

Studenckie Koło Naukowe Progress

FORWARD



magazyn studencki

nr: 30 (04/2022) Uniwersytet Łódzki ISSN 1899-5748



METaverse

ZYSKI DLA FIRM CZY POWSZECHNA KONTROLA SPOŁECZEŃSTWA

Od redakcji

Drodzy Czytelnicy,

Jest nam niezmiernie miło, że właśnie zaczynacie swoją przygodę z 30 wydaniem Magazynu Forward. To projekt tworzony z inicjatywy Studenckiego Koła Naukowego Progress, działającego przy Uniwersytecie Łódzkim na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym.

Magazyn jest poświęcony tematyce ekonomiczno-finansowej, skierowany do przedstawicieli środowiska studenckiego oraz pasjonatów świata finansowego. Zapewniamy, że każdy znajdzie w Forwardzie coś dla siebie, ponieważ w środku można znaleźć artykuły na temat trendów biznesowych, edukacji i kariery, nowych technologii, ekonomii, a także prawa.

Nasza okładka nawiązuje do głównego artykułu, opowiadającego o wirtualnym świecie Facebook'a, będącym przyszłościowym miejscem dla reklamujących się firm. Jakie zagrożenia czyhają w Metaverse? Czy jest to opłacalne przedsięwzięcie? Na te i inne pytania znajdziecie odpowiedź w tym artykule. Nie zabraknie też takich tematów jak franchising i jego zalety. Dowiedziecie się również jak audyt zmienił się na przestrzeni lat oraz o tym, jak działają fuzje i przejęcia przedsiębiorstw. Warto zerknąć na materiał w języku angielskim, poświęcony analizie pod kątem podatku cukrowego, temat o samych językach obcych i korzyści związane z ich znajomością. Poruszymy wątek kredytów hipotecznych, podatku VAT oraz komunikacji w czasach pandemii COVID-19.

Co więcej, zapraszamy do przeczytania wywiadu z Dyrektorem Bankowości Mobilnej, Panem Leszkiem Piekutem, z którym mieliśmy przyjemność porozmawiać na temat aplikacji bankowej i jej okresie przygotowawczym.

Jesteśmy dumni, że możemy podzielić się z Wami efektami naszej intensywnej, kilkumiesięcznej pracy. Cała Redakcja Magazynu Forward dołożyła wszelkich starań, by każdy Nasz Czytelnik znalazł w Forwardzie tematykę, która przykuje jego uwagę oraz pogłębi dotychczasową wiedzę.

Nie pozostaje nam nic innego, jak życzyć Wam w imieniu całej redakcji przyjemnej lektury! :)

Sujak Weronika

Piotr Laudan

REDAKCJA FORWARD

PROWADZĄCY:



Redaktor naczelna
Weronika Sujak
w.sujak@progress.org.pl



Redaktor naczelny
Piotr Laudan
p.laudan@progress.org.pl

Z ZAŁOGĄ:

Korekta:

Zuzanna Kłos, Wioleta Siekiera, Rafał Szwed

Marketing:

Agnieszka Rybicka, Adrian Niewiadomski,
Paulina Kucharska

Kontakty zewnętrzne: Aleksandra Skóra, Julia Pawlata, Julia Wolska, Krzysztof Franciszkowski, Magdalena Najder, Nikola Delfińska, Weronika Wróblewska

Stała współpraca: Michał Drózka, Honorata Bator, Kamila Andrychiewicz, Jan Bomba, Dominika Stanisławska

Projekt graficzny i skład: Kosmiczni.com
Ilustracje: Kosmiczni.com/Freepik.com

Internet:

<https://www.facebook.com/magazyn.studencki.forward>
<https://progress.org.pl/>
<https://issuu.com/forward.mag>

Patronat Honorowy nad Forwardem objęli:

dr hab. Rafał Matera

Dziekan Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego
Uniwersytetu Łódzkiego

WYDAWCA: SKN PROGRESS

Uniwersytet Łódzki
Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny
Instytut Finansów
ul. Rewolucji 1905 r. 41
90 – 214 Łódź
Siedziba: FP10
Tel: 785 697 320
progress@progress.org.pl
www.progress.org.pl

Wszystkie materiały chronione są prawem autorskim. Przedruk lub rozpowszechnianie w jakiegokolwiek formie i jakimkolwiek języku bez pisemnej zgody wydawcy jest zabronione. Wydawcy magazynu nie ponoszą odpowiedzialności za błędy, czy konsekwencje wynikające z zastosowania informacji w nim zawartych.

Patronat Honorowy

Partnerzy Główni

Partnerzy Medialni



PRZEJĘCIE GRUPY LOTOS PRZEZ PKN ORLEN
– duża szansa na rozwój?

4

WYWIAD Z MAŁGORZATĄ GÓRĄ
– AUDYT PRZY KAWIE

8

FRANCHISING – GOTOWY POMYSŁ NA BIZNES

12

METVERSE
Zyski dla firm czy powszechna kontrola społeczeństwa

18

WYWIAD – APLIKACJE BANKOWE W PRAKTYCE
Rozmowa z Leszkiem Piekutem,
Head of Mobile Banking at mBank S.A.

22

KREDYT HIPOTECZNY
– czy warto go nadpłacać?

26

**WYBRANE INSTRUMENTY SŁUŻĄCE USZCZELNIENIU
SYSTEMU POBORU PODATKU VAT**

30

DEATH AND TAXES
– Sweetened Beverage Tax (SBT) analysis

36

**ROZWIĄŻ NASZĄ KRZYŻÓWKĘ
I ZGARNIJ NAGRODY!**
Zapraszamy do zmierzenia się z krzyżówką, która sprawdzi
Twoją wiedzę ze świata finansów i ekonomii.

40

ZNAĆ INNY JĘZYK, TO JAK POSIADAĆ DRUGĄ DUSZĘ.
Jak w obecnych czasach postrzegana jest znajomość
języków obcych na rynku pracy?

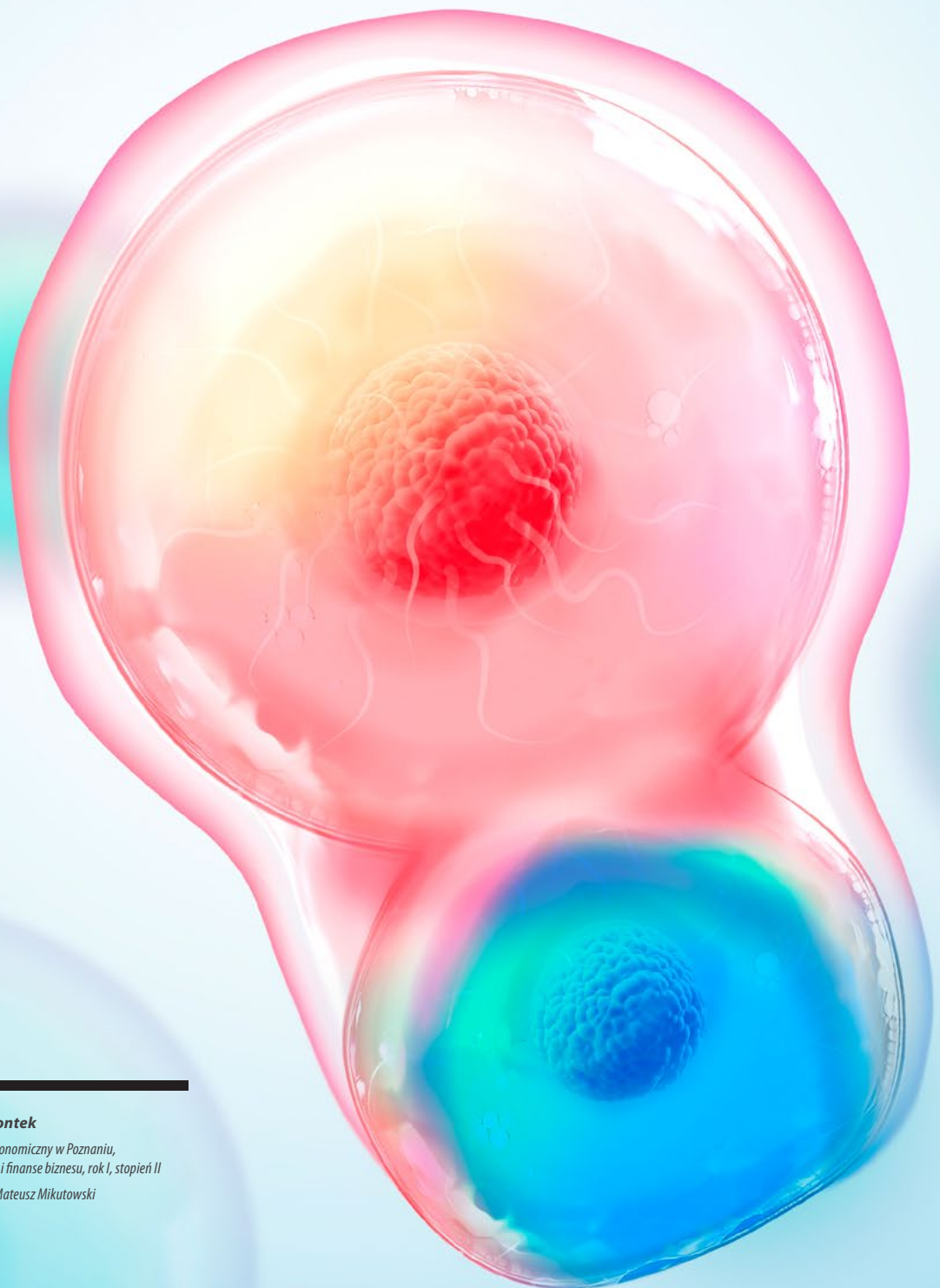
42

KOMUNIKACJA INTERNETOWA W DOBIE PANDEMII

46

PRZEJĘCIE GRUPY LOTOS PRZEZ PKN ORLEN

– DUŻA SZANSA NA ROZWÓJ?



Joanna Piontek

*Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu,
Rachunkowość i finanse biznesu, rok I, stopień II*

Recenzent: dr Mateusz Mikutowski

W ostatnim czasie częstym tematem dyskusji jest przejęcie Grupy Lotos przez PKN Orlen. Wątek ten wzbudza wiele kontrowersji wśród społeczeństwa. Jest to spowodowane obawą przejęcia polskich stacji benzynowych przez przedsiębiorstwa zagraniczne, jak również aspektami biznesowymi i rynkowymi. Celem artykułu jest przedstawienie charakterystyki przejęcia Grupy Lotos przez PKN Orlen.

FUZJE I PRZEJĘCIA

Terminy *fuzja* i *przejęcie* są często mylnie używane jako synonimy. *Fuzja* jest to proces, który polega na dobrowolnym łączeniu się jednostek gospodarczych. Natomiast w momencie *przejęcia* jedna ze spółek traci swój majątek oraz niezależność. Wspólnym założeniem tych transakcji jest zapewnienie rozwoju przedsiębiorstwa.¹

Jak wynika z raportu M&A Index Poland przygotowanego przez Navigator Capital oraz Fordata w Polsce w 2021 roku odnotowano 328 procesów fuzji i transakcji. Jest to prawie 43% więcej niż w roku poprzednim. Było to spowodowane m.in. realizacją zaległych procesów z 2020 roku oraz rozwojem e-usług. Według autorów raportu M&A Index Poland roku 2022 liczba fuzji i przejęć zmaleje. Jest to spowodowane tym, że w 2021 roku liczba działań w tym obszarze osiągnęła bardzo wysoki poziom, który trudno jest ponowić.²

Fuzje i przejęcia mogą być częścią strategii rozwoju firmy, ponieważ wpływają na zwiększenie siły rynkowej.³ Wadą jest złożoność procedur, co w wielu przypadkach przyczynia się do niepowodzeń procesów.⁴ Istnieje wiele uzasadnień do realizacji

Tabela 1. Motywy fuzji i przejęć przedsiębiorstw.

| Motywy fuzji i przejęć przedsiębiorstw | |
|--|---|
| Rodzaje | Korzyści |
| 1) finansowe | przejęcie majątku innej firmy redukcja kosztu kapitału na skutek zmiany struktury finansowej korzyści z osłony podatkowej |
| 2) rynkowe | wzrost udziału w rynku, wzmocnienie pozycji wśród konkurencji na rynku ekspansja na nowe rynki rozszerzenie zakresu działalności |
| 3) operacyjne | efekt synergii operacyjnej wzrost efektywności zarządzania zwiększenie poziomu wiedzy |
| 4) menedżerskie | wzrost wynagrodzeń samodzielność działań |

Źródło: <https://mojafirma.infor.pl/biznes-finanse/205844,Dlaczego-warto-dokonywac-fuzji-i-przejec.html>, 22.02.2022.

transakcji. Tabela 1., która została opracowana na podstawie artykułu na portalu INFOR.pl, przedstawia motywy fuzji i przejęć przedsiębiorstwa ze względu na aspekty finansowe, rynkowe, operacyjne oraz menedżerskie.

RAMY CZASOWE

Pierwsze wzmianki na temat połączenia PKN Orlen i Grupy Lotos pojawiły się już na początku XXI wieku. Ich założeniem miało być zdobycie nowych rynków oraz umocnienie pozycji wśród konkurencji.⁵ Konkretnie działania związane z realizacją tego procesu rozpoczęto dopiero w 2018 roku, kiedy podpisano list intencyjny ze Skarbem Państwa (kamienie milowe dotychczasowych działań zostały przedstawione na Schemacie 1, przygotowanym

na podstawie informacji zawartych w artykule na portalu Energetyka 24).⁶

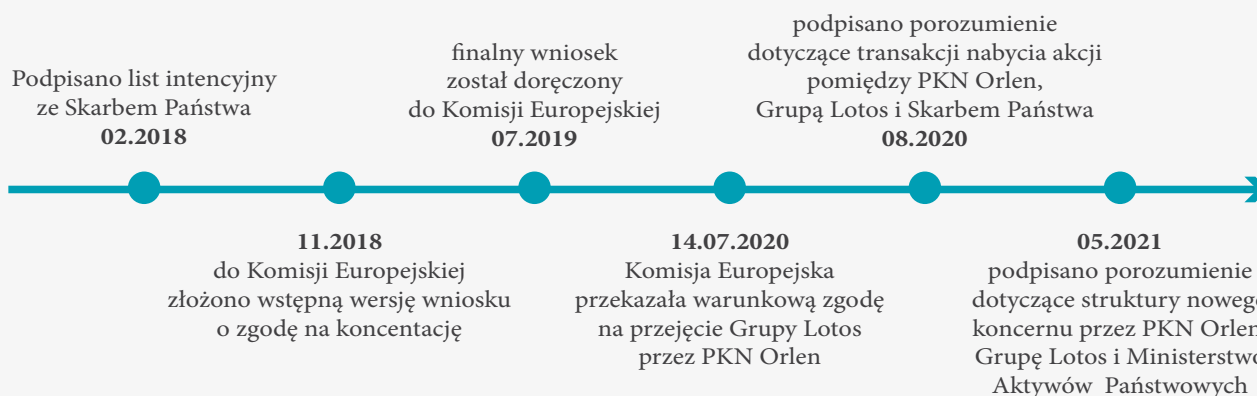
PRZYSZŁOŚĆ

Proces przejęcia Grupy Lotos przez PKN Orlen ma zostać zrealizowany w dwóch etapach (za uprzednią zgodą organu antymonopolowego):

- 1) pozyskanie 33% akcji Grupy Lotos od Skarbu Państwa
- 2) ogłoszenie publicznego wezwania.⁸

Prezes Lotos Oil Krzysztof Nowicki oznajmił, że połączenie PKN Orlen i Grupy Lotos będzie miało charakter przejęcia kapitałowego.⁹ Jeśli dojdzie do realizacji transakcji łączna kapitalizacja przedsiębiorstw w tym momencie mogłaby wynosić 13,3 mld euro.⁹

Schemat 1. Ramy czasowe procesu przejęcia Grupy Lotos przez PKN Orlen.



ŚRODKI ZARADCZE

Komisja Europejska wyznaczyła środki zaradcze, które powinny zostać zrealizowane przez PKN Orlen w celu zminimalizowania negatywnego wpływu potencjalnej koncentracji na rynku paliw i rynku rafineryjnym.¹⁰ W związku z tym przedsiębiorstwo ogłosiło partnerów, którzy pomogą w ich realizacji w segmencie:

- hurtowym, rafineryjnym i paliw lotniczych - Saudi Arabian Oil Company (Saudi Aramco),
- detalicznym – MOL Group,
- logistyki - Unimot S.A.,
- biopaliw - Rossi Biofuel Zrt.¹¹

Tabela 2. przedstawia środki zaradcze narzucone przez Komisję Europejską oraz przedsiębiorstwo, które pomoże spełnić dany wymóg.

KRYTYKA POŁĄCZENIA PKN ORLEN ORAZ GRUPY LOTOS

Planowana transakcja wzbudza wiele kontrowersji zarówno z perspektywy biznesowej, jak i polityczno-społecznej.

Analitik DM BOŚ Łukasz Prokopiuk twierdzi, że przejęcie może mieć negatywne konsekwencje dla rynku.²⁰ Według analityka łączenie się przedsiębiorstw nie tworzy dodatkowych korzyści dla państwa.²¹

Poza krytyką aspektów biznesowych planowanej transakcji, plany Orleu

Dodatkowe kontrowersje wzbudza również fakt, że MOL Group – jeden z partnerów planowanego przedsięwzięcia – jest węgierskim przedsiębiorstwem, które jest podejrzewane o istotne powiązania z Rosją.

i Lotosu spotykają się także z opiniami o negatywnym wpływie w obszarach polityczno-społecznych. W 2022 roku podczas spotkania Rady Miasta Gdańska (Gdańsk jest obecną siedzibą Grupy Lotos), wśród mieszkańców pojawiły się głosy dotyczące obawy utraty stanowisk pracy w związku z marginalizacją znaczenia Lotosu po połączeniu z PKN Orlen.²² Dodatkowe kontrowersje wzbudza również fakt, że MOL Group – jeden z partnerów planowanego przedsięwzięcia jest węgierskim przedsiębiorstwem, które jest podejrzewane o istotne powiązania z Rosją.²³

Były prezes Grupy Lotos negatywnie wypowiada się na temat fuzji, podważając fakt czy transakcja przyniesie wartość przedsiębiorstwom.²⁴

POZYTYWNE ASPEKTY PRZEJĘCIA

Według Warsaw Enterprise Institute połączenie się dwóch polskich koncernów naftowych pozwoli na zwiększenie przewagi i ekspansję w Europie Środkowo-Wschodniej.²⁵

PKN Orlen twierdzi, że połączenie się z Grupą Lotos ma pozytywne znaczenie dla firmy, ponieważ pozwoli na ekspansję i umocni pozycję na rynku.²⁶ Transakcja ta zapewni jednorodną jakość ropy naftowej (dzięki współpracy z Saudi Arabian Oil Company) oraz ekspansję na Słowacji i Węgrzech (poprzez MOL Group).²⁷ Zgodnie z zapewnieniami władz PKN Orlen, Spółka wzmocni swoją pozycję

Tabela 2. Środki zaradcze przedstawione przez Komisję Europejską.

| Środki zaradcze przedstawione przez Komisję Europejską | Partner pozwalający zrealizować środki zaradcze |
|--|---|
| “zbycie 80% stacji Lotosu” | MOL Group (natomiast Orlen kupi od MOL łącznie 185 stacji paliw na Węgrzech i Słowacji) |
| “zbycie 30% udziałów w Rafinerii Gdańskiej (z prawem do połowy zysków z produkcji oleju napędowego i benzyny)” | Saudi Arabian Oil Company (Saudi Aramco) |
| “sprzedaż 9 składów paliw na rzecz niezależnego operatora logistyki” | Unimot S.A. |
| “budowa nowego terminalu importowego paliwa do silników odrzutowych w Szczecinie, który - po ukończeniu budowy - zostałby przekazany temu operatorowi” | “budowa nowego terminalu Unimot S.A. (Orlen zachował prawo do korzystania) |

Źródło: CZYŻEWSKI, D., Wszystko, co musisz wiedzieć o fuzji Orleu i Lotosu, <https://energetyka24.com/ropa/analizy-i-komentarze/wszystko-co-musisz-wiedziec-o-fuzji-orlenu-i-lotosu-komentarz>, 22.02.2022., PKN Orlen fuels to sell 100% stake in Lotos Terminale to Unimot; will sell biofuels unit to Rossi Biofuel, <https://biznes.pap.pl/en/news/all/info/3218998.pkn-orken-fuels-to-sell-100--stake-in-lotos-terminale-to-unimot--will-sell-biofuels-unit-to-rossi-biofuel>, 25.02.2022.

konkurencyjną względem np. austriackiego konkurenta. PKN Orlen szacuje, że do 2023 poziom inwestycji petrochemicznych będzie wynosić 8,3 mld zł, co może zwiększyć EBITDA całej Grupy o 1,5 mld zł.²⁸

Robert Śleszyński uważa, że decyzja jest ważna w kontekście tworzenia silnego koncernu petrochemicznego. Ekspert Andrzej Szczęśniak stwierdził, że przejęcie przyczyni się do obniżenia wpływu cen ropy naftowej na przedsiębiorstwa oraz umocni ich pozycję.²⁹

PODSUMOWANIE

Połączenie Grupy Lotos i PKN Orlen planowane jest w połowie 2022 roku. Pomimo wielu negatywnych opinii związanych z wybranymi partnerami wykorzystywanymi do realizacji środków zaradczych wyznaczonych przez Komisję Europejską (powiązania z Rosją, jednostki zagraniczne) PKN Orlen traktuje całą transakcję jako szansę rozwoju przedsiębiorstwa. Według zapowiedzi rządzących i władz PKN Orlen, dzięki przejęciu przedsiębiorstwo wzmocni swoją pozycję wśród konkurencji, ale również zdobędzie nowe rynki zbytu za granicą. Jak to jednak zwykle bywa w przedsięwzięciach o tej skali, zwłaszcza w kontekście jej silnych powiązań politycznych, ocena rzeczywistej skuteczności tego przedsięwzięcia będzie mogła być dokonana dopiero w odległej przyszłości. Wtedy będzie można zweryfikować rzeczywisty wpływ fuzji na wyniki finansowe polskiego giganta paliwowego w odniesieniu do jego największych konkurentów oraz szerzej na sytuację polskiego rynku energetycznego czy całość polskiej gospodarki, na którą tak duże przedsiębiorstwo niewątpliwie ma wpływ.

Bibliografia:

- 1 AMBUKITA, E., *Fuzje i przejęcia jako strategia rozwoju przedsiębiorstwa- aspekty teoretyczne*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia, 2014, (67 Narzędzia zarządzania finansami), 715-723.
- 2 *Analizy krytykują fuzję, ale minister aktywów państwowych broni decyzji*, <https://biznesalert.pl/analizy-krytykuj-fuzje-ale-minister-aktywow-panstwowych-broni-decyzji>, 22.02.2022.
- 3 *Analizy: fuzja Lotosu z Orlenem to ryzyko dla polskiego rynku paliw*, <https://businessinsider.com.pl/gielda/wiadomosci/analizy-fuzja-lotosu-z-orlenem-to-ryzyko-dla-polskiego-ryнку-paliw/hltx0e2>, 22.02.2022.
- 4 CZYZEWSKI, D., *Wszystko, co musisz wiedzieć o fuzji Orleń i Lotosu*, <https://energetyka24.com/ropa/analizy-i-komentarze/wszystko-co-musisz-wiedziec-o-fuzji-orleń-i-lotosu-komentarz>, 22.02.2022.
- 5 *Dlaczego warto dokonywać fuzji i przejęć*, <https://mojafirma.infor.pl/biznes-finanse/205844.Dlaczego-warto-dokonywac-fuzji-i-przejec.html>, 22.02.2022.
- 6 *Fuzja PKN Orlen i Lotos: teraz albo nigdy*, <https://www.chemiaibiznes.com.pl/artykuly/fuzja-pkn-orleń-i-lotos-teraz-albo-nigdy>, 22.02.2022.
- 7 HELBIN, A., *Zapadają decydujące rozstrzygnięcia dla Orleń i Lotosu*, <https://www.wnp.pl/nafta/zapadaj-decydujace-rozstrzygnięcia-dla-orleń-i-lotosu,524861.html>, 22.02.2022.
- 8 KOZŁOWSKA-MAKÓŚ, D., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa w warunkach koncentracji kapitału*. Zarządzanie i Finanse, 2017, 5(9), 177-187.
- 9 MESJASZ, C., SZARUCKI, M., *Synergia i przewidywanie w strategii fuzji i przejęć*. Studia Oeconomica Posnaniensia, 2017, 5(9), 69-86.
- 10 OKSINSKA, B., *Orleń robi skok w stronę fuzji z Lotosem. Rosyjski*

PKN Orlen
twierdzi,
że połączenie się
z Grupą Lotos
ma pozytywne
znaczenie dla firmy,
ponieważ pozwoli
na ekspansję
i umocni
pozycję na rynku.
(...) Transakcja
ta zapewni
jednomiarową
jakość ropy
naftowej

wątek „na potrzeby polityczne”, <https://businessinsider.com.pl/biznes/orleń-robi-skok-w-strone-fuzji-z-lotosem-rosyjski-watek-na-potrzeby-polityczne/0q2yn95>, 22.02.2022.

- 11 *Połączenie Orleń z Lotosem coraz bliżej. Co to oznacza dla obu firm i polskiej gospodarki?*, <https://300gospodarka.pl/explainer/polaczenie-orleń-z-lotosem-skutki>, 24.02.2022.
- 12 *Połączenie PKN ORLEN i Grupy LOTOS wchodzi w decydującą fazę*, <https://www.orleń.pl/pl/o-firmie/media/komunikaty-prasowe/2022/styczen/Polaczenie-PKN-ORLEN-i-Grupy-Lotos-wchodzi-w-decydujaca-faze>, 22.02.2022.
- 13 *PKN Orlen fuels to sell 100% stake in Lotos Terminale to Unimot; will sell biofuels unit to Rossi Biofuel*, <https://biznes.pap.pl/en/news/all/info/3218998,pkn-orleń-fuels-to-sell-100--stake-in-lotos-terminale-to-unimot--will-sell-biofuels-unit-to-rossi-biofuel>, 25.02.2022.
- 14 *Rok 2021 r. stał pod znakiem fuzji i przejęć. Liczba transakcji M&A wzrosła o ponad 40 proc.* StockWatch.pl, <https://www.stockwatch.pl/wiadomosci/rok-2021-r-stal-pod-znakiem-fuzji-i-przejec-liczba-transakcji-ma-wzrosla-o-ponad-40-proc,294080>, 22.02.2022.
- 15 ROGALA, B., *Fuzja Orleń i Lotosu: Saudi Aramco przejmie część rafinerii, MOL przejmie stacje*, <https://300gospodarka.pl/news/fuzja-orleń-i-lotosu-saudi-aramco-przejmie-aktywa-rafinerii-gdanskiej>, 22.02.2022.
- 16 *Spotkanie polityków i radnych Gdańska w sprawie fuzji PKN Orlen z Lotosem*, <https://www.e-petrol.pl/wiadomosci-polska/108418/spotkanie-politykow-i-radnych-gdanska-w-sprawie-fuzji-pkn-orleń-z-lotosem>, 22.02.2022.
- 17 *Wielka fuzja Lotosu i Orleń na horyzoncie. Koalicja Obywatelska chce informację premiera*, <https://tvn24.pl/biznes-z-kraju/pkn-orleń-lotos-fuzja-koalicja-obywatelska-chce-informacji>

premiera-mateusza-morawieckiego-5554310, 22.02.2022.

Przypisy:

- 1 KOZŁOWSKA-MAKÓŚ, D., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa w warunkach koncentracji kapitału*. Zarządzanie i Finanse, 2017, 15(2, cz. 1), 177-187.
- 2 *Rok 2021 r. stał pod znakiem fuzji i przejęć. Liczba transakcji M&A wzrosła o ponad 40 proc.* StockWatch.pl, <https://www.stockwatch.pl/wiadomosci/rok-2021-r-stal-pod-znakiem-fuzji-i-przejec-liczba-transakcji-ma-wzrosla-o-ponad-40-proc,294080>, 22.02.2022.
- 3 AMBUKITA, E., *Fuzje i przejęcia jako strategia rozwoju przedsiębiorstwa- aspekty teoretyczne*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia, 2014, (67 Narzędzia zarządzania finansami), 715-723.
- 4 MESJASZ, C., SZARUCKI, M., *Synergia i przewidywanie w strategii fuzji i przejęć*. Studia Oeconomica Posnaniensia, 2017, 5(9), 69-86.
- 5 *Dlaczego warto dokonywać fuzji i przejęć*, <https://mojafirma.infor.pl/biznes-finanse/205844.Dlaczego-warto-dokonywac-fuzji-i-przejec.html>, 22.02.2022.
- 6 *Fuzja PKN Orlen i Lotos: teraz albo nigdy*, <https://www.chemiaibiznes.com.pl/artykuly/fuzja-pkn-orleń-i-lotos-teraz-albo-nigdy>, 22.02.2022.
- 7 CZYZEWSKI, D., *Wszystko, co musisz wiedzieć o fuzji Orleń i Lotosu*, <https://energetyka24.com/ropa/analizy-i-komentarze/wszystko-co-musisz-wiedziec-o-fuzji-orleń-i-lotosu-komentarz>, 22.02.2022.
- 8 *Połączenie Orleń z Lotosem coraz bliżej. Co to oznacza dla obu firm i polskiej gospodarki?*, <https://300gospodarka.pl/explainer/polaczenie-orleń-z-lotosem-skutki>, 24.02.2022.
- 9 *Połączenie Orleń z Lotosem coraz bliżej. Co to oznacza dla obu firm i polskiej gospodarki?*, <https://300gospodarka.pl/explainer/polaczenie-orleń-z-lotosem-skutki>, 24.02.2022.
- 10 *Połączenie PKN ORLEN i Grupy LOTOS wchodzi w decydującą fazę*, <https://www.orleń.pl/pl/o-firmie/media/komunikaty-prasowe/2022/styczen/Polaczenie-PKN-ORLEN-i-Grupy-Lotos-wchodzi-w-decydujaca-faze>, 22.02.2022.
- 11 *Połączenie PKN ORLEN i Grupy LOTOS wchodzi w decydującą fazę*, <https://www.orleń.pl/pl/o-firmie/media/komunikaty-prasowe/2022/styczen/Polaczenie-PKN-ORLEN-i-Grupy-Lotos-wchodzi-w-decydujaca-faze>, 22.02.2022.
- 12 CZYZEWSKI, D., *Wszystko, co musisz wiedzieć o fuzji Orleń i Lotosu*, <https://energetyka24.com/ropa/analizy-i-komentarze/wszystko-co-musisz-wiedziec-o-fuzji-orleń-i-lotosu-komentarz>, 22.02.2022.
- 13 j.w.
- 14 j.w.
- 15 j.w.
- 16 j.w.
- 17 CZYZEWSKI, D., *Wszystko, co musisz wiedzieć o fuzji Orleń i Lotosu*, <https://energetyka24.com/ropa/analizy-i-komentarze/wszystko-co-musisz-wiedziec-o-fuzji-orleń-i-lotosu-komentarz>, 22.02.2022.
- 18 j.w.
- 19 *Orleń fuels to sell 100% stake in Lotos Terminale to Unimot; will sell biofuels unit to Rossi Biofuel*, <https://biznes.pap.pl/en/news/all/info/3218998,pkn-orleń-fuels-to-sell-100--stake-in-lotos-terminale-to-unimot--will-sell-biofuels-unit-to-rossi-biofuel>, 25.02.2022.
- 20 *Analizy: fuzja Lotosu z Orlenem to ryzyko dla polskiego rynku paliw*, <https://businessinsider.com.pl/gielda/wiadomosci/analizy-fuzja-lotosu-z-orlenem-to-ryzyko-dla-polskiego-ryнку-paliw/hltx0e2>, 22.02.2022.
- 21 *Analizy krytykują fuzję, ale minister aktywów państwowych broni decyzji*, <https://biznesalert.pl/analizy-krytykuj-fuzje-ale-minister-aktywow-panstwowych-broni-decyzji>, 22.02.2022.
- 22 *Spotkanie polityków i radnych Gdańska w sprawie fuzji PKN Orlen z Lotosem*, <https://www.e-petrol.pl/wiadomosci-polska/108418/spotkanie-politykow-i-radnych-gdanska-w-sprawie-fuzji-pkn-orleń-z-lotosem>, 22.02.2022.
- 23 OKSINSKA, B., *Orleń robi skok w stronę fuzji z Lotosem. Rosyjski wątek „na potrzeby polityczne”*, <https://businessinsider.com.pl/biznes/orleń-robi-skok-w-strone-fuzji-z-lotosem-rosyjski-watek-na-potrzeby-polityczne/0q2yn95>, 22.02.2022.
- 24 *Połączenie Orleń z Lotosem coraz bliżej. Co to oznacza dla obu firm i polskiej gospodarki?*, <https://300gospodarka.pl/explainer/polaczenie-orleń-z-lotosem-skutki>, 24.02.2022.
- 25 *Fuzja PKN Orlen i Lotos: teraz albo nigdy*, <https://www.chemiaibiznes.com.pl/artykuly/fuzja-pkn-orleń-i-lotos-teraz-albo-nigdy>, 22.02.2022.
- 26 ROGALA, B., *Fuzja Orleń i Lotosu: Saudi Aramco przejmie część rafinerii, MOL przejmie stacje*, <https://300gospodarka.pl/news/fuzja-orleń-i-lotosu-saudi-aramco-przejmie-aktywa-rafinerii-gdanskiej>, 22.02.2022.
- 27 *Połączenie PKN ORLEN i Grupy LOTOS wchodzi w decydującą fazę*, <https://www.orleń.pl/pl/o-firmie/media/komunikaty-prasowe/2022/styczen/Polaczenie-PKN-ORLEN-i-Grupy-Lotos-wchodzi-w-decydujaca-faze>, 22.02.2022.
- 28 <https://300gospodarka.pl/news/fuzja-orleń-i-lotosu-saudi-aramco-przejmie-aktywa-rafinerii-gdanskiej>
- 29 *Połączenie Orleń z Lotosem coraz bliżej. Co to oznacza dla obu firm i polskiej gospodarki?*, <https://300gospodarka.pl/explainer/polaczenie-orleń-z-lotosem-skutki>, 24.02.2022.



WYWIAD Z MAŁGORZATĄ GÓRNA



MAŁGORZATA GÓRNA JEST PARTNERKĄ W DZIALE AUDYTU I DORADZTWA W WARSZAWIE ORAZ POSIADA PRAWIE 20 LAT DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO W PwC.

JEST BIEGŁYM REWIDENTEM W POLSCE (PIBR) ORAZ POSIADA DWA TYTUŁY MAGISTERSKIE: Z EKONOMII I SOCJOLOGII.

PRYWATNIE MAMA DWÓJKI SYNÓW I WIELBICIELKA SPORTÓW.



Gosia specjalizuje się w usługach audytorskich i doradczych dla firm technologicznych, w tym głównie fintech, e-commerce i IT. Na co dzień współpracuje z wieloma organizacjami międzynarodowymi, funduszami prywatnymi ale i również star-upami, które zaczynają skalować swoją działalność.. Przez 3,5 roku Gosia pracowała dla firm prywatnych i sektora finansowego w PwC w Nowej Zelandii. W 2017 roku wróciła do Polski, aby na lokalnym gruncie wykorzystać swoje doświadczenia zdobyte w międzynarodowych strukturach. Gosia jest również jednym z Value Architects w ramach działającej w PwC - Deals Platform. Gosia doradza inwestorom w zakresie budowania wartości nabywanych spółek tak, aby zmaksymalizować zysk z inwestycji.

Z perspektywy partnerki, która jest w PwC od poziomu praktykantki – jak wielkie zmiany w dziedzinie audytu zaszły w ostatnich latach? I jak widzisz przyszłość tego zawodu?

Obserwując w jakim kierunku zmierza moja profesja to mogę powiedzieć, że audyt staje się tylko i wyłącznie ciekawszy. Przede wszystkim maleje liczba rutynowych, żmudnych działań. Coraz bardziej nasza praca polega na identyfikowaniu i adresowaniu ryzyka. Oceniamy firmę jako całość, patrzymy w jakiej branży działa, w jakim kierunku się rozwija i co za tym idzie, jakie ryzyka są z tym związane. Coraz mniej czasu spędzamy nad weryfikacją zwykłych dokumentów. Kluczowe dla rozwoju i ścieżki kariery stają się umiejętności komunikacyjne, rozmowy z zarządami oraz dobre zrozumienie procesów i logicznego myślenia. Przeprowadzając audyt w sposób holistyczny i skupiony na ryzyku, upewniamy się, że sprawozdanie finansowe nie zawiera istotnych błędów i dobrze opisuje odbiorcom specyfikę danej spółki. Dlatego, coraz więcej w naszej pracy jest technologii, a coraz mniej dłubania w dokumentach, coraz większe i szersze spojrzenie na całość firmy. Na bieżąco wykorzystujemy wiele najnowocześniejszych narzędzi technologicznych, które są już w podstawie naszych szkoleń. To jednak dopiero początek, mając dostęp do dużej ilości informacji, budujemy bazy danych, które w kolejnych krokach pomogą nam budować algorytmy i wykorzystać sztuczną inteligencję do zautomatyzowania dużej części podstawowej pracy. Budowanie baz danych jest bardzo czasochłonne jednak powoli osiągamy już masę krytyczną i kolejne kroki będą wrzuceniem piątego biegu. Już teraz w analizie dużych zbiorów transakcji, łączymy nasze doświadczenie z technologią i jesteśmy w stanie zidentyfikować nietypowe

transakcje, a następnie punktowo adresować to, co jest ryzykowne i podejrzanе. W przeszłości takie podejście nie było możliwe, i praca audytora była dużo mniej interesująca. To wszystko jest mega ciekawe i wciągające.

Cyfrowa transformacja zawodu audytora staje się faktem...

Tak, cyfrowa transformacja jest nieunikniona, również w zawodzie audytora. Niemniej jednak, audytorzy będą cały czas potrzebni, jedynie umiejętności, które muszą sobie wyrobić są inne dziś niż jeszcze kilka lat temu. Dawniej ścieżka kariery do managera w naszym dziale to było 6-7 lat. Teraz tę ścieżkę będzie można znacznie szybciej pokonać, o ile będziemy skupiać się na kluczowych umiejętnościach takich jak: zrozumienie procesów i biznesów, identyfikacja ryzyka, efektywna komunikacja oraz wykorzystanie technologii we wszystkim co robimy. Ta transformacja stwarza więcej perspektyw i daje szansę na szybszy rozwój osobisty.

Porozmawiajmy chwilę o sprawozdaniu finansowym - jakie są wartości dodane z relacji z audytorem dla spółek - dla ich prezesów czy dyrektorów finansowych - poza oczywistym zapewnieniem, że sprawozdanie zostało sporządzone prawidłowo?

Dobre pytanie, ja bym ujęła to w taki sposób: audyt to nie tylko, ale aż badanie sprawozdań finansowych. Przede wszystkim spółka dostaje opinię, którą prezentując na rynku, uwiarygadnia swoją pozycję wśród inwestorów czy akcjonariuszy. To jednak tylko (lub aż) efekt końcowy, samo wydanie opinii poprzedzone jest badaniem, które czasami trwa wiele miesięcy. W tym okresie audytor jest partnerem biznesowym dla firmy, z zewnętrznej perspektywy obserwuje, daje rekomendacje oraz dzieli się wiedzą na temat działania podobnych firm z branży. Dzięki temu szefowie firm mogą zweryfikować i poszerzyć swoją wiedzę na temat usprawniania procesów, mogą wzmacniać środowisko kontroli, tak aby jeszcze lepiej radzić sobie na szybko zmieniającym się rynku. Każdy z nas lubi się porównywać i to między innymi jest wartość dodana, że mamy partnera, który jest w stanie dostarczyć nam informacji jak w kontekście rynku oraz spółek podobnego rozmiaru, działa dana firma i odnajduje się w biznesowej rzeczywistości. Dobry zarząd jest w stanie wykorzystać te informacje, aby usprawnić swoją działalność.

Czy audytorzy w dobie technologii zajmują się tylko finansami?

Zajmowali się już o wiele więcej niż tylko finansami od dawna, a teraz ten zakres tylko poszerzyli. Tak naprawdę, aby wydać opinię z badania, audytor musi bardzo dobrze wiedzieć, czym się dana spółka zajmuje. Na przykład musi mieć świetne zrozumienie tego co i jak sprzedaje Spółka, bo bez tej wiedzy nie jest w stanie ocenić, czy model rozpoznania przychodów jest poprawny. Dodatkowo bez zrozumienia jak wygląda struktura kosztów, czy to w produkcji czy w spółkach usługowych, nie jesteśmy w stanie powiedzieć czy mamy współmierne połączenie kosztów z przychodami. Bez pełnego zrozumienia kim są kontrahenci i dostawcy, nie będziemy w stanie powiedzieć czy prezentowane relacje handlowe są zniekształcone. Zawsze w audycie zajmowaliśmy się bardzo szeroko całą działalnością. To co się jeszcze bardziej w obecnych czasach zmieniło, to to, że ta działalność firm opiera się bardzo mocno na systemach informatycznych i zautomatyzowanych procesach. Czyli zarówno w produkcji, w sprzedaży jak i finansach, bez zrozumienia jak informacja przechodzi przez poszczególne systemy nie byłibyśmy w stanie zrozumieć i dobrze ocenić prezentowanych danych. Analizujemy systemy, bo one są kluczowe aby zrozumieć proces a następnie wypowiedzieć się o danych w sprawozdaniu finansowym.

Czy w takim razie praktyka audytowa jest przydatna w innych dziedzinach biznesu?

Jak najbardziej tak. Wielu audytorów odnalazło się w biznesie. Audyt zapewnia specyficzny zespół umiejętności i doświadczeń. Jeśli ktoś był w stanie nauczyć się audytu i przeprowadzić ten proces w 20 spółkach, zrozumieć ich działalność i procesy, to następnie odnalezienie się w kolejnej spółce jest już o wiele prostsze. Technologiczne, finansowe i regulacyjne zrozumienie tego jak działają firmy to duży atut. Umiemy połączyć kropki w rozbudowanych narzędziach technologicznych światowych dostawców IT takich m.in. jak SAP czy Microsoft.

Jak według Ciebie audytorzy poradzili sobie podczas zmiany modelu pracy? Czy ta zmiana istotnie zmieniła podejście do audytu?

Oczywiście. Dobrym przykładem jest to, że ty siedzisz u siebie w domu a ja siedzę w biurze (rozmowę przeprowadzono online – przyp. red.), i cały czas udaje nam się spotykać i pracować efektywnie. Z systemami do zdalnej pracy działaliśmy już przed pandemią i to nam bardzo pomogło. Technologie używane zarówno wewnątrz



jak i zewnętrznie z klientami już stanowili dużą część naszego modelu. Wielokrotnie chcieliśmy przyspieszyć ten postęp technologiczny, ale z drugiej strony nie wszystkie spółki były do tego gotowe. Jednak pandemia bardzo to przyspieszyła - nie mieliśmy wyboru, rozwiązania trzeba było znaleźć jak najszybciej. I wyjątkowo dobrze sobie poradziliśmy. To o czym musimy jednak pamiętać to fakt, że jesteśmy mocno w naszej pracy uzależnieni od ludzi oraz, że pracujemy w zespołach. Kontakt bezpośredni bardzo często pomaga nam efektywniej pracować. Jednocześnie są pewne elementy, które dużo lepiej wychodzą nam gdy siedzimy w domu i w ciszy (i piżamie) nad nimi pracujemy. Więc jest to kwestia znalezienia równowagi, nie uciekania od kontaktów, które naprawdę pomagają w bieżącej pracy. Wydaje mi się, że model hybrydowy będzie docelowy, ale musimy sobie go jeszcze nieco dopracować. Poza tym będzie się on bardzo różnił w zależności od osoby, bo każdy ma inne preferencje i potrzeby w tym zakresie. Tak więc, odpowiadając na pytanie czy sobie poradziliśmy – wydaje mi się, że bardzo dobrze sobie poradziliśmy. Uważam również, że generalnie w Polsce, spółki bardzo szybko dostosowały się do modelu hybrydowego. Na bieżąco współpracuję z zespołami z innych krajów i mając porównanie uważam, że jesteśmy powyżej średniej.

A co z otwarciem na nowe możliwości? Czy w PwC powstały jakieś programy, które są odpowiedzią na te zmiany oraz na potrzeby pracowników?

Mamy bardzo ciekawy program *Digital Nomad*. To koncepcja zdalnej pracy z zagranicznych miejsc, którą dofinansowujemy. Oczywiście musi się to odbywać w ramach istniejących regulacji prawnych i podatkowych, aby nie narażać nikogo na dodatkowe

ryzyka, ponieważ są w tym obszarze pewne obostrzenia. To daje szansę na pracę przez pewien czas zamiast z Polski, to z innych krajów - np. z Hiszpanii. Kto by nie chciał pójść zimą po pracy na plażę, prawda? Korzystamy też z tego, że inne kraje oferują wsparcie i współpracę. Współpracujemy w ramach globalnej sieci PwC.

Czy istnieje jakakolwiek szansa, że wrócimy do tradycyjnego modelu pracy od poniedziałku do piątku w biurze, czy jednak pozostaniemy w wersji hybrydowej / full home office?

Dla mnie odpowiedź jest tylko jedna i oczywista – nie wrócimy już do modelu tradycyjnego. Jednocześnie zauważyliśmy jak ważne są kontakty bezpośrednie i chcemy mieć możliwość ich budowania i utrzymania. To oznacza, że szukamy optymalnego modelu hybrydowego – i to jest rozwiązanie na przyszłość.

Czy istnieją jakieś większe różnice w audycie małej lokalnej firmy od międzynarodowych grup kapitałowych?

Każdy z tych procesów audytowych ma swoją specyfikę i swoje wyzwania. Największe wyzwanie stanowi badanie międzynarodowych firm, działających w wielu krajach i podlegających wielu różnym systemom prawnym. Trzeba dobrze zrozumieć co najmniej kilka, jeśli nie kilkanaście różnych regulacji prawnych. Do tego dochodzą kwestie kulturowe i społeczne. Chociażby komunikacja i styl wypowiedzi, który należy dostosować do danej grupy. Dodatkową komplikacją są uwarunkowania makroekonomiczne i geopolityczne, a co za tym idzie dodatkowe ryzyka, które nie występują jeśli mamy do czynienia z mniejszą spółką działającą tylko w jednym kraju.

Czy pandemia miała jakiś znaczący wpływ na audyt globalnych firm? Jaki? Co się zmieniło?

I tak i nie. Już wcześniej dużo pracy i kontaktów odbywało się online, ale jeden z międzynarodowych standardów badania wymaga od grupowego audytora odpowiedniego zrozumienia ryzyka i pracy wykonywanej przez lokalne zespoły. Dlatego dużą częścią mojej pracy jako audytora grupowego na takich projektach są kontakty bezpośrednie. Osobiście bywałam w Indiach, Kolumbii, czy USA, odwiedzając moich audytorów współpracujących z nami, aby upewnić się co do jakości ich prac ale również budując relacje, które są kluczowe w kryzysowych sytuacjach. Ten aspekt mocno się ograniczył w ostatnich dwóch latach. Mam nadzieję, że choć częściowo do tego modelu uda nam się wrócić.

Czy w takim razie pracownik z biura w Polsce odnalazłby się na tym samym stanowisku w dowolnym miejscu na świecie pod względem umiejętności audytowych?

Spokojnie. Osobiście brałam udział w secondment i wyjechałam z Polski do Nowej Zelandii na ponad 3 lata. Moja wiedza i doświadczenie umożliwiły mi kontynuowanie pracy audytora, pomimo zgoła innego otoczenia makroekonomicznego. W dużej części krajów na świecie obowiązują międzynarodowe standardy rachunkowości, bywa jednak iż są dodatkowo lokalne przepisy ale różnice są do przezwyciężenia i łatwo poszerzyć swoją wiedzę. Ważnym aspektem są różnice kulturowe, w niektórych miejscach może być nam łatwiej się odnaleźć, a w innych trudniej i to trzeba zawsze brać pod uwagę. Jeśli chodzi o sposób pracy to nasza metodologia w sieci PwC nie różni się znacząco, więc praca za granicą jest stosunkowo łatwa - jeśli ktoś tylko naprawdę tego chce.

Pracuj w Audycie PwC



Dołącz do naszych ekspertów

Wysłuchaj serię video-podcastów



Poznaj historie
naszych pracowników

Dowiedz się jakie
kompetencje są kluczowe
w zawodzie Audytora

Poznaj benefity,
z których korzystamy

Dołącz do naszego zespołu już dziś
i odkryj Audyt przyszłości w PwC Polska.

KLIKNIJ LUB ZESKANUJ



**Marcin Łapot***Zarządzanie II stopień**Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie**Opiekun naukowy: dr Tadeusz Filipiak, Katedra Ekonomiki**i Organizacji Przedsiębiorstw, Instytut Ekonomii i Finansów,**Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie*

FRANCHISING

GOTOWY POMYSŁ NA BIZNES



Gospodarka wolnorynkowa jest dominującym modelem gospodarowania. Wolny rynek należy do najbardziej wydajnych, ponieważ efektywnie wykorzystuje zasoby oraz rozwija konkurencję. Gdy podmioty oferują homogeniczne produkty, próg wejścia dla nowych firm jest znacznie mniejszy niż w przypadku niepowtarzalnego asortymentu pod silną marką. Jak zatem dołączyć do rynku i osiągnąć na nim sukces? Z pomocą przychodzi nam franczyza.

Celem opracowania jest przedstawienie istoty, genezy oraz charakterystyki polskiego rynku franczyzowego. W pracy wykorzystano metody gromadzenia i przetwarzania danych oraz wnioskowania i analizy. W technice zbierania danych wykorzystano materiały wtórne: literaturę z zakresu franchisingu, publikacje i artykuły naukowe związane z tematem pracy oraz źródła internetowe.

CZYM JEST FRANCZYZA

Pojęcie franczyzy definiowane jest na wiele sposobów. Słownik języka polskiego PWN określa je jako „sposób współpracy między firmami, sprzyjający tworzeniu się sieci”¹. Termin określany jest również „metodą prowadzenia działalności gospodarczej w zakresie dystrybucji towarów i usług, w którym przedsiębiorstwo dostaje prawo do sprzedaży i oferowania produktów w ramach systemu marketingowego innego przedsiębiorstwa, wykorzystując jego nazwę, znak towarowy oraz doświadczenia biznesowe”². Głównymi filarami, które kształtują wyjątkowość i oryginalność systemu franczyzowego są:

- marka, która reguluje wielkość popytu na oferowane produkty i usługi,
- know-how, czyli wiedza zawarta w podręczniku operacyjnym, opisującym procedury i standardy,
- wsparcie udzielane przez dawcę systemu, dzięki któremu następuje szybki rozwój sieci³.

HISTORIA ROZWOJU FRANCHISINGU

Pierwszy raz franchising pojawił się we Francji w XII wieku i był wykorzystywany przez władców kościoła i świeckich. Dawał on możliwość korzystania z terenów leśnych w zamian za uzgodnione kwoty lub świadczone usługi⁴. Ojczyznę franczyzy w takiej formie jak obecnie znamy są Stany Zjednoczone Ameryki. Za jej twórcę uznać można przedsiębiorstwa takie jak Singer, General Motors czy Coca-Cola. Aby poszerzyć kanały dystrybucji i zwiększyć zasięg dostępności produktów oferowały one innym firmom porozumienia, dające prawo do wyłączności sprzedaży w zamian za kapitał potrzebny do rozwoju. Dzięki temu organizator ponosił mniejsze nakłady finansowe a koszty marketingowe przenosił na dealerów⁵. Chodź wielki kryzys ekonomiczny w latach 30. XX wieku oraz wybuch II Wojny Światowej zahamował rozwój franczyzy, po ich zakończeniu nastąpił dynamiczny wzrost zainteresowania systemem, na który miała wpływ między innymi urbanizacja społeczeństwa oraz postępująca szybkość stylu życia⁶. Obszary zastosowań franczyzy stale ewoluują. Obecnie dziedzinami nowych systemów są głównie usługi

indywidualne (informatyka, praca w domu, edukacja), w przeciwieństwie do ubiegłego wieku, gdzie franczyza dominowała w gastronomii oraz branży produkcyjnej.

Jak wynika z tabeli 1. w Stanach Zjednoczonych w 2020 roku działało ponad 750 tys. placówek franczyzowych, w których łącznie było zatrudnionych blisko 7,5 mln osób - najwięcej w branży restauracji szybkiej obsługi. Pandemia Covid-19 wpłynęła negatywnie na liczbę jednostek oraz zatrudnienie we franczyzie w roku 2020. Eksperci twierdzą, że to franczyza ma potencjał do rozwoju i ożywienia gospodarki USA po korona-kryzysie⁷.

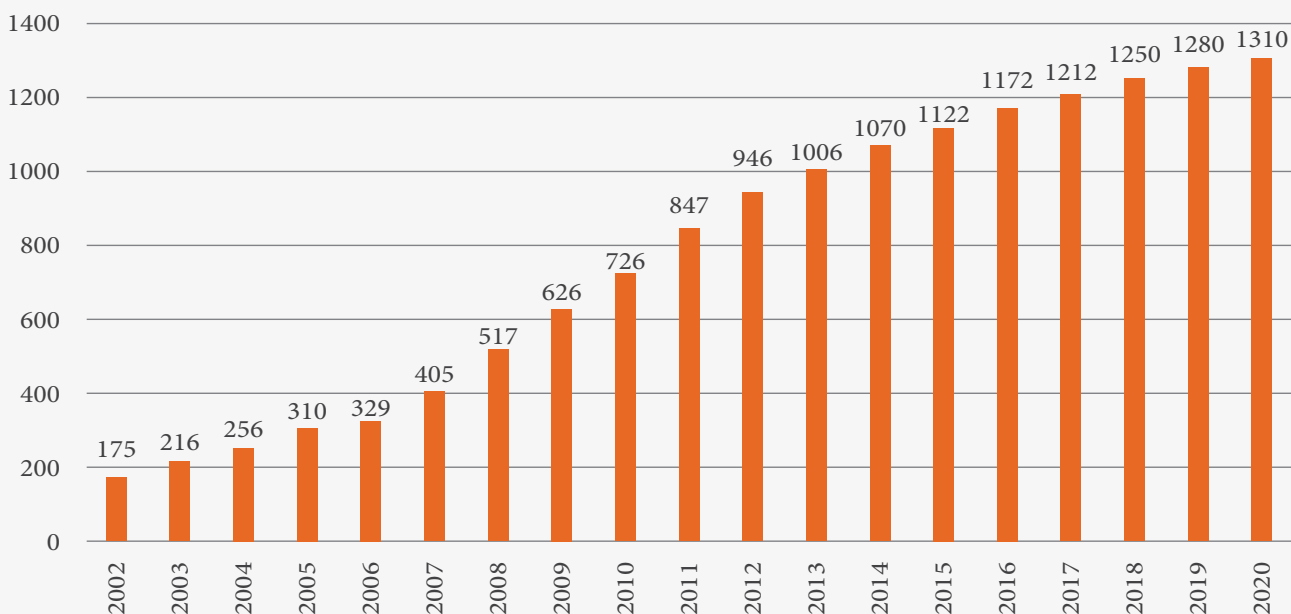
POLSKI RYNEK FRANCZYZOWY

W Polsce franczyza jest zdecydowanie mniej rozwiniętą formą organizacji przedsiębiorstwa niż w Stanach Zjednoczonych. Pierwsze powiązania franchisingowe w Polsce to lata 50. XX wieku, kiedy Bank PKO BP otwierał agencje – punkty kasowe w mniejszych miejscowościach i zakładach pracy. W latach 70. część hoteli Orbisu dołączyła do zagranicznych systemów franczyzowych, dzięki czemu w Polsce pojawiły się sieci InterContinental i Novotel⁸. W kolejnych latach w Polsce otworzyły się jednostki należące do globalnych systemów franczyzowych: McDonald's i Adidas, które znalazły duży popyt na swoje produkty. Przykładami sieci zakładanymi przez polskie przedsiębiorstwa były między innymi cukiernie A. Blikle oraz kawiarnie Pożegnanie z Afryką⁹.

Tabela 1. Liczba placówek oraz zatrudnienie we franczyzie w USA w latach 2019-2021 z podziałem na branże

| Wyszczególnienie | Liczba placówek | | | Zatrudnienie | | |
|---|-----------------|----------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 projekcja | 2019 | 2020 | 2021 projekcja |
| Usługi biznesowe | 106 936 | 107 789 | 110 241 | 650 489 | 588 475 | 670 591 |
| Usługi komercyjne | 67 226 | 73 116 | 75 627 | 252 803 | 253 682 | 301 706 |
| Hotelarstwo | 29 706 | 27 136 | 27 931 | 662 382 | 446 299 | 557 705 |
| Usługi osobiste | 118 825 | 110 050 | 113 907 | 547 094 | 475 580 | 524 450 |
| Restauracje szybkiej obsługi | 196 794 | 183 543 | 191 146 | 3 880 612 | 3 544 759 | 3 786 002 |
| Nieruchomości | 65 307 | 66 332 | 68 657 | 262 130 | 245 437 | 285 820 |
| Handel żywnością, produktami i usługami | 155 649 | 157 538 | 162 669 | 1 061 686 | 1 014 127 | 1 115 571 |
| Restauracje z pełną obsługą | 33 160 | 28 266 | 30 010 | 1 116 894 | 923 097 | 1 011 082 |
| Razem | 773603 | 753 770 | 780 188 | 8 434 090 | 7 491 456 | 8 252 929 |
| Procentowa zmiana | | (-2,6%) | (3,5%) | | (-11,2%) | (10,2%) |

Wykres 1. Liczba systemów franczyzowych w Polsce w latach 2002-2020



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Wiśniewski M., Franchiza w Polsce. Rozwój rok po roku, <https://franchising.pl/abc-franczyzy/24/franczyza-polsce-rozwoj-rok-roku/> [dostęp: 8.02.2022]

Jak wynika z wykresu 1. liczba sieci rocznie rośnie. W roku 2008 ich liczba przekroczyła 500. Polski rynek franczyzowy wchodzi w fazę dojrzałości. W ostatnich latach obserwujemy spowolnienie tempa wzrostu liczby systemów oraz jednostek franczyzowych. Wynika to z nasycenia rynku oraz trudności w pozyskiwaniu nowych licencjobiorców (zwłaszcza gdy organizator nie dysponuje atrakcyjnym konceptem, dobrą pozycją na rynku oraz wysoko rozwiniętą siecią placówek własnych). Obecnie najpopularniejszymi

biznesami franczyzowymi w handlu są sklepy z artykułami spożywczymi i przemysłowymi, w usługach natomiast koncepty gastronomiczne¹⁰.

FRANCZYZA W HANDLU

Najbardziej rozwiniętą w jednostki franczyzowe branżą są artykuły spożywcze i przemysłowe, do której zaliczane są małe i średnie sklepy, supermarkety, sklepy z alkoholem, piekarnie oraz sklepy z artykułami

motoryzacyjnymi. Rozwój branży wynika z rosnącej konkurencji i zagrożenia wynikającego z rozwoju hipermarketów. Właściciele małych sklepów podejmują się prowadzenia franczyz, widząc w niej jedyną szansę, by stawić czoła konkurencji. Franchiza daje im dostęp do innowacji, nowych rozwiązań informatycznych oraz szeroko rozwiniętego marketingu i promocji¹¹. Tabela 2. przedstawia liczbę jednostek franczyzowych wybranych marek z branży. Największym franczyzobiorcą w niej jest marka ABC, która tworzy ponad 8,6 tys. placówek.

Tabela 2. Liczba jednostek franczyzowych wybranych marek z branży artykułów spożywczych i przemysłowych w Polsce

| Firma | Liczba jednostek |
|--------------------|------------------|
| ABC | ponad 8 600 |
| Żabka | ponad 6 000 |
| Nasz sklep | ponad 3 400 |
| Lewiatan | 3 200 |
| Livio | 3 000 |
| ODIDO | ponad 2 500 |
| Groszek | prawie 2 000 |
| Delikatesy Centrum | ponad 1 100 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych rozproszonych.

Tabela 3. Liczba jednostek franczyzowych wybranych marek z branży gastronomicznej w Polsce

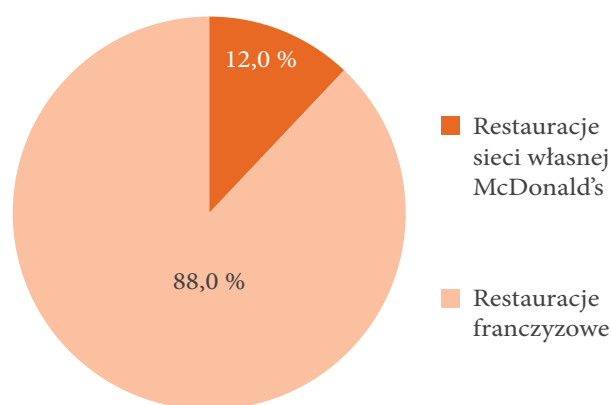
| Firma | Liczba jednostek |
|---------------------|------------------|
| Lodolandia & Kołacz | 640 |
| McDonald's | 437 |
| KFC | 296 |
| Lody Bonano | 197 |
| Da Grasso | 186 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych rozproszonych.

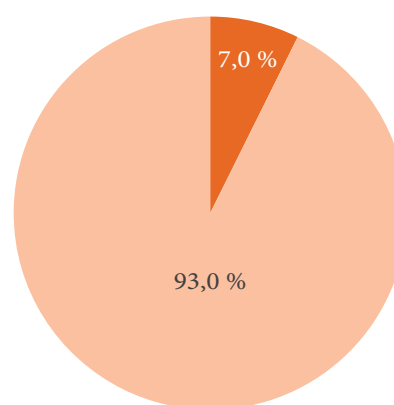
Tabela 4. Przykładowe opłaty jakie ponoszą przedsiębiorstwa działające na zasadzie franczyzy w Polsce

| Firma | Minimalna inwestycja | Opłata | | |
|----------------|----------------------|------------|------------------|-----------------|
| | | wstępna | bieżąca | marketingowa |
| 5.10.15 | 29 990 PLN | 15 000 PLN | - | - |
| Da Grasso | 150 000 PLN | 12 000 PLN | 1 464,10 PLN | - |
| Domino's Pizza | 95 000 EUR | 6 200 EUR | 3,5% sprzedaży | 3,86% sprzedaży |
| McDonald's | 1 800 000 PLN | 45 000 USD | 15-25% sprzedaży | 4,5% sprzedaży |
| Lody Bonano | 25 000 PLN | - | od 400 PLN | 150 PLN |
| Subway | 120 000 EUR | 7 500 EUR | 8% sprzedaży | 4,5% sprzedaży |
| Żabka | 5 000 PLN | - | - | - |

Źródło: opracowanie własne na podstawie: franczyzawpolsce.pl, Katalog franczyz, <https://franczyzawpolsce.pl/baza-sieci> [dostęp: 08.02.2022]



Wykres 2. Struktura własności sieci restauracji McDonald's na koniec pierwszego kwartału 2021 roku



Wykres 3. Planowana struktura własności sieci restauracji na koniec 2023 roku

Źródło: McDonald's Polska, Jesteśmy blisko-wpływ systemu McDonald's na gospodarkę w Polsce 2020, s. 39.

FRANCZYZA W USŁUGACH

W strukturze usługowych systemów franczyzowych dominuje branża gastronomiczna. Nowymi trendami w branży są bary sushi oraz kuchnia wegetariańska. Coraz więcej restauracji, aby dotrzeć do większej liczby klientów, oferują dostawy do domów. Branża staje przed coraz większymi wyzwaniami takimi jak rosnące koszty zatrudnienia, niedobór wykwalifikowanej kadry czy zakaz handlu w niedziele (dla restauracji w galeriach handlowych)¹². W tabeli 3. przedstawiono liczbę jednostek franczyzowych wybranych marek z branży. Największym franczyzobiorcą w niej jest marka Lodolandia & Kołacz, która posiada 640 lokali franczyzowych.

OPŁATY ZA UCZESTNICTWO

Każde otwarcie działalności wymaga poniesienia nakładów finansowych, a podczas jej prowadzenia przedsiębiorca ponosi różne koszty dodatkowe. We franczyzie oprócz należności związanych z wynagrodzeniem pracowników oraz opłatami za media, licencjobiorca rozlicza się z dawcą systemu w trzech podstawowych opłatach: wstępnej, bieżącej i marketingowej. Opłatę wstępną franczyzodawca pobiera w momencie podpisania umowy, w zamian za udostępnienie pakietu franczyzowego, który zawiera licencje na prowadzenie działalności. Opłata bieżąca jest comiesięczną opłatą w formie stałej kwoty lub określonego procentu od sprzedaży. Jest ona źródłem bieżących przychodów franczyzodawcy. Z pozyskanych środków, dawca wspiera i rozwija sieć, aby zapewnić jej konkurencyjność na rynku.

Wpłata na wspólny fundusz marketingowy, przeznaczona jest na cele promocyjno-reklamowe marki. Może być ona stała lub określona procentem od uzyskanej sprzedaży. Nie zawsze franczyzodawca pobiera wszystkie trzy opłaty od biorcy systemu. Niektóre firmy nie pozyskują opłaty bieżącej, niektóre rezygnują z innych opłat¹³. W tabeli 4. przedstawiono przykładowe opłaty franczyzowe wybranych marek.

ZALETY I WADY FRANCHISINGU

Franczyza niesie ze sobą wiele korzyści zarówno dla franczyzodawcy jak i franczyzobiorcy. Pozwala na podjęcie przez niezależnych przedsiębiorców działalności gospodarczej, dając im szansę na rozpoznawalność, przy jednocześnie zmniejszonym ryzyku. Dla twórcy unikatowego konceptu

jest drogą do rozwoju i poszerzenia terytorium działania. Prowadzenie działalności franczyzowej wiąże się z uzależnieniem biorcy od organizatora oraz brakiem możliwości samodzielnej ingerencji w produkt lub usługę. Każdy, kto w przyszłości zamierza przystąpić do sieci, powinien rozważyć wszystkie za i przeciw. Dużą zaletą dla franczyzodawcy jest mniejszy koszt otwarcia nowej jednostki, ponieważ to franczyzobiorca ponosi nakłady inwestycyjne. Dodatkowo otrzymuje on comiesięczne opłaty od biorcy, co stanowi dla niego stałe źródło przychodu. Dzięki franczyzie, marka ma szansę rozwoju na innych terenach. Z drugiej strony ponosi on ryzyko ujawnienia know-how oraz możliwość wystąpienia konfliktów z biorcą, co może wiązać się z osłabieniem wizerunku marki. Dla franczyzobiorcy plusem jest mniejsze ryzyko otwarcia działalności gospodarczej, ponieważ wchodzi na rynek z produktami lub usługami, na które wielkość popytu jest możliwa do przewidzenia. Korzysta on również z dużych kampanii reklamowych, między innymi w telewizji, za które być może sam nie byłby w stanie zapłacić. Wadą dla franczyzobiorcy jest długi okres zwrotu zainwestowanego kapitału, dzielenie się zyskiem z franczyzodawcą poprzez opłaty oraz stałe kontrolowanie działalności przez organizatora sieci¹⁴.

MCDONALD'S – PIONIER FRANCZYZY W POLSCE



Źródło: McDonald's Polska, <https://mcdonalds.pl/o-mcdonalds/biuro-prasowe/presskits> [dostęp: 9.02.2022]

Najbardziej popularną marką kojarzoną z franchisingiem jest McDonald's. Przedsiębiorstwo założyli w 1940 roku bracia Richard (Dick) i Maurice (Mac) McDonald's w San Bernardino, ale swój sukces zawdzięcza ono Ray'owi Kroc'owi (sprzedawcy mikserów który wpadł na pomysł otwarcia sieci identycznych lokali i stał się agentem franczyzowym braci). W Polsce pierwszą restaurację McDonald's otwarto w 1992 roku w Warszawie, na rogu ulic Marszałkowskiej

Każdy, kto
w przyszłości
zamierza przystąpić
do sieci, powinien
rozważyć wszystkie
za i przeciw.
Dużą zaletą
dla franczyzodawcy
jest mniejszy
koszt otwarcia
nowej jednostki,
ponieważ
to franczyzobiorca
ponosi nakłady
inwestycyjne.


i Świętokrzyskiej, w dobudowanej od strony północnej części Spółdzielczego Domu Handlowego „Sezam”¹⁵. Rok 2022 jest dla marki jubileuszowy, ponieważ świętuje 30-lecie istnienia w Polsce. Na zasadzie franczyzy funkcjonuje obecnie 437 restauracji. Na swój sukces przedsiębiorstwo pracowało ponad 70 lat, stale udoskonalając swój model biznesowy. Początkowa strategia marki McDonald's w Polsce nie była ukierunkowana na franczyzę. W latach 1995-2005 udział restauracji franczyzowych oscylował w granicach 19-28%. Od 2011 roku w strukturze własności dominują lokale franczyzowe. Jak wynika z wykresów 2. i 3. w latach 2021-2023 firma zamierza istotnie zmniejszyć liczbę jednostek własnych, rozwijając jeszcze bardziej sieć franczyzową¹⁶.

PODSUMOWANIE

Wzrost zainteresowania franczyzą wynika z wielu zalet zarówno dla franczyzobiorcy jak i franczyzodawcy. Ułatwia ona wejście na rynek z wyższym prawdopodobieństwem osiągnięcia sukcesu, dzięki pozyskiwaniu prawa do posługiwania się znaną i rozpoznawalną marką. Zmniejsza również koszty reklamy i promocji. Dla dawcy jest źródłem finansowania działalności oraz przyspiesza wzrost rentowności zainwestowanego kapitału oraz daje szansę na szybki rozwój firmy. Rynek franczyzy w Polsce jest rynkiem dojrzałym, na którym działa wiele podmiotów. Każdy znajdzie w nim coś dla siebie.


Przypisy:

- 1 Franczyza, w: *Słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/sjp/fraczyza;5573196> [dostęp: 7.02.2022]
- 2 Kolarski G., *Franchising, przewodnik dla początkujących*, Centrum Informacji Menedżera, Warszawa 1992, s. 6.
- 3 Ziółkowska M. J., *Francyza, nowoczesny model rozwoju biznesu*, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2020, s.24.
- 4 Ibidem, s. 12.
- 5 Kowalski F., *Istota franczyzy jako modelu rozwoju przedsiębiorstwa*, Kortowski Przegląd Prawniczy nr. 2, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn 2018, s.68-69.
- 6 Ziółkowska M. J., *Francyza, nowoczesny ...*, op. cit., s.20.
- 7 Kania-Baran D., *Covid-19 a franczyza 2021 - perspektywy ekonomiczne dla franczyzy w USA*, <https://francyzainfo.pl/covid-19-a-francyza-2021-perspektywy-ekonomiczne-dla-francyzy-w-usa/> [dostęp: 2.02.2022]
- 8 Ziółkowska M. J., *Francyza, nowoczesny ...*, op. cit., s.22.
- 9 Stawicka M.K., *Francyza droga do sukcesu*, Wyd. Helion, Gliwice 2013, s. 41.
- 10 Wiśniewski M., *Francyza w Polsce. Rozwój rok po roku*, <https://franchising.pl/abc-francyzy/24/francyza-polsce-rozwoj-roku-roku/> [dostęp: 8.02.2022]
- 11 Profit System Sp. z o.o., *Raport o Francyzie w Polsce 2018*, s. 51-52.
- 12 Ibidem, s.66-67.
- 13 Stawicka M.K., *Francyza ...*, op. cit., s. 83-84.
- 14 Antoszak P., Fladrowska E., Hulisz A., *Funkcjonowanie franczyzy na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa*, Zeszyty Naukowe WSG seria: Ekonomia 28.8, Bydgoszcz 2016, s. 20-21.
- 15 McDonald's Polska, *Historia*, <https://mcdonalds.pl/o-mcdonalds/kim-jestesmy/historia/> [dostęp: 08.02.2022]
- 16 McDonald's Polska, *Jestesmy blisko-wplyw systemu McDonald's na gospodarkę w Polsce 2020*, s. 38-39.



**KAŻDY/A
STUDENT/KA
EKSOCU
WIE,**

*Veritas
et Libertas*

 WYDZIAŁ
EKONOMICZNO-SOCJOLOGICZNY
Uniwersytet Łódzki

że dobry plecak to podstawa:)

Gadżety EkSocu dostępne są na stronie
→ sklep.uni.lodz.pl



– ZYSKI DLA FIRM CZY POWSZECHNA KONTROLA SPOŁECZEŃSTWA



Natalia Zawadzka

*Finanse i Rachunkowość, I stopień, II rok
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*

IDEA METAVERSE

„Jak unikniemy dystopijnej przyszłości, w której *Metaverse* jest niczym opium dla mas?” To pytanie padło podczas spotkania *Meta Platforms* i wyjątkowo trafnie wyraża niepewność związaną z nadchodzącą rewolucją technologiczną zapowiedzianą w październiku 2021 roku. Na corocznej konferencji *Facebook Connect* zaprezentowano film: „*The Metaverse and How We'll Build It Together*”, w którym CEO firmy – Mark Zuckerberg przedstawia ideę swojego projektu, określając go mianem „ucieleśnionej wersji Internetu”. *Metaverse* reprezentuje wizję przyszłości sieci, w której mnóstwo firm i ludzi stworzy wzajemnie połączone doświadczenia 3D, kreując wirtualny wieloplatformowy wszechświat. Sama koncepcja wirtualnego świata istnieje już od wielu lat, w badaniach nad nią biorą udział setki firm i liczne uniwersytety z całego świata, więc sylwetka Marka Zuckerberga to tylko udana kreacja na lidera tej dziedziny. Etymologią słowa *Metaverse* jest połączenie „*meta*” – wirtualny oraz „*universe*”, czyli wszechświat². Jest to bardziej zaawansowane medium od już istniejącego VR, bazujące na technologii XR (połączenie wszystkich dotychczasowych technologii: VR, AR, MR³ w wielowarstwowe doświadczenie)⁴. *Metaverse* to zbiór wirtualnych przestrzeni, w których można przebywać z innymi ludźmi, fizycznie będąc w różnych miejscach. *Metaverse* jest światem wygenerowanym w całości cyfrowo, w którym użytkownicy mogą przebywać za pośrednictwem awatarów. Istnieje możliwość

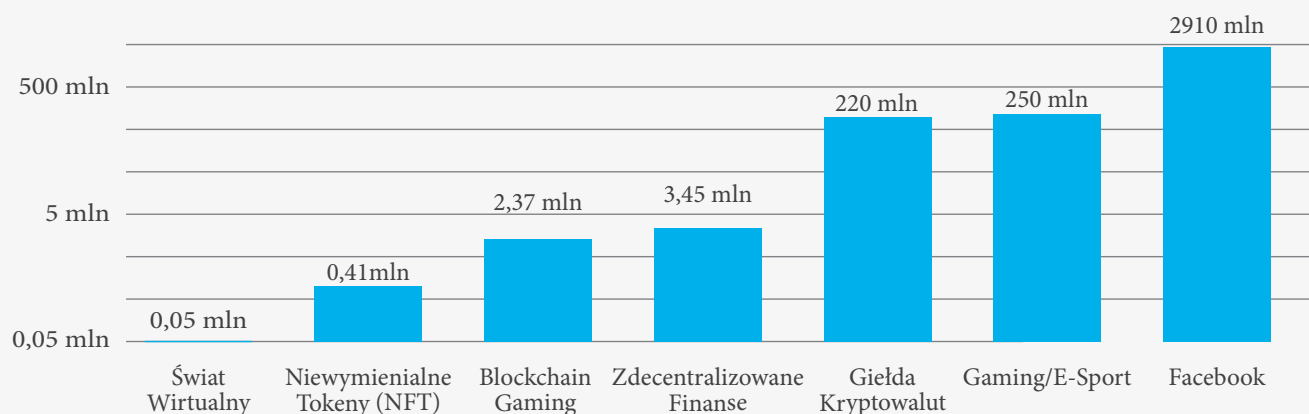
robienia zakupów jak w świecie fizycznym, odwiedzania trójwymiarowych sklepów ulubionych marek i dokonywania w nich prawdziwych transakcji, oceny i testowania produktów. Z perspektywy Zuckerberga, *Metaverse* to jego świat, do którego marki czy użytkownicy mogą wejść i napędzać rozwój biznesu samego *Meta*, jak i firm, które w niego inwestują. Wiele technologii, nad którymi trwają obecnie prace zostanie w pełni ukończonych i wdrożonych w życie codzienne użytkowników *Metaverse* dopiero za 10-15 lat. Określenie *Metaverse* w najbliższych latach będzie się rozwijało i ewoluowało na naszych oczach.

W świecie gigantów technologii nie brakuje chętnych do wzięcia udziału w wyścigu do tworzenia technologii pozwalającej na uczestniczenie w *Metaverse*. Zbudowanie cyfrowego świata wymaga wiele pracy i wysiłku. Istotnym elementem, od którego również zależy rozwój *Metaverse*, są użytkownicy tworzący segmenty rynku w strukturze zaprezentowanej na Wykresie 1. Sam Facebook dostarcza ponad 200mln potencjalnych członków nowego cyfrowego świata, a nie jest jedynym ich źródłem, ważnym elementem rynku są zarówno gracze, jak i inwestujący na giełdzie kryptowalut. Omawiając firmy zaangażowane w tworzenie *Metaverse*, *Google* nie wyszło z konkretną propozycją, jednak w zeszłym roku stworzyło działy zajmujące się rozwojem AR i VR – *Google Labs*, obejmujące np. *Project Starline*, który jest holograficznym narzędziem do wideokonferencji. *Meta Platforms* posiada już osiągnięcia w kwestii rozwoju *Metaverse*,

którymi są „*Project Cambria* - zestaw słuchawkowy VR kompatybilny ze światem *Oculus Quest Vr*, oraz *Horizon Marketplace* - miejsce, w którym kupujący, sprzedający i twórcy mogą wymieniać się cyfrowymi dobrami.”⁵. *Meta* jest jedną z niewielu firm, które mają możliwości finansowe na skupienie się na budowaniu całego ekosystemu *Metaverse*. Dzięki dużemu budżetowi firma Zuckerberga jednocześnie pracuje nad systemem operacyjnym, projektuje strukturę *e-commerce*, platformę społecznościową oraz rozwija urządzenia do rozszerzonej rzeczywistości, aby przyspieszyć powstawanie *Metaverse*. *Meta* stworzyła aplikację *Horizon Workrooms*, w której można spotkać się w sali konferencyjnej, widzieć się wzajemnie w formie awatarów i “czuć” lepiej swoją obecność. Jedyne, czego potrzeba to okulary VR *Oculus Quest 2*⁶. Kolejną ofertą skierowaną dla *Metaverse* jest *Mesh* dla *Teams* od *Microsoftu*, inspirowany wizją pracy w domu, polegającą na stworzeniu wirtualnego awatara i poruszaniu się w cyfrowej przestrzeni za pomocą zestawu VR. Kluczową rolę odgrywa również *Binance* przez kryptowaluty i *blockchain*, choć nie rozwija się aktywnie w *Metaverse*, zapewnia niezbędną infrastrukturę krypto. „*Binance NFT Marketplace* tworzy miejsce, w którym kupujący i sprzedający mogą handlować wirtualnymi aktywami NFT z wielu *blockchainów*. Pomaga to poprawić interoperacyjność między różnymi ekosystemami metawersu. Giełda *Binance* oferuje również duży wybór par tokenów z metawersu. Tworzenie płynnych rynków dla metawersu pomaga wspierać rozwój branży”⁵. Dzięki *NFT* użytkownicy mogą

Wykres 1. Użytkownicy segmentów potencjalnie tworzących *Metaverse*

WIELCY GRACZE BUDUJĄCY METAVERSE



posiadać prawo do wirtualnych ziem i przestrzeni w *Metaverse*. Bazy *blockchain* umożliwiają użytkownikom udowodnienie własności zasobu i rozwijanie wirtualnej nieruchomości⁷. *Epic Games* jest w posiadaniu prawdopodobnie najbardziej istotnej platformy kształtującej *Metaverse*, jaką jest *Fortnite*, który z początku w zasadzie był jedynie grą, a obecnie obejmuje 350 milionów graczy. Współpracuje również z wieloma gwiazdami i markami, którzy organizują w ich przestrzeni różne wydarzenia. *Epic Games* zadeklarowało chęć pomocy w tworzeniu zasobów 3D dla *Metaverse*. Kolejnym światowym twórcą gier zaangażowanym w kreowanie cyfrowego świata jest *Tencent*, będący jednym z największych na świecie wydawców gier i dostawców usług przesyłania wiadomości. Przedstawiciele *Tencent* publicznie wspomnieli, że „skupiają się na grach jako punkcie wejścia do *metaverse* z ich już istniejącą technologią”⁵.

METAVERSE A BIZNES

Internet umożliwia świadczenie usług i nawiązywanie relacji handlowych. *Meta* jest marką pokazującą wizję *Metaverse*. Samo wybranie słowa „Meta” świadczy o tym, że właściciele tej platformy zamierzają być liderem tworzenia wirtualnego świata i będą chcieli przekonać potencjalnych użytkowników, że ich działania w tym kierunku są najlepsze, budując jednocześnie nową, możliwą do rozbudowania kategorię, posiadającą swój komercyjny wymiar. Zuckerberg, prezentując swoją wizję, napędził rozwój cyfrowego świata i otworzył nowy rynek, który może okazać się opłacalny. Nie ważne jak nazwiemy *Metaverse*, czy jest to wirtualna czy rozszerzona rzeczywistość, istotne, że będzie to nasza rzeczywistość. Z tą świadomością przedsiębiorcy będą mogli lepiej przygotować się do oczekiwań konsumenta w przyszłości oraz efektywniej wykorzystywać narzędzia i możliwości, które wraz z postępem technologicznym zostaną wprowadzone przez „dużych graczy” w tej dziedzinie. Dzięki temu będą mogli lepiej skonstruować i przedstawić ofertę. Handel będzie korzystał z prezentacji swoich usług w formie 3D, dlatego należy zwrócić uwagę na możliwość kontaktu konsumenta i produktu w trójwymiarowej, wirtualnej formie. Inwestycja w cyfrowe odpowiedniki produktów, pozwoli im na obecność w cyfrowym *Metaverse*, po czym nawet na wyciągnięcie go z cyfrowej przestrzeni i postawienie przed sobą, aby poddać go ocenie przed dokonaniem zakupu.

Za pomocą okularów AR/VR samą kampanię reklamową można zrealizować w nowej metafizycznej formie. Nawet w tej chwili, oferowane produkty mogą dostać trójwymiarową wersję, a sprzedaż Internetowa może być realizowana już nie przez *chatboty*, a przez awatary sprzedawców. Stronom Internetowym może towarzyszyć opcja dokonywania zakupów w przestrzeni trójwymiarowej, jak w grze. Cały handel może przybrać formę cyfrową. Jeżeli pojawi się rozwiązanie łączące rzeczywistość

Samo wybranie
słowa „Meta”
świadczy o tym,
że właściciele
tej platformy
zamierzają być
liderem tworzenia
wirtualnego świata
i będą chcieli przeko-
nać potencjalnych
użytkowników,
że ich działania
w tym kierunku
są najlepsze (...)

rozszerzoną z wirtualną w cenie kosztu zaopatrzenia się w okulary VR, z czego ludzie coraz chętniej korzystają, wtedy faktycznie pojawi się nowa przestrzeń dla sprzedaży, spotkań biznesowych czy ofert handlowych, gdzie będzie można wspólnie wchodzić w interakcję z trójwymiarowymi produktami, widząc się nawzajem, nie tracąc kontaktu ze światem realnym. Zgodnie z zapowiedziami takie okulary mają pojawić się jeszcze w tym roku. Zuckerberg nie ukrywa, że nie będzie to proste, jednak patrząc na sukces okularów VR firmy *Oculus*, uznanych za jedne z najlepszych na rynku pod względem wygody i jakości, można pozwolić sobie na niemałe oczekiwanie. Nowe technologie mają swoje

miejsce w każdym codziennym aspekcie prowadzenia biznesu. Jeśli przedsiębiorcy chcą być w *Metaverse* - muszą mieć swój cyfrowy odpowiednik i być trójwymiarowi, aby znaleźć się w rzeczywistości, którą szuka Zuckerberg. Nadchodzi czas świata cyfrowego i niewątpliwie w przeciągu najbliższej dekady zmiesza się on z naszą rzeczywistością. Przedsiębiorcy za moment będą planować w bardzo podobny sposób, jak robią to teraz w świecie rzeczywistym, w świecie cyfrowym, lecz tam będą mieć więcej możliwości prezentacji i wykreowania wizji swojej marki, a co za tym idzie - rozwoju biznesu.

INWESTOWANIE W METAVERSE

Oczywistym wyborem na inwestowanie w rozwój *Metaverse* jest kupowanie akcji firmy *Nvidia*, jednego z największych na świecie producentów kart graficznych oraz układów scalonych. Firma rozwinęła platformę *Omniverse*, która umożliwia tworzenie wizualizacji, projektów 3D oraz symulacji w czasie rzeczywistym. W odróżnieniu od *Meta*, *Nvidia* zaprezentowała gotowy produkt podczas kwietniowych targów GTC 2021 – prezesa Jensen Huang na kilkadziesiąt sekund zastąpił wygenerowany w *Omniverse* model. W porównaniu do topornych i mało realistycznych awatarów stworzonych przez specjalistów od marketingu *Meta*, *Nvidia* pokazała, jak wygenerować niemożliwy do odróżnienia od prawdziwego model postaci przy pomocy technologii, z której można korzystać już teraz, a nie w dalekiej przyszłości. *Unity Software* to kolejna firma, która zyska na rozwoju *Metaverse*. Jej oprogramowanie zostało wykorzystane do stworzenia ponad 70% z 1000 najpopularniejszych gier na telefon ze sklepu *Google* i prawdopodobnie zostanie wykorzystane do tworzenia treści w *Metaverse*. *Adobe*, firma znana od lat na rynku jako gigant w branży multimedialnych cyfrowych, oraz z programów *Acrobat*, *Photoshop* i *Creative Cloud*, oferuje nowy produkt do rozwijania rozszerzonej rzeczywistości skierowany do artystów - *Aero*. Analityk finansowy Brent Thill, pracujący dla *Jefferies Group LLC* uważa, że *Adobe* ma najlepsze oprogramowanie do tworzenia *Metaverse*. Mniejsze firmy, takie jak *Matterport*, również biorą udział w rozwoju *Metaverse*. Głównym produktem firmy jest oprogramowanie tworzące kopie fizycznych aktywów takich jak domy, biura i przenoszenie ich do wirtualnej

rzeczywistości. Obecnie nie mają realnej konkurencji, a niewątpliwie jest to biznes, który w najbliższych latach znacząco będzie zyskiwał na znaczeniu⁸.

ZAGROŻENIA METAVERSE

Poza dynamicznym rozwojem *Metaverse*, nie brak tam również zachowań, które należy piętnować, co pokazał przypadek Niny Jane Patel, która została zgwałcona w *Horizon Worlds* - grze w wirtualnej rzeczywistości ze zintegrowanym systemem tworzenia gier opracowanej przez *Meta Platforms*. „Gdy użytkownicy będą powielać pewne zachowania w sieci, a w dodatku zobaczą na nie przyzwolenie i nie otrzymają odpowiedniej kary – może zdarzyć się tak, że zachowania te pojawią się również w rzeczywistym świecie”⁹. Bezpieczeństwo w sieci jest bardzo istotne, a sylwetka Marka Zuckerberga nie jest z nim kojarzona, np. przez wznowione w zeszłym roku postępowanie w sprawie firmy *Cambridge Analytica*, której, jak twierdzi prokurator generalny Dystryktu Kolumbii Karl Racine, miliarder umożliwił „bezwprawne pozyskanie wrażliwych danych 87 milionów użytkowników, w tym ponad połowy mieszkańców Dystryktu Kolumbii. Informacje te były wykorzystywane do profilowania osób pod kątem preferencji wyborczych i wpływania na ich polityczne decyzje”¹⁰. Mimo, że żadne z dochodzeń w tej sprawie nie dotyczy bezpośrednio Zuckerberga, tylko *Facebooka*, którego udziały kontroluje w ponad 50 procentach¹¹, miliarder wykreowany na lidera idei *Metaverse* dla wielu ludzi nie wzbudza zaufania. Śledzenie ruchów użytkowników zarówno w świecie realnym jak i w sieci, rozpoznawanie rysów twarzy czy zapisanie w cyfrowej przestrzeni, która do kogoś należy, odcisku palca może wydawać się przerażające. Internet jest obszarem pełnym zagrożeń, ponieważ udostępnia wiele narzędzi, które nieprawidłowo wykorzystywane mogą przysporzyć różnego rodzaju problemów. Pliki *cookie* (niewielkie informacje w formie ciągu tekstowego odczytywane przez serwisy Internetowe, wykorzystywane do podtrzymania sesji) mogą doprowadzić do przechwycenia danych osobowych przez osoby trzecie, a także do szpiegostwa i śledzenia, gdyż mogą posłużyć do analizy behawioralnej użytkowników¹². *Facebook* na podstawie naszych logowań pozyskał dane, które „odpowiednio przetworzone pozwalają na stworzenie precyzyjnych profili konsumenckich, za które chętnie płacą firmy chcące dotrzeć do klientów”¹³. Posiadaczem

unikalnych danych z mediów społecznościowych są firmy, które od 2010 roku dominują w cyberprzestrzeni – *GAFAM* – kolejno *Google*, *Amazon*, *Meta Platforms* (*Facebook*), *Apple* i *Microsoft*. Dzięki temu są w stanie szybciej i efektywniej dostosować ofertę do preferencji klientów¹⁴, co będzie zagrożeniem dla tradycyjnych przedsiębiorstw, jeśli przełoży się to na zachowania monopolistyczne na rynku finansowym. Powstaje coraz więcej połączeń pomiędzy światem rzeczywistym a cyfrowym, ich

Śledzenie ruchów użytkowników zarówno w świecie realnym jak i w sieci, rozpoznawanie rysów twarzy czy zapisanie w cyfrowej przestrzeni, która do kogoś należy, odcisku palca może wydawać się przerażające.

wzajemnie przenikanie może doprowadzić do uzależnienia użytkowników od komputera i gier komputerowych, co jako choroba znalazło się na liście Międzynarodowej Statystycznej Klasyfikacji Chorób i Problemów Zdrowotnych *ICD-10* i stanowi zaburzenie nawyków. Uzależnienie „destrukcyjnie wpływa na wszystkie sfery życia uzależnionego. Podstawowym skutkiem jest wycofywanie się z relacji z rówieśnikami i otoczeniem, izolacja od najbliższych i koncentracja na zdobywaniu kolejnych umiejętności i osiąganiu lepszych wyników w grach. Prowadzi to do sytuacji, w której osoba uzależniona (...) zaczyna niejako żyć w świecie wirtualnym, odcinając się od rzeczywistości”¹⁵ Społeczeństwo zadaje

pytania, na które trudno uzyskać odpowiedź: „Co z algorytmami, które sterują naszym życiem?”, „Czy jest to cena, którą warto zapłacić w imię postępu technologicznego?”. Z miejsca, w którym obecnie znajduje się społeczeństwo, nie ma możliwości udzielenia jednoznacznej odpowiedzi na te pytania. Jednak można z całą pewnością stwierdzić, że z czasem ludzkość pozna na nie odpowiedź, ponieważ postępu nie da się zatrzymać. W końcu urzeczywistni się wizja wirtualnych przestrzeni służących nie tylko do zabawy, ale również do pracy, edukacji, życia społecznego - przyszłość rzeczywistości wirtualnej nadchodzi i bez wątpienia będzie miała znaczący wpływ na funkcjonowanie społeczeństwa oraz biznesu.

Bibliografia:

- 1 M. Misiura, *Czym jest metaverse?*, <https://cryps.pl/artykul/czym-jest-metaverse/>, [dostęp 12.02.2022]
- 2 A. Latocha, *Metaversum Facebooka. Czy Zuckerberg planuje rewolucję?*, <https://cryps.pl/artykul/czym-jest-metaverse/>, [dostęp 12.02.2022]
- 3 M. Elgan, *Will Zuckerberg's 'metaverse' change everything?*, <https://www.computerworld.com/article/3637952/will-zuckerbergs-metaverse-change-everything.html>, [dostęp 12.02.2022]
- 4 A. Wojciechowska, *Metaverse Facebooka to "bardzo zły pomysł"*, <https://www.computerworld.com/article/3637952/will-zuckerbergs-metaverse-change-everything.html>, [dostęp 12.02.2022]
- 5 Meta, *Introducing Meta: A Social Technology Company*, <https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>, [dostęp 12.02.2022]
- 6 Wikipedia, *Horizon Worlds*, https://en.wikipedia.org/wiki/Horizon_Worlds, [dostęp 12.02.2022]

Przypisy:

- 1 Meta, *The Metaverse and How We'll Build It Together*, <https://youtu.be/Uvufun6xer8>, [dostęp 12.02.2022]
- 2 Wiktionary, *metaverse*, <https://en.wiktionary.org/wiki/metaverse>, [dostęp 12.02.2022]
- 3 VR (Virtual Reality) – wirtualna rzeczywistość, AR (Augmented Reality) – poszerzona rzeczywistość, MR (Mixed Reality) – mieszana rzeczywistość, XR (Cross Reality) – rzeczywistość skrzyżowana
- 4 P. Sarmini, *XR – rzeczywistość skrzyżowana, czy ukrzyżowana?*, <https://mu.pl/blog/xr-rzeczywistosc-skrzyzowana-czy-ukrzyzowana-13>, [dostęp 12.02.2022]
- 5 Binance Academy, *6 Globalnych Firm Budujących Metaverse*, <https://academy.binance.com/pl/articles/global-companies-building-up-the-metaverse>, [dostęp 12.02.2022]
- 6 Meta Quest, *Room to work like never before*, <https://www.oculus.com/workrooms/>, [dostęp 12.02.2022]
- 7 Binance, *Dlaczego NFT Są Kluczem Do Uzyskania Dostępu Do Metaverse*, <https://www.binance.com/pl/blog/nft/dlaczego-nft-%C4%85-kluczem-do-uzyskania-dost%C4%99pu-do-metaverse-421499824684903085>, [dostęp 12.02.2022]
- 8 K. Speights, *5 Unstoppable Metaverse Stocks to Buy in 2022*, <https://www.fool.com/investing/2022/01/09/5-unstoppable-metaverse-stocks-to-buy-in-2022/>, [dostęp 12.02.2022]
- 9 K. Żyłowska, *Kobieta została zgwałcona zaraz po tym, gdy dołączyła do świata Metaverse*, <https://socialpress.pl/2022/02/kobieta-zostala-zgwalczona-zaraz-po-tym-gdy-dolaczyla-do-swiat-metaverse>, [dostęp 12.02.2022]
- 10 TVN24, *Wraca sprawa Cambridge Analytica. W sprawie Zuckerberga*, <https://tvn24.pl/swiat/usa-nazwisko-marka-zuckerberga-widnieje-w-pozwie-w-sprawie-afery-cambridge-analytica-5461921>, [dostęp 12.02.2022]
- 11 Wikipedia, *Meta Platforms*, https://pl.wikipedia.org/wiki/Meta_Platforms, [dostęp 12.02.2022]
- 12 P. Markowski, *Zagrożenia związane z plikami cookies*, <https://jakwylaczyccookie.pl/zagrozenia-zwiazane-z-plikami-cookies/>, [dostęp 12.02.2022]
- 13 F. Konopczyński, *Przyszły Metaverse i dzisiejsze kłopoty. Facebook ucieka do przodu*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/rynek/2146890,1-przyszly-metaverse-i-dzisiejsze-klopoty-facebook-ucieka-do-przodu.read>, [dostęp 12.02.2022]
- 14 P. Bednarski, *Realne zagrożenie dla banków i konkurencji na rynku BigTech-y a nie FinTech-y*, <https://pl.linkedin.com/pulse/realne-zagro%C5%Bcenie-dla-bank%C3%B3w-i-konkurencji-na-ryнку-nie-bednarski>, [dostęp 12.02.2022]
- 15 A. Kozikowska, *Uzależnienie od gier komputerowych – objawy, przyczyny, leczenie i skutki*, <https://medjol.pl/warto-wiedziec/uzaleznienie-od-gier>, [dostęp 12.02.2022]



WYWIAD

APLIKACJE BANKOWE W PRAKTYCE
– ROZMOWA Z **LESZKIEM PIEKUTEM**,
HEAD OF MOBILE BANKING AT MBANK S.A.

mBank jest jednym z największych banków w Polsce. Jak Pan sądzi, co przesądziło o jego sukcesie?

mBank wystartował w listopadzie 2000 roku z unikalnym modelem biznesowym i wręcz rewolucyjną ofertą. Pierwszy rachunek bez żadnych prowizji, pierwsza obsługa klientów w pełni przez Internet, rachunek bieżący oprocentowany około 16%, gdzie inne banki oferowały 3-miesięczne lokaty z oprocentowaniem około 11%. To się nie mogło nie udać.

W kolejnych latach mBank systematycznie powiększał swoją ofertę produktową. Teraz, z perspektywy czasu, mogę stwierdzić, że kluczem było wsłuchiwanie się w potrzeby klientów, szczególnie tych, którzy z chęcią korzystali z rozwiązań internetowych. Dedykowana, bezpieczna karta do płatności w Internecie, pierwsza w Polsce usługa pay-by-link – mTransfer, unikalny model dystrybucji funduszy inwestycyjnych.

Warto też wspomnieć tutaj o strategii marketingowej i pozycjonowaniu mBanku. To nie był zwykły bank, pachniało nowoczesnością. Pamiętam, że w tamtych czasach nie mieć konta w mBanku, to tak jakby dzisiaj nie korzystać z Instagram czy Tik-Tok'a.

Pracuje Pan w mBanku od 2006 roku. To bardzo długo. Czy jest Pan zadowolony z pracy w firmie? Czym się Pan dokładnie zajmuje?

W zasadzie to mogę powiedzieć, że z grupą mBanku związany jestem od 2000 roku 😊. Niemal od samego startu mBanku, a później przez projekt MultiBank. Po około 1,5-roczonej przerwie wróciłem w ramiona mBanku rozwijać usługi internetowe.

Tak, ktoś może powiedzieć, że to dużo czasu, ale kluczowe w tym jest to, że przez te lata zmieniałem obszar odpowiedzialności, zadania którymi się zajmowałem. Kilka lat przy rozwoju serwisów internetowych i sprzedaży on-line. Brałem udział w projekcie uruchomienia mBanku w Czechach i na Słowacji, gdzie następnie przez kilka lat zajmowałem się współpracą z naszymi kolegami z południa. Potem nastąpił boom na usługi internetowe (tzw. Web 2.0, zmiana roli internetu, konsumpcji i tworzenia treści), a w szczególności rosnąca popularność mobilnego dostępu do internetu. Od samego początku biorę aktywny udział w rozwoju aplikacji mobilnych, a obecnie pełnię rolę Chief Product Ownera produktu Digital Banking.

Kiedy i dlaczego pojawił się pomysł stworzenia aplikacji bankowej? Ile minęło czasu od pomysłu do pojawienia się aplikacji na rynku?

Tak jak wspominałem wcześniej, digital i innowacje mBank od zawsze miał w swoim DNA. Warto tu zaznaczyć, że mBank od samego początku był dostępny na telefonach, poprzez protokół WAP, a później rozwiązania typu STK (SIM ToolKit, czyli specjalne oprogramowanie instalowane przez operatora na karcie SIM).

Około 2010 roku zaobserwowaliśmy na rynku zmiany w zachowaniu klientów. Pierwsze iPhone'y, na których konsumowanie treści było bardziej wygodne niż do tej pory, malejące opłaty za korzystanie z mobilnego internetu, pierwsze próby z budowaniem aplikacji i stron internetowych dostępnych na mobile. To był moment, kiedy zadaliśmy sobie pytanie, czy bank może zaistnieć na telefonie i czy klienci będą chcieli korzystać z takiego rozwiązania.

W pierwszej fazie udostępniliśmy klientom dedykowany serwis transakcyjny przez przeglądarkę, z bardzo ograniczoną liczbą dostępnych funkcji. Kiedy zaczęliśmy się przekonywać, że to dobry kierunek, padła decyzja o rozwoju aplikacji natywnych¹. W pierwszej kolejności na system iOS, chwilę później na Android. To był czas, kiedy na rynku funkcjonowało równolegle kilka systemów mobilnych, np. Windows Mobile, Symbian, Bada, BlackBerry. Obserwowaliśmy, które z nich mają szansę przetrwać i zdobyć popularność, na który system przygotować aplikację.

Czy mógłby Pan opowiedzieć jak wygląda proces tworzenia aplikacji bankowej?

Ogólnie mógłbym powiedzieć, że pomysł, projektowanie, development i testy.

Oczywiście ten proces jest bardziej złożony. Zaczyna się od pomysłu. Po co to robimy, co chcemy osiągnąć, jaką dostarczymy wartość, jaki problem klienta chcemy rozwiązać, dlaczego klient będzie chciał z tego korzystać. Następnie projektujemy te rozwiązania. Szereg badań z użytkownikami, poprawki, testy użyteczności, tworzenie makiet, projekty graficzne itp. Kolejny ogólny krok to prace developerskie. W metodologii zwinnej, pracujemy w tzw sprintach, gdzie zamknięte części kodu, funkcjonalności powstają np. w ciągu 2 tygodni. To obejmuje również fazę testów

akceptacyjnych, audyt bezpieczeństwa i poprawianie błędów. I tu decydujemy czy to, co udało się wyprodukować możemy już oddać klientowi, czy jednak chcemy poświęcić więcej czasu, dorobić jeszcze jeden element, aby usługa w lepszy sposób realizowała potrzeby użytkownika.

Później obserwujemy reakcję klientów i analizujemy ich uwagi. Na tej podstawie wiemy co powinniśmy zmienić, usprawnić, w jakim kierunku dalej rozwijać tą usługę.

Który etap tworzenia aplikacji jest najtrudniejszy?

Etap decyzyjny 😊

Każdy z tych etapów ma swoje wyzwania. Mamy czasem świetny pomysł, czujemy, że to może być sukces, ale potem się okazuje, że użytkownicy tego nie rozumieją. Bardzo ciężko jest to przenieść do świata cyfrowego, proces staje się trudny (nawet jeśli na końcu korzyść dla użytkownika jest wyraźna).

Czasem te rewolucyjne rozwiązania wymagają dużych nakładów inwestycyjnych, dużej ilości pracy developerskiej. Wytworzenie usługi może zająć dużo czasu, skorzystania z technologii, która nie zawsze działa idealnie na wszystkich urządzeniach, wersjach systemów itp. Na tym etapie często się okazuje, że z tej pierwotnej wizji naszej usługi musimy coś usunąć, zmienić aby osiągnąć realną wartość w niedługim czasie i rozwijać ją dalej zgodnie z oczekiwaniami klientów.

Najtrudniejszym etapem jest chyba sytuacja, w której okazuje się, że przy zaawansowanych pracach napotykamy scenariusz użytkownika, której obsługa wymaga diametralnych zmian i prace muszą ruszyć niemal od początku 😊

Na które oprogramowanie trudniej jest stworzyć aplikację? Android, iOS czy Huawei AppGalery?

Nie jestem developerem, więc moja opinia będzie tutaj mocno subiektywna i raczej bazuje na opiniach kolegów i wyzwaniach, z którymi muszą się mierzyć. Z mojej perspektywy, system iOS jest bardziej homogeniczny. Jeśli wiemy, że oprogramowanie wspiera iOS od wersji 12, to każdy telefon z tym systemem poprawnie obsłuży naszą aplikację. W przypadku systemu Android, sprawa jest bardziej utrudniona ze względu na specyficzne nakładki na system bazowy stosowane przez

poszczególnych producentów. Czasem to niestety rodzi dodatkowe trudności. Tworzenie aplikacji dla telefonów Huawei, to w uproszczeniu dostosowanie aplikacji Android do specyficznych modułów, które nie są dostępne w podstawowej wersji Google i są zastąpione przez dedykowane rozwiązania tego producenta (np. moduł map).

Czy orientuje się Pan jaki procent klientów banków korzysta głównie z aplikacji mobilnej?

W mBanku około 90% aktywnych klientów korzysta z aplikacji mobilnej. Warto podkreślić również, że około 35% naszych klientów korzysta wyłącznie z banku na telefonie.

Wg. udostępnionych przez banki danych, średni wskaźnik mobilności wynosi około 75%

Domyślam się, że aplikacja musi być bardzo dobrze zabezpieczona. Czy może Pan o tym trochę opowiedzieć?

Zdecydowanie tak. Generalnie przy rozmowach o bezpieczeństwie, zabezpieczeniu dostępu, mówi się o dwóch czynnikach: coś co mam i coś co wiem. W erze bankowości internetowej, tym elementem wiedzy było nasze hasło, zaś elementem posiadania – kod SMS, który był wysyłany na telefon użytkownika. W bankowości mobilnej te elementy są niemal razem. A zatem muszą istnieć zupełnie inne metody zabezpieczania dostępu, na wielu płaszczyznach.

Aplikacja jest systematycznie audytowana pod względem bezpieczeństwa (również przez zewnętrznych ekspertów). Sposób komunikacji aplikacji zainstalowanej na telefonie z bankiem jest szyfrowany. W tej materii myślę, że żaden bank nie może sobie pozwolić na brak profesjonalizmu. Jednak bardzo ważnym elementem w kontekście bezpieczeństwa jest sam użytkownik i jego zachowanie. Instalowanie nieznanych aplikacji, pobieranie ich z nieoficjalnych źródeł itp. powoduje, że użytkownik sam się prosi o kłopoty. Obecnie większość ataków jest skierowanych na klientów, a nie na narzędzia, które dostarcza bank. Proste hasła, podawanie wrażliwych danych w podejrzanych miejscach, klikanie w linki w wiadomościach e-mail lub SMS szczególnie narażają nas na atak i niekontrolowane wprowadzanie środków z konta.

Jaki jest szacunkowy koszt tworzenia aplikacji? Ile osób ją tworzy?

Nie da się jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie. Wszystko zależy od tego jak będziemy liczyć osoby zaangażowane w tworzenie aplikacji. Pamiętajmy, że bankowość mobilna to nie tylko kod zainstalowany na telefonie w postaci aplikacji. Oprócz tej części instalowanej u klienta, wiele musi się zadziać po stronie "back-end'u", czyli systemu, który przetwarza dane i transakcje, i wystawia je w odpowiedniej formie do samej aplikacji. I wracam teraz do pytania o proces tworzenia aplikacji. Oprócz wspomnianych deweloperów, to również projektanci UI/UX2, osoby z tzw. „biznesu”, którzy przygotowują daną usługę, szerokie wsparcie regulacyjne (dział prawny, dział compliance), komunikacyjne oraz security. Patrząc w ten sposób to mogę powiedzieć, że to grubo ponad 150 osób, w różnym wymiarze czasu i zaangażowania.

Przypuszczam, że spora część naszych czytelników bardzo rzadko wchodzi do serwisu transakcyjnego w przeglądarce na komputerze. Dla mnie osobiście aplikacja jest o wiele prostsza i bardziej intuicyjna. Dlaczego nie można przenieść wszystkich funkcji, które są dostępne na stronie internetowej do aplikacji na smartfony.

Faktycznie odsetek użytkowników korzystających z bankowości mobilnej jest najwyższy w grupie młodszych klientów. Jednym z naszych celów rozwoju aplikacji jest przeniesienie rozwiązań z serwisu transakcyjnego i zredukowanie luki funkcjonalnej pomiędzy tymi narzędziami. Niestety niektóre elementy ze względu na bezpieczeństwo

pozostaną dostępne wyłącznie w serwisie transakcyjnym.

Dużo zależy również od konkretnych usług i scenariuszy klienta. Wykonywanie ich w aplikacji niestety nie będzie zbyt łatwe. Usługa będzie wykorzystywana sporadycznie i przez niewielką grupę klientów. A musimy pamiętać, że to oznacza potrójny development (system transakcyjny w wersji web'owej, iOS i Android). Musimy patrzeć na koszty, i dlatego część takich mniej używanych funkcji jest udostępniana za pomocą RWD (w mobilnej wersji przeglądarki, nie w aplikacji natywnej).

MBank kojarzony jest z nowoczesnością oraz innowacyjnością. Czy są funkcje w aplikacji lub serwisie transakcyjnym mBanku, których nie posiadają inne banki?

Tak, to z pewnością serduszko WOŚP i możliwość wsparcia fundacji 😊. Ale to wynika przede wszystkim ze strategicznego partnerstwa z WOŚP.



W zakresie usług, które oferujemy, mamy wiele funkcji, które nie są dostępne w innych aplikacjach bankowych. Naszym celem jest stworzenie aplikacji, która jest nie tylko wygodna, ale także bezpieczna i intuicyjna. Chcemy, aby nasi klienci mogli łatwo i bezpiecznie korzystać z naszych usług. Wierzymy, że to jest nasz największy sukces.

jest na tyle konkurencyjny, że dobre rozwiązania szybko znajdują naśladowców. Bardzo dużo zależy od tego w jaki sposób dostarczymy klientowi tę usługę, jak zadbamy o tzw „mikromomenty”. Bo chyba niemal wszystkie banki udostępniają możliwość zmiany limitów karty w swojej aplikacji. Ale np w mBanku wyszliśmy od potrzeby klienta, jego problemu. Zadaliśmy sobie pytanie „po co klient potrzebuje zmienić limit?”. Ze względów bezpieczeństwa on nie chce mieć na stałe wysokich limitów, ale raz na jakiś czas potrzebuje wykonać większą transakcję. Dlatego udostępniliśmy funkcję tymczasowego limitu. Po zdefiniowaniu nowej kwoty, ten limit jest ważny do końca dnia. Po wykonaniu transakcji, klient nie musi pamiętać, żeby przywrócić swoje dotychczasowe limity bo aplikacja wykona to za niego na koniec dnia.

W obecnych czasach coraz popularniejsza jest sztuczna inteligencja. Czy jest planowane, aby w aplikacji mobilnej mBanku wprowadzić takie rozwiązanie?



To na początek zadajmy sobie pytanie – czym jest sztuczna inteligencja? Co to w praktyce oznacza? Można powiedzieć, że pewne elementy sztucznej inteligencji już są wykorzystywane w mBanku. To części procesów analitycznych związanych z oceną zdolności kredytowej, czy analizujące transakcyjność klienta i podejmujące decyzje o sposobie autoryzacji transakcji. Chyba najbardziej rozpoznawalnym elementem sztucznej inteligencji są boty. W mBanku już od kilku miesięcy bot obsługuje klientów dzwoniących do Contact Center (w formie głosowej) oraz odpowiada na czasie w serwisie transakcyjnym i aplikacji. Kolejnym etapem przed nami w tym zakresie będzie udostępnienie bota i obsługi głosem już bezpośrednio w samej aplikacji.

Dziękuję bardzo za rozmowę.

Dziękuję również.

Przypisy:

- 1 Aplikacja natywna – program, który napisany jest indywidualnie pod daną platformę mobilną. Oznacza to, że dla każdego systemu operacyjnego (iOS, Android, AppGallery) ta sama aplikacja musi zostać napisana w innym języku programowania, <https://appchance.com/pl/blog/native-vs-hybrid-jaki-rodzaj-aplikacji-mobilnej-wybrac,07.03.2022>
- 2 UI (User Interface) - dba o estetykę produktu i sprawdza zgodność z zasadami projektowania
- 3 UX (User Experience) - bada jakość interakcji użytkownika z aplikacją, <https://ux.marszałkowski.org/ux-vs-ui-czym-je-rozni-ux-design-od-ui-design/,07.03.2022>

Wywiad przeprowadził:
Piotr Laudan
p.laudan@progress.org.pl





KREDYT HIPOTECZNY. CZY WARTO GO NADPŁACAĆ?



Honorata Bator

h.bator@progress.org.pl

Rachunkowość i zarządzanie finansami

Uniwersytet Łódzki, Wydział Zarządzania,

Recenzent: dr Małgorzata Jabłońska

KREDYT HIPOTECZNY – CZY WARTO GO NADPŁACAĆ?

Kredyt hipoteczny pozwala spełnić marzenie o posiadaniu mieszkania czy domu. Umowa o kredyt hipoteczny to jednak poważna decyzja. Przez wiele lat należy spłacać zobowiązanie w terminach i wysokościach określonych w umowie. Biorąc kredyt hipoteczny, należy być świadomym, że najczęściej jest to zobowiązanie na 20 lat, a nierzadko nawet na dłuższy czas. Jednak w wielu przypadkach, sytuacja finansowa po latach ulega poprawie, dlatego interesująca wydaje się być nadpłata kredytu hipotecznego.

Kredyt hipoteczny to dla wielu Polaków jedyne rozwiązanie, dzięki któremu mogą oni wejść w posiadanie własnego mieszkania czy domu. Jest to zobowiązanie długoterminowe, które można zaciągnąć na aż 35 lat. Jednak fakt, że kredyt został zaciągnięty na określony czas nie oznacza, że nie można spłacić go szybciej. Jest to możliwe dzięki nadpłatom – są one kwestią dość kontrowersyjną i wiele osób uważa, że nie powinno się ich dokonywać.

Wiele osób uważa, że nie warto nadpłacać kredytu hipotecznego, bo to „najtańszy pieniądź na rynku”. Dochodzą więc do wniosku, że mogą spędzić 1/3 życia z długiem na głowie. Banki wiedzą jednak, że najtańszym pieniądzem na rynku są nasze depozyty, zaś na kredytach hipotecznych świetnie się zarabia. A co za tym idzie – starają się zniechęcić do ich nadpłacania, wprowadzając prowizje za wcześniejszą spłatę oraz opłaty za zmianę harmonogramu i aneksu do umowy.

CZY MOŻNA NADPŁACAĆ KREDYT HIPOTECZNY?

Nadpłata kredytu mieszkaniowego jest możliwa praktycznie w każdym banku. Co więcej, statystyki pokazują, że większość tego rodzaju zobowiązań spłacana jest przed czasem, co udowadnia, że na takie rozwiązanie decyduje się mnóstwo osób. Warto jednak wiedzieć, że niektóre banki wprowadzają pewne ograniczenia dotyczące nadpłaty kredytu hipotecznego. Zazwyczaj odnoszą się one do okresu, w którym możliwa staje się nadpłata. Oznacza to, że przez pierwsze miesiące, a niekiedy nawet lata, nie będzie ona dostępna.

O wcześniejszej spłacie kredytu mówimy najczęściej w kontekście kredytów gotówkowych i polega ona na jednorazowym spłaceniu całości pozostałego do uregulowania zobowiązania. Natomiast nadpłata kredytu, stosowana coraz powszechniej w przypadku kredytów hipotecznych oznacza, że kredytobiorca wpłaca bankowi większe kwoty niż wymaga tego harmonogram spłat. Wiele osób decyduje się na nadpłacanie kredytu raz na miesiąc, wraz z każdą kolejną ratą, ale nie ma takiego obowiązku. Nadpłacać kredyt można dowolną ilość razy w danym roku – wszystko zależy od chęci czy możliwości. Samodzielnie można ustalić również, jak dużej nadpłaty chcemy dokonać. Większe nadpłaty szybciej pozwolą zmniejszyć saldo kredytu, ale każda nadpłacona złotówka prowadzi do oszczędności i zmniejszenia kolejnych rat, w związku z czym warto inwestować w ten sposób nawet pozornie niewielkie sumy.

CZYM JEST NADPŁATA KREDYTU?

Nadpłata kredytu hipotecznego oznacza częściową wcześniejszą spłatę pożyczonej kwoty. Kredytobiorca oddaje bankowi pewną część kapitału, dzięki czemu jego dług wobec banku zmniejsza się. Od tego momentu kredytobiorca płaci niższe odsetki od kredytu (bo została już mniejsza kwota do spłaty), a sam kredyt spłaci szybciej (bo zostało mniej rat do spłaty). Nadpłata kredytu hipotecznego może być zarówno działaniem jednorazowym, jak też systematycznym zwracaniem bankowi kwot wyższych niż ustalone w umowie raty. Kredyt hipoteczny można nadpłacić dowolną dodatkową kwotą, choć jego specyfika sprawia, że realne znaczenie mają nadpłaty przekraczające przynajmniej jedną ratę kredytu.

Nadpłata kredytu hipotecznego pozwala zmniejszyć głównie koszty odsetkowe. Odsetki naliczane są od aktualnego salda kredytowego, więc im szybciej i więcej uda się zapłacić, tym saldo automatycznie staje się mniejsze. W efekcie po latach, wysokość odsetek może się znacząco zmniejszyć, a tym samym całkowity koszt kredytu. Co więcej, również liczba naszych rat, więc możemy pozbyć się zobowiązania w znacznie krótszym czasie.

PROWIZJA ZA NADPŁATĘ KREDYTU HIPOTECZNEGO

Kwestia prowizji za nadpłatę kredytu hipotecznego jest obecnie znacznie mocniej uregulowana niż jeszcze kilka lat temu. Przede wszystkim banki nie mają możliwości naliczania takiej prowizji, w jakiegokolwiek wysokości, jeśli kredyt spłacany jest już od co najmniej 3 lat. W przypadku zobowiązań spłacanych krócej mogą one to robić, jednak nie muszą i coraz więcej banków zdecydowało się w ogóle prowizji nie pobierać. Obowiązują pewne ograniczenia odnośnie wysokości takiej opłaty. Jej maksymalna wysokość to 3% kwoty, o jaką zdecydujemy się nadpłacić kredyt, a więc stosunkowo niedużo.

Dla nadpłaty w wysokości 1000 złotych będzie to maksymalnie 30 złotych. Należy jednak pamiętać, że o ile nadpłaty będą dokonywane regularnie (na przykład co miesiąc), to opłaty te się skumulują. Przy nadpłacaniu kredytu kwotą 1000 złotych przez 3 lata (czyli do momentu, kiedy bank nie może już pobierać prowizji) i 3%-owej prowizji, przez ten czas za nadpłacanie kredytu, należy zapłacić bankowi 1080 złotych. Na przestrzeni kilkunastu czy kilkudziesięciu lat spłaty kredytu, którego całkowity koszt wyniesie w większości przypadków kilkaset tysięcy złotych, jest to niewielka kwota i nawet mimo tej prowizji nadpłacanie kredytu może być opłacalne, ale trzeba mieć to na uwadze.

CZY OPŁACA SIĘ WCZEŚNIEJ SPŁAĆ KREDYT HIPOTECZNY?

Nagły zastrzyk dodatkowej gotówki może uświadomić, jak wielka jest lista potrzeb, które należałoby zaspokoić w pierwszej kolejności. Wiele osób w takiej sytuacji zastanawia się, czy warto środki poświęcić na spłatę zobowiązania bankowego i czy wcześniejsza spłata kredytu hipotecznego się opłaca. Poniżej znajduje się lista najważniejszych korzyści z takiego przeznaczenia swoich środków.

Obniżenie kosztów – podstawową korzyścią wcześniejszej spłaty kredytu hipotecznego jest oszczędność na odsetkach. Analiza tych oszczędności została przeprowadzona w dalszej części artykułu. Przy okazji zakończenia umowy kredytowej możemy także zrezygnować z dodatkowych produktów

finansowych takich jak karta czy konto, z których korzystaliśmy przy okazji spłaty kredytu, a które też wiązały się z dodatkowymi opłatami.

Poprawa zdolności kredytowej- całkowita spłata aktualnego zobowiązania zwiększa szansę na otrzymanie kolejnego kredytu i to często na korzystniejszych warunkach niż dotychczas. Opłaca się więc wcześniej spłacić, w szczególności drogi kredyt hipoteczny i wziąć kolejny ze znacznie niższym oprocentowaniem. Na taką operację warto też się zdecydować, gdy poprawiła się nam sytuacja materialna i ze względu na wyższe dochody mamy szansę kupić na kredyt większe mieszkanie.

Mieszkanie „na swoim”- wraz ze spłatą hipoteki bank zostaje wykreślony z księgi wieczystej nieruchomości i nie ma już do niej jakichkolwiek praw. Oznacza to, że możemy dysponować mieszkaniem bez żadnych ograniczeń. Co więcej, w przyszłości w razie potrzeby nieruchomość może nam posłużyć jako zabezpieczenie np. innego kredytu hipotecznego. Mieszkanie bez obciążenia hipotecznego łatwiej też sprzedać.

Nadpłata kredytu: ile można faktycznie zaoszczędzić?

W poniższej tabeli zaprezentowano przykładowe dane dla kredytu hipotecznego.

Nadpłacając kredyt regularnie od samego początku kwotą 1.000 zł i wybierając opcję obniżenia wysokości raty, uda się:

- Obniżyć całkowitą wartość odsetek o 47.481,56 zł.
- Skrócić okres kredytowania o 144 raty (12 lat).

Sukcesywnie obniżać wysokość raty (po roku będzie wynosiła 895,54 zł, po dwóch 836,25 zł, a po pięciu 646,78 zł). Istnieje również możliwość jeszcze większego skrócenia okresu kredytowania bez obniżania wysokości raty, co da jeszcze większe całkowite oszczędności.

NADPŁACAĆ REGULARNIE CZY WIĘKSZYMI KWOTAMI?

Oczywiście kredytobiorcy nie zawsze decydują się na regularną nadpłatę kredytu. Ta często przybiera postać większych kwot przelewanych jednorazowo. Takie rozwiązanie również może dać znakomite rezultaty. Dla przykładu: decydując się na nadpłacenie 10.000 zł przy takim samym kredycie w 12 miesiącu spłacania zobowiązania uda się zaoszczędzić 4.040,28 zł. Jeżeli zrobi się to w pierwszym miesiącu, kwota oszczędności wzrośnie do 4.210,78 zł. W 36 miesiącu będzie to natomiast 3.763,87 zł, a po 10 latach spłaty zaledwie 2.430,47 zł. Z powyższej analizy można wysnuć wniosek: im wcześniej kredytobiorca rozpocznie nadpłacanie kredytu, tym większe korzyści z tego tytułu osiągnie, ponieważ to właśnie w pierwszym okresie do spłaty pozostaje największy kapitał, a więc również największe odsetki z tego tytułu.

Warto przeanalizować jeszcze inny scenariusz, w którym kredytobiorca decyduje się na regularne wpłacanie co rok kwoty 5.000 zł. Wówczas łączną wartość odsetek uda się obniżyć o ponad 22 tysiące złotych, a harmonogram spłaty skrócić o 4 miesiące.

OBNIŻENIE RATY CZY SKRÓCENIE HARMONOGRAMU?

Większość banków umożliwia kredytobiorcom dokonującym nadpłaty kredytu wybranie, czy w związku z tym chcą obniżyć wysokość miesięcznej raty czy skrócić okres kredytowania. Teoretycznie bardziej opłacalna jest ta druga opcja. W pierwszym przywoływanym przykładzie pozwala na spłatę całości kredytu w ciągu 119 miesięcy, a więc skrócenie harmonogramu o 181 rat. Przekłada się to na końcowe oszczędności w wysokości 53 119,57 zł, a więc w kieszeni kredytobiorcy pozostanie niemal 6 tysięcy złotych więcej. Z drugiej strony warto jednak pamiętać, że w takim układzie wysokość miesięcznej raty nie będzie ulegać zmianie i co miesiąc trzeba będzie regulować kwotę 948,42 zł. Z tego powodu wiele osób preferuje model nadpłaty przekładającej się na wysokość raty, co wprawdzie wiąże się z koniecznością nieco dłuższej spłaty kredytu i poniesienia nieco większych kosztów, jednak z drugiej strony pozwala szybciej zaobserwować efekty działań i stanowi, dzięki temu znakomitą motywację do nadpłacania.

KIEDY NIE WARTO NADPŁACAĆ KREDYTU HIPOTECZNEGO?

Z powyższych informacji wynika, że odpowiedź na pytanie czy warto nadpłacać kredyt hipoteczny brzmi: zazwyczaj tak. Nie można powiedzieć, że nadpłata kredytu hipotecznego jest korzystna w absolutnie każdym przypadku. Są takie sytuacje, w których nadpłacanie kredytu nie tylko nie pozwoliłoby kredytobiorcy oszczędzić, ale mogłoby nawet oznaczać w ekstremalnych przypadkach finansową ruinę dla niego.

Nadpłacanie kredytu nie będzie dobrym rozwiązaniem jeśli posiada się stosunkowo małe oszczędności, a do tego niewiele miejsca w comiesięcznym domowym budżecie. Jeśli po nadpłaceniu kredytu trzeba będzie żyć „na styk” od wypłaty do wypłaty, zdecydowanie nie jest to dobry pomysł. Kwotę, którą chce się wówczas nadpłacać, lepiej zachować na tak zwaną czarną godzinę.

Ogólnoświatowy kryzys, załamanie się gospodarki, choroba, utrata pracy – to wszystko może wymagać posiadania pewnych zasobów finansowych i nie jest wcale tak nieprawdopodobnym

Tabela 1. Dane dotyczące przykładowego kredytu hipotecznego.

| | |
|-----------------------------------|-------------------|
| Kwota kredytu | 200.000 zł |
| Liczba rat | 300 (25 lat) |
| Oprocentowanie | 3% |
| Raty | Równe |
| Wysokość raty | 948,42 |
| Całkowita kwota do zapłaty | 284.526,79 |

scenariuszem, jak mogłoby się wydawać. Dlatego też naszym priorytetem powinna być nie nadpłata kredytu, a zgromadzenie takiej ilości środków (powinno to być co najmniej kilka naszych wynagrodzeń), aby w razie tego typu problemów nie musieć dodatkowo się stresować.

Nadpłacanie kredytu to więc opcja przede wszystkim dla tych, których sytuacja finansowa jest stabilna i mogą sobie oni pozwolić na przeznaczanie co miesiąc określonej sumy na ten cel, nie wyczerpując przy tym całego domowego budżetu.

NADPŁATA TO TAKŻE FORMA OSZCZĘDZANIA

W czasie, w którym rekordowo niskie stopy procentowe działają na niekorzyść osób chcących oszczędzać w tradycyjny sposób (np. na lokatach czy kontach oszczędnościowych), nadpłata kredytu hipotecznego staje się świetnym sposobem na znalezienie wymiernych oszczędności i zachowanie w swojej kieszeni sporej kwoty. Przede wszystkim na kredyt należy spojrzeć jako na znaczne obciążenie domowego budżetu: konieczność regulowania rat utrudnia

efektywne pomnażanie kapitału, wiąże się również z pewnym ryzykiem w dłuższym okresie. Po drugie, pełna własność nad nieruchomością to również znakomita forma lokowania kapitału. Po trzecie, znalezienie bezpiecznej alternatywy pozwalającej osiągnąć podobną stopę zwrotu jest obecnie bardzo trudne. Tymczasem aktywna nadpłata kredytu przybliża do osiągnięcia upragnionego celu i nie wiąże się z jakimkolwiek ryzykiem, dlatego warto zacząć korzystać z niej jak najwcześniej.

NADPŁATA KREDYTU HIPOTECZNEGO – PODSUMOWANIE

Nie bez powodu coraz więcej osób decyduje się nadpłacać kredyt hipoteczny. Jest to potencjalnie bardzo opłacalne rozwiązanie, dzięki któremu można oszczędzić na przestrzeni lat nawet dziesiątki tysięcy złotych. Wbrew pozorom może się ono okazać nawet korzystniejsze niż bardziej tradycyjne inwestycje, takie jak lokaty bankowe.

Oczywiście odpowiedź na pytanie czy warto nadpłacać kredyt hipoteczny, nie zawsze

będzie pozytywna. Osoby, które znajdują się w ciężkiej sytuacji finansowej, powinny przeznaczać nadwyżki kapitału w pierwszej kolejności na zbudowanie poduszki bezpieczeństwa na wypadek choroby czy kryzysu. W następnej kolejności warto się zastanowić nad zabezpieczeniem swojej przyszłości na emeryturze, a dopiero potem, jeśli rzeczywiście nas na to stać, nad nadpłacaniem kredytu.

Bibliografia:

- 1 Czech T., *Kredyt hipoteczny. Komentarz*, Wolters Kluwer, Warszawa 2019.
- 2 Dobosiewicz Z., *Kredyt hipoteczny*, Difin, Warszawa 2010.
- 3 Dobosiewicz Z., *Kredyt mieszkaniowy i budowlany*, C.H. Beck, Warszawa 2006.
- 4 Głowka G., *Mieszkaniowy kredyt hipoteczny w Polsce*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2010.
- 5 Głowka G., *Nieruchomość, kredyt, hipoteka*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2009.
- 6 Heropolitańska I., *Ustawa o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami. Komentarz*, Wolters Kluwer, Warszawa 2019.
- 7 Paczóska A., *Rynek kredytów hipotecznych w Polsce*, „Zeszyty Naukowe SGH”, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2008.
- 8 Pawłowska M., *Kredyt w zmieniającej się strukturze rynkowej sektora bankowego – nowe techniki, nowe wyzwania*, C.H. Beck, Kraków 2021.
- 9 Rybicki P., *Kredyt hipoteczny Najważniejsze pytania*, Poligraf, Warszawa 2017.
- 10 Sitek M., *Bankowość hipoteczna i rynek nieruchomości*, Wydawnictwo: Key Text, Warszawa 2010.



XV EDYCJA
16/05/2022 – 20/05/2022

Finance Week to projekt organizowany przez Studenckie Koło Naukowe Progress. Obejmuje on cykl bezpłatnych szkoleń i prelekcji dla studentów, na których omawiane są zagadnienia ze świata szeroko pojętej tematyki ekonomii, finansów, rachunkowości, marketingu, rynku kapitałowego, działalności gospodarczej, zarządzania a także umiejętności miękkich.

Zapraszamy wszystkich zainteresowanych do obserwowania naszego profilu na Facebooku w celu uzyskania dokładniejszych informacji.



WYBRANE INSTRUMENTY SŁUŻĄCE USZCZELNIENIU SYSTEMU POBORU PODATKU VAT



Klaudia Soja

*Finanse i Rachunkowość,
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Recenzent: dr Aleksandra Ferens*



Państwo samo nie generuje dochodu, dlatego musi sięgać do dochodów innych podmiotów, wykorzystując atrybut władzy czyli podatki¹. Stąd niezwykle istotne dla państwa jest to, aby te wpływy były możliwie najwyższe. W ostatnich latach wprowadzono szereg nowelizacji regulacji podatkowych. Działania podejmowane przez rząd oraz władzę ustawodawczą mają na celu uszczelnienie systemu podatkowego oraz zminimalizowanie luki podatkowej, co w konsekwencji ma przyczynić się do zwiększenia wpływów z tytułu podatków do budżetu państwa bez jednoczesnego zwiększania stawek podatkowych oraz nakładania nowych podatków. Pojęciem luki podatkowej określa się różnicę między wpływami z podatków, które powinny zostać osiągnięte, a kwotami wpływów faktycznie uzyskanych². Choć zmaganie się państwa z oszustwami podatkowymi, karuzelami podatkowymi czy "szarą strefą" trwa od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej, kiedy to polskie przepisy podatkowe musiały zostać ujednolicone według standardów unijnych, to jednak właśnie lata 2016-2022 przyniosły szereg zmian legislacyjnych w tym zakresie. Systematycznie wprowadzane są nowe rozwiązania oraz instrumenty uszczelniania systemu podatkowego, jak również zaostrzane kary i sankcje za nierzetelne czy nieprawidłowe wywiązywanie się podatników z nakładanych obowiązków. Ustawodawca swoim działaniem skupia się przede wszystkim na uszczelnieniu systemu poboru podatku od towarów

Systematycznie wprowadzane są nowe rozwiązania oraz instrumenty uszczelniania systemu podatkowego, jak również zaostrzane kary i sankcje za nierzetelne czy nieprawidłowe wywiązywanie się podatników z nakładanych obowiązków.

i usług, ze względu na jego wydajność fiskalną oraz znaczenie w dochodach budżetu państwa.

Celem artykułu jest scharakteryzowanie instrumentów uszczelniania systemu poboru podatku od towarów i usług. Przedstawiono istotę wprowadzanych narzędzi, cechy oraz zasady ich stosowania, jak również kary dla podatników za niewywiązywanie się z obowiązków. Analizę przeprowadzono na podstawie literatury przedmiotu, aktów prawnych, komunikatów Ministerstwa Finansów oraz informacji pochodzących ze stron rządowych. Istotność poruszanego zagadnienia wynika z konieczności stosowania omawianych rozwiązań przez wielu podatników.

JEDNOLITY PLIK KONTROLNY – CZY TO KONIECZNOŚĆ?

Jednolity Plik Kontrolny (JPK) jest ideą opracowaną przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD)³. JPK to plik o określonym formacie strukturalnym. Ordynacja podatkowa stanowi, że Jednolitym Plikiem Kontrolnym jest elektroniczna postać części lub całości ksiąg podatkowych oraz dowodów księgowych o strukturze logicznej, możliwej do pozyskania z powszechnie stosowanych informatycznych systemów księgowych, umożliwiających automatyczną analizę danych⁴.

Aktualnie obowiązuje siedem struktur JPK, co zostało przedstawione na rysunku 1⁵. Ich wprowadzenie spowodowało powstanie dwóch rodzajów obowiązków. Jednym z nich jest obowiązek przekazania w formie elektronicznej ksiąg podatkowych i dowodów księgowych na żądanie organów podatkowych i organów kontroli skarbowej. Drugim obowiązkiem, będącym jedną z najistotniejszych zmian oraz nowością, było wprowadzenie obowiązkowego, comiesięcznego raportowania ewidencji zakupu i sprzedaży w formie pliku JPK_VAT, przy użyciu środków komunikacji elektronicznej. Nowy JPK_VAT zastąpił wcześniej obowiązujące deklaracje VAT i pliki JPK VAT oraz składa się z dwóch części – ewidencji VAT i deklaracji VAT. Część ewidencyjna zawiera informacje o zakupach i sprzedaży za dany okres, część deklaracyjna odzwierciedla informacje przekazywane wcześniej w formie pliku VAT-7 i VAT-7K. Obowiązek stosowania tego rozwiązania oraz zakresu raportowania był wprowadzany stopniowo od 1 lipca 2016 roku, kiedy objął duże przedsiębiorstwa⁶. Od 1 stycznia 2017 roku do tej grupy dołączyły małe i średnie podmioty,

natomiast rok później - 1 stycznia 2018 roku obowiązek objął już wszystkich podatników⁷. Tym samym, Jednolity Plik Kontrolny był jednym z pierwszych instrumentów uszczelniania systemu podatkowego, który zapoczątkował szereg zmian legislacyjnych w obszarze podatku VAT.

Celem wprowadzenia Jednolitych Plików Kontrolnych było przede wszystkim umożliwienie organom podatkowym szybszej weryfikacji poprawności deklarowanych kwot przychodu i podatku. Sprzyja temu wystandardyzowany układ i format (np. XML), co przyczynia się do zautomatyzowanego przetwarzania zgromadzonych danych. Ograniczyło to ilość przeprowadzanych kontroli, a te pojawiające się znacznie usprawniło i przyspieszyło⁸.

Jednocześnie, obowiązek raportowania informacji w sposób i w zakresie wymaganym przez organy skarbowe, zmusił podatników do modyfikacji swoich narzędzi pracy, przede wszystkim systemów księgowych, celem dostosowania ich do nowych wymogów. Konieczny był do

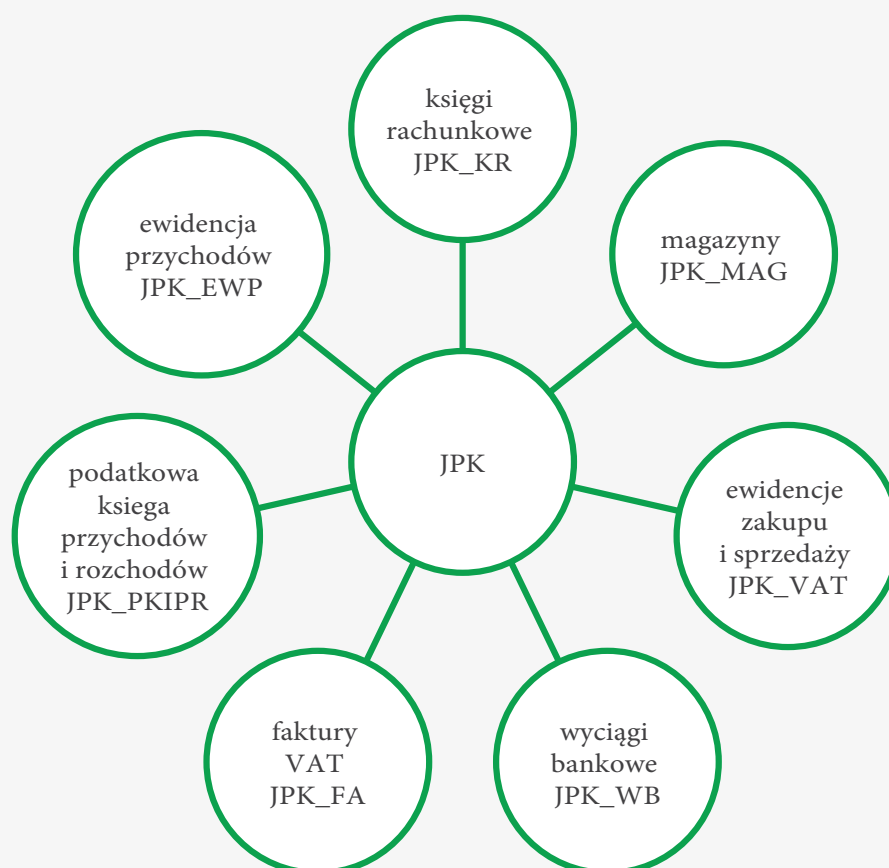
tego czas poświęcony przez pracowników na wprowadzenie zmian oraz edukację w tym zakresie, co nieraz wiązało się z ponoszeniem dodatkowych kosztów przez przedsiębiorstwo.

KASY FISKALNE ONLINE – KTO I OD KIEDY MUSI JE POSIADAĆ?

Kasy fiskalne online to kasy rejestrujące, które zdalnie przekazują informacje o transakcjach do Centralnego Repozytorium Kas. Warto zauważyć, że powszechnie znane kasy rejestrujące z papierowym zapisem zostały już wycofane ze sprzedaży, a te z zapisem elektronicznym znikną z obrotu końcem 2022 roku⁹. Nie oznacza to jednak, że takie kasy przestały funkcjonować w rzeczywistości gospodarczej, ponieważ nadal mogą z nich korzystać jednostki, które nie mają obowiązku posiadania i użytkowania kas online.

Podobnie, jak w przypadku obowiązku składania plików JPK_VAT, obowiązek

Rysunek 1. Jednolite Pliki Kontrolne w polskim systemie podatkowym



użytkowania kas rejestrujących, również wprowadzany jest stopniowo. Od 1 stycznia 2020 roku do posiadania kas online zobligowane były takie przedsiębiorstwa jak stacja benzynowa czy warsztat samochodowy. Od 1 stycznia 2021 roku obowiązek ten objął podmioty świadczące usługi gastronomiczne i hotelarskie oraz te, których działalność polega na sprzedaży węgla, bryketu i paliw podobnych. Od 1 lipca 2021 roku taki obowiązek ciąży również na podmiotach świadczących usługi fryzjerskie, kosmetyczne, budowlane, prawnicze, w zakresie opieki medycznej czy obiektach sportowych¹⁰.

Zmiany regulacji wprowadzone ustawą powszechnie znaną jako "Polski Ład" nakładają na przedsiębiorców kolejne obowiązki. Od 1 stycznia 2022 roku przedsiębiorcy będą musieli umożliwić konsumentom zapłatę bez użycia gotówki, w każdym miejscu, w którym faktycznie wykonują działalność, a więc w lokalu przedsiębiorstwa, poza tym lokalem czy w pojeździe wykorzystywanym do świadczenia usług transportu pasażerskiego¹¹.

Od 1 lipca 2022 roku przedsiębiorcy, na których ciąży obowiązek stosowania kas rejestrujących online, będą zobligowani do połączenia ich z terminalami płatniczymi¹², zgodnie z protokołem FROB (skrót od instytucji: Fundacja Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego). Aby łączność pomiędzy tymi dwoma urządzeniami była możliwa, terminal musi być wyposażony w protokół FROB. Na przedsiębiorców, którzy nie zapewnią współpracy kasy online z odpowiednim terminalem płatniczym, decyzją naczelnika urzędu skarbowego może zostać nałożona kara w wysokości 5 tys. zł¹³.

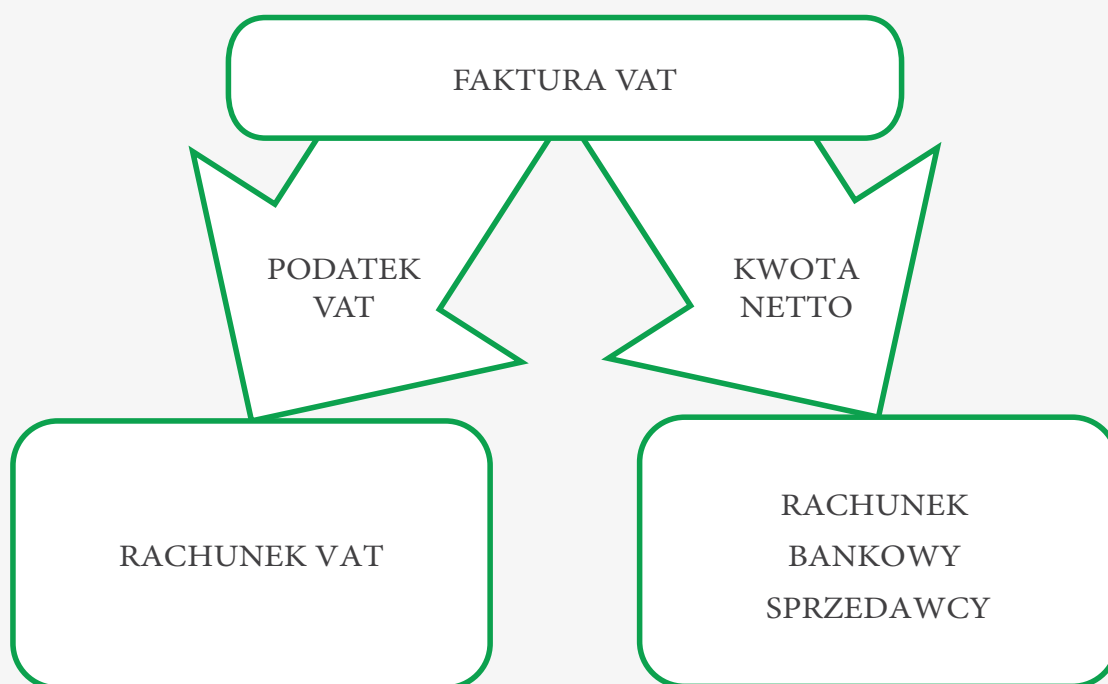
Celem wprowadzania obowiązkowych kas online jest zredukowanie ilości nieujawnionych transakcji, zwiększenie ściągalności podatków czy transparentność obrotu, jak również lepszą, ze względu na stały dostęp do informacji o bieżących transakcjach, możliwość kontroli zawieranych transakcji przez aparat skarbowy¹⁴.

E-FAKTURY – WSZYSTKO W CHMURZE

E-Faktury to nowa forma dokumentowania sprzedaży, która została dopuszczona w Polsce 1 stycznia 2022 roku. E-Faktura to dokument o ustrukturyzowanym schemacie logicznym, przyjmujący format XML. Elektroniczny wzór dokumentu został stworzony przez Ministerstwo Finansów jako struktura logiczna e-Faktury FA(1) i został opublikowany w Centralnym Repozytorium Wzorów Dokumentów Elektronicznych (CRWDE) na platformie ePUAP¹⁵. Podmioty wystawiające i udostępniające swoim kontrahentom faktury w nowej formie mogą skorzystać z platformy Krajowego Systemu e-Faktur (KSeF), która umożliwia wygenerowanie faktury spełniającej wymagane przez Ministerstwo Finansów wymogi.

Obecnie stosowanie tej formy fakturowania jest dobrowolne. Przy czym, Ministerstwo Finansów w swoich komunikatach wskazuje, iż planowane jest wprowadzenie obligatoryjnego stosowania e-Faktur, które

Rysunek 2. Schemat działania mechanizmu podzielonej płatności



zapowiadane jest na 2023 rok. Tym samym podatnikom pozostało już niewiele czasu, aby dostosować się do nowych wymogów. Konieczne jest przede wszystkim zapewnienie zaplecza technologicznego, które umożliwi zarówno wystawianie, jak również odbieranie e-Faktur. Zmiany te mogą wiązać się z dostosowaniem użytych systemów finansowo-księgowych czy zapewnieniem dodatkowych narzędzi, wspierających proces fakturowania, a przede wszystkim przeszkolenia pracowników w tym zakresie¹⁶.

Ustawodawca, próbując zachęcić podatników do dobrowolnego stosowania e-Faktur, oferuje korzyści wynikające z wdrożenia tego rozwiązania. Przedsiębiorcy decydujący się korzystać z tej formy fakturowania mogą liczyć na szybszy zwrot VAT, a termin zwrotu skraca się z 60 do 40 dni. Podatnik nie będzie miał obowiązku przechowywania faktur wystawionych w KSeF, a w przypadku kontroli, nie będzie musiał przysyłać pliku JPK_FA, ponieważ organy będą mieć dostęp do danych zgromadzonych w systemie, które będą w nim przechowywane przez okres 10 lat. Prawodawca wskazuje również na takie korzyści, jak przyspieszenie obrotu, bezpieczeństwo, ułatwione księgowanie faktur w systemach finansowo-księgowych czy wzajemne rozliczenie¹⁷.

E-Faktury są kolejnym nowym narzędziem, wprowadzonym celem ograniczenia nieprawidłowości w rozliczaniu podatku VAT. Urzędnicy będą mieć bieżący dostęp do każdej wystawionej w ten sposób faktury, co pozwoli na szybsze i sprawniejsze niż dotychczas identyfikowanie oszustw podatkowych, przede wszystkim karuzel VAT, poprzez które rozumie się oszustwa polegające na zawieraniu przez przedsiębiorstwa pozornych transakcji handlowych. W ten sposób podmioty biorące udział w tym procederze wyłudzą naliczony podatek VAT, mimo iż podatek ten na wcześniejszych etapach transakcji nie został odprowadzony do urzędu. Wprowadzenie e-Faktur ma przełożyć się na ograniczenie takich działań oraz uszczelnienie systemu podatkowego.

MECHANIZM PODZIELONEJ PŁATNOŚCI – JAK TO DZIAŁA?

Przepisy dotyczące mechanizmu podzielonej płatności (dalej MPP) zaczęły

obowiązywać 1 lipca 2018 roku. MPP to model rozliczeń, którego idea polega na podziale płatności za dostarczane towary lub świadczone usługi na dwie kwoty: kwotę netto oraz kwotę stanowiącą równowartość podatku VAT. Równowartość kwoty netto trafia na rachunek bankowy

E-Faktury są kolejnym nowym narzędziem, wprowadzonym celem ograniczenia nieprawidłowości w rozliczaniu podatku VAT. Urzędnicy będą mieć bieżący dostęp do każdej wystawionej w ten sposób faktury (...)

przedsiębiorstwa, natomiast równowartość podatku VAT na specjalny, dedykowany temu celowi rachunek VAT¹⁸, co zostało przedstawione na rysunku 2. W praktyce, polega to na dokonywaniu rozliczeń w złotych polskich, przy zastosowaniu odpowiedniego komunikatu przelewu, udostępnionego przez bank¹⁹.

Środki zgromadzone na takim subkoncie mogą służyć podatnikowi jedynie w celu regulowania zobowiązań podatkowych wobec urzędu skarbowego czy Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, bądź innych dopuszczonych celów wskazanych w ustawie Prawo bankowe²⁰. Ma to zabezpieczyć środki na zobowiązania podatkowe.

MPP ma zastosowanie wyłącznie do transakcji dokonywanych między przedsiębiorcami, a więc do transakcji w obszarze B2B²¹. Przedsiębiorcy, będący podatnikami podatku VAT, kupujący towary lub usługi od innego przedsiębiorcy, płacąc za fakturę, mogą dobrowolnie zastosować mechanizm podzielonej płatności. Przyjmuje się, że nabywca dokonujący płatności przy wykorzystaniu MPP, dochowuje należytej staranności. Co więcej, zostaje zwolniony z odpowiedzialności solidarnej²² oraz ryzyka nałożenia dodatkowego zobowiązania podatkowego²³, a także może otrzymać zwrot podatku w terminie 25 dni²⁴.

Warto zwrócić uwagę również na to, że ustawodawca wskazał transakcje, w przypadku których, pojawia się obowiązek dokonania płatności metodą MPP. Obligatoryjne stosowanie MPP wprowadzono 1 listopada 2019 roku²⁵, a konieczność jego zastosowania pojawia się wówczas, gdy spełnione są trzy warunki:

- wartość brutto faktury przekracza 15 000 zł lub równowartość tej kwoty w walucie obcej,
- płatność dotyczy towarów lub usług "wrażliwych", określonych w załączniku nr 15 ustawy o VAT,
- strony transakcji są podatnikami VAT²⁶.

Ustawodawca wprowadził także sankcje, które znajdują zastosowanie w razie niedokonania płatności przy zastosowaniu MPP, gdy istniał taki obowiązek. W przypadku stwierdzenia takiego naruszenia naczelnik urzędu skarbowego lub naczelnik urzędu celno-skarbowego na podstawie art. 108a ust. 7 ustawy o VAT ustala dodatkowe zobowiązanie podatkowe w wysokości odpowiadającej 30% kwoty podatku za towary lub usługi z załącznika nr 15, ujęte na fakturze, której dotyczy płatność. Sankcja nie wystąpi, jeżeli sprzedawca rozliczy całą kwotę podatku wynikającą z faktury. Identyczna kara może dotknąć również sprzedawcy, który pomimo posiadania obowiązku zawarcia na fakturze informacji o konieczności jej opłacenia przy zastosowaniu metody podzielonej płatności, tego nie uczynił. Tu również istnieje możliwość jej uniknięcia. Taka sytuacja wystąpi wówczas, gdy nabywca zapłaci kontrahentowi przy zastosowaniu MPP²⁷.

Zamierzeniem wprowadzenia mechanizmu podzielonej płatności było zapobieganie przywłaszczaniu kwoty podatku VAT, utrudnienie nadużyć na etapie transakcji czy ograniczenie ryzyka znikania podatników

wraz z zapłaconym im przez kontrahentów podatkiem VAT należnym Skarbowi Państwa. Co więcej, MPP ma na celu zwiększenie bezpieczeństwa i pewności obrotu gospodarczego²⁸.

BIAŁA LISTA PODATNIKÓW VAT – CZYM JEST I CO ZAWIERA?

Biała lista podatników VAT to ogólnodostępny i w pełni darmowy, prowadzony w formie elektronicznej wykaz podatników VAT zarejestrowanych i niezarejestrowanych oraz podmiotów, które zostały wykreślone lub przywrócone do rejestru VAT przez naczelnika urzędu skarbowego. Rejestr, którym zarządza szef Krajowej Administracji Skarbowej, został oddany do użytkowania 1 września 2019 roku. Biała lista umożliwia przedsiębiorcom sprawdzenie danych kontrahenta, jego statusu jako podatnika VAT czy numeru rachunku bankowego, na jaki powinien zostać zrobiony przelew. Funkcjonalność wykazu umożliwia sprawdzenie statusu podmiotu do 5 lat wstecz²⁹.

Przedsiębiorca zakładający nowy rachunek rozliczeniowy, którym ma zamiar posługiwać się w transakcjach handlowych, powinien więc o tym powiadomić odpowiednią instytucję, celem zaktualizowania informacji widniejących w wykazie.

Przedsiębiorcy regulujący zobowiązanie wobec kontrahenta powinni każdorazowo weryfikować czy podany przez niego numer rachunku bankowego rzeczywiście widnieje w wykazie podatników VAT. Bowiem od 1 stycznia 2020 roku zapłata partnerowi biznesowemu kwoty powyżej 15 tys. zł wiąże się z konsekwencjami dla podmiotu dokonującego płatności. Taki podatnik nie będzie miał możliwości zaliczenia do kosztów uzyskania przychodu całej uregulowanej kwoty lub jej części oraz ponadto będzie ponosił ryzyko odpowiedzialności solidarnej wraz z kontrahentem za zaległości podatkowe, wówczas gdy podatek należny od tej transakcji nie zostanie zapłacony do urzędu skarbowego. Możliwość uwolnienia się od tych sankcji jest wówczas, gdy przedsiębiorca, który zrobił taki przelew, w ciągu 7 dni (w okresie obowiązywania stanu zagrożenia epidemicznego i stanu epidemii okres ten wynosi 14 dni) poinformuje o tym zdarzeniu właściwego dla kontrahenta naczelnika urzędu skarbowego³⁰.

Wprowadzenie białej listy, podobnie jak innych instrumentów, ma na celu uszczelnienie systemu poboru podatku VAT oraz minimalizowanie ryzyka udziału uczciwych podatników w karuzelach VAT³¹.

Przedsiębiorcy
regulujący
zobowiązanie
wobec kontrahenta
powinni
každorazowo
weryfikować,
czy podany
przez niego numer
rachunku
bankowego
rzeczywiście
widnieje w wykazie
podatników VAT

PODSUMOWANIE

Jak można zauważyć, ustawodawca systematycznie wprowadza instrumenty służące uszczelnieniu systemu podatkowego oraz zminimalizowaniu luki podatkowej. Takie działania mają przyczynić się do możliwie maksymalnego zwiększenia wpływów z tytułu podatku od towarów i usług do państwowego budżetu. Implementowane zmiany wiążą się przede wszystkim z nowymi obowiązkami podatników, których niewypełnienie może skutkować nałożeniem kary lub sankcji. Przy wdrażaniu tych rozwiązań w przedsiębiorstwie pojawia się konieczność dostosowywania systemów księgowych, ciągłego doskonalenia pracowników w zakresie zmian oraz posiadania

narzędzi wymaganych przez ustawodawcę, jak kasy rejestrujące online czy odpowiednie terminale płatnicze, co wymaga czasu, szkoleń oraz ponoszenia dodatkowych kosztów.

Wprowadzane zmiany są niewątpliwą korzyścią dla organów skarbowych. Automatyzacja procesów, wystandaryzowane formy plików, bezpośrednie i natychmiastowe raportowane danych do odpowiednich jednostek, umożliwiają szybkie i bieżące kontrolowanie podejmowanych przez podatników transakcji, bez angażowania ich w ten proces. Sprzyja to wykrywaniu naruszeń i oszustw podatkowych oraz zwiększeniu ściągłości podatku VAT.

Przypisy:

- Owsiak S., *Finanse publiczne. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 26.
- Luka podatkowa w VAT - jak to zwalczyć?, PwC, 2014, s. 4.
- OECD, *Tax Administration in OECD and Selected Non-OECD Countries: Comparative Information Series 2010*, Forum on Tax Administration, 2011.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2021 r., poz. 1540 ze zm.), art. 193a.
- Bielawska A., Pauch D., *Jednolity plik kontrolny jako sposób przekazywania informacji podatkowej*, "Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach", 282/2016, s. 23.
- Fijałkowska J., *Jednolity Plik Kontrolny - elektroniczne raportowanie a uszczelnianie systemu VAT*, "Studia i Praca. Kolegium Zarządzania i Finansów.", 158/2017, s. 20.
- Szytko-Waszczyzyn E. *Jednolity Plik Kontrolny - czym jest i od kiedy obowiązuje mikro i małych przedsiębiorców?*, <https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/jednolity-plik-kontrolny-jpk> dostęp: 20.02.2022.
- JPK_VAT z deklaracją, <https://www.podatki.gov.pl/>, dostęp: 19.02.2022.
- Graś M., *Polski Ład wprowadza zmiany m.in. w obszarze kas fiskalnych. Jeśli prowadzisz biznes, szybko przygotuj się na nowe zasady*, <https://mycompanypolka.pl/artukul/zmiany-dotyczace-kas-fiskalnych-w-polskim-ladzie-kolejne-uszczelnianie-systemu-podatkowego/8225>, dostęp: 08.02.2022.
- Kasa fiskalna w firmie, <https://www.biznes.gov.pl/>, dostęp: 08.02.2022.
- Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2021 r., poz. 162 ze zm.), art. 19a ust. 2.
- art. 19a ust. 3 ustawy Prawo przedsiębiorców.
- art. 111 ust. 6kb ustawy o podatku od towarów i usług.
- Kasy online - informacje, <https://www.podatki.gov.pl/>, dostęp: 10.02.2022.
- Krajowy System e-Faktur, <https://www.gov.pl/>, dostęp: 11.02.2022.
- Wróblewska K., Michalak W., Weber K., *E-faktury ustrukturyzowane w pytaniach i odpowiedziach*, <https://www.ey.com/pl>, dostęp: 11.02.2022.
- Od 1 stycznia rusza Krajowy System e-Faktur, <https://www.podatki.gov.pl/>, dostęp: 11.02.2022.
- Ustawa z dnia 15 grudnia 2017 r. o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2018 r., poz. 62) art. 108a ust. 2; Tratkiewicz T., *Model podzielonej płatności - remedium na oszustwa w VAT?*, "Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectio H - Oeconomia", vol. II, 6, 2017, s. 467-477.
- Ćwiakła-Małys A., Piotrowska I., Karpńska M., *Split payment narzędziem wspierającym proces uszczelniania systemu podatkowego - za i przeciw*, [w:] "Wyzwania współczesnych finansów - wybrane problemy", E-Wydawnictwo. Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa. Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2018, s. 12-13.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (Dz. U. z 2021 r., poz. 2439 ze zm.) art. 62b ust. 2.
- Lewandowska M., *Split payment w praktyce - wszystko, co warto wiedzieć*, <https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/>, dostęp: 08.02.2022.
- art. 105a ust. 1 ustawy o podatku od towarów i usług.
- art. 112b ust. 1 pkt 1, ust. 2 pkt 1, art. 112c ustawy o podatku od towarów i usług.
- Guziejewska B., Zajaczkowski W., *VAT split payment jako nowe narzędzie uszczelniania systemu podatkowego w Polsce*, "Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu", nr 532, 2018, s. 140.
- Kluczyński Ł., *Obowiązkowy MPP a brak adnotacji na fakturze*, <https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/>, dostęp: 20.02.2022.
- Co to jest mechanizm podzielonej płatności (MPP) i jak go stosować, <https://www.biznes.gov.pl/>, dostęp: 08.02.2022.
- art. 108a ust. 7-8 ustawy o podatku od towarów i usług.
- Ćwiakła-Małys A., Piotrowska I., Karpńska M., *op. cit.*, s. 18-19.
- Jańczak K., *Biała lista podatników VAT - czym jest i jakie dane zawiera?*, <https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/>, dostęp: 10.02.2022.
- Biała lista podatników VAT - nowe narzędzia do sprawdzania kontrahentów, <https://www.biznes.gov.pl/>, dostęp: 10.02.2022.
- Zatorski B., *Jaki jest cel wprowadzenia białej listy podatników VAT?*, <https://blog.symfonia.pl/>, dostęp: 10.02.2022.

DEATH AND TAXES

– SWEETENED BEVERAGE TAX (SBT) ANALYSIS



Adrian Kobyłecki

Ekonomia, Uniwersytet Łódzki

Reviewer: dr Jarosław Neneman

SWEET LITTLE LIES

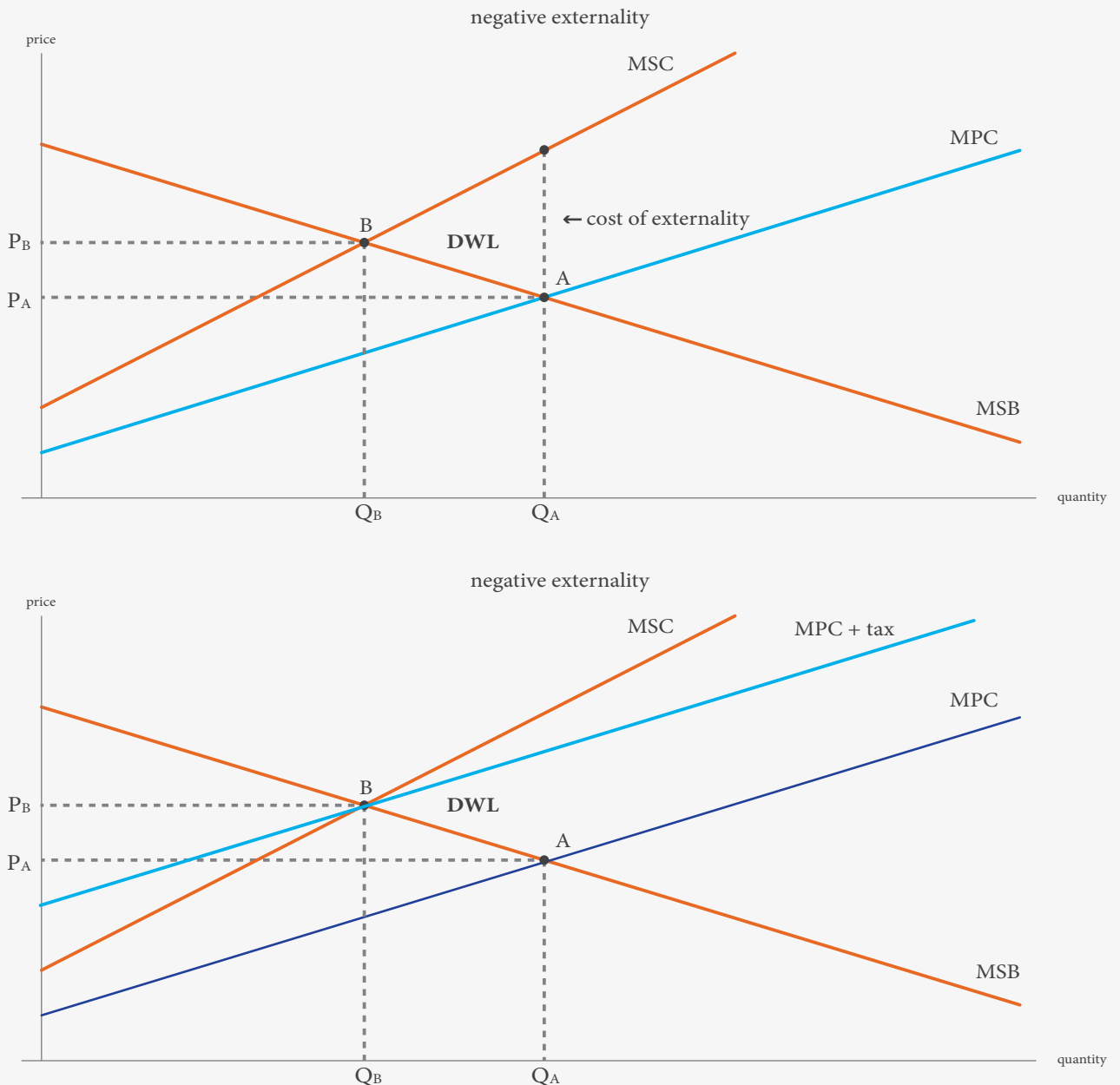
In the 20th century (especially in the USA during the 60s and 70s) soda and sugar industries were the main culprits of white-washing and downplaying the adverse effects of drinking sweetened beverages (SBs)¹. These actions were immensely effective, as between 1972 and 1995, the consumption of soft drinks in the United States nearly doubled². Knowing that in 2022 the soft drinks industry is estimated to be worth around 900 billion USD³, one might raise the following questions – what makes sodas so tempting and what can we do to not overindulge in them?

(NOT SO) INNOCENT PLEASURE

We can agree, that there is a link between sweetened beverages and obesity, diabetes type 2⁴ or tooth decay⁵ and that we can consider sweetened beverages addictive⁶. But how do SBs actually work on our brains? The study done by Nicole M. Avena and her colleagues describes the underlying processes behind sugar dependence in a clear and comprehensive way. In a series of experiments, rats were alternately deprived of food and given access to a sugar solution and nourishment. Scientists then observed that 'After a month on this intermittent-feeding

schedule, the animals show a series of behaviours similar to the effects of drugs of abuse', where 'intermittent sugar access also acts by way of opioids in the brain', influencing brain's dopamine 'reward system', which resulted in actions of bingeing, withdrawal and cravings⁷. Therefore, the authorities' message about consuming sodas is now unanimous. For instance, WHO states that although occasional consumption (less than 5% of our overall caloric intake) of free sugars does not cause much harm, free sugar consumption is definitely not optimal to our diet⁸.

Figure 1 & 2. Market before (1) and after effectively (2) levying the Pigouvian tax



INNER FIGHT OF POWERS

We should not blame ourselves, that our minds cannot act in a well-thought-out way when encountering soda on a store shelf and reminding of the sweet taste hidden inside a bottle. We cannot be biologically wired to withdraw from sources of energy (otherwise we would go extinct). We want to satisfy our needs in the best way possible, or as the economists prefer to call it – maximise our utility. Then, we put a subjective value to a given good and decide how much we are willing to pay for it. We have come to the tipping point of choosing between health and sweet pleasure. What might convince us to make a more reasonable decision?

TAX, TAX, TAX

Here the policymakers and taxation instruments come to aid. The majority of economists agree, that in some cases market allocation mechanism does not work for the benefit of the whole society. It happens especially when it comes to the consumption of demerit goods, which are over-consumed and generate social costs and are not taken into account by the decision-maker. The producers have no incentive whatsoever to stop producing demerit goods, thus creating a negative externality. In the example of the soda industry, it is the social cost of all illnesses mentioned in the second paragraph. To internalise an externality, which means to incentivise to take into account the adverse effects of sweetened beverages, the policymakers levy a Pigouvian tax on them⁹. The economic results are shown in fig. 1 and 2.

In this example¹⁰, the socially optimal point for drinking soda is point B, where the marginal social cost (MSC) is equal to the marginal social benefit (MSB). At this level, Q_B units of soda are sold for a price P_B . However, the market operates at point A because individuals are concerned with their marginal private costs (MPC) rather than the social costs. We see that the cost per unit of soda for the consumer is lower than

is the loss to the economy due to transactions that do not occur because a market is not operating at its optimal point. By taxing sodas, the government increases the MPC to lower the level of consumption down to the socially optimal Q_B .

SWEETENED BEVERAGE TAX (SBT) IN POLAND

Sweetened Beverage Tax (SBT) in Poland became effective on 1 January 2021. The sugar tax is due on beverages containing sugars, sweeteners, caffeine and/or taurine, excluding beverages with juice constituting more than 20% of ingredients. The fee has a fixed and variable component. The fixed component amounts to 0.50 PLN for the content of not more than 5 g of sugar/100 ml of beverage or for the content of at least one sweetener (in any amount). In turn, the variable component of the fee amounts to 0.05 PLN for each additional gram of sugar over 5 g/100 ml. Moreover, 0.10 PLN per litre is added for beverages with caffeine and/or taurine. Electrolyte drinks as well as beverages, in which the mass proportion of fruit and/or vegetable juice constitutes less than 20% of ingredients, have only variable tax applied. The fees add up, yet the maximum amount of fee cannot exceed 1.20 PLN per 1 litre¹¹. Exemplary tax fees are shown in fig. 3¹².

**The sugar tax
is due on beverages
containing sugars,
sweeteners, caffeine
and/or taurine,
excluding
beverages with
juice constituting
more than 20%
of ingredients.**

the cost per unit to all of society. The result of it is the over-consumption of soda at level Q_A along with deadweight loss (DWL), which

AFTER-EFFECTS

Polish consumers found levying the SBT as ‘another way to fill the gaps in the country’s budget, at their expense’¹³. According to CMR Agency, between August 2020 and August 2021, the price of carbonated

Figure 3. Examples of Sweetened Beverages Tax rate

| Content of sugar/sweetener in 100 ml of beverage | Content of sugar/sweetener ≤ 5 g/100 ml | Content of sugar/sweetener > 5 g/100 ml | Content of caffeine/taurine | Total tax fee per litre |
|--|---|---|-----------------------------|------------------------------------|
| 3 g of sugar | 0.50 PLN | - | - | 0.50 PLN |
| 10.3 g of sugar | 0.50 PLN | 6 x 0.05 PLN = 0.30 PLN | - | 0.80 PLN |
| 6 g of sugar + 21% of orange juice | - | 1 x 0.05 PLN = 0.05 PLN | - | 0.05 PLN |
| sweetener + caffeine | 0.50 PLN | - | 0.10 PLN | 0.60 PLN |
| sweetener + 20 g of sugar + taurine | 0.50 PLN | 15 x 0.05 PLN = 0.75 PLN | 0.10 PLN | 1.35 PLN – max. charge 1.20 PLN |

drinks rose overall by 36% year-to-year, whereas the sales sank by 20%. By the end of September 2021, Poland's Ministry of Finance declared that the fee revenue amounted to 1.081 billion PLN, from which 96.5% was directly transferred to the Polish National Health Fund (NFZ)¹⁴. Interestingly, the sales of energy drinks were 4% bigger than in 2020, despite being taxed the most due to the additional charge of caffeine/taurine content. Tomasz Ryzdewski, a CMR analyst suggests, that 'ongoing pandemic and lower temperature than in previous years [...] influenced the drop of demand on certain drinks'. That definitely applies to flavoured water and ice tea, which consumption fell by 21% and 5%, respectively¹⁵. It is worth mentioning, that these results did not align with the econometric model proposed by Jacek Wolak from AGH UST, who estimated a 33% drop in the demand caused by a 25% increase in the SBs price¹⁶.

SBT AND ITS EFFECTIVENESS WORLDWIDE

In 2021, there were 53 countries that tax sugary drinks¹⁷. What was the consumer reaction in those markets? In 2014, M. Arantxa Colchero and her colleagues did research about the consumer response two years after the sugar-sweetened beverage tax in Mexico was implemented, where an excise tax of 1.00 MXN per litre was levied. Firstly, after that period the overall consumption dropped on average by 7.6% (shown in fig. 4). Secondly, the volume of sold beverages decreased the most in the lowest socioeconomic level group (by 11.7%), whereas the decline in the middle

and the highest group was smaller (8.8% and 5.1%, respectively)¹⁸.

In the same year the Chilean government increased the taxation (from 13% to 18%) on beverages with high levels of sugar (H-SSBs), which after a year resulted in a 10.1% and 0.2% decrease in consumption of noncarbonated and carbonated drinks among the lower socioeconomic group and a 5.3% and 7.2% drop in the higher socioeconomic group¹⁹. However, in some countries, the effect of SBT on sales might be questionable – in France, after six years of the tax being enforced, SB sales dropped only by 5%, which in scientists' opinion was not affected by the tax itself. In contrast, in Hungary after the same period the sales of SBs (after a slight decrease) rose overall by 12%²⁰.

BITTER-SWEET END

The implications of excessive sugar intake are tough to solve. Data about the world's obesity are gruesome – according to Milken Institute, in 2018 the economic and social cost of obesity cost the USA 1.389 trillion USD (or 6.76% of its GDP)²¹. Though more and more countries are levying SBTs, there is no unequivocal evidence that SBT is a game-changer when it comes to counteracting the adverse effects of free sugar consumption. Nevertheless, the reduction of the obesity rate has been proven²². Some might argue, that this inefficiency is caused by too little taxation²³ or that the tax targets mostly the poor²⁴. Therefore, the policy-makers should use SBT as a component of a broader and fairer policy rather than a quick and once-and-for-all solution.

Przypisy:

1 KEARNS C.E., SCHMIDT L.A., GLANTZ S.A., *Sugar Industry and Coronary Heart Disease Research A Historical Analysis of Internal Industry*

- Documents*, 'JAMA Intern Med.', 2016 Nov 1;176(11), pp. 1680-1685.
- 2 PUTNAM J.J., ALLSHOUSE J.E., *Food Consumption, Prices, and Expenditures, 1970-97*, 'Statistical Bulletin', No. (SB-965), 189 pp, April 1999, table 2, pp. 3.
- 3 *Soft Drinks Report 2022*, Statista, Jan. 2022, <http://www.statista.com/outlook/cmo/non-alcoholic-drinks/soft-drinks/worldwide#revenue>, 04.02.2022
- 4 HU F.B., MALIK V.S., *Sugar-sweetened beverages and risk of obesity and type 2 diabetes: epidemiologic evidence*, 'Physiology & Behavior', 2010 Apr 26;100(1), pp. 47-54.
- 5 CHENG R., YANG H., SHAO M., HU T., ZHOU X., *Dental erosion and severe tooth decay related to soft drinks: a case report and literature review*, 'J Zhejiang Univ Sci B', 2009 May; 10(5), pp. 395-399.
- 6 FALBE J., THOMPSON H.R., PATEL A., MADSEN K.A., *Potentially Addictive Properties of Sugar-Sweetened Beverages among Adolescents*, 'Appetite', Vol. 133, February 2019, pp. 130-137.
- 7 AVENA N.M., RADA P., HOEBEL B.G., *Evidence for sugar addiction: Behavioral and neurochemical effects of intermittent, excessive sugar intake*, 'Neuroscience and Biobehavioral Reviews' 32 (2008), pp. 20-27.
- 8 *Guideline: sugars intake for adults and children*, World Health Organization, 2015, pp. 16-17.
- 9 MANKIWI N.G., TAYLOR M.P., *Microeconomics, 5th Edition*, Cengage Learning, 2020 pp. 74-75, 48, 8-9, 199, 208, 214.
- 10 PALMER M., *Negative Externality*, <http://www.demonstrations.wolfram.com/NegativeExternality>, Wolfram Demonstrations Project, Published: June 9 2015, 06.02.2022
- 11 SOBECKI Z., ROCZNIAK R., *Sugar Tax*, KPMG, <http://www.kpmg/pl/en/home/insights/2021/06/frontiers-in-tax>, 06.02.2022
- 12 *Podatek cukrowy – kto ma obowiązek zapłaty*, Poland's Ministry of Finance, <http://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00252>, 06.02.2022
- 13 WANAT Z., *Poles fume over price of coke after new sugar tax*, Politico, <http://www.politico.eu/article/poland-coke-pepsi-price-sugar-tax/>, 06.02.2022
- 14 *W tym roku napoje gazowane zdrozaly o 36 proc. Ich sprzedaz spadla*, MASZ/PAP, <http://www.wirtualnemedia.pl/artukul/w-tym-roku-napoje-gazowane-zdrozaly-o-36-proc-ich-sprzedaz-spadla>, 07.02.2022
- 15 *Rynek napojow 10 miesiecy po wprowadzeniu podatku cukrowego. Sprzedaz spadla, ceny wzrosly*, WIADOMOSCIHANDLOWE.PL, <http://www.wiadomoscihandlowe.pl/artukul/rynek-napojow-10-miesiecy-po-wprowadzeniu-podatku-cukrowego-sprzedaz-spadla-ceny-wzrosly-analiza-lin>, 07.02.2022
- 16 WOLAK J., *How will the introduction of the sugar tax affect the consumption habits of households in Poland?*, 'Ekonomia i Prawo. Economics and Law', 20(2), 457-473, pp. 467.
- 17 *Countries that have taxes on sugar-sweetened beverages (SSBs)*, Obesity Evidence Hub, <http://www.obesityevidencehub.org.au/collections/prevention/countries-that-have-implemented-taxes-on-sugar-sweetened-beverages-ssbs>, 07.02.2022
- 18 COLCHERO M.A., RIVERA-DOMMARCO J., POPKIN B.M., NG S.W., *In Mexico, Evidence Of Sustained Consumer Response Two Years After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax*, 'Health Affairs', 36, No. 3 (2017), pp. 569.
- 19 CARO J.C., CORVALAN C., REYES M., SILVA A., POPKIN B.M., TAILLIE L.S., *Chile's 2014 sugar-sweetened beverage tax and changes in prices and purchases of sugar-sweetened beverages: An observational study in an urban environment*, 'PLoS Med', 15(7): e1002597
- 20 KURZ C.F., KOENIG A.N., *The causal impact of sugar taxes on soft drinks sales: evidence from France and Hungary*, 'The European Journal of Health Economics' vol. 22, pp. 909.
- 21 LOPEZ C., BENDIX J., SAGYNBEKOV K., *Weighing down America: 2020 Update*, Milken Institute, 2020, pp. 1.
- 22 ESCOBAR M.A.C., VEERMAN J.L., TOLLMAN S.M., BERTRAM M.Y., HOFMAN K.J., *Evidence that a tax on sugar sweetened beverages reduces the obesity rate: a meta-analysis*, 'BMC Public Health', 2013, 13:1072, pp. 8.
- 23 GARDINER A., *Implications of a Sugar Tax in New Zealand: Incidence and Effectiveness*, New Zealand Treasury, Working Paper 16/09, November 2016, pp. 10.
- 24 TRZECIAKOWSKI R., *Analysis 2/2020: Sugar Tax is a Tax on the Poor*, FOR, 2020, <https://for.org.pl/en/a/7633,analysis-2/2020-sugar-tax-is-a-tax-on-the-poor>, 08.02.2022

Figure 4. Estimated change volumes of beverages purchased per capita per day in Mexico after implementing SBT, by household socioeconomic level, 2014 and 2015

| Socioeconomic level | Difference, 2014 (absolute*)/relative | Difference, 2015 (absolute*)/relative | Average, 2014 and 2015 (absolute*)/relative |
|---------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---|
| Lowest level | (-18.8*) -9.0% | (-29.3*) -14.3% | (-24.0*) -11.7% |
| Middle level | (-12.8) -5.9% | (-23.3) -11.7% | (-18.0) -8.8% |
| Highest level | (-6.9) -4.4% | (-8.2) -5.6% | (-7.6) -5.1% |
| All levels | (-10.6) -5.5% | (-17.2) -9.7% | (-13.9) -7.6% |

*millilitres per capita per day

Source: Own elaboration based on the Exhibit 4 from In Mexico, Evidence Of Sustained Consumer Response Two Years After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax, p. 59

ROZWIĄŻ NASZĄ KRZYŻÓWKĘ I ZGARNIJ NAGRODY!



Poziomo:

2. Papier wartościowy poświadczający, że emitent obligacji zaciągnął pożyczkę u osoby, która ją nabyła i zobowiązuje się ją spłacić.
5. Dochód, który otrzymujemy z zainwestowanego kapitału.
7. Suma pieniędzy, będąca częścią ceny towaru, wpłaca z góry z tytułu gwarancji zakupu w określonym terminie.
8. Koszt naliczany za używanie pożyczonego kapitału wg. odpowiedniej stopy procentowej.
9. Środki zaksięgowane i rozliczone przez bank, może być początkowe lub końcowe.
11. Publicznoprawne, nieodpłatne, przymusowe oraz bezzwrotne świadczenie pieniężne na rzecz państwa.
13. Sytuacja rynkowa, gdy cały popyt danego rynku (lub znaczna większość) jest zaspokajana przez od dwóch do kilkunastu przedsiębiorców.
14. Może być wzrostowy, spadkowy lub horyzontalny, to kierunek, w którym w danym okresie podąża rynek.
15. Papier wartościowy łączący w sobie prawa o charakterze majątkowym i niemajątkowym, wynikające z uczestnictwa akcjonariusza w spółce akcyjnej lub komandytowo-akcyjnej.

Pionowo:

1. Określona wartość wyrażona w pieniądzu, będąca ekwiwalentem danego dobra.
3. Wspólnik spółki, posiadający akcje wyemitowane przez spółkę.
4. Proces odzyskiwania własności za pomocą zdefiniowanych w przepisach prawa środków.
6. Ustalenie kursu, jaki mają akcje giełdowe w danym dniu.
10. Wytworzony przez konkretną jednostkę i stanowiące jej własność wyroby gotowe lub usługi przeznaczone do dalszej odsprzedaży w stanie nieprzetworzonym, znajdujące się w magazynach lub punktach sprzedaży.
12. Instytucja, która emituje (czyli wypuszcza) papiery wartościowe, np. w przypadku bonów skarbowych emitentem jest Skarb Państwa.

ZNAĆ INNY JĘZYK, TO JAK POSIADAĆ DRUGĄ DUSZĘ.

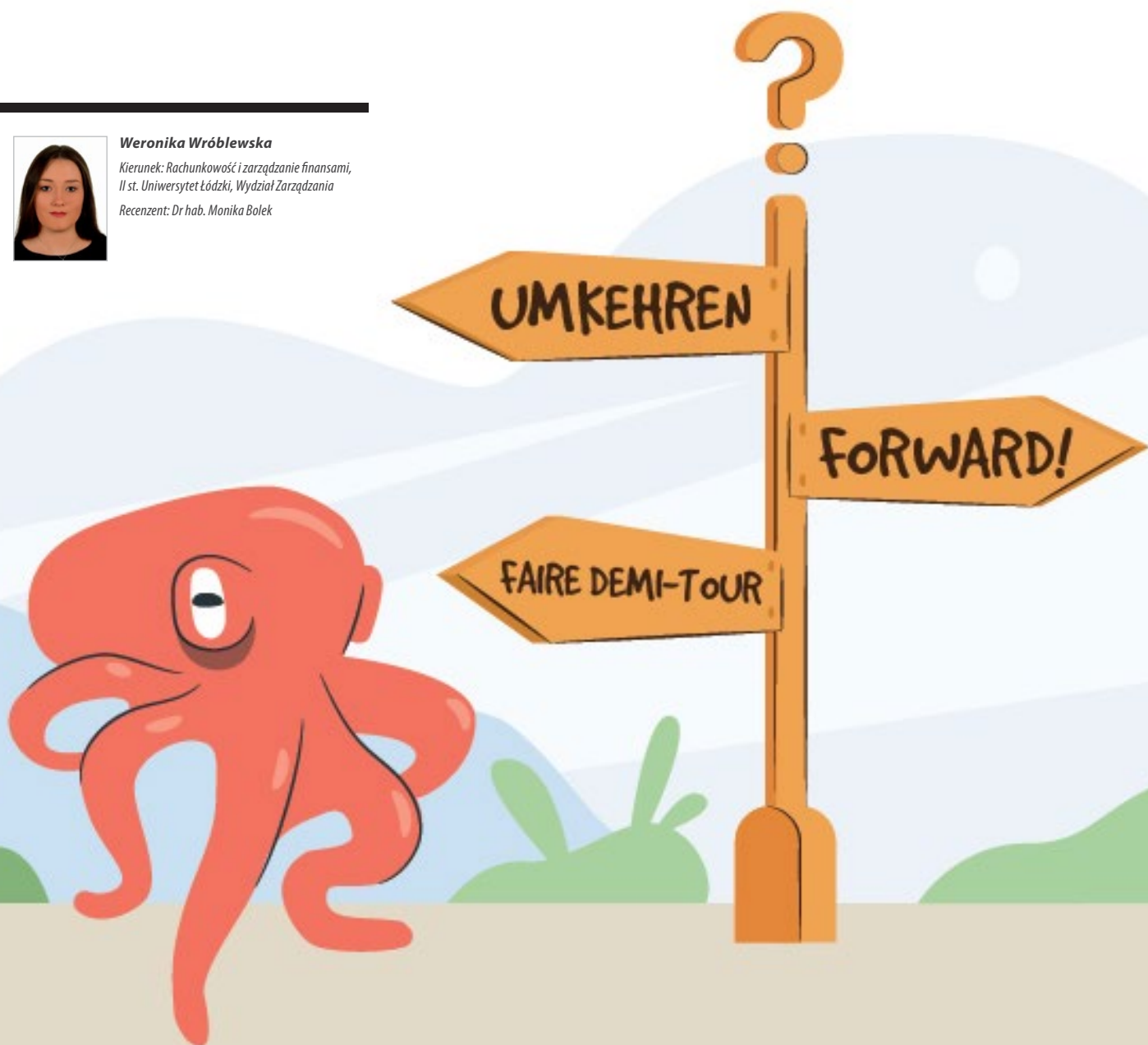
JAK W OBECNYCH CZASACH POSTRZEGANA JEST ZNAJOMOŚĆ JĘZYKÓW OBCYCH NA RYNKU PRACY?



Weronika Wróblewska

*Kierunek: Rachunkowość i zarządzanie finansami,
II st. Uniwersytet Łódzki, Wydział Zarządzania*

Recenzent: Dr hab. Monika Bolek



WARTOŚĆ ZNAJOMOŚCI JĘZYKÓW OBCYCH

Frank Smith, amerykański polityk i aktywista, uznany za swój wkład w językoznawstwo i psychologię poznawczą stwierdził, że „Jeden język ustawia Cię w korytarzu życia. Dwa języki otwierają każde drzwi po drodze”. Chyba każdy z nas zgodzi się z tą myślą. Znajomość języków obcych jest w dzisiejszych czasach bardzo użyteczna. Przydaje się podczas wyjazdów za granicę czy spotkań z obcokrajowcami, a pracodawcy coraz częściej jej wymagają. Umiejętność porozumiewania się w języku angielskim to dziś absolutna podstawa i jest niemalże niezbędna w codziennym życiu. Warto jednak nauczyć się także innych języków, np. niemieckiego, hiszpańskiego, francuskiego czy włoskiego, aby móc bez większych problemów porozumiewać się z obcokrajowcami oraz podnieść swoje kompetencje.

JAKICH JĘZYKÓW UCZĄ SIĘ POLACY?

Okazuje się, że Polacy obok języka angielskiego, dużą wartość przypisują znajomości języka niemieckiego, szczególnie jeśli zamierzają pracować w Niemczech lub w niemieckich firmach w Polsce. Warto zwrócić uwagę także na fakt, że znajomość tego języka ułatwia właścicielom oraz pracownikom polskich firm nawiązywanie partnerstw biznesowych i kontaktów. Coraz popularniejsze stają się także języki skandynawskie, takie jak szwedzki, norweski czy fiński. Nieraz można usłyszeć, czy też przeczytać w prasie o tym, że poszukiwane

są osoby znające języki takie jak arabski, turecki, japoński czy holenderski. Aż 86% Polaków uważa, że znajomość języka obcego innego niż angielski ułatwi im znalezienie dobrze płatnej pracy. Jednak zdecydowana większość ostatecznie nie podejmuje się nauki języków. Według badań zrealizowanych przez IBRiS dla Accenture Operations Polska i warszawskiej Akademii Leona Koźmińskiego tylko 3% Polaków regularnie uczy się języka innego niż angielski, a tylko 2,5% deklaruje, że na pewno zacznie uczyć się mniej popularnego języka w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

Na wykresie zaprezentowano wyniki badań przeprowadzonych przez TNS Polska. W zdecydowanej większości Polacy potrafią mówić po angielsku lub rosyjsku, czy też w obu tych językach. Znajomość języka angielskiego dominuje wśród osób młodych (15-34 lat), a języka rosyjskiego wśród osób starszych (40+). Taka sytuacja wynika z faktu, że w obecnym systemie oświaty dominuje język angielski lub niemiecki, rzadziej francuski, podczas gdy w czasach PRL rosyjski był językiem obowiązkowym.

JĘZYKI OBCIE W CENIE

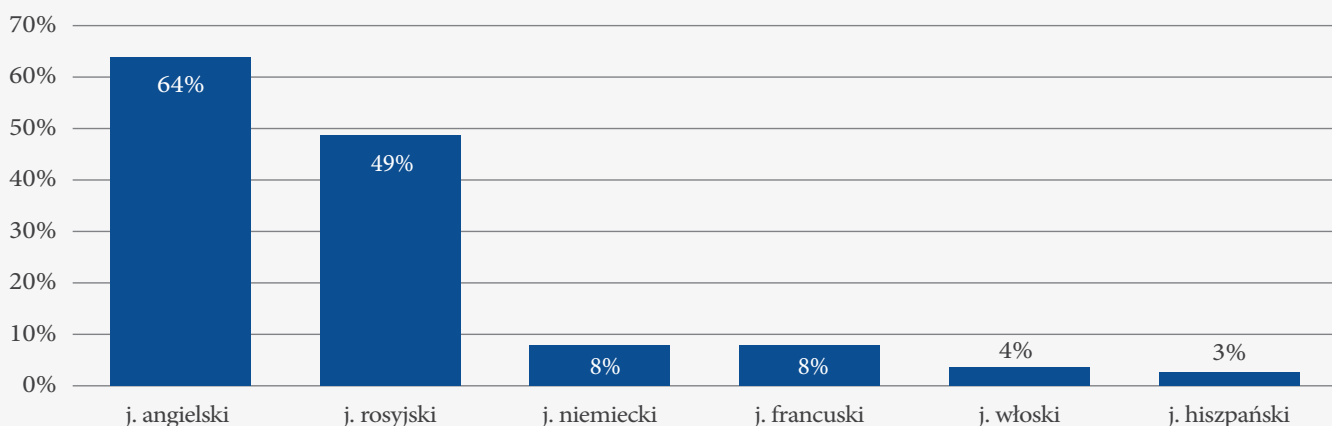
Znajomość języka obcego jest wartościowym atutem kandydata na rynku pracy, jednakże okazuje się, że nie wszędzie wystarczy sam fakt znajomości języka obcego, ale też to, jak dobrze go znamy. Jak wynika z raportu TNS Polska, w takich branżach jak: doradztwo, konsulting, IT, telekomunikacja oraz finanse i rachunkowość blisko 75% ofert o pracę zawiera wymaganie o minimum średnio zaawansowanej znajomości języka obcego. Język angielski, który uznawany jest za język

uniwersalny, obecnie jest językiem podstawowym, który każdy powinien znać. Oprócz znajomości języka angielskiego, istnieje grupa języków obcych, które są szczególnie pożądane na rynku pracy.

Top 10 najbardziej przydatnych języków na rynku pracy:

- Język angielski jest językiem biznesu i nauki. Jest absolutnie podstawowym i najbardziej przydatnym językiem świata, niezbędnym w niemal każdej firmie, która chce się rozwijać na arenie międzynarodowej i niemal każdy pracownik powinien się nim biegle posługiwać. Ponadto jedna trzecia ludności świata potrafi porozumiewać się posługując się językiem angielskim.
- Język niemiecki to czwarty najczęściej używany język w Internecie. Niemcy są wiodącą gospodarką Unii Europejskiej i świata, głównym partnerem handlowym i największym inwestorem zagranicznym w Polsce. Niemiecki znajduje się w czołówce głównych języków stosowanych w naukach takich jak medycyna, nauki społeczne, psychologia, sztuka i inne nauki humanistyczne.
- Język francuski jest bardzo ważnym biznesowym językiem. Jest jednym z oficjalnych języków kilku organizacji, w tym Organizacji Narodów Zjednoczonych i Światowej Organizacji Handlu.
- Język holenderski – pokaźna liczba firm oraz banków holenderskich posiada swoje placówki lub przedstawicielstwa w Polsce. Holandia jest jednym z największych inwestorów w naszym kraju.
- Język hiszpański otwiera drzwi do współpracy biznesowej nie tylko z tym

Wykres 1. Jakimi językami obcymi potrafią mówić Polacy?



krajem, lecz również z Meksykiem i niemal wszystkimi krajami Ameryki Południowej. Jest to obecnie jeden z wiodących języków w globalnym handlu.

- Język rosyjski jest jednym z najpopularniejszych języków w literaturze naukowej i technicznej nauk ścisłych, takich jak fizyka i inżynieria.
- Język portugalski jest obecnie drugim najbardziej zyskującym na znaczeniu w skali globalnej językiem w Europie, tuż po angielskim. Jest to więc niezwykle przydatny język do rozwijania międzynarodowego biznesu.
- Język japoński - posługuje się nim 130 milionów osób. Japońskie firmy są wysoko innowacyjne, a kraj ten jest drugim co do wielkości inwestorem na świecie w sektorze badań i rozwoju. Japończycy są jednym z najbardziej zaawansowanych i zintegrowanych technologicznie narodów.
- Język chiński - posługuje się nim ponad miliard ludzi na świecie. Pozycja tego kraju w globalnej gospodarce i jego dynamiczny rozwój czyni ten język niezwykle ważnym źródłem możliwości biznesowych. W czasach, gdy chińskie firmy rozwijają się na arenie międzynarodowej, a kraj ma rosnące możliwości *outsourcingu* ze względu na bardzo niskie koszty i wysoką wydajność, znajomość języka chińskiego z każdym rokiem będzie coraz bardziej pożądana na rynku pracy.
- Język arabski - według raportu opublikowanego przez *British Council* język arabski zajmuje drugie miejsce wśród "języków przyszłości".

**Chęć nauki
języka obcego
świadczy o tym,
że kandydat stawia
na rozwój osobisty
i zawodowy,
jest osobą
ciekawą świata
i ma swoje pasje.**

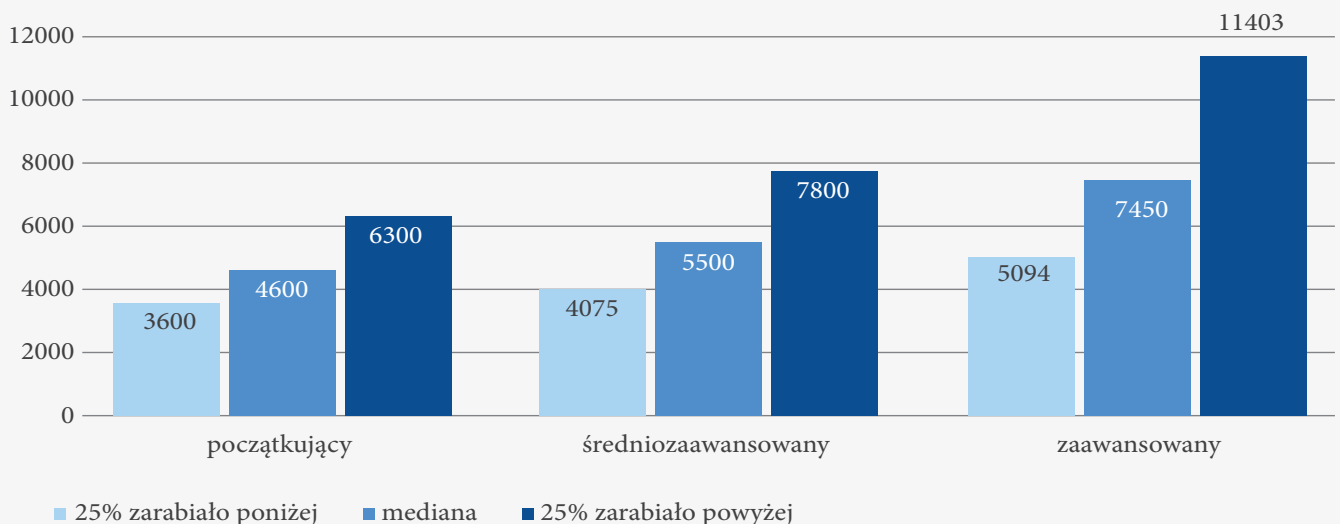
JĘZYKI OBCE A RYNEK PRACY

W obecnych czasach znajomość drugiego języka obcego wydaje się niezbędna. Nie ma jednak uniwersalnych zasad dotyczących ścieżki kariery opartej na znajomości języków. Niekiedy wymagana jest biegła znajomość języka obcego, gdzie indziej wystarczy tylko umiejętność komunikowania się na podstawowym poziomie. Pracodawcy mają nieco inne wymagania

w zależności od branży, dziedziny lub sektora, w którym działa przedsiębiorstwo. Znajomość przynajmniej jednego lub dwóch języków obcych jest w dzisiejszych czasach normą. Oprócz znajomości języka angielskiego, znajomość najbardziej poszukiwanych języków, takich jak niemiecki, rosyjski czy skandynawski, to pierwszy krok do znalezienia pracy w wymarzonej firmie i na wybranym stanowisku. Drugi lub trzeci język obcy w CV to dodatkowy atut, dzięki któremu w wielu przypadkach można pokonać konkurentów na rynku pracy. Nawet jeśli dany język nie będzie używany na co dzień, warto pochwalić się swoją wiedzą w CV. Chęć nauki języka obcego świadczy o tym, że kandydat stawia na rozwój osobisty i zawodowy, jest osobą ciekawą świata i ma swoje pasje. Nauka wymaga systematyczności, umiejętności utrzymania stałej motywacji, czy też dobrej organizacji czasu. Takie cechy pracownika są atrakcyjne niezależnie od zajmowanego stanowiska.

Współcześnie prawie każda ścieżka kariery wiąże się w mniejszym lub większym stopniu ze znajomością języka angielskiego lub niemieckiego. Wynika to z dużego zainteresowania pracą w międzynarodowych korporacjach, co stwarza możliwości rozwoju i posiadania wysokich zarobków. Dwujęzyczność przynosi korzyści ekonomiczne nie tylko pracownikom, ale także pracodawcom. Podobnie jest w naszym kraju, znajomość jednego lub dwóch języków obcych zostanie nagrodzona szybszym awansem. Nauka języka obcego w połączeniu z wyższym wykształceniem

Wykres 2: Miesięczne wynagrodzenia całkowite osób z różną znajomością języka angielskiego w 2020 roku (brutto w PLN)



i ukończeniem specjalistycznego kursu lub szkolenia skutkuje silną pozycją na rynku pracy. Coraz więcej firm, zwłaszcza o charakterze międzynarodowym stawia na pracowników posługujących się biegle kilkoma językami. Tego rodzaju pracownicy są po prostu w cenie, a ich zarobki zdecydowanie przewyższają pensje pracowników znających jeden popularny język lub nie znających w stopniu biegłym żadnego języka.

JAK ZNAJOMOŚĆ JĘZYKÓW OBCYCH WPŁYWA NA WYSOKOŚĆ WYNAGRODZENIA?

Wielu pracowników zaznacza, że kursy językowe są dla nich jednym z bardziej wartościowych i pożądaných benefitów pozapłacowych. W dobie pandemii stacjonarne zajęcia zostały zastąpione przez kursy na platformach online i aplikacje do nauki języków obcych. To niewątpliwie wygodniejszy sposób nauki, gdyż można uczyć się, kiedy chcemy i gdzie chcemy. Coraz częściej mamy także możliwość dopasowywania oferty kursów do własnych potrzeb. Oprócz tego, że kurs jest benefitem, stanowi on także fundament do podnoszenia kwalifikacji, a co za tym idzie również wynagrodzenia.

Dane Pracuj.pl pokazują, że znajomość języków obcych wpływa na wysokość wynagrodzenia. W niektórych branżach pracownicy, którzy potrafią posługiwać się językiem obcym na poziomie minimum średniozaawansowanym mogą liczyć średnio nawet na około 25% większe zarobki niż osoby posługujące się tym samym językiem na poziomie podstawowym.

Tak jak pokazano na Wykresie 2, inwestycja w naukę języków obcych jest dziś po prostu opłacalna. Im wyższy poziom ich znajomości, tym większa szansa na wyższe wynagrodzenie. Potwierdzają to wyniki Ogólnopolskiego Badania Wynagrodzeń przeprowadzonego w 2020 roku. Osoby deklarujące zaawansowaną znajomość języka angielskiego zarabiały o prawie 3.000 PLN więcej niż te, które znały angielski w stopniu podstawowym. Oprócz języka angielskiego do najbardziej pożądaných przez pracodawców języków obcych należą m.in. niemiecki, francuski i hiszpański. W 2020 roku spośród osób posługujących się tymi językami najwyższe pensje otrzymywały osoby z zaawansowaną znajomością

(...) inwestycja
w naukę języków
obcych jest dziś
po prostu opłacalna.
Im wyższy poziom
ich znajomości,
tym większa
szansa na wyższe
wynagrodzenie.

języka niemieckiego - 7.500 PLN. W przypadku tego języka widać również największe różnice w poziomie zarobków w zależności od stopnia jego znajomości. Osoby z podstawową znajomością języka niemieckiego zarabiały o ponad 2.000 PLN mniej niż te, które posługiwały się nim biegle.

ZNAJOMOŚĆ JĘZYKA OBCEGO JAKO DRUGA DUSZA CZŁOWIEKA

Znajomość kilku języków, a co za tym idzie kilku kultur, może wzbogacić człowieka wewnątrznie. Znając tylko jeden język do pewnego stopnia postrzega się świat poprzez pryzmat tego języka, z kolei posługując się innym językiem przesuwa się granice poznania. Nauka języków obcych umożliwia także swobodne podróżowanie, które staje się coraz popularniejszą aktywnością. Dzięki znajomości języka można czuć się pewniej, a umiejętność komunikacji z osobami z innych państw sprawia ogromną satysfakcję. Ponadto można z łatwością nawiązać kontakty międzynarodowe i bez ograniczeń korzystać z dorobków kulturowych obcych kultur. Wielojęzyczność pozwala szybciej odnaleźć się w różnych sytuacjach społecznych, a także umożliwia analizowanie rzeczywistości z różnych perspektyw. Znajomość wielu języków wpływa na poziom tolerancji, dużo łatwiej jest

zaakceptować odmienność. Skłania to do tego, aby szukać cech które będą wspólne, łączyć się zamiast dzielić. Wielojęzyczność uczy poszanowania innych kultur i ukazuje możliwość ich współdzielenia.

PODSUMOWANIE

Polacy, a zwłaszcza młodzi ludzie, mają coraz większą świadomość tego, że w dzisiejszych czasach znajomość języków obcych jest niezbędna. Nauka języków nie stanowi pokaźnego wydatku, a w Internecie jest wiele bardzo dobrych, często darmowych kursów dla początkujących lub średnio-zaawansowanych. Dodatkowo jest to inwestycja, która szybko zacznie się zwracać. Jeżeli masz dużo wolnego czasu, chciałbyś poszerzyć swoje horyzonty czy też po prostu chcesz się rozwijać, nie trać czasu, wybierz język, który cię interesuje i rozpocznij swoją nową przygodę. Dzięki nauce języków rozwinięsz swoją wyobraźnię, kreatywność i abstrakcyjne myślenie. Podsumowując, nauka języka ma wiele zalet – nie tylko tych oczywistych i dobrze znanych. Jak widać, kryje się za tym o wiele więcej!

Bibliografia:

- 1 Agnieszka Korczyńska, Jak skutecznie uczyć się języków obcych, Znajomość języka obcego a rozwój zawodowy. Jak skutecznie uczyć się języków - Kariera - Forbes.pl (2022-02-09)
- 2 Aleja handlowa, Korzyści wynikające z nauki języków obcych, <https://www.alejahandlowa.pl/uslugi/korzysci-wynikajace-z-nauki-jezykow-obcych> (2022-02-22)
- 3 Budget Bee, Benefity, Kursy językowe dla firm - najpopularniejsze platformy i aplikacje do nauki - Blog BudgetBee | Inspiracje Ze Świata HR i Employer Brandingu (2022-02-09)
- 4 CC NEWS, 86% Polaków uważa, że znajomość drugiego języka obcego pomaga, 86% Polaków uważa, że znajomość drugiego języka obcego pomaga - ccnews.pl (2022-02-09)
- 5 DLACZEGO WARTO ZAPISAĆ SIĘ DO SZKOŁY JĘZYKOWEJ I JAKIE ZAJĘCIA MOŻNA WYBRAĆ?, <https://audycjatrojwymiar.pl/dlaczego-warto-zapisac-sie-do-szkoly-jezykowej-i-jakie-zajecia-mozna-wybrac/> (2022-02-09)
- 6 Dwujęzyczność.info, Dlaczego warto, czyli o korzyściach z dwujęzyczności, <https://dwujezycznosc.info/2012/11/21/dlaczego-warto-czyli-o-korzysciach-z-dwujezycznosci-2/> (2022-02-22)
- 7 Forsal.pl, Języki obce kontra zarobki Polaków. "Dopiero nadrabiamy zaległości wobec Europy Zachodniej", <https://forsal.pl/artykuly/1347865.jezyki-obce-kontra-zarobki-polakow-dopiero-nadrabiamy-zaleglosci-wobec-europy-zachodniej.html> (2022-02-09)
- 8 Lingroom, Najlepiej opłacane języki na rynku pracy, Który język obcy zapewni Ci wysokie wynagrodzenie? Najlepiej opłacane języki na rynku pracy. (lingroom.pl) (2022-02-09)
- 9 Monika Czepiel, Wynagrodzenia osób z różną znajomością języków obcych w 2020 roku, <https://wynagrodzenia.pl/artykul/wynagrodzenia-osob-z-rozna-znajomoscia-jezykow-obcych-w-2020-roku> (2022-02-09)
- 10 PKT.PL, Nie tylko angielski – jakimi językami mówią Polacy?, Języki obce – jakie znamy najlepiej? (pkt.pl) (2022-02-09)
- 11 Portfel Polaka, Najbardziej przydatne języki – dzięki ich znajomości wzrosną Twoje zarobki, Najbardziej przydatne języki na rynku pracy | Portfel Polaka (2022-02-09)
- 12 Praca.pl, Niszowe języki obce – jak ich znajomość wpływa na szansę na rynku pracy?, Niszowe języki obce – jak ich znajomość wpływa na szansę na rynku pracy? (praca.pl) (2022-02-09)
- 13 Smart Age, Najpopularniejsze języki obce jakie znają Polacy, Najpopularniejsze języki obce jakie znają Polacy - SmartAge.pl (2022-02-09)
- 14 SuperTumacz, Dlaczego warto znać języki obce?, Dłaczego warto znać języki obce? | SuperTumacz® (supertumacz.pl) (2022-02-09)
- 15 SuperTumacz, Najbardziej potrzebne języki obce na rynku pracy, <https://supertumacz.pl/najbardziej-potrzebne-jezyki-obce-na-ryнку-pracy/> (2022-02-09)
- 16 TurboBlog, Jaka jest znajomość języków obcych w Polsce i na świecie?, Jaka jest znajomość języków obcych w Polsce i na świecie? - TURBOBlog (turbotumaczzenia.pl) (2022-02-09)

KOMUNIKACJA INTERNETOWA W DOBIE PANDEMII



Jakub Antosik

*Kierunek: Nowe Media i Kultura Cyfrowa,
Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny*

Globalna pandemia wywołana pojawieniem się wirusa Sars-Cov-2 spowodowała konieczność zmiany wielu codziennych nawyków. Jedną z dziedzin życia, która najbardziej ucierpiała i która musiała przejść gruntowne zmiany była komunikacja międzyludzka. Z jednej strony izolacja od innych zdaje się rzeczą absolutnie oczywistą, gdy mowa o śmiertelnej chorobie zakaźnej, jednak w dłuższej perspektywie sytuacja ta może odciskać się na psychice człowieka, którego nie bez powodu określa się przecież często zwierzęciem społecznym. To, co odróżnia pandemię, z jaką mierzymy się dzisiaj, od poprzednich, takich jak grypa hiszpanka z końca drugiej dekady dwudziestego wieku, to istnienie rozbudowanej sieci internetowej. Komunikacja, tak niezbędna w pracy, nauce czy codziennym życiu, została w bardzo krótkim czasie przeniesiona ze świata rzeczywistego w wirtualny, by tam, poprzez różnego rodzaju komunikatory, dać namiastkę normalności w czasach wyzwań, na które nikt nie był przygotowany. Tym samym możemy jako ludzkość obserwować, jak sprawdza się wizja Marshalla McLuhana, który to już w połowie ubiegłego stulecia pisał o mediach jako przedłużeniu ludzkich zmysłów. Co istotne, w rozumieniu znanego teoretyka przedłużenia te wpływają na naszą percepcję świata w myśl słów „*Medium is the message*”, oznaczających, że forma przekazu kształtuje jego treść. Dlatego też zdaje się interesującym pytanie o funkcjonowanie komunikacji internetowej w dobie pandemii, zwłaszcza teraz, gdy możemy spojrzeć na to zagadnienie z perspektywy niemal dwóch lat od pojawienia się wirusa w Polsce.

W swoim artykule chcę przybliżyć statystyki wykorzystywania w Polsce platform służących komunikacji wirtualnej w trakcie pandemii, poruszyć temat zdrowia psychicznego w kontekście nowego stylu życia wywołanego wymuszoną komunikacją zdalną, a w dalszej części rozważać się tematem wykluczenia cyfrowego. Całość argumentacji zostanie wzbogacona

wynikami przeprowadzonej przeze mnie w ubiegłym roku (czerwiec-sierpień) ankiety dotyczącej postrzegania komunikacji internetowej w czasie pandemii. Łączna liczba respondentów wynosi 50 osób, co nie jest grupą dużą, jednak wystarczającą dla uzyskania zróżnicowanych odpowiedzi. Badanie należy potraktować jako formę wstępną, poprzedzającą przeprowadzenie obszerniejszej wersji. Ankietowanych pozyskiwałem metodą kuli śnieżnej, co zapewniło dużą różnorodność ich wieku. Zebrane odpowiedzi mogą dać lepszy obraz nowej codzienności, zalety oraz wady komunikacji wirtualnej widziane oczami ludzi uczestniczących w tych procesach.

ZMIANY W WYKORZYSTANIU TECHNOLOGII KOMUNIKACYJNEJ

Aby nieco przybliżyć to, jak zmieniła się w ostatnim czasie rola wirtualnych środków komunikacji, warto przytoczyć wyniki badań przeprowadzonych przez GUS oraz CBOS. Pierwsza z wymienionych instytucji przedstawia corocznie zmiany zachodzące w sposobie korzystania z internetu przez mieszkańców naszego kraju, a omawiane badanie zostało przeprowadzone na osobach w wieku od 16 do 74 roku życia. Sekcja, która jest szczególnie istotna dla mojej pracy, to wykres obrazujący, w jaki sposób internet jest wykorzystywany przez badanych w sprawach prywatnych. Już na pierwszy rzut oka daje się zauważyć zmianę względem roku poprzedzającego badanie w kategoriach takich jak „prowadzenie rozmów głosowych lub wideo” oraz „korzystanie z komunikatorów”. Względem roku 2019, gdzie 48,6% badanych deklarowało korzystanie z rozmów wideo i audio za pośrednictwem internetu, w 2020 wynik ten wzrósł do 55%, dając tym samym różnicę na poziomie 6,4 punktów procentowych. Można śmiało przypuszczać, że jest to wzrost spowodowany właśnie sytuacją

paniczną i chęcią utrzymania kontaktu z bliskimi i znajomymi. Podobnie ma się sytuacja z wykorzystaniem komunikatorów wirtualnych, gdzie wzrost względem roku poprzedzającego badanie wyniósł 4,8 punktów procentowych. W 2019 roku odsetek osób korzystających z tej formy komunikacji wynosił 48,6%, a rok później już 53,4%².

Badanie CBOS dotyczyło podobnych kwestii i zostało przeprowadzone na grupie dorosłych Polaków. Co bardzo interesujące, w badaniu tym padł w 2020 roku rekord liczby użytkowników komunikatorów internetowych i wyniósł aż 79% ankietowanych. Jeśli chodzi o udział użytkowników prowadzących rozmowy telefoniczne za pośrednictwem sieci, to był on równy w 2020 roku 47%. Same wideokonferencje, które zostały wprowadzone jako nowa kategoria przez CBOS w 2020 roku, uzyskały wynik na poziomie 31% osób, które skorzystały z takiej formy komunikacji³. Nietrudno więc wywnioskować, że komunikatory, zarówno tekstowe, jak i audio-wideo, stały się w czasie pandemii Covid-19 bardziej potrzebne niż kiedykolwiek wcześniej i zaczęły odgrywać większą niż dotychczas rolę w codziennym życiu.

Na poparcie tych słów chciałbym zaprezentować również odpowiedzi pochodzące z przeprowadzonej przeze mnie ankiety na temat postrzegania komunikacji internetowej w czasie pandemii. Pytanie, które chcę przytoczyć, dotyczyło subiektywnej opinii uczestników na temat tego, czy zauważyli w swoim życiu zwiększenie roli komunikacji internetowej ze względu na pandemię. Spośród trzech możliwych odpowiedzi aż 72% respondentów wybrało odpowiedź twierdzącą, 18% badanych nie zauważyło takiej zmiany w swoim życiu, podczas gdy 10% osób nie była pewna tej odpowiedzi. Przez wzgląd na duże zróżnicowanie wiekowe respondentów można uznać, że badana kwestia jest uniwersalna i u większości badanych stan pandemii ma przełożenie na istotność wykorzystania komunikacji wirtualnej.

Tabela 1 Wykorzystanie internetu w sprawach prywatnych w latach 2019-2020 (podane w % respondentów między 16-74 rokiem życia)

| Wyszczególnienie | 2019 | 2020 |
|--|------|------|
| Prowadzenie rozmów głosowych lub wideo | 48,6 | 55,0 |
| Korzystanie z komunikatorów | 48,6 | 53,4 |
| Korzystanie z poczty elektronicznej | 64,8 | 65,9 |

IZOLACJA A ZDROWIE PSYCHICZNE

Rzecz jasna sytuacja wywołana przez pandemię to nie tylko obserwacja zmian w częstotliwości użytkowania technologii komunikacyjnej. Tego typu przedłużanie naszych zmysłów nie jest pełnym remedium na zaistniały problem. Ograniczenie kontaktów w przestrzeni rzeczywistej może wywrzeć negatywny wpływ na dobrostan psychiczny człowieka. Posłużę się tu ciekawym pojęciem, jakim jest „płynna pandemia”, które opisała Teresa Sasińska-Klas. Cytując badaczkę: „*Płynna pandemia* [...] oznacza, że obecność koronawirusa SARS-CoV-2 w życiu obywateli wzmocniła osobliwość i zarazem niedookreśloność życia społecznego w warunkach momentalności⁵”. Jak dalej tłumaczy, ludzie nie chcą ponosić odpowiedzialności za działania podejmowane w obliczu zagrożenia (takiego jak pandemia), lecz jednocześnie nie chcą rezygnować z dotychczasowego sposobu realizacji swoich potrzeb⁵. Właśnie to zdaje się sednem problemu – wszelkie działania, w tym te dążące do zachowania ciągłości komunikacji, jakie są podejmowane w czasie trwania pandemii, mają za zadanie naśladować zachowania, jakie pamiętamy jeszcze sprzed ery izolacji i stawać się ich substytutem. Można zatem przypuszczać, że ponadprzeciętne wykorzystywanie komunikacji zapośredniczonej wirtualnie jest efektem wymuszonym, wykraczającym poza realne potrzeby jednostki. Idąc tropem rozważań Sasińskiej-Klas możemy założyć, że nasze wyuczone metody radzenia sobie z życiem stają się bezużyteczne w warunkach pandemicznych, a próba zastąpienia realnych relacji tymi odbywającymi się w przestrzeni wirtualnej skutkuje poczuciem braku realności świata oraz degradacją zdolności komunikacji społecznej⁶. Aby zobrazować lepiej skalę problemu przedstawię odpowiedzi, jakie uzyskałem w ankiecie na pytanie: „Czy komunikacja internetowa jest w stanie zrekompensować Ci spotkania ze znajomymi?”. Pokazują one, że niemal połowa respondentów, bo aż 48% badanych, nie widzi w komunikacji internetowej wystarczającej alternatywy dla realnych spotkań z bliskimi. Ponadto 30% ankietowanych uważa, że ta forma komunikacji jest w stanie zrekompensować bezpośrednie spotkania jedynie w niewielkim stopniu. W mniejszości znalazła się grupa 20% ankietowanych, która uznała, że jest w stanie w dużej części zastąpić swoje kontakty ze znajomymi formą zapośredniczoną, a 2% przyznaje, że ta forma w zupełności im wystarcza. Drugie z prezentowanych

W mniejszości
znalazła się grupa
20% ankietowanych,
która uznała,
że jest w stanie
w dużej części
zastąpić swoje kontakty ze znajomymi
formą
zapośredniczoną,
a 2% przyznaje,
że ta forma
w zupełności
im wystarcza.

pytań dotyczy wpływu wykorzystania komunikacji internetowej na ewentualną poprawę samopoczucia w momencie braku możliwości odbycia realnych spotkań. Interującym jest fakt, że dla 46% udzielających odpowiedzi komunikacja wirtualna była bardzo pomocna w poprawie samopoczucia, co pozwala śmiało stwierdzić, że istnienie alternatywy komunikacyjnej posiada w rzeczy samej korzystny wpływ na walkę z poczuciem osamotnienia. Liczna grupa, bo 38% badanych, wskazała, że komunikacja wirtualna nie miała dla nich żadnego znaczenia w kwestii poprawy kondycji psychicznej, natomiast 16% stwierdziło, że rola tej alternatywy nie była wystarczająca do poprawy ich samopoczucia w kontekście izolacji. Patrząc na wiek udzielających odpowiedzi można spostrzec, że do grup, które najmniej pozytywnie wypowiadały się o komunikacji internetowej jako substytucie realnych kontaktów, zaliczają się osoby z przedziałów wiekowych 18-24 i 35-44 lata. Niemniej to właśnie te grupy najczęściej wskazywały, że wspomniana

forma kontaktu była pomocna w poprawie ich samopoczucia, gdy nie mieli dostępu do bezpośrednich spotkań. Warto jednak nadmienić, że grupa wiekowa 18-24 była również najliczniejszą, dla której korzystanie z kontaktów wirtualnych okazało się bez znaczenia dla ich dobrostanu psychicznego. Odsetek takich odpowiedzi w tym przedziale wiekowym wyniósł ok. 38%, czyli ponad 1/3 ankietowanych młodych dorosłych.

WYKLUCZENIE CYFROWE

Tematem, który również wiąże się z niedogodnościami wynikłymi z powodu ograniczeń pandemicznych, jest kwestia wykluczenia technologicznego. Aspekty komunikacyjne życia codziennego jakie zostały przeniesione do sieci to nie tylko kontakty z bliskimi. Dotyczy to również pracy zdalnej, prowadzonej za pomocą oprogramowania do wideokonferencji czy też, na podobnej zasadzie, nauki zdalnej na niemal wszystkich szczeblach edukacji. Nie można także zapominać o tym, że wiele placówek takich jak urzędy czy przychodnie także zaczęło korzystać z zapośredniczonej wirtualnie formy kontaktów, np. wprowadzając zdalne konsultacje lekarskie. W tym, można powiedzieć, nowo wykreowanym sposobie funkcjonowania świata największymi ofiarami są osoby pozbawione możliwości korzystania z sieci, a co za tym idzie komunikowania się za jej pośrednictwem. Posługując się raportem przygotowanym przez Fundację Stocznia przybliżę nieco skalę problemu, o jakim mowa. Już na wstępie raportu dowiadujemy się, że wykluczenie cyfrowe podzielić można na twarde miękkie. Pierwsze z wymienionych powodowane jest brakiem dostępu do urządzeń, brakiem środków na ich sfinansowanie lub niskim poziomem jakości ich obsługi. Drugie natomiast wynika z braku kompetencji użytkownika lub przybiera postać tzw. wykluczenia motywacyjnego, oznaczającego brak chęci do korzystania z technologii ze względu na mentalne bariery.

I tak w 2020 roku 81,4% Polaków korzystało z internetu co najmniej raz w tygodniu, 90% gospodarstw domowych miało dostęp do internetu, w tym 99,5% takich gospodarstw, w których żyją również dzieci, a 55% osób, które nigdy nie korzystały z internetu, mieszkało na obszarach wiejskich. Trzy pierwsze wyniki mogą napawać optymizmem, ponieważ zdają się świadczyć o wysokim poziomie ucyfrowienia w społeczeństwie polskim. Niestety zagłębienie

się w te liczby ujawnia pewne problemy. Wysoka dostępność internetu w gospodarstwach domowych nie jest bowiem równa liczbie osób, które realnie z sieci korzystają. Związane jest to ze wspomnianym wcześniej wykluczeniem motywacyjnym, które dotyczy 66% osób niekorzystających z internetu, pomimo posiadania w przypadku 20-45% z nich takiej możliwości. Do grupy tej najczęściej zaliczają się seniorzy, którzy nie mają doświadczenia w użytkowaniu komputera i tym samym sieci, lecz co jeszcze istotniejsze, często nie posiadają świadomości, do czego właściwie mogliby internet wykorzystywać. W przypadku mieszkańców wsi dochodzi tu jeszcze czynnik związany z odmiennym stylem życia, który pozostaje nie bez znaczenia dla wykluczenia motywacyjnego, zwłaszcza wśród najstarszych członków tej grupy. W końcu to mieszkańcy obszarów wiejskich stanowią wymienione wcześniej 55% wszystkich niekorzystających z internetu w Polsce. Problem wykluczenia dotyczy również dzieci i młodzieży w wieku szkolnym, która to potrzebowała odpowiedniego sprzętu umożliwiającego komunikację z nauczycielami. Według cytowanego raportu, aż 1,6 miliona uczniów mieszkało na początku pandemii w gospodarstwach domowych o niewystarczającej liczbie urządzeń w przeliczeniu na zapotrzebowanie członków rodziny. Warto nadmienić, że pod koniec roku 2020 aż 23,2% wszystkich gospodarstw domowych w Polsce miało do dyspozycji jedynie łącze o bardzo niskiej przepustowości poniżej 30 Mb/s. Spośród pozytywnych skutków ubocznych pandemii należy jednak zauważyć nagły wzrost dostępu do sieci pod koniec 2020 roku i tym samym stopniowe zmniejszanie się dysproporcji w tym zakresie (zwłaszcza między miastami a wsią). Jak jednak podkreślają autorzy badania Fundacji Stocznia, należy mieć na uwadze, że nie oznacza to, że osoby niekorzystające wcześniej z sieci nagle zaczęły to robić. Dodatkowo należy pamiętać o kosztach związanych z zapewnieniem sprzętu komputerowego i dostarczaniem usług internetowych, które skutecznie uniemożliwiały osobom o najniższych przychodach korzystanie z sieci. Kwestie finansowe były skorelowane z brakiem internetu w aż 25% gospodarstw domowych o najniższych dochodach⁷.

Podsumowując wątek wykluczenia cyfrowego posłużę się wynikami odpowiedzi do dwóch pytań ze swojej ankiety. Pierwsze z nich miało sprawdzić, czy badani odczuwaliby wykluczenie i dezorientację w warunkach pozbawienia ich możliwości korzystania z komunikacji internetowej. Wyniki

W przypadku mieszkańców wsi dochodzi tu jeszcze czynnik związany z odmiennym stylem życia, który pozostaje nie bez znaczenia dla wykluczenia motywacyjnego, zwłaszcza wśród najstarszych członków tej grupy.

wyraźnie wskazują, że większość, bo niemal ¾ respondentów (72%), źle zniosłaby taki stan i zgadza się z postawioną tezą, natomiast 28% uważa, że poradziłoby sobie w takich warunkach i nie odczułoby wykluczenia. To pytanie bardzo ciekawie koreluje z następnym, w którym z kolei ankietowani zostali zapytani o to, czy widzą szansę na sprawne funkcjonowanie w czasie pandemii bez wykorzystania komunikacji internetowej. Jedynie 12% respondentów odpowiedziało twierdząco. Takie wyniki pokazują, że osoby, które nie uznają komunikacji internetowej za czynnik determinujący ich poprawne funkcjonowanie w społeczeństwie, jednak w większości zauważają, że w nowych pandemicznych warunkach nie byłyby sobie w stanie poradzić bez tego medium.

PODSUMOWANIE

Kończąc moje rozważania chcę zwrócić uwagę na fakt, że obecna sytuacja wywołana

pandemią jest niezmiernie ciekawym obiektem badań. Sama opisywana przeze mnie kwestia zmian, jakie zaszły w procesach komunikacyjnych, to zjawisko unikalne dla stanu zagrożenia, w jakim niewątpliwie jako ludzkość się znaleźliśmy. Przełożyły się one na znakomite wyniki gigantów technologicznych, odpowiedzialnych za dystrybucję narzędzi komunikacyjnych. Jak wspomina Tomasz Goban-Klas, firmy takie jak Google, Amazon, Facebook, Apple czy Microsoft otrzymały w ostatnim czasie bardzo korzystne kontrakty rządowe na wykorzystanie ich oprogramowania do prowadzenia telemedycyny czy telepracy. Cytując autora: „*Niezwykłe czasy pandemii zapewniły platformie Microsoft Teams 75 mln dziennych aktywnych użytkowników, podczas gdy miesiąc wcześniej było ich o połowę mniej*”⁸. W okresie pandemii obserwować można zatem nowe szanse oraz wyzwania, jakie internet stawia w obliczu zaistniałych problemów, a to z kolei pozwala lepiej zrozumieć miejsce tego medium w obecnym świecie. Jednocześnie pojawiają się pytania o to, w jakim stopniu internet może zastąpić dotychczas ukształtowane procesy związane z życiem społecznym ludzi. Wystawione na próbę społeczeństwo zmuszone zostało do zmian, które mają szansę na stałe zaistnieć w naszej codzienności oraz przyspieszyć transformacje, które bez pandemii trwałyby długie lata. Pewnym jest, że w sferze komunikacyjnej internet stał się teraz narzędziem fundamentalnym jak nigdy przedtem.

Bibliografia:

- 1 NOWICKI D., *Jak czytać wiadomości i nie zwariować*, <https://myslnik.com.pl/blog/jak-czytac-wiadomosci-i-nie-zwariowac/>, 08.02.2022.
- 2 *Jak korzystamy z Internetu?*, GUS, Warszawa-Szczecin 2021.
- 3 *Korzystanie z Internetu*, CBOS, Komunikat z badań nr 85/2020.
- 4 SASIŃSKA-KLAST., *Wyzwania komunikacyjne w czasach płynnej pandemii – perspektywa socjologiczna*, „Roczniki Nauk Społecznych” 1/2021.
- 5 BARTOL A., HERBST J., PIERŚCINSKA A., *Wykluczenie społeczno-cyfrowe w Polsce*, Fundacja Stocznia, Warszawa 2021.
- 6 GOBAN-KLAST., *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze” 4/2020.
- 7 GRZEGA U., *Dostępność i wykorzystanie internetu w czasie pandemii w Polsce i UE*, [w:] *Zdrowie i style życia: wyzwania ekonomiczne i społeczne*, [red.] NOWAK W., SZALONKA K., E-Wydawnictwo. Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa. Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2021.
- 8 KOLNY B., *Formy spędzania czasu wolnego w okresie pandemii z wykorzystaniem internetu*, [w:] *Zdrowie i style życia: wyzwania ekonomiczne i społeczne*, [red.] NOWAK W., SZALONKA K., E-Wydawnictwo. Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa. Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2021.

Przypisy:

- 1 NOWICKI D., *Jak czytać wiadomości i nie zwariować*, <https://myslnik.com.pl/blog/jak-czytac-wiadomosci-i-nie-zwariowac/>, 08.02.2022.
- 2 *Jak korzystamy z Internetu?*, GUS, Warszawa-Szczecin 2021.
- 3 *Korzystanie z Internetu*, CBOS, Komunikat z badań nr 85/2020.
- 4 SASIŃSKA-KLAST., *Wyzwania komunikacyjne w czasach płynnej pandemii – perspektywa socjologiczna*, „Roczniki Nauk Społecznych” 1/2021, str. 88.
- 5 Tamże, str. 88.
- 6 Tamże, str. 88-89.
- 7 BARTOL A., HERBST J., PIERŚCINSKA A., *Wykluczenie społeczno-cyfrowe w Polsce*, Fundacja Stocznia, Warszawa 2021, str. 14-19.
- 8 GOBAN-KLAST., *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze” 4/2020, str. 724-725.

