



**POLITECHNIKA
OPOLSKA**

PRZEGLĄD NAUK STOSOWANYCH

pod redakcją
Mariusza Zielińskiego

nr **39**

**Wydział Ekonomii i Zarządzania
Opole, 2023**

Przegląd Nauk Stosowanych

Nr 39 (2)

pod redakcją
Mariusza Zielińskiego

Opole 2023

Przegląd Nauk Stosowanych Nr 39 (2)

Redakcja: Mariusz Zieliński

Wszystkie artykuły zostały ocenione przez dwóch
niezależnych recenzentów

All contributions have been reviewed by two independent reviewers

Komitet Naukowy czasopisma:

dr hab. Mariusz Zieliński (przewodniczący), dr inż. Małgorzata Adamska,
dr hab. Maria Bernat, prof. dr hab. Izabela Jonek-Kowalska,
dr inż. Brygida Klemens, dr hab. Barbara Kryk, dr hab. Małgorzata Król,
dr Sabina Kubiciel-Lodzińska, dr hab. Aleksandra Kuzior,
prof. dr hab. Krzysztof Malik, dr Katarzyna Mazur-Włodarczyk, Roland Moraru,
PhD. Prof. (Rumunia), doc. PhDr. Michal Oláh PhD (Słowacja),
Volodymyr O. Onyshchenko, Ph.D. Prof. (Ukraina), dr hab. Kazimierz Rędziański,
dr hab. Diana Rokita-Porskat, dr hab. Brygida Solga,
dr inż. Marzena Szewczuk-Stępień, dr hab. Urszula Szuścik,
doc. PhDr. ThDr. Pavol Tománek, PhD (Słowacja, Austria), PhDr. Jiří Tuma,
PhD (Republika Czeska), dr inż. Katarzyna Widera,
dr hab. inż. Janusz Wielki

Komitet Redakcyjny:

dr hab. Mariusz Zieliński (przewodniczący), dr inż. Małgorzata Adamska,
dr hab. Maria Bernat, prof. dr hab. Krzysztof Malik,
dr Małgorzata Adamska (sekretarz)

Recenzenci:

Małgorzata Adamska, Małgorzata Król, Tomasz Nawrocki, Mariusz Zieliński,
Adam Żabka

Copyright by Politechnika Opolska 2023

Projekt okładki: Krzysztof Kasza

Opracowanie graficzne: Oficyna Wydawnicza Politechniki Opolskiej

Wydanie I, 2023 r.

ISSN 2353-8899

Spis treści

Mariusz ZIELIŃSKI SŁOWO WSTĘNE.....	7
Lucia KIMPANOVÁ, Ivan BALÁŽI, Richard BÁRTA, Silvia ZÁBAVOVÁ CRISIS INTERVENTION IN THE CINTEXT OF SOCIAL WORK ON THE SLOVAK-UKRAINIAN BORDER AFTER THE OUTBREAK OF THE WAR CONFLICT IN UKRAINE IN 2022.....	9
Adam JĘDROS ANALIZA I OCENA SKUTECZNOŚCI I EFEKTYWNOŚCI WYBRANYCH PROGRAMÓW ROZWOJU NA POZIOMIE REGIONALNYM W LATACH 2014–2023.....	31
Sylvia CIESZKO ANALIZA I OCENA RENTOWNOŚCI WYBRANYCH PRZEDSIĘBIORSTW UBEZPIECZENIOWYCH NA PODSTAWIE SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH.....	53
Zofia KOWALSKA RYTUAŁY W AJURWEDZIE: KLUCZ DO ZDROWIA I HARMONII.....	69
Angelika REDAS OCENA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH WOJEWÓDZTWA OPOLSKIEGO W ŚWIETLE BADAŃ EMPIRYCZNYCH.....	89
Recenzja monografii naukowej pod redakcją K. Zawadzkiego, M. Wojdyło i A. Sudolskiej „W kręgu rynku pracy i polityki społecznej. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Zenonowi Wiśniewskiemu z okazji 50-lecia pracy naukowej”. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2022.....	113

SŁOWO WSTĘPNE

Numer 39 „Przeglądu Nauk Stosowanych” ma charakter przeglądowy. Zawiera pięć artykułów, wśród których znalazły się opracowania współpracującego ośrodka zagranicznego, publikacje bazujące na badaniach przeprowadzonych na potrzeby prac dyplomowych, licencjackich i magisterskich oraz opracowanie będące efektem studiów podyplomowych.

Pierwszy z artykułów jest owocem współpracy z uczelnią w Słowacji. Zespół autorski L. Kimpanová i in. przedstawił wpływ wojny w Ukrainie na sytuację migracyjną, w tym na politykę migracyjną krajów Unii Europejskiej. Artykuł skupia się na analizie zakresu, poziomu i jakości interwencji kryzysowej udzielonej obywatelom Ukrainy po ich przybyciu na terytorium Republiki Słowackiej.

Drugi z opublikowanych artykułów, przygotowany przez A. Jędrosa poświęcono analizie skuteczności i efektywności działań w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Dolnośląskiego w latach 2014–2020. Artykuł zawiera ocenę efektów działań z uwzględnieniem wymiarów zrównoważonego rozwoju a także analizę regulaminów i kryteriów wyboru projektów w programie. Identyfikuje słabe i mocne strony projektów oraz formułuje wnioski i rekomendacje dla przyszłych okresów programowania.

W artykule autorstwa S. Cieszko zaprezentowano analizę wskaźnikową dla przedsiębiorstw z branży ubezpieczeniowej, z uwzględnieniem specyfiki. Oceniono wypłacalność i zadłużenie spółek sektora i ich starania o bezpieczeństwo działalności. Zdiagnozowano najważniejsze czynniki wpływające na kształtowanie się poziomów rentowności, które pozwalały rozwijać się sprawniej niż konkurencja.

Opracowanie autorstwa Z. Kowalskiej jest efektem studiów podyplomowych „Holistyczne zarządzanie samorozwojem. Joga i ajurweda dla kadry menadżerskiej”. Celem artykułu było zbadanie skuteczności rytuałów ajurwedyjskich w terapii przewlekłego stresu i trądziku. Zastosowano metodę studium przypadku, obejmującą dwie pacjentki. Interwencje terapeutyczne obejmowały m.in. masaże olejowe, kąpiele ziołowe, inhalacje, zmiany w diecie, suplementację ziołową, praktyki jogi i medytacji oraz ajurwedyjską pielęgnację skóry. Wyniki wskazują,

że regularne stosowanie rytuałów ajurwedyjskich znacząco poprawiło stan zdrowia pacjentek. Badanie podkreśla znaczenie indywidualizacji terapii w ajurwedzie i jej potencjał we wsparciu zdrowia psychicznego i fizycznego.

Artykuł przygotowany przez A. Redas zawiera ocenę skuteczności marketingu terytorialnego województwa opolskiego w roli narzędzia promocji regionalnej. W badaniu wykorzystano metodę ankiety internetowej (CAWI), którą przeprowadzono wśród 225 respondentów, zarówno mieszkańców regionu, jak i osób spoza województwa. Analiza wyników wykazuje na istotne różnice w rozpoznawalności kampanii oraz percepcji atrakcyjności regionu między obiema grupami. Działania promocyjne są zauważalne, ale ich wpływ na zmianę wizerunku oraz zainteresowanie regionem jest umiarkowany. Promocja opiera się głównie na dwóch silnych markach: Krajowym Festiwalu Polskiej Piosenki i Zamku w Mosznej.

Numer kończy recenzja monografii naukowej, opublikowanych przez Wydawnictwo Adam Marszałek w Toruniu.

Redakcja Przeglądu Nauk Stosowanych wyraża nadzieję, że przedstawione w numerze artykuły i recenzja spotkają się z zainteresowaniem ze strony czytelników.

Mariusz Zieliński

Lucia KIMPANOVÁ
Ivan BALÁŽI
Richard BÁRTA
Silvia ZÁBAVOVÁ

CRISIS INTERVENTION IN THE CINTEXT OF SOCIAL WORK ON THE SLOVAK-UKRAINIAN BORDER AFTER THE OUTBREAK OF THE WAR CONFLICT IN UKRAINE IN 2022

Summary: The military conflict in Ukraine in 2022, which began with a *"special military operation"* by Vladimir Putin and the Russian Federation, has significantly affected the migration situation and migration policy, especially of the European Union countries. Overall, in the month since the outbreak of the military conflict, almost 9 million people have left the country and 6,5 million have been internally displaced. The present article and the research conducted aim to analyse the extent, level and quality of crisis intervention provided to the citizens of Ukraine after their arrival on the territory of the Slovak Republic.

INTERWENCJA KRYZYSOWA W KONTEKŚCIE PRACY SOCJALNEJ NA POGRANICZU SŁOWACKO-UKRAIŃSKIM PO WYBUCHU KONFLIKTU WOJENNEGO W UKRAINIE W 2022 ROKU

Streszczenie: Konflikt zbrojny w Ukrainie w 2022 roku, który rozpoczął się od "specjalnej operacji wojskowej" Władimira Putina i Federacji Rosyjskiej, znacząco wpłynął na sytuację migracyjną, a w szczególności na politykę migracyjną krajów Unii Europejskiej. Ogólnie rzecz biorąc, w ciągu miesiąca od wybuchu konfliktu zbrojnego prawie 9 milionów ludzi opuściło kraj, a 6,5 miliona zostało wewnątrznie przesiedlonych. Niniejszy artykuł i przeprowadzone badania mają na celu analizę zakresu, poziomu i jakości interwencji kryzysowej udzielonej obywatelom Ukrainy po ich przybyciu na terytorium Republiki Słowackiej.

Keywords: crisis intervention, war conflict, Ukraine, volunteering, psychosocial assistance.

Słowa kluczowe: interwencja kryzysowa, konflikt wojenny, Ukraina, wolontariat, pomoc psychospołeczna.

1. OVERVIEW OF THE RESEARCHED ISSUE

By its very nature, a war conflict brings negative impacts not only on the society, the economy of countries but also, most importantly, on the individuals themselves as inhabitants of a given country, especially from a psychological point of view, when the inhabitants are forced to leave their homes and in many cases their country under the pressure of the crisis situation, usually with the participation of their minor children, or they are forced to leave their loved ones in a war-torn country.

The topic of crisis intervention in the context of social work and crisis situations, be it natural disasters, war conflicts, events with mass disability of people or just crisis situations in interpersonal relationships, we assume that both in the present and in the future will always be highly topical due to the negative impact of these phenomena on society and individuals. We believe that even with the increasing frequency of crisis situations in society on a global scale, not enough attention is still being paid to this issue.

According to the European Parliament [2022], almost 9 million people left Ukraine after the outbreak of the war, mostly heading for Poland, the Russian Federation, Germany, the Czech Republic and Italy. According to further information from the European Parliament, 20 million people have crossed the borders of Ukraine since the outbreak of the war. On the basis of the available information, we can state that it is on the territory of Poland that the highest number of migrants have been heading after the outbreak of the war in Ukraine in February 2022.

Furthermore, according to the information available at the time, as of November 2023, there were nearly 6 million migrants from Ukraine still recorded as residing in Europe. However, the internally displaced population within Ukraine must not be overlooked, with the UNHCR stating that 6,5 million Ukrainians were internally displaced as of October 2022 [UNHCR, 2022].

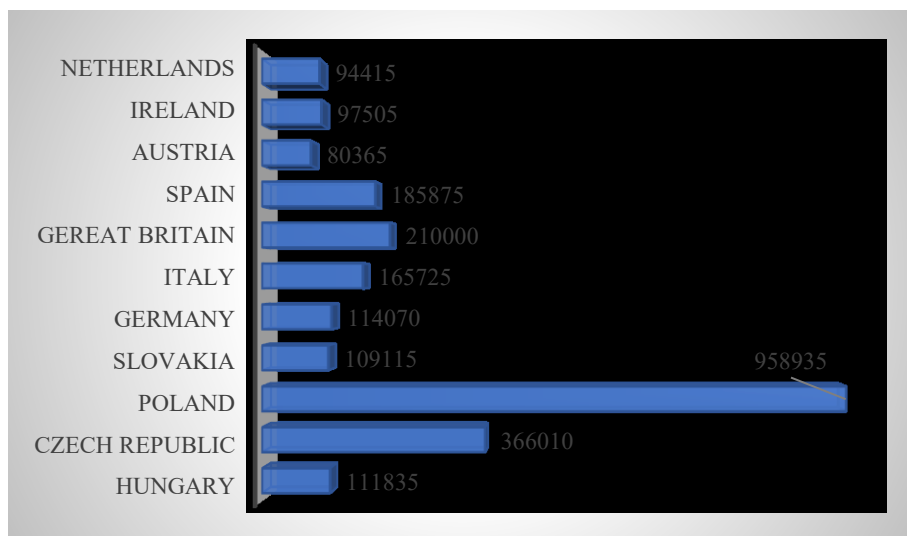
It should also be added to the data of the above-mentioned UNHCR source that another group consists of those whose stay is recorded outside Europe, namely 392,100 persons, as well as the groups of migrants still remaining since the outbreak of the war conflict in Belarus, namely

32,435 persons, and in the country of the Russian Federation, 1,275 315 persons.

If we consider the countries directly adjacent to Ukraine, the following chart provides an overview of the then current estimated numbers of migrants from Ukraine in that country as of 31.10.2023.

Chart 1

Estimated numbers of migrants from Ukraine in selected European countries – as of 31.10.2023



Source: <https://data2.unhcr.org/en/situations/ukraine/> / own elaboration.

Slovakia is in no way exempted from the global migration flow, especially of third-country nationals, where, according to the Ministry of the Interior of the Slovak Republic, data from the field of legal migration show that in 2022 a total of 98,281 persons were granted temporary residence, an increase of 12,995 persons compared to 2021. If we look at illegal migration to Slovakia, in 2021 there were 195 cases of illegal border crossings and in 2022 there was an increase with 540 cases recorded. In 2022, the highest number of illegal border crossings was recorded by citizens of Syria, with a total of 9,145, followed by citizens of Ukraine, Morocco, Tunisia, Turkey and Afghanistan in the largest groups [Ministry of Interior, 2022].

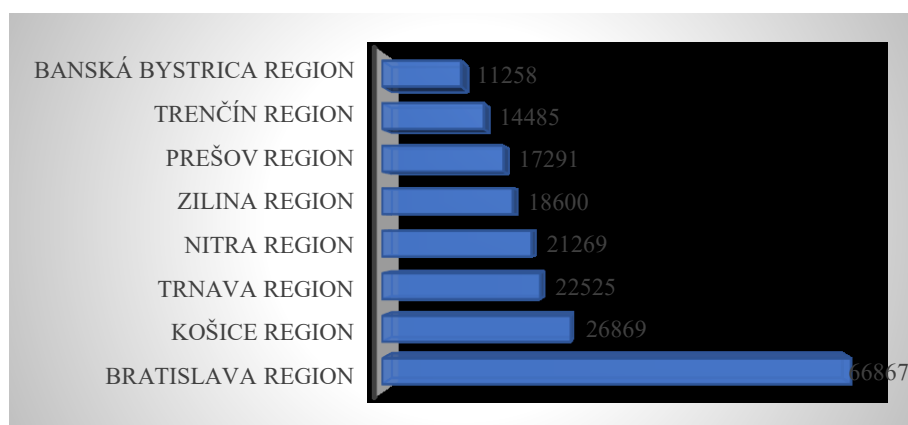
According to the statistics of the Ministry of the Interior of the Slovak Republic, a total of 269,111 people have been recorded crossing the

border crossings in the month since the outbreak of the war as of 25 March 2022. Of the total number of arrivals, 248,759 were Ukrainians, which accounted for up to 92%. In this total, 12 106 nationals from third world countries were also recorded. In a given month, these statistics indicate that migrants arrived in Slovakia from 154 countries in total. Attention should also be drawn to a significant figure related to the war conflict, when the largest number of migrants was recorded on 27 February 2022, namely 15 968, of whom 7 126 were children. [Ministry of Interior, 2022].

The chart below provides an overview of the redistribution of leavers within the local government districts in our area as of June 30, 2022.

Chart 2

Redistribution of nationals of Ukraine as of 30.6.2022



Source: https://www.minv.sk/swift_data/source/policia/hranicna_a_cudzinecka_policia/roce_nky/rok_2022/2022-rocenka-UHCP-SK.pdf/own elaboration

The citizens of Ukraine, up to 90% of whom were women, mothers with children, who were forced to leave their homes at very short notice and without the necessary preparation, came to neighbouring countries without any facilities. It should be noted that the war conflict in Ukraine broke out in the month of February, when at that time the actual temperatures were below freezing, so that the citizens of Ukraine, after waiting for several hours at the border crossing, came to us largely in an unacceptable state of health, hypothermia and, of course, with their chronic illnesses, whether diabetes mellitus or cardiovascular disease.

War conflict significantly affects both the global and regional economies of countries and contributes significantly to deepening poverty, affecting the most vulnerable throughout society, and it is social work and social workers who have an indispensable role to play in working with and assisting those affected [UNHCR, 2022].

However, according to WHO [2022], social workers also need to have good working conditions in order to be as effective as possible in their work towards people going through difficult life situations, traumatic and disturbing processes.

Crisis intervention is a concept but mainly an activity that is gradually coming to the fore, especially in connection with the increasing number of crisis situations in society, be it natural disasters, disasters with mass disabilities, unforeseen crisis situations in schools, increasingly deteriorating interpersonal relations, but also what we are dealing with in our final thesis, which is war conflict. However, in order to get to the notion of crisis intervention, it is necessary at this point to introduce the concepts that precede it, namely crisis and crisis situation.

At this point we would like to point out the legislative framework of crisis intervention in the Slovak Republic, where this concept is only briefly discussed in § 24 of Act No.448/2008 on Social Services and on Amendment and Supplementation of Act No. 455/1991 Coll. According to paragraph 1 of this Act, *"Social services of crisis intervention shall be provided to address the adverse social situation of a natural person pursuant to Article 2(2)(a), (b), (d) (g) to (i)"*.

Namely:

- "(a) on the ground that he or she is not provided with the necessary conditions for the satisfaction of the basic necessities of life,*
- b) because of their habits, lifestyle, addiction to addictive substances or addictive harmful activities,*
- c) because of a risk to his or her development due to a disability, if the child is under the age of seven,*
- d) because of a severe disability or adverse health condition,*
- e) because she has reached the age required to qualify for an old-age pension under a special regulation (hereinafter referred to as the "retirement age"),*
- f) for the care of a person with severe disabilities,*

- g) for being endangered by the conduct of other natural persons or if he or she has been the victim of the conduct of other natural persons, or*
- h) for remaining in a spatially segregated location with the presence of concentrated and generationally reproduced poverty,*
- i) due to loss of housing or threat of loss of housing”.*

The goal of the crisis interventionist should be, first of all, to achieve that the abilities to feel, to think realistically and then to find solutions to their current crisis situation have been brought, if not to the original state from before the crisis, at least to a functional level. It is essentially an effort to stabilise the client to some extent so as not to deepen the crisis even further, where the subsequent prospective aim of the crisis interventionist's work is to plan for the near future and to guide the client so that he/she is aware of other possible solutions to his/her situation, in such a way that the client's own competence and autonomy is maintained.

2. RESEARCH METODOLOGY

2.1. Defining the research sample

To conduct our research and recruit respondents, we chose a deliberate sampling method, where we deliberately approached respondents who we had information that they were personally involved in activities in the border area, to whom we distributed a questionnaire either in person or via email, but we also deliberately approached users of the social network Facebook with a shared questionnaire in the relevant groups with the appropriate focus related to assistance in border areas during the outbreak of the war conflict in Ukraine in 2022.

By the above mentioned method we acquired a total of 174 questionnaires, from which we had to separate questionnaires not correctly or not sufficiently filled in and on this basis our research sample consisted of 137 respondents actively involved in assisting refugees in 2022 on the Slovak-Ukrainian border, of which 47% were men and 53% were women.

2.2. Defining research hypotheses

Hypothesis – H1 Respondents operating in the border area with less than a university degree have insufficient awareness of the concept of crisis intervention and at the same time cannot responsibly assess whether the activities they have carried out at the border crossing point fall within the remit of crisis intervention.

Hypothesis – H2 Respondents who started their activities in the border area within two weeks of the outbreak of the war conflict consider psycho-social assistance as one of the activities of crisis intervention to the defectors not as the most important activity and in case of its provision on the spot as not sufficient, compared to the respondents who started their activities in the border area more than two weeks apart.

Hypothesis – H3 Respondents who have been in a similar crisis situation repeatedly consider that the most significant shortcoming of crisis intervention in the border area is the lack of practical experience in the field at the place of management staff compared to respondents who have experienced a similar crisis situation for the first time.

Hypothesis – H4 Respondents who provided just psycho-social assistance to departees for more than 8 hours a day compared to respondents performing other activities in the border area consider this assistance as no longer effective after this time interval.

2.3. Specification of research methodology and methods

As we have already mentioned above, the research conducted by us in the framework of the present contribution was of a quantitative nature. The actual collection of data for the processing of the results was carried out using the questionnaire method. The research questionnaire consisted of 27 questions, where there were 17 closed, 8 semi-closed and two open questions. It is not possible in our case to state the percentage of questionnaire returns, since the selection was deliberate or largely limited to Internet and social network users, where the questionnaire was publicly available in groups with the appropriate focus and also delivered by e-mail and in person. As we have already stated our effort was also to obtain additional personal testimonies of people active in the space at the time, which we do not include in the official

results of the statistics but consider as a supporting mechanism to clarify the overall situation of the debate.

For the evaluation and mathematical-statistical testing of the hypotheses we set, we use the Chi-square test, which is well known, among others, as the Goodness-of-Fit Test, the basis of which is the comparison of the observed and expected frequencies.

2.4. Evaluation of research hypotheses

H1 Respondents working in the border area with less than a university degree have insufficient awareness of the concept of crisis intervention and at the same time cannot responsibly assess whether the activities they have carried out at the border crossing point fall within the remit of crisis intervention.

Testing No. 1

Table 1

Frequencies found – Hypothesis 1 – Testing 1

Abundances found	Yes in one case	Yes repeatedly	No
Incomplete primary education	0	0	0
Basic education	5	28	18
Secondary education	6	24	25
University education I. and II. degree	3	10	10
Higher education degree III and above	2	4	2

Source: prepared by the authors

Table 2

Expected frequencies – Hypothesis 1 – Testing 1

Expected abundance	Yes in one case	Yes repeatedly	No
Incomplete primary education	0	0	0
Basic education	5,95	24,57	20,47
Secondary education	6,42	26,5	22,1
University education I. and II. degree	2,69	11,1	9,23
Higher education degree III and above	0,93	3,85	3,21

Source: prepared by the authors

Table 3
Test result – Hypothesis 1 – Testing 1

Df	8
$\chi^2_{(crit)}$	7,34
χ^2	0,747370136

Source: prepared by the authors

Testing No. 2

Table 4
Frequencies found – Hypothesis 1 – Testing 2

Abundances found	Definitely yes	Certainly not	I can't judge
Incomplete primary education	0	0	0
Basic education	15	8	28
Secondary education	25	9	21
University education I. and II. degree	19	1	3
Higher education degree III and above	6	1	1

Source: prepared by the authors

Table 5
Expected frequencies – Hypothesis 1 – Test 2

Expected abundance	Definitely yes	Certainly not	I can't judge
Incomplete primary education	0	0	0
Basic education	24,19	7,1	19,7
Secondary education	26,1	8	21,3
University education I. and II. degree	10,9	3,2	8,9
Higher education degree III and above	3,7	1,11	3,1

Source: prepared by the authors

Table 6
Test result – Hypothesis 1 – Testing 2

Df	8
$\chi^2_{(crit)}$	7,34
χ^2	0,001439841

Source: prepared by the authors

Based on the above, we can conclude that in both cases of hypothesis testing, the result of our calculated critical value was lower than the table value of the test criterion as a result of which we proceed to accept the defined hypothesis 1.

H2 Respondents who started their activities in the border area within two weeks of the outbreak of war consider psycho-social assistance as one of the crisis intervention activities to the defectors not the most important activity compared to respondents who started their activities in the border area more than two weeks apart.

Table 7

Abundances found – Hypothesis 2

Abundances found	From the second day of the outbreak	1-2 weeks after outbreak	3-4 weeks after outbreak	More than a month since the outbreak
Psycho-social assistance	2	3	15	12
Distribution of humanitarian aid food and clothing	4	7	3	3
Health service	7	4	1	7
Provision of temporary accommodation	9	9	1	16
Transport coordination	5	2	3	1
Cooking	5	3	2	1
Sanita	1	1	1	1
Administration	1	1	1	1
Other	1	1	1	1

Source: prepared by the authors

Table 8

Expected abundances – Hypothesis 2

Expected abundance	From the second day of the outbreak	1-2 weeks after outbreak	3-4 weeks after outbreak	More than a month since the outbreak
Psycho-social assistance	8,18	7,24	6,54	10,04
Distribution of humanitarian aid food and clothing	4,34	3,85	3,47	5,35
Health service	4,9	4,3	3,89	5,96
Provision of temporary accommodation	8,9	7,92	3,88	10,99
Transport coordination	2,8	2,49	2,25	3,45
Cooking	2,8	2,49	2,25	3,45
Sanita	1	0,91	0,82	1,26
Administration	1	0,91	0,82	1,26
Other	1	0,91	0,82	1,26

Source: prepared by the authors**Table 9**

Test result – Hypothesis 2

Df	24
$\chi^2_{(crit)}$	23,34
χ^2	0,037045008

Source: prepared by the authors

Based on the above, we can conclude that after the hypothesis testing was carried out, the result of the critical value calculated by us was lower than the tabulated value of the test criterion as a result of which we proceed to accept the defined hypothesis 2.

H3 Respondents who have been in a similar crisis situation repeatedly consider that the most significant shortcoming of crisis intervention in the border area is the lack of practical experience in the field on the ground of the management staff compared to respondents who have experienced a similar crisis situation for the first time.

Table 10

Observed frequencies – Hypothesis 3

Abundances found	No	Yes repeatedly	Yes in one case
Poor organisation	4	27	4
Lack of humanitarian aid	8	2	2
Lack of volunteers	5	2	1
Language barrier	10	3	4
Conflicts between organisations	17	2	1
Absence of management experience	11	30	4
Other	0	0	0

Source: prepared by the authors**Table 11**

Expected abundances – Hypothesis 3

Expected abundance	No	Yes repeatedly	Yes in one case
Poor organisation	14,1	16,87	4,09
Lack of humanitarian aid	4,82	5,78	1,4
Lack of volunteers	3,21	3,85	0,93
Language barrier	6,82	8,19	1,99
Conflicts between organisations	8,03	9,64	2,34
Absence of management experience	18,07	21,78	5,26
Other	0	0	0

Source: prepared by the authors**Table 12**

Test result – Hypothesis 3

Df	14
$\chi^2_{(crit)}$	13,34
χ^2	0,000000283971

Source: prepared by the authors

Based on the above, we can conclude that after the hypothesis testing was carried out, the result of the critical value calculated by us was lower than the tabulated value of the test criterion as a result of which we proceed to accept the defined hypothesis 3.

H4 Respondents who provided just psycho-social assistance to departees for more than 8 hours a day compared to respondents performing other activities in the border area consider this assistance as no longer effective after this time interval.

Table 13

Frequencies found – Hypothesis 4 – Testing 1

Abundances found	Less than 5 hours	6 – 8 hours	9 – 12 hours	More than 12 hours
Psycho-social assistance	1	1	15	6
Distribution of humanitarian aid food and clothing	4	4	12	8
Health service	5	12	18	4
Provision of temporary accommodation	2	3	1	5
Transport coordination	1	1	5	1
Cooking	1	1	4	2
Sanita	1	1	1	1
Administration	4	3	2	3
Other	1	1	1	1

Source: prepared by the authors

Table 14

Expected frequencies – Hypothesis 4 – Test 1

Expected abundance	Less than 5 hours	6-8 hours	9-12 hours	More than 12 hours
Psycho-social assistance	3,36	4,53	9,91	5,2
Distribution of humanitarian aid food and clothing	4,09	5,52	12,06	12,47
Health service	5,69	7,69	16,78	8,82
Provision of temporary accommodation	1,61	2,17	4,74	2,49
Transport coordination	1,17	1,58	3,45	1,81
Cooking	1,17	1,58	3,45	1,81
Sanita	0,59	0,79	1,72	0,91
Administration	1,75	2,36	5,17	2,72
Other	0,59	0,79	1,72	0,91

Source: prepared by the authors

Table 15

Test result - Hypothesis 4 – Testing 1

Df	27
$\chi^2_{(crit)}$	26,34
χ^2	0,99587621

Source: prepared by the authors

Testing No. 2**Table 16**

Frequencies found – Hypothesis 4 – Test 2

Abundances found	Less than 5 hours	6–8 hours	9–12 hours	More than 12 hours
Effective	1	2	10	12
Less efficient	2	2	21	4
More efficient	16	21	8	3
Ineffective	1	2	20	12

Source: prepared by the authors

Table 17

Expected frequencies – Hypothesis 4 – Test 2

Expected abundance	Less than 5 hours	6–8 hours	9–12 hours	More than 12 hours
Effective	3,64	4,93	10,77	5,66
Less efficient	4,23	5,72	12,49	6,56
More efficient	7,01	9,46	20,67	10,86
Ineffective	5,11	6,9	15,07	7,92

Source: prepared by the authors

Table 18

Test result – Hypothesis 4 – Testing 2

Df	9
$\chi^2_{(crit)}$	8,34
χ^2	0,000000000107697

Source: prepared by the authors

Based on the above, we can conclude that in both cases of hypothesis testing, the result of our calculated critical value was lower than the tabulated value of the test criterion as a result of which we proceed to accept the defined hypothesis 4.

3. DISCUSSION

Our effort in this section was to compare our findings with the research of other authors, but since there are no traceable researches on the issue, we approach the comparison of our results with the results of the research we conducted on a similar topic together with the authors Ivan Baláži, Michal Oláh and Barbara Sosnová, which as a paper titled *"Analysis of the level of organization and coordination of crisis intervention and the effectiveness of humanitarian aid in flood-affected areas in the Czech Republic in the year 2024"* [Baláži et al, 2024] was published in the scientific and professional journal Social and Health Spectrum in the month of November 2024. The research focused on the issue of volunteerism and humanitarian aid in crisis intervention during the floods in the Czech Republic in 2024 as a crisis event, and the sample of respondents itself consisted of volunteers in a total number of 45, who were actively involved in helping the affected persons.

Hypothesis H1 - Respondents working in the border area with less than a university degree have insufficient awareness of the concept of crisis intervention and at the same time are unable to responsibly assess whether the activities they have carried out at the border crossing point fall within the remit of crisis intervention.

It can be stated that of the total sample of respondents, respondents with the highest educational attainment of secondary education had the highest representation, up to 40%, and primary education 37.1%. Respondents with higher education made up a total of 22.9% of the sample, and we did not have any respondents with the highest educational level of education other than primary education in the research sample.

Almost half of our respondents, 48.6%, were those who had already experienced a crisis situation. For 40% of respondents it was their first experience. Here we would like to relate to the research conducted by the collective of authors Balazs et al. where we asked the respondents an identical question whether their experience in flood relief was the

first time, where up to 78.6% of the respondents stated that they had already performed their activity repeatedly when crisis events occurred. We rate the findings highly positive, which may, however, to a certain extent, put the state in an unflattering situation, where we are aware of the irreplaceable place that the non-profit or private sector and volunteers have in society precisely when similar situations arise.

The third question chosen to test the hypothesis sought to determine the awareness of crisis intervention among the respondents and a positive finding was that up to 47.7% of the respondents were able to assess that the activity they carried out in the border area fell within the remit of crisis intervention however 38.6% of the respondents were unable to clearly assess whether the activity they carried out was within the remit of crisis intervention. And it was the respondents with higher education than primary education, so secondary and higher education formed a significant part of the opinion of the respondents who clearly included their activity in the competence of crisis intervention, from which we conclude that education significantly influences the awareness of crisis intervention in society.

In addition to the recommendations for practice, we would like to mention the undeniable need for education in the field of crisis intervention from primary school onwards, where children and young people would be guided more intensively to help people who find themselves in a difficult life situation through cooperation with the non-profit or private sector, which is indispensable in crisis events through various lectures, excursions or publications led by volunteers with practical experience in similar situations.

Regarding the system of education in our conditions, for example in the framework of further or lifelong education, it is currently not possible to accredit education directly for persons performing volunteer activities only under the Ministry of Education, Research, Development and Youth of the Slovak Republic training under the title Management of volunteers and volunteers, which of course we do not consider negligible, but we have to state that it would be more important to train the volunteers themselves, as there is a significant difference when persons in the position of volunteers carry out their activities in various collections, distributing clothes or food and when they find themselves in

a crisis situation of a similar magnitude, which has its own specifics and every step can become erroneous in a short time.

Within higher education, a similar effort was made by our late founder prof. MUDr. Vladimír Krčméry, DrSc., who in the distant past pushed for the establishment of a study programme focused on volunteering at his then workplace, the University of Trnava, which, however, did not receive sufficient interest and after some time ceased to exist. Here we see in the current development of society and after the extraordinary events we have encountered in recent years a great scope for support and renewed efforts to establish also such a study programme that would be specifically focused on crisis intervention, not excluding volunteering.

Hypothesis H2 - Respondents who started their activities in the border area within two weeks of the outbreak of the war conflict consider psychosocial assistance as one of the activities of crisis intervention to the defectors not the most important activity and, in case of its provision on the spot, not sufficient, compared to respondents who started their activities in the border area more than two weeks apart. On a positive note, our sample of respondents included as many as 25.7% who were present at the border the very next day after the conflict broke out. Respondents who were involved in work in the border environment up to one month after the outbreak of the conflict were the most represented.

Regarding the information we found out, which of the activities carried out in the area the respondents considered the most important, the majority of respondents, 24.6%, considered the most important activity to be the provision of temporary accommodation, but also the provision of psycho-social assistance, which was confirmed by 23.4% of the respondents. It is the psycho-social assistance that we consider the most necessary, because during the war conflict a number of persons arriving on our territory lost family members due to death or because they had to take an active part in the war conflict, but also because in not a few cases they lost everything they had built up during their lives in a short time. Here again we would like to refer to the research carried out by Balazs et al, when we asked a similar question in the context of mental health to respondents in the flood-affected area, when we asked them whether they had registered volunteers or organizations in the affected

villages that were engaged in crisis intervention in the field of investigation of the mental health status of the inhabitants. 38.5% of the respondents stated that they had registered similar activities, and the same percentage of respondents stated that they had not come into contact with anyone who was engaged in the affected persons in this respect. The remainder of the respondents were unable to make a clear statement.

Based on the results of our research, we are convinced that the time of starting to work in the border area significantly influences the respondents' opinion about the importance of psycho-social assistance. Our findings are related to the fact that after the outbreak of the war conflict, chaos and disorganization prevailed in the border area for some time, not to mention the apparently inadequate response of the state and state forces. After the subsequent relative calming of the situation, this form of assistance, which is an essential part of crisis intervention, began to come to the fore. To the given finding we present the result of the research, when precisely the respondents who started to operate in the border area not earlier than three weeks after the outbreak of the war conflict consider the provision of psycho-social assistance in the given area to be the most significant activity.

Following the recommendations for practice, we must again return to the first hypothesis and the need to provide adequate training for persons interested in carrying out such activities, which would of course also include areas within psychology and social work, so that they are able to provide effective support and assistance to the persons concerned in this area as well.

Hypothesis H3 – Respondents who have been in a similar crisis situation repeatedly consider that the most significant shortcoming of crisis intervention in the border area is the lack of practical experience in the field on the part of the management staff compared to respondents who have experienced a similar crisis situation for the first time.

As mentioned earlier in this section of the paper, almost half of the respondents indicated that this was not their first experience as a volunteer, which we rate highly positive. Within the answers to the second question mentioned above, we observed a preponderance of responses where respondents expressed that they considered the absence of man-

agement experience to be the biggest shortcoming in the situation, with 32.6% of respondents expressing this, and poor organisation, with 25.7% expressing this. In this case, we will also reflect on the results of the research by Balazs et al. when we asked a similar question to volunteers involved in flood relief. In this research, only 21.4% of respondents considered the level of organization at the site to be very good, and a total of 71.4% of respondents rated the organization at a good or not good enough level.

If we look at the results of our research, we are confirmed in the statement that the respondents for whom it was not the first experience with a similar situation consider the biggest shortcoming to be the poor organization and the lack of management practice in the total number of 57 respondents. When also from personal interviews we noted more than once that it is not possible to manage a crisis situation so called "from the table" without personal experience and participation on the ground. At the same time, the reactions of the respondents to the fact that the state and the state forces absolutely did not react adequately to the situation were observed more than once, when even with hindsight we can state that in the first days the non-profit sector and volunteers substituted the place of the state.

Among the recommendations in this area, we would repeatedly mention the training of not only those who are personally involved in the assistance, but also the management staff, or to entrust the management to persons who the state has information that they have personal practical experience in the field of emergencies. However, again we come more or less to the non-profit and private sector, where such persons participating in emergencies at home or abroad are available. We also consider it necessary to include the non-profit and private sectors in a category where the state can turn to them for assistance in similar situations, through certain contractual arrangements, of course.

Hypothesis H4 - Respondents who provided just psycho-social assistance to departees for more than 8 hours a day compared to respondents performing other activities in the border area consider this assistance as no longer effective after this time interval.

Since we focused on the provision of psycho-social assistance in this hypothesis, 17.2% of our respondents were engaged in this activity in

the border area, which accounted for 24 respondents. Respondents who performed on-site medical service had the largest representation, namely 28.4%. Regarding the length of time respondents were continuously performing their activities, 42.9% of respondents overwhelmingly reported that they performed their activities on site between 9 and 12 hours per day, and 22.8% of respondents reported that they performed their activities for more than 12 hours per day.

At the next point, we asked all respondents how they perceived the provision of on-site psycho-social assistance when it is performed over 8 hours per day on a consistent basis, where in total 47.3% considered the performance of this activity when it is performed over the aforementioned hourly subsidy to be less effective or ineffective. 35.1% of respondents indicated that they still considered the provision of this type of assistance when it is performed over 8 hours per day on-site to be more effective. From the findings of our research, we can conclude that a significant majority of respondents who performed psychosocial activities worked 9-12 hours a day or more than 12 hours a day. At the same time, the respondents who worked in the mentioned time interval consider the provision of this activity as less effective or ineffective.

As part of the recommendations for practice, we must once again return to the already mentioned fact that in order to effectively manage similar situations, it is essential for the state to include and engage partners from the non-profit or private sector, whose representatives, just from the findings of the personal interviews, have covered this activity to a large extent in the border area. And it is precisely such organisations that have sufficient staff and technical equipment where it would be possible to effectively manage a similar situation. Since it is obvious that in this way the state would also have directly at its disposal persons educated and erudite for the performance of this activity in the area.

4. CONCLUSIONS

In the present time and the development of society, it is necessary to be aware that an individual can get into a crisis in a very short time and for a variety of reasons, all the more so if it is an unforeseen emergency. It is only necessary for society as a whole, the state and its components not least, to be prepared for a possible situation so that they can act ef-

fectively in a short space of time. In our paper, we have focused on analysing a situation not so common in our society in the national perception, and that is the war conflict in Ukraine in 2022, of which, unfortunately, we as a state have become an integral part, due to the proximity and neighbourliness of our countries.

We have to state that the aim of our paper as we defined it, to analyze the degree, level and quality of crisis intervention provided to the citizens of Ukraine after their arrival on the territory of the Slovak Republic, has been fulfilled with not entirely positive results, which also point to the necessary need for training in the field, whether in the state sense or the volunteers themselves, so that the organization and complex activities of those involved directly at the site of the possible occurrence of an emergency would be as effective as possible.

In conclusion, we can state the importance and indispensability of crisis intervention with all its participants in an emergency and we believe that this issue will get the necessary attention and adequate measures in a short time and in reflection on the events in society, so that it is carried out by professionals with true efficiency.

Literature:

- [1] BALÁŽI I. et al. (2024) Analysis of the level of organization and coordination of crisis intervention and the effectiveness of humanitarian aid in flood-affected areas in the Czech Republic in 2024. In *Social-Health Spectrum*. VŠZaSP Bratislava. [online]. Available at: <https://www.szspektrum.eu/wp-content/uploads/2024/11/Balazi.pdf>. ISSN 1339-2379 [accessed 2024-07-22]
- [2] EUROPEAN PARLIAMENT (2022) *Asylum and migration in the EU - facts and figures*. [online]. Available at: <https://www.europarl.europa.eu/news/sk/headlines/society/20170629STO78630/azyl-a-migracia-v-eu-fakty-a-cisla> [accessed 2023-09-02].
- [3] MINISTRY OF HESTRICULTURE of the Slovak Republic (2022) *Yearbook UHCP-SK*. [online]. Available from: https://www.minv.sk/swift_data-source/policia/hranicna_a_cudzinecka_policia/rocnky/rok_2022/2022-rocnka-UHCP-SK.pdf [accessed 2023-07-22].
- [4] MINISTRY OF INTERNET OF THE SR SR (2022) *Since the beginning of the military conflict, almost 270 thousand people have arrived in Slovakia from Ukraine*. [online]. Available at: <https://www.minv.sk/?tlacove-spravy-6&sprava=od-zaciatku-vojenskeho-konfliktu-prislo-z-ukrajiny-na-slovensko-takmer-270-tisic-osob>. [accessed 2023-07-22].

- [5] UNHCR (2022) *Ukraine*. [online]. Available from: <https://reporting.unhcr.org/operational/operations/ukraine>. [accessed 2024-08-14].
- [6] WHO (2022) *Refugee and migrant health key facts*. 2022. Geneva, World Health Organization [online]. Available from: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/refugee-and-migranthealth>. [accessed 2024-01-30].
- [7] Act No. 448/2008 Coll. on Social Services and on Amendments to Act No. 455/1991 Coll. on Trade Enterprise (Trade Licensing Act), as amended.

Ing. Mgr. Lucia Kimpanová

PhDr. PaedDr. Ivan Balazi, MBA, DBA

University of Health and Social Work St. Elizabeth in Bratislava. Institute of Social Work and Nursing MUDr. P. Blahu Skalica. Jan Havlik Department of Social Work
e-mail: lucia.kimpanova@gmail.com

PhDr. Richard Bárta, PhD., MPH univ. associate professor

Mgr. et. Mgr. Silvia Zábavová, PhD.

University of Health and Social Work St. Elizabeth in Bratislava. Institute bl. Z. G. Mallu, Košice
E-mail: barta@vssvalzbety.sk

Adam JĘDROS

ANALIZA I OCENA SKUTECZNOŚCI I EFEKTYWNOŚCI WYBRANYCH PROGRAMÓW ROZWOJU NA POZIOMIE REGIONALNYM W LATACH 2014–2023

Streszczenie: Artykuł jest poświęcony Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Dolnośląskiego w latach 2014–2020. Zawiera analizę skuteczności oraz efektywności działań programu, rozważania nad istotą rozwoju regionalnego oraz rozwoju regionów, a także ocenę z uwzględnieniem wymiarów zrównoważonego rozwoju. Wraz z badaniem skuteczności oraz efektywności wyróżnione są niektóre z przyczyn kształtowania się ich poziomu. Przeprowadzono także analizę regulaminów i kryteriów wyboru projektów w programie, identyfikując ich słabe i mocne strony oraz formułując wnioski i rekomendacje dla przyszłych okresów programowania, zarówno ogólne, jak i powiązane z poszczególnymi wymiarami zrównoważonego rozwoju.

ANALYSIS AND ASSESSMENT OF PROFITABILITY OF SELECTED INSURANCE COMPANIES ON THE BASIS OF FINANCIAL STATEMENTS

Summary: The article is dedicated to the Regional Operational Program of the Lower Silesian Voivodeship 2014–2020. It contains analysis of the effectiveness and efficiency of the program's activities, considerations on the essence of regional development and the development of regions, as well as an assessment in relation to the dimensions of sustainable development. Along with the effectiveness and efficiency study, some of the reasons for shaping their level are highlighted. An analysis of the regulations and criteria for selecting projects in the program was also carried out, identifying their weaknesses and strengths, then forming conclusions and recommendations for future programming periods, both general ones and these related to individual dimensions of sustainable development.

Słowa kluczowe: rozwój regionalny, rozwój regionu, ewaluacja, rozwój zrównoważony, proces wyboru projektów.

Keywords: regional development, development of region, evaluation, sustainable development, projects selection.

1. WSTĘP

Rozwój regionalny oraz jego wspieranie określoną polityką rozwoju były i pozostają bardzo istotne, ponieważ przekładają się na wzrost gospodarczy, wpływając znacząco na jakość życia mieszkańców regionu. Polityka rozwoju regionu realizowana jest m.in. poprzez różnorakie programy, pozwalające uzyskać dofinansowanie ze środków krajowych, ale także ze środków europejskich i dzięki temu przełożyć się może na wsparcie realizowanych projektów, a poprzez to na rozwój regionu. Wśród programów znajdują się operacyjne dla poszczególnych województw, mające ważną rolę w budowaniu siły regionów. Poszczególne działania programów wspierające konkretne projekty mają różną skuteczność i efektywność, ponieważ przyczyniają się do osiągnięcia zamierzonych celów w określonym stopniu oraz przy wykorzystaniu określonych sum środków pieniężnych. Aby wsparcie uzyskiwane za pośrednictwem programów było jak najbardziej skuteczne oraz efektywne, należy prowadzić proces ewaluacji. Proces ten to wielokryterialna ocena, wykonywana na różnych etapach działania programu, a także przed jego rozpoczęciem oraz po jego zakończeniu. Ewaluacja pomaga stworzyć odpowiednie rekomendacje, modyfikować cele, działania i założenia oraz dostarczać wiedzy na przyszłe okresy programowania. Oceniając programy ukierunkowane na rozwój regionów, często analizowana jest także ich zgodność z założeniami zrównoważonego rozwoju. Bardzo ważne jest także badanie poszczególnych projektów, ich warunków, regulaminów oraz kryteriów przekładających się na wybór finalnie wspieranych inwestycji, dobry dobór projektów może bowiem przełożyć się silnie na osiąganą później skuteczność i efektywność.

Celem niniejszego artykułu jest zbadanie oddziaływania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Dolnośląskiego 2014–2020 z perspektywą do roku 2023 (RPO WD). Celem poznawczym jest ocena wpływu kryteriów naboru w projektach na ich skuteczność i efektywność. Celem praktycznym jest zbadanie, jaka była dotychczasowa skuteczność i efektywność wybranych elementów regionalnego programu operacyjnego oraz zbadanie zgodności programu z rozwojem zrównoważonym, a także stworzenie i ukazanie rekomendacji poprawy dla przyjmowanych kryteriów oceny wniosków o wsparcie z programu.

Przeprowadzone badania pomogą odpowiedzieć na następujące pytania badawcze:

- Czy założenia RPO WD były zrównoważone z perspektywy rozwoju zrównoważonego?
- Które spośród działań cechowały się najwyższą skutecznością?
- Czy kryteria naborów rzeczywiście mają znaczący wpływ na efekty projektów, które zostaną wybrane do dofinansowania?

2. ROZWÓJ REGIONALNY ORAZ ZNACZENIE JEGO WSPIERANIA I EWALUACJI

Rozwój regionalny jest bardzo istotnym pojęciem. Odwołuje się on do zmian zjawisk i procesów społecznych, gospodarczych oraz środowiskowych, a także kształtowania się warunków panujących w regionie [Malik 2011:13]. Nie dotyczy on tylko wzrostu, choćby poziomu dochodów lub zatrudnienia, ale także kategorii jakościowych i jest szerszym pojęciem niż wzrost gospodarczy w regionie. Należy jednak pamiętać o tym, że wzrost gospodarczy jest kluczowym warunkiem zachodzenia rozwoju społeczno-gospodarczego [Śleszyński 2018:232]. Ponadto rozwój gospodarczy jest nie tylko zmianą natężenia lub wartości pewnych zjawisk, ale też zmianą procesów, struktur i warunków, zależy od norm i wartości oraz zaangażowania aktorów społecznych [Hausner 2012:17–18].

Rozwój zachodzi na różnych szczeblach, może on dotyczyć zarówno całego kraju, jak i regionu lub grup regionów. Rozwój na poziomie regionalnym pozwala uwzględniać wielkość powierzchni regionu, jego liczbę ludności a także cechy kulturowe etniczne oraz demograficzne [Nazarczuk 2014:25]. W rozwój regionów włączane są też społeczności lokalne, mające wpływ na działanie samorządu, rozwój regionu, same jednak niebędące w stanie rozwiązać złożonych problemów wymagających działania regionu jako całości [Ferile 2012:21]. Alokowanie środków na różnych szczeblach pozwala finalnie lepiej dostrzec jak nakłady i działania przekładały się w rezultaty oraz oddziaływanie, zarówno to krótko- jak i długoterminowe [Olejniczak 2012:194–199]. Należy pamiętać o tym, że rozwój regionalny nie jest tożsamy z rozwojem regionu. Rozwój regionalny jest kierowany odgórnie, jego celem jest wspieranie wzrostu konkurencyjności regionów, korzystanie z ich potencjału i po-

łożenia. Zadaniem polityki regionalnej jest tworzenie instrumentów wspierania rozwoju regionalnego, wyrównywania różnic pomiędzy regionami, wspieranie przedsiębiorczości i innowacyjności oraz dążenie do rozwoju zrównoważonego [Woś 2005:5–10].

Rozwój regionów jest dynamicznym, wielowymiarowym i złożonym zjawiskiem, mającym bardzo istotne znaczenie dla gospodarki całego kraju [Dębowski 2013:80]. Wspieranie rozwoju regionu realizowane jest poprzez politykę rozwoju, polegającą na integracji działań politycznych, gospodarczych i społecznych, dążących do zagwarantowania zaspokajania potrzeb poszczególnych społeczności i obywateli oraz wzmacniania potencjału regionu. Na wspieranie rozwoju oddziałuje się także wspierając bezpośrednio projekty wykonywane w regionach i mające się przyczyniać do jego wzrostu. Często pomaga w tym finansowanie, w tym wsparcie unijne pod postacią funduszy, które są przyznawane na realizację polityki rozwoju regionalnego [Firlej 2015:160].

Poza samym wspieraniem procesu rozwoju regionalnego ważnym jest, aby podejmowane działania były odpowiednio monitorowane oraz oceniane. W tym celu dokonywana jest ocena dotycząca wielu aspektów, zwana ewaluacją. Ewaluację tłumaczy się także jako zbieranie danych, ich analizę, interpretację oraz ocenę i informowanie o skuteczności i efektywności programów bądź projektów na podstawie metod badań społeczno-ekonomicznych [Dubiel 2012:22]. Ewaluacja stanowi proces obiektywnej oceny projektu, programu lub polityki i możliwe, a nawet wskazane jest realizowanie jej na różnych etapach, zarówno podczas planowania, w trakcie realizacji, jak i w etapie mierzenia osiągniętych rezultatów. Dzięki właściwie przeprowadzonej ewaluacji możliwe jest opracowanie lepszego systemu komunikacji władz publicznych z sektorem prywatnym oraz wykorzystywanie zdobytej wiedzy. Ponadto badanie wydatków oraz rezultatów, jakie one przyniosły pozwala lepiej alokować publiczne środki w przyszłości, unikając wspierania takich projektów, które okazały się mało efektywne, a silniej wspierając te, które przyniosły znaczące korzyści [Bienias, Gapski 2012:70]. Ewaluacja dokonywana jest w formie *ex-ante*, *mid-term*, *on-going* i *ex-post*, co odnosi się do etapów, na których jest ona dokonywana i jakie z jej przeprowadzenia będą wynikały korzyści.

W celu wdrażania polityki rozwoju oraz alokowania środków pochodzących z funduszy UE tworzone są strategie oraz programy, w których regulowane są kwestie rozwoju i określone cele do osiągnięcia [Harasimowicz 2022:5]. Aby środki mogły być przekazywane za pośrednictwem odpowiednich podmiotów, w programach operacyjnych są wyznaczane priorytety lub osie priorytetowe. Dla każdego z priorytetów muszą zostać określone kierunki interwencji i ujęte w formę planu finansowego źródła środków, które będą wykorzystywane, a także sposób ich alokacji i przekazywania. Ponadto musi zostać określony sposób monitorowania odnoszący się do każdego z priorytetów. Następnie są przygotowane działania [Dubiel 2012:44]. W ramach działań natomiast realizowane są projekty. Projekty to wydzielone z programu przedsięwzięcia, podejmowane w określonych celach, a ich zrealizowanie ma dostarczyć określonych korzyści. Na projekty są pozyskiwane środki z funduszy unijnych, zaś w celu przekazywania środków realizowane są konkursy, dotyczące osiągania określonych celów. W ramach konkursów są wybierane podmioty, które zrealizują projekty mające osiągać zdefiniowane cele.

Gdy środki mają zostać przekazywane, ogłaszane są nabory wniosków o dofinansowania. Potencjalni beneficjenci muszą w związku z tym przygotować odpowiednie wnioski wraz z wymaganymi w kryteriach załącznikami, a także później w projekcie osiągnąć i utrzymać założone wskaźniki efektu. Wskaźniki te dzielą się na produkty dotyczące bezpośrednich, materialnych efektów, związanych ściśle z ponoszonymi wydatkami oraz na wskaźniki rezultatu związane z realizacją celów i wpływem wywieranego przez projekty [Kamiński 2022:184]. Podczas konkursu składane wnioski o dofinansowanie są oceniane pod kątem formalnym i merytorycznym. Ocena formalna wniosku odnosi się do tego, czy został on złożony w odpowiedniej formie oraz terminie, zawiera wszystkie wymagane informacje i nie ma w nich błędów. Ocena merytoryczna wniosku jest natomiast dokonywana przez grupę ekspertów. Sprawdzają oni, na ile projekt, który jest przedstawiony we wniosku, spełni wymagane cele i jakie przyniesie korzyści. Na podstawie ustalonej punktacji obejmującej różne kryteria i wymogi przyznają oni wnioskowanemu projektowi ocenę punktową.

3. METODOLOGIA

Przedstawione w niniejszym artykule badania były przeprowadzone w oparciu o analizę skuteczności, czyli stopnia realizacji zamierzonych celów oraz o analizę efektywności [Jasińska-Biliczak, Malik 2020:389–392]. Efektywność odnosi się do relacji uzyskiwanych efektów z poniesionymi kosztami [Bedrunka, Malik 2015:45–52]. Za miarę efektywności przyjęto skuteczność kosztową, ukazującą jaka ilość środków pieniężnych średnio przypadła na zrealizowanie pojedynczego procenta zakładanych wartości docelowych wybranego wskaźnika efektu. Badane wskaźniki efektu były wskaźnikami rezultatu, wyodrębnionymi jedynie dla 8, 9 i 10 spośród osi priorytetowych oraz wskaźnikami produktu, opisującymi działania wszystkich z osi. Ze względu na trudność z dostępem do danych z analizy wyłączone osie priorytetowe 12 i 13, które odnosiły się do działań podjętych w związku z wybuchem pandemii oraz wojną na Ukrainie. Z badań wykluczono także oś 11 – Pomoc techniczna.

W badaniach uwzględniono ponoszone nakłady, ilość i skuteczność realizowanych efektów i ich powiązanie z poszczególnymi wymiarami rozwoju zrównoważonego. W oparciu o szczegółowy opis osi priorytetowych zbadano także cele RPO WD. Aby ukazać zależności pomiędzy tymi zmiennymi posłużono się modelem 4 wymiarów zrównoważonego rozwoju, uwzględniającego wymiar ekonomiczny, społeczny, etyczny i środowiskowy.

Dane o osiągniętych efektach pozyskane zostały ze strony internetowej poświęconej RPO WD oraz od urzędu marszałkowskiego, będącego instytucją zarządzającą programem, stamtąd uzyskano także dane dotyczące przekazywanych środków. Informacje o finansowaniu poszczególnych projektów zostały dodatkowo zaczerpnięte z dostępnej na witrynie internetowej programu operacyjnego listy operacji. Przeanalizowane zostały także dane o naborach środków i ich regulaminy. Szczegółowy opis osi priorytetowych został przanalizowany pod kątem zapoznania się z poszczególnymi osiami priorytetowymi, działaniami i rodzajami projektów oraz z celami RPO WD.

4. ANALIZA EFEKTYWNOŚCI I SKUTECZNOŚCI ORAZ STUDIA PRZYPADKÓW WYBRANYCH DZIAŁAŃ

Celem artykułu jest określenie skuteczności i efektywności wybranych działań RPO WD. Aby tego dokonać, potrzebne było rozpoznanie wskaźników produktu i rezultatu, którymi opisywane były poszczególne działania podejmowane w ramach poszczególnych osi priorytetowych. Następnie należało ustalić jakie wielkości tych wskaźników zostały przyjęte jako wartość docelowa (do roku 2023). Kolejnym krokiem było pozyskanie danych o tym, jaką wartość wskaźnika efektu udało się osiągnąć i ewentualne dostosowanie jednostek pomiaru tak, aby były jednokowe dla wartości docelowej i osiągniętej. Następnie oceniony został stopień realizacji wartości docelowej, czyli podzielenie osiągniętego efektu przez wartość wynikającą z celu. Otrzymany w ten sposób wskaźnik skuteczności zaprezentowany został w wartościach procentowych, ukazujących w jakim stopniu cel został osiągnięty. W pierwszej kolejności obliczona została skuteczność dla wskaźników rezultatu, później zaś dla poszczególnych wskaźników produktu. Następnym etapem było obliczenie skuteczności całych działań na podstawie wyników uzyskanych dla poszczególnych efektów. Skuteczność, którą przybierały badane działania RPO WD, przedstawiono na wykresie 1.

Warto zauważyć, że w ósmej osi priorytetowej, a dokładniej w działaniu 8.2 wystąpiła wartość odstająca, która zaburza obraz skuteczności dla tej osi. Wskaźnik produktu *Liczba osób pracujących znajdujących się w niekorzystnej, sytuacji na rynku pracy, która w ramach programu uzyskała wsparcie* w sposób ogromny przewyższała wartość docelową, która przyjęta była na zaledwie 100 osób, powodując przekraczanie 8 tysięcy procent realizacji wartości docelowej. Ze względu na to osł oraz działanie jest ujmowane na wykresach dwukrotnie, a za właściwą jego skuteczność należy uznać tę bez wartości odstającej.

Najlepsze skuteczności występowały w osi priorytetowej 8 poświęconej rynkowi pracy, *liczba utworzonych miejsc opieki nad dziećmi w wieku do lat 3*, mająca wspomagać godzenie życia zawodowego z prywatnym oraz *liczba osób opiekujących się dziećmi do lat 3* to produkty, które zostały osiągnięte w stopniu niższym niż zakładane było za wartość docelową.

Wykres 1

Skuteczność działań RPO WD





Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Również w osi priorytetowej 3, odnoszącej się do gospodarki niskoemisyjnej, *liczba przedsiębiorstw otrzymujących wsparcie na inwestycje produkcyjne oraz osiągnięta dodatkowa zdolność produkcji energii elektrycznej i ciepłej w warunkach wysokosprawnej kogeneracji*, nie dosięgnęły wartościami pułapów ustanowionych przez docelowe poziomy wskaźnika produktu. Poza wymienionymi wskaźnikami produktu z osi priorytetowych 3 i 8 wszystkie pozostałe osiągnięte wartości odpowiadały celom lub je przekraczały, niejednokrotnie w znacznym stopniu, stanowiąc o wysokiej skuteczności działań RPO WD. Najwyższe skuteczno-

ści występowały paradoksalnie również w działaniach z osi priorytetowej 3. Spośród produktów, wobec których uzyskano wysoką skuteczność, występowały także takie jak *ilość zaoszczędzonej energii w megawatogodzinach na rok* z osi dotyczącej gospodarki niskoemisyjnej oraz *liczba zmodernizowanych źródeł ciepła*, która przekroczyła wartości wynikające z celów i osiągnęła skuteczność równą prawie 800%. Poza działaniami z trzeciej osi, bardzo dobrze pod względem skuteczności plasuje się również część działania 1.5, które odnosiło się do badań i innowacji. Opisywane było ono między innymi wskaźnikiem produktu liczby przedsiębiorstw objętych wsparciem w celu wprowadzenia produktów nowych dla firmy. Już podczas sprawdzania liczby zrealizowanych projektów udało się zaobserwować, że ich liczba była bardzo duża, a osiągnięcie docelowych wartości pod względem wskaźnika produktu wynosząca 755,93% tylko potwierdziła bardzo wysoką skuteczność. Warto także zwrócić uwagę na 6 oś priorytetową ze zróżnicowanymi skutecznościami. Bardzo wiele projektów z tej osi dotyczyło rewitalizacji zdegradowanych obszarów miejskich i wiejskich, a także wspierania osób wykluczonych, niepełnosprawnych oraz zagrożonych ubóstwem. Jak jednak wykazały badania, osiągnięta skuteczność była wysoka dla wszystkich efektów tej osi, jednak w przypadku działania 6.3 czyli rewitalizacja zdegradowanych obszarów, przekroczyła ona aż 540%.

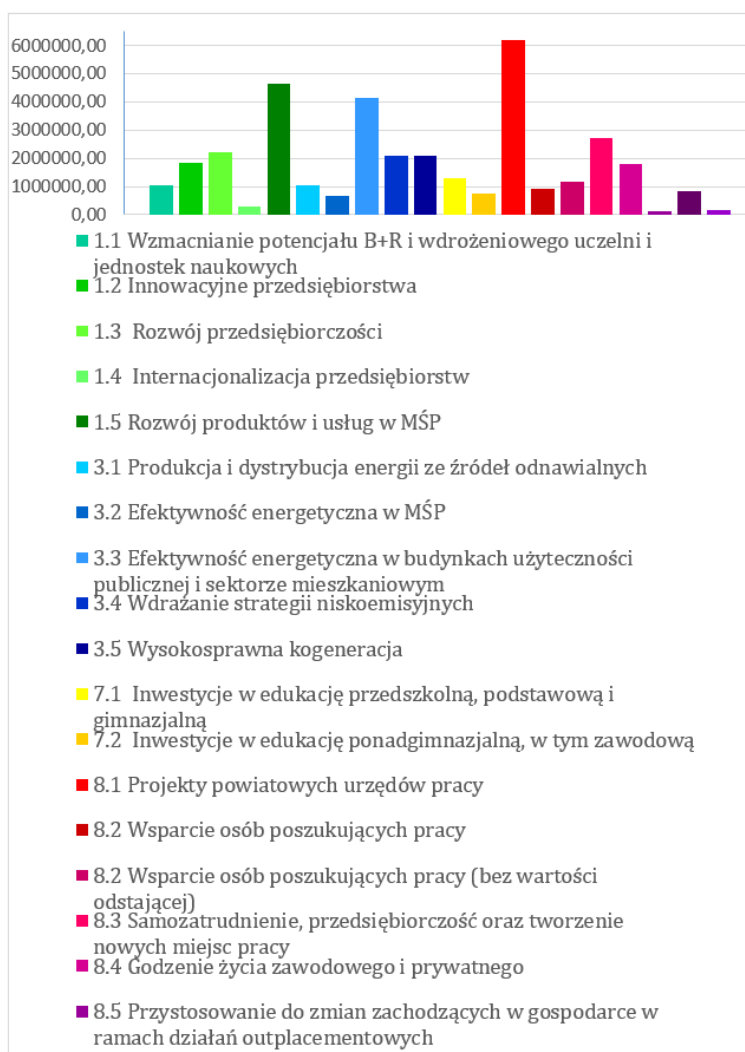
Bazując na przeprowadzonych badaniach udało się znaleźć odpowiedź na jedno ze stawianych w artykule pytań, mianowicie ustalono, że działania z trzeciej osi priorytetowej związanej z niskoemisyjnością gospodarki cechowały się najwyższą skutecznością.

Następnym etapem badań było wybranie osi priorytetowych, w których działania cechowały się wysoką lub niską skutecznością, a następnie obliczenie ich efektywności. W tym celu najpierw wybrano kilka spośród najbardziej skutecznych pod względem produktów i rezultatów działań oraz kilka spośród tych najmniej skutecznych. Później zebrano informacje na temat nakładów poniesionych w danych osiach priorytetowych oraz w poszczególnych działaniach, w ramach których realizowane były projekty związane z generowaniem danego typu rezultatów lub produktów. W dalszej zaś kolejności dzieląc stopień osiągnięcia celów wyrażony w procentach przez poniesione nakłady oceniono, jaka była skuteczność kosztowa wybranych spośród działań RPO. Ze względu

na dążenie do zbadania efektywności działań jako całości, przyjmowane nakłady odnosiły się do całych działań, a nie do poszczególnych projektów, mimo tego, że poszczególnym projektom mogły odpowiadać różne wskaźniki produktu i rezultatu. Wyliczoną w toku badań skuteczność kosztową, bazującą na nakładach odpowiadających procentom realizacji celów, zaprezentowano na wykresie 2.

Wykres 2

Skuteczność kosztowa wybranych działań RPO WD



Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Jak wynika z wykresu 2, zarówno najlepsza, jak i najgorsza skuteczność kosztowa wystąpiła w obrębie ósmej osi priorytetowej. Działanie 8.7 miało bardzo dobrą skuteczność kosztową, bowiem na osiągnięcie procenta założonych celów przypadało niecałe 167 tysięcy złotych alokacji środków. Było to działanie, na które przeznaczono najniższą pulę środków spośród wybranych do analizy działań. Działanie 8.5 było w tym względzie drugie w kolejności, a niskim nakładom towarzyszyła w nim dobra skuteczność. To działanie okazało się mieć dobrą efektywność, co wykazuje poziom skuteczności kosztowej. W ramach badanych działań właśnie jemu towarzyszyły najniższe nakłady na procent osiągnięcia celów, a na milion zł alokacji przypadało bardzo niewiele poniżej 6% realizacji celów.

Najwyższe nakłady pojawiły się w ramach działania 3.3, jego oddziaływanie było ukazywane za pomocą 5 różnych wskaźników produktu, w ramach których osiągnięte zostały zróżnicowane skuteczności. Ogólna skuteczność działania była bardzo wysoka, jednak w zestawieniu z nakładami działanie to nie okazuje się efektywne. Osiągnięcie pojedynczego procenta zakładanych celów kosztowało w przypadku tego działania ponad 4 mln zł. Również działanie 3.4 osiągnęło słabszą efektywność, bo osiągnięcie procenta założonych docelowo wartości wiązało się z alokacją środków nieznacznie przekraczających 2,1 mln zł. Należy jednak przypomnieć, że działanie to osiągnęło najwyższą skuteczność (pomijając działanie 8.2). Trzecia największa alokacja środków na działanie 3.4 sprawia, że jego skuteczność kosztowa ukształtowała się na umiarkowanie dobrym poziomie.

Dodatkowo można zauważyć, że na działanie to przeznaczono zbyt wiele środków, osiągając także zbyt wysokie efekty względem zamierzeń. Aby skuteczność i efektywność programów poprawiła się, należy unikać takich sytuacji i rozważnie ustalać cele oraz zamierzone wartości, a także dokładniej rozważać podział środków. Jednak nawet mimo tego, działania z trzeciej osi priorytetowej mają dobrą efektywność. Biorąc pod uwagę mnogość celów, które miały osiągać, ich skuteczność kosztowa pozostaje na zadowalającym poziomie.

Dobrym poziomem skuteczności kosztowej cechowały się także działania dotyczące edukacji. Nakłady na nie nie były wysokie i nawet mimo skuteczności relatywnie niskiej względem działań z innych osi,

osiągnięcie celów uzyskano niskim kosztem. Dla działania 7.1 procent realizacji wartości docelowej przypadał na około 1,3 mln zł, a dla 7.2 na niecałe $\frac{3}{4}$ miliona zł. Analizując nakłady związane ze wsparciem infrastruktury poprzez jej przebudowę, adaptację lub dobudowywanie nowych jej elementów, można stwierdzić słabszą efektywność działań w tym zakresie. Pod względem efektywności najlepiej wspierane okazały się obiekty edukacji zawodowej, a po nich ogólnej, jednak w obu przypadkach osiągnięciu efektów towarzyszyły duże sumy pieniężne. Efektywność lepiej prezentowała się w obszarze wsparcia dla uczniów i doposażania placówek edukacyjnych. W tym przypadku skuteczność kosztową zaniżają jednak użytkownicy infrastruktury przedszkolnej, bo choć zakładane wartości wskaźników produktu nie były wysokie i udało się je znacząco przekroczyć, to w zestawieniu z kwotami wsparcia korzyści z działania 7.1 okazały się pod tym względem niewielkie.

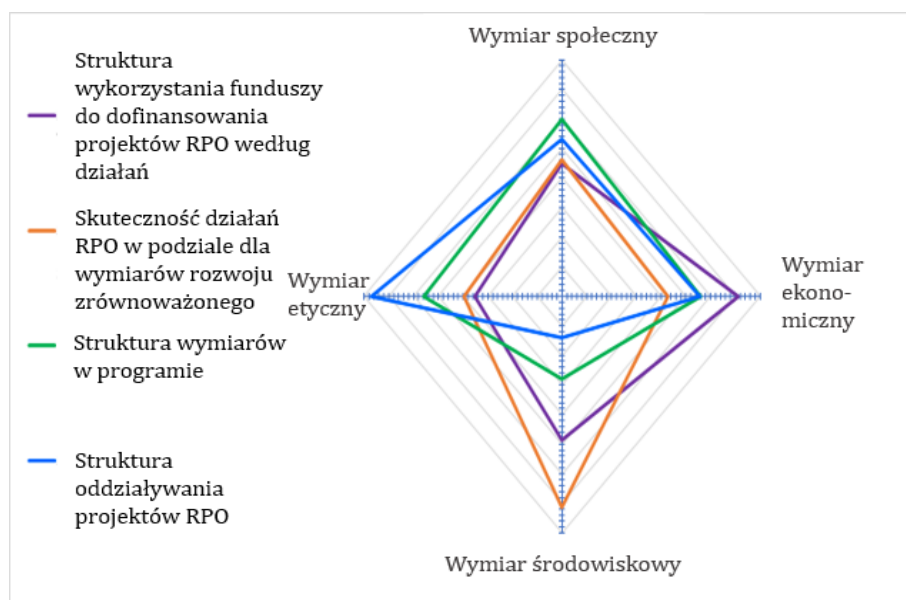
W przypadku osi priorytetowej 1 *Przedsiębiorstwa i innowacje*, najgorszą skuteczność kosztową ma działanie 1.5 *Rozwój produktów i usług w MŚP*. Na działanie to przeznaczono bardzo dużo środków pieniężnych. Działanie to obejmowało wiele celów, realizowane były w jego ramach zróżnicowane projekty i miały one różną skuteczność. W ujęciu całościowym zaobserwowano niską efektywność, ale wynika to częściowo z wielu celów i wysokich wartości docelowych. Co więcej, analizując mniejsze składowe, można wykryć, że niektóre spośród projektów były wysoce efektywne, w tym wiele przedsięwzięć mających za zadanie wsparcie przedsiębiorstw w celu wprowadzenia produktów nowych dla firmy. Biorąc pod uwagę rozproszenie środków na różne projekty w ramach tego działania, należy podkreślić, że w tym ostatnim zakresie jego efektywność była wysoka. Działanie 1.4 *Internacjonalizacja przedsiębiorstw* cechowało się dobrą efektywnością. Osiągnęło ono stosunkowo niską skuteczność, jednak towarzyszyły temu niskie nakłady, niewiele przekraczające 300 tys. złotych.

W procesie rozwoju regionów bardzo ważne jest uwzględnianie paradygmatu zrównoważonego rozwoju [Malik, Heffner 2011:113–131]. Dlatego korzystając z ustalonych w trakcie badań skuteczności oraz danych dostępnych o programie, jego osiach, działaniach i celach, postanowiono zbadać na ile RPO WD okazał się zgodny z założeniami zrównoważonego rozwoju. Przeanalizowano powiązania poszczególnych

działań z wymiarami rozwoju zrównoważonego, alokację środków w różne typy projektów, osiągnięte skuteczności oraz cele operacyjne, a następnie użyto modelu 4 wymiarów zrównoważonego rozwoju [Jasińska-Biliczak, Malik 2020:396–402]. Opisano na nim Strukturę wymiarów w programie, tak zwany *benchmark*, mogący służyć za punkt odniesienia. Ukazano także strukturę oddziaływania projektów. W modelu ujęto także strukturę wykorzystania funduszy do dofinansowania projektów RPO według działań. Uwzględniono także skuteczność działań RPO w podziale dla poszczególnych wymiarów zrównoważonego rozwoju. Zależności pomiędzy wymienionymi elementami względem każdego z wymiarów przedstawiono na wykresie 3.

Wykres 3

Model wymiarów zrównoważonego rozwoju dla RPO WD 2014–2020(23)



Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Jak wynika z wykresu, najmniej celów programu dotyczyło wymiaru środowiskowego. Najsilniej za to wspierany według założeń miał być wymiar społeczny, choć niemalże równie mocno cele programu koncentrowały się na wymiarze ekonomicznym i etycznym. Silny nacisk na wymiar społeczny wynikał z określenia wielu celów, które dotyczyły tworzenia miejsc pracy, poprawy warunków życiowych i rozwoju sektora

ra społecznego oraz infrastruktury służby zdrowia. Wymiar ekonomiczny miał odzwierciedlenie przede wszystkim w celach osi priorytetowych skupionych na transporcie, administracji okołobiznesowej, a także na aspektach technologicznych nie powiązanych z innowacyjnością i kapitałem ludzkim, lecz dotyczących kapitału ekonomicznego. Wymiar etyczny częściowo wynikał z celów dotyczących poprawy innowacyjności i przedsiębiorczości, w głównej mierze był jednak zależny od edukacji, której dotyczyło wiele spośród celów badanego programu operacyjnego. Pod względem wymiaru środowiskowego z kolei żadna z osi priorytetowych nie okazała się zupełnie skoncentrowana na tym wymiarze, łącząc cele także z wymiarem społecznym oraz ekonomicznym. Największą uwagę wymiarowi środowiskowemu przypisywały cele z osi dotyczących środowiska i zasobów oraz niskoemisyjności gospodarki. Z wymiarem środowiskowym powiązane były zwłaszcza działania skierowane na gospodarowanie odpadami, ochronę środowiska i ograniczanie negatywnego wpływu na nie, a także na korzystanie z naturalnych zasobów, w tym tych odnawialnych, łącznie ze wspieraniem odnawialnych źródeł energii. W wymiar środowiskowy wpisywały się również cele zakładające poprawę infrastruktury przeciwpowodziowej oraz tworzenie parków, ścieżek edukacyjnych i szlaków turystycznych czerpiących z walorów przyrodniczych regionu.

Ze względu na niski udział wymiaru środowiskowego w operacyjnej strukturze wymiarów rozwoju zrównoważonego, nie można uznać celów RPO WD za zrównoważone, choć należy mieć na uwadze, że poza samym regionalnym programem operacyjnym, na badanym obszarze działały także programy o szerszej skali, jak chociażby Program Rozwoju Obszarów Wiejskich.

Struktura oddziaływania ukazuje, że bardzo wiele spośród realizowanych projektów dotyczyło wymiaru etycznego. Spowodowane to było przede wszystkim bardzo dużą ilością projektów dotyczących innowacyjności, zwłaszcza zaś projektami odnoszącymi się do rozwoju produktów i usług mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Był on w różnicowanym stopniu wspierany przez poszczególne działania. Choć wystąpiło wiele projektów z nim powiązanych, szczególnie w zakresie edukacji oraz poprawy innowacyjności w regionie, skuteczność działań w kontekście tego wymiaru była umiarkowanie wysoka.

Wymiar społeczny był najsilniej wspierany według założeń programu, a po dokładniejszej analizie struktury wykorzystania funduszy okazał się być stosunkowo słabo finansowany z perspektywy mnogości celów go dotyczących. Skuteczność działań w zakresie wspierania wymiaru społecznego była umiarkowanie wysoka i zróżnicowana, osiągając zarówno niskie wartości, jak i wysokie (przykładowo w działaniu 6.3 *Rewitalizacja zdegradowanych obszarów*). Mimo wielu celów i założeń dotyczących wspierania tego wymiaru zrównoważonego rozwoju, realnie nie zrealizowano aż tylu projektów, nie przekazując na nie wystarczających środków.

Wymiar ekonomiczny był wspierany najwyższymi nakładami pieniężnymi, przekraczającymi założenia wynikające z benchmarku. Skuteczność najsilniej zorientowanych na ten wymiar działań okazała się niska względem skuteczności innych działań RPO. Negatywnie na efektywność w ramach wspierania wymiaru ekonomicznego wpływają nakłady, często bardzo wysokie, którym nie towarzyszyły zadowalające skuteczności. Wymiar ekonomiczny cechował się dużym wykorzystaniem środków i stosunkowo niską skutecznością.

Wymiar środowiskowy mimo słabego uwzględnienia w programie był wspierany z dobrą skutecznością, a także efektywnością, zważając na wykorzystanie funduszy na wspieranie tego wymiaru. Rozbieżność między *benchmarkiem* a skutecznością wynika przede wszystkim z tego, że żadna z osi nie była zupełnie poświęcona wymiarowi środowiskowemu. Po rozdziale osi priorytetowych na poszczególne działania udało się wykryć, że tym spośród nich, które najsilniej powiązane były z wymiarem środowiskowym, nie zawsze towarzyszyły duże ilości środków pieniężnych, zaś ich skuteczność utrzymywała wysoki poziom.

Ostatnim krokiem badań jest próba sformułowania zaleceń na przyszłe okresy programowania. W tym celu poszukiwano czynników, które mogą wpływać na skuteczność i efektywność realizowanych projektów wśród regulacji dotyczących wybieranych przedsięwzięć. Każdorazowo podczas naboru wnioski podlegają ocenie formalnej i merytorycznej. Przeanalizowane dokumenty zawierające regulaminy, zasady oceniania oraz kryteria pozwoliły wykryć, że część oceny, zwłaszcza formalnej jest taka sama dla każdego konkursu, determinuje wybór właściwych projektów, które nie zawierają błędów i są adekwatne do naboru. Podczas

oceny wniosków występują jednak także kryteria specyficzne, związane z korzyściami wynikającymi z realizacji projektu, jego wpisywania się w cele oraz generowaniem wartości dodanej. Część tych kryteriów jest obligatoryjna, a w części przekładają się na ocenę punktową wniosku, determinując czy zostanie on finalnie wybrany do realizacji. Kryteria specyficzne są zmienne dla poszczególnych działań, poddziałań, a czasami nawet poszczególnych naborów wniosków. To one oraz zmiany w nich zachodzące mogą być źródłem rekomendacji dla procedur wyboru projektów.

W celu zbadania kryteriów wybrano trzy działania o różnych skutecznościach, dla których dokonano szczegółowej analizy kryteriów. Badania wykazały, że w ocenie wniosku uwzględniać należałoby w większym stopniu kryteria powiązane ze wskaźnikami efektów. Jeżeli specyfika działania przekłada się na pożądanie występowania partnerów w realizacji projektów, kryteria dotyczące tego powinny być także uwzględniane, z większą pulą punktów w finalnej ocenie. Oprócz tego należy wystrzegać się błędów takich jak wymaganie określenia okresu projektu jedynie w części konkursów lub za mało rygorystycznie.

W ramach etycznego wymiaru rozwoju zrównoważonego wśród kryteriów potrzebne jest wymaganie we wnioskach wykazywania odpowiednich wskaźników wraz z ich prognozowanymi wartościami, a także ujmowanie odpowiednio wielu kryteriów, aby były one powiązane z wszystkimi celami działań. W część projektów powinno włączać się partnerów, a te skupione bardziej na edukacji powinny dotyczyć różnych dziedzin nauki, unikając skupiania się tylko na kilku wybranych. Dodatkowo dzielenie się sprzętem edukacyjnym, infrastrukturą badawczą oraz innymi pozyskanymi środkami i możliwościami, może sprzyjać rozwojowi regionu oraz polepszać skuteczność i efektywność w obrębie etycznego wymiaru rozwoju.

Przy kryteriach wyboru związanych z wymiarem środowiskowym zaleca się staranny dobór odpowiednich wskaźników do oceny wniosków oraz ich późniejszych efektów, a także staranne przygotowanie zakresów punktacji poszczególnych aspektów projektów, żeby dobrze odpowiadały one potencjalnej realizacji celów działania przez wybrane do wsparcia przedsięwzięcia. Również dostosowanie miejsc realizacji projektów powinno mieć wpływ na ocenę projektu. W ramach wymiaru

środowiskowego kryteria projektów mogą się odnosić do realizacji inwestycji na konkretnych terenach lub wręcz dotyczyć sprecyzowanych miejsc wytyczania ścieżek edukacyjnych, wsparcia dla wybranych parków krajobrazowych albo projektów związanych z konkretnymi pomnikami przyrody. W wielu przypadkach projekty dotyczące wymiaru środowiskowego wymagają powiązania z innymi dokumentami, przykładowo planami gospodarki niskoemisyjnej gmin.

Dla wymiaru społecznego przyjmowane powinny być kryteria świadczące o trwałości, aby projekty z nim powiązane były skuteczniejsze. Dokładne plany, analiza ryzyka i prognozy, a także planowany stopień zastosowania gospodarczego pozyskanej infrastruktury wymagane oraz analizowane podczas oceny wniosków przekładały się na zagwarantowanie trwałości projektu, a co za tym idzie także trwałości powstających miejsc pracy. Należy także uwzględniać miejsca realizacji projektu, które często mogą być kluczowe, ponieważ zarówno usługi społeczne mogą okazywać się trudno dostępne w niektórych częściach regionu, jak i tylko miejscami mogą występować obszary zdegradowane oraz występować większa liczba ludności zagrożonej wykluczeniem i ubóstwem. Aby poprawić skuteczność i efektywność wspierania ładu społecznego i społeczno-instytucjonalnego, należy uwzględniać kryterium miejsca, przy czym przed rozpoczęciem naborów środków zidentyfikować problemowe obszary – nie zawsze bowiem będą to obszary wiejskie lub peryferyjne – i zależnie od celów działań potrzebna jest analiza w odpowiednim zakresie. Wspieraniu powstawania miejsc pracy powinna natomiast towarzyszyć wymieniona wcześniej trwałość projektów.

Aby efektywniej oraz z lepszą skutecznością wspierać wymiar ekonomiczny zrównoważonego rozwoju należy przede wszystkim wymagać odpowiednich planów oraz prognoz, popartych analizami i rozpatrzeniem opcji alternatywnych. Dla projektów powiązanych z wymiarem ekonomicznym często korzystne może być kryterium powiązania projektu z innymi. W analizie działań 3.4 czy 1.1 pojawiło się kryterium komplementarności, a także powiązanie z innymi programami, ZIT, a także regulacje odnośnie premiovanych rodzajów partnerów. Takie właśnie kryteria mogą sprzyjać występowaniu pozytywnego efektu synergii, a także zwiększać efektywność i skuteczność działań ukierunkowanych na wsparcie wymiaru ekonomicznego, dodatkowo mogąc polepszyć wspieranie innych spośród ładów i kapitałów rozwoju zrównoważonego.

5. PODSUMOWANIE

W artykule przedstawiono skuteczność i efektywność RPO WD. Analizę poszerzono o powiązania z wymiarami rozwoju zrównoważonego oraz względem kryteriów ujmowanych w naborach lub tych, które pojawiać się w procesie oceny powinny. W odpowiedzi na pierwsze ze stawianych w artykule pytań wykryto brak zgodności założeń programu z założeniami zrównoważonego rozwoju, wymiar środowiskowy był bowiem słabiej wspierany według założeń. Badania zapewniły także odpowiedź na pytanie, które z działań były najskuteczniejsze, a były to działania z 3 osi priorytetowej *Gospodarka niskoemisyjna*, paradoksalnie silnie związane z wymiarem środowiskowym.

Istotnym wnioskiem wynikającym z artykułu jest, że kryteria wyboru projektów mają znaczący wpływ na efekty wybieranych projektów, oddziałują także na skuteczność i efektywność działań programów. Skuteczność różnych działań może być różna, a rozbieżności często zachodzą nawet w obrębie tej samej osi priorytetowej. Co więcej, niektóre działania miały bardzo zróżnicowaną skuteczność i efektywność. Niektóre efekty uzyskiwano dzięki stosunkowo niskim nakładom, podczas gdy inne wymagały bardzo dużych sum pieniężnych. Dlatego bardzo ważne jest przeprowadzanie ewaluacji i szczegółowe monitorowanie całego procesu rozwoju regionu, zarówno całościowo, jak i dla mniejszych elementów jak poszczególne działania czy projekty.

Należy przeprowadzać ewaluację nie tylko wstępną oraz na zakończenie programów, ale przeprowadzać ją bieżąco, by wykrywać nieprawidłowości i modyfikować poszczególne cele oraz warunki. Proces oceny powinien także być źródłem wniosków dla tworzenia kryteriów wyboru projektów, te ostatnie bowiem mogą znacząco przełożyć się na osiąganą skuteczność i efektywność.

Literatura:

- [1] BEDRUNKA K., MALIK K.: *Efektywność strategiczna i alokacyjna polityki rozwoju regionu*. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu, 2015, nr 393.
- [2] BIENIAS S., GAPSKI T.: *Evaluating – the effects of regional interventions. A look beyond current Structural Funds' practice*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego 2012.
- [3] DĘBOWSKI T.: *Rozwój Regionalny Polski w Kontekście Wykorzystania Środków Unijnych*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku 2013.
- [4] DUBIEL P.: *Polityka Regionalna i Fundusze Strukturalne w praktyce*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego 2012.
- [5] FERILE E.: *Evaluating – the effects of regional interventions. A look beyond current Structural Funds' practice*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego 2012.
- [6] FIRLEJ K.: *Rozwój Regionalny i Jego Determinanty, Tom II*. Piła: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Pile 2015.
- [7] HARASIMOWICZ A.: *Fundusze Pomocowe Unii Europejskiej – fundusze strukturalne i Fundusz Spójności*. Białystok: Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej 2022.
- [8] HAUSNER J.: *Koncepcja modelu polityki rozwoju społeczno-gospodarczego*. W: J. Górniak S. Mazur (red.), *Zarządzanie strategiczne Rozwojem*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego 2012.
- [9] JASIŃSKA-BILICZAK A., Malik K.: *Measuring the Integrated Effectiveness of Regional Development: Directions for Regional Government*. European Research Studies Journal 2020, no. 23.
- [10] KAMIŃSKI G.: *Rola i technika wstępnej oceny wykonalności przedsięwzięć rozwojowych*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego 2022.
- [11] MALIK K.: *Ewaluacja polityki rozwoju regionu. Metody, konteksty i wymiary rozwoju zrównoważonego*. Warszawa: PAN 2011.
- [12] MALIK K., HEFFNER K.: *Paradygmat sustainable development we współczesnej polityce regionalnej*. W D Kiełczewski (red.), *Implementacyjne aspekty wdrażania zrównoważonego rozwoju*. Białystok: Wyższa Szkoła Ekonomiczna 2011.
- [13] NAZARCZUK J.M.: *Potencjał rozwojowy a aktywność inwestycyjna województw i podregionów Polski*. Olsztyn: Kolegium wydawnicze UWM 2014.
- [14] OLEJNICZAK K.: *Evaluating – the effects of regional interventions. A look beyond current Structural Funds' practice*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego 2012.

- [15] ŚLESZYŃSKI P.: *Demograficzne Wyzwania Rozwoju Regionalnego Polski*. Warszawa: Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania im. S. Leszczyckiego PAN 2018.
- [16] WOŚ B.: *Rozwój regionów i polityka regionalna w Unii Europejskiej oraz w Polsce*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej 2005.

Mgr Adam Jędras

Politechnika Opolska
Wydział Ekonomii i Zarządzania
ul. Luboszycka 7
45-036 Opole
adam.jedros@student.po.edu.pl

Sylwia CIESZKO

ANALIZA I OCENA RENTOWNOŚCI WYBRANYCH PRZEDSIĘBIORSTW UBEZPIECZENIOWYCH NA PODSTAWIE SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Streszczenie: Artykuł jest poświęcony analizie wskaźnikowej, w szczególności z zastosowaniem wskaźników rentowności. Odwołuje się do przedsiębiorstw z branży ubezpieczeniowej i do ich szczególnych uwarunkowań oraz specyfiki. Poruszone zostają także kwestie wypłacalności oraz zadłużenia i tego w jaki sposób przedsiębiorstwa z branży ubezpieczeń sobie z nimi radzą, a także jak dbają o bezpieczeństwo swojej działalności. Ukazane zostały różnice pomiędzy specyficzną działalnością o charakterze finansowym, a zwłaszcza działalnością ubezpieczeniową, a innymi rodzajami działalności. Określono także sytuację sektora ubezpieczeń w Polsce, ustalono jakie są tendencje jego wzrostu. Zdiagnozowano także najważniejsze czynniki wpływające na kształtowanie się poziomów rentowności, zarówno te obniżające zyskowność, jak i ją polepszające oraz czynniki sukcesu, które pozwalały rozwijać się sprawniej niż konkurencja. Wysznuo także wnioski oraz zaprezentowano rekomendacje powstałe dzięki przeprowadzonym badaniom.

ANALYSIS AND ASSESSMENT OF PROFITABILITY OF SELECTED INSURANCE COMPANIES ON THE BASIS OF FINANCIAL STATEMENTS

Summary: The article is dedicated to ratio analysis, in particular with the use of profitability ratios. The article refers to companies from the insurance industry and refers to their specific conditions. The issues of solvency and debt are also discussed, as well as how companies from the insurance industry deal with them, and how they maintain security and reliability of their operations. The differences between specific financial activities, especially insurance activities, and other types of activities are shown. The situation of the insurance sector in Poland is also determined, whether there is a growing or falling trend for it. The most important factors influencing the formation of profitability levels are also diagnosed, both those reducing profitability and improving it, as well as success factors that allowed to more efficient development than the competition. Conclusions are also created and recommendations resulting from the conducted research are presented.

Słowa kluczowe: rentowność, model DuPont'a, ubezpieczenie na życie, ubezpieczenie majątkowe, lokaty.

Keywords: profitability, DuPont model, life insurance, property insurance, deposits.

1. WSTĘP

Rentowność, wypłacalność oraz zadłużenie finansowe są bardzo ważnymi zagadnieniami, ze względu na to, że określają kondycję finansową przedsiębiorstwa która warunkuje jego obecne i przyszłe decyzje rozwojowe. Przedsiębiorstwa muszą dbać o utrzymanie na odpowiednim poziomie rentowności w celu zachowania ciągłości realizowanych przez siebie działań i procesów gospodarczych. Muszą także utrzymywać zdolność do regulacji zobowiązań, aby nie stać się krytycznie zadłużone, ani nie musieć ogłaszać upadłości. Pogorszenie poziomu rentowności oraz zadłużenia finansowego może prowadzić do tego, że przedsiębiorstwo nie będzie w stanie realizować podpisanych kontraktów, ani sprawnie funkcjonować. Rentowność, a także wypłacalność oraz zadłużenie są bardzo ważne w każdym rodzaju działalności, w tym także dla działalności o charakterze ubezpieczeniowym. Większość uczonych skupia się na działalności usługowej i produkcyjnej, podczas gdy usługi o charakterze finansowym, w tym te ubezpieczeniowe również wymagają analizy, a obserwacja tendencji zachodzących w tym sektorze oraz wykrycie istotnych różnic między podmiotami może być źródłem wielu wniosków i rekomendacji. W ostatnich latach warunki rynkowe stają się coraz bardziej zmienne i nieprzewidywalne, dlatego ważne jest zbadanie sytuacji panującej w przedsiębiorstwach ubezpieczeniowych, które mają zapewniać transformację ryzyka innym podmiotom i powinny pozostawać stabilne oraz bezpieczne finansowo.

Celem poznawczym niniejszego artykułu jest określenie modelu oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstw ubezpieczeniowych, bazując na modelu DuPont'a. Celem praktycznym jest zdiagnozowanie sytuacji finansowej rynku ubezpieczeń w Polsce na podstawie grupy badanych przedsiębiorstw w latach 2018–2022.

Dla przeprowadzenia badań sformułowano następujące tezy ogólne:

Teza pierwsza: przedsiębiorstwa o charakterze ubezpieczeniowym silnie unikają zadłużenia i polegają wyłącznie lub niemal wyłącznie na kapitale własnym, pozostając przy tym wypłacalnym i bezpiecznym z punktu widzenia klientów.

Teza druga: przedsiębiorstwa ubezpieczeniowe, które mają mniejszy zasięg działalności i mniejsze udziały w rynku, osiągają relatywnie niższą rentowność.

Teza trzecia: zarówno bezpieczeństwo pod względem regulacji zobowiązań, jak i rentowność przedsiębiorstw ubezpieczeniowych ulegała zmianom w czasie, jednak najsilniejsze zmiany przypadły na lata 2020 i 2021, w związku z pandemią oraz wahaniami rentowności lokat i funduszy inwestycyjnych posiadanych przez spółki prowadzące działalność ubezpieczeniową.

2. ISTOTA RENTOWNOŚCI I BADANIA JEJ POZIOMU W KONTEKŚCIE PRZEDSIĘBIORSTW UBEZPIECZENIOWYCH

Pojęcie rentowności definiowane jest na wiele sposobów. Rentowność jest ściśle związana z wynikiem finansowym działalności przedsiębiorstwa, który występuje w postaci zyskowności albo deficytowości [Bednarski 2002:96]. Osiągana rentowność to istotny element rozwoju przedsiębiorstwa, uwzględniając również osiągniętą przez przedsiębiorstwo nadwyżkę przychodów nad kosztami powstającą w związku z jego działaniami [Siudek 2004:184]. Bardzo często unika się definiowania pojęcia rentowności, skupiając się na wskaźnikach ją opisujących, które pomagają w ocenie kondycji finansowej przedsiębiorstw. Głównym celem stosowania wskaźników rentowności jest syntetyczna ocena działalności gospodarczej przedsiębiorstwa oraz jego zdolności do generowania zysków z zainwestowanych kapitałów. Wskaźniki rentowności opierają się na porównaniu osiągniętych zysków na różnych poziomach działalności przedsiębiorstwa do ustalonej podstawy porównawczej [Dębski 2005:96]. Na funkcjonowanie przedsiębiorstwa w zakresie rentowności mają wpływ czynniki wewnętrzne i zewnętrzne. Czynniki wewnętrzne można podzielić na finansowe i niefinansowe. Do czynników finansowych należy zaliczyć płynność, kapitał obrotowy, wartość i strukturę majątku oraz kapitału, ryzyko, a także obrotowość aktywów.

Do czynników niefinansowych należy zaliczyć koszt reklamy, nakłady na badania i rozwój, wiek przedsiębiorstwa, koncentrację udziałów w branży, udział w rynku przedsiębiorstwa, wielkość przedsiębiorstwa oraz jego działalność międzynarodową [Jaki, Kruk 2022:54]. Zewnętrzne czynniki odnoszą się natomiast do konkurencji i sytuacji rynkowej. Należy pamiętać, że podmioty działające na rynku podejmują się zróżnicowanych działalności, a poszczególne czynniki będą oddziaływały na nie w większym lub mniejszym stopniu, tak jest również w przypadku przedsiębiorstw ubezpieczeniowych, które pod wieloma względami są odmienne od innych przedsiębiorstw [Malik, Romaniuk 2021:239].

Podmioty funkcjonujące na rynku muszą zawierać kontrakty z kontrahentami, konkurować, ale też współpracować z innymi podmiotami. Ze względu na to nieuniknione dla przedsiębiorstwa jest generowanie należności i zobowiązań. Działające na rynku podmioty prędzej czy później będą posiadały także długi. Bardzo istotnym jest to, aby monitorować poziom zadłużenia i dopilnować tego, by nie był on zbyt wysoki i nie zagroził działalności przedsiębiorstwa. Zadłużenie przedsiębiorstwa oznacza dług, który nie został spłacony w określonym terminie, ze względu na brak wystarczających środków na jego pokrycie [Hrycaj, Kosmal 2021:41]. Do czynników oddziałujących na stan zadłużenia można zaliczać stopy procentowe i podatkowe; inflację; rozmiar przedsiębiorstwa; występowanie kryzysów; brak terminowego regulowania należności przez kontrahentów przedsiębiorstwa; niekorzystne kształtowanie się wskaźników płynności oraz wskaźników zadłużenia finansowego; niemożność zastosowania prolongaty zobowiązań, podczas zbliżającego się terminu wymagalności spłaty długu; zmiany warunków kredytowania przez dostawców, w tym szczególnie odchodzenie od płatności z odroczonym terminem płatności, a zastąpienie tego płatnościami gotówkowymi oraz czynnik spadku wartości aktywów [Rzeszowski 2014:48–50].

Analiza rentowności i zadłużenia stanowi istotny obszar badawczy, który umożliwia ocenę efektywności działalności przedsiębiorstwa oraz jego zdolności do generowania zysków i spłaty zobowiązań. Zarówno poprawnie oceniona rentowność, jak i zadłużenie w odniesieniu do innych przedsiębiorstw danego sektora oraz analiza zmian w kształtowaniu się składników, które na nie wpływają, są kluczowe dla podejmowa-

nia odpowiednich działań przez przedsiębiorstwo [Nowak 2005:47–48]. W przypadku przedsiębiorstw ubezpieczeniowych istnieją dodatkowe sposoby oceny zadłużenia, wynikające z tego, że przedsiębiorstwa te powinny wiązać się z dużym bezpieczeństwem świadczenia swoich usług o charakterze finansowym. Poza tym ich wypłacalność jest niezwykle istotna dla klientów. Brak wypłacalności bowiem poza samym prowadzeniem się do regulacji zobowiązań wobec ubezpieczonych jest także najczęstszą przyczyną upadłości przedsiębiorstw [Malik, Romaniuk 2021:240].

Podczas analizy sytuacji przedsiębiorstwa, poza samą oceną wskaźników warto zwracać uwagę na to, co wpływa na ich kształtowanie i korzystać z dodatkowych narzędzi poszerzających analizę, jak model DuPont'a [Jerzemowska 2018:142]. Model ten jest jednym z lepszych narzędzi ułatwiających ocenę rentowności, ze względu na to, że ukazuje powiązania pomiędzy składnikami sprawozdań finansowych oraz wskaźnikami rentowności [Zdończyk i in., 2017:83]. Tworzony jest on w celu ułatwienia analizy zależności między określonymi w nim zmiennymi i ich wpływem na wielkość wskaźników [Gołębiowski i in., 2020:225].

3. METODOLOGIA

Przystawione w niniejszym artykule badania były przeprowadzone w oparciu o analizę wskaźnikową. Dane zostały zaczerpnięte ze sprawozdań finansowych oraz witryn internetowych przedsiębiorstw ubezpieczeniowych i dotyczyły lat 2018–2022. W artykule zastosowano podział na ubezpieczenia majątkowe i życiowe. Dodatkowo poszerzono analizę o porównania wielkości poszczególnych wielkości składowych aktywów i pasywów, a także przychodów oraz kosztów. Ponadto wytypowano kilka produktów ubezpieczeniowych, zarówno z zakresu ubezpieczenia majątku, jak i życia, dla których przeprowadzono porównanie, szczególnie oceniając korzyści z jednostkowej sprzedaży danego rodzaju produktu pod względem przychodów ze składki i możliwych kosztów świadczeń.

Artykuł jest skoncentrowany na badaniu rentowności, jednak dodatkowa analiza pomogła wykryć różne aspekty jej kształtowania się oraz powiązać wnioski z wypłacalnością, zadłużeniem oraz bezpieczeństwem analizowanych działalności. Celem poznawczym jest określenie modelu

oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstw ubezpieczeniowych wzorując się przy tym na modelu DuPont'a. Celem praktycznym jest zdiagnozowanie sytuacji finansowej rynku ubezpieczeń w Polsce na podstawie grupy badanych przedsiębiorstw w latach 2018–2022.

W celu zidentyfikowania i zaproponowania możliwości poprawy kondycji finansowej spółek z branży ubezpieczeniowej posłużono się modelem DuPont'a. Ze względu na charakter działalności model został zmodyfikowany na potrzeby oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstw ubezpieczeniowych. W procesie analizy zastosowano i przedstawiono wskaźniki rentowności, podczas badań użyte były jednak także wskaźniki wypłacalności, zadłużenia ogółem oraz zadłużenia kapitału własnego, poza tym skorzystano z charakterystycznych dla działalności ubezpieczeniowej wskaźnika pokrycia rezerw techniczno-ubezpieczeniowych aktywami, który wskazuje w jakim procencie lokaty zakładu ubezpieczeń pokrywają fundusz ubezpieczeniowy. Drugim użytym specyficznym dla sektora wskaźnikiem był wskaźnik monitorowania działalności odnoszący się do stosunku posiadanych przez przedsiębiorstwo środków własnych w porównaniu z marginesem wypłacalności, jako kapitałem gwarancyjnym zapewniającym możliwość wypłaty odszkodowań.

4. ANALIZA I OCENA RENTOWNOŚCI WYBRANYCH PRZEDSIĘBIORSTW UBEZPIECZENIOWYCH

Aby przybliżyć sytuację polskich przedsiębiorstw z sektora ubezpieczeniowego posłużono się próbą badawczą składającą się z czterech podmiotów, wobec której przeprowadzono analizę. Wytypowane przedsiębiorstwa miały różne wielkości, trzy z nich posiadały znaczne udziały na polskim rynku. Aby poszerzyć spektrum badań ujęte jest w nich także przedsiębiorstwo C, które było mniejsze od pozostałych i obrazuje sytuację mniejszych podmiotów prowadzących działalność ubezpieczeniową.

Przedsiębiorstwa z sektora ubezpieczeniowego, tak jak w przypadku innych działalności opartych na usługach finansowych, mają pewne szczególne cechy. Wśród nich należy wymienić m.in. zróżnicowane wy-mogi dotyczące bezpieczeństwa oraz tworzenia rezerw. Dodatkowo przedsiębiorstwa ubezpieczeniowe bardzo silnie unikają zadłużenia, w znacznym stopniu polegając na kapitale własnym. Należy pamiętać o tym, że choć poleganie na kapitale własnym może wiązać się z więk-

szym bezpieczeństwem, to jednak przedsiębiorstwa ubezpieczeniowe nie osiągają takich korzyści jak inne podmioty, które chętniej i w znacząco większym stopniu korzystają z kapitału obcego. Koszt dysponowania kapitałem obcym związany jest z oprocentowaniem długu, jednak pomniejszonego o działanie tak zwanej tarczy podatkowej, operowanie kapitałem własnym łączy się natomiast z koniecznością przeznaczania części zysku na wypłatę dywidend, a poleganie na jednym rodzaju kapitałów w zbyt dużym stopniu utrudnia minimalizację średniego ważonego kosztu kapitału [Malik, Romaniuk 2021:242–245]. W artykule przeanalizowano wypłacalność, wskaźnik monitorowania działalności, pokrycia rezerw techniczno-ubezpieczeniowych aktywami, zbadano także zadłużenie ogólne oraz zadłużenie kapitałów własnych.

Najsilniej bezpieczeństwo pod względem obsługi zadłużenia ukazywał stan zadłużenia, gdyż zadłużenie ogółem w żadnym spośród badanych lat nie przekroczyło nawet procenta, a wielu przypadkach było zerowe. Inaczej było ze wskaźnikiem zadłużenia kapitałów własnych, co wynikało przede wszystkim z różnicy wielkości kapitału własnego i rezerw techniczno-ubezpieczeniowych. Jedynie w roku 2018 i jedynie przedsiębiorstwo C posiadało niższe rezerwy techniczno-ubezpieczeniowe niż kapitał własny, osiągając wartość wskaźnika równą 89,98%. Najwyższą wartość wskaźnika zarówno pod kątem ubezpieczeń życiowych jak i majątkowych posiadało przedsiębiorstwo A, które utrzymywało bardzo wysokie rezerwy, jedynie w pewnej części znajdujące pokrycie w kapitale własnym. Należy pamiętać, że na bezpieczeństwo w każdym z przedsiębiorstw ubezpieczeniowych wpływa również reasekuracja. Jest to proces polegający na wzajemnym ubezpieczaniu się pomiędzy poszczególnymi przedsiębiorstwami, dzięki któremu są one powiązane i w razie nagłych problemów lub konieczności wypłaty znacznych sum świadczeń w krótkim okresie, wciąż pozostają one zdolne do wypłat środków oraz kontynuowania swojej działalności.

Wypłacalność badanych podmiotów przybierała różne wartości, jednak można zauważyć tendencję spadkową. Dla całego sektora mała stosunek środków własnych do składki przypisanej na udziale własnym. Podmioty wciąż jednak zachowywały bardzo wysokie bezpieczeństwo oraz możliwość pokrywania składki na udziale własnym za pomocą posiadanych środków. O bardzo dobrym bezpieczeństwie i nikłym ryzyku

niewypłacalności świadczą także określone w trakcie badań wartości wskaźnika monitorowania działalności, odnoszące się do stosunku środków własnych do kapitału gwarancyjnego. Jedynie przedsiębiorstwo C osiągało relatywnie niskie poziomy tego wskaźnika, wciąż jednak zachowując bezpieczeństwo i zadowalającą, choć nie bardzo dobrą sytuację finansową. Przeanalizowano także wskaźnik pokrycia rezerw techniczno-ubezpieczeniowych aktywami, wykrywając przy tym, że po roku 2020 najczęściej wartość posiadanych lokat w stosunku do rezerw malała. Dodatkowo można zauważyć różnicę pomiędzy działalnością ubezpieczeń życiowych i majątkowych, w tych drugich bowiem relacja lokat do rezerw pozostaje większa.

Kolejnym krokiem oceny sytuacji finansowej było zbadanie rentowności osiąganych przez badaną grupę przedsiębiorstw. Zbadana rentowność oraz zmiany w niej zachodzące z roku na rok w badanym okresie służą dobremu ukazaniu sytuacji w sektorze ubezpieczeń, zarówno majątkowych jak i życiowych. Podczas gdy w przypadku zadłużenia i wypłacalności przedsiębiorstwa takie mogą osiągać znacząco inne wyniki niż inne działalności gospodarcze, tak badanie rentowności jest równie ważne dla sektora ubezpieczeniowego jak i dla innych podmiotów. Aby zobrazować kształtowanie się rentowności osiąganych przez poszczególne przedsiębiorstwa w badanym okresie posłużono się tabelą, w której ukazano wartości poszczególnych rodzajów rentowności – sprzedaży, aktywów i kapitału.

Tabela 1

Kształtowanie się poziomu rentowności w badanych przedsiębiorstwach w latach 2018–2022

Ubezpieczenia pod kątem życiowym	2018	2019	2020	2021	2022
ROS					
Przedsiębiorstwo A	3,55%	4,97%	4,61%	2,61%	4,09%
Przedsiębiorstwo B	4,84%	11,03%	3,13%	3,64%	6,75%
Przedsiębiorstwo C	-1,22%	-2,45%	-3,40%	-17,48%	-10,38%
Przedsiębiorstwo D	0,57%	4,25%	3,46%	2,07%	4,41%
ROA					
Przedsiębiorstwo A	0,77%	1,06%	1,11%	0,73%	1,23%
Przedsiębiorstwo B	1,26%	2,94%	0,79%	1,12%	2,44%
Przedsiębiorstwo C	-0,97%	-1,93%	-2,70%	-12,51%	-7,43%
Przedsiębiorstwo D	1,85%	1,72%	1,84%	1,36%	3,01%
ROE					
Przedsiębiorstwo A	7,80%	11,32%	9,60%	7,08%	10,61%
Przedsiębiorstwo B	9,16%	15,28%	4,08%	7,67%	17,09%
Przedsiębiorstwo C	-2,32%	-4,87%	-6,98%	-46,80%	-25,33%
Przedsiębiorstwo D	9,29%	8,48%	8,00%	6,86%	14,07%
Ubezpieczenia pod kątem życiowym	2018	2019	2020	2021	2022
ROS					
Przedsiębiorstwo A	2,51%	4,94%	9,29%	7,41%	6,41%
Przedsiębiorstwo B	5,96%	4,45%	4,86%	4,81%	3,41%
Przedsiębiorstwo C	3,03%	-1,33%	-6,21%	-6,62%	-1,43%
Przedsiębiorstwo D	8,40%	10,95%	9,81%	8,71%	7,63%
ROA					
Przedsiębiorstwo A	1,10%	2,18%	3,92%	3,78%	3,53%
Przedsiębiorstwo B	3,21%	2,30%	2,33%	2,58%	1,88%
Przedsiębiorstwo C	2,16%	-1,07%	-3,77%	-5,08%	-1,06%
Przedsiębiorstwo D	4,04%	5,14%	4,06%	3,98%	3,72%
ROE					
Przedsiębiorstwo A	10,28%	17,09%	22,38%	28,29%	43,32%
Przedsiębiorstwo B	17,51%	12,43%	11,50%	16,24%	16,11%
Przedsiębiorstwo C	4,32%	-2,44%	-9,28%	-19,35%	-3,63%
Przedsiębiorstwo D	20,27%	24,64%	17,85%	20,12%	21,09%

Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

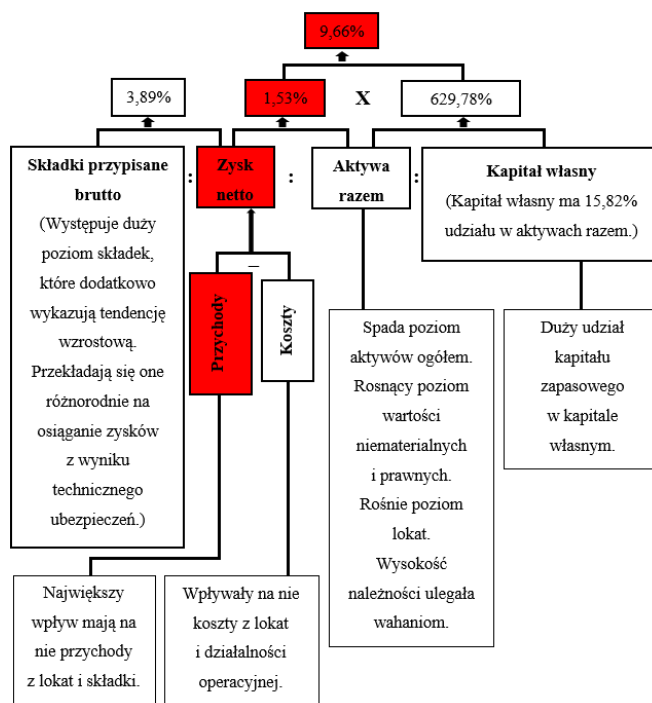
W toku badań określono poszczególne wysokości wskaźników rentowności. Zbadano również zależności pomiędzy poszczególnymi składowymi aktywów, pasywów, kapitałów i osiąganego zysku a osiąganymi rentownościami, a zostały one zaprezentowane poniżej za pomocą zmodyfikowanego

modelu Du Pont'a. Dostosowanie modelu do badań dotyczyło przede wszystkim części poświęconej rentowności sprzedaży, w przedsiębiorstwach z sektora ubezpieczeń bowiem występują inne pozycje w sprawozdaniach finansowych. Przychody i koszty wynikają ze składek oraz świadczeń, a także pozostałych przychodów i kosztów związanych choćby z działalnością lokacyjną. W analizie uwzględniony jest także wynik techniczny, czyli zysk lub strata osiągana na działalności czysto ubezpieczeniowej oraz ujęte są składki przypisane brutto, które w przedsiębiorstwach o specyfice ubezpieczeniowej odpowiadają sprzedaży.

Najpierw przeprowadzono analizę dla przedsiębiorstw sprzedających ubezpieczenia na życie, z analizy wyłączając przedsiębiorstwo C, ponieważ osiągało ono ujemne poziomy rentowności i zniekształcałoby obraz sektora ubezpieczeń. Przeprowadzone badanie ukazujące sytuację sektora ubezpieczeń życiowych w oparciu o badane przedsiębiorstwa ukazuje wykres 1.

Wykres 1

Model DuPont'a obrazujący kształtowanie się rentowności przedsiębiorstw pod kątem ubezpieczeń życiowych



Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Analizując składowe z pomocą zmodyfikowanego wykresu DuPont'a, udało się wyodrębnić te, które najsilniej wpływały na poziom rentowności. W przypadku składek przypisanych brutto ich poziom pozostawał wysoki, dodatkowo rosnący w czasie, jednak przekładanie się ich na osiąganie zysku było zróżnicowane pomiędzy poszczególnymi przedsiębiorstwami. Udało się jednak ustalić, że składki stanowią dla przedsiębiorstw ubezpieczeniowych największą część przychodów. Oprócz nich na wartość przychodów znacząco wpływają także przychody z lokat. Na koszty z kolei w największym stopniu przekładają się koszty lokat oraz działalności operacyjnej. Wykryto tendencję do zmniejszania się poziomu aktywów ogółem, rósł jednak poziom lokat i wartości niematerialnych i prawnych. Poziom należności ulegał wahaniom, świadcząc o tym, że w sektorze ubezpieczeniowym wraz z nieprzewidywanymi sytuacjami zachodzą stałe wahania. W kapitałach własnych przedsiębiorstw ubezpieczeń życiowych występują duże udziały kapitału zapasowego, świadcząc o bezpieczeństwie, jednak niekoniecznie o skuteczności działania. Porównując zmiany w składowych udało się wykryć, że najsilniejszy wpływ na rentowności wywierały zmiany zachodzące po stronie przychodów i ich dalsze przekładanie się na zysk. Najsilniej oddziałujące na poziom rentowności elementy zostały na wykresie oznaczone czerwonym kolorem.

Następnym krokiem było zbadanie sytuacji sektora ubezpieczeń w oparciu o badane przedsiębiorstwa pod względem ubezpieczeń majątkowych. W tym celu ponownie posłużono się zmodyfikowanym modelem DuPont'a, który przedstawiono na wykresie 2. dla ogółu przedsiębiorstw ubezpieczeń majątkowych. Z analizy ponownie wyłączone zostało przedsiębiorstwo C, w celu uniknięcia zniekształcenia obrazu sytuacji sektora ubezpieczeń majątkowych.

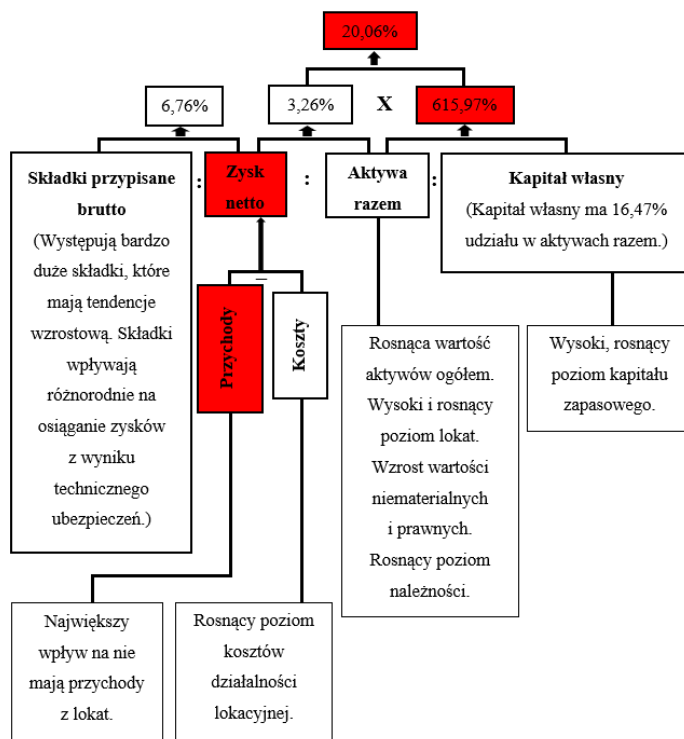
Analizując sytuację sektora ubezpieczeń majątkowych również poziom składek był wysoki i wzrastał, jednak przekładał się do osiągania zysku w sposób zróżnicowany. Składki na rzecz ubezpieczeń majątkowych przestały być tak istotnym składnikiem przychodów, największy udział w przychodach miały bowiem lokaty. Wraz ze wzrostem przychodów z lokat wzrastał jednak także poziom kosztów działalności lokacyjnej. Wartość aktywów ogółem w przedsiębiorstwach ubezpieczeń majątkowych rosła w badanym okresie, a w całym sektorze można zaobserwować wysoki poziom lokat.

Następował również wzrost wartości niematerialnych i prawnych oraz rósł poziom należności. Poziom kapitału w stosunku do aktywów był nieco wyższy niż w przypadku działalności ubezpieczeniowej z obszaru życia, jednak podobnie jak w ich przypadku, nadal występuje duży udział kapitału zapasowego w kapitale własnym. Dodatkowo sektor ubezpieczeń majątkowych zdaje się wykazywać tendencję do wzrostu poziomu tegoż rodzaju kapitału.

Biorąc pod uwagę powyższe obserwacje oraz wartości składowych i zmiany w nich zachodzące, ustalono czynniki najsilniej oddziałujące na kształtowanie się rentowności w przypadku przedsiębiorstw ubezpieczeniowych z sektora ubezpieczeń majątkowych. Z badań wynikało, że wielkość aktywów, wraz z ich oddziaływaniem na wielkość mnożnika kapitałowego, stanowią składową najsilniej oddziałującą na osiąganą rentowność.

Wykres 2

Model DuPont'a obrazujący kształtowanie się rentowności przedsiębiorstw pod kątem ubezpieczeń majątkowych



Źródło: opracowano na podstawie badań własnych.

Jak wykazują przeprowadzone badania, porównania wielkości poszczególnych czynników oraz obserwacja zmian zachodzących z roku na rok najczęstszymi przyczynami obniżania się rentowności u przedsiębiorstwach ubezpieczeniowych są nadmierne rezerwy oraz zbyt wysoki kapitał zapasowy, uniemożliwiające sprawne wykorzystywanie dostępnych środków. Wśród przyczyn należy wymienić wadliwą konstrukcję składek i świadczeń, prowadząca do strat lub niskich korzyści ze sprzedaży produktów ubezpieczeniowych. Na poprawę rentowności wpływały przede wszystkim odpowiednie polityki zarządzania kosztami. Redukcja kosztów przy jednoczesnym niezmnieszeniu osiągniętych przychodów była bardzo istotnym źródłem sukcesu, przewagę miały także te przedsiębiorstwa, które posiadały odpowiednią strukturę lokat, zachowującą stosunkowo niskie koszty działalności lokacyjnej wraz w wysokimi przychodami, niejednokrotnie okazywało się to ważniejsze niż sukcesy osiągnięte w działalności operacyjnej.

Poza poprawą sytuacji w problemowych obszarach oraz korzystaniem z mocnych stron często dla przedsiębiorstw ubezpieczeniowych korzystna może okazywać się zmiana ilości środków na lokatach oraz poszukiwanie lokat niosących jak największe przychody. Ponadto, należy także monitorować wzrosty kosztów i oceniać czy przekładają się one na przychody, czy też raczej należy dążyć do zatrzymania ich wzrostu a nawet ich redukcji.

5. POSUMOWANIE

Pomimo tego, że niektóre trendy kształtowania się wskaźników były niejednoznaczne, artykuł pozwala zdiagnozować sytuację polskich przedsiębiorstw ubezpieczeniowych. Pierwsza z tez badawczych została odrzucona. O ile przedsiębiorstwa ubezpieczeniowe silnie unikają zadłużenia, o tyle pod koniec badanego okresu skłaniały się ku niemu coraz chętniej, mimo że wciąż pozostawało ono na poziomie gwarantującym klientom bezpieczeństwo. Dodatkowo wypłacalność nie zawsze pozostawała na wysokim poziomie. Warto podkreślić, że przedsiębiorstwa ubezpieczeniowe stosują rozbudowane polityki zarządzania ryzykiem, posiadają także wysokie kapitały zapasowe oraz rezerwy, dzięki czemu nawet pomimo możliwej niskiej wypłacalności nadal pozostają bezpieczne dla klientów.

Druga z tez dotycząca niższej rentowności u przedsiębiorstwach mających mniejszy zasięg działalności i mniej rozległe udziały w rynku została potwierdzona w trakcie badań, co ukazywała sytuacja przedsiębiorstwa C. Ostatnia z tez została potwierdzona, rentowność oraz inne wskaźniki ulegały w czasie wahaniom, a najsilniejsze zmiany rzeczywiście przypadały na lata 2020 i 2021.

Dodatkowo podczas badań udało się ustalić, że lepszą rentownością cechują się przedsiębiorstwa o zakresie działalności ubezpieczeń majątkowych niż życiowych. Na sytuację finansową każdorazowo silnie oddziaływały wpływy z lokat, ale także przychody z działalności operacyjnej, zwłaszcza w sektorze ubezpieczeń majątkowych. Głównymi przyczynami poprawy rentowności było zwiększanie się poziomu zysku, dzięki podwyższaniu się poziomu przychodów z lokat, a także tych z działalności operacyjnej, oddziaływała na to także odpowiednia struktura aktywów, szczególnie, jeśli zawierała w sobie duży udział należności, lokat, a także narastał w niej poziom wartości niematerialnych i prawnych.

Rentowność obniżały przede wszystkim duże poziomy rezerw, pochłaniające część środków, które mogłyby być użytkowane w inny sposób. Zależnie od przedsiębiorstwa występowały także pogorszenia poziomu zysku z działalności lokacyjnej oraz występowały zmniejszenia przychodów lub wzrosty kosztów działalności operacyjnej. Każdorazowo jednak negatywnymi zdarzeniami było zwiększanie się ogólnego poziomu kosztów, a także wahania w osiąganym wyniku technicznym, które przypadały na okres okołopandemiczny.

Czynnikami sukcesu pozwalającymi przedsiębiorstwom osiągać wyższe rentowności i rozwinąć się lepiej niż konkurencja były przede wszystkim odpowiednie polityki zarządzania kosztami. Bardzo ważne okazywały się także wysokości lokat oraz relacje kosztów działalności lokacyjnej i przychodów z tej działalności uzyskiwanych, niejednokrotnie mocno od siebie oddalone, ukazując tym samym różnorodną efektywność wybieranych przez podmioty lokat. Dodatkową przyczyną przewagi konkurencyjnej wśród przedsiębiorstw ubezpieczeniowych była umiejętna polityka rezerw oraz utrzymywanie nie nadmiernego kapitału zapasowego, a także odpowiednia relacja aktywów do kapitału własnego. Ponadto w przypadku przedsiębiorstw ubezpieczeń majątk-

kowych do polepszania się sytuacji przyczyniały się wzrosty należności jako składowej aktywów. To dzięki tym właśnie czynnikom przedsiębiorstwa z sektora ubezpieczeniowego rozwijały się najszybciej i sprawniej od swojej konkurencji.

Podsumowując, sytuacja w sektorze ubezpieczeń była i pozostanie dynamiczna, a zmienność dzisiejszych realiów gospodarczych oddziaływać będzie również na ten sektor. Wśród przedsiębiorstw ubezpieczeniowych zmiany struktury kapitałów oraz poziomu rezerw mogą oddziaływać na bezpieczeństwo działalności oraz na osiągnięte rentowności. Zmiany w nadmiernym poziomie rezerw i zabezpieczeń oraz poprawa rentowności kapitału własnego obserwowana w końcowym okresie analizy wskazuje, że polski sektor ubezpieczeń prawdopodobnie będzie się rozwijał w najbliższych latach, nawet pomimo pojawiających się wyzwań.

Literatura:

- [1] *Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie*, M. JERZEMOWSKA (red.). Warszawa: PWE 2018.
- [2] *Analiza finansowa przedsiębiorstwa*, G. GOŁĘBIEWSKI, A. GRZYCUK, A. TŁACZAŁA, P. WIŚNIEWSKI (red.). Warszawa: Difin 2020.
- [2] BEDNARSKI L.: *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie*. Warszawa: PWE 2002.
- [2] DĘBSKI W.: *Teoretyczne i praktyczne aspekty zarządzania finansami przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWN 2005.
- [4] HRYCAJ A., KOSMAL A.: *Ewolucja zmian w zakresie umorzenia zobowiązań osób fizycznych w ramach postępowania upadłościowego (art. 369 ust 1a Prawa upadłościowego)*. Warszawa: Instytut Wymiaru Sprawiedliwości 2021.
- [5] JAKI A., KRUK S.: *Analiza rentowności w badaniu efektywności przedsiębiorstwa*. Warszawa: CEDEWU 2022.
- [7] MALIK K., Romaniuk U.: *Przepływy finansowe w przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych: przepływy bieżące cash flow i długookresowe capital flow*. W: I. Pyka, K. Malik (red.), *Finanse: Wybrane zagadnienia*. Opole: Oficyna Wydawnicza Politechniki Opolskiej 2021.
- [8] NOWAK E.: *Analiza sprawozdań finansowych*. Warszawa: PWE 2005.
- [9] RZESZOWSKI P.: *Struktura długu a wzrost majątku i przychodów ze sprzedaży*. Studia ekonomiczne: zeszyty naukowe UE w Katowicach 2014, nr 198.

- [10] SIUDEK T.: *Analiza finansowa podmiotów gospodarczych*. Warszawa: SGGW 2004.
- [11] ZDOŃCZYK J., GOS W., KUŁAKOWSKI Ł., GOŁĘBIEWSKI G., MAKSYMIOUK, A., KROKOSIŃSKI M., DANKOWSKA M., CZARNECKA B., FOLGA J., OPARAKOZYSA A., SAPIEJEWSKA K., TRZPIOŁA K.: *Jak monitorować wynik finansowy przedsiębiorstwa*. Warszawa: Oficyna Finansowo-Księgowa FK - Wydawnictwo Wiedza i Praktyka 2017.

Mgr Sylwia CIESZKO

Politechnika Opolska

Wydział Ekonomii i Zarządzania

ul. Luboszycka 7

45-036 Opole

s.cieszko@student.po.edu.pl

Zofia KOWALSKA

RYTUAŁY W AJURWEDZIE: KLUCZ DO ZDROWIA I HARMONII

Streszczenie: Celem artykułu było zbadanie skuteczności rytuałów ajurwedyjskich w terapii przewlekłego stresu i trądziku. Zastosowano metodę studium przypadku obejmującą dwie pacjentki: jedną zmagającą się z napięciem emocjonalnym i problemami ze snem oraz drugą cierpiącą na wieloletnie zmiany trądzikowe. Interwencje terapeutyczne obejmowały m.in. masaże olejowe, kąpiele ziołowe, inhalacje, zmiany w diecie, suplementację ziołową, praktyki jogi i medytacji oraz ajurwedyjską pielęgnację skóry. Wyniki wskazują, że regularne stosowanie rytuałów ajurwedyjskich znacząco poprawiło stan zdrowia pacjentek – w przypadku pierwszej zmniejszono stres, napięcie mięśniowe i poprawiono jakość snu, a w przypadku drugiej uzyskano redukcję stanów zapalnych skóry i poprawę samopoczucia. Badanie podkreśla znaczenie indywidualizacji terapii w ajurwedzie oraz jej potencjał jako metody wspierającej zdrowie psychiczne i fizyczne.

AYURVEDA RITUALS: THE KEY TO HEALTH AND HARMONY

Summary: The aim of this article was to examine the effectiveness of Ayurvedic rituals in the therapy of chronic stress and acne. A case study method was applied involving two female patients: one struggling with emotional tension and sleep disorders, and the other suffering from long-term acne. Therapeutic interventions included oil massages, herbal baths, inhalations, dietary modifications, herbal supplementation, yoga and meditation practices, as well as Ayurvedic skin care. The results indicate that regular application of Ayurvedic rituals significantly improved the patients' health status – in the first case reducing stress, muscle tension, and improving sleep quality, while in the second case decreasing skin inflammation and enhancing overall well-being. The study highlights the importance of individualized therapy in Ayurveda and its potential as a complementary method for supporting mental and physical health.

Słowa kluczowe: ajurweda, rytuały ajurwedyjskie, dinacharya, ritucharya, panchakarma, stres, trądzik, studium przypadku.

Keywords: Ayurveda, Ayurvedic rituals, dinacharya, ritucharya, panchakarma, stress, acne, case study.

1. WSTĘP

Ajurweda, określana mianem „wiedzy o życiu”, to system medyczny i filozofia życia wywodząca się z Indii, której początki sięgają kilku tysięcy lat p.n.e. Od 1979 roku uznawana jest przez Światową Organizację Zdrowia za tradycyjny system opieki zdrowotnej. W centrum ajurwedy znajduje się holistyczne podejście do zdrowia, które obejmuje ciało, umysł i ducha, podkreślając nierozzerwalne powiązania między nimi.

Fundamentem ajurwedy są trzy dosze – vata, pitta i kapha – odpowiadające za podstawowe procesy życiowe. Ich równowaga decyduje o zdrowiu jednostki, a zaburzenia prowadzą do chorób. Ważnym elementem systemu jest również indywidualna konstytucja (prakriti), która sprawia, że zalecenia zdrowotne są spersonalizowane i dostosowane do unikalnych potrzeb każdej osoby.

Ajurweda oferuje bogaty zestaw praktyk, obejmujących dietę, ziołolecznictwo, masaże, jogę, medytację oraz techniki oddechowe, które wspierają harmonię organizmu. Kluczową rolę odgrywają rytuały codzienne (dinacharya) i sezonowe (ritucharya), synchronizujące styl życia człowieka z naturalnymi cyklami przyrody. Szczególne znaczenie ma także panchakarma – zestaw procedur oczyszczających, które mają na celu usunięcie toksyn i przywrócenie równowagi energetycznej organizmu [Wielobób, Wielobób, 2014].

Współczesne badania naukowe coraz częściej potwierdzają skuteczność ajurwedy w profilaktyce i terapii, zwłaszcza w obszarze zdrowia psychicznego. Praktyki takie jak joga, medytacja czy pranajama redukują stres i wspierają równowagę emocjonalną, natomiast zioła, m.in. ashwagandha czy brahmi, wykazują działanie adaptogenne i neuroprotekcyjne. Ajurweda, integrując starożytną wiedzę z nowoczesnymi metodami diagnostyki i terapii, zyskuje dziś coraz większą popularność jako komplementarne podejście do zdrowia i dobrostanu.

2. FILOZOFICZNE I MEDYCZNE PODSTAWY AJURWEDY – DOSZE, ELEMENTY I RYTUAŁY ZDROWOTNE

Ajurweda, starożytna nauka zdrowia i długowieczności, oferuje niezwykle metody utrzymania harmonii między ciałem, umysłem i duchem. Jej korzenie sięgają ponad 5000 lat wstecz i stanowi integralną część

hinduskiej tradycji. System ten, uznany przez Światową Organizację Zdrowia od 1979 roku, opiera się na holistycznym podejściu do zdrowia, które uwzględnia nie tylko fizyczne aspekty dobrostanu, lecz także psychospołeczne oraz duchowe potrzeby jednostki [Frawley, Ranade 2023].

Centralnymi koncepcjami ajurwedy są trzy energie życiowe, zwane doszami: vata, pitta i kapha. Każda z tych energii odpowiada za różne funkcje w organizmie i mają one decydujący wpływ na nasze zdrowie fizyczne, emocjonalne i duchowe [Lad 1995:57–63]. Równowaga między nimi jest kluczowa dla utrzymania zdrowia i prewencji chorób. W ajurwedzie zdrowie nie ogranicza się jedynie do braku choroby, lecz opisuje stan doskonałej harmonii między ciałem a umysłem. Metody lecznicze w ajurwedzie obejmują dietę dostosowaną do indywidualnych potrzeb konstytucyjnych (dosz), ziołolecznictwo, techniki oddechowe, jogę, medytację oraz masaż. Istotne jest również dostosowanie stylu życia do indywidualnych predyspozycji, sezonowych zmian oraz innych czynników wpływających na zdrowie

Ajurweda uznaje, że każda osoba jest jednostką o unikalnej konstytucji (prakriti) i indywidualnych potrzebach zdrowotnych. Dlatego też terapie ajurwedyjskie są dostosowywane do specyficznych cech danej osoby, zamiast stosować jednolite podejście dla wszystkich. Poprzez równoważenie dosz i harmonizację ciała, umysłu i ducha, ajurweda dąży do pełni zdrowia i harmonii w życiu jednostki.

Współczesna ajurweda wciąż ewoluuje, łącząc tradycyjną mądrość z nowoczesnymi metodami i technologiami. Zyskuje coraz większą popularność na całym świecie jako komplementarna metoda zdrowotna, wspierająca naturalne procesy zdrowienia i utrzymania zdrowia [Mishra i in. 2001: 44–50].

2.1. Konstytucja Indywidualna i jej pięć elementów

Ajurweda opiera się na głębokim zrozumieniu, że każdy człowiek ma unikalną konstytucję (prakriti), która wynika z kombinacji pięciu podstawowych elementów kosmicznych, zwanych panchamahabhutas. Te elementy to eter (akasha), powietrze (vayu), ogień (agni), woda (jala) i ziemia (prithvi). Kombinacje tych elementów tworzą trzy podstawowe dosze: vata, pitta i kapha [Ptak 2014].

- Vata: składa się z elementów eteru i powietrza. vata jest związana z ruchem i reguluje funkcje takie jak oddychanie, przepływ krwi, funkcje układu nerwowego oraz procesy wydalania. Osoby dominowane przez vatę mają zwykle szybki metabolizm, są energiczne, kreatywne, ale mogą być podatne na niepokój i niestabilność.
- Pitta: pitta składa się z elementów ognia i wody. Jest odpowiedzialna za procesy przemiany w organizmie, takie jak trawienie, metabolizm, termoregulacja oraz kontrolę nad inteligencją i rozumieniem. Osoby o dominującej pitta są zazwyczaj zdolne do koncentracji, mają silny apetyt i dobrą trawność, ale mogą być skłonne do nadmiernego krytycyzmu lub frustracji.
- Kapha: kapha składa się z elementów wody i ziemi. Reguluje strukturę ciała, stabilność, nawilżenie skóry oraz odporność organizmu. Osoby o dominującej kaphie są zazwyczaj silne, stabilne emocjonalnie, mają tendencję do gromadzenia masy ciała, ale są odporne na choroby [Rotti i in. 2014:167–175].

Zrozumienie swojej konstytucji (prakriti) jest kluczowe dla praktykowania ajurwedy, ponieważ pozwala dostosować diety, styl życia, techniki oddechowe, ćwiczenia fizyczne oraz inne rytuały zdrowotne do indywidualnych potrzeb. Ajurweda sugeruje, że zachowanie równowagi między doszami poprzez odpowiednią dietę, regularną praktykę jogi i medytacji, oraz stosowanie ziół i naturalnych środków leczniczych, jest kluczowe dla zachowania zdrowia fizycznego, psychicznego i duchowego [Hankey 2010:6–18].

Stosowanie się do zaleceń ajurwedyjskich nie tylko wspiera zdrowie jednostki, ale również przyczynia się do harmonii z naturą i otoczeniem, co jest fundamentalnym aspektem tej starożytnej nauki.

2.2. Rytuały ajurwedyjskie

Rytuały ajurwedyjskie, znane jako dinacharya (codzienne rutyny) i ritucharya (sezonowe rutyny), stanowią kluczowy element praktyk ajurwedyjskich mających na celu harmonizację dosz i utrzymanie optymalnego zdrowia. Te praktyki są dostosowywane do indywidualnej konstytucji (prakriti) oraz zmieniających się warunków środowiskowych.

Codzienne rytuały ajurwedyjskie są kluczowe dla utrzymania równowagi ciała i umysłu. Oto kilka z nich:

- **Wczesne wstawanie:** zaleca się wstawanie przed wschodem słońca, co jest zgodne z naturalnym rytmem dobowym. Wczesne wstawanie pomaga synchronizować wewnętrzne zegary biologiczne z cyklami natury, co jest kluczowe dla zdrowia i dobrego samopoczucia.
- **Oczyszczanie jamy ustnej:** płukanie ust olejem (gandusha) i skrobienie języka pomagają usunąć toksyny. Płukanie ust olejem kokosowym lub sezamowym przez 10–20 minut jest techniką znaną jako "oil pulling", która ma na celu usunięcie bakterii i toksyn z jamy ustnej, poprawę zdrowia dziąseł i zębów oraz odświeżenie oddechu.
- **Płukanie nosa (nasya):** Wprowadzenie kilku kropli oleju sezamowego do nosa, co pomaga w oczyszczaniu zatok. Nasya jest szczególnie skuteczne w łagodzeniu objawów alergii, zatok, bólów głowy oraz suchości nosa. Regularne stosowanie nasya pomaga również poprawić funkcjonowanie umysłu i koncentrację.
- **Automasaż olejowy (abhyanga):** codzienny masaż ciepłym olejem poprawia krążenie, nawilża skórę i redukuje stres. Abhyanga to starożytna praktyka, która polega na masowaniu ciała ciepłym olejem, zazwyczaj sezamowym, który jest dostosowany do indywidualnej konstytucji osoby. Regularne stosowanie abhyanga pomaga w poprawie krążenia, eliminacji toksyn, wzmocnieniu układu odpornościowego, a także w łagodzeniu stresu i napięcia [Sachs 2023].
- **Ćwiczenia jogi i medytacja:** regularna praktyka jogi i medytacji wspiera zdrowie fizyczne i psychiczne. Joga pomaga w zwiększeniu elastyczności, siły i równowagi ciała, podczas gdy medytacja jest kluczowa dla redukcji stresu, poprawy koncentracji i ogólnego zdrowia psychicznego. Ćwiczenia oddechowe (pranayama) również odgrywają ważną rolę w ajurwedyjskich praktykach, pomagając w regulacji przepływu energii życiowej (prany) w ciele.

- **Zdrowe posiłki:** spożywanie świeżych, zrównoważonych posiłków zgodnie z typem konstytucji. Ajurweda kładzie duży nacisk na dietę, która jest dostosowana do indywidualnych potrzeb. Zasady ajurwedyjskiej diety obejmują spożywanie ciepłych, gotowanych posiłków, unikanie zimnych i przetworzonych produktów oraz uwzględnianie sześciu smaków (słodki, kwaśny, słony, gorzki, cierpki i ostry) w każdym posiłku [Kshirsagar, Seaton 2022].

2.3. Sezonowe rytuały (ritucharya)

Sezonowe rytuały ajurwedyjskie są dostosowane do zmieniających się warunków klimatycznych, aby wspierać równowagę dosz:

- **Wiosna (kapha):** skupia się na detoksykacji i lekkiej diecie, aby przeciwdziałać ciężkości kapha. Zalecane są pikantne, gorzkie i ściągające smaki oraz gorące napoje z ziołami jak imbir czy cynamon. Wiosna jest czasem, kiedy kapha dosha dominuje, dlatego ważne jest, aby unikać ciężkich, tłustych i zimnych pokarmów, które mogą zwiększać kapha.
- **Lato (pitta):** obejmuje chłodzące praktyki i nawadnianie, aby zrównoważyć ciepło pitta. Zaleca się spożywanie świeżych owoców, warzyw i chłodnych napojów jak sok z aloesu. Latem pitta dosha jest najsilniejsza, co może prowadzić do przegrzania, stanów zapalnych i problemów skórnych. Chłodzące zioła, takie jak mięta, koper włoski i kolendra, są szczególnie korzystne w tym okresie [Thakkar i in. 2011: 466–471].
- **Jesień (vata):** kładzie nacisk na nawilżenie i odżywienie organizmu, aby przeciwdziałać suchości i zimnie vata. Dieta powinna być ciepła, oleista i obfitująca w słodkie, kwaśne i słone smaki. Jesień to czas, kiedy vata dosha jest dominująca, co może prowadzić do suchych włosów, skóry i problemów z układem trawiennym. Ciepłe zupy, gulasze i potrawy z dodatkiem ghee są idealne w tym sezonie.
- **Zima (kapha i vata):** W zimie, kiedy kapha i vata dosha są aktywne, ważne jest utrzymanie ciepła i unikanie wilgoci. Zaleca się spożywanie ciepłych, rozgrzewających potraw oraz regularne masaże olejowe [Kucerna 2021].

2.4. Kompleksowa procedura oczyszczająca (panchakarma)

Panchakarma jest zaawansowaną procedurą oczyszczającą stosowaną w ajurwedzie, która składa się z pięciu głównych terapii, znanych jako vamana, virechana, basti, nasya i raktamokshana. Każda z tych terapii ma na celu głębokie oczyszczenie ciała z toksyn oraz przywrócenie równowagi dosz.

Pięć głównych terapii panchakarmy
Pięć głównych terapii panchakarmy:

2.4.1. Vamana

- Vamana to terapia wymiotna, która jest wykorzystywana do usunięcia nadmiaru kapha, gromadzącego się głównie w górnych częściach ciała. Jest zalecana w przypadku nadmiernej śluzowości, problemów z oddychaniem, alergii oraz niektórych chorób skórnych.
- Przed vamaną pacjent jest przygotowywany poprzez dietę, ziołowe preparaty oraz olejowanie, aby zmiękczyć i przygotować organizm do tego procesu.

2.4.2. Virechana

- Virechana to terapeutyczne przeczyszczenie z użyciem środków przeczyszczających lub ziołowych. Jest stosowane głównie w celu usuwania nadmiaru pitta z organizmu, pomagając w leczeniu problemów skórnych, żółtaczki, zaparć oraz zwiększonego ognia trawiennego.
- Podobnie jak w przypadku vamaną, virechana wymaga przygotowania organizmu poprzez dietę, ziołowe preparaty oraz olejowanie.

2.4.3. Basti

- Basti to terapia leczniczych lewatyw, które mogą być stosowane wewnętrznie. Głównym celem jest usuwanie nadmiaru vata poprzez zmiękczenie i nawilżanie tkanki, co pomaga w leczeniu problemów związanych z układem nerwowym, stawami oraz przewodem pokarmowym.
- Jest to jedna z najbardziej cenionych terapii w ajurwedzie ze względu na jej wszechstronne korzyści dla zdrowia.

2.4.4. Nasya

- Nasya to terapia oczyszczająca nosa, która może być wykonywana poprzez olejowanie nosa lub aplikację leków do nosa. Pomaga w usuwaniu nadmiaru vata i kapha z głowy oraz przynosowych dróg oddechowych, poprawiając funkcje umysłowe i zdolności sensoryczne.

2.4.5. Raktamokshana

- Raktamokshana to procedura upuszczania krwi, która jest stosowana w celu oczyszczenia krwi z toksyn. Jest zalecana w przypadku schorzeń skórnych, reumatoidalnych, zapalnych oraz innych stanów, w których zalega nadmiar pitta i toksyny w krwi.

Przed przeprowadzeniem panchakarmy pacjent jest starannie przygotowywany. Proces przygotowawczy obejmuje specjalną dietę, zioła oraz olejowanie, które mają na celu zmiękczenie i przygotowanie tkanek do głębokiego oczyszczania. Jest to kluczowe, aby maksymalizować efektywność terapii i minimalizować potencjalne skutki uboczne.

Panchakarma nie jest jedynie procedurą oczyszczającą, ale również terapią mającą na celu przywrócenie harmonii między ciałem, umysłem i duchem. Dzięki jej kompleksowemu podejściu ajurwedyjskiemu, panchakarma jest uznawana za skuteczną metodę wspierania zdrowia oraz leczenia wielu chronicznych schorzeń [Frawley, Ranade 2023; Kadambari i in. 2018].

2.5. Wpływ ajurwedy na zdrowie psychiczne

Ajurweda, będąca starożytną nauką zdrowia i długowieczności, nie tylko koncentruje się na aspektach fizycznych zdrowia, ale również przykłada dużą wagę do zdrowia psychicznego i emocjonalnego jednostki. W tradycji ajurwedyjskiej istnieje głębokie rozumienie związku między umysłem a ciałem, uznając ich wzajemne powiązanie i wpływ na ogólne dobrostan jednostki [Shilpa, Venkatesha Murthy 2011: 12–19].

Znaczenie zdrowia psychicznego w ajurwedzie:

- **Integralność umysł-ciało:** ajurweda traktuje umysł i ciało jako nierozdzielnie związane. Zaburzenia psychiczne mogą mieć swoje źródło zarówno w fizycznych nieprawidłowościach, jak i w nieprawidłowościach energetycznych (dosz). Dlatego też leczenie w ajurwedzie uwzględnia zarówno fizyczne jak i psychiczne aspekty zdrowia.

- **Umysł a zdrowie fizyczne:** ajurweda głosi, że stan umysłu i emocji bezpośrednio wpływa na zdrowie fizyczne jednostki. Stres, negatywne emocje i niewłaściwe reakcje psychiczne mogą prowadzić do zaburzeń w równowadze dosz i przyczyniać się do powstawania chorób fizycznych.
- **Równowaga emocjonalna:** zdrowie psychiczne w ajurwedzie opiera się na zachowaniu równowagi emocjonalnej. Główne dosze (vata, pitta, kapha) mają swoje charakterystyczne cechy emocjonalne. Na przykład, vata w nadmiarze może prowadzić do lęku i niepokoju, pitta do nadmiernego gniewu lub krytycyzmu, a kapha do przywiązania i melancholii. Ajurweda dąży do harmonizacji tych dosz poprzez odpowiednią dietę, styl życia i praktyki zdrowotne.
- **Praktyki medytacyjne i joga:** joga, medytacja i pranayama (techniki kontroli oddechu) są integralnymi częściami ajurwedy, które mają na celu wspieranie zdrowia psychicznego. Medytacja pomaga w redukcji stresu, poprawie koncentracji, a także w uspokojeniu umysłu. Praktyki jogi nie tylko wzmacniają ciało, ale także przyczyniają się do równowagi dosz i energii życiowych [Hankey 2010:6–18].
- **Regularność i harmonia:** starożytni mędrcy ajurwedyjscy zalecali regularne praktyki duchowe i mentalne jako środki zapobiegawcze oraz lecznicze. Utrzymywanie harmonii między ciałem, umysłem i duchem jest kluczowe dla zachowania zdrowia na wszystkich poziomach.
- **Indywidualne podejście:** ajurweda rozumie, że każda osoba jest unikalna pod względem konstytucji (prakriti) i doświadczeń życiowych. Dlatego terapie ajurwedyjskie są indywidualnie dostosowane do potrzeb każdego pacjenta, uwzględniając zarówno fizyczne, jak i psychiczne aspekty zdrowia.

Ajurweda nie tylko oferuje kompleksowe podejście do zdrowia fizycznego, ale także zdrowia psychicznego i emocjonalnego. Poprzez równowagę dosz, praktyki medytacyjne, jogę i odpowiednią dietę, ajurweda wspiera ogólne dobrostan jednostki, pomagając w utrzymaniu zdrowego umysłu i ciała. Starożytna mądrość ajurwedyjska wciąż jest ceniona za swoją holistyczną perspektywę na zdrowie i długowieczność, co sprawia, że jest aktualna i użyteczna również w dzisiejszym świecie.

2.6. Rola jogi i medytacji

Joga, medytacja i pranayama są nieodzownymi elementami praktyk ajurwedyjskich, które odgrywają kluczową rolę w harmonizacji ciała i umysłu oraz w utrzymaniu ogólnego zdrowia. Oto jak te praktyki wspierają zdrowie według ajurwedy:

2.6.1. Joga

Joga jest integralną częścią ajurwedy, wspierającą fizyczne i energetyczne aspekty zdrowia. Oto jakie są główne korzyści: joga jest integralną częścią ajurwedy, wspierającą fizyczne i energetyczne aspekty zdrowia. Oto jakie są główne korzyści:

- **Elastyczność, siła i równowaga ciała:** regularna praktyka jogi, która obejmuje asany (pozycje ciała), pomaga zwiększyć elastyczność mięśni, siłę oraz równowagę ciała. Poprawia to ogólną postawę i stabilność fizyczną.
- **Redukcja stresu i napięcia:** ćwiczenia jogi, takie jak głębokie rozciąganie, skoncentrowane oddechy i powolne ruchy, mają działanie relaksujące na ciało i umysł. Pomagają one w redukcji poziomu stresu, napięcia mięśniowego oraz w łagodzeniu emocjonalnych napięć.
- **Równowaga dosz:** Każdy rodzaj jogi może być dostosowany do konstytucji (prakriti) jednostki, co pomaga w utrzymaniu równowagi dosz: vata, pitta i kapha. Na przykład osoby z dominującym vata mogą skorzystać z ciepłych, stabilizujących asan, podczas gdy osoby z dominującym kapha mogą potrzebować dynamiczniejszych, rozgrzewających praktyk [Pole 2024:120–125].

2.6.2. Medytacja

Medytacja jest kluczową praktyką ajurwedyjską, mającą na celu uspokojenie umysłu i osiągnięcie głębokiego wewnętrznego spokoju. Oto jakie są jej korzyści:

- **Redukcja lęku i napięcia:** poprzez skupienie uwagi i głębokie wewnętrzne skupienie, medytacja pomaga w redukcji lęku, napięcia i niepokoju emocjonalnego. Regularna praktyka medytacyjna przyczynia się do poprawy ogólnego samopoczucia i stabilności emocjonalnej.

- **Klarowność umysłu:** medytacja wzmacnia zdolność koncentracji i skupienia uwagi, co pomaga w lepszym zarządzaniu stresem oraz w podejmowaniu świadomych decyzji życiowych.

2.6.3. Pranayama

Pranayama, czyli techniki kontroli oddechu, są kluczowym elementem ajurwedyjskiego podejścia do zdrowia. Oto jakie są ich zalety:

- **Regulacja prany:** pranayama pomaga w regulacji przepływu energii życiowej (prany) w ciele. Poprawia to ogólną równowagę energetyczną i zdrowie.
- **Oczyszczanie ciała i umysłu:** poprzez kontrolowane oddychanie, pranayama wspiera oczyszczanie ciała z toksyn oraz oczyszczanie umysłu z niepotrzebnych myśli i emocji.
- **Podtrzymywanie zdrowia:** regularna praktyka pranayamy wzmacnia układ oddechowy, poprawia funkcje płuc oraz wspiera zdrowie serca.

Joga, medytacja i pranayama są niezastąpionymi praktykami w ajurwedzie, wspierającymi zdrowie fizyczne, psychiczne i emocjonalne jednostki. Poprzez regularne praktykowanie tych technik, można osiągnąć harmonię ciała i umysłu, co jest kluczowe dla utrzymania zdrowia i długoterminowego dobrostanu zgodnie z zasadami ajurwedy [Wielobób, Wielobób 2014: 100–108].

2.6.4. Terapie ziołowe i suplementy

Ajurweda korzysta z różnorodnych ziół i suplementów, które mają na celu wspieranie zdrowia psychicznego poprzez ich właściwości adaptogenne, neuroprotektoryjne i regulujące funkcje mózgu. Oto szczegóły na temat niektórych kluczowych ziół i suplementów stosowanych w ajurwedzie:

Zioła i suplementy w ajurwedzie dla zdrowia psychicznego:

A. Ashwagandha (*withania somnifera*):

- Właściwości adaptogenne: ashwagandha jest znana jako adaptogen, co oznacza, że pomaga organizmowi adaptować się do stresu fizycznego i emocjonalnego.
- Redukcja stresu: zawarte w ashwagandzie związki pomagają w regulacji poziomu kortyzolu, głównego hormonu stresu. Regularne

stosowanie ashwagandhy może zmniejszać objawy stresu, lęku i poprawiać jakość snu.

- Wzmacnianie odporności: ashwagandha wspiera również układ odpornościowy, co jest istotne dla ogólnego zdrowia organizmu.

B. Brahmi (bcopa monnieri):

- Właściwości neuroprotektcyjne: brahmi jest znana z właściwości ochrony neuronów oraz wspierania zdrowia mózgu.
- Poprawa funkcji kognitywnych: regularne stosowanie brahmi może poprawić pamięć, koncentrację oraz inne funkcje poznawcze.
- Redukcja lęku i stabilizacja emocjonalna: brahmi pomaga w redukcji lęku i stabilizacji emocjonalnej, co wspiera zdrowie psychiczne.

C. Jatamansi (nardostachys jatamansi):

- Lecznicze właściwości: jatamansi jest używana w ajurwedzie jako zioło o działaniu uspokajającym i antydepresyjnym.
- Poprawa nastroju: zioło to pomaga w poprawie nastroju i redukcji objawów depresji.
- Wsparcie dla zdrowia serca: jatamansi jest również używana do wsparcia zdrowia serca i układu krążenia [Atreya 2023].

Zioła i suplementy są często stosowane jako wsparcie dla innych terapii ajurwedyjskich, takich jak dieta, jogi i medytacja, w celu kompleksowego wsparcia zdrowia psychicznego i ogólnego dobrostanu. Stosowanie ziół i suplementów w ajurwedzie nie tylko wspiera zdrowie psychiczne poprzez redukcję stresu, poprawę funkcji mózgu i stabilizację emocjonalną, ale również integruje się z filozofią ajurwedy, która podkreśla znaczenie holistycznego podejścia do zdrowia i dobrostanu.

W ostatnich latach coraz więcej badań naukowych potwierdza skuteczność ajurwedyjskich praktyk. Badania wykazują, że regularna praktyka jogi i medytacji znacząco redukuje poziom stresu, poprawia jakość snu i wspiera zdrowie psychiczne. Regularna praktyka jogi pomaga w redukcji objawów depresji i lęku, a także poprawia ogólną jakość życia. Badania nad ziołami ajurwedyjskimi, takimi jak ashwagandha, wykazują ich pozytywny wpływ na układ immunologiczny, zdolność do redukcji stresu oraz poprawę wydolności fizycznej i psychicznej. Zioła ajurwedyjskie są coraz częściej badane pod kątem ich właściwości leczniczych i potencjalnych zastosowań w nowoczesnej medycynie.

Badania nad panchakarmą pokazują jej skuteczność w detoksykacji organizmu, poprawie funkcji metabolicznych i leczeniu przewlekłych chorób. Panchakarma jest szczególnie skuteczna w leczeniu chorób autoimmunologicznych, problemów skórnych i zaburzeń metabolicznych.

Ajurweda stoi przed wyzwaniem integracji z zachodnią medycyną konwencjonalną, ale jej holistyczne podejście i skuteczność w wielu obszarach zdrowia sprawiają, że jest coraz bardziej akceptowana i stosowana na całym świecie. Wzrost zainteresowania naturalnymi metodami leczenia, zrównoważonym stylem życia i profilaktyką zdrowotną przyczynia się do rosnącej popularności ajurwedy.

Łącząc starożytną mądrość z nowoczesnymi innowacjami. Technologie takie jak biotechnologia, nanotechnologia i informatyka medyczna są wykorzystywane do badania i promocji ajurwedy. Nowoczesne metody diagnostyczne, takie jak analiza genetyczna, są stosowane w celu lepszego zrozumienia indywidualnych konstytucji i dostosowania terapii do specyficznych potrzeb pacjentów.

Ajurweda oferuje unikalne, holistyczne podejście do zdrowia, które może być skutecznie zintegrowane z nowoczesnym stylem życia. Jej starożytne rytuały i praktyki, dostosowane do indywidualnych potrzeb, mają na celu wspieranie równowagi i harmonii na wszystkich poziomach istnienia. Głęboka mądrość ajurwedy pozwala nam nie tylko zrozumieć siebie lepiej, ale również harmonizować nasze energie życiowe, abyśmy mogli prowadzić zdrowe, pełne życie [Atreya 2023].

Ajurweda jest nie tylko systemem medycznym, ale także filozofią życia, która kładzie nacisk na zachowanie równowagi pomiędzy ciałem, umysłem i duchem. Jej podejście opiera się na indywidualności każdej osoby, rozpoznając unikalność każdego organizmu i jego potrzeby. Dzięki temu, ajurweda oferuje spersonalizowany plan zdrowotny, który obejmuje dietę, rytuały, ziołolecznictwo oraz praktyki medytacyjne i fizyczne. W miarę jak ajurweda zyskuje na popularności na całym świecie, jej praktyki mogą przyczynić się do poprawy jakości życia ludzi. Promowanie zdrowia, równowagi i harmonii staje się coraz bardziej istotne w obliczu współczesnych wyzwań zdrowotnych i stresu życia codziennego. Ajurweda nie tylko pomaga w leczeniu chorób, ale również kładzie nacisk na ich zapobieganie poprzez dostosowanie stylu życia do indywidualnych potrzeb.

Kluczowe elementy ajurwedy obejmują zrozumienie trzech dosz (vata, pitta, kapha) jako podstawowych sił życiowych, które regulują funkcje organizmu. Praktyki ajurwedyjskie, takie jak zrównoważona dieta, regularna praktyka jogi, medytacja, stosowanie ziół i olejków eterycznych, a także odpowiednie codzienne rytuały, pomagają utrzymać te siły w harmonii. Dzięki temu osiągamy zdrowie fizyczne, mentalne i duchowe [Atreya 2023].

3. METODA BADAWCZA

Cel badania: celem badania było zbadanie skuteczności wybranych rytuałów ajurwedyjskich w terapii dwóch różnych problemów zdrowotnych: przewlekłego stresu i napięcia emocjonalnego oraz trądziku.

Typ badania: zastosowano metodę **studium przypadku**, polegającą na szczegółowej analizie interwencji terapeutycznych oraz obserwacji efektów ich stosowania w dwóch indywidualnych przypadkach pacjentek.

Charakterystyka badanych: Przypadek nr 1 (Adrianna): kobieta w wieku 38 lat, zgłaszająca przewlekły stres związany z pracą, bóle głowy, napięcie mięśni i problemy ze snem. **Przypadek nr 2 (Beata):** kobieta w wieku 29 lat, od kilkunastu lat cierpiąca na nawracający trądzik, którego objawy nasilały się w wyniku nieprawidłowej diety i stresu.

Okres badania: Interwencje trwały odpowiednio: 8 tygodni w przypadku Adrianny, 12 tygodni w przypadku Beaty.

Interwencja terapeutyczna: w obu przypadkach zastosowano zestaw rytuałów ajurwedyjskich obejmujących: **Przypadek nr 1 (stres):** codzienny masaż olejem dostosowanym do doszy, kąpiele ziołowe, inhalacje olejkami eterycznymi. **Przypadek nr 2 (trądzik):** modyfikację diety, suplementację ziołową (neem, kurkuma, triphala), praktyki redukujące stres (joga, medytacja), pielęgnację skóry przy użyciu naturalnych środków.

Narzędzia i metody oceny efektów: wywiady indywidualne z pacjentkami przed rozpoczęciem terapii i po jej zakończeniu, dziennik obserwacyjny prowadzony przez pacjentki (objawy stresu, jakość snu, zmiany w stanie skóry, samopoczucie), ocena postępów dokonywana co 2–4 tygodnie podczas wizyt kontrolnych.

4. STUDIUM PRZYPADKU

Przypadek nr 1

Rytuały ajurwedyjskie są tradycyjnymi praktykami pielęgnacyjnymi, które mają na celu zachowanie równowagi ciała, umysłu i ducha. W tym studium przypadku będziemy przyglądać się rytuałom ajurwedyjskim w praktyce u osoby cierpiącej na stres i napięcie.

Pacjentka, którą nazwano Adrianna przyszła do gabinetu z silnym stresem związanym z pracą i brakiem równowagi w życiu osobistym. Adrianna często cierpiała na bóle głowy, napięte mięśnie i problemy ze snem. Po przeprowadzeniu wywiadu i ocenie jej stanu zdrowia, zaproponowano wprowadzenie rytuałów ajurwedyjskich jako części jej terapii.

Rytuały ajurwedyjskie dla Adrianny obejmowały:

- **Masaż ciała olejem:** codzienny masaż ciała olejem ajurwedyjskim pomógł Adriannie zrelaksować mięśnie i zmniejszyć napięcie. Olej ten był dobrany specjalnie do jej konstytucji doszy (pitta – olej kokosowy), aby wspierać równowagę i harmonię ciała.
- **Kąpiel ziołowa:** regularne kąpiele z dodatkiem ziół ajurwedyjskich (neem, tulsi, szafran, kurkuma, lawenda, róża) pomogły Adriannie złagodzić stres i uspokoić umysł. Zioła te miały właściwości relaksujące i odprężające, które wspomagały proces oczyszczania ciała i umysłu.
- **Zabiegi inhalacyjne:** korzystanie z inhalacji z olejków eterycznych, takich jak lawenda, eukaliptus czy mięta, pomagało Adriannie uspokoić zmysły i poprawić jej nastrój. Inhalacje te miały również działanie oczyszczające i antybakteryjne.

Po kilku tygodniach regularnego stosowania rytuałów ajurwedyjskich, Adrianna zauważyła znaczną poprawę swojego stanu zdrowia. Jej bóle głowy i napięcie mięśniowe znacznie się zmniejszyły, a sen stał się głębszy i bardziej kojący. Dodatkowo, Adrianna zauważyła poprawę swojego nastroju i większą odporność na stres.

Rytuały ajurwedyjskie okazały się skutecznym narzędziem w pomocy Adriannie oraz w przywróceniu jej harmonii i równowagi w ciele, umyśle i duchu. Dzięki regularnemu stosowaniu tych praktyk pielęgnacyjnych, Adrianna mogła odzyskać spokój i wewnętrzną równowagę.

Przypadek nr 2

Pacjentka o imieniu Beata zgłosiła się do gabinetu z problemem trądziku. Pani Beata od kilkunastu lat boryka się ze zmianami trądzikowymi. Po przeprowadzeniu wywiadu i ocenie jej stanu zdrowia, zaproponowano wprowadzenie rytuałów ajurwedyjskich jako części jej terapii.

Rytuały ajurwedyjskie dla Beaty obejmowały:

- Kompleksowe podejście skoncentrowane na diecie, stylu życia oraz ajurwedyjskiej pielęgnacji skóry. Przeprowadzono wstępną konsultację i diagnozę. Oceniono stan zdrowia i styl życia. Dokonano szczegółowego wywiadu dotyczącego diety, nawyków życiowych, poziomu stresu oraz obecnych metod pielęgnacji skóry.
- Analiza dosz: określono, która dosza jest zaburzona, aby zrozumieć podłoże problemu skórniego z perspektywy ajurwedyjskiej.
- Zapropionowany plan leczenia:

Dieta i suplementacja: eliminacja produktów nasilających trądzik: redukcja spożywania pikantnych, smażonych i przetworzonych pokarmów, które mogą pogorszyć trądzik: wprowadzenie pokarmów kojących pittę: zwiększenie spożycia chłodzących i łagodzących pokarmów jak ogórki, kokosy, melony oraz zielone warzywa liściaste; suplementy ziołowe: przyjmowanie ziół takich jak neem, kurkuma i triphala, które wspomagają detoksykację i mają właściwości przeciwzapalne.

Zmiany w stylu życia: zarządzanie stresem: włączenie praktyk takich jak joga i medytacja do codziennej rutyny w celu redukcji stresu, który może przyczyniać się do nasilenia trądziku; regularna aktywność fizyczna: promowanie regularnych ćwiczeń, które poprawiają krążenie i pomagają w naturalnej detoksykacji organizmu.

Ajurwedyjska pielęgnacja skóry: oczyszczanie: użycie łagodnego, naturalnego środka myjącego do twarzy, np. na bazie aloesu czy neem; tonizowanie: stosowanie toniku z wody różanej, która działa kojąco i pomaga utrzymać odpowiednie pH skóry; nawilżanie: używanie lekkiego olejku, np. oleju kokosowego lub migdałowego, który nie zatyka porów; maseczki ziołowe: aplikacja maseczek z kurkumy, miodu i soku z cytryny, które działają antybakteryjnie i rozjaśniająco na skórę.

Ocena postępów: regularne wizyty kontrolne: spotkania co miesiąc w celu oceny skuteczności planu i dokonywania ewentualnych korekt;

dziennik skórny: prowadzenie przez pacjentkę dziennika, w którym notuje zmiany w stanie skóry, reakcje na produkty i swoje samopoczucie.

Po kilkunastu tygodniach regularnego stosowania się do rytuałów ajurwedyjskich Pani Beata zauważyła znaczną poprawę swojego stanu skóry, zmniejszenie widocznych zmian zapalnych, poprawę nawilżenia, odżywienia i wygładzenia. Dodatkowo poprawił się stan psychiczny.

Takie studium przypadku nie tylko ilustruje potencjalne korzyści z ajurwedyjskiego podejścia do trądziku, ale również podkreśla znaczenie holistycznego podejścia do zdrowia i urody, biorącego pod uwagę zarówno ciało, jak i umysł.

Przypadek nr 1 pokazuje, że ajurwedyjskie praktyki takie jak medytacja i stosowanie ziołowych suplementów mogą skutecznie zmniejszać poziom stresu, co jest zgodne z tradycyjnymi naukami ajurwedyjskimi podkreślającymi znaczenie równowagi psychicznej i emocjonalnej. Studium to podkreśla znaczenie indywidualizacji w ajurwedyjskich terapiach przeciwstresowych, co może być kluczem do ich większej efektywności w porównaniu z bardziej uogólnionymi metodami leczenia. Jednym z kluczowych elementów terapii ajurwedyjskiej w przypadku trądziku jest odpowiednia dieta, która eliminuje potencjalnie drażniące dla skóry produkty spożywcze i promuje spożycie pokarmów o właściwościach oczyszczających i przeciwzapalnych.

Studium przypadku nr 2 potwierdza skuteczność diety ajurwedyjskiej w redukcji stanów zapalnych skóry i zmniejszeniu nasilenia trądziku. Analiza przypadku nr 2 potwierdza potencjalne korzyści wynikające ze stosowania ajurwedyjskich terapii ziołowych, które mogą regulować produkcję sebum i redukować stany zapalne, będące kluczowymi czynnikami przyczyniającymi się do powstawania trądziku. W dyskusji na temat skuteczności ajurwedy w leczeniu trądziku, nie można pominąć znaczenia indywidualnego dostosowania terapii do równowagi dosz pacjenta, co jest fundamentalne dla tej tradycyjnej medycyny. Niemniej jednak, rytuały ajurwedyjskie mogą być wartościową opcją terapeutyczną dla osób cierpiących na stres, zwłaszcza tych, którzy szukają alternatywnych metod radzenia sobie ze stresem obok terapii konwencjonalnych.

Potrzebne są dalsze badania da zbadania długoterminowych efektów stosowania ajurwedy w leczeniu chronicznego stresu oraz jego wpływu na jakość skóry i zdrowie psychiczne pacjentów.

5. PODSUMOWANIE

Studium dwóch przypadków potwierdziło skuteczność rytuałów ajurwedyjskich w redukcji stresu oraz terapii trądziku. W przypadku pacjentki zmagającej się ze stresem ajurweda przyczyniła się do poprawy jakości snu, redukcji napięcia mięśniowego i zwiększenia odporności psychicznej. W przypadku pacjentki z problemami dermatologicznymi zauważono znaczną poprawę kondycji skóry dzięki odpowiedniej diecie, suplementacji ziołowej oraz ajurwedyjskiej pielęgnacji. Wyniki badań potwierdzają, że indywidualizacja terapii zgodnie z konstytucją pacjenta (prakriti) jest kluczowa dla skuteczności ajurwedy. Choć uzyskane rezultaty są obiecujące, konieczne są dalsze badania z udziałem większej liczby uczestników, aby w pełni ocenić potencjał ajurwedy jako metody wspierającej zdrowie psychiczne, fizyczne i dermatologiczne.

Literatura:

- [1] FRAWLEY D., RANADE S.: *Ajurweda medycyną Natury*. Kraków: Zielone Wydawnictwo 2023.
- [2] KADAMBARI P.B., DHARMARAJAN P., PRATHIBHA C.K. i wsp. (2018) *A Critical Review on the Concept of AvapeedakaSnehapana, a Special Mode of Lipid Administration*. *J Evid Based IntegrMed*;23:2515690X18770631.
- [3] KSHIRSAGAR S., SEATON M.: *Naturalny rytm dobowy. Działaj w zgodzie ze swoim organizmem*. Warszawa: Laurum 2022.
- [4] THAKKAR J., CHAUDHARI S., SARKAR P.K.: *Ritucharya: Answer to the lifestyle disorders*. *Ayu*. 2011, vol. 32, No. 4.
- [5] KUCERNA S.: *Ajurweda. Podręcznik dbania o siebie. Holistyczne rytuały uzdrawiające*. Warszawa: Czarna owca 2021.
- [6] SACHS M.: *Ajurweda a uroda. Jak być pięknym*. Kraków: Zielone wydawnictwo 2023.
- [7] PTAK M.: *Ajurweda medycyna indyjska. Tysiącletnia tradycja gwarancją twojego zdrowia*. Białystok: Studio Astropsychologii 2014.
- [8] ROTTI H., RAVAL R., ANCHAN S. i wsp.: *Determinants of prakriti, the human constitution types of Indian traditional medicine and its correlation with contemporary science*. *J AyurvedaIntegr Med*. 2014, vol. 5, No. 3.
- [9] HANKEY A.: *Establishing the Scientific Validity of Tridosha part 1: Doshas, Subdoshas and Dosha Prakritis*. *AncSci Life* 2010, Vol 29, no. 3.
- [10] LAD V.: *Anintroduction to Ayurveda*. *AlternTherHealth Med*. Jul. 1995, vol. 1, No. 3.

- [11] MISHRA L, SINGH BB, DAGENAIS S.: *Healthcare and disease management in Ayurveda*. AlternTherHealth Med. 2001, vol. 7, No. 2.
- [12] WILEOBÓB A., WIELOBÓB M.: *Ajurweda w praktyce. Jak współcześnie stosować starożytną sztukę leczenia*. Gliwice: Helion 2014.
- [13] POLE S.: *Medycyna ajurwedyjska. Fundamenty tradycyjnej praktyki*. Łódź: Galaktyka 2024.
- [14] SHILPA S., VENKATESHA MUTRHY C.G.: *Understanding personality from Ayurvedic perspective for psychological assessment: A case*. Ayu 2011, vol. 32, No. 1.
- [15] ATREYA *Ajurweda dla kobiet. Ajurwedyjskie kuracje ziołowe*. Kraków: Zielone wydawnictwo 2023.

Mgr Zofia Kowalska

Uniwersytet Kaliski im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego

Ul. Nowy świat 4

62-800 Kalisz

e-mail: Zofia.g.kowalska@gmail.com

Angelika REDAS

OCENA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH WOJEWÓDZTWA OPOLSKIEGO W ŚWIETLE BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Steszczenie: Celem artykułu jest ocena skuteczności marketingu terytorialnego województwa opolskiego jako narzędzia promocji regionalnej. Postawiono hipotezę badawczą, że poziom rozpoznawalności kampanii marketingowych jest zróżnicowany i istotnie różni się między mieszkańcami regionu a mieszkańcami pozostałych części Polski, co wpływa na odmienny wizerunek. W badaniu wykorzystano metodę ankiety internetowej (CAWI), którą przeprowadzono wśród 225 respondentów – mieszkańców regionu i osób spoza województwa. Analiza wyników potwierdziła postawioną hipotezę, wykazując istotne różnice w rozpoznawalności kampanii oraz percepcji atrakcyjności regionu między obiema grupami. Stwierdzono, że działania promocyjne są zauważalne, jednak ich wpływ na zmianę wizerunku oraz zainteresowanie regionem jest umiarkowany. Promocja opiera się głównie na dwóch silnych markach: Krajowym Festiwalu Polskiej Piosenki i Zamku w Mosznej. W artykule wskazano także potrzebę rozszerzenia przekazu promocyjnego oraz sformułowano konkretne rekomendacje.

EVALUATION OF THE PROMOTIONAL ACTIVITIES OF THE OPOLSKIE VOIVODESHIP IN THE LIGHT OF EMPIRICAL RESEARCH

Summary: The aim of the article is to evaluate the effectiveness of the Opolskie Voivodeship's territorial marketing as a tool for regional promotion. The research hypothesis states that the level of recognition of marketing campaigns is varied and differs significantly between the region's residents and residents of other parts of Poland, which affects the differing image. The study used the online survey method (CAWI), conducted among 225 respondents – residents of the region and people from outside the voivodeship. The analysis of the results confirmed the hypothesis, showing significant differences in campaign recognition and perception of the region's attractiveness between both groups. It was found that promotional activities are noticeable, but their impact on changing the image and interest in the region is moderate. The promotion is based mainly on two strong brands: The National Festival of Polish Song and Moszna Castle. The article also indicated the need to broaden the promotional message and formulated specific recommendations.

Słowa kluczowe: marketing terytorialny, promocja regionu, województwo opolskie, kampanie promocyjne, wizerunek regionu.

Keywords: territorial marketing, regional promotion, Opole Voivodeship, promotional campaigns, regional image.

1. WSTĘP

Marketing terytorialny odgrywa bardzo istotną rolę we współczesnym zarządzaniu rozwojem terytoriów. W warunkach stale rosnącej konkurencji między miastami, regionami i krajami o inwestorów, turystów, mieszkańców i środki zewnętrzne, samorządy coraz częściej sięgają po narzędzia znane z marketingu komercyjnego, jednocześnie adaptując je do specyfiki sektora publicznego [Florek 2013:10]. W literaturze podkreśla się, że marketing terytorialny jest podejściem rynkowo zorientowanym do zarządzania jednostkami terytorialnymi (miastami, gminami, województwami, regionami, krajami) w taki sposób, aby jak najlepiej odpowiadać na potrzeby i oczekiwania ich mieszkańców, a jednocześnie zwiększać atrakcyjność danego obszaru dla odbiorców zewnętrznych [Chrzan 2015:111].

Współczesny marketing terytorialny nie ogranicza się jednak wyłącznie do promocji, ale stanowi kompleksowe i strategiczne narzędzie budowania, kształtowania i umacniania wizerunku oraz konkurencyjności jednostek terytorialnych. Pozwala skutecznie konkurować o kapitał finansowy, w tym inwestycyjny, pozyskiwać nowych mieszkańców i wykwalifikowaną siłę roboczą, a także stymulować rozwój ruchu turystycznego, zwłaszcza w kontekście postępującej globalizacji i cyfryzacji. Jego zadania obejmują również ochronę lokalnych zasobów, w tym dziedzictwa kulturowego i środowiska, aktywizację społeczności lokalnych oraz wzmacnianie poczucia tożsamości i dumy regionalnej [Raszkowski 2014:196–197].

Celem niniejszego artykułu jest ocena skuteczności marketingu terytorialnego województwa opolskiego jako narzędzia promocji regionalnej. Dla jego potrzeb postawiono hipotezę badawczą: Poziom rozpoznawalności kampanii marketingowych województwa opolskiego jest zróżnicowany ze względu na specyfikę grupy docelowej i w sposób szczególny różni się między mieszkańcami województwa opolskiego i mieszkańcami pozostałych regionów Polski, co w konsekwencji wpły-

wa na odmienny wizerunek i stopień zainteresowania tym regionem. W celu weryfikacji hipotezy przeprowadzono własne badania empiryczne o charakterze ilościowym, wykorzystując metodę sondażu diagnostycznego i technikę ankiety internetowej (CAWI) na próbie 225 respondentów.

2. ISTOTA I ROZWÓJ MARKETINGU TERYTORIALNEGO

Zgodnie z ujęciem A. Szromnika, marketing terytorialny to proces tworzenia i wymiany wartości pomiędzy jednostką terytorialną a jej otoczeniem, zarówno wewnętrznym (mieszkańcy), jak i zewnętrznym (turyści, inwestorzy, partnerzy) [Szromnik 2010:21–23]. Jednostki samorządu terytorialnego konstruuja ofertę promocyjną, planują działania wizerunkowe i wykorzystują instrumenty marketingowe, podobne do tych znanych z marketingu komercyjnego. Należą do nich m.in. kampanie promocyjne, organizacja wydarzeń i imprez, promocja w środkach masowego przekazu, w tym mediach społecznościowych, publikacje i materiały informacyjne np. informatory gospodarcze, uczestnictwo w targach, współpraca z regionami partnerskimi, i prowadzenie punktów informacji turystycznej [Zawadzki 2017:629].

Koncepcja marketingu terytorialnego wywodzi się z rozszerzenia podejścia marketingowego na sektor publiczny, co zostało zapoczątkowane m.in. przez Ph. Kotlera i S.J. Levy'ego w 1969 roku [Kotler, Levy 1969:10–15]. Już wcześniej miasta prowadziły działania promocyjne, zwłaszcza w Ameryce Północnej, gdzie promowano rozwój osadnictwa, napływ inwestorów czy rozwój infrastruktury kolejowej [Rupik 2005:23–31]. Jednak intensywny rozwój marketingu terytorialnego, w rozumieniu strategicznego zarządzania wizerunkiem terytorium, rozpoczął się dopiero w latach 80. i 90. XX wieku w Stanach Zjednoczonych oraz Europie Zachodniej [Ward 1998: 234]. Od tego czasu wykształcił się jako odrębna i interdyscyplinarna dziedzina wiedzy, łącząca m.in. elementy zarządzania, geografii, ekonomii i urbanistyki [Eisinger 2000:316–333].

W Polsce rozwój marketingu terytorialnego nierozzerwalnie wiąże się z przemianami ustrojowymi po 1989 roku. Za jego początek przyjmuje się lata 90. XX wieku, kiedy to w wyniku reformy samorządowej wyodrębniono gminy jako podstawowe jednostki samorządu terytorialnego.

Proces ten wymusił konieczność lepszego rozpoznania potrzeb lokalnych społeczności oraz wdrażania rozwiązań wspierających rozwój lokalny. Według A. Sekuły na rozwój tej dziedziny w Polsce wpłynęły trzy grupy czynników: marketingowe (m.in. rozwój marketingu społecznego i upowszechnienie jego zastosowań poza sektorem handlowym), gospodarcze (np. ograniczone zasoby samorządów, potrzeba przyciągania inwestycji, dostęp do środków unijnych) oraz ustrojowe (decentralizacja, autonomia finansowa, wzrost świadomości obywatelskiej) [Sekuła 2005:217–218].

W literaturze podkreśla się, że skuteczność marketingu terytorialnego zależy nie tylko od jakości i atrakcyjności samej oferty regionalnej, ale przede wszystkim od zdolności do kreowania spójnego i wiarygodnego wizerunku miejsca w świadomości jego odbiorców. Wymaga to nie tylko planowania i wdrażania kampanii promocyjnych, ale długofalowej strategii zarządzania marką terytorialną, integrującej działania komunikacyjne, rozwój infrastruktury, jakość usług publicznych oraz współpracę z partnerami lokalnymi i zewnętrznymi. Istotnym elementem nowoczesnego marketingu terytorialnego staje się także partycypacja społeczna i uwzględnianie głosu mieszkańców w procesie budowania tożsamości regionu [Raszkowski 2014:197–201]. W tym kontekście szczególnie interesujące jest empiryczne sprawdzenie, na ile podejmowane działania marketingowe rzeczywiście przekładają się na rozpoznawalność regionu oraz kształtowanie jego pozytywnego wizerunku wśród grupy odbiorców wewnętrznych i zewnętrznych.

3. METODA

Celem niniejszego artykułu jest analiza marketingu terytorialnego jako narzędzia promocji na przykładzie województwa opolskiego, ze szczególnym uwzględnieniem skuteczności kampanii promocyjnych regionu oraz specyfiki jego zasobów. Przeprowadzona analiza ma odpowiedzieć na dwa pytania badawcze: (1) Jakie różnice występują w poziomie rozpoznawalności kampanii marketingowych województwa opolskiego wśród mieszkańców województwa i pozostałych regionów kraju? (2) W jaki sposób charakter grupy docelowej (mieszkańcy województwa vs. pozostali mieszkańcy Polski) wpływa na skuteczność oraz odbiór kampanii marketingowych?

Hipotezę badawczą sformułowano następująco: „Poziom rozpoznawalności kampanii marketingowych województwa opolskiego jest zróżnicowany ze względu na specyfikę grupy docelowej i w sposób szczególny różni się między mieszkańcami województwa opolskiego i mieszkańcami pozostałych regionów Polski, co w konsekwencji wpływa na odmienny wizerunek i stopień zainteresowania tym regionem”.

W celu weryfikacji powyższej hipotezy przeprowadzono własne badania empiryczne o charakterze ilościowym przy zastosowaniu metody sondażu diagnostycznego. Technika badawcza opierała się na samodzielnie opracowanej ankiecie internetowej (CAWI), która została przeprowadzona na przestrzeni kwietnia i maja 2025 roku.

Przygotowano dwa odrębne kwestionariusze: jeden skierowany do mieszkańców województwa opolskiego, a drugi do mieszkańców pozostałych regionów Polski. Pozwoliło to na porównanie odpowiedzi dwóch wskazanych grup i analizę wpływu czynnika terytorialnego na wyniki. Kwestionariusze zawierały pytania zamknięte, pytania częściowo otwarte oraz pytania z wykorzystaniem pięciostopniowej skali Likerta do oceny skuteczności działań promocyjnych. Pytania dotyczyły m.in.: znajomości wybranych kampanii promocyjnych woj. opolskiego, skojarzeń z regionem, wpływu promocji na opinie o regionie oraz decyzje o odwiedzeniu regionu, a także ogólnej oceny skuteczności działań marketingowych samorządu.

Zebrano dane metryczkowe respondentów, obejmujące płeć, wiek, wykształcenie oraz miejsce zamieszkania, które posłużyły do scharakteryzowania badanych grup oraz kontroli zmiennych. Dobór próby miał charakter celowy, a podstawowym kryterium kwalifikacyjnym była przynależność terytorialna – do województwa opolskiego lub do pozostałych regionów Polski. Ankiety dystrybuowano za pośrednictwem mediów społecznościowych. Łącznie w badaniu wzięło udział 225 osób, w tym 115 mieszkańców woj. opolskiego oraz 110 osób spoza regionu (tabela 1).

W obu próbach przeważały kobiety. W grupie wewnętrznej stanowiły 61,74%, a w zewnętrznej 56,36% badanych. Wśród mieszkańców Opolszczyzny dominowała grupa wiekowa 41–60 lat (35,65%), natomiast wśród osób spoza regionu najliczniejszą kategorię stanowili respondenci w wieku 26–40 lat (40,91%). Osoby powyżej 61. roku życia

były najmniej reprezentowane w obu grupach. Wykształcenie wyższe deklarowało 66,09% respondentów z województwa opolskiego oraz 72,73% spoza niego. Z kolei pod względem miejsca zamieszkania mieszkańcy miast stanowili większość w obu próbach – odpowiednio 56,52% w grupie opolskiej oraz 70,00% w grupie zewnętrznej.

Tabela 1

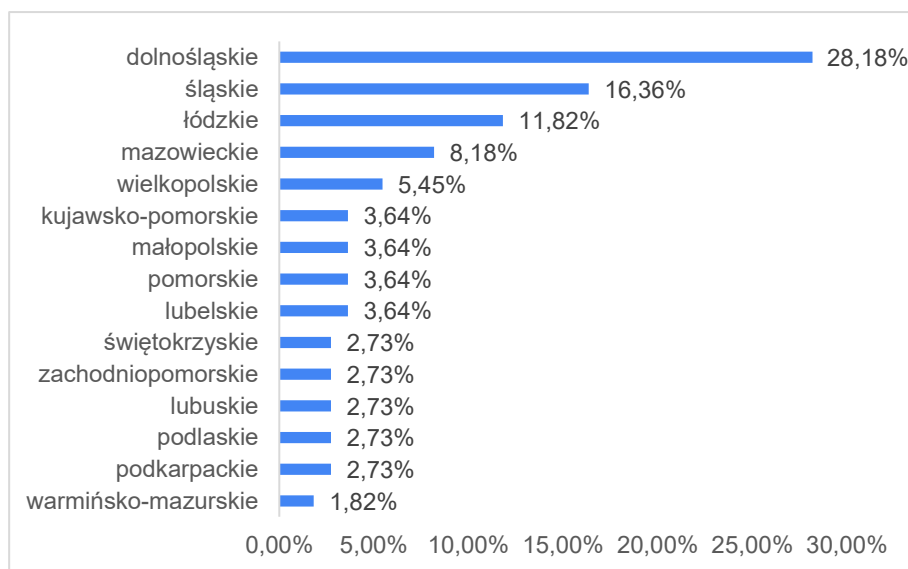
Porównanie cech społeczno-demograficznych badanych grup

Kryterium	Mieszkańcy woj. opolskiego	Mieszkańcy spoza woj. opolskiego
Liczba respondentów	115	110
Kobiety (%)	61,74%	56,36%
Mężczyźni (%)	38,26%	43,64%
Najliczniej reprezentowana grupa wiekowa	41–60 lat (35,65%)	26–40 lat (40,91%)
Grupa wiekowa o najniższym udziale	61+ (6,96%)	61+ (10,0%)
Wykształcenie wyższe (%)	66,09%	72,73%
Miasto (%)	56,52%	70,00%
Wieś (%)	43,48%	30,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci spoza województwa opolskiego pochodzili głównie z regionów sąsiadujących, śląskiego, dolnośląskiego, łódzkiego i wielkopolskiego, co mogło wpłynąć na nieco wyższą rozpoznawalność Opolszczyzny w tej grupie (wykres 1).

Udział respondentów według województw zamieszkania



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Na potrzeby przygotowania narzędzi badawczych oraz lepszego zrozumienia kontekstu empirycznego, przed przystąpieniem do właściwego badania przeprowadzono analizę działań promocyjnych oraz kanałów komunikacji wykorzystywanych przez województwo opolskie. Pozwoliło to na identyfikację głównych elementów przekazu marketingowego regionu oraz ocenę spójności i zakresu stosowanych narzędzi komunikacyjnych, co stanowiło istotne uzupełnienie dla interpretacji późniejszych wyników ankiety.

4. WYNIKI BADAŃ

4.1. Analiza działań i kanałów promocji województwa Opolskiego

Województwo opolskie wykorzystuje standardowe kanały promocji, łącząc tradycyjne i cyfrowe formy komunikacji z odbiorcami. Wśród podstawowych narzędzi znajdują się dedykowane portale internetowe, takie jak visitopolskie.pl (skierowany do turystów), orot.pl (dla branży turystycznej) czy coi.opolskie.pl (dla inwestorów), a także strona główna Urzędu Marszałkowskiego opolskie.pl, która pełni funkcję centralnego kompendium informacyjno-promocyjnego regionu.

Ważną rolę odgrywają również media społecznościowe, w tym przede wszystkim Facebook, Instagram i TikTok (@visitopolskie, @województwo_opolskie, @fundusze_europejskie_opolskie) oraz YouTube (@województwoopolskie5269), gdzie województwo prowadzi aktywne profile, choć ich zasięgi i spójność wizualna pozostają ograniczone. Działania promocyjne obejmują także wydarzenia o zasięgu lokalnym i ogólnopolskim, m.in. Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki w Opolu, Festiwal Ognia i Wody, festiwal „Lato Kwiatów” w Otmuchowie czy Festiwal Fantastyki Opolcon, które stanowią ważny element wzmacniania rozpoznawalności regionu i budowania tożsamości kulturowej dla różnych grup docelowych.

Dopełnieniem strategii promocyjnej są tradycyjne materiały drukowane (przewodniki, foldery, plakaty), działania outdoorowe (billboardy, citylighty) oraz treści audiowizualne dostępne m.in. na stronie VisitOpolskie i kanałe YouTube. Mimo istnienia nowoczesnych narzędzi, jak wirtualne wycieczki 360° czy filmy w kilku językach, ich potencjał pozostaje niedostatecznie wykorzystany ze względu na ograniczoną widoczność w porównaniu do skali województwa i kanałów promocji innych województw, brak spójności wizualnej, brak spójności haseł oraz brak powiązania z innymi kanałami, jak również niska częstotliwość aktualizacji treści.

Dodatkowo, województwo prowadzi współpracę międzynarodową z regionami partnerskimi, m.in. w Czechach, Ukrainie, Francji, Argentynie czy Chinach, co wspiera nie tylko promocję turystyczną, ale i rozwój edukacyjny oraz gospodarczy.

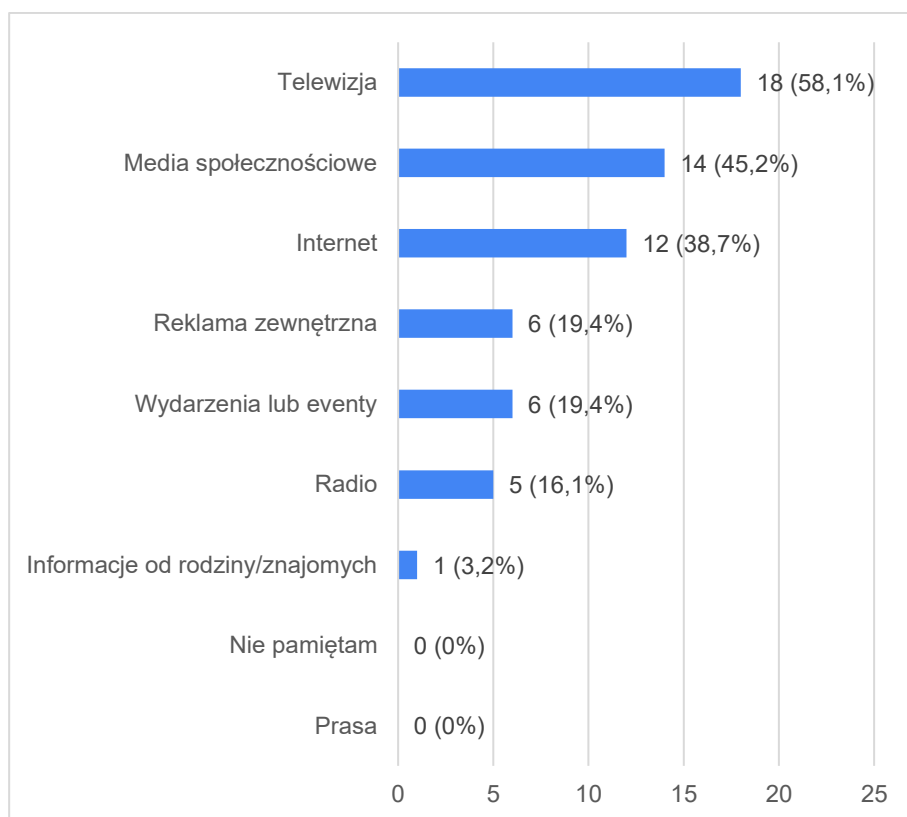
W analizie kanałów promocji dostrzec można zaangażowanie samorządu w tworzenie różnorodnych form przekazu, jednak równocześnie ujawniają się słabości związane z brakiem opracowanej spójnej strategii marki terytorialnej. Komunikaty promocyjne funkcjonują często w oderwaniu od siebie, co utrudnia zbudowanie silnego, jednolitego wizerunku regionu. Wyzwanie stanowi również stosunkowo niewielki zasięg ogólnopolski oraz niedostateczna aktywizacja mieszkańców jako naturalnych ambasadorów regionu, co ogranicza potencjał promocyjny.

Wyniki przeprowadzonych ankiet potwierdzają dominującą rolę kanałów cyfrowych, szczególnie mediów społecznościowych – były one najczęściej wskazywanym źródłem kontaktu z kampaniami wśród

mieszkańców (69,5%) oraz drugą najczęściej wymienianą formą dotarcia do osób spoza regionu (45,2%) (wykres 2 i wykres 3). Dla grupy zewnętrznej kluczowym kanałem pozostała telewizja (58,1%), co wiąże się z promocją Krajowego Festiwalu Polskiej Piosenki. Reklama zewnętrzna (billboardy, ekrany w pociągach) oraz wydarzenia promocyjne również odgrywają istotną rolę w przestrzeni komunikacyjnej obu grup. Prasa drukowana natomiast nie została wskazana ani razu przez osoby spoza regionu, co potwierdza jej nikłe znaczenie w obecnym modelu komunikacji promocyjnej.

Wykres 2

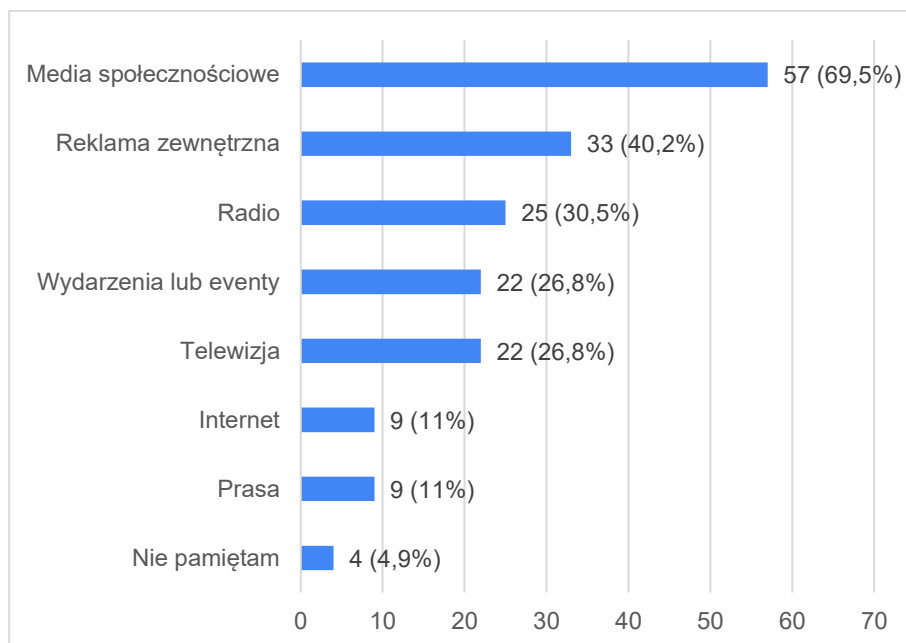
Dla respondentów spoza Opolszczyzny: Gdzie spotkał(a) się Pan(i) z kampaniami i materiałami promującymi województwo opolskie?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wykres 3

Dla respondentów z Opolszczyzny: Gdzie spotkał(a) się Pan(i) z kampaniami i materiałami promującymi województwo opolskie?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

4.2. Rozpoznawalność kampanii promocyjnych Opolszczyzny

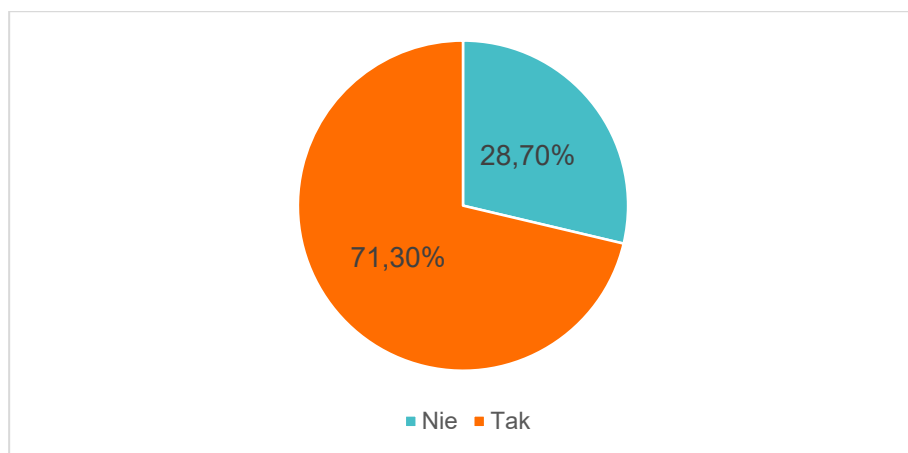
Jednym z najbardziej istotnych aspektów badania było ustalenie, w jakim stopniu działania promocyjne województwa opolskiego docierają do świadomości odbiorców wewnętrznych oraz zewnętrznych. Respondentom zadano pytanie, czy w ciągu ostatnich dwóch lat zauważyli oni jakiegokolwiek kampanie promujące województwo opolskie (np. materiały reklamowe, filmy promocyjne, posty w mediach społecznościowych, wydarzenia).

W grupie mieszkańców Opolszczyzny uzyskano stosunkowo wysoki poziom deklarowanej styczności z działaniami promocyjnymi. Aż 71,3% respondentów zadeklarowało, że w ostatnich dwóch latach zetknęło się z kampaniami promującymi region. Tylko 28,7% nie zauważyło żadnej formy promocji (wykres 4). Wynik ten można uznać za pozytywny z perspektywy marketingu wewnętrznego, gdyż świadczy o relatywnie szerokim zasięgu przekazu promocyjnego wśród lokalnej społeczności.

Mieszkańcy regionu, pełniący również rolę jego ambasadorów, są ważnym adresatem działań marketingowych, mających na celu m.in. budowanie ich dumy oraz satysfakcji z własnego miejsca zamieszkania, wzmacnianie poczucia tożsamości terytorialnej, jak również aktywizacji w celu współpracy na rzecz dobra regionu. Pomimo to odnotowane prawie 29% uczestników, którzy nie zauważyli żadnej kampanii, wskazuje na niewykorzystany potencjał komunikacyjny w przestrzeni lokalnej.

Wykres 4

Dla respondentów z województwa: Czy w ciągu ostatnich 1–2 lat zauważył(a) Pan(i) kampanie promujące województwo opolskie (np. materiały promocyjne, filmy, posty)?



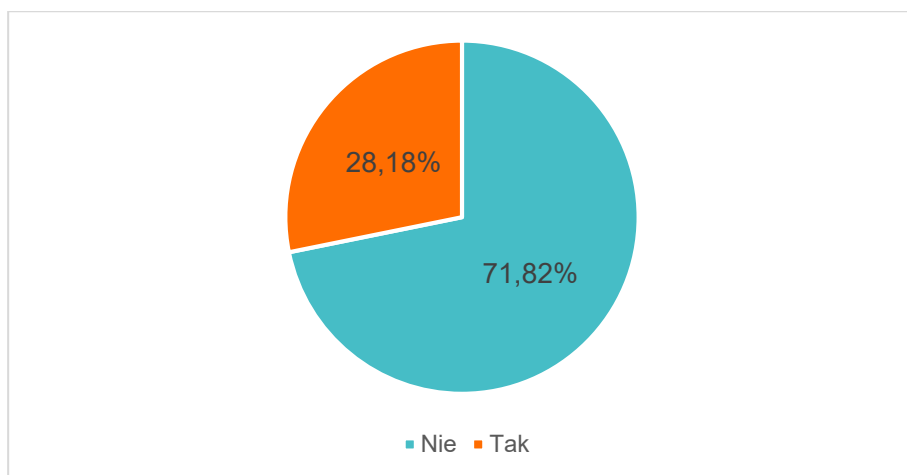
Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W przypadku respondentów spoza województwa opolskiego rozpoznawalność promocji regionu okazała się znacznie niższa, ponieważ zetknięcie z kampaniami promocyjnymi województwa opolskiego zadeklarowało 28,2% badanych, podczas gdy 71,8% nie zauważyło żadnych działań promocyjnych regionu (wykres 5). Ten wynik potwierdza przypuszczenie zawarte w hipotezie, że poziom rozpoznawalności kampanii marketingowych województwa istotnie różni się między mieszkańcami regionu a mieszkańcami innych części Polski, ponieważ działania marketingowe opolskiego mają widocznie ograniczony zasięg poza regionem i docierają głównie do lokalnej społeczności, natomiast w skali ogólnopolskiej ich oddziaływanie jest o wiele słabsze.

Warto jednak zaznaczyć, że czynnikiem podnoszącym wynik dla próby zewnętrznej była obecność w niej osób z województw sąsiednich (śląskie, dolnośląskie, łódzkie, wielkopolskie). Bliskość geograficzna i kulturowa tych regionów sprawia, że ich mieszkańcy mają większe szanse zetknąć się z informacjami o Opolszczyźnie (np. podczas przejazdu, wizyt u rodziny, wspólnych inicjatyw między regionami). Mimo to, ogólny obraz wskazuje, że promocja województwa opolskiego nie przebiła się wyraźnie do świadomości większości Polaków spoza regionu, co stanowi istotne wyzwanie dla władz samorządowych w kontekście marketingu zewnętrznego.

Wykres 5

Dla respondentów spoza województwa: Czy w ciągu ostatnich 1-2 lat zauważył(a) Pan(i) kampanie promujące województwo opolskie (np. materiały promocyjne, filmy, posty)?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Dalsza część analizy koncentrowała się na ustaleniu, które konkretnie kampanie są najbardziej znane i zapamiętane przez odbiorców. W tym celu respondentów, którzy deklarowali kontakt z promocją regionu, poproszono o wskazanie jakie kampanie marketingowe Opolszczyzny najbardziej utkwily im w pamięci (tabela 2).

Tabela 2

Częstość wskazań wybranych kampanii promujących województwo opolskie wśród mieszkańców regionu i osób spoza województwa

Kampania	Częstość (%) dla grupy spoza woj. opolskiego	Częstość (%) dla grupy woj. opolskiego
Moszna Zamek	61,3%	64,6%
Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu	54,8%	70,7%
#VISITOPOLSKIE	19,4%	36,6%
Muzeum Piastów Śląskich w Brzegu	6,5%	12,2%
Opolskie – Grzech nie spróbować	0%	2,4%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wśród mieszkańców województwa dominowały dwa najważniejsze elementy związane z marką regionu: Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej (KFPP) w Opolu oraz Zamek w Mosznej. Aż 70,7% lokalnych respondentów kojarzyło kampanie lub działania promocyjne powiązane z opolskim Festiwalem Polskiej Piosenki, a 64,6% – działania promujące Zamek w Mosznej. Są to zarazem jedne z najbardziej rozpoznawalnych symboli Opolszczyzny, pełniące rolę jej swoistych „wizytówek” od lat.

Na kolejnych miejscach pod względem rozpoznawalności znalazły się: oficjalna kampania województwa #VisitOpolskie (wskazana przez 36,6% badanych) oraz działania promocyjne Muzeum Piastów Śląskich w Brzegu (12,2%). Najnowsze hasło promocyjne „Opolskie – Grzech nie spróbować” zostało wymienione jedynie przez 2,4% respondentów, co sugeruje duże niepowodzenie tej kampanii.

W grupie osób spoza województwa opolskiego najwyższy poziom rozpoznawalności kampanii osiągnął Zamek w Mosznej (61,3%), a zaraz po nim Krajowy Festiwal Polskiej Piosenki w Opolu (54,8%). Choć wartości te są wysokie, pozostają trochę niższe niż w grupie mieszkańców regionu. Oficjalna kampania województwa #VisitOpolskie została rozpoznana przez 19,4% osób spoza regionu, co również wskazuje na dość ograniczony zasięg tej inicjatywy poza grupą wewnętrzną. Działania promocyjne Muzeum Piastów Śląskich w Brzegu wskazało jedynie 6,5% uczestników. W porównaniu do grupy zewnętrznej, relatywnie wysoka znajomość oficjalnej kampanii z hasztagiem i muzeum w Brzegu wśród mieszkańców Opolszczyzny świadczy więc o tym, że treści te skuteczniej

docierają na rynku wewnętrznym niż do odbiorców spoza województwa. Szczególnie istotnym wynikiem jest również całkowity brak wskazań nowego hasła promocyjnego „Opolskie – Grzech nie spróbować”, co świadczy o jego zupełnym braku rozpoznawalności poza granicami województwa.

Respondentom spoza województwa opolskiego zostało zadane pytanie otwarte „Z czym kojarzy się Panu/Pani województwo opolskie?”, a jego wyniki wskazały na wyraźną przewagę kilku wyodrębnionych kategorii, przy jednocześnie wysokim odsetku deklarowanego braku skojarzeń (tabela 3). Pytanie miało na celu zbadać, jakie są spontaniczne skojarzenia osób spoza regionu, aby lepiej zrozumieć, co buduje obraz Opolszczyzny w ich świadomości. Najczęściej wskazywaną kategorią były festiwale i kultura muzyczna, przede wszystkim Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu. Aż 46 osób (33,58%) wiązało województwo właśnie z tym wydarzeniem lub wydarzeniami pokrewnymi, takimi jak kabareton, oraz z innymi atrakcjami kulturowymi, takimi jak Mural Krzysztofa Krawczyka czy Aleja Gwiazd Polskiej Piosenki. Potwierdza to siłę tej marki jako silnego wyróżnika tożsamości regionu. Drugą najliczniejszą kategorią były osoby deklarujące brak skojarzeń (23,36%), co może świadczyć o niskiej obecności Opolszczyzny w ogólnopolskiej przestrzeni medialnej. Na kolejnych miejscach uplasowały się skojarzenia z przyrodą i rekreacją (14,6%) oraz z architekturą i zabytkami (7,3%), z których dominował Zamek w Mosznej. Nielicznie wskazywano także inne elementy, jak Opole jako miasto (5,84%), mniejszość niemiecka (4,38%), przemysł i studia (2,92%) czy dojazd (2,19%).

Tabela 3

Z czym kojarzy się Panu/Pani województwo opolskie?

Kategoria skojarzeń	Ilość odpowiedzi i udział	Przykładowe oryginalne wpisy respondentów
1. Festiwale/ kultura muzyczna	46 (33,58%)	„Festiwal piosenki polskiej w Opolu”, „Z festiwalami muzycznymi”, „Z kabaretonem”, „Z muzyką”, „Mural z Krzysztofem Krawczykiem”, „Od przedszkola do Opolu”, „Aleja Gwiazd Polskiej Piosenki”
2. Brak skojarzeń/ „nic”	32 (23,36%)	„Szczерze z niczym”, „Z niczym. Zdążyłem zapomnieć, że istnieje takie województwo.”, „Brak”, „Z niczym szczególnym”, „Z niczym konkretnym”, „Trudno powiedzieć, bo faktycznie brak jest kampanii promujących rejon.”
3. Przyroda/ rekreacja	20 (14,6%)	„Góra Św. Anny, Jezioro Nyskie”, „Cisza, spokój i relaks”, „Wypoczynkiem”, „Rzeka Odra”, „Ładne tereny”, „Z jeziorami”, „Dużo zieleni, czyste miasta”, „Dużo pól, ładne górki, spokojne okolice”, „Góry Opawskie”, „Województwo opolskie kojarzy mi się przede wszystkim z dużą ilością urokliwych małych wiosek oraz rozległych pól uprawnych.”, „Spokojnym miejscem do odpoczynku. Bez tłumów. W przyjaznej skali.”
4. Zabytki/ architektura (w tym historyczna)	10 (7,30%)	„Zamek w Mosznej”, „Nysa”, „Z różnorodną architekturą wsi”,
5. Miasto Opole (bez festiwalu)	8 (5,84%)	„Z samym miastem Opole”, „Dla mnie głównie z miastem Opolem i opolskim rynkiem”
6. Mniejszość niemiecka/ wielokulturowość	6 (4,38%)	„Z dwujęzycznymi znakami nazw miejscowości (PL-DE)”, „Wielokulturowość”, „Z Niemcami”, „Z powojenną polonizacją i próbą odciążenia się od niemieckich korzeni. Dużym od wpływem migracji zarobkowych. Mniejszością niemiecką i Konsulatem Niemiec.”
7. Inne	6 (4,38%)	„Najmniejsze województwo w Polsce”, „Najmniejsze, nieznane województwo”, „Z małym województwem”, „Z największym zużyciem energii elektrycznej na mieszkańca”, „Drugie województwo śląskie”, „Smaczne jedzenie. Taki prawie Śląsk”
8. Praca/studia/ przemysł	4 (2,92%)	„Elektrownia Opole”, „Studia na PO”, „Umicore”, „Z pracą”
9. Dojazd	3 (2,19%)	„Tylko przejazd”, „Z dojazdem do woj. dolnośląskiego”, „Pośrednio z Wrocławiem”
10. Rodzina	2 (1,46%)	„Rodziną”, „Miejsce urodzenia, rodzinne”,

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Analiza spontanicznych skojarzeń respondentów spoza województwa opolskiego ponownie potwierdza, że wizerunek regionu w świadomości zewnętrznej opiera się głównie na dobrze zakorzenionych markach, w tym wypadku Krajowym Festiwalu Polskiej Piosenki w Opolu. Jest to ten sam symbol, który najczęściej pojawiał się w pytaniach zamkniętych dotyczących rozpoznawalnych kampanii, co świadczy o jego dominującej roli w komunikacji marketingowej Opolszczyzny. Jednocześnie relatywnie wysoki odsetek osób deklarujących brak jakichkolwiek skojarzeń z regionem (ponad 23%) oraz niskie wskazania dla pozostałych kategorii (przyroda, architektura, miasto Opole, praca, kultura mniejszości) dowodzą, że promocja regionu jest zbyt wąska tematycznie i nie obejmuje wystarczająco szerokiego spektrum zasobów. Wizerunek regionu, choć w pewnym stopniu ugruntowany, pozostaje jednowymiarowy i mało zróżnicowany, co może wpływać na jego ograniczoną rozpoznawalność oraz niską atrakcyjność w skali ogólnopolskiej. Wyniki te wskazują na potrzebę szerszego wykorzystania mniej eksploatowanych, ale atrakcyjnych zasobów regionu w celu budowy bardziej kompletnego i nowoczesnego obrazu województwa opolskiego w świadomości zewnętrznej.

4.3. Ocena skuteczności działań promocyjnych województwa Opolskiego

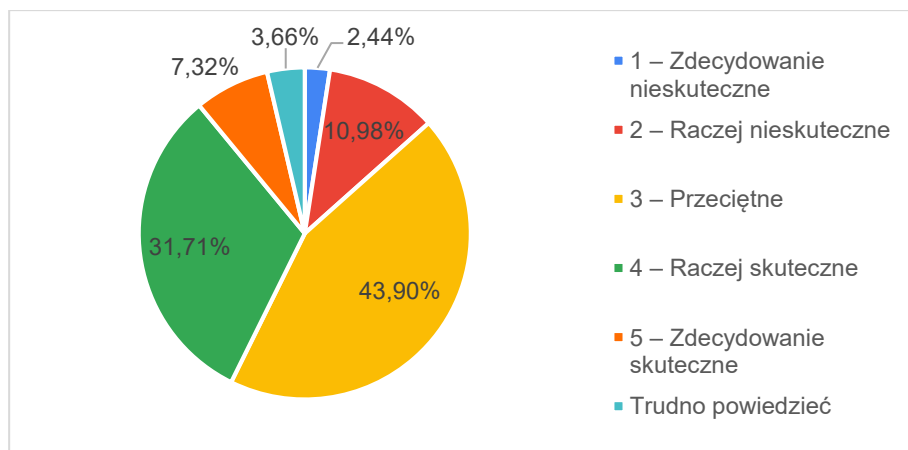
Kolejnym elementem przeprowadzonego badania była ocena skuteczności dotychczasowych działań marketingowych województwa opolskiego. Celem tej części analizy było poznanie subiektywnej opinii respondentów na temat skuteczności kampanii promujących region oraz ich wpływu na postrzeganie Opolszczyzny.

Wyniki badania wskazują na wyraźną dominację ocen umiarkowanych, co sugeruje, że działania promocyjne regionu są zauważalne, lecz nie w pełni przekonujące. Wśród mieszkańców województwa opolskiego najczęściej wskazywaną oceną skuteczności kampanii była odpowiedź „przeciętnie” (43,9%). Oceny pozytywne, obejmujące odpowiedzi „raczej skutecznie” oraz „zdecydowanie skutecznie”, stanowiły łącznie 39,03% (odpowiednio 31,71% i 7,32%). Krytyczne opinie występowały rzadziej – 10,98% badanych uznało działania promocyjne za „raczej nieskuteczne”, a jedynie 2,44% za „zdecydowanie nieskuteczne” (wy-

kres 6). Respondenci zauważają zatem działania promocyjne, jednak nie postrzegają ich jako silnych impulsów decydujących o wizerunku, rozpoznawalności czy aktywności społecznej. Oznacza to, że kampanie promocyjne są obecne w świadomości mieszkańców, jednak ich przekaz rzadko przekłada się na głębsze zaangażowanie, które rozumiane jest nie tylko jako częstsze uczestnictwo w wydarzeniach czy większa chęć pełnienia roli ambasadora regionu np. w mediach społecznościowych, ale również jako wzrost dumy lokalnej i poczucia tożsamości kulturowej, pogłębienie wiedzy o własnym regionie, oraz identyfikację z wartościami promowanymi w działaniach marketingowych.

Wykres 6

Jak ocenia Pan(i) skuteczność kampanii promujących województwo wśród mieszkańców regionu?

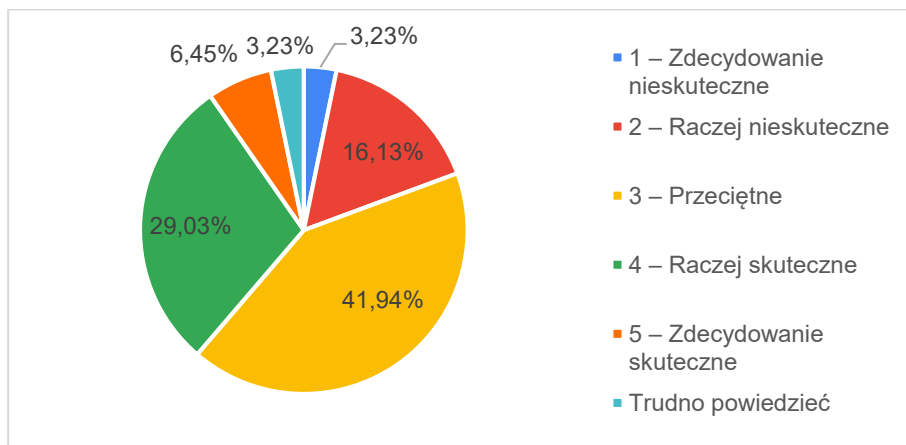


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Zbliżony rozkład odpowiedzi zaobserwowano w grupie respondentów spoza regionu. Najwięcej osób oceniło skuteczność kampanii również jako „przeciętną” (41,94%), natomiast 29,03% uznało je za „raczej skuteczne”. Oceny negatywne były nieco częstsze niż wśród mieszkańców województwa – 16,13% badanych stwierdziło, że promocja województwa jest „raczej nieskuteczna”. Opinie skrajnie pozytywne lub skrajnie negatywne pojawiały się rzadko, co ponownie wskazuje na dominację postaw umiarkowanych i brak wyraźnej polaryzacji ocen (wykres 7).

Wykres 7

Czy uważa Pan(i), że województwo opolskie skutecznie promuje swoje walory wśród mieszkańców innych regionów Polski?

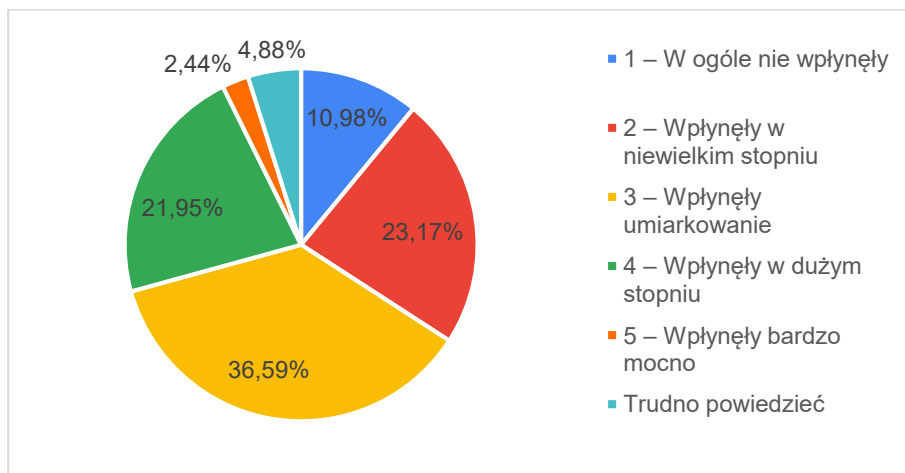


Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wyniki dotyczące wpływu kampanii promujących województwo opolskie na opinię mieszkańców regionu wskazują, że działania te są dostrzegalne, lecz ich rola ma głównie charakter podtrzymujący i wzmacniający istniejący pozytywny wizerunek regionu, a nie istotnie go kształtujący. Najczęściej wskazywaną odpowiedzią był „umiarkowany wpływ” (36,59%), co w połączeniu z odpowiedziami „niewielki wpływ” (23,17%) ponownie potwierdza zachowawcze, choć generalnie przychylne postrzeganie kampanii. Łącznie 24,39% respondentów uznało, że kampanie wpłynęły na ich opinię w „dużym stopniu” (21,95%) lub „bardzo mocno” (2,44%), natomiast jedynie 10,98% oceniło, że nie miały one żadnego wpływu (wykres 8), co sugeruje, że mieszkańcy, którzy już wcześniej postrzegali Opolszczyznę jako atrakcyjną, traktują przekaz marketingowy raczej jako narzędzie utrwalania dotychczasowego wizerunku, niż jako czynnik wywołujący istotne zmiany w ich percepcji regionu.

Wykres 8

W jakim stopniu kampanie i materiały promujące województwo wpłynęły na Pana/Pani opinię o regionie?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

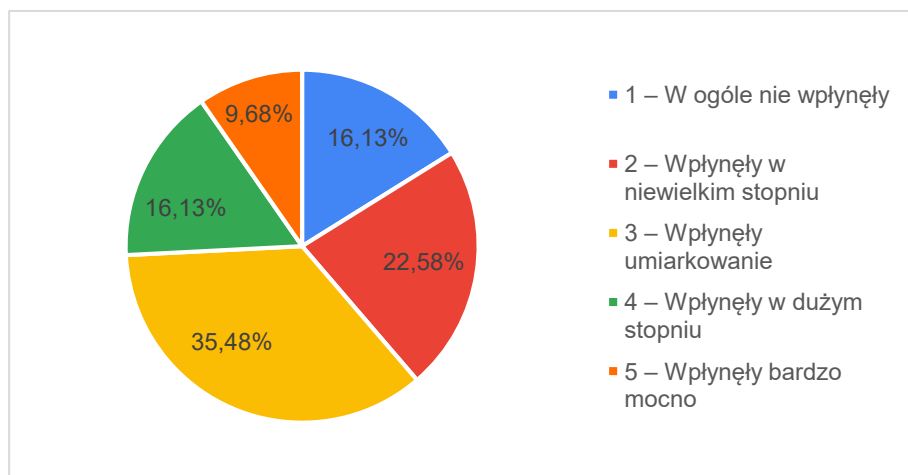
Respondenci spoza województwa opolskiego wykazali podobną powściągliwość w ocenie wpływu kampanii promocyjnych na swoje zainteresowanie regionem. Najczęściej wskazywaną odpowiedzią był „umiarkowany wpływ” (35,48%), a 22,58% badanych oceniło ten wpływ jako „niewielki”. Warto również odnotować, że 16,13% respondentów zadeklarowało, iż kampanie w ogóle nie wpłynęły na ich zainteresowanie województwem opolskim jako miejscem potencjalnej wizyty, natomiast 9,68% dostrzegало w nich bodziec o bardzo dużej sile oddziaływania („bardzo mocny wpływ”). Choć drugi wynik jest wyższy niż w przypadku grupy wewnętrznej (2,44%), różnica ta, ze względu na ograniczoną liczebność prób, nie pozwala na jednoznaczne wnioski o większej skuteczności przekazu wśród odbiorców zewnętrznych (wykres 9). W grupie zewnętrznej działania promocyjne są oceniane również jako umiarkowanie efektywne w zmianie percepcji regionu oraz działania jako czynnik motywujący. Jeśli kampanie są zauważone, najczęściej pełnią funkcję neutralnego tła informacyjnego, nieprzekładającego się bezpośrednio na decyzje o wizycie.

Na podstawie zebranych danych można stwierdzić, że dotychczasowe działania promocyjne województwa opolskiego są subiektywnie oceniane przez respondentów jako przeciętnie skuteczne w obu grupach. Widocz-

ność kampanii można uznać za relatywnie wysoką, jednak ich efektywność w zakresie realnego wpływu na decyzje i postrzeganie regionu jest ograniczona.

Wykres 9

W jakim stopniu kampanie lub materiały promocyjne wpłynęły na Pana/Pani zainteresowanie województwem opolskim jako miejscem potencjalnego wypoczynku lub wizyty?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Może to wynikać z kilku czynników. Po pierwsze, skala i budżet kampanii województwa opolskiego są istotnie mniejsze niż w przypadku większych, bardziej rozpoznawalnych regionów. Po drugie, promocja regionu opiera się głównie na wykorzystywaniu siły marki dwóch utrwalonych symboli (KFPP, Zamek w Mosznej), co ogranicza różnorodność narracyjną. Po trzecie, brak jednolitego i konsekwentnego motywu przewodniego powoduje rozproszenie przekazu i brak silnej identyfikacji regionu jako spójnego produktu turystycznego. Wreszcie, konkurencja informacyjna w przestrzeni promocyjnej, zwłaszcza ze strony regionów typowo turystycznych, sprawia, że Opolszczyzna znajduje się na dalszym planie w krajowej świadomości turystycznej i często pozostaje zapomniana.

5. PODSUMOWANIE

Na podstawie przeprowadzonych badań i analizy danych empirycznych można stwierdzić, że marketing terytorialny województwa opolskiego wykazuje częściową skuteczność, zwłaszcza w obszarze promocji wewnętrznej, przy jednoczesnej ograniczonej sile oddziaływania w skali ogólnopolskiej. Wyniki wskazują, że mieszkańcy regionu są w znacznie większym stopniu odbiorcami treści promocyjnych i lepiej rozpoznają prowadzone kampanie, jednak efekty tych działań mają głównie charakter wzmacniający istniejący wizerunek regionu, a nie budujący nowe skojarzenia czy zachowania. Z kolei grupa spoza województwa wskazuje na niską rozpoznawalność kampanii, jednowymiarowy obraz regionu oraz ograniczone zainteresowanie Opolszczyzną jako miejscem potencjalnej wizyty.

Badania potwierdziły dominację dwóch symboli regionalnych, Krajowego Festiwalu Piosenki Polskiej w Opolu oraz Zamku w Mosznej, jako głównych skojarzeń i najlepiej zapamiętywanych elementów promocji. Są to jednak marki o długiej tradycji, które funkcjonują w świadomości odbiorców niezależnie od bieżących kampanii marketingowych. Ich wysoka rozpoznawalność nie przekłada się automatycznie na zainteresowanie regionem jako całością, szczególnie w kontekście turystycznym. Ponadto, spontaniczne skojarzenia respondentów spoza regionu wskazują na niski poziom obecności województwa opolskiego w świadomości społecznej – aż 23% badanych nie potrafiło wskazać żadnych skojarzeń z tym regionem.

Ocena skuteczności kampanii była w obu grupach umiarkowana i pozbawiona skrajnych wskazań. Oznacza to, że województwo opolskie potrzebuje pogłębionej strategii marketingowej, która nie tylko utrwała znane symbole, ale także wprowadza nowe narracje i eksponuje inne, mniej rozpoznane, ale potencjalnie atrakcyjne zasoby – takie jak dziedzictwo architektoniczne (Zamek w Brzegu, Byczyna, Nysa), przyroda (Jezioro Nyskie, Góry Opawskie), czy wielokulturowość.

W świetle uzyskanych wyników sformułować można następujące rekomendacje strategiczne dla dalszego rozwoju marketingu terytorialnego województwa opolskiego:

1. **Zwiększenie skali i zasięgu promocji zewnętrznej** – promocja regionu powinna zostać rozszerzona poza granice województwa, szczególnie w kierunku sąsiednich województw, które już przejawiają zainteresowanie Opolszczyzną, a także większych ośrodków miejskich i województw o dużym zagęszczeniu ludności, które mogłyby docenić spokój, kameralność i unikalny urok regionu. Niezbędne jest prowadzenie kampanii ogólnopolskich (w tym w formie digital marketingu) oraz współpraca z ogólnopolskimi mediami i twórcami internetowymi (influencerami), którzy mogą skutecznie dotrzeć do szerokich grup odbiorców.
2. **Dywersyfikacja przekazu marketingowego** – dotychczasowe działania promocyjne zdominowane są przez dwa symbole regionu, warto więc rozbudować narrację o mniej eksploatowane, ale atrakcyjne tematy: np. dziedzictwo historyczne, szlaki rowerowe i piesze np. w Górach Opawskich, ciszę i spokój przyrodniczy, a także wielokulturowość Opolszczyzny.
3. **Budowa spójnej i nowoczesnej marki regionalnej** – zebrane dane wskazują na brak wyrazistego, konsekwentnego motywu przewodniego w dotychczasowych kampaniach promocyjnych. Zaleca się opracowanie kompleksowej strategii marki województwa, opartej na pogłębionych badaniach wizerunkowych, wiedzy lokalnej oraz potrzebach różnych grup interesariuszy. Kluczowym elementem tej strategii powinna być nowoczesna, dopracowana identyfikacja wizualna, która wyznaczy stały kierunek dla wszystkich działań promocyjnych w kanałach online, jak i offline.
4. **Wzmocnienie roli mieszkańców jako ambasadorów regionu** – marketing wewnętrzny, choć relatywnie silniejszy, nadal posiada niewykorzystany potencjał. Aktywne włączanie mieszkańców w promocję, np. poprzez konkursy, działania treści tworzonych przez użytkowników w mediach społecznościowych i Internecie (UGC), lokalne kampanie społeczne czy storytelling, może znacząco zwiększyć autentyczność i zasięg przekazu.
5. **Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi cyfrowych** – pomimo obecności województwa opolskiego w mediach społecznościowych oraz na platformach takich jak YouTube, aktywność ta ma charakter nieregularny, niespójny i często pozbawiony integracji z pozosta-

łymi kanałami komunikacji. Rekomenduje się wdrożenie nowoczesnych narzędzi marketingu cyfrowego, w tym zaawansowanego targetowania, remarketingu oraz personalizacji treści, co pozwoli na bardziej precyzyjne i efektywne docieranie do zdefiniowanych grup odbiorców oraz zwiększenie zaangażowania w przekaz promocyjny.

- 6. Systematyczne monitorowanie i ewaluacja działań promocyjnych** – prowadzenie regularnych badań ewaluacyjnych i analiz efektywności kampanii, zarówno w wymiarze zasięgowym, jak i percepcyjnym, pozwoli lepiej zarządzać budżetem promocyjnym i reagować na zmieniające się potrzeby odbiorców.

Województwo opolskie dysponuje unikalnymi zasobami, które stanowią solidną bazę dla promocji regionalnej. Jednak bez strategicznego zarządzania wizerunkiem, zwiększenia skali działań zewnętrznych oraz rozszerzenia narracji promocyjnej, region ten może nadal pozostawać w cieniu silniejszych konkurentów. Przeprowadzone badania wskazują kierunki rozwoju i umożliwiają wyznaczenie priorytetów, które w dłuższej perspektywie mogą przyczynić się do skuteczniejszego budowania marki Opolszczyzny, zarówno w oczach jej mieszkańców, jak i w świadomości ogólnopolskiej.

Literatura:

- [1] CHRZAN E.: *Marketing terytorialny w kontekście rozwoju zrównoważonego*. Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie 2015, nr 20.
- [2] EISINGER P.: *The Politics of Bread and Circuses. Building the City for the Visitor Class*. Urban Affairs Review, 2000, vol. 35, No. 3.
- [3] FLOREK M.: *Podstawy marketingu terytorialnego*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu 2013.
- [4] KOTLER P., LEVY, S.J.: *Broadening the Concept of Marketing*. Journal of Marketing 1969, vol. 33, No. 1.
- [5] RASZKOWSKI A.: *Place marketing in the process of territorial identity creation and strengthening*. Journal of European Economy 2014, vol. 13, No. 2.
- [6] RUPIK K.: *Rozwój koncepcji marketingu terytorialnego – analiza historyczna*. W: SZULCE, H., FLOREK, M. (red.), *Marketing terytorialny: możliwości aplikacji, kierunki rozwoju*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu 2005.

- [7] SEKUŁA A.: *Marketing terytorialny*. W: DASZKOWSKA M. (red.), *Marketing. Ujęcie systemowe*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej 2005.
- [8] SZROMNIK A.: *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*. Kraków: Wolters Kluwer Polska 2010.
- [9] WARD S.V.: *Selling Places: The Marketing and Promotion of Towns and Cities 1850–2000*. London: E & FN Spon 1998.
- [10] ZAWADZKI P.: *Targi turystyczne jako narzędzie aktywności promocyjnej powiatu jeleniogórskiego*. W: *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 2017, nr 473.

Mgr Angelika Redas

Politechnika Opolska

Wydział Ekonomii i Zarządzania

ul. Luboszycka 7 45-036 Opole

a.redas@student.po.edu.pl

Recenzja monografii naukowej pod redakcją K. Zawadzkiego, M. Wojdyło i A. Sudolskiej „W kręgu rynku pracy i polityki społecznej. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Zenonowi Wiśniewskiemu z okazji 50-lecia pracy naukowej”. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2022.

Monografia składa się z dwóch części, z których pierwsza zawiera sylwetkę naukową prof. Z. Wiśniewskiego, wspomnienia współpracownika, dorobek naukowy i fotowspomienia.

Druga część publikacji zawiera opracowania naukowe pod wspólnym tytułem „Wokół wyzwań rynku pracy i polityki społecznej”. Rozpoczyna ją esej określający podstawowe zagadnienia badawcze dotyczące wciąż aktualnych zagadnień związanych z pracą ludzką. Rozdział o charakterze metodologicznym odnosi się do stosowania wnioskowania statystycznego w badaniach ekonomicznych.

Następny rozdział „Praca na własny rachunek w praktyce ZUS” łączy w sobie elementy teoretyczne i praktyczne. Szczególną uwagę zwrócono na pracę na własny rachunek (i rozwiązania pokrewne) z perspektywy działalności ZUS. Odniesiono się do wsparcia finansowego przedsiębiorców, tarczy antykryzysowej, zmian związanych z wprowadzeniem programu „Polski Ład” oraz ułatwień dla przedsiębiorców w projektach informatycznych realizowanych w ZUS. Zwrócono również uwagę na patologie pojawiające się na rynku pracy, m.in. „wypychanie” pracowników na samozatrudnienie.

Kolejne opracowanie odnosi się do pandemii covid-19 jako do szoku strukturalnego, wywołującego różne skutki, w zależności od charakterystyk cząstkowych rynków pracy (znaczenia dla zdrowia, życia i bezpieczeństwa ludności, możliwości wykorzystania pracy zdalnej, wymaganego stopnia interakcji społecznej oraz skali absorpcji pomocy ze strony państwa).

Następne rozważania dotyczą wpływu na działania HR „nowej normalności” (wywołanej zmianami technologii, demografii i pandemii), z perspektywy zarządzania efektami i rozwojem pracowników w organizacji.

Kolejnych kilka rozdziałów traktuje o aktywności zawodowej osób starszych. Zawierają one rozważania na temat utrudnień dla aktywności osób starszych wynikających z pandemii i kierunków możliwych zmian w poziomie wieku emerytalnego na przykładzie Wielkiej Brytanii i Polski. Następnie przedstawiono uwarunkowania podejmowania pracy zarobkowej przez osoby starsze, determinanty popytu na pracę osób starszych, czynniki wpływające na podaż pracy zgłaszanej przez tę grupę oraz możliwe działania państwa na rzecz promowania pracy seniorów. Wskazano na elastyczne formy organizacji pracy i czasu pracy jako rozwiązania sprzyjające wydłużeniu zatrudnienia pracowników 50+. Zwrócono uwagę, że niskiemu poziomowi aktywności zawodowej osób w wieku poprodukcyjnym towarzyszą ich deklaracje co do gotowości kontynuacji pracy w przypadku spełnienia pewnych oczekiwań. Można spodziewać się wzrostu aktywności zawodowej seniorów dzięki zmianie struktury zatrudnienia w gospodarce, tj. wzrostu ilości miejsc pracy o charakterze nierobotniczym (aktywność zawodowa seniorów rośnie wraz z poziomem ich wykształcenia). Ważną rolę pełni polityka senioralna, dedykowana osobom starszym w celu pobudzania ich aktywności zawodowej i udziału w życiu społecznym.

Kolejne opracowanie dotyczy pomocy postpenitencjarnej we współczesnej Polsce i konieczności jej modyfikacji. Następne rozważania odnoszą się do globalizacji, zmian technologicznych, organizacyjnych i demograficznych jako czynników zwiększenia zapotrzebowania na wykwalifikowanych pracowników w Niemczech. Monografię kończy opracowanie na temat upadłości podmiotów gospodarczych w Niemczech i ich przyczyn w postaci przyjęcia błędnych strategii rynkowych, wyboru niewłaściwej formy prawnej i nietrafionej polityki zatrudnienia.

Mariusz Zieliński



POLITECHNIKA
OPOLSKA

ISSN 2353-8899

