględnianie zarówno kwestii ekonomicznych, jak i etycznych, społecznych oraz środowiskowych w strategiach biznesowych. U podstaw społecznej odpowiedzialności biznesu leży potrzeba dialogu z interesariuszami i włączanie ich w rozwój firmy. CSR to między innymi budowanie zaufania i wzajemnego zrozumienia potrzeb firmy oraz interesariuszy.

Sukces każdej organizacji uzależniony jest w dużym stopniu od klientów, a dokładniej od kapitału, jaki wnoszą oni do firmy poprzez kupowanie jej produktów i usług, ale również poprzez komunikowanie wartości kreowanej przez przedsiębiorstwo pozostałym uczestnikom rynku. Budowanie kapitału klienta jest obowiązkowym działaniem każdego przedsiębiorstwa. W ogólnym rozumieniu odbywa się poprzez wymianę wartości pomiędzy klientami a firmą w dłuższym okresie czasu. Klient wnosi do firmy wartość finansową, informacje oraz wizerunek, natomiast organizacja dostarcza klientom ofertę, relacje, komunikację, wizerunek oraz doświadczenie.

W odniesieniu do polityki społecznej odpowiedzialności biznesu na wymianę wartości pomiędzy klientem a organizacją składa się jeszcze jeden bardzo istotny składnik, jakim jest zaufanie. Organizacja budząca zaufanie klientów to taka, która traktuje interesariuszy podmiotowo i włącza ich poprzez odpowiednią strategię komunikowania w działania społecznie odpowiedzialne.

Skutecznie i efektywnie wdrażana polityka CSR w przedsiębiorstwie jest komunikatem dla otoczenia, że firma jest zaangażowana nie tylko w powiększanie zysku ekonomicznego, ale dąży do zrównoważonego rozwoju, w którym interesariusze są partnerami biznesowymi i jako tacy utożsamiają się z filozofią firmy i uczestniczą razem z nią w działaniach społecznych.

2. Społeczna odpowiedzialność biznesu — pojęcie, istota i obszary działania

Społeczna odpowiedzialność biznesu (*Corporate Social Responsibility* — CSR) jest ideą, zgodnie z którą przedsiębiorstwa ponoszą odpowiedzialność nie tylko ekonomiczną i prawną za swoją działalność, ale czują się również zobowiązane do podejmowania działań zmierzających do realizacji celów społecznych (Bartkowiak, 2011, s. 9). Idea ta nieustannie rozwija się i ewoluje. Staje się koncepcją coraz bardziej znaczącą i rozpoznawalną. Wpływa na działania podejmowane przez przedsiębiorstwa, ale również na politykę gospodarczą świata i Unii Europejskiej, która promuje CSR jako instrument europejskiej strategii na rzecz zrównoważonego rozwoju (Jarczyk & Makowski, 2020, s. 9).

Po raz pierwszy Komisja Europejska zdefiniowała CSR jako „koncepcję, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają kwestie społeczne i środowiskowe w swojej działalności gospodarczej i stosunkach z zainteresowanymi stronami” (Społeczna odpowiedzialność biznesu — CSR, 2023). W październiku 2011 KE opublikowała nową politykę społecznej odpowiedzialności biznesu i zdefiniowała CSR jako „odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo” (Społeczna odpowiedzialność biznesu — CSR, 2023). Przedsiębiorstwa w celu wywiązania się z założeń przyjętej przez KE polityki „powinny wprowadzić proces mający na celu włączenie kwestii społecznych, środowiskowych, etycznych praw człowieka i ochrony konsumentów do swojej działalności gospodarczej i podstawowej strategii w ścisłej współpracy z zainteresowanymi stronami” (Społeczna odpowiedzialność biznesu — CSR, 2023).

Kolejną definicję społecznej odpowiedzialności biznesu podaje Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju Przemysłu (UNIDO): „Społeczna odpowie-

działność biznesu to koncepcja zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa włączają kwestie społeczne i środowiskowe do swojej działalności gospodarczej i interakcji z interesariuszami” (Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR, 2023).

Światowa Rada Biznesu na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBCSD) określiła CSR jako „nieustanne zobowiązanie przedsiębiorstw do przyczyniania się do rozwoju gospodarczego przy jednoczesnej poprawie jakości życia pracowników i ich rodzin, jak również społeczności i całego społeczeństwa” (Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR, 2023).

Grupa Banku Światowego opracowała definicję CSR, która brzmi: „Społeczna odpowiedzialność biznesu to zobowiązanie przedsiębiorstw do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju gospodarczego poprzez współpracę z pracownikami, ich rodzinami, społecznością lokalną i ogółem społeczeństwa, do poprawy jakości ich życia w sposób korzystny dla biznesu i rozwoju” (Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR, 2023).

Definicja CSR została również określona w normie PN-ISO 26000. Norma definiuje społeczną odpowiedzialność jako wpływ podejmowanych przez organizację decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie w siedmiu obszarach:

- ▶ **ład organizacyjny;**
- ▶ **prawa człowieka:** należyta staranność, sytuacje zagrożenia praw człowieka, unikanie współudziału/udzielania pomocy w działaniach niezgodnych z prawem, rozpatrywanie skarg, dyskryminacja i grupy szczególnie wrażliwe, prawa obywatelskie, gospodarcze, społeczne i kulturalne, fundamentalne zasady i prawa w pracy;
- ▶ **praktyki z zakresu pracy:** zatrudnienie i stosunki pracy, warunki pracy i ochrona socjalna, dialog społeczny, BHP, rozwój człowieka i szkolenia w miejscu pracy;
- ▶ **środowisko:** zapobieganie zanieczyszczeniom, zrównoważone wykorzystanie zasobów, łagodzenie skutków oraz adaptacja do zmian klimatu, ochrona środowiska, różnorodność biologiczna i przywracanie siedlisk przyrodniczych;
- ▶ **uczciwe praktyki operacyjne:** przeciwdziałanie korupcji, odpowiedzialne angażowanie się w działalność polityczną, uczciwa konkurencja, promowanie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości, poszanowanie praw własności;
- ▶ **zagadnienia konsumenckie:** uczciwy marketing, prawdziwe i obiektywne informacje oraz uczciwe praktyki dotyczące umów, ochrona zdrowia i bezpieczeństwo konsumentów, zrównoważona konsumpcja, obsługa

konsumenta, wsparcie oraz reklamacje i rozstrzyganie sporów, ochrona danych i prywatność konsumenta, dostęp do podstawowych usług, edukacja i świadomość;

- ▶ **zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej:** zaangażowanie społeczne, edukacja i kultura, tworzenie miejsc pracy i rozwijanie umiejętności, rozwój i dostęp do technologii, tworzenie bogactw i dochodu, zdrowie, inwestycje społeczne (ISO-26000, n.d.).

Definicje społecznej odpowiedzialności biznesu znajdziemy również w literaturze przedmiotu.

M. Raich, S.L. Dolan, J. Klimek w książce *Globalna transformacja biznesu i społeczeństwa* definiują CSR jako „filozofię, która mówi, że firma jest tworem społecznym i jako taka powinna się angażować w inicjatywy lokalnej społeczności, to podejmowanie przez kierownictwo przedsiębiorstwa takich decyzji i działań, które przyczyniają się zarówno do dbałości o interes firmy, jak i do ochrony i pomnażania dobrobytu społecznego. To także, a może przede wszystkim, koncepcja zarządzania firmą, zgodnie z którą przedsiębiorstwo dobrowolnie uwzględnia interesy społeczne i ochrony środowiska w swoich strategiach i działaniach” (Raich, Dolan & Klimek, 2011, s. 282).

B. Rok w publikacji *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie* napisał, że: „Odpowiedzialny biznes to podejście strategiczne i długofalowe, oparte na zasadach dialogu społecznego i poszukiwaniu rozwiązań korzystnych dla wszystkich” (Rok, 2014).

K. Buglewicz w książce *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Nowa wartość konkurencyjna* podaje, że „założeniem społecznie odpowiedzialnego biznesu jest podejmowanie takich działań, które na każdym etapie funkcjonowania przedsiębiorstwa uwzględniają aspekt zachowań odpowiedzialnych i uczciwych. Dodatkowo działania z obszaru społecznej odpowiedzialności stają się atutem pozwalającym rywalizować z biznesowymi konkurentami, zdobywać przewagę rynkową i pozytywnie wpływać na nowych odbiorców” (Buglewicz, 2017, s. 7).

Definicji określających to, czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu, jest wiele, wszystkie jednak podkreślają znaczenie wpływu, jaki CSR wywiera na otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne przedsiębiorstwa. Istotny jest fakt, że CSR to nie działalność charytatywna, filantropijna czy też sponsoringowa, ale przede wszystkim strategiczna koncepcja zarządzania przedsiębiorstwem, ściśle powiązana ze strategią biznesową w zakresie oddziaływania na społeczeństwo i środowisko. Obecnie uznaje się, że włączenie odpowiedzialności społecznej, etycznej i ekologicznej do zarządzania zapewnia organizacjom konkurencyjność, długotrwały sukces oraz zrównoważony rozwój. Przedsiębiorstwa są integralną częścią społeczeństwa

i odgrywają kluczową rolę w promowaniu integracji społecznej i sprawiedliwości. Skutecznie wdrożone działania z obszaru CSR zapewniają firmom wizerunek przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie, których produkty i usługi są preferowane przez klientów, co w konsekwencji zapewnia stabilny i zrównoważony rozwój.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu jest podejściem coraz bardziej oczekiwanym przez inwestorów, społeczeństwo i klientów. Przynosi firmie szereg korzyści, zarówno z punktu widzenia reputacji, jak i wyników finansowych. Korzyści, jakie przedsiębiorstwo ma szansę osiągnąć dzięki wdrożeniu CSR, to między innymi:

- ▶ **Lepszy wizerunek** — działania z zakresu CSR budują wizerunek przedsiębiorstwa odpowiedzialnego, co przyciąga inwestorów i klientów, a także pomaga zdobywać lojalność i budować długotrwałe relacje.
- ▶ **Zaufanie klientów** — klienci ufają firmom, które dbają o środowisko, działają etycznie, wspierają społeczeństwo. Zaufanie klientów przekłada się nie tylko na skłonność do zakupów, ale również na częstszą rekomendację.
- ▶ **Lojalność klientów** — klienci częściej pozostają wierni organizacjom działającym proekologicznie i prospołecznie. Długotrwałe relacje przynoszą korzyść w postaci stałych dochodów. Zmniejszają również koszty pozyskania nowych klientów.
- ▶ **Wzrost wartości marki** — CSR zwiększa rozpoznawalność marki i podnosi jej atrakcyjność w oczach klientów i inwestorów.
- ▶ **Lepszy dostęp do kapitału** — działania z zakresu CSR przyciągają inwestorów zainteresowanych zrównoważonym rozwojem, dzięki czemu dostęp do pozyskania finansowania jest łatwiejszy i tańszy.
- ▶ **Redukcja ryzyka** — wdrażanie działań z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu pozwala na unikanie kontrowersji społeczno-środowiskowych i zapobiega utracie reputacji.
- ▶ **Efektywność operacyjna** — wdrażanie zrównoważonych praktyk przyczynia się do zwiększenia efektywności procesów operacyjnych i pozwala obniżyć koszty produkcji i działalności.
- ▶ **Lepsze relacje z pracownikami** — obecnie pracownicy przykładają dużą wagę do sposobu, w jaki działają firmy, w których pracują. Organizacja angażująca się w poprawę dobrostanu społeczeństwa i wdrażająca procesy pomagające ratować klimat może liczyć na zadowolenie, lojalność i zaangażowanie pracowników. Dzięki temu zmniejsza się rotacja kadry, co pozwala na redukcję kosztów rekrutacji.
- ▶ **Przyciąganie talentów** — firma angażująca się w działania CSR jest atrakcyjna dla osób poszukujących pracy, co ułatwia pozyskanie do współpracy osób utalentowanych.

- ▶ **Innowacje** – działania CSR pobudzają innowacje i prowadzą do opracowania nowych produktów i usług.
- ▶ **Pozytywna reklama** – wdrożenie działań z zakresu CSR sprawia, że przedsiębiorstwa są lepiej postrzegane na rynku, co przynosi pozytywną reklamę, która powoduje zainteresowanie firmą.
- ▶ **Dostęp do nowych rynków** – firmy działające w sposób etyczny, ekologiczny i prospołeczny mają często ułatwiony dostęp do nowych segmentów rynku (Społeczna odpowiedzialność biznesu jako narzędzie tworzenia pozytywnych relacji z klientami, 2023).

W ogólnym pojęciu koncepcja CSR jest postrzegana jako efektywne narzędzie poprawiające wizerunek przedsiębiorstwa, podnoszące konkurencyjność oraz przyczyniające się do generowania większych zysków. Dzisiaj firmy wprowadzają działania z zakresu ochrony środowiska, współpracują z lokalnymi społecznościami, troszczą się o pracowników, zwracają uwagę na dostarczenie klientom wartościowych towarów.

3. Klient – jeden z najważniejszych zasobów firmy

Dzisiaj coraz trudniej jest przetrwać na mocno konkurencyjnym i intensywnie zmieniającym się rynku. Zmiany na świecie, postępująca globalizacja, konieczność walki o klimat wymuszają zmiany w pojmowaniu konkurencji i sposobach zarządzania firmą. Obecnie klient ma możliwość wyboru produktu z dowolnego rynku na świecie. Przedsiębiorstwa podejmują wiele inicjatyw i wdrażają wiele istotnych procesów po to, aby zdobyć i zatrzymać klienta. Klienci stanowią kluczową grupę wśród interesariuszy przedsiębiorstwa. To od klientów zależy wielkość sprzedaży, osiągnięte zyski, kondycja finansowa firmy. Często to, jak firma jest postrzegana w oczach klientów, buduje jej wizerunek na rynku. Klienci są źródłem ważnych informacji z obszaru funkcjonowania przedsiębiorstwa, satysfakcji z zakupu, rekomendowania produktów i usług. Centralnym aspektem w zarządzaniu przedsiębiorstwem staje się więc konieczność pozyskiwania i wykorzystywania informacji o kliencie, jego preferencjach, oczekiwaniach i możliwościach. Uzyskana wiedza pozwala organizacjom na dobranie właściwej strategii, lepsze dopasowanie oferty produktowej, zdobycie zadowolenia i lojalności klienta oraz zbudowanie długotrwałych relacji. Klient, który odczuwa satysfakcję po zakupie konkretnego produktu, utożsamia odczuwanie pozytywnych emocji z konkretną marką i całym procesem zakupowym, a to buduje w jego oczach pozytywny wizerunek firmy i zaufanie oraz kształtuje długofalowe pozytywne relacje (Ratajski, 2007, s. 67).

Powszechnie uznaje się, że klient oczekuje od produktu lub usługi określonych cech i spełnienie tych oczekiwań pozwala na uzyskanie satysfakcji zakupowej. Dzisiaj obok cech fizycznych i użytkowych produktu ważny jest również fakt jego oddziaływania na środowisko naturalne. Świadomi degradacji klimatycznej klienci chcą się przyczynić do ratowania świata i wybierają produkty, które mają im w tym pomóc. Jak pokazują badania zlecone przez firmę PayPal w 2022 roku, ponad 60% Europejczyków wybiera wyłącznie produkty ekologiczne, a w Polsce 7 na 10 konsumentów zwraca uwagę na asortyment pochodzący z ekologicznych źródeł. Te same badania wskazują, że około 5–10% konsumpcji żywności ekologicznej jest efektem coraz większej świadomości ekologicznej i chęci dopasowania zakupów do osobistych przekonań. Klienci zwracają uwagę na pochodzenie kupowanych towarów, sposób, w jaki zostały wyprodukowane, ich wartość oraz to, czy są certyfikowane (Mazurkiewicz, 2022).

Poprzez świadomą i odpowiedzialną konsumpcję klienci mogą w istotny sposób wpłynąć na funkcjonowanie przedsiębiorstwa.

4. Klient i jego wpływ na politykę CSR przedsiębiorstwa

Klienci mogą stymulować firmy do podjęcia działań z zakresu CSR. Wiele przedsiębiorstw decyduje się na wdrożenie strategii CSR nie tylko z powodu zmieniających się trendów czy wymogów prawnych, ale przede wszystkim pod wpływem analizy zachowań klientów jako kluczowych interesariuszy (Mazur-Wierzbicka, 2015, s. 298).

Wyniki badania przeprowadzonego w 2022 roku przez UCE RESEARCH na zlecenie Wyborcza.biz pokazały, że 53,4% konsumentów wybiera dany produkt lub usługę ze względu na społeczne i odpowiedzialne działania firmy, która ten produkt lub usługę oferuje, dla 9,2% badanych jest to obojętne, natomiast 2,3% nie pamięta, czy kieruje się tą zasadą. Odpowiedzialne działania częściej podejmują osoby młode, w wieku 23–35 lat, co pozwala wnioskować, że ich zachowania będą kształtowały trendy rynkowe jeszcze przez długie lata. Konsumentami wpływu decyzji zakupowych na planetę i są skłonni zapłacić wyższą cenę za produkty posiadające certyfikat w kwestii ich neutralności dla klimatu, 23% badanych deklaruje, że jest w stanie zaakceptować cenę wyższą nawet o 10% za produkty przyjazne środowisku (Sobolak, 2022). Według raportu Izby Gospodarki Elektronicznej 49% badanych konsumentów branży e-commerce jest skłonnych zapłacić więcej za produkty pakowane w sposób ekologiczny. Badania te wyraźnie pokazują, że konsumenci chętniej kupują produkty droższe, jeśli na wyższą cenę składają się realne działania na rzecz ochrony środowiska czy poprawy życia ludzi na świecie (Makaruk, 2023).

Zaangażowanie konsumentów w kwestie społeczne i wymagania stawiane przedsiębiorcom stały się szczególnie widoczne w momencie wybuchu wojny na Ukrainie. Ówczesna sytuacja wystawiła na próbę przedsiębiorstwa, sprawdzając wiarygodność ich deklaracji dotyczących odpowiedzialności wobec społeczeństw i środowiska. W obliczu agresji skierowanej na konkretne społeczeństwo firmy musiały zrezygnować z zysku na rzecz solidarności z pokrzywdzonymi. Działania niezgodne z zasadą społecznej odpowiedzialności biznesu spotkały się z reakcją konsumentów w postaci bojkotów towarów lub usług, co zmusiło przedsiębiorstwa do korekty tych działań. W rezultacie firmy nie mogły pozostać obojętne na oczekiwania kluczowych interesariuszy (Smorczevska-Mickiewicz, 2022).

Wojna okazała się sprawdzianem dla firm deklarujących działania prospołeczne, wyraźnie dało się dostrzec pozafinansowy wymiar biznesu.

W Polsce działania oparte na założeniach społecznej odpowiedzialności również odgrywają coraz większą rolę. Firma badawcza Research Collective na zlecenie CSR Consulting oraz Banku BNP Paribas przeprowadziła w 2021 roku badania, które pokazały, że polscy konsumenci oczekują od biznesu większego zaangażowania w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju. Badani wskazali jako najpilniejsze do realizacji cele dotyczące zdrowia i jakości życia (Cel 3), wzrostu gospodarczego i godnej pracy (Cel 8) oraz działania w dziedzinie klimatu (Cel 13). Uczestniczący w badaniu określili również, że konsumenci największy wpływ mają na realizację wskazanych Celów 3 i 13, ale także Celu 15: Życie na lądzie oraz Celu 12: Odpowiedzialna produkcja i konsumpcja (Sprawdziliśmy co Polacy wiedzą o SDGs i co robią kiedy świat nas potrzebuje, 2021).

Nie wszyscy klienci potrafią wyjaśnić pojęcia: zrównoważony rozwój czy biznes społecznie odpowiedzialny, jednak wszyscy konsumenci oczekują działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, niezależnie od stopnia posiadanej w tym temacie wiedzy. Raport Izby Gospodarki Elektronicznej ujawnił, że 93% badanych nie wie, co oznacza termin CSR, ale potrafi nazwać czynniki, jakie są wyznacznikami działań odpowiedzialnych społecznie. Klienci oczekują, że firmy będą ekologiczne, działające na rzecz ratowania klimatu, będą dbały o pracowników i ich rodziny, będą udzielały się charytatywnie (Makaruk, 2023).

Mimo niskiej znajomości pojęć i definicji związanych ze zrównoważonym rozwojem i społeczną odpowiedzialnością konsumenci wiedzą, jak być proekologicznym i tego oczekują od przedsiębiorców. Świadomość życia w sposób ekologiczny jest coraz bardziej popularna, klienci deklarują dokonywanie racjonalnych zakupów, preferują opakowania przyjazne środowisku, wybierają rower zamiast samochodu, zmniejszają spożycie mięsa, angażują się na rzecz społeczności lokalnych. Świat biznesu jest zmuszony wyjść naprzeciw zmieniającemu się stylowi życia konsumentów.

5. Działania CSR a komunikacja z klientem

Idea społecznej odpowiedzialności biznesu nie jest tylko trendem modowym, który można zlekceważyć i przeczekać. Oczekiwania klientów wobec biznesu są realne i należy je uwzględnić w budowaniu długoterminowej strategii zarządzania firmą. Dzisiaj CSR to nie przywilej oferowany przez duże, światowe koncerny, ale konieczność również dla małych, dopiero rozwijających się firm. Aby CSR przyniosło przedsiębiorstwu realne korzyści finansowe, budowało jego pozycję na rynku i pomagało w uzyskaniu pozycji lidera, trzeba do działań prospołecznych i prośrodowiskowych zaangażować pracowników i klientów firmy, a żeby to zrobić, należy publicznie informować o prowadzonych działaniach. Jeżeli firmie zależy na zrównoważonym rozwoju, inicjuje ona działania z zakresu CSR, ma rzeczywisty, korzystny wpływ na ekologię, poprawia jakość życia ludzi, to powinna głośno o tym mówić.

Wyniki badań prowadzonych przez ARC Rynek i Opinia dowodzą, że konsumenci znacznie lepiej oceniają firmy, które angażują się w ekologię, ochronę środowiska, akcje społeczne, edukacyjne czy prozdrowotne:

- ▶ 59% osób korzystniej ocenia firmy zaangażowane w ekologię i ochronę środowiska,
- ▶ 57% osób korzystniej ocenia firmy zaangażowane w wydarzenia społeczne,
- ▶ 54% osób korzystniej ocenia firmy zaangażowane w tematy zdrowia i jego ochrony,
- ▶ 50% osób korzystniej ocenia firmy zaangażowane w edukację (Felczak, 2020).

Z kolei badanie Barometr CSR wykonane przez Dom Badawczy Maison na zlecenie SGS Polska w czerwcu i lipcu 2023 roku pokazuje, że konsumenci mają pozytywny stosunek do działań CSR prowadzonych przez firmy – 88% badanych zgadza się ze stwierdzeniem, że dobrze jest, iż coraz więcej firm podejmuje działania na rzecz społeczeństwa i środowiska. Z kolei 57% badanych wierzy, że produkty i usługi firm angażujących się w działania na rzecz społeczeństwa i środowiska są lepszej jakości niż produkty i usługi firm, które tego nie robią. Raport przedstawiający wyniki tego badania pokazał również, że co dziesiąty pytany o rolę przedsiębiorstw w społeczeństwie uważa, że firmy powinny aktywnie wspierać różnego rodzaju działania na rzecz środowiska czy społeczeństwa nie tylko poprzez inwestowanie pieniędzy, ale również poprzez aktywne, osobiste uczestnictwo w organizowanych akcjach. Powyższe liczby wyraźnie pokazują, że na wybór przez klienta produktu, marki czy firmy duży wpływ ma wdrożenie

strategii CSR w zarządzaniu przedsiębiorstwem (Firmy powinny chwalić się CSR, ale raczej im nie zaufamy, 2013).

Firmy komunikują się z klientem poprzez działania marketingowe. Wraz z rozwojem koncepcji społecznej odpowiedzialności rozwijał się marketing społecznie zaangażowany (CRM — *caused related marketing*), poprzez który firmy wspierają określone cele społeczne, jednocześnie poprawiając swój wizerunek i umacniając własną pozycję na rynku. Marketing społecznie zaangażowany opiera się na założeniu, że obowiązkiem firm jest nie tylko generowanie zysków, ale też przeznaczanie części z nich na inicjowanie i reklamowanie działań społecznych oraz edukację społeczeństwa (Smyk, 2022). Wdrożenie takiego typu marketingu jest niezwykle istotne w celu nawiązania relacji i zdobycia zaufania klientów. Klient, wybierając spośród produktów nieróżniących się zbytnio jakością czy ceną, potrzebuje dodatkowego bodźca, który pomoże mu podjąć decyzję. Kupując produkty należące do firmy, która prowadzi działania marketingu społecznie zaangażowanego, klient może poczuć, że jego decyzja zakupowa wsparła ważne kwestie społeczne, a to z kolei może decydować o jego lojalności wobec danej marki. Budowanie skojarzenia firmy z działaniem na rzecz istotnych spraw społecznych i ekologicznych to jedna z zalet marketingu społecznie zaangażowanego. Dodatkowo prowadzenie działań społecznie odpowiedzialnych i komunikowanie tego klientom zachęca ich do udziału w tych inicjatywach.

Niezwykle istotne jest, aby komunikowanie działań społecznie zaangażowanych szło w parze z rzeczywistym prowadzeniem tych działań. We współczesnym świecie konsumenci są wyczuleni na zjawisko „greenwashingu”, czyli mówiąc potocznym językiem używanym przez klientów — „ekościemy”. Wyniki opisanego powyżej badania Barometr CSR wykazały, że aż 56% konsumentów nie ufa temu, co mówią firmy o swoim zaangażowaniu na rzecz dobra społecznego czy dbania o środowisko. Jeśli firma oprócz deklaracji aktywnie uczestniczy w akcjach społecznych i angażuje się w działania z zakresu CSR, to wzbudza zaufanie znacznie większej (78%) liczby konsumentów (Firmy powinny chwalić się CSR, ale raczej im nie zaufamy, 2013). Liczby te pokazują, że realne działania są dla klienta dużo bardziej istotne niż tylko ich deklarowanie. Wynika to z faktu, że w świecie biznesu mnóstwo jest przykładów wprowadzania konsumentów w błąd w kwestii oddziaływania firmy czy też jej produktów na środowisko. W celu zmniejszenia tego zjawiska Komisja Europejska w marcu 2023 roku zaproponowała aktualizację unijnego prawa konsumenckiego poprzez wprowadzenie dyrektywy w sprawie oświadczeń środowiskowych — Green Claims Directive, która będzie określać minimalne normy dotyczące sposobu, w jaki firmy uzasadniają, weryfikują i komunikują oświadczenia dotyczące środowiska. Dyrektywa będzie też zawierać zapisy o środkach kontroli etykiet środowiskowych i zapew-

nienia ich wiarygodności (Green Claims Directive. Integralność, przejrzystość, weryfikacja, 2023).

Nowe przepisy unijne powstają w celu zapewnienia konsumentom wiarygodnej informacji handlowej, która nie będzie sugerowała, że produkt, usługa czy firma ma pozytywny wpływ na środowisko, nie wywiera żadnego wpływu na środowisko lub jest mniej szkodliwa dla środowiska. Etykiety tekstowe czy też oznakowania produktów powinny prawidłowo odzwierciedlać efektywność środowiskową i wpływ na środowisko i powinny być zgodne z oświadczeniami producenta oraz oparte na najnowszych badaniach naukowych (Komisja Europejska mówi „nie” zjawisku greenwashingu, 2023).

Komunikowanie działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu przynosi firmie korzyści w postaci kapitału zaufanego i lojalnego klienta, związanego z firmą poprzez wybór jej produktów, a także poprzez uczestnictwo w organizowanych akcjach społecznych i środowiskowych. Prowadzone działania CSR w zakresie budowania relacji pomiędzy przedsiębiorstwem a konsumentem z pewnością przysłużą się zatrzymaniu klientów i zdobyciu ich lojalności.

6. Podsumowanie

Społeczna odpowiedzialność biznesu odgrywa ogromną rolę w budowaniu kapitału klienta. Jak pokazują przytoczone powyżej wyniki badań, przedsiębiorstwo, które na dzisiejszym rynku nie wdraża działań z zakresu CSR, ma znacznie ograniczone możliwości zdobycia i zatrzymania klientów.

Trudno byłoby dzisiaj wskazać organizację, która pozostaje obojętna na zmiany klimatu, oczekiwania konsumentów w zakresie ochrony środowiska, nie dba o swoich pracowników, nie stara się o pozyskanie pozytywnej opinii lokalnych społeczności. Nawet największe międzynarodowe koncerny, które wiele lat temu wypracowały sobie wydawałoby się niezachwianą pozycję rynkową i dzisiaj są ikoną, muszą podążać za wyzwaniem, jakim stało się wdrażanie polityki społecznej odpowiedzialności biznesu do strategii zarządzania przedsiębiorstwem. Przerazające komunikaty przedstawiające rychły koniec świata jako skutek zmian klimatycznych spowodowanych w dużej mierze działalnością biznesową człowieka sprawiły, że konsumenci zaczęli oczekiwać od świata biznesu działań odwracających ten stan rzeczy. Minęły czasy, kiedy przedsiębiorstwa mogły prowadzić działalność mającą na celu tylko wypracowanie możliwie największych zysków, minęły czasy, kiedy od pracodawców oczekiwano się jedynie godnej płacy i możliwie bezpiecznych i komfortowych warunków pracy. Główni gracze na rynku – klienci – z coraz większą uwagą przyglądają się działaniom firm i dobitnie wyra-

żają swój sprzeciw wobec działań nieetycznych, wykorzystywaniu pracowników, zatrucaniu środowiska, obojętności wobec potrzeb najuboższych społeczeństw.

Świat biznesu nie może tylko deklarować faktu prowadzenia działań z zakresu CSR, ale działania te muszą być rzeczywiste i przynosić konkretne korzyści planecie i społeczeństwom. Konsumenci bardzo dokładnie weryfikują składane deklaracje ze stanem faktycznym i nie boją się wymuszać na firmach wdrażania realnych rozwiązań. Dzisiaj to nie tylko wysoka jakość i odpowiednia do niej cena są podstawowymi czynnikami wyboru konkretnej marki, dzisiaj klient czyta etykiety, sprawdza pochodzenie i sposób produkcji wyrobu, a także wartość i wiarygodność certyfikatu. Oszuści stosujący „greenwashing” muszą się liczyć z bojkotem ich produktów i brakiem możliwości istnienia na rynku. Takie działania skazują firmy na poważny kryzys wizerunkowy, a utraconych klientów bardzo trudno będzie odzyskać. CSR oznacza wiarygodność na wszystkich płaszczyznach działania przedsiębiorstwa. Etyka, transparentność i pozytywne oddziaływanie na społeczeństwo, działania zmniejszające ślad węglowy i redukujące negatywny wpływ na środowisko, edukacja partnerów biznesowych, wymagania stawiane dostawcom — to wszystko jest poddawane stałej weryfikacji, przechodzi przez gęste sito oczekiwań konsumentów i może zapewnić firmie konkurencyjną pozycję na rynku i sukces finansowy.

Żadna firma nie będzie postrzegana jako odpowiedzialna społecznie, jeżeli nie będzie odpowiedzialna w stosunku do swoich klientów.

Bibliografia

- Bartkowiak, G. (2011). *Spółeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*. Difin.
- Buglewicz, K. (2017). *Spółeczna odpowiedzialność biznesu. Nowa wartość konkurencyjna*.
- Felczak, M. (2020, 10 czerwca). *Konsumenci lepiej oceniają firmy zaangażowane społecznie*. <https://arc.com.pl/konsumenci-lepiej-oceniaja-firmy-zaangazowane-spoecznie>
- Firmy powinny chwalić się CSR, ale raczej im nie zaufamy. (2013). *Marketing przy kawie*. <https://marketingprzykawie.pl/artykuly/firmy-powinny-chwalic-sie-csr-ale-raczej-im-nie-zaufamy-badanie-barometr-csr/>
- Green Claims Directive. Integralność, przejrzystość, weryfikacja. (2023). Control Union. <https://controlunion.pl/green-claims-directive-rewizja-dyrektwy-dot-zielonych-deklaracji/>
- ISO-26000. (n.d.). ISO 26000 — Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności. <https://www.iso.org/pl/uslugi-zarzadzania/wdrazanie-systemow/odpowiedzialnosc-spoeczna-csr/iso-26000/>
- Jarczyk, P., & Makowski, Ł. (2020). *Wybrane dobre praktyki społecznie odpowiedzialnego biznesu sieci detalicznych działających w Polsce na rynku FMCG*. Wydawnictwo WSB.
- Komisja Europejska mówi „nie” zjawisku greenwashingu. (2023). *Puls Biznesu*. <https://www.pb.pl/komisja-europejska-mowi-nie-zjawisku-greenwashingu-1200223>

- Makaruk, T. (2023, 30 stycznia). Czy CSR to już *must-have* w walce o konsumenta?. <https://www.marketingbusinessblog.pl/czy-csr-to-juz-must-have-w-walce-o-konsumenta/>
- Mazurkiewicz, P. (2022, 31 maja). Szturm na ekologiczne produkty. Polacy powyżej średniej UE. *Rzeczpospolita*. <https://www.rp.pl/przemysl-spozywczy/art36413851-szturm-na-ekologiczne-produkty-polacy-powyzej-sredniej-ue>
- Mazur-Wierzbička, E. (2015). Wpływ konsumentów na rozwój społecznej odpowiedzialności biznesu. *Handel Wewnętrzny*, 4(357), 296–306.
- Raich, M., Dolan, S.L., & Klimek, J. (2011). *Globalna transformacja biznesu i społeczeństwa*. Difin.
- Ratajski, R. (2007). Klient jako najważniejsza wartość firmy usługowej. *Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych Politechniki Koszalińskiej*, 11, 61–73.
- Rok, B. (2014). *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie*. <https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/odpowiedzialny-biznes-w-nieodpowiedzialnym-swiecie/>
- Smorzewska-Mickiewicz, B. (2022). Odpowiedzialność biznesu w obliczu wojny na Ukrainie. *Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Zielonej Górze*, 17, 50–88.
- Smyk, M. (2022). *Kto może zyskać na marketingu społecznie zaangażowanym*. Digital Hill Performance Marketing. <https://digitalhill.pl/content-marketing/kto-moze-zyskac-na-marketingu-spoecznie-zaangazowanym/>
- Sobolak, J. (2022). Oplaca się być odpowiedzialnym biznesem, konsumenci mówią: Sprawdzam!. *Wyborcza.biz*. <https://wyborcza.biz/biznes/7,147743,28384951,konsumenci-mowia-sprawdzam-oplaca-sie-byc-odpowiedzialnym.html>
- Spółeczna odpowiedzialność biznesu — CSR. (2023). <https://www.projektprzywodztwo.com/spoleczna-odpowiedzialnosc-biznesu-csr>
- Spółeczna odpowiedzialność biznesu jako narzędzie tworzenia pozytywnych relacji z klientami. (2023, 29 września). Autopay. <https://autopay.pl/baza-wiedzy/blog/ecommerce/spoleczna-odpowiedzialnosc-biznesu-a-wizerunek-firmy>
- Sprawdziliśmy co Polacy wiedzą o SDGs i co robią kiedy świat nas potrzebuje. (2021). PNB Paribas. <https://media.bnpparibas.pl/pr/661913/sprawdzilismy-co-polacy-wiedza-o-sdgs-i-co-robja-kiedy-swiat-nas-potrzebuje-kazdy-moze-cos-zmienic-a-najlepiej-zaczac-od-siebie>

The Role of CSR in Building Customer Capital

Abstract. The article presents a profile of the customer viewed as the company's vital resource defines the concept of corporate social responsibility (CSR) and discusses its role in building customer capital. The purpose of the article is to show the importance of CSR strategies in dealing with various stakeholders, especially customers. The author also highlights the importance of communicating CSR activities in building customer capital.

Keywords: corporate social responsibility, sustainability, customer, communication

ROMAN GARBIEC

Politechnika Częstochowska

Wydział Zarządzania

<https://orcid.org/0000-0001-9868-6204>

e-mail: roman.garbiec@pcz.pl

Wiedza i decyzje pracodawców dotyczące funkcjonowania Pracowniczych Planów Kapitałowych

Streszczenie. Pracownicze Plany Kapitałowe to kolejny element polskiego systemu emerytalnego, który ma zapewnić dodatkowe dochody w wieku senioralnym. Zgodnie z obowiązującymi przepisami, praktycznie każdy pracodawca musi wdrożyć takie rozwiązanie w swoim przedsiębiorstwie. Zakres wiedzy na temat PPK, ich przygotowania oraz sposobu, w jaki pracodawcy nimi zarządzają jest obecnie przedmiotem badań prowadzonych w ramach nauk społecznych i ekonomicznych. Prezentowane zagadnienie zostało omówione na podstawie wyników badania ankietowego przeprowadzonego wśród 133 pracodawców tworzących PPK w swoich firmach. W związku z tym musieli oni podejmować określone decyzje dotyczące utworzenia programu, zawierania umowy o prowadzeniu PPK, wyboru instytucji zarządzającej finansami PPK, administrowania poborem składek i opłacania części tych składek ze środków swojej firmy.

Słowa kluczowe: Pracowniczy Plan Kapitałowy (PPK), pracodawcy, wiedza, decyzje, wady i zalety PPK

<https://doi.org/10.58683/dnswsb.1932>

1. Wstęp

System emerytalny w Polsce w ostatnich dziesięcioleciach podlega permanentnym zmianom. Przewidując trendy demograficzne i dostrzegając mankamenty dotychczasowych rozwiązań, w 1999 roku wprowadzono kompleksową reformę systemu repartycyjnego oraz wprowadzono drugi i trzeci filar emerytalny. Obecnie trzeci filar systemu emerytalnego w Polsce obejmuje Pracownicze Programy Emerytalne, Indywidualne Konta Emerytalne, Indywidualne Konta Zabezpieczenia Emerytalnego i Pracownicze Plany Kapitałowe (PPK). PPK to najnowsza forma dobrowolnego oszczędzania, finansowana z trzech źródeł: składek uczestników, składek podmiotów zatrudniających oraz dotacji państwowych (Kapoor i in., 2007,

s. 586; Maciejasz & Chorkowy, 2022, s. 4). W najbliższym czasie planowana jest kolejna reforma systemu emerytalnego, polegająca na całkowitej likwidacji otwartych funduszy emerytalnych.

Niniejszy artykuł prezentuje opinie pracodawców na temat funkcjonowania Pracowniczych Planów Kapitałowych w polskim systemie ubezpieczeń społecznych. Wprowadzony w 2019 roku dodatkowy element polskiego systemu emerytalnego uczynił pracodawców twórcami i zarządcami PPK. Zgodnie z zapisem Ustawy z dnia 4 października 2018 r. o pracowniczych planach kapitałowych to oni mają obowiązek utworzenia programu, zawierania umowy o prowadzeniu PPK, wyboru instytucji zarządzającej finansami PPK, administrowania poborem składek od uczestników i opłacania części tych składek ze swoich środków (por. Ustawa, 2018, art. 7, 14, 18, 25–30). Ten pakiet obowiązków muszą realizować firmy, w których zatrudniony jest chociaż jeden uczestnik PPK, niezależnie od wiedzy i umiejętności ich właścicieli w tym zakresie.

W przeprowadzonym badaniu zastosowano kwestionariusz ankiety skierowany do kreatorów (pracodawców). Badanie pracodawców obejmowało między innymi źródła ich wiedzy o programie, wady i zalety programu, rodzaje podejmowanych decyzji dotyczących funkcjonującego programu i możliwości zmian z zakresu zarządzania finansami PPK.

Jako problemy badawcze sformułowane zostały następujące pytania:

- ▶ Na jakich źródłach wiedzy o programie opierali się pracodawcy, tworząc PPK?
- ▶ Jakie wady i zalety PPK dostrzegają jego kreatorzy?
- ▶ Czy pracodawcy zamierzają podejmować decyzje (dokonywać zmian) korygujące dotychczasowe rozwiązania?

Jako narzędzie badawcze zastosowano kwestionariusz ankiety, gdzie populacją badawczą była grupa 133 pracodawców tworzących Pracownicze Plany Kapitałowe.

2. Podstawowe założenia konstrukcji systemów emerytalnych

Każdy system emerytalny styka się z twardym dylematem, którego sednem jest niemożność jednoczesnego zaspokojenia jego podstawowych celów, a mianowicie:

- ▶ odpowiedniego (adekwatnego do indywidualnych potrzeb) poziomu emerytur;
- ▶ stabilności (podtrzymywalności) systemu emerytalnego, czyli jego zdolności do funkcjonowania przez wiele lat bez naruszania umów w oparciu o solidne podstawy finansowe;
- ▶ odpowiedniego wieku emerytalnego (wieku, w którym pracownicy przechodzą na emeryturę), zgodnego z indywidualnymi potrzebami i powszechnymi oczekiwaniami (Rutkowski, 2021).

Realizacja tych celów winna zapewnić efektywne funkcjonowanie systemów emerytalnych. Aby tak to funkcjonowało, stosowane są różne teoretyczne koncepcje kreowania i rozwoju tych systemów. Na przykład trzyfilarowa koncepcja Banku Światowego (World Bank, 1994) wychodzi z założenia, że świadczenia emerytalne mogą być finansowane z podatków (składek) lub oszczędności, a poszczególne części systemu emerytalnego mogą być administrowane przez instytucje publiczne lub prywatne. Ponadto uczestnictwo w poszczególnych filarach może być obowiązkowe lub dobrowolne. Na tej podstawie Bank Światowy rekomendował państwom reorganizującym systemy emerytalne, aby system emerytalny bazował na trzech filarach. Pierwszy filar miał być obowiązkową, opierającą się na publicznie zarządzanym modelu *pay-as-you-go* częścią systemu emerytalnego. Jego rozmiary miały być niewielkie i zapewniać minimalny poziom świadczeń. Drugi filar, również obowiązkowy, miał być administrowany przez instytucje prywatne i bazować na finansowaniu kapitałowym. Filar ten mógł mieć formę grupowych programów zakładowych lub indywidualnych oszczędności. Podobnie jak filar drugi, również trzeci filar mogłyby tworzyć programy zakładowe lub indywidualne. Miał być on jednak całkowicie dobrowolny i służyć zwiększeniu poziomu przyszłych świadczeń. Klasyczna koncepcja trzyfilarowa uległa modyfikacji w 2005 roku, kiedy to sformułowano propozycję pięciofilarowego systemu emerytalnego. Nowa koncepcja miała uwzględniać odmienny charakter uczestnictwa w systemie emerytalnym różnych grup docelowych, np. osoby ubogie, pozostające w szarej strefie. W ujęciu tym dodano bezskładkowy, gwarantujący minimalne świadczenia filar zerowy skierowany do ogółu społeczeństwa oraz IV filar, obejmujący wszelkie formy gromadzenia kapitału emerytalnego (zarówno finansowe, jak i niefinansowe) i wsparcie rodziny w ramach systemu naturalnego (por. Holzmann & Hinz, 2005). Natomiast w koncepcji Międzynarodowej Organizacji Pracy system emerytalny tworzą cztery poziomy:

1. uniwersalna lub uznaniowa emerytura minimalna zapewniająca ochronę przed ubóstwem (tzw. poziom zerowy);

2. obowiązkowy, publicznie zarządzany i finansowany ze składek niefinansowy (*pay-as-you-go*) plan emerytalny o zdefiniowanym świadczeniu, zapewniający godziwą stopę zastąpienia;
3. co do zasady obowiązkowy, prywatnie zarządzany indywidualny lub pracowniczy finansowy plan emerytalny o zdefiniowanej składce umożliwiający podniesienie stopy zastąpienia do pożądanego poziomu;
4. w pełni dobrowolny finansowy plan emerytalny o zdefiniowanej składce umożliwiający indywidualizację alokacji dochodu w cyklu życia (por. Gilion, 1999; Jedynak, 2019, s. 47–65).

3. Podejmowanie decyzji emerytalnych w świetle literatury przedmiotu

W literaturze przedmiotu istnieje od kilkadziesiąt lat szeroko opisywana dyskusja na temat podejmowania decyzji o przejściu na emeryturę¹. Niestety, dotychczas nie były prezentowane przykłady podejmowania decyzji związanych z tworzeniem kapitałowych elementów systemów emerytalnych. Zdaniem Tomasza Jedynaka istnieją trzy podstawowe elementy, które decydują o uczestnictwie jednostki w systemie emerytalnym:

- ▶ gromadzenie oszczędności (praw emerytalnych) w okresie aktywności zawodowej;
- ▶ wypłaty tych oszczędności na emeryturze;
- ▶ moment rozdzielenia tych dwóch okresów, czyli wiek zakończenia aktywności zawodowej i przejścia na emeryturę.

Wskazane elementy obejmują najważniejsze parametry systemu emerytalnego i jako takie są kluczowymi obszarami decyzji emerytalnych. Decyzje te mogą być podejmowane zarówno przez państwo, jak i indywidualnie przez każdego uczestnika systemu emerytalnego; jednak decyzyjny charakter osób fizycznych jest ograniczony przez obowiązujące prawo (Jedynak, 2019, s. 49).

¹ Przykładowo do czynników wpływających na podejmowanie decyzji o przejściu na emeryturę należą czynniki finansowe: poziom wynagrodzenia (por. Burkhauser, 1979, s. 63–75; Gordon & Blinder, 1980, s. 277–308), wysokość świadczeń emerytalnych, hojność systemu emerytalnego (por. French, 2005, s. 395–427; Van Soest & Vonkova, 2014, s. 246–264), wysokość majątku emerytalnego (por. Euwals, van Vuuren & Wolthoff, 2010, s. 209–236; Bloemen, 2011, s. 637–655; Jedynak, 2022, s. 9–17).

Konstrukcja PPK (jak na to wskazują publikacje na ten temat) wiele czerpie z dorobku ekonomii behawioralnej. Jako program dodatkowego, prywatnego oszczędzania emerytalnego, PPK ma potencjał, by przynajmniej częściowo załagodzić skutki negatywnych dla powszechnego systemu emerytalnego trendów (szczególnie demograficznego). Jednak by było to możliwe, uczestnictwo w PPK musi być stosunkowo powszechne (Ł. Błaszczak, 2020, s. 13).

Wobec problemu braku oszczędności emerytalnych Polaków, a także nieprzejawiania skłonności do systematycznego oszczędzania polskie władze podjęły decyzję o wprowadzeniu Pracowniczych Planów Kapitałowych. W obszarze ekonomii emerytalnej podejście behawioralne obecne jest od początku XXI wieku, badania w tym obszarze koncentrowały się jednak głównie na problematyce gromadzenia oszczędności emerytalnych, rzadziej kwestii wydatkowania tych oszczędności. Analiza sytuacji, w których podejmowane są decyzje związane z uczestnictwem w programie oraz decyzje co do kształtu i formy zarządzania finansami PPK, wskazuje, że wybory ludzi zależą nie od racjonalnych przesłanek, ale od emocji, poglądów, przyzwyczajzeń, a także błędów. Specyfika ludzkiego działania może prowadzić do znaczących odstępstw od racjonalnych zachowań (Jedynak, 2022, s. 2–3). Decyzja o przystąpieniu do PPK, a potem o przejściu na emeryturę jest indywidualna jednostki, natomiast decyzje podejmowane przez pracodawców co do wyboru firmy zarządzającej finansami PPK czy wielkości benefitów pracowniczych w postaci wysokości opłacanej składki na rzecz uczestników programu, choć są decyzjami indywidualnymi, to de facto dotyczą wielu osób.

4. Przyszłość polskiego systemu emerytalnego

W rezultacie procesów ekonomicznych i społecznych, ale przede wszystkim niekorzystnego trendu demograficznego, spodziewane jest w perspektywie najbliższych kilku dekad relatywne obniżenie poziomu zabezpieczenia finansowego osób starszych oferowanego przez powszechne systemy emerytalne (Rutecka, 2014, s. 264–265). Dodatkowo obawa o wypłacalność aktualnego systemu przepłata się dzisiaj z troską o wysokość przyszłych świadczeń osób płacących obecnie składki (por. Fandrejewska-Tomczyk, 2017, s. 1–14). Stąd też pojawiła się idea wprowadzenia do polskiego systemu ubezpieczeń społecznych kolejnego elementu, czyli Pracowniczych Planów Kapitałowych (PPK). Działanie Pracowniczych Planów Kapitałowych polega na systemowym wsparciu dobrowolnego i prywatnego oszczędzania emerytalnego (Ł. Błaszczak, 2020, s. 10).

Tabela 1. Wybrane prognozy dotyczące przyszłych stóp zastąpienia z systemu bazowego w Polsce

Źródło (rok)	Horyzont prognozy	Stopa zastąpienia
Aviva (2016)	2047 r.	37%
Rutecka (2016)	ok. 2053–2063 r.	34,6–62,8%
Komisja Europejska	2060 r.	29%
OECD (2015)	2049 r.	52,8%
Góra & Rutecka (2013)	ok. 2050 r.	34,2%
Jabłonowski, Muller (2013)	2040 r.	K – 37%, M – 40%
Szumlicz (2011)	ok. 2034–2046 r. ^a	K – 38–54%, M – 54%
UNFE (2001)	2035–2040 r.	K – 38–44%, M – 56–69%
OECD (2017)	2047	30%

K – kobiety, M – mężczyźni; ^aAutor nie precyzuje dokładnie roku, na który sporządzone są prognozy, wskazuje jednak, że dotyczy ona 30- lub 35-letniego okresu uczestnictwa w nowym systemie emerytalnym. Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Jedynak, 2018, s. 36).

Zasada zdefiniowanej składki w systemie repartycyjnym oznacza, że otrzymamy takie emerytury, jakie sobie odłożymy, a szacunki pokazują, że stopa zastąpienia ostatniego wynagrodzenia świadczeniem emerytalnym będzie w Polsce za 20–30 lat wynosiła co najwyżej 30% (OECD, 2017, s. 29), a nie 50–60%, jak obecnie. W krajach, w których istnieją od lat szeroko rozpowszechnione systemy dobrowolnego oszczędzania na starość (np. USA, Wielka Brytania, Irlandia, Kanada, Japonia), rozpiętość między stopą zastąpienia z obowiązkowego systemu emerytalnego a stopą zastąpienia z obu systemów jest bardzo duża (np. stopa ta rośnie z 20–30% do 60%, a nawet 80%). Wszystko to prowadzi do wniosku, że dodatkowe oszczędzanie na emeryturę, poza obowiązkowym systemem ZUS, jest niezbędne, aby zapobiec względnemu ubóstwu na starość (B. Błaszczak, 2020, s. 43).

5. Opinie pracodawców o funkcjonowaniu Pracowniczych Planów Kapitałowych

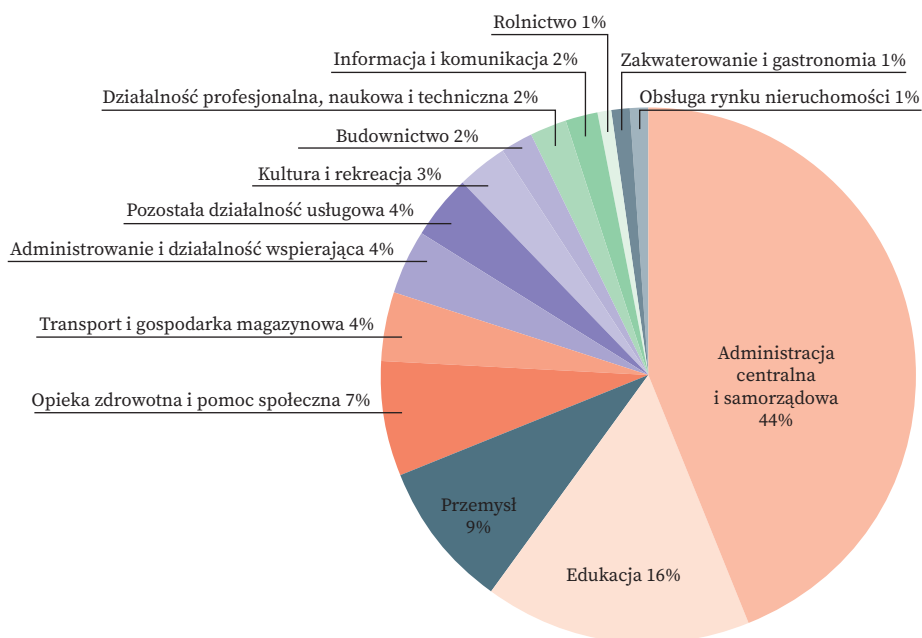
5.1. Charakterystyka badanej grupy²

W badaniu ankietowym dotyczącym opinii na temat funkcjonowania Pracowniczych Planów Kapitałowych (PPK) wzięło udział 133 pracodawców. Do realizacji

² Ze względu na skalę opracowania charakterystyka badanej grupy przedstawiona będzie jedynie w formie syntetycznej, bez prezentacji stosownych wykresów i rysunków.

badania wykorzystano kwestionariusz ankiety w wersji elektronicznej skierowany do pracodawców, zawierający 24 pytania oraz metryczkę. Badanie przeprowadzono na przełomie czerwca i lipca 2022 roku.

W grupie pracodawców w badaniu wzięło 81% podmiotów należących do sektora publicznego oraz 19% podmiotów z sektora prywatnego. Nie odnotowano żadnych podmiotów z sektora non-profit. Wśród badanych podmiotów było 49% firm z polskim kapitałem, 7% – z zagranicznym, a 44% to podmioty należące do sektora finansów publicznych (por. Dula i in., 2022, s. 4–12). Poniżej, na rys. 1, zaprezentowane zostały rodzaje działalności prowadzonej przez badanych respondentów.

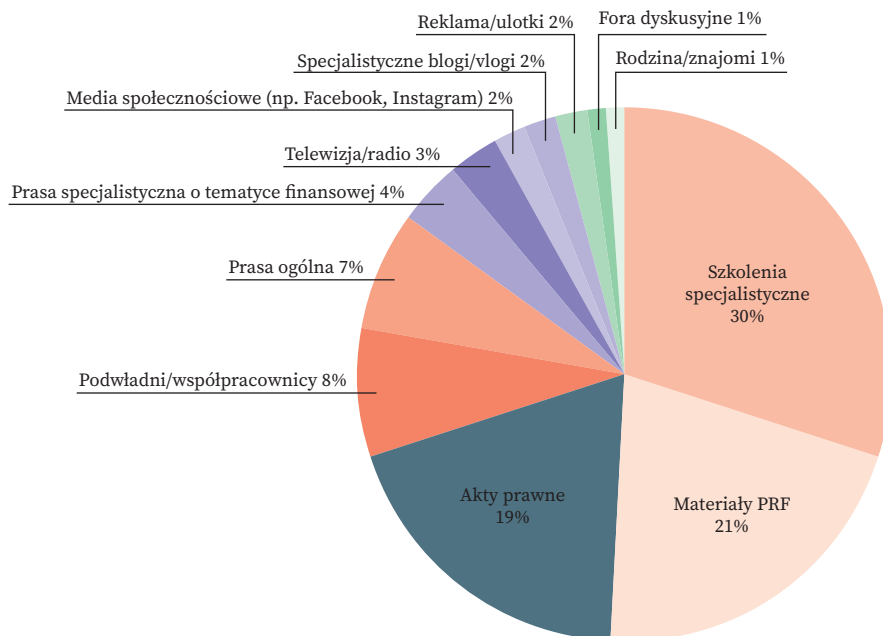


Rys. 1. Rodzaj działalności gospodarczej pracodawców

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Dula i in., 2022, s. 9)

5.2. Źródła wiedzy pracodawców na temat PPK

Jednym z podstawowych zagadnień w przeprowadzonym badaniu była wiedza pracodawców na temat PPK i jej źródła. Informacje o źródłach wiedzy kreatorów PPK (pracodawców) prezentuje rys. 2.



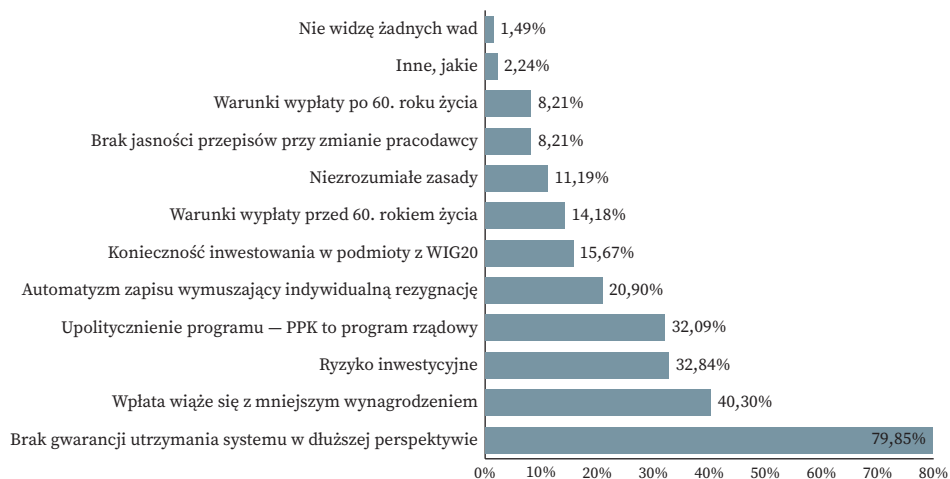
Rys. 2. Źródła wiedzy pracodawców o systemie PPK
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Dula i in., 2022, s. 20)

Największą grupę badanych stanowią pracodawcy, dla których źródłem wiedzy o tworzonych przez nich PPK były szkolenia (30%) i różnego typu materiały marketingowe poświęcone programowi (21%), a 19% respondentów wiedzę o programie czerpało z aktów prawnych. Co istotne, aż 8% zasięgało informacji od współpracowników lub/i podwładnych, a 7% pracodawców z prasy ogólnej, tylko zaś 4% korzystało z materiałów specjalistycznych o tematyce finansowej.

5.3. Wady i zalety systemu PPK w opinii pracodawców

Podstawowe kwestie, jakie zostały uwzględnione w przeprowadzonym badaniu, to zidentyfikowanie zalet i wad nowego elementu systemu emerytalnego w Polsce. Wady programu prezentuje rys. 3.

Respondenci zapytani o wady wprowadzenia do polskiego systemu emerytalnego PPK wskazali, że największy problem dla nich stanowi brak gwarancji utrzymania tego rozwiązania w dłuższym okresie (około 80% wskazań). Na drugim miejscu (o połowę mniej wskazań: 40,30%) znalazło się obniżenie poziomu wynagrodzenia uczestników (spowodowane koniecznością opłacania przez nich stosownej składki). Na dalszej pozycji znalazła się wada polegająca na istnieniu

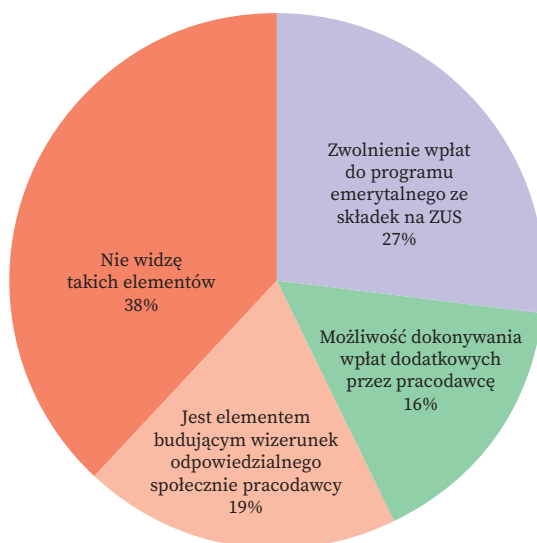


Rys. 3. Wady systemu PPK według pracodawców

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Dula i in., 2022, s. 15)

ryzyka inwestycyjnego w zarządzaniu środkami PPK (32,84% wskazań). Podobny poziom wskazań respondentów to upolitycznienie systemu (32,09%), a nieco mniejszy – automatyczny zapis do programu.

Zalety programu PPK wskazane przez pracodawców w przeprowadzonym badaniu prezentuje rys. 4.

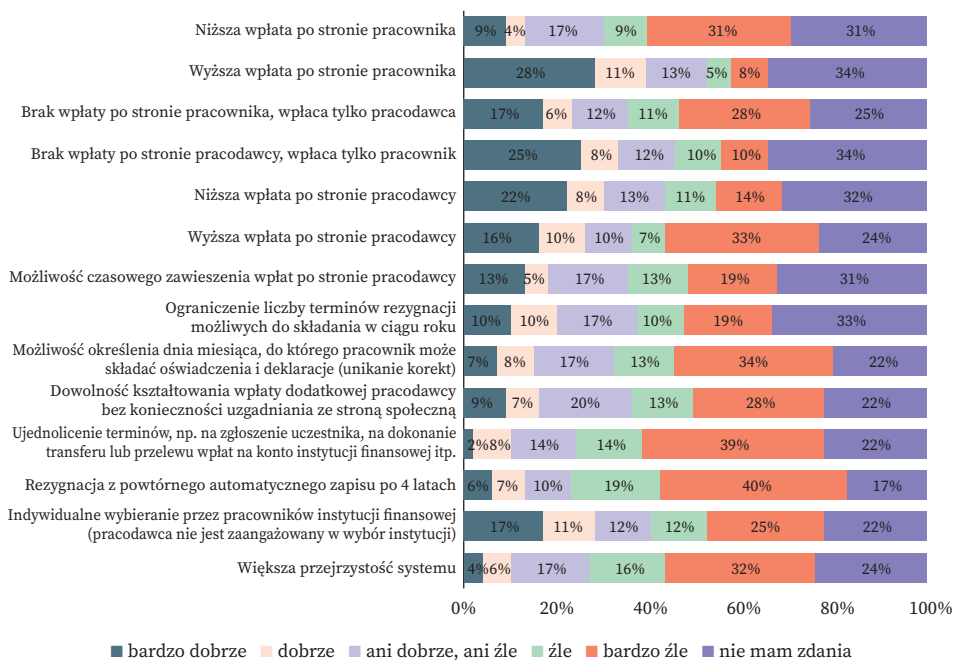


Rys. 4. Zalety systemu PPK według pracodawców

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Dula i in., 2022, s. 16)

Z analizy atutów PPK wskazanych przez pracodawców wynika, że aż 38% respondentów nie dostrzega żadnych zalet tego programu, za to 27% wskazało, że istotną zaletą tego programu jest ulga finansowa dla płatników składek w postaci zwolnienia wpłat z obowiązku odprowadzania od nich składek na ZUS. Co istotne, tylko co piąty respondent wskazał na możliwość budowania pozytywnego wizerunku pracodawcy (19% wskazań).

Szczególnie istotną decyzją pozostającą w gestii pracodawców w zakresie funkcjonowania PPK jest dokonywanie zmian w jego funkcjonowaniu, tak by program był korzystniejszy dla jego uczestników. Opinie respondentów w tym zakresie prezentuje rys. 5.



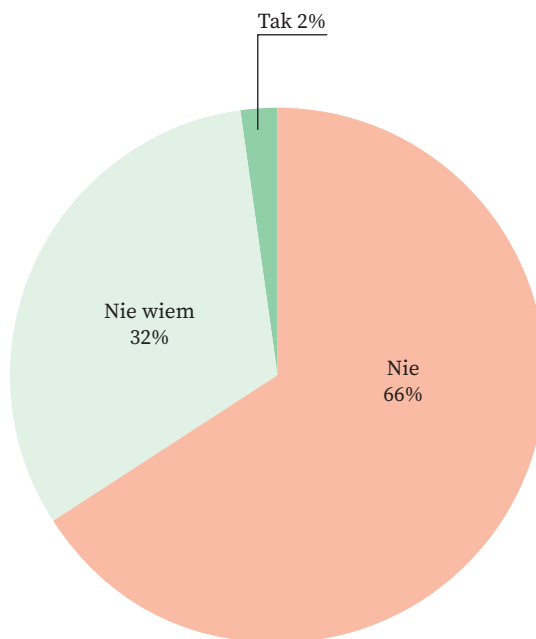
Rys. 5. Ewentualne zmiany w PPK

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Dula i in., 2022, s. 24)

Z przeprowadzonego badania wynika, że za najkorzystniejsze zmiany w funkcjonowaniu PPK pracodawcy uznali zwiększenie wpłaty po stronie pracownika i zmniejszenie wpłaty po stronie pracodawcy. Podobnie odnieśli się do pomysłu wprowadzenia wpłaty tylko po stronie pracownika bez udziału pracodawcy. Najgorszym pomysłem jest zdaniem respondentów brak wpłaty po stronie pracownika oraz niższa wpłata po stronie pracownika czy też wzrost składki dla pracodawcy. Co zaskakujące, za najgorsze zmiany pracodawcy uznali rezygnację

z powtórnego automatycznego zapisu po 4 latach i ujednoczenie terminów działań administracyjno-finansowych.

Do podstawowych decyzji pracodawców w zakresie funkcjonowania PPK należy wybór instytucji zarządzającej finansami zarówno na początku funkcjonowania programu, jak i ewentualnie w jego dalszym rozwoju. Opinie respondentów w tym zakresie prezentuje rys. 6.



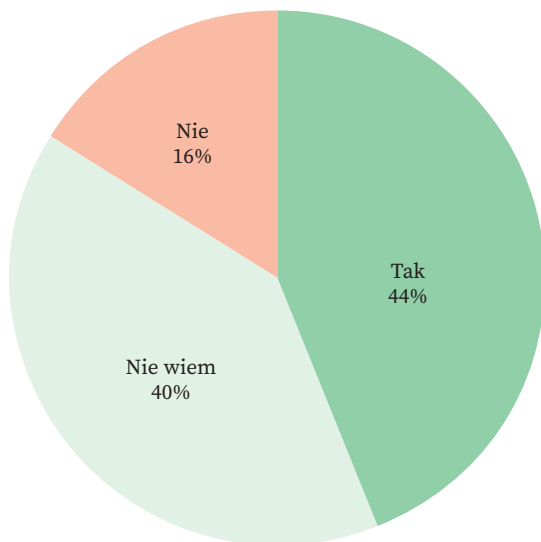
Rys. 6. Ewentualne zmiany instytucji zarządzającej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Dula i in., 2022, s. 21)

Z przeprowadzonego badania wynika, że $\frac{2}{3}$ pracodawców nie rozważa zmiany instytucji zarządzającej, $\frac{1}{3}$ nie wie, czy istnieje taka potrzeba, a tylko 2% pracodawców rozważa dokonanie zmiany instytucji zarządzającej PPK.

Jedną z najważniejszych decyzji pracodawców dotyczących funkcjonowania PPK jest również analizowanie i ewentualne tworzenie dodatkowych benefitów emerytalnych dla pracowników, innych niż PPK. Opinie respondentów w tym zakresie prezentuje rys. 7.

Z przeprowadzonego badania wynika, że pracodawcy widzą potrzebę wprowadzenia dodatkowego benefitu emerytalnego (44% wskazań). Podobna liczba respondentów wykazała brak zdecydowania w tej kwestii, a tylko 16% respondentów wyraziło zdecydowanie negatywne stanowisko w tej sprawie.



Rys. 7. Wprowadzenie dodatkowego benefitu emerytalnego (poza PPK)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (Dula i in., 2022, s. 29)

6. Zakończenie

Pracodawcy do ogromnego spektrum swoich obowiązków wynikających z zakresu polskiego systemu ubezpieczeń społecznych, takich jak zadania związane z obliczaniem, pobieraniem i odprowadzeniem składek na ubezpieczenia emerytalne, rentowe, chorobowe, wypadkowe i zdrowotne oraz tworzeniem Pracowniczych Programów Emerytalnych zostali zobowiązani do zakładania i obsługiwania PPK, stając się ich kreatorami. Zobowiązania te wymusiły m.in. podejmowanie strategicznych decyzji związanych z organizowaniem szkoleń dla uczestników PPK i wyborem instytucji zarządzających PPK, stąd tak istotne są opinie pracodawców na temat funkcjonowania tych planów.

Z przeprowadzonego badania wynika, że:

1. Źródłem wiedzy dla pracodawców o tworzonych przez nich PPK były przede wszystkim szkolenia (30%) i różnego typu materiały marketingowe poświęcone programowi (21%), a 19% respondentów wiedzę o programie czerpało z aktów prawnych. Można więc stwierdzić, że merytoryczne przygotowanie do wdrażania PPK miała tylko połowa badanych (szkolenia i akty prawne).

2. Respondenci wskazali, że największym problemem dla nich jest brak gwarancji utrzymania tego rozwiązania w dłuższym okresie (około 80% wskazań). Natomiast około 40% wskazań dotyczyło obniżenia poziomu wynagrodzenia dla uczestników (40,30%). Jako istotną wadę programu wskazano również ryzyko inwestycyjne w zarządzaniu środkami PPK (32,84%).
3. Z badania wynika, że aż 38% respondentów nie dostrzega żadnych zalet tego programu. Najczęściej wskazywaną zaletą jest ulga finansowa dla pracodawców (płatników składek) w postaci zwolnienia wpłat z obowiązku odprowadzania od nich składek na ZUS (27% wskazań). Tylko co piąty respondent wskazał na możliwość budowania pozytywnego wizerunku pracodawcy (19% badanych).
4. Za najkorzystniejsze zmiany w funkcjonowaniu PPK pracodawcy uznali: zwiększenie wpłaty po stronie pracownika i zmniejszenie wpłaty po stronie pracodawcy, wprowadzenie wpłaty tylko po stronie pracownika bez udziału pracodawcy. Najgorszym pomysłem dla respondentów jest brak wpłaty po stronie pracownika oraz niższa wpłata po stronie pracownika czy też wzrost składki dla pracodawcy. Co ważne, aż $\frac{2}{3}$ pracodawców nie rozważa zmiany instytucji zarządzającej, $\frac{1}{3}$ nie wie, czy istnieje taka potrzeba, a tylko 2% pracodawców bierze pod uwagę dokonanie zmiany instytucji zarządzającej PPK. Ambiwalentne zdanie pracodawcy wyrazili co do potrzeby wprowadzenia dodatkowego benefitu emerytalnego (44% wskazań), analogiczny poziom wskazań dotyczył braku chęci wprowadzania takiego rozwiązania. Ogólnie jednak uwzględniając to, że 16% respondentów wyraziło zdecydowanie negatywne stanowisko w zakresie wprowadzania dodatkowych benefitów emerytalnych dla uczestników, trzeba uznać, że są oni przeciwni takiemu rozwiązaniu.

Reasumując, opinie pracodawców o PPK są negatywne, gdyż zwiększają zakres ich obowiązkowych zadań wobec polskiego systemu emerytalnego oraz co istotniejsze, zwiększają koszty funkcjonowania ich firm. Pracodawcy po realizacji swoich obowiązkowych zadań narzuconych im przez ustawę o pracowniczych planach kapitałowych nie zamierzają dokonywać zmian i poprawiać efektywności funkcjonowania tego rozwiązania. Takie postawy raczej nie zwiększą zaangażowania pracodawców w kształtowanie wyższego poziomu świadczeń emerytalnych ich pracowników.

Bibliografia

- Bloemen, H.G. (2011). The Effect of Private Wealth on the Retirement Rate: An Empirical Analysis. *Economica*, 78, 637–655.
- Błaszczak, B. (2020). Filar kapitałowy w polskim systemie emerytalnym. Od OFE do PPK. *Gospodarka Narodowa The Polish Journal of Economics*, 1, 43.
- Błaszczak, Ł. (2020). Ekonomia behawioralna w Pracowniczych Planach Kapitałowych — analiza skuteczności. *Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Zielonej Górze*, 7, 13.
- Burkhauser, R.V. (1979). The Pension Acceptance Decision of Older Workers. *Journal of Human Resources*, 14, 63–75.
- Dula, D., Garbiec, R., Karczewska, A. i in. (2022). *Analiza i diagnoza postrzegania PPK, Raport z badania 2022*. Mentor.
- Euwals, R., van Vuuren, D., & Wolthoff, R. (2010). Early Retirement Behaviour in the Netherlands: Evidence from a Policy Reform. *Economist*, 158, 209–236.
- Fandrejewska-Tomczyk, A. (2017). *Pracownicze Programy Kapitałowe. Ratunek przed wtórnym ubóstwem polskich emerytów*. Warsaw Enterprises Institute.
- French, E. (2005). The Effects of Health, Wealth, and Wages on Labour Supply and Retirement Behaviour. *Review of Economic Studies*, 72, 395–427.
- Gillion, C. (1999). *The ILO and Pensions*. International Labour Organization, Social Security Department.
- Gordon, R.H., & Blinder, A.S. (1980). Market Wages, Reservation Wages, and Retirement Decisions. *Journal of Public Economics*, 14, 277–308.
- Holzmann, R., & Hinz, R. (2005). *Old-age income support in the 21st century. An international perspective on pension systems and reform*. World Bank.
- Jedynak, T. (2022). Does the Formulation of the Decision Problem Affect Retirement?, Framing Effect and Planned Retirement Age. *Journal of Environmental Resources Public Health*, 19, 2–3.
- Jedynak, T. (2019). The shape of the pension scheme in Poland in the light of the conventional multi-pillar, typologies. *Problemy Polityki Społecznej*, 44, 47–65.
- Jedynak, T. (2018). Wpływ wprowadzenia pracowniczych planów kapitałowych na wysokość przyszłych świadczeń emerytalnych w Polsce. *Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i Praktyka*, 2, 36.
- Kapoor, J.R., Dlabay Les, R., & Hughes, R.J. (2007). *Personal Finance*. McGraw-Hill/Irwin.
- Kolek, A., & Sobolewski, O. (2019). Pracownicze Plany Kapitałowe jako przykład zastosowania ekonomii behawioralnej. *The Central European Journal of Social Sciences and Humanities*, 19, 343.
- Maciejasz, M., & Chorkowy, B. (2022). Balance and Stability of Polish Pension Insurance System. *Journal of Risk and Financial Management*, 15, 4.
- OECD. (2015). *Pensions at a Glance 2015: OECD and G20 indicators*. OECD Publishing.
- OECD. (2017). *Pensions at a Glance 2017: OECD and G20 Indicators*. OECD Publishing.
- Rutecka, J. (2014). Dodatkowe zabezpieczenie emerytalne — charakterystyka i czynniki Rozwoju. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 342.
- Rutkowski, T. (2021, 18 stycznia). Dylemat emerytalny. *Rzeczpospolita*. <https://www.rp.pl/Ustawa>. (2018). Ustawa z dnia 4 października 2018 r. o pracowniczych planach kapitałowych, Dz.U. 2018, poz. 2215.
- Van Soest, A., & Vonkova, H. (2014). How Sensitive Are Retirement Decisions to Financial Incentives? A Stated Preference Analysis. *Journal of Applied Econometrics*, 29, 246–264.

World Bank (1994). *Averting the Old Age Crisis: Policies to Protect the Old and Promote Growth. The World Bank Policy Research Report*. Oxford University Press.

Employers' Knowledge and Decisions Regarding the Operation of Employee Capital Plans

Abstract. Employee capital plans (ECP) are another element of the Polish pension system, which are supposed to provide additional income in retirement. According to current regulations, virtually every employer is obliged to set up such a plan in their company. The scope of knowledge regarding ECPs, their preparation and the way they are managed by employers is currently the subject of research conducted in the social and economic sciences. The discussion presented in the article is based on results of a questionnaire survey conducted among 133 employers who have created ECPs in their companies. As a result, they had to make specific decisions regarding the creation of such plans, agreements to run an ECP, selecting the institution responsible for managing funds paid into an ECP, administering the collection of employees' contributions including contributions paid by the company.

Keywords: employee capital plan (ECP), employer, knowledge, decisions, advantages and disadvantages of ECP

ALICJA WOJTOWICZ

Politechnika Warszawska

Wydział Zarządzania

<https://orcid.org/0009-0007-5912-8147>

e-mail: 01163421@pw.edu.pl

WIKTORIA WACHNICKA

Politechnika Warszawska

Wydział Zarządzania

<https://orcid.org/0009-0004-9883-1095>

e-mail: 01163402@pw.edu.pl

Identyfikacja czynników motywujących do nauki studentów kierunków technicznych

Streszczenie. Artykuł poświęcony jest zagadnieniu motywacji studentów do nauki w obecnej rzeczywistości postpandemicznej. W części teoretycznej artykułu przedstawiono różne definicje motywacji oraz trzy klasyczne koncepcje wyjaśniające czynniki wpływające na jej kształtowanie: hierarchię potrzeb Masłowa, dwuczynnikową teorię Herzberga oraz teorię X i Y McGregora. Na podstawie tych trzech koncepcji opracowano ankietę, której celem było zbadanie postaw studentów kierunków technicznych dotyczących uczenia się. Analiza odpowiedzi uzyskanych od 83 studentów pozwoliła określić czynniki motywujące i potrzeby, jakie muszą zostać spełnione, by student czuł się zmotywowany do nauki.

Słowa kluczowe: teoria motywacji, czynniki motywacyjne, motywacja studentów

<https://doi.org/10.58683/dnswsb.617>

1. Wstęp

Pandemia COVID-19 została ogłoszona przez WHO 11 marca 2020 roku. Jej początek miał miejsce w chińskim miasteczku Wuhan, zmieniając dotychczasowe funkcjonowanie ludzkości na całym globie (Tarkar, 2020, s. 3812). Jedną z dziedzin, którą dotknęły znaczące zmiany, była edukacja. Obecnie Polska wyszła już ze stanu obostrzeń, a życie jej mieszkańców wróciło do normy. Mimo to pandemiczna

rzeczywistość odcisnęła duże piętno na ludzkości, a zatem na nowo można badać zachowania ludzi oraz motywatory tych zachowań.

Poznanie motywacji pozwala na lepsze i efektywniejsze działanie. Jest ona czynnikiem popychającym ludzi do osiągnięcia i wyznaczania sobie nowych celów, jej wpływy dostrzec można w różnych grupach społecznych, w tym również u studentów. Edukacja wyższa w Polsce jest nieobowiązkowa, a zatem chęć jej podjęcia determinowana być musi pewną motywacją.

Artykuł ten ma na celu wskazanie czynników motywacji do nauki u studentów, którzy studiują na kierunkach technicznych w obecnej, postpandemicznej rzeczywistości. Cel został obrany z uwagi na zainteresowanie tematem motywacji u tej konkretnej grupy studentów. By go osiągnąć, przeanalizowane zostaną teorie motywacji oraz przeprowadzone zostanie badanie społeczne wśród grupy osób, która jest obiektem badań tej pracy.

2. Definicje motywacji

Pojęcie motywacji posiada wiele różnych definicji. Pojawia się w naukach takich jak ekonomia oraz psychologia. Motywacja w dużej mierze wpływa na ludzkie zachowania i działania. Od wielu lat naukowcy badają temat motywacji i jej wpływu na różne aspekty, takie jak nauka czy praca. Motywacja należy do jednych z najważniejszych czynników wzrostu efektywności pracy (Mazur, 2013, s. 157).

Tabela 1. Definicje motywacji

Autor	Definicja
Schermerhorn (2008, s. 259)	Motywacja w teorii zarządzania jest czynnikiem wyznaczającym poziom, kierunek i trwałość wysiłków podejmowanych w pracy.
Borkowska (1985, s. 9)	Motywacja to ogół motywów, które wpływają na decyzję człowieka o zachowaniu, podjęciu zachowania, jego podtrzymaniu lub kierunku.
Armstrong (2000, s. 107)	Motywację można opisać jako zachowanie ukierunkowane na cel.
Griffi (2006)	Motywowanie jest zestawem sił powodujących, że ludzie zachowują się w określony przez motywujących sposób.
Falkowski & Tyszka (2009, s. 60)	Przez motywację rozumie się w psychologii wewnętrzny proces warunkujący dążenie ku określonym celom.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Michalik (2009)

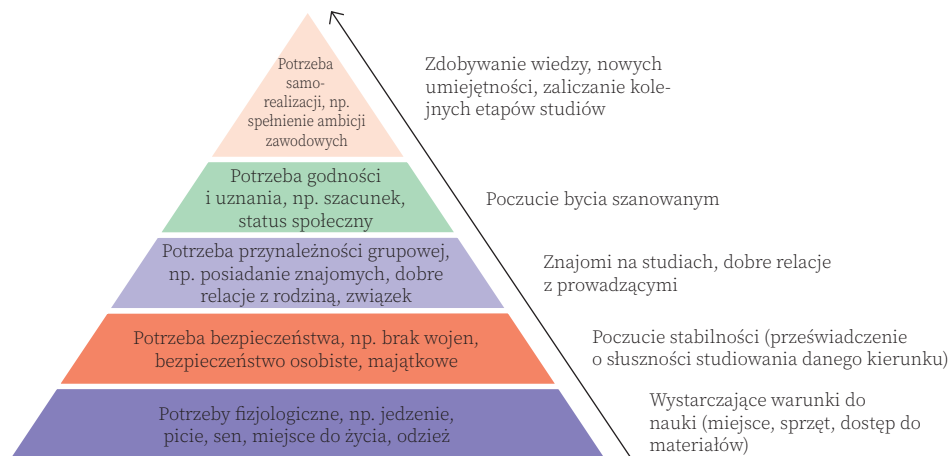
3. Teorie motywacji i ich odniesienie do perspektywy studenta

3.1. Teoria potrzeb Abrahama Masłowa

Motywacja jest zmiennym stanem, którego intensywność zależy od wielu składowych. Maslow na podstawie wysnutej przez siebie hipotezy, mówiącej o hierarchiczności zaspokajania ludzkich potrzeb, stworzył własną teorię (Młodzianowska & Białostocka, 2019, s. 109). Opracował on piramidę, umieszczając na jej dole podstawowe potrzeby, które człowiek spełnia jako pierwsze, by następnie móc zaspokajać potrzeby znajdujące się wyżej (Osemeke & Adegboyega, 2017, s. 164). Maslow wspomniał również o potrzebach dodatkowych, ujawniających się tylko u niektórych ludzi i związanych ze sztuką czy poczuciem estetyki (Miler-Zawodniak, 2012, s. 106).

Wszystkie ujęte potrzeby rozpatrywać możemy jako indywidualne motywantory popychające ludzi do wykonywania pewnych działań. Kiedy dana potrzeba zostanie spełniona, przestaje być motywatorem, a rolę tę przejmuje inny czynnik z wyższego stopnia piramidy. Im niżej znajduje się dana potrzeba, tym wyższe ma ona znaczenie, a jej zaspokojenie przynosi ulgę. Wypełnienie potrzeby wyższego rzędu jest ważne dla zdrowia psychicznego, przynosi satysfakcję i zadowolenie (Osemeke & Adegboyega, 2017, s. 164).

Piramida potrzeb Masłowa często wykorzystywana jest przy analizie potrzeb pracowników w organizacjach. Przenosząc ją na potrzeby studentów, otrzymujemy następujący obraz:



Rysunek 1. Piramida potrzeb Masłowa w przełożeniu na potrzeby studenckie
Źródło: Opracowanie własne na podstawie Miler-Zawodniak (2012, s. 104)

Analizując podstawowe potrzeby studentów, można dojść do wniosku, iż u podnóża najważniejszych motywatorów znajdują się odpowiednie warunki do nauki, które są podstawową potrzebą, a bez jej spełnienia trudno jest zadbać o kolejne.

3.2. Teoria dwuczynnikowa Fredericka Herzberga

Jedną z powszechnie uznanych teorii motywacji jest dwuczynnikowa teoria Herzberga, opracowana na podstawie badań wpływu czynników środowiska pracy na zadowolenie i niezadowolenie pracowników, które są skrajnymi stanami pewnego układu (Kowalska, 2012, s. 629). Herzberg wyodrębnił dwie grupy: czynniki higieny (niezadowalające), których słaba kondycja wywołuje w pracownikach niezadowolenie i demotywację, oraz czynniki motywacji (satisfakcjonujące), które pobudzają pracowników do efektywniejszego działania. Czynniki higieny nie mogą wpływać na satysfakcję, mogą jedynie zmniejszać lub zwiększać stopień niezadowolenia. By osiągnąć zadowolenie, motywatory muszą być zharmonizowane z czynnikami higieny (Alrawahi i in., 2020, s. 2).

Korzystając z dwuczynnikowej teorii motywacji Herzberga, opracować można schemat uwzględniający potrzeby studentów i czynniki motywacji do nauki.

Tabela 2. Czynniki teorii Herzberga w przełożeniu na perspektywę studenta

	Z perspektywy koncepcji – teoria Herzberga	W przełożeniu na perspektywę studenta
Czynniki higieny	Bezpieczeństwo	Poczucie stabilności
	Warunki pracy	Warunki do uczenia się
	Zarobki	Oceny
	Życie osobiste	Życie osobiste (możliwość prowadzenia życia towarzyskiego i zawodowego)
	Zajmowana pozycja	Dodatkowa funkcja (np. starosta, przewodniczący samorządu)
	Polityka i zarządzanie w firmie	Polityka i zarządzanie organizacją
	Stosunki z przełożonymi	Stosunki z prowadzącymi
	Stosunki ze współpracownikami	Stosunki z innymi studentami
	Status	Korzyści ze statusu studenta
	Kierownictwo	Władze uczelni i dziekanat
Czynniki motywacji	Osiągnięcia	Osiągnięcie tytułu naukowego
	Uznanie	Działalność na rzecz innych studentów
	Odpowiedzialność	Terminowość i obecność na zajęciach
	Sama praca	Same studia (kierunek studiów)
	Awans	Zdanie kolejnego semestru
	Możliwość rozwoju osobistego	Możliwość rozwoju osobistego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Ozsoy (2019, s. 16)

3.3. Teoria Douglasa McGregora

Douglas McGregor opracował teorię X i Y, która przedstawia dwa różne poglądy na pracowników ze strony menadżera. Co więcej, McGregor uznał, iż za wydajność pracownika odpowiedzialny jest kierownik (Urbanowicz, 2011, s. 60). Można również spojrzeć na teorię X i Y z punktu widzenia wykładowcy oceniającego pracę studentów.

Tabela 3. Teoria X i Y z punktu widzenia wykładowcy oceniającego pracę studentów

X	Y
Student unika odpowiedzialności.	Student dąży do odpowiedzialności.
Student ma niechęć do nauki.	Student czerpie satysfakcję z osiągniętych efektów nauki.
Student musi być kontrolowany przez wykładowcę, by wykonać zleconą mu pracę.	Student stosuje samokontrolę.
Student nie ma motywacji do nauki.	Student posiada wewnętrzną motywację do osiągania celów.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Griffin (2006, s. 34) i McGregor (1960, s. 5)

Biorąc pod uwagę wyżej wymienione teorie i przenosząc je na realia studenckiego życia, wyodrębnić można główne czynniki motywujące studentów do nauki. Najważniejszymi są niewątpliwie: dobre warunki do nauki, relacje międzyludzkie, szacunek czy poczucie stabilności, rozumiane jako przekonanie o słuszności studiowania i możliwości ukończenia dyplomu.

4. Metodyka badań

Celem przeprowadzonych badań była identyfikacja i analiza czynników, które wpływają na motywację studentów do nauki na kierunkach technicznych. Wstępną fazą badawczą było stworzenie kwestionariusza, który został rozesłany drogą elektroniczną do studentów uczelni technicznych. Zagadnienia poruszone w ankiecie zostały sformułowane na podstawie przełożeń wyżej opisanych teorii motywacji na środowisko studenckie (rys. 1, tab. 2, tab. 3). Połączenie wszystkich teorii pozwoliło na ułożenie pytań do ankiety. Ankieta rozpoczyna się pytaniem weryfikującym, czy student uczęszcza na uczelnię techniczną, gdyż niespełnienie tego warunku uniemożliwia wypełnienie ankiety. Pytania nawiązujące do piramidy Masłowa sformułowane zostały w formie pytań zamkniętych (10 pytań). Na kolejne pytania, odnoszące się do teorii Herzberga (16 pytań) oraz teorii X i Y (4 pytania), studenci odpowiadali w pięciostopniowej skali Likerta. Ostatnie trzy pytania to pytania metryczkowe.

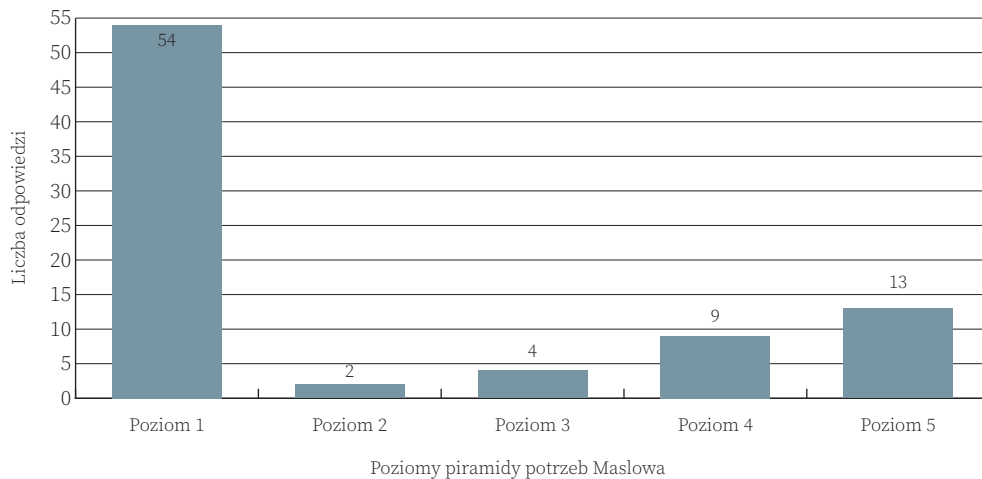
W kolejnej części badań przeprowadzono ankietę wśród studentów polskich uczelni technicznych, w tym między innymi: Politechniki Warszawskiej, Politechniki Gdańskiej, Politechniki Łódzkiej, Wojskowej Akademii Technicznej im. Jarosława Dąbrowskiego w Warszawie, Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie oraz innych instytucji o podobnym charakterze edukacyjnym. Do rozesłania kwestionariusza użyto narzędzi komunikacji oraz portali społecznościowych, takich jak czaty grupowe kierunków studiów na wymienionych wcześniej uczelniach na Messengerze oraz prywatne konta na Instagramie. Ankieta została utworzona za pomocą programu Microsoft Forms i była aktywna od 27 stycznia do 8 lutego 2023 roku. W badaniach wzięło udział 95 studentów, jednak w skład próby badawczej weszło 83 studentów, którzy odpowiedzieli twierdząco na pytanie dotyczące studiowania na uczelni technicznej. Najwięcej, bo aż 70% badanych, to studenci Politechniki Warszawskiej. Pod względem płci grupa respondentów była bardzo wyrównana, ponieważ 52% odpowiadających to kobiety, a 48% mężczyźni. 99% ankietowanych stanowiły osoby poniżej 26. roku życia.

5. Wyniki badań

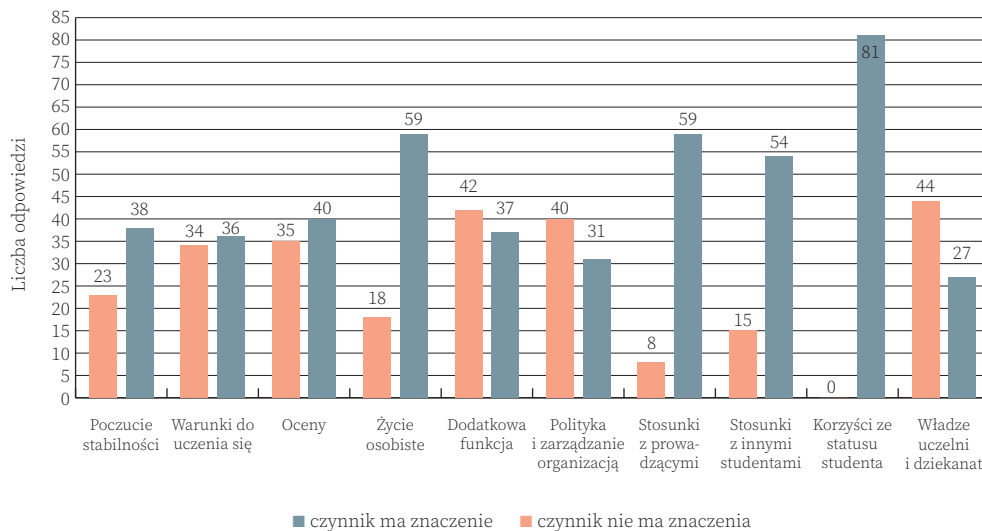
Wykres nr 1 dotyczy piramidy potrzeb Masłowa w środowisku studenckim. Na podstawie zebranych odpowiedzi respondenci przydzieleni zostali do poziomu, na którym obecnie się znajdują. Najwięcej ankietowanych znalazło się na poziomie pierwszym, zaspokojenia potrzeb podstawowych. Jedyne 16% z wszystkich badanych osiągnęło poziom 5. Wnioskować można z tego, że aby zwiększyć motywację studentów technicznych do nauki, należy przede wszystkim skupić się na spełnieniu podstawowych potrzeb, takich jak odpowiednie warunki do nauki.

Kolejna sekcja pytań dotyczyła dwuczynnikowej teorii Herzberga oraz teorii X i Y, które również zostały przeniesione na potrzeby studenckie. W tej części kwestionariusza użyto skali Likerta, co pozwoliło respondentom na wybór stopnia poparcia dla danego stwierdzenia. Opcje wyboru wyglądały następująco: 1 – zdecydowanie się nie zgadzam, 2 – raczej się nie zgadzam, 3 – nie mam zdania, 4 – raczej się zgadzam, 5 – zdecydowanie się zgadzam. By lepiej zobrazować wyniki, odpowiedzi podzielono na dwie grupy: czynniki, które mają znaczenie dla studenta (odpowiedzi: raczej się zgadzam i zdecydowanie się zgadzam), oraz czynniki, które nie mają znaczenia dla studentów (odpowiedzi: raczej się nie zgadzam i zdecydowanie się nie zgadzam).

Jako pierwsze przeanalizowane zostały czynniki higieny (wykres 2), które nie wpływają bezpośrednio na poziom motywacji, jednak ich niespełnienie wywołuje niezadowolenie.



Wykres 1. Piramida potrzeb Maslowa w środowisku studenckim
Źródło: Opracowanie własne

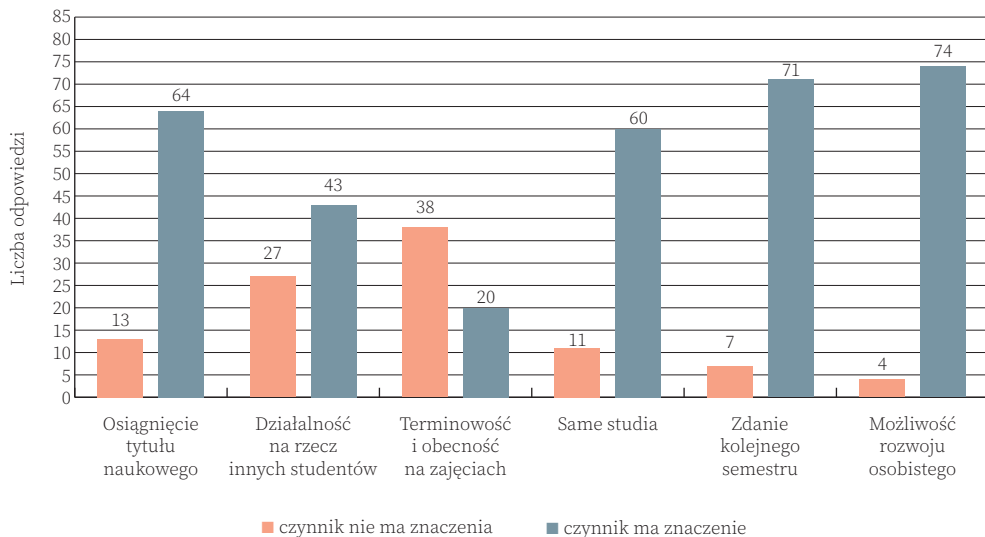


Wykres 2. Czynniki higieny teorii Herzberga w środowisku studenckim
Źródło: Opracowanie własne

Na podstawie odpowiedzi respondentów stwierdzić można, iż czynnik higieny, czyli korzyści ze statusu studenta, jest dla studentów najistotniejszy. Do grupy najważniejszych czynników należą również: poczucie stabilności, oceny, warunki do uczenia się, życie osobiste, stosunki z prowadzącymi zajęcia i stosunki z innymi studentami. A zatem utrzymanie ich na wysokim poziomie pozwala na zachowanie satysfakcji.

Najmniej interesująca dla studenta jest polityka i zarządzanie organizacją, świadomość, kto zasiada we władzach uczelni, jak również sprawowanie dodatkowych funkcji. To oznacza, że czynniki te nie są postrzegane jako czynniki motywacyjne.

Na wykresie 3 przedstawiono czynniki motywacji wyodrębnione na podstawie teorii Herzberga.



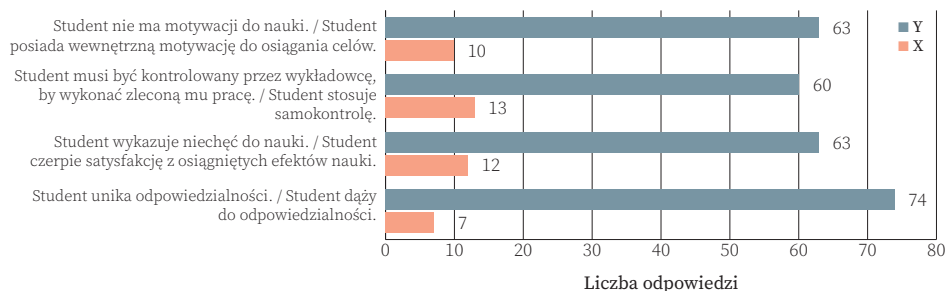
Wykres 3. Czynniki motywacji wyodrębnione na podstawie teorii Herzberga w środowisku studenckim
Źródło: Opracowanie własne

Do największych motywatorów studentów studiów technicznych do nauki z perspektywy teorii Herzberga należą: chęć osiągnięcia tytułu naukowego, zaliczenie kolejnych etapów studiów, możliwość rozwoju osobistego, jak również studia same w sobie.

Ostatni wykres przedstawia odpowiedzi badanych na temat teorii X i Y w przełożeniu na potrzeby.

Większość, bo aż 63% ankietowanych, zgodziło się ze stwierdzeniem, iż studiują oni, ponieważ wyrażają taką chęć, a nie dlatego, że muszą. 70% studentów nie czuje potrzeby bycia kontrolowanym przez prowadzących, gdyż ważne jest dla nich zdobywanie wybiórczej wiedzy, która ich interesuje. 63% studentów twierdzi, iż studiuje głównie po to, by poszerzać swoje kwalifikacje, a aż dla 74% z nich istotne jest odpowiedzialne podejście do życia.

Można wnioskować z tego, iż większość studentów studiów technicznych podchodzi do studiowania z nadzieją i chęcią zdobycia nowej wiedzy oraz poszerzenia swoich kompetencji. Traktują oni studia jako etap intensywnego rozwoju.



Wykres 4. Teoria X i Y w przełożeniu na środowisko studenckie
Źródło: Opracowanie własne

6. Podsumowanie

Celem pracy była identyfikacja czynników motywujących do nauki studentów studiów technicznych. By tego dokonać, przełożono klasyczne teorie motywacji na perspektywę studenta. Posłużono się dwuczynnikową teorią motywacji Herzberga, piramidą Maslowa oraz teorią X i Y McGregora. Przeprowadzono badanie w formie ankiety na grupie 83 badanych, w której skład wchodziłi studenci między innymi uczelniami takimi, jak Politechnika Warszawska, Łódzka, Lubelska, Gdańska czy AGH Kraków. Aż 70% respondentów było studentami Politechniki Warszawskiej. Z przeprowadzonych badań wynikało, iż największymi motywatorami do nauki jest chęć poszerzania wiedzy i zdobycia tytułu naukowego. Jednak czynnikami, które muszą zostać spełnione, by nie odczuwać niezadowolenia, są: dodatkowe korzyści z posiadania statusu studenta, dobre stosunki z innymi studentami i prowadzącymi, jak również poczucie stabilności. Rozważając zagadnienie motywacji, należy zwrócić szczególną uwagę za zaspokajanie podstawowych potrzeb, takich jak odpowiednie warunki do nauki, bez których efektywna edukacja jest niemożliwa.

Podziękowania

Serdeczne podziękowania dla dr hab. inż. Agaty Pierścieniak za poświęcony czas i udzielenie wsparcia merytorycznego oraz edytorskiego.

Bibliografia

- Alrawahi, S., Sellgren, S., Altouby, S., Alwahaibi, N., & Brommels, M. (2020). *The application of Herzberg's two-factor theory of motivation to job satisfaction in clinical laboratories in Omani hospitals*. Heliyon.
- Armstrong, M. (2000). *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Oficyna Ekonomiczna.
- Borkowska, S. (1985). *System motywowania w przedsiębiorstwie*. PWN.
- Falkowski, A., & Tyszka, T. (2009). *Psychologia zachowań konsumenckich*. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Griffin, R.W. (2006). *Podstawy zarządzania motywacjami*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kowalska, M. (2012). Satysfakcja klienta wewnętrznego jako czynnik wzrostu wartości przedsiębiorstwa. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 55, 623–636.
- Mazur, M. (2013). *Motywowanie pracowników jako istotny element zarządzania organizacją* (s. 156–182). Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu.
- McGregor, D. (1960). Theory X and theory Y. *Organization theory*, 358(374), 5.
- Michalik, K. (2009). Typologia czynników motywacji. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, 2(13), 373–387.
- Miler-Zawodniak, A. (2012). Teorie potrzeb jako współczesne teorie motywacji. *Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej*, 4, 101–116.
- Młodzianowska, P., & Białostocka, P. (2019). *Potrzeby młodych osób w świetle wybranych teorii motywowania* (s. 106–118). Politechnika Białostocka. Wydział Inżynierii Zarządzania.
- Osemeke, M., & Adegboyega, S. (2017). Critical Review and Comparism between Maslow, Herzberg and McClelland's Theory of Needs. *Funai Journal of Accounting Business and Finance*, 1(1), 161–173.
- Ozsoy, E. (2019). An empirical test of Herzberg's two-factor motivation theory. *Marketing and Management of Innovations*, 10(1), 11–20. <http://dx.doi.org/10.21272/mmi.2019.1-01>
- Schermerhorn, J.R. (2008). *Zarządzanie. kluczowe koncepcje*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Tarkar, P. (2020). Impact Of Covid-19 Pandemic On Education System. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(9), 3812–3814.
- Urbanowicz, B. (2011). Wpływ teorii organizacji pracy na przestrzeń biurową. *Architecturae et Artibus*, 3(4), 52–65.

Identification of Factors that Motivate Students of Technical Faculties to Study

Abstract. The article addresses the problem of students' motivation to learn in the post-pandemic reality. The theoretical part includes various definitions of motivation and three classical theories that offer explanations regarding factors that affect the development of motivation: Maslow's hierarchy of needs, Herzberg's two-factor theory and McGregor's Theory X and Theory Y. The authors relied on insights from these three theories to develop a survey questionnaire, which was used to investigate engineering students' attitudes to learning. After analysing survey responses obtained from 83 students it was possible to identify motivating factors and needs that must be satisfied in order for students to feel the motivation to study.

Keywords: motivation theory, motivational factors, student motivation

Wymogi edytorskie

I. Objętość manuskryptu

Tekst powinien zawierać do 9000 słów z tabelami i rycinami. W przypadku rysunku rozmiar jednego załącznika nie może przekraczać 20 MB.

II. Wymagane pliki

1. **Część główna manuskryptu** – bez danych identyfikujących autorów (w formacie .rtf, .doc lub .docx):

- tytuł artykułu po angielsku i polsku
- zwięzłe i rzeczowe streszczenie po angielsku i polsku, do 150 słów, przygotowane zgodnie ze strukturą:
 - cel
 - metody
 - wyniki
 - wnioski
- słowa kluczowe po angielsku i polsku (do 5 słów)
- wstęp
- tekst główny podzielony na rozdziały opatrzone tytułami (przegląd literatury, metody, wyniki, dyskusja)
- wnioski (teoretyczne i praktyczne, ograniczenia badań i przyszłe prace)
- bibliografia

2. **Strona tytułowa manuskryptu, dane autorów** (w formacie .rtf, .doc lub .docx)

- tytuł artykułu
- imię i nazwisko autora
- stopień/tytuł naukowy
- afiliacja
- numer ORCID
- adres e-mail
- adres korespondencyjny

3. **Ryciny, zdjęcia, schematy, wykresy itp.**

III. Przygotowanie tekstu

1. **Tabele** (w formacie .rtf, .doc lub .docx)

- ponumerowane, opatrzone tytułem oraz źródłem (np. *opracowanie własne*)
- z odwołaniem w tekście (np. *zob. tab. 1*, a nie: *zob. tabela poniżej/powyżej*)
- każda rubryka wypełniona treścią
- skróty użyte w tabeli – objaśnione pod nią

2. **Ryciny, zdjęcia, schematy, wykresy itp.** (format .tif dla bitmap, .eps dla plików wektorowych i xls lubxlsx w przypadku wykresów)

- min. rozdzielczość bitmap to 300 dpi, długość podstawy min. 125 mm
- opatrzone numerem oraz źródłem (np. *opracowanie własne*)
- pozbawione napisów: półgrubych, wersalikami, białych na czarnym tle, czarnych wypełnień, dodatkowych ramek
- z odwołaniem w tekście (np. *zob. rys. 1*, a nie: *zob. rysunek poniżej/powyżej*)
- z objaśnieniem użytych skrótów

3. **Tekst główny**

- marginesy: 2,5 cm z każdej strony
- numeracja stron – ciągła, u dołu strony
- czcionka Times New Roman z polskimi znakami, 12 pkt
- odstęp między wierszami – 1,5 wiersza
- wyróżnienia – **pismem półgrubym**
- słowa obcojęzyczne – *kursywą*
- nazwiska użyte po raz pierwszy – pełne imię i nazwisko, kolejne przywołanie – samo nazwisko
- skróty – za pierwszym razem pełny termin, a skrót w nawiasie; dalej – tylko skrót

IV. Przypisy bibliograficzne

Według stylu APA 7 (zob. reference guide APA, <https://www.scribbr.com/apa-style/apa-seventh-edition-changes/>)

- Umieszczone w tekście, zawierają nazwisko autora i rok publikacji: Jafari (2003) lub (Jafari, 2010)
- Cytowanie dokładne tekstów wziętych w cudzysłow: Jafari (2003, p. 24) lub (Jafari, 2003, p. 24)
- Cytowanie dwóch i trzech autorów – podajemy nazwiska wszystkich autorów, a przed ostatnim wstawiamy „and” lub „&”: Smith and White (2018)... lub (Smith & White, 2018) Beggs, Ross and Goodwin (2008)... lub (Beggs, Ross & Goodwin, 2008)
- Cytowanie więcej niż trzech autorów – podajemy nazwisko pierwszego autora i „et al.”: Jafari et al. (2018)... lub (Jafari et al., 2018)
- Brak nazwiska autora/redaktora – podajemy kilka pierwszych słów tytułu pracy:
 - jeżeli jest to tytuł książki, periodyku lub raportu – kursywą: (Guide to citation, 2020)
 - jeżeli jest to tytuł artykułu, rozdział lub strona internetowa – w cudzysłowie: („APA Citation”, 2020)
- Cytowanie więcej niż jednej publikacji:
 - jednego autora: Jafari (2015, 2017, 2020) lub (Jafari, 2015, 2017, 2020)
 - dwóch i więcej autorów – należy je wymienić w kolejności alfabetycznej: (Jafari & Black, 2010; White, Green, & Brown 2020)
 - jeśli autor wydał w danym roku więcej niż jedną publikację, to po dacie należy dodać kolejne litery alfabetu, np. (Jafari, 2014a, 2014b)
- Przypisy objaśniające, polemiczne, uzupełniające tekst główny – numerowane kolejno i umieszczone u dołu strony, czcionka 10 pkt, interlinia pojedyncza.
- Cytowanie źródeł za innym autorem (jedynie w szczególnych przypadkach): Jafari (2010) as cited in Black (2016) lub (Jafari, 2010, as cited in Black 2016)

V. Bibliografia

Uporządkowana alfabetycznie według nazwisk autorów/redaktorów i tytułów prac niemających autora/redaktora, a jeśli jest więcej prac jednego autora, to należy je zestawzić chronologicznie wg dat wydania.

• **Artykuł w czasopiśmie**

Zawiera: nazwisko autora, inicjały imienia, rok, tytuł artykułu (prosto), tytuł czasopisma (kursywą), tom (kursywą) i nr czasopisma, zakres stron, DOI:

Oppermann, M.J. (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78–84. <https://doi.org/10.1177/2F004728750003900110>

• **Pozycja książkowa**

Zawiera: nazwisko autora/redaktora, inicjał imienia, rok praw autorskich, tytuł książki (kursywą), numer wydania (w nawiasie), wydawnictwo, DOI lub URL:

Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.1177/2F00472875003900110>

• **Rozdział pracy zbiorowej**

Zawiera: nazwisko autora rozdziału, inicjał imienia, rok praw autorskich, tytuł rozdziału (prosto), In, inicjał imienia, nazwisko redaktora + (Ed./Eds.), tytuł pracy zbiorowej (kursywą), numer wydania i zakres stron (w nawiasie), wydawnictwo, DOI lub URL:

Scott, N.R., & Le, D.A. (2017). *Tourism Experience: A Review*. In N.R. Scott & J. Gao (Eds.), *Visitor Experience Design* (2nd ed., pp. 30–52). CABI. <https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>

- E-book

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

- Rozdział z e-booka

Troy, B.N. (2015). APA citation rules. In S.T. Williams (Ed.), *A guide to citation rules* (2nd ed., pp. 50–95). <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

- Cały portal internetowy korporacji/grupy/organizacji

Zawiera: nazwę korporacji/grupy/organizacji. (rok ostatniej

aktualizacji, dzień miesiąca, jeśli podano). Tytuł portalu internetowego. URL:

WHO. (2014, 14 listopada). World Health Organization. <https://www.who.int/>

- Pojedyncza strona internetowa

Zawiera: nazwisko, inicjał autora. (rok, miesiąc, dzień). Tytuł artykułu (kursywą). Tytuł portalu internetowego. URL:

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017, January 25). *APA citation. How and when to reference*. <https://www.howandwhentoreference.com/APAcitation>

Editorial requirements

I. Size of manuscript

The text should contain up to 9000 words including tables and figures. For drawings, the size of one attachment cannot exceed 20 MB.

II. Required files

1. **Files with the main part of the manuscript** (without authors' data, .rtf, .doc or .docx format):

- title of the article in English and Polish
- concise and factual abstract in English and Polish, from 150 to 300 words, prepared according to structure:

- purpose
- methods
- results
- conclusions

- keywords in English and Polish (up to 5 words)
- introduction
- body text — organized into chapters/sections, each with a unique title (literature review, methods, results, discussion)
- conclusion (theoretical and practical, research limitations and future work)
- bibliography — complete list of referenced sources

2. **Files with the title page including authors' data** (.rtf, .doc or .docx format)

- the title of the article
- author's first and last name
- academic degree/title
- organization/institution (if applicable)
- ORCID number
- email address
- mailing address

3. **Figures, photos and graphics**

III. Preparing text

1. **Tabeles** (.rtf, .doc or .docx format)

- numbered consecutively and consistently using Arabic numerals
- include a caption and a reference to the data source (e.g. *own research*)
- tables should be referenced in the text by their number rather than expressions such as "above" or "below" (e.g. *cf. Table 1*, not: *see table above/below*)
- do not include blank cells
- any abbreviations used must be expanded below the table

2. **Figures, photos and graphics**

- editable (formats: .tif for bitmaps, .eps for vector files, and xls or .xlsx for charts)
- bitmaps — minimum resolution: 300 dpi, width: 125 mm
- all figures should be numbered consecutively using Arabic numerals
- for any artwork that has already been published elsewhere, indicate the original source (or otherwise state Source: *own research*)
- apply no lettering in white against black background, whether in bold or italics, and no black fills or excess frames
- if the figure is referenced in the text, use its number rather than expressions such as "above" or "below" (e.g. *cf. Fig. 1*, not: *see figure above/below*)
- provide explanations of any abbreviations used

3. **Body text**

- margins: 2.5 cm each
- continuous throughout the text, using Arabic numerals, placed at the bottom of page (footer)
- typeface: Times New Roman, 12 pts
- line spacing: 1.5 line

- highlights or emphasis: apply **bold** print
- foreign (non-vernacular) words and expressions: *italicized*
- people's names: give full name (including all given names and last name) at first mention; for any further references — quote last name only
- abbreviations and acronyms: when first used, give the complete phrase (name), including its abbreviation in brackets; onwards — use abbreviation only

IV. In-text citations

APA style (see: APA reference guide, <https://www.scribbr.com/apa-style/apa-seventh-edition-changes/>)

- are placed within the text and include the author's surname and year of publication: **Jafari (2003)** or (**Jafari, 2010**)
- Direct quotes should also contain the page number: **Jafari (2003, p. 24)** or (**Jafari, 2003, p. 24**)
- **In the case of two and three authors**, all surnames should be listed with either „and” or „&” placed before the last one: **Smith and White (2018)...** or (**Smith & White, 2018**) **Beggs, Ross and Goodwin (2008)...** or (**Beggs, Ross & Goodwin, 2008**)
- **In the case of more than three authors** — only the first author's surname should be given, followed by „et al.”: **Jafari et al. (2018)...** or (**Jafari et al., 2018**)
- **If the author/editor is unknown**, the first few words of the reference should be used:

- **if this is the title of a book, periodical or report**, it should be italicised: (*Guide to citation, 2020*)
- **if this is the title of an article, chapter or a website**, it should be placed in quotation marks: ("*APA Citation*", 2020)

• Citing multiple works:

- **by the same author**: **Jafari (2015, 2017, 2020)** or (**Jafari, 2015, 2017, 2020**)
- **by two or more authors** — they should be listed alphabetically by the first author: (**Jafari & Black, 2010**; **White, Green, & Brown 2020**)

- **if the author published multiple works in one year**, each work should be cited with consecutive letters of the alphabet following the year, e.g.: (**Jafari, 2014a, 2014b**)

- **Other references containing any additional comments or explanations, references to legislation, court rulings and decisions**, as well as links to websites that are provided outside the main body of the text must be numbered consecutively and placed at the bottom of the page (as footnotes) using 10 pts font with single line spacing

- Citing secondary sources (only in exceptional cases): **Jafari (2010) as cited in Black (2016)** or (**Jafari, 2010, as cited in Black 2016**)

V. Reference list

A reference list should be ordered alphabetically by first author's / editor's surname or by title, in the case of works whose author/ editor is unknown, and in the case of authors with multiple works, they should be listed chronologically by year of publication.

• **Referencing a journal article**

The basic format is: Author surname, Initial(s), (Year), Article title (not italicised), Journal title (italicised), Volume (italicised) (issue or part number), page numbers, DOI:

Oppermann, M.J. (2000). Tourism Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*, 39(1), 78–84. <https://doi.org/10.1177/2F004728750003900110>

• **Referencing a book**

The basic format is: Author/Editor surname, Initial(s), (copyright year), Book title (italicised), edition number (in brackets), Publisher. DOI or URL:

Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.1177%2F0047287507303976>

• **Chapter in an edited book**

The basic format is: Surname of the chapter's author, initial(s)., Copyright year, Chapter title (not italicised), In, Editor initial(s)., Surname + (Ed.) or Editor initial(s)., surnames (separated by "&") + (Eds.), Edited book title (italicised), edition number and page range (in brackets). Publisher. DOI or URL:

Scott, N.R., & Le, D.A. (2017). Tourism Experience: A Review. In N.R. Scott & J. Gao (Eds.), *Visitor Experience Design* (2nd ed., pp. 30–52). CABI. <https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>

• **Referencing an e-book**

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017). *A guide to citation*. <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

• **Referencing a chapter in an e-book**

Troy, B.N. (2015). APA citation rules. In S.T. Williams (Ed.), *A guide to citation rules* (2nd ed., pp. 50–95). <https://www.mendeley.com/reference-management/reference-manager>

• **Referencing an entire website created by a corporation, institution or group**

Use the following format: Corporation/group/organization name. (year website was last updated/published, month day if given). Title of website. URL:

WHO. (2014, 14 listopada). World Health Organization. <https://www.who.int/>

• **Referencing a single web page**

Use the following format: author surname, initial(s). (year, month, day). Page title (italicised). Site name. URL:

Mitchell, J.A., Thomson, M., & Coyne, R.P. (2017, January 25). *APA citation. How and when to reference*. <https://www.howandwhentoreference.com/APAcitation>

ISSN 2719-6798



9 772719 679006 >