SCIENTIARUM POLONORUM

# ACTA

## Oeconomia

4 (2) 2005

**Lista prac nominowanych przez Rady Naukowe serii do konkursu o nagrodę Rektorów Polskich Uczelni Rolniczych „Praca Roku 2004 w *ACTA SCIENTIARUM POLONORUM*"**

Seria **Administratio Locorum**

Surowiec G., 2004. Zastosowanie drzew decyzyjnych do analiz rynku nieruchomości w zakresie predykcji cen na przykładzie rynku lokali mieszkalnych w Krakowie. *Acta Sci. Pol., Adm. Loc.* 3(1), 101–111.

Seria **Architectura**

Dąbkowski S.L., Garbulewski K., Pachuta K., 2004. Mechaniczne właściwości darni traw. *Acta Sci. Pol., Architectura* 3(1) 2004, 23–35.

Seria **Agricultura**

Szombathová N., Dębska B., Lacko-Bartošová M., Zaujec A., Gonet S.S., 2004. Characteristics of humic acids isolated from soils under various farming systems. *Acta Sci. Pol., Agricultura* 3(2), 37–45.

Seria **Biotechnologia**

Podgórski W., Gąsiorek E., Leśniak W., Gadomski K., 2004. Bioutilization and biotransformation of wastes and by-products from food industry into organic acids. *Acta Sci. Pol., Biotechnologia* 3(1–2), 55–66.

Seria **Formatio Circumiectus**

Smoczyński L., Wardzyńska R., Załęska-Chróst B., 2004. Elektrokoagulacja a koagulacja chemiczna. Porównanie metod oczyszczania ścieków celulozowo-papierniczych. *Acta Sci. Pol., Form. Circ.* 3(2), 3–14.

Seria **Hortorum Cultus**

Lema-Rumińska J., Zalewska M., 2004. Studies on flower pigments of chrysanthemum mutants: Nero and Wonder groups. *Acta Sci. Pol., Hort. Cult.* 3(1), 125–135.

Seria **Medicina Veterinaria**

Flieger S., Boratyński Z., Matysek M., 2004. Autonomiczne ośrodki przywspółczulne dla gruczołu sutkowego świni. *Acta Sci. Pol., Med. Vet.* 3(2), 71–77.

Seria **Oeconomia**

Wasilewski M., 2004. Metody ABC i XYZ w zarządzaniu zapasami w gospodarstwach indywidualnych. *Acta Sci. Pol., Oeconomia* 3(2), 131–138.

Seria **Piscaria**

Furgała-Selezniow G., Mamcarz A., 2004. Food resource partitioning by peled larvae (*Coregonus peled* Gmel.) of various size, reared in illuminated cages at different densities. *Acta Sci. Pol., Piscaria* 3(1–2), 23–32.

Seria **Silvarum Colendarum Ratio et Industria Lignaria**

Dobies T., 2004. Nicienie – pasożyty roślin (*Nematoda, Tylenchida, Dorylaimida)* szkółek leśnych. *Acta Sci. Pol., Silv. Colendar. Rat. Ind. Lignar.* 3(2), 33–48.

Seria **Technica Agraria**

Kornarzyński K., 2004. Próba oceny procesu blanszowania i zamrażania próżniowego materiału roślinnego na podstawie badania kinetyki absorpcji wody. *Acta Sci. Pol., Tech. Agrar.* 3(1–2), 39–48.

Seria **Zootechnica**

Adamski M., 2004. Cechy mięsne oraz zależności między wymiarami a składem tkankowym tuszek kaczek z rodu A44. *Acta Sci. Pol., Zootechnica* 3(2), 3–16.

# ACTA SCIENTIARUM POLONORUM

Czasopismo naukowe założone w 2001 roku przez polskie uczelnie rolnicze


## Oeconomia

Ekonomia


4 (2) 2005

Bydgoszcz Kraków Lublin Olsztyn
Poznań Siedlce Szczecin Warszawa Wrocław

Rada Programowa *Acta Scientiarum Polonorum*

Kazimierz Banasik (Warszawa), Janusz Falkowski (Olsztyn),
Florian Gambuś (Kraków), Franciszek Kluza (Lublin), Edward Niedźwiecki (Szczecin),
Janusz Prusiński (Bydgoszcz), Jerzy Sobota (Wrocław) – przewodniczący,
Stanisław Socha (Siedlce), Waldemar Uchman (Poznań)

Rada Naukowa serii *Oeconomia*

Carol J. Cumber (South Dakota State University, Brookings, USA)
Lech Pałasz (Szczecin), Maria Parlińska (Warszawa),
Janina Sawicka (Warszawa) – przewodnicząca,
Richard Shane (South Dakota State University, Brookings, USA)
Evert Van der Sluis (South Dakota State University, Brookings, USA)
Grzegorz Spychalski (Szczecin), Michał Sznajder (Poznań),
Loren Tauer (New York, USA)

Sekretarz serii *Oeconomia*

Iwona M. Pomianek (Warszawa)
e-mail: iwona_pomianek@sggw.pl

Projekt okładki
Daniel Morzyński

Opracowanie redakcyjne
Jan Kiryjow

Łamanie
Zofia Orlowska

ISSN 1644-5707

Wydanie publikacji dofinansowane przez Komitet Badań Naukowych

© Copyright by Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2005

Wydawnictwo SGGW, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa
tel. (0 22) 593 55 20 (-22 – sprzedaż), fax (0 22) 593 55 21
e-mail: jmw_wyd@alpha.sggw.waw. pl
www.wydawnictwosggw.pl

Nakład 300 + 16 egz. Ark. druk. 7,5.
Druk: Agencja Reklamowo-Wydawnicza A. Grzegorczyk

## *Od Rady Naukowej*

*Jest to już ósmy numer czasopisma Acta Scientiarum Polonorum – Oeconomia będącego jedną z piętnastu serii, wydawanych z tą samą regularnością, w ujednoliconej szacie graficznej i podobnym formacie redakcyjnym oraz merytorycznym. Dotychczasowe zaangażowanie wszystkich uczelni rolniczych w kraju w wydawanie jednego czasopisma w różnych seriach tematycznych o wysokim poziomie merytorycznym gwarantuje, że przy zgodnym wysiłku autorów oraz Rad Programowej i Naukowych czasopismo Acta Scientiarum Polonorum, w tym nasza seria Oeconomia, zdobędzie godne miejsce w środowisku naukowym i akademickim.*

*Artykuły do serii mogą być przygotowywane w języku polskim z tytułem, słowami kluczowymi i streszczeniem w języku angielskim. Rada Naukowa serii Oeconomia zwraca uwagę na ważność tego typu informacji, a więc i potrzebę ich starannego opracowania, bowiem zawartość każdego numeru w postaci abstraktów w języku angielskim jest upowszechniana na stronach internetowych. Część artykułów autorów z Polski i z zagranicy może być publikowana w wersji angielskiej. Wydajemy dwa numery serii w ciągu roku. Dotychczasowe numery zostały wydane przez Wydawnictwo SGGW na koszt Wydziału Ekonomiczno-Rolniczego SGGW. Rada Programowa Acta... na spotkaniu w listopadzie 2003 roku w Siedlcach ustaliła, iż od 2004 roku autorzy partycypują w kosztach publikacji w wysokości 250 zł od artykułu.*

*Zgłaszane artykuły prosimy przesyłać pocztą elektroniczną na jeden z poniższych adresów:*

*janina_sawicka@sggw.pl*
*iwona_pomianek@sggw.pl*

*W przypadku przesyłania wydruku (w 2 egzemplarzach) należy dołączyć również nośnik elektroniczny (dyskietkę lub CD). Przesyłkę z dopiskiem Acta Scientiarum Polonorum – Oeconomia prosimy kierować na adres:*

*Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy*
*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego*
*ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa*
*tel. (022) 593 40 70; fax (022) 593 40 77*

*Z poważaniem*
*Dr hab. Janina Sawicka, prof. nadzw. SGGW*
*Przewodnicząca Rady Naukowej serii Oeconomia*

ACTA Oeconomia 4 (2) 2005, 5–15

# OCENA ROZWOJU SEKTORA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO[1]

Piotr Bórawski
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

**Streszczenie.** Celem artykułu jest poznanie czynników rozwoju 112 przedsiębiorstw wybranych ze spisu REGON w województwie warmińsko-mazurskim. Ponadto, przedstawiono sytuację finansową oraz zasięg działania badanych podmiotów gospodarczych. Ukazano także wykorzystywane przez przedsiębiorców środki reklamy i promocji. W pracy przedstawiono również szanse i zagrożenia związane z prowadzonym przedsięwzięciem. Zaprezentowano także opinie respondentów dotyczące znaczenia integracji europejskiej dla prowadzonego przedsięwzięcia gospodarczego.

**Słowa kluczowe:** małe i średnie przedsiębiorstwa, zatrudnienie, sytuacja finansowa, reklama i promocja, szanse i zagrożenia rozwoju

## WSTĘP

Szczególne znaczenie w rozwoju gospodarki województwa warmińsko-mazurskiego odgrywają małe i średnie firmy. Właściciele tych przedsiębiorstw charakteryzują się elastycznością działania, która wyraża się w łatwości podejmowania ryzyka. Przedsiębiorcy mający bezpośrednie kontakty z klientami mogą szybko reagować na zmiany ich potrzeb [Niedzielski 1999].

Według Machowskiego [1994], małe przedsiębiorstwa są otwarte na postęp techniczny, realizację nowych idei, są dobrze przystosowane do lokalnych warunków zaopatrzenia i zbytu, ponoszą mniejsze koszty administracyjne i transportu. Stosunkowo niskie koszty jednego miejsca pracy umożliwiają wykorzystanie małych zakładów do aktywizacji terenów gospodarczo zaniedbanych i racjonalnego zatrudnienia nadwyżek siły roboczej.

[1]Wykonano w ramach tematu: 3P06R 06425.
Adres do korespondencji – Corresponding author: Piotr Bórawski, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Katedra Agrobiznesu i Ekonomii Środowiska, plac Łódzki 2, 10-957 Olsztyn, e-mail: pboraw@moskit.uwm.edu.pl

Małe i średnie przedsiębiorstwa charakteryzują się elastycznością działania oraz dostawaniem do otoczenia, co wyraża się częstym wprowadzaniem zmian. Innowacyjność i wykorzystanie posiadanych zasobów to kolejna cecha tych przedsiębiorstw [Krynicki 2001].

Ponadto, mimo dużych dysproporcji przestrzennych w potencjale MSP, odgrywają one ważną rolę zarówno w regionach przodujących pod względem aktywności gospodarczej, jak i w regionach peryferyjnych.

Gospodarcze i społeczne funkcje pełnione przez małe i średnie przedsiębiorstwa zależą zarówno od osiągniętego już poziomu rozwoju gospodarczego, jak i ustroju społeczno-politycznego [Piasecki 1998]. Autor podkreśla, że nawet w krajach o podobnym poziomie gospodarki rola małych i średnich przedsiębiorstw jest inna, a stan rozwoju zróżnicowany. Jest to wynikiem odmiennej polityki promocji tego sektora, kultury przedsiębiorczej i stosunku społeczeństwa do inicjowania i prowadzenia działalności gospodarczej przez członków danej społeczności.

## CEL I METODA BADAŃ

Głównym celem badań prezentowanych w artykule było poznanie wybranych czynników rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowanych w regionie warmińsko-mazurskim. Przedmiotem badań były przedsiębiorstwa, ich wielkość, bieżąca sytuacja finansowa, zasięg geograficzny, środki reklamy i promocji. Badania przeprowadzono w drugiej połowie 2004 r. Dobór próby do badań był losowy. Operatem badania był spis przedsiębiorstw w systemie REGON.

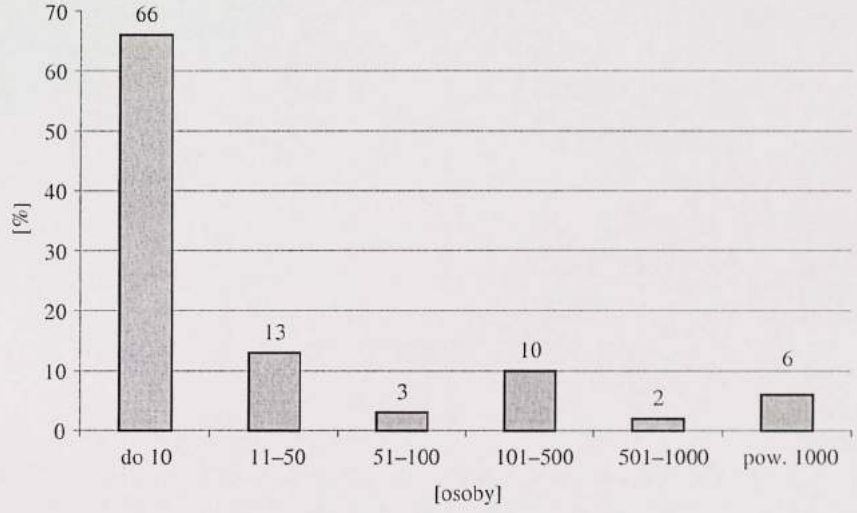
W badaniach wykorzystano kwestionariusz wywiadu, który został przeprowadzony wśród 112 właścicieli przedsiębiorstw przez przeszkolonych ankieterów. Po weryfikacji zebranego materiału badawczego pod względem kompletności i spójności odpowiedzi do analiz zakwalifikowano 100 przedsiębiorstw.

## WYNIKI BADAŃ

Jednym ze wskaźników obrazujących skalę prowadzonej działalności gospodarczej oraz świadczącym o możliwościach rozwojowych firmy jest liczba zatrudnionych w niej pracowników. Większość badanych firm (66%) deklarowała zatrudnienie do 10 pracowników (rys. 1). Tylko w 8% firm deklarowano zatrudnienie powyżej 500 pracowników. Z badań wynika, że są to w większości małe podmioty, dające zatrudnienie głównie rodzinie i lokalnej społeczności. Do przedsiębiorstw małych zalicza się firmy zatrudniające do 49 pracowników[2]. W badanej grupie stwierdzono, że przedsiębiorstwa takie stanowiły 79%. Grupa średnich przedsiębiorstw (zatrudnienie od 50 do 249 pracowników) stanowiła w badaniach 10%. Podobne wyniki badań uzyskała Krynicka [2002]. Badania autorki przeprowadzone w województwie warmińsko-mazurskim dowodzą, że w większość przedsiębiorstw (84,4%) wskazano na stałe zatrudnienie co najmniej

[2]Ustawa Prawo działalności gospodarczej z 19 listopada 1999 r., Dziennik Ustaw Nr 101/1999.

jednego pracownika. Wyniki te świadczą o małych możliwościach rozwojowych badanych firm. Wydaje się, że na niski poziom zatrudnienia badanych firm miały wpływ wysokie koszty pośrednie związane z zatrudnieniem pracowników, m.in. ubezpieczenie zdrowotne, składka do ZUS, podatek dochodowy.

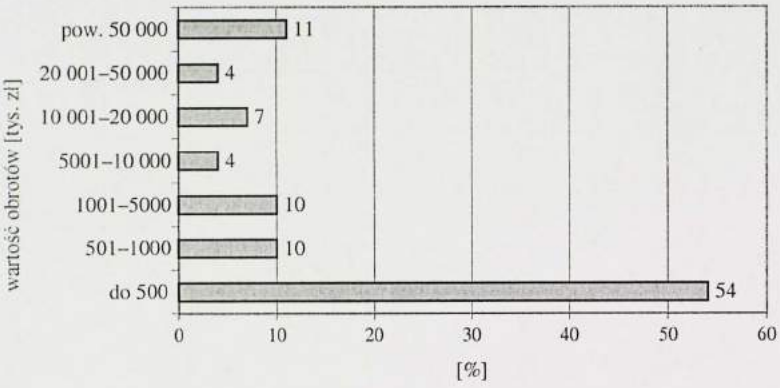



Rys. 1. Przedsiębiorstwa wg liczby zatrudnionych
Fig. 1. Enterprises according to number of employee
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Ource: Own research, 2004.

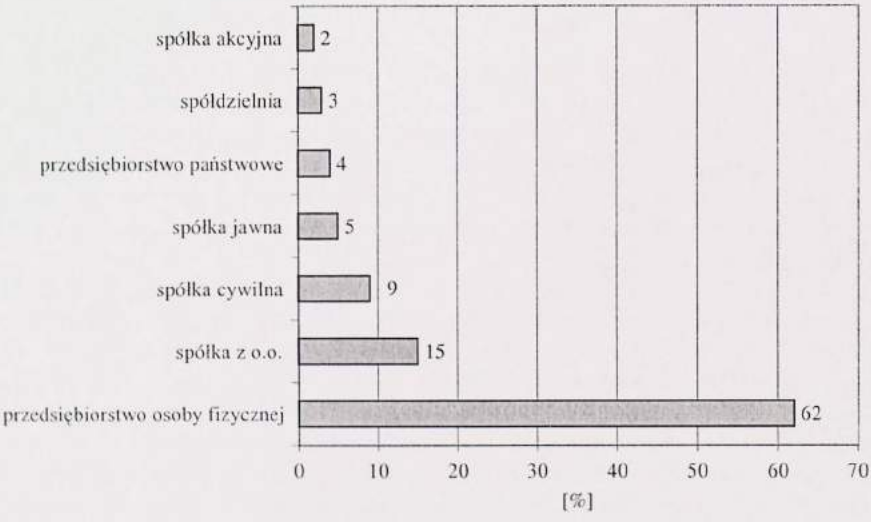
Niska wartość handlowa obrotów w badanych firmach wskazuje na ich ograniczone możliwości rozwojowe. Uzyskane wyniki potwierdzają niewielką skalę prowadzonej działalności gospodarczej w badanych przedsiębiorstwach. W ponad połowie firm (54%) zadeklarowano roczny obrót w wysokości do 500 tys. zł (rys. 2). Z badań wynika, że niewiele więcej niż 10% podmiotów gospodarczych osiągało wartość obrotów powyżej 50 000 tys. zł. Mała liczba firm (10%) osiągała wartość obrotów od 501 do 1000 tys. zł oraz od 1001 do 5000 tys. zł.

Kolejnym wskaźnikiem potwierdzającym małą skalę prowadzonej działalności gospodarczej jest prawna forma organizacji badanych przedsiębiorstw. Ponad połowa firm (62%) funkcjonuje jako przedsiębiorstwa osób fizycznych (rys. 3). Ta forma organizacyjno-prawna charakteryzuje się małymi nakładami finansowymi na początku działalności oraz stosunkowo prostą procedurą założenia. Duża liczba tych przedsiębiorstw wynika z faktu, że założenie takiej firmy jest przedsięwzięciem względnie prostym i niedrogim. Jest to organizacja bardzo elastyczna, decyzje o tym, co i jak ma być wykonywane, nie muszą czekać na zebranie wspólników czy dyrektorów. W przedsiębiorstwach tych istnieje silny bodziec do wzrostu efektywności, bowiem sam właściciel uzyskuje korzyści z odniesionego sukcesu lub ponosi straty związane z porażką [Dębniewski i in. 2001]. Poważną niedogodnością jednak jest ponoszenie pełnej odpowiedzialności za wyniki działalności firmy. Jeżeli firma zbankrutuje, to właściciel odpowiada w pełni za

długi, jego majątek może zostać zlicytowany na pokrycie zobowiązań wobec wierzycieli. Dla takich przedsiębiorców uzyskanie pożyczek może być znacznie trudniejsze, ponieważ małe przedsiębiorstwa są uważane za przedsięwzięcia znacznie bardziej ryzykowne niż firmy duże i znane na rynku. Z uwagi na te trudności podstawowym źródłem środków finansowych są oszczędności właściciela firmy lub pożyczki uzyskane od rodziny i przyjaciół.




Rys. 2. Struktura procentowa badanych firm wg wartości obrotów w skali roku (tys. zł)
Fig. 2. Surveyed firms' structure (%) according to annual value of turnover (thousands PLN)
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: Own research, 2004.




Rys. 3. Struktura badanych firm wg formy prawnej (%)
Fig. 3. Legal form of surveyed firms (%)
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: Own research, 2004.

Przedsiębiorstwa funkcjonujące w formie spółek z o.o. stanowiły 15% badanych firm. Ta forma prawna jest spółką o wysokim, określonym w kodeksie handlowym majątku, świadczącym o większej skali działalności, ze stosunkową niewielką liczbą pracowników [Bórawski 2004]. Spółka ta jest uproszczoną formą spółki kapitałowej, wyposażoną w osobowość prawną. Ponadto, forma ta charakteryzuje się brakiem ponoszenia odpowiedzialności osobistym majątkiem w przypadku bankructwa przedsiębiorstwa. Stosunkowo duża liczba takich spółek wynika z faktu, że funkcjonują one w formie średniej wielkości przedsiębiorstw. Ta forma jest szczególnie popularna w grupie przedsiębiorstw handlowych i usługowych.

Zdecydowanie najmniejszy udział miały spółdzielnie (3%), spółki akcyjne (2%) oraz przedsiębiorstwa państwowe (4%). Z kolei udział spółek cywilnych wynosił (9%), a jawnych (5%) (rys. 3).

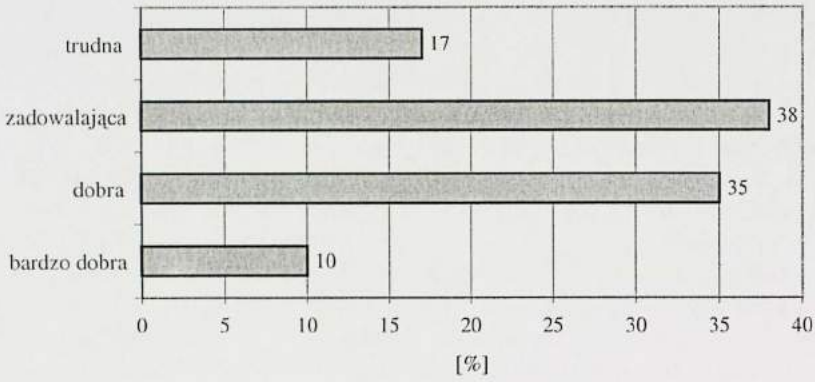
Prowadząc badania nad przedsiębiorstwami, nie sposób pominąć rodzaje prowadzonej działalności. W analizowanej próbie w ponad połowie podmiotów (51%) prowadzono działalność handlową, a w 24% usługową. Przedsiębiorstwa handlowe to w szczególności sklepy spożywcze, przemysłowe i wielobranżowe. Z kolei w grupie przedsiębiorstw usługowych znalazły się: firmy turystyczne, rolnicze, budowlane, zakłady fryzjerskie i inne. Badania wskazały, iż działalność usługowa jest coraz częściej podejmowana przez przedsiębiorców. Przyczyn takiej sytuacji jest bardzo wiele: niskie w porównaniu z innymi kierunkami działań gospodarczych nakłady kapitałowe, dysponowanie większym zapleczem majątkowym oraz bazą lokalową i materiałową. Również bogate zasoby przyrodnicze, dostępność jezior, mało zanieczyszczony klimat sprzyjają coraz większemu popytowi na usługi turystyczne i agroturystyczne w regionie warmińsko-mazurskim.

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw stanowiły firmy produkcyjne (22%) i wielobranżowe (2%). Uzyskane wyniki świadczą o tym, że działalność produkcyjna wymaga dużych nakładów, użytkowania różnego rodzaju materiałów, środków technicznych i usług w celu wytworzenia nowych produktów i usług wymaganych przez klienta. Działalność taka jest obarczona znacznie większym ryzykiem. Ponadto, na rynku obserwuje się tendencje do zmniejszania się liczby przedsiębiorstw produkcyjnych na rzecz firm usługowych.

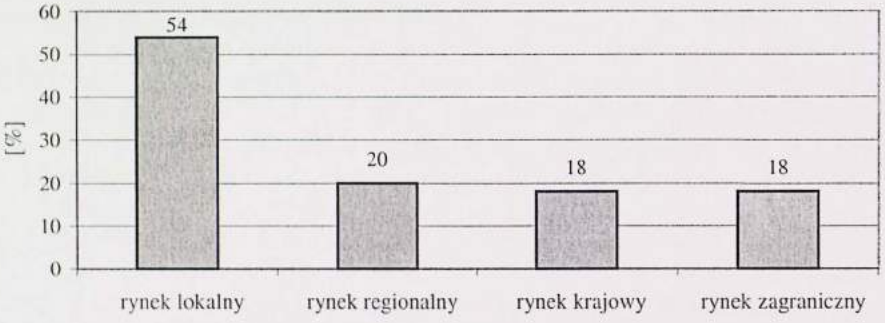
Analizując czynniki rozwoju badanych firm dokonano oceny ich bieżącej sytuacji finansowej. Z badań wynika, że 38% przedsiębiorców określiło sytuację finansową firmy jako zadowalającą, a 35% jako dobrą. Tylko co dziesiąty przedsiębiorca wskazał na bardzo dobrą sytuację finansową (rys. 4). Pesymizmem napawa fakt, że dość znaczna liczba firm (17%) określiła swoją sytuację finansową jako trudną.

Najwięcej badanych firm ograniczało swoją działalność do rynków lokalnych (rys. 5). Jak można było przypuszczać, mniej badanych przedsiębiorstw koncentrowało swoją działalność na rynkach krajowych oraz zagranicznych (18%). Mały udział firm funkcjonujących na rynku krajowym i zagranicznym może wynikać z braku środków finansowych, obaw przed konkurencją, usytuowaniem w północno-wschodniej Polsce – rejonie o najwyższym bezrobociu, braku rozpoznania zagranicznych rynków. Zdecydowana większość badanych firm handlowych i usługowych nastawiona była na obsługę rynku lokalnego, w tym małych osiedli mieszkaniowych. W celu dalszego rozwoju i podniesienia konkurencyjności 74% badanych przedsiębiorców widzi potrzebę rozszerzenia

działalności na rynki krajowy i zagraniczne. Istnieje silna potrzeba szukania nowych możliwości zbytu, szczególnie teraz, gdy są otwarte granice państw UE, a rynki lokalne wykazują ograniczone możliwości popytowe.



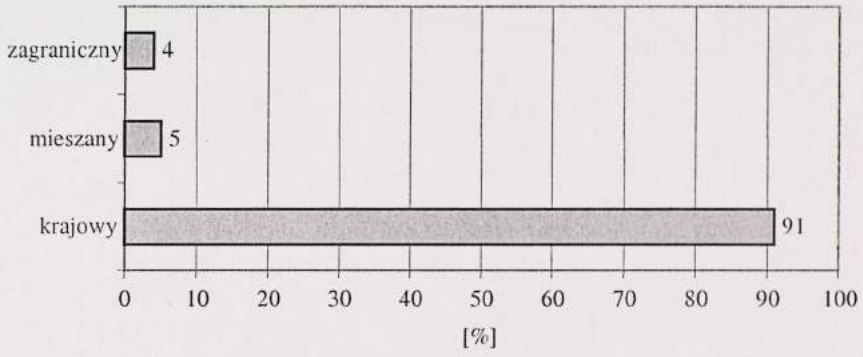

Rys. 4. Sytuacja finansowa badanych przedsiębiorców (%)
Fig. 4. Financial situation of surveyed entrepreneurs (%)
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: Own research, 2004.




Rys. 5. Struktura firm wg zasięgu terytorialnego działalności gospodarczej (%)
Fig. 5. Enterprises' structure according to teritorial range of economic activity (%)
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: Own research, 2004.

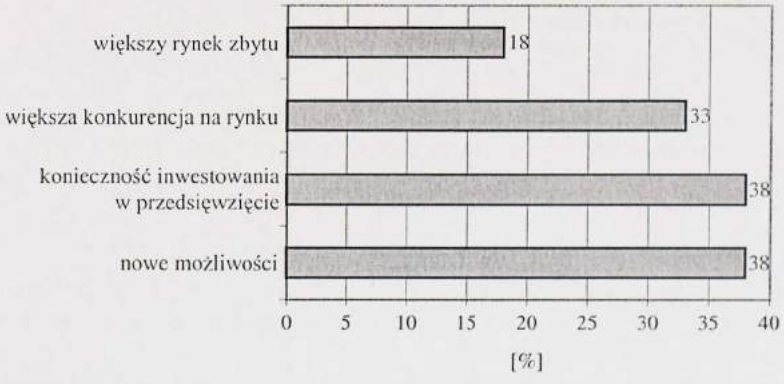
Z zasięgiem terytorialnym działalności gospodarczej ściśle powiązane jest pochodzenie środków finansowych, zaangażowanych w funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Zdecydowana większość badanych firm (91%) korzysta z kapitału krajowego (rys. 6), na co składają się własne oszczędności, kredyty bankowe, pomoc rodziny i znajomych. Tylko 4% badanych firm korzysta z kapitału zagranicznego, a 5% z kapitału mieszanego. Taką sytuację tłumaczą ograniczone możliwości dostępu do środków zewnętrznych lub brak wiedzy na temat, jak je pozyskać. Członkostwo Polski w UE sprzyja zwiększonym możliwościom poszukiwania zewnętrznych źródeł finansowania działalności gospodar-

czej. Jest to bardzo atrakcyjna szansa rozwoju, która wymaga wiedzy oraz umiejętności pokonania czasochłonnych procedur biurokratycznych. Mała liczba firm wykorzystujących kapitał zagraniczny świadczy o ostrożności w podejmowaniu takich decyzji, a także o braku wizji dalszego rozwoju.




Rys. 6. Struktura przedsiębiorstw wg źródeł pochodzenia środków finansowych (%)
Fig. 6. Enterprises' structure according to financial funds resources (%)
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: Own research, 2004.

Przedsiębiorcy wypowiedzieli się również na temat znaczenia członkostwa Polski w Unii Europejskiej dla prowadzonego przez nich przedsięwzięcia. Badania wykazały, że przedsiębiorcy dostrzegają zmiany, jakie niesie członkostwo Polski w Unii Europejskiej. Stwierdzono, że dla 38% przedsiębiorstw integracja oznacza pojawienie się nowych możliwości rozwoju (rys. 7).



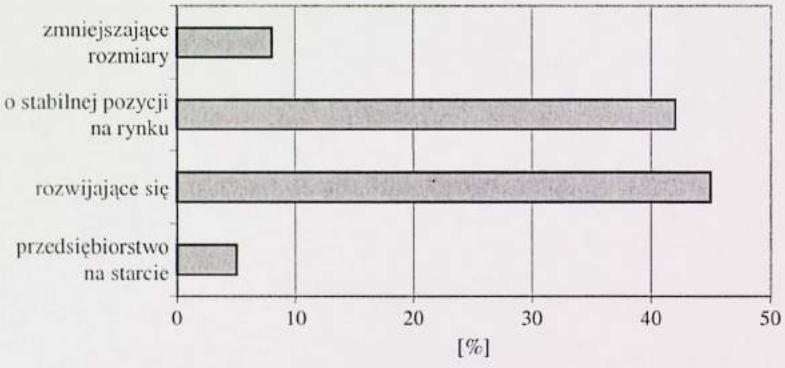

Rys. 7. Opinie przedsiębiorców nt. znaczenia integracji z Unią Europejską (%)
Fig. 7. Entrepreneurs' opinions about importance of the European Union integration (%)
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: Own research, 2004.

Dla takiej samej liczby przedsiębiorstw integracja to konieczność dalszego inwestowania w przedsięwzięcie. Jest to warunek niezbędny dla utrzymania się na wspólnym, bardziej konkurencyjnym rynku. Przedsiębiorcy są świadomi nakładów, jakie muszą ponieść w celu przystosowania przedsiębiorstw, m.in. w zakresie wymogów ochrony środowiska czy zasad ochrony konsumentów.

Większa konkurencja na rynku to zauważalny rezultat integracji dla 33% przedsiębiorstw, natomiast prawie co czwarty przedsiębiorca wiąże integrację ze zwiększeniem rynków zbytu.

Potwierdzają to inne badania, gdzie stwierdza się, iż „integracja z UE służy przyspieszeniu rozwoju gospodarczego, modernizacji gospodarki, likwidacji luki rozwojowej dzielącej nasz kraj od innych państw europejskich" [Kożuch 2001].

W badaniach podjęto próbę określenia fazy rozwoju przedsiębiorstw (rys. 8). Prawie połowa respondentów (45%) zakwalifikowała swoje przedsiębiorstwo do grupy podmiotów rozwijających się. Niewiele mniej (42%) zaliczyło swoje przedsiębiorstwo do populacji firm o stabilnej pozycji rynkowej. Przedsiębiorstwa takie mają ugruntowaną pozycję na rynku, mimo niezbyt dużego potencjału rozwojowego. Ten optymistyczny wynik należy tłumaczyć tym, że przedsiębiorstwa te działają na rynku już kilka lat i możliwości powstania konkurencyjnych firm, szczególnie w małych miejscowościach, są bardzo ograniczone ze względu na małą siłę nabywczą konsumentów.



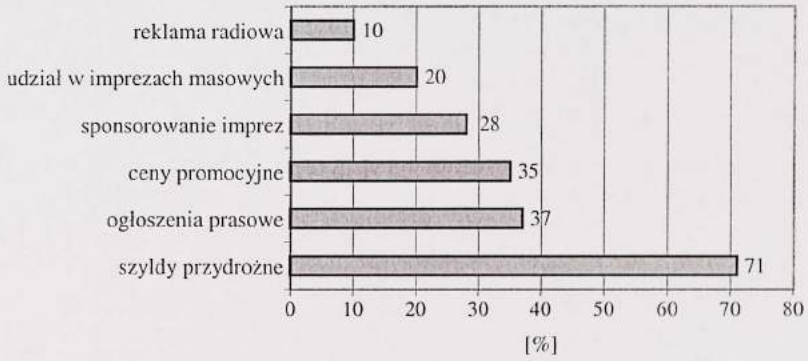

Rys. 8. Opinie przedsiębiorców dotyczące określenia fazy rozwoju przedsiębiorstwa (%)
Fig. 8. Entrepreneurs' opinions about firm's development phase (%)
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: own research, 2004.

Pesymistyczny jest natomiast fakt, że 8% badanych firm zmniejsza rozmiary działalności. Znajdują się one w fazie schyłkowej, a ich właściciele nie potrafią wyprowadzić swoich przedsiębiorstw z fazy kryzysu.

W świetle badań nad rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw w województwie warmińsko-mazurskim okazało się, że skala nowych inicjatyw gospodarczych jest mała (5%). Wydaje się, że najważniejszymi barierami są: niewielka liczba osób, które chcą założyć własne firmy, brak kapitału, duża konkurencja, brak aktywnego nastawienia samorządów lokalnych wobec problemów ożywienia społeczno-gospodarczego gmin.

Przełamanie tych barier będzie zależało od aktywności przedsiębiorców, społeczności lokalnych, samorządów [Brodziński 1996].

W celu zwiększenia sprzedaży oraz konkurencyjności przedsiębiorcy stosowali różne środki reklamy i promocji (rys. 9). Zdecydowanie najczęściej (71%) w badanych firmach stosowano szyldy przydrożne. Kolejnym środkiem były ogłoszenia prasowe (37%) oraz ceny promocyjne (35%). W dalszej kolejności wymieniono sponsorowanie imprez (28%) oraz udział w imprezach masowych (20%). Jest to fakt bardzo pozytywny, gdyż dla badanych przedsiębiorców te formy promocji mogą być źródłem przewagi konkurencyjnej.




Rys. 9. Opinie przedsiębiorców na temat stosowanych środków reklamy i promocji (%)
Fig. 9. Entrepreneurs' opinions about implemented promotion and advertisement means (%)
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: own research, 2004.

Działania marketingowe przedsiębiorców były ściśle uzależnione od posiadanych środków finansowych, a dominacja taniej formy reklamy jest potwierdzeniem braku pieniędzy na ten cel.

Niepokoi natomiast niski odsetek odpowiedzi (10%) dotyczących reklamy radiowej oraz brak wskazań korzystania z reklamy telewizyjnej. Wyniki dowodzą, że właścicieli badanych firm nie stać na kosztowne formy reklamy, a ograniczenie działalności do rynków lokalnych i regionalnych nie wymaga stosowania aż takich form promocji.

Przeprowadzone badania empiryczne wskazują, że wśród ogółu przedsiębiorców aż 26% nie stosowało żadnych form reklamy i promocji. Jest to bardzo niekorzystny wynik, zwiastujący nadchodzące problemy ze sprzedażą w tych przedsiębiorstwach. Sytuacja taka może być następstwem krótkowzroczności właścicieli, którzy w przypadku ograniczenia wydatków lub braku problemów ze sprzedażą nie podejmują żadnych działań promocyjnych rokujących rozwój firmy w przyszłości.

Analizując wyniki badań, można stwierdzić, że ponad połowa przedsiębiorców (53%) za główną szansę rozwoju firmy uznaje wzrost dochodów ludności, a co za tym idzie zwiększenie jej siły nabywczej (tab. 1). Wzrost dochodów ludności podnosi dobrobyt społeczeństwa, sprzyja stabilizacji gospodarczej i wzrostowi koniunktury na rynku. Prawie co drugi przedsiębiorca szansę rozwoju upatrywał w poszerzeniu asortymentu produktów (49%) oraz podwyższeniu ich jakości (42%). Omawiając czynniki sprzyjające

rozwojowi przedsiębiorstw, warto szczególnie zaakcentować specjalizację (25%) oraz korzystne kredyty (17%) jako szanse. Tani i dostępny kredyt jest szczególnie ważny dla przedsiębiorców działających w rejonach zagrożonych dużym bezrobociem i biedniejszych. Mimo dokonujących się pozytywnych zmian w zakresie dostępności kredytów, dla części małych i słabo rozwiniętych przedsiębiorstw pozostają one nadal nieosiągalne.

Przedsiębiorcy zdają sobie sprawę z zagrożeń i barier, jakie stoją na drodze działalności gospodarczej. Za główny obszar zagrożeń działalności gospodarczej respondenci uznali rosnącą liczbę konkurencyjnych firm (63%) oraz malejące dochody ludności (61%). Ważną barierą rozwoju przedsiębiorczości są także nieuczciwa konkurencja oraz niekorzystne warunki kredytowania (tab. 1). Zbyt szczupłe zasoby finansowe do rozpoczęcia nowej działalności gospodarczej, brak dostępu do tanich kredytów i skomplikowane procedury ich uzyskania pozostają wciąż barierami rozwoju przedsiębiorstw. Podsumowując, można stwierdzić, że nadal czynnikami w największym stopniu utrudniającymi działalność gospodarczą są bariery ekonomiczne i rynkowe.

Tabela 1. Opinie przedsiębiorców na temat szans i zagrożeń w działalności gospodarczej (%)
Table 1. Enterprenuers opinions about chances and threats in economic activity (%)

| Szanse | Procent | Zagrożenia | Procent |
|---|---|---|---|
| Wzrost dochodów ludności | 53 | Rosnąca liczba konkurencyjnych firm | 63 |
| Poszerzenie asortymentu produktów | 49 | Malejące dochody ludności | 61 |
| Podniesienie jakości usług | 42 | Nieuczciwa konkurencja | 41 |
| Specjalizacja działalności | 25 | Niekorzystne warunki kredytowania | 13 |
| Korzystne kredyty | 17 | Inne | 2 |

*respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź/respondents could have given more than one answer
Źródło: Badania własne, 2004 r.
Source: Own research, 2004.

## WNIOSKI

Na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych w regionie warmińsko-mazurskim na zbiorowości 112 przedsiębiorców prowadzących małe firmy nasuwają się następujące wnioski:

1. Przedsiębiorstwa działające na terenie województwa warmińsko-mazurskiego zaliczają się do małych i średnich podmiotów gospodarczych. Przedsiębiorcy w swojej działalności gospodarczej wskazują na szanse, wśród których wzrost dochodów ludności jest szansą najważniejszą. Analiza zagrożeń w rozwoju działalności gospodarczej przedsiębiorców dowodzi, że najistotniejszą barierą jest rosnąca liczba konkurencyjnych firm. Bariery finansowe pozostają nadal ważnym zagrożeniem działalności gospodarczej.
2. Czynnikiem, który w dużym zakresie decyduje o możliwościach rozwojowych firm jest zasięg terytorialny działania przedsiębiorstwa. Uzależnienie działalności gospodarczej badanych przedsiębiorstw tylko do rynków lokalnych powoduje ograniczenie ich rozwoju. Rozszerzenie rynku i jego rozpoznanie, uniezależnienie od popytu lokalnej ludności, zdobycie nowych klientów to szanse na rozwój badanych podmiotów gospodarczych.

3. Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że właściciele badanych podmiotów borykają się z trudnościami finansowymi, małą siłą nabywczą klientów, dużą konkurencją oraz brakiem wyraźnych perspektyw dalszego rozwoju.
4. Przeprowadzone badania pozwalają postawić również wnioski pozytywne, oprócz bowiem zagrożeń istnieją również przesłanki pozwalające stwierdzić, że dokonuje się wiele istotnych zmian podnoszących konkurencyjność. Planowanie zwiększenia asortymentu, poszerzenie rynków, wzrost przychodów, poprawa jakości i umiarkowana cena produktów to główne działania rynkowe badanych przedsiębiorstw. Stosowanie przez blisko 74% przedsiębiorstw różnych środków reklamy i promocji czy dostrzeganie nowych możliwości, jakie niesie członkostwo w Unii Europejskiej pozwolą utrzymać na dotychczasowym poziomie, a nawet mieć nadzieję na rozwinięcie działalności badanych firm.

## PISMIENNICTWO

Brodziński Z., 1996: Czynniki utrudniające i stymulujące przedsiębiorczość w opinii kobiet wiejskich prowadzących działalność gospodarczą. Wieś i Rolnictwo nr 4, s. 150–160.

Bórawski P., 2004: Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie gminy Staroźreby. Acta Scientiarum Polonorum – Oeconomia, Warszawa, s. 37–46.

Dębniewski G, Pałach H., Zakrzewski W., 2001: Mikroekonomia. Wydaw. UWM, Olsztyn, s. 336.

Kożuch A., 2001: Czynniki wzrostu konkurencyjności obszarów wiejskich w aspekcie integracji z Unią Europejską. PTE, Warszawa, z. 4, s. 16.

Krynicki A., 2001: Czynniki rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw na wiejskich terenach przygranicznych regionu warmińsko-mazurskiego. Niepublikowana praca doktorska. UWM, Olsztyn.

Krynicka A., 2002: Uwarunkowania rozwoju podmiotów gospodarczych na terenach wiejskich. Niepublikowana praca doktorska. UWM, Olsztyn.

Machowski E., 1994: Promowanie przedsiębiorczości czynnikiem rozwoju wsi. [w:] Alternatywne źródła dochodów ludności wiejskiej. Biuletyn Regionalny ZDR, AR Kraków, nr 309, s. 287–295.

Niedzielski E., 1999: Bezrobocie i przedsiębiorczość gospodarcza na obszarach wiejskich. Wydaw. UWM, Olsztyn, s. 191–199.

Piasecki B., 1998: Ekonomika i zarządzanie małą firmą. PWN, Warszawa, s. 570.

## DEVELOPMENT ESTIMATION OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR ON THE EXAMPLE OF WARMIA AND MAZURY PROVINCE

**Abstract.** The aim of the article is to recognize development factors in 112 enterprises chosen from REGON system in Warmia and Mazury province. Moreover, current financial situation of firms and range of their activity have been presented. Means of promotion and advertisement have been analyzed. The study also concerns chances and threats of economic activity. Finally, respondents' opinion about integration with UE and its meaning for their economic activity.

**Key words:** small and medium enterprises, employment, financial situation, advertisement and promotion, chances and threats of development

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM *Oeconomia 4 (2) 2005, 17–26*

# ROLA REKLAMY RADIOWEJ, TELEWIZYJNEJ I INTERNETU W DZIAŁANIACH PROMOCYJNYCH FIRM NASIENNYCH NA RYNKU POLSKIM

Tomasz W. Bralewski, Roman Hołubowicz
Akademia Rolnicza im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu

**Streszczenie.** Przeprowadzone w latach 2001–2005 badania miały na celu scharakteryzowanie roli, jaką odgrywają reklama radiowa, telewizyjna i Internet w działaniach marketingowych ogrodniczych firm nasiennych działających na rynku polskim. Firmy nasienne stosowały w swoich działaniach marketingowych reklamę emitowaną – radiową i telewizyjną oraz Internet. W pełni doceniały one funkcje promocyjne Internetu, tworząc atrakcyjne, dobrze zorganizowane ośrodki stron WWW, czasami obejmujące kilkaset stron. Podobnie jak w przypadku katalogów, przekazywane na stronach internetowych treści zależały od polityki reklamowej poszczególnych przedsiębiorstw. Nie doceniały one jednak możliwości sprzedaży nasion za pośrednictwem Internetu. Tylko jedna polska firma prowadziła sklep internetowy, oferując w nim swoje produkty.

**Słowa kluczowe:** marketing nasion, rynek nasienny, firma nasienna

## WSTĘP

Reklama emitowana jest jedną z form reklamy i należy do narzędzi wykorzystywanych w działaniach promocyjnych firm [Kotler 1994, Przybyłowski i in. 1998, Kotler i in. 2002]. O reklamie radiowej i telewizyjnej w kontekście jej zalet i wad oraz możliwości wykorzystania jej w marketingu firm nasiennych wcześniej pisał Hołubowicz [1999].

Przeprowadzone przez autorów w latach 2001–2003 badania wykazały, że największe polskie ogrodnicze firmy nasienne w swoich działaniach marketingowych wykorzystywały reklamę telewizyjną, radiową i Internet. Te formy reklamy uważały one jednak za mało lub bardzo mało skuteczne [Bralewski i Hołubowicz 2005].

Celem niniejszej pracy było scharakteryzowanie rzeczywistej roli, jaką odgrywają reklama radiowa, telewizyjna i Internet w działaniach promocyjnych firm nasiennych

Adres do korespondencji – Corresponding author: Tomasz W. Bralewski, Roman Hołubowicz, Akademia Rolnicza im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu, Katedra Nasiennictwa Ogrodniczego, Baranowo, ul. Szamotulska 22, 62-081 Przeźmierowo, e-mail: twbseed@interia.pl

działających na rynku polskim. Przeprowadzone badania miały za zadanie określenie, do jakich celów oraz w jakiej postaci te formy reklamy są wykorzystywane przez ogrodnicze firmy nasienne.

## MATERIAŁ I METODY

Badaniami objęto i scharakteryzowano wybrane formy reklamy stosowane przez ogrodnicze przedsiębiorstwa nasienne działające na rynku polskim – reklamę radiową, telewizją i Internet. Określono, do jakich celów oraz w jakiej postaci te formy reklamy były wykorzystywane przez firmy.

Przeprowadzone badania oparto na informacjach uzyskanych z liczących się na rynku firm polskich i przedstawicielstw zagranicznych firm nasiennych. Informacje uzyskano na drodze wywiadów z pracownikami przedsiębiorstw oraz na podstawie analizy reklam firm emitowanych w radiu, telewizji i Internecie oraz innych materiałów marketingowych. Przedmiotem analiz były następujące firmy nasienne i przedstawicielstwa: CNOS-Vilmorin, PlantiCo Zielonki, PlantiCo Gołębiew, PNOS Ożarów Mazowiecki, Polan, Spójnia, Torseed oraz Bejo Zaden, De Ruiter Seeds, Nickerson-Zwaan, SVS, TomaSeed (Wester Seed). Badania swym zakresem obejmowały lata 2001–2005.

## WYNIKI

### Reklama radiowa

Reklama radiowa firm nasiennych emitowana była zwykle w stacjach regionalnych i obejmowała zazwyczaj cykl reklam w okresie wczesnowiosennym. Ta formy reklamy służyła głównie do promocji przedsiębiorstwa i jego działalności jako całości, a rzadziej kładła nacisk na poszczególne produkty lub ich całą grupę.

### Reklama telewizyjna

Formy reklamy telewizyjnej stosowane przez firmy nasienne były emitowane przez stacje telewizyjne o zasięgu regionalnym, rzadziej ogólnopolskim, co wynikło przede wszystkim z dużej różnicy cen czasu antenowego pomiędzy tymi dwoma rodzajami stacji. Kampanie promocyjne o zasięgu ogólnokrajowym były prowadzone przez przedsiębiorstwa nasienne w Programie 1 TVP[1], w paśmie programów rolniczych. Reklamy telewizyjne, podobnie jak radiowe, emitowane były w seriach w okresie wiosennym. Emisje te prezentowały nie tylko firmy i zakres ich działalności, ale promowały także konkretne odmiany warzyw.

[1]Np. kampanie reklamowe w programie 1 TVP w latach 2003–2004 prowadziła firma Spójnia. Składały się one w każdym roku z 9 spotów reklamowych liczących 30 sekund, emitowanych w każdą sobotę w marcu, kwietniu i maju o godzinie 6.55 bezpośrednio po programie dla działkowców.

## Internet

O popularności Internetu jako medium wśród firm nasiennych świadczył fakt posiadania przez wszystkie liczące się firmy nasienne stron WWW, podawania ich adresu w materiałach promocyjnych oraz umieszczania ich na opakowaniach nasion[2].

Wszystkie badane strony internetowe firm nasiennych miały postać serwisu stron WWW (ośrodka WWW), były rozbudowane i pełniły nie tylko rolę wizytówki firmy, ale spełniały także wiele innych funkcji. Ogólnie ujmując, do funkcji tych należały charakterystyka firmy i zakresu jej działalności, przedstawienie jej oferty handlowej oraz zaleceń uprawowych dla klientów. Sposób, w jaki strony internetowe wypełniały te zadania zależał od tego, kto miał być potencjalnym nabywcą oraz systemu dystrybucji nasion przez firmy, dlatego zauważalne były różnice pomiędzy ośrodkami WWW, między firmami polskimi i przedstawicielstwami firm zagranicznych (tab. 1–4).

Tabela 1. Zawartość stron WWW i ośrodków WWW wybranych polskich ogrodniczych firm nasiennych

Table 1. Content of WWW centres and pages of selected Polish horticultural seed companies

| Zawartość strony WWW (ośrodka WWW) Content of WWW (WWW center) | Firma nasienna/Seed company | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | CNOS- -Vilmorin | PlantiCo Zielonki | PlantiCo Gołębiew | PNOS Ożarów Maz. | Polan | Spójnia | Torseed |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Logo firmy Company's logo | + | + | + | + | + | + | + |
| Dane kontaktowe Contact data: | | | | | | | |
| – firmy/company | + | + | + | + | + | + | + |
| – hurtowników (dystrybutorów)/ /wholeseller | – | – | – | – | – | + | – |
| Charakterystyka firmy Company's characteristics: | | | | | | | |
| – uproszczona/simplified | – | + | – | + | – | + | – |
| – rozbudowana/enlarged | + | – | + | – | + | – | + |
| Prezentacja pracowników firmy Company employees presentation | – | – | + | – | – | – | + |
| Charakterystyka oferty Offer's characteristics: | | | | | | | |
| – uproszczona/simplified | – | – | – | – | – | – | – |
| – rozbudowana/enlarged | + | + | + | + | + | + | + |
| Typ oferty Offer type: | | | | | | | |
| – opisowa/descriptive | – | – | – | – | – | – | – |
| – opisowa i fotograficzna/ /descriptive and photos | + | – | + | + | + | + | + |
| – lista odmian/cultivars list | – | + | – | – | – | – | – |
| Cennik Price list | – | – | – | – | – | – | – |

[2]Z firm polskich taką praktykę na szeroką skalę prowadziła firma Torseed.

Tabela 1 cd./Table 1 continued

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Warunki sprzedaży nasion<br>Selling conditions of seeds | – | – | – | + | – | – | – |
| Porady/zalecenia<br>Extension/tips | + | – | – | – | + | + | – |
| Serwis klienta<br>Client's service | + | – | – | – | – | – | – |
| Ciekawostki<br>Interestings | + | – | – | – | – | – | + |
| Linki do obcych stron<br>Links to others WWW | + | – | – | – | + | – | – |

Źródło: strony internetowe badanych firm, 29.01.2005.
Source: webpages of analysed firms, 29.01.2005.

Tabela 2. Zawartość stron WWW i ośrodków WWW wybranych przedstawicielstw zagranicznych ogrodniczych firm nasiennych
Table 2. Content of WWW centres and WWW of the selected representatives of foreign horticultural seed companies

| Zawartość strony WWW (ośrodka WWW)<br>Content of WWW (WWW center) | Przedstawicielstwo firmy nasiennej/Seed company | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Bejo Zaden | De Ruiter Seeds | Nickerson-Zwaan | SVS | TomaSeed |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Logo firmy<br>Company's logo | + | + | + | + | + |
| Dane kontaktowe<br>Contact data: | | | | | |
| – firmy/company | + | + | + | + | + |
| – hurtowników (dystrybutorów)/<br>/wholeseller | + | + | + | + | + |
| Charakterystyka firmy<br>Company's characteristics: | | | | | |
| – uproszczona/simplified | – | – | – | + | – |
| – rozbudowana/enlarged | + | + | + | – | + |
| Prezentacja pracowników firmy<br>Company employees presentation | + | + | + | + | + |
| Charakterystyka oferty<br>Offer's characteristics: | | | | | |
| – uproszczona/simplified | – | – | – | – | – |
| – rozbudowana/enlarged | + | + | + | + | + |
| Typ oferty<br>Offer type: | | | | | |
| – opisowa/descriptive | – | – | – | – | – |
| – opisowa i fotograficzna/<br>/descriptive and photos | + | + | + | – | + |
| – lista odmian/cultivars list | – | – | – | + | – |
| Cennik<br>Price list | – | – | – | – | – |

Tabela 2 cd./Table 2 continued

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|
| Warunki sprzedaży nasion<br>Selling conditions of seeds | – | – | – | – | – |
| Porady/zalecenia<br>Extension/tips | + | + | + | + | + |
| Serwis klienta<br>Client's service | – | + | – | – | – |
| Ciekawostki<br>Interestings | – | – | – | – | – |
| Linki do obcych stron<br>Links to others WWW | + | – | + | – | + |

Źródło: strony internetowe badanych firm, 29.01.2005.
Source: webpages of analysed firms, 29.01.2005.

Tabela 3. Cechy stron WWW i ośrodków WWW wybranych polskich ogrodniczych firm nasiennych
Table 3. Characteristics of WWW centres and WWW of the selected Polish horticultural seed companies

| Cechy strony WWW (ośrodka WWW)<br>Characteristics of WWW (WWW center) | Firma nasienna/Seed company | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | CNOS-<br>-Vilmorin | PlantiCo<br>Zielonki | PlantiCo<br>Gołębiew | PNOS<br>Ożarów<br>Maz. | Polan | Spójnia | Torseed |
| Wersja w języku<br>Version in: | | | | | | | |
| – polskim/Polish | + | + | + | + | + | + | + |
| – angielskim/English | – | – | – | – | + | – | + |
| – niemieckim/German | – | – | – | – | – | – | – |
| – rosyjskim/Russian | – | – | – | – | + | – | + |
| – innym/other | – | – | – | – | – | – | – |
| Liczba stron w ośrodku WWW N<br>Number of WWW in the WWW center | 62 | 10 | 75 | 78 | 75 | 43 | 75 |
| Ocena łatwości poruszania się po ośrodku<br>Essessment of easiness of surfing in the WWW center* | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Ocena atrakcyjności<br>Atraction assessment* | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |

Objaśnienia: *skala oceny od 1 (najgorsza) do 5 (najlepsza)
Explanations: *range from 1 (the worst) to 5 (the best)
Źródło: strony internetowe badanych firm, 29.01.2005.
Source: webpages of analysed firms, 29.01.2005.

Charakterystykę zakresu swojej działalności firmy nasienne przedstawiały w sposób uproszczony lub bardzo rozbudowany, zawierający bogato ilustrowaną historię firmy[3], zdjęcia prezesa i innych pracowników firmy[4] oraz dane i rejon działania poszczególnych

[3]Dotyczyło to zwłaszcza przedsiębiorstw o długiej tradycji, np. CNOS-Vilmorin, której udziałowcem jest francuska firma Vilmorin działająca nieprzerwanie od 1725 r.
[4]Taka praktyka ma na celu personifikację wizerunku firmy i bardziej osobiste jej odbieranie przez odwiedzających strony internetowe.

dystrybutorów i doradców terenowych. Przedsiębiorstwa prezentowały również swoje najnowsze osiągnięcia oraz uzyskane wyróżnienia i nagrody.

Ofertę handlową firmy nasienne przedstawiały w sposób rozbudowany, wzbogacając opisy odmian i zestawienia tabelaryczne kolorowymi fotografiami. Sporadycznie tylko miała ona formę listy odmian pozbawionej nawet charakterystyk. Częstą praktyką polskich przedsiębiorstw było prezentowanie fotografii w postaci wiernych kopii wizerunku torebek do nasion. Zależnie od firmy odmiany były poszeregowane na poszczególnych stronach przedstawiających określone gatunki lub grupy gatunków albo też każda z odmian był prezentowana na oddzielnej stronie, co wydatnie zwiększało wielkość ośrodka WWW[5].

Tabela 4. Cechy stron WWW i ośrodków WWW wybranych przedstawicielstw zagranicznych ogrodniczych firm nasiennych
Table 4. Characteristic of WWW centres and WWW of the selected representatives of foreign horticultural seed companies

| Cechy strony WWW (ośrodka WWW) Characteristics of WWW (WWW center) | Przedstawicielstwo firmy nasiennej/Seed company | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Bejo Zaden | De Ruiter Seeds | Nickerson-Zwaan | SVS | TomaSeed |
| Wersja w języku Version in: | | | | | |
| – polskim/Polish | + | + | + | + | + |
| – angielskim/English | + | – | + | – | + |
| – niemieckim/German | – | – | – | – | – |
| – rosyjskim/Russian | – | – | – | – | – |
| – innym/other | – | – | – | – | – |
| Liczba stron w ośrodku WWW Number of WWW in the WWW center | 401 | 38 | 237 | 32 | 42 |
| Ocena łatwości poruszania się po ośrodku Essessment of easiness of surfing in the WWW center* | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Ocena atrakcyjności Atraction assessment* | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |

Objaśnienia: *skala oceny od 1 (najgorsza) do 5 (najlepsza)
Explanations: *range from 1 (the worst) to 5 (the best)
Źródło: strony internetowe badanych firm, 29.01.2005.
Source: webpages of analysed firms, 29.01.2005.

Większość przedsiębiorstw nasiennych prezentowała na swoich stronach internetowych bardzo rozbudowane zalecenia uprawowe dla swoich klientów, które obejmowały wskazówki dotyczące terminów i metod uprawy, nawożenia, nawadniania oraz ochrony roślin[6]. Były one tym bardziej rozbudowane i szczegółowe, im bardziej firma kierowała swą ofertę do profesjonalistów. Niektóre strony zawierały także serwis klienta, umożliwiający zadawanie konsultantom pytań na temat prowadzenia upraw[7].

[5]W ten sposób swoją ofertę handlową reprezentowały firmy Bejo Zaden i Nickerson-Zwaan.
[6]Np. firma Bejo Zaden miała bardzo rozbudowany dział informacji dotyczący chorób roślin warzywnych wzbogacony licznymi barwnymi fotografiami.
[7]Taki serwis doradczy prowadziły firmy: CNOS-Vilmorin (dla amatorów) i De Ruiter (dla profesjonalistów).

Strony WWW w niewielkim stopniu miały cechy dotyczące bezpośrednio samej sprzedaży nasion. Firmy nie prezentowały na nich cenników, a warunki sprzedaży nasion były zamieszczane tylko przez nieliczne firmy. Przedsiębiorstwa nasienne nie przywiązywały również praktycznie żadnej wagi do możliwości handlu nasionami przez Internet[8].

Witryny internetowe zawierały także inne informacje: ciekawostki dotyczące warzyw i ich uprawy (dla amatorów), informacje na temat bieżących imprez organizowanych przez firmy oraz galerie zdjęć z imprez, które odbyły się w przeszłości (np. Dni Pola), linki do stron internetowych innych podmiotów (firm nasiennych, filii w innych krajach w przypadku przedsiębiorstw zagranicznych, czasopism i innych).

Firmy polskie w niewielkim stopniu wykorzystywały możliwość znalezienia zagranicznych klientów za pośrednictwem Internetu. Świadczy o tym brak u większości firm wersji obcojęzycznych stron internetowych, a istniejące ograniczały się jedynie do języków angielskiego i rosyjskiego. Istnienie nielicznych witryn WWW firm zagranicznych jedynie w wersji angielskiej wynikało z faktu, iż z założenia miały one działać wyłącznie na rynku polskim.

Badane ośrodki WWW miały bardzo dobrą organizację, a poruszanie się po nich nie sprawiało żadnego problemu. Ośrodki niektórych firm miały również przeglądarki w celu ułatwienia wyszukiwania danych na poszczególnych stronach. Także atrakcyjność większości stron była wysoka lub bardzo wysoka. Struktura większości ośrodków była silnie rozbudowana i liczyła od kilkudziesięciu do kilkuset stron.

## DYSKUSJA

W swych działaniach promocyjnych firmy nasienne wykorzystywały reklamę emitowaną: radiową i telewizyjną, o czym wcześniej donosili już inni autorzy [Hołubowicz 1999, Duczmal 2000, Hołubowicz i Braun 2002]. Reklama telewizyjna była jednak najmniej popularna, mimo że telewizja jest najważniejszym medium reklamowym [Zając 1999]. Wynikało to przez wszystkim z faktu, że reklamy telewizyjne są bardzo kosztowne [Kotler 1994, Przybyłowski i in. 1998, Garbarski i in. 2000, Garbarski 2001, Kotler i in. 2002]. W reklamie radiowej firmy nasienne korzystały z rozgłośni regionalnych, co potwierdza poglądy Garbarskiego i in. [2000], którzy piszą o wzrastającej roli rozgłośni regionalnych na rynku reklam radiowych, głównie z powodu trudniejszego oddziaływania w skali kraju za pomocą tego typu reklam.

Internet jest medium, które daje wiele szans rozwoju dla działalności firm [Owczarek i Prasał 1999, Ślusarczyk 1999, Sznajder 2000, Barwiński 2003, Kramer 2003, Woźniak 2003, Niedźwiedziński 2004], także nasiennych [Siutaj i Duczmal 2000, Siutaj 2001]. Niestety, zainteresowanie tą formą promocji i reklamy branży nasiennej w Polsce jeszcze do końca XX wieku było znikome [Siutaj i Duczmal 2000, Siutaj 2001]. W 2000 r. Siutaj i Duczmal pisali o dopiero rodzącym się zainteresowaniu sektora nasiennego

[8]Wśród badanych firm tylko Polan prowadził sklep internetowy dla ogrodników-amatorów (wraz ze sprzedażą za pośrednictwem poczty jego obroty w latach 2001–2003 wynosiły 5–7% całkowitej wartości sprzedanych przez przedsiębiorstwo nasion). Także CNOS-Vilmorin próbowała działalności w tym zakresie, lecz zakończyła ją z dniem 25.02.2004.

Internetem, a w 2001 r. Siutaj zwracał uwagę na niewielką liczbę polskich firm nasiennych posiadających strony internetowe.

Informacje te swoimi badaniami potwierdził autor, wskazując, że wprowadzanie Internetu do działań promocyjnych przez polskie przedsiębiorstwa nasienne rozpoczęło się praktycznie dopiero od 2000 r. Wszystkie scharakteryzowane stronny WWW firm nasiennych miały postać rozbudowanych ośrodków. Nie stwierdził on natomiast stron internetowych o prostej formie, o których wspominał Siutaj [2001]. Rozbudowane ośrodki WWW firm nasiennych wskazywały, że firmy te w pełni wykorzystały zaletę Internetu, jaką jest większa swoboda doboru informacji niż w tradycyjnych sposobach przekazu [Szczepańska 2000, Sznajder 2000] oraz doceniały jego rolę jako instrumentu marketingu [Barwiński 2003, Dudek 2003, Kramer 2003, Klapalova 2003, Mruk 2003, Niedźwiedziński 2004]. Strony i ośrodki WWW firm nasiennych były w większości atrakcyjnie przygotowane i dobrze zorganizowane, a poruszanie się po nich nie stanowiło problemu, a więc budowały pozytywny wizerunek firm i jej produktów [Dudek 2003] i umożliwiały pozyskiwanie nowych klientów [Pękala 1999, Kandefer 2004].

Firmy nasienne nie doceniały możliwości handlu nasionami za pośrednictwem sieci, o czy świadczył praktycznie całkowity brak sklepów internetowych, a jak podaje wielu autorów, ta forma sprzedaży ma coraz większe znaczenie w handlu [Owczarek i Prasał 1999, Sznajder 2000, Zwierzchowski 2000, Jarzębek 2001, Kieżel 2001, Golonka i Dziekan 2003, Rojek 2003, Niedźwiedziński 2004].

Jednym ze sposobów promocji stosowanych przez firmy nasienne była sprzedaż osobista. Ta forma sprzedaży nasion umożliwia poza dokonywaniem transakcji handlowych również badanie potrzeb nabywców [Hołubowicz 1999, Hołubowicz i Braun 2002]. Sprzedaż bezpośrednia umożliwia „zbliżenie produktu do klienta", a nie – jak w przypadku reklamy i budowania pozytywnego obrazu firmy – „zbliżenie klienta do produktu" [Wiktor 2002].

## WNIOSKI

Na podstawie powyższych analiz sformułowano następujące wnioski.

1. Firmy nasienne stosowały w swoich działaniach promocyjnych reklamę emitowaną radiową i telewizyjną oraz Internet.
2. Firmy nasienne w pełni doceniały funkcje promocyjne Internetu, tworząc atrakcyjne, dobrze zorganizowane ośrodki stron WWW, czasami obejmujące kilkaset stron. Podobnie jak w przypadku katalogów, przekazywane na stronach internetowych treści zależały od polityki reklamowej poszczególnych przedsiębiorstw.
3. Przedsiębiorstwa nasienne nie doceniały możliwości sprzedaży nasion za pośrednictwem Internetu. Tylko jedna polska firma prowadziła sklep internetowy, oferując w nim swoje produkty.

## PIŚMIENNICTWO

Barwiński P., 2003: Promocja w Internecie – nowy element budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Zesz. Nauk. Wyższej Szkoły Handlu i Prawa w Warszawie. s. Ekonomia 7, 88–109.

Bralewski T.W., Hołubowicz R., 2005: Importance of different forms of advertising spots in promotion activities of polish horticultural seed companies. Elelectronic J. Polish Agric. Univ., Hort. Vol. 8, Issue 4, www.ejpau.media.pl/volume8/issue4/art-05.html

Duczmal K.W., 2000: Światowy przemysł nasienny. [w:] Nasiennictwo, T. 1. Red. K.W. Duczmal i H. Tucholska. PWRiL, Poznań, 9–49.

Dudek M., 2003: Internet jako narzędzie promocji firmy. Zesz. Nauk. „Studia Ekonomiczne" Akademii Ekonomicznej w Katowicach 27, 215–231.

Garbarski L., 2001: Zachowania nabywców. Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa.

Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., 2000: Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy. PWE Warszawa, 328–334.

Golonka P., Dziekan K., 2003: Biznes elektroniczny w Polsce i w krajach Unii Europejskiej. Zesz. Nauk. Wyższej Szkoły Handlowej w Krakowie 2, 153–165.

Hołubowicz R., 1999: Marketing nasion. Wydaw. Akademii Rolniczej w Poznaniu.

Hołubowicz R., Braun U., 2002: Promocja i jej znaczenie w handlu nasionami. Ogrodnictwo 1, 17–20.

Jarzębek J., 2001: Perspektywy rozwoju wirtualnego handlu. Badania Nauk. Wyższej Szkoły Ubezpieczeń w Kielcach 2, 121–132.

Kandefer K., 2004: Rola Internetu w prowadzeniu działalności gospodarczej. Zesz. Nauk. Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Warszawie 1(35), 217–224.

Kieżel E., 2001: Kierunki mian w zachowaniach konsumentów a marketing. Zesz. Nauk. „Studia Ekonomiczne" Akademii Ekonomicznej w Katowicach 17, 9–20.

Klapalova A., 2003: Zastosowanie Internetu w marketingu. [w:] Strategie marketingowe w procesach zmian. Red. A. Styś. Wydaw. Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja" we Wrocławiu, 107–113.

Kotler Ph., 1994: Marketing. Analiza, planowanie, kontrola. Wydaw. Gebethner i Ska, Warszawa.

Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V., 2002: Marketing. Podręcznik europejski. Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa.

Kramer T., 2003: Interstrukturalne uwarunkowania wykorzystania Internetu w marketingu. [w:] Internet w marketingu. Red. A. Bajdak. Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa, 13–57.

Mruk H., 2003: Rola marketingu w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Forum Nauk. Instytutu Marketingu Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Poznaniu 1(16), 11–23.

Niedźwiedziński M., 2004: Globalny handel elektroniczny. Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa.

Owczarek K., Prasał K., 1999: Elektroniczny klient w globalnej wiosce. Debiuty Nauk. Studentów Wyższej Szkoły Marketingu i Biznesu w Łodzi 2, 97–105.

Pękala M., 1999: Internet jako jedna z metod pozyskiwania klientów u progu XXI wieku. Debiuty Nauk. Studentów Wyższej Szkoły Marketingu i Biznesu w Łodzi 2, 85–96.

Przybyłowski K., Hartley S.W., Kerin R.A., Rudelius W., 1998: Marketing. Dom Wydawniczy ABC, Kraków.

Rojek T., 2003: Ewolucja i perspektywy rozwoju polskiego handlu. Zesz. Nauk. Akademii Ekonomicznej w Krakowie 618, 183–196.

Siutaj W., 2001: Internet – nowe narzędzie marketingu w nasiennictwie. Hodowla Roślin i Nasiennictwo 2, 33–38.

Siutaj W., Duczmal K.W., 2000: Internet – nowe narzędzie marketingu w nasiennictwie. Hodowla Roślin i Nasiennictwo 3, 29–35.

Strony internetowe badanych firm: www.cnos-vilmorin.pl; www.nasiona.pl; www.nasiona-warzyw.pl; www.plantico.pl; www.planticogolebiew.pl; www.pnos.com.pl; www.torseed.pl.
Szczepańska K., 2000: Zastosowanie Internetu w marketingu jako przykład wykorzystania zasobów sieci w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Zesz. Nauk. Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej 1(7), 57–67.
Sznajder A., 2000: Marketing wirtualny. Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
Ślusarczyk S., 1999: Rola zarządzania marketingowego w przedsiębiorstwie. Zesz. Nauk. Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Nisku 1(3), 42–52.
Wiktor J.W., 2002: Funkcjonalna struktura promocji – pole recepcji i płaszczyzny oddziaływania. Prace Nauk. Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Marketingu w Chrzanowie 6, 139–150.
Woźniak M., 2003: Biznes w Internecie. Zesz. Nauk. Wyższej Szkoły Administracji i Biznesu w Gdyni 5, 165–179.
Zając I., 1999: Gazeta na rynku informacji i reklamy. Podstawowe problemy teoretyczne i badawcze. Studium Ekonomiczne Akademii Ekonomicznej w Katowicach 5, 163–183.
Zwierzchowski Z., 2000: Górą elektroniczne sklepy. Rzeczpospolita 10, D2.

## THE ROLE OF RADIO AND TELEVISION COMMERCIALS AND INTERNET IN THE PROMOTION ACTIVITIES OF SEED COMPANIES ON POLISH MARKET

**Abstract.** The aim of research carried out in the years 2001–2005 was to characterize the role of radio, television and Internet in promotion activities of seed companies acting on Polish market. The seed companies used in their marketing activities emitted spots – through these three media. They appreciated the role of Internet creating page centers of WWW, sometimes including a few hundred webpages. Similarly to catalogues, transmitted information depended upon promotion policy of particular companies. However, they underestimated possibility of selling seeds through the Internet. Only one Polish seed company was running the Internet shop offering in it its products.

**Key words:** seed marketing, seed market, seed company

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM *Oeconomia 4 (2) 2005, 27–34*

# ROLA MARKETINGU SPOŁECZNEGO W TURYSTYCE

Nina Drejerska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**Streszczenie.** Celem artykułu jest przedstawienie stosunkowo nowej koncepcji marketingu społecznego, który jako cel sam w sobie jest realizowany głównie przez agencje rządowe i organizacje pozarządowe, natomiast jako element marketingu komercyjnego służy budowaniu pozytywnego wizerunku firmy, marki lub produktu. Ze względu na duże znaczenie tych właśnie aspektów w działalności przedsiębiorstw sektora turystycznego koncepcja marketingu społecznego znajduje coraz większy zakres zastosowań w tej branży. W pracy przedstawiono przykłady jej realizacji zarówno przez tak charakterystyczną jednostkę w turystyce polskiej, jaką jest Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, jak również przez nowo powstałe przedsiębiorstwo gastronomiczne czy pensjonat górski, a także międzynarodową sieć hoteli.

**Słowa kluczowe:** marketing społeczny, turystyka, ekoturystyka

## WSTĘP

W ciągu ostatnich lat powstało i nadal powstaje wiele koncepcji marketingu, które stają przed problemami środowiskowymi, takimi jak zanieczyszczenie środowiska, wyczerpujące się zasoby surowców naturalnych, oraz kwestiami dotyczącymi poziomu życia ludzi w społecznościach o różnym poziomie rozwoju cywilizacyjnego. Kwestie te zmuszają do rozszerzenia dotychczasowego zakresu działań marketingowych. Odpowiedzią na te i wiele innych problemowych zagadnień jest koncepcja marketingu społecznego. Według Kotlera [1999], nakłada ona zadanie polegające na określeniu potrzeb, wymagań i interesów rynków docelowych oraz dostarczeniu pożądanego zadowolenia w sposób bardziej efektywny i wydajny niż konkurenci, przy jednoczesnym zachowaniu lub podniesieniu dobrobytu konsumenta i społeczeństwa. Konieczne jest więc wypracowanie równowagi pomiędzy zyskiem przedsiębiorstwa, zaspokojeniem wymagań konsumenta oraz interesem publicznym.

Adres do korespondencji – Corresponding author: Nina Drejerska, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: ninadrejerska@o2.pl

Celem marketingu społecznego, zdecydowanie różnego od tradycyjnego, jest zmiana systemu wartości społecznie pożądanych. Postrzegany jest on jako metoda oddziaływania na zmiany w ideach czy zachowaniu, ale też jako zbiór wyszukanych technologii zarządzania zmianami społecznymi [Kotler, Roberto 1989, Andreasen 1995, za Balczun 2002]. Z kolei S.J. Dann [za Balczun 2002] definiuje marketing społeczny jako równoczesne zaadaptowanie filozofii marketingu i dostosowanie technik marketingowych dla wywołania zmian zachowania ludzi, które ostatecznie doprowadzą do społecznie pożądanych zmian w postawach i systemie wartości. Marketing społeczny jako cel sam w sobie jest realizowany przez agencje rządowe i organizacje pozarządowe, natomiast jako element marketingu komercyjnego służy budowaniu pozytywnego wizerunku firmy, marki lub produktu.

## OCHRONA ŚRODOWISKA JAKO ELEMENT MARKETINGU SPOŁECZNEGO W TURYSTYCE

Wiele firm realizujących marketing społeczny przyciąga te grupy klientów, które są szczególnie zainteresowane ochroną środowiska naturalnego. Odgrywają one coraz większą rolę w działalności znacznej liczby firm, a ich presja powoduje zmiany w regulacjach prawnych dotyczących działalności gospodarczej [Przepióra 1997]. Specyficzne zadania stają więc przed marketingiem społecznym w dziedzinie turystyki, a szczególnie w zakresie tzw. ekoturystyki, gdzie tworzenie strategii marketingowej opartej nie tylko na interesie firmy, ale też na priorytetach ogólnospołecznych stanowi podstawę istnienia firm oferujących tego rodzaju usługi. Nazywany jest on często „zielonym marketingiem", a dotyczy wszelkich działań przedsiębiorstwa, począwszy od produkcji dóbr i usług, przez administrację, zarządzanie personelem, po kształtowanie postaw proekologicznych u klientów [Grębowski 1997, za Zaręba 2000].

Wśród wielu sposobów klasyfikacji strategii marketingowych można wskazać na typologię, w której kryterium wyodrębnienia jest właśnie uwzględnienie problemów ochrony środowiska. Wśród nich Zaręba wyróżnia następujące strategie [2000]:

- strategia ofensywna, gdzie priorytetem jest troska o środowisko naturalne we wszystkich aspektach działalności przedsiębiorstwa; jest to strategia priorytetowa w ekoturystyce, a jej przykładem może być restauracja oferująca potrawy kuchni tradycyjnej przyrządzane z produktów nabywanych od okolicznej ludności;
- strategia innowacyjna, uwzględniająca problemy ochrony środowiska w działaniach firmy, np.: redukcja czynników zatruwających atmosferę, wodę, glebę, urządzenia filtracyjne, odejście od źródeł energii bazujących na węglu; przykładem takich działań w turystyce może być segregacja odpadów i użytkowanie energooszczędnych żarówek w pensjonatach czy hotelach;
- strategia defensywna, polegająca na eliminowaniu z rynku produktów i usług, które są szkodliwe dla środowiska naturalnego;
- strategia pasywna, obejmująca przestrzeganie najbardziej elementarnych norm ekologicznych w celu uniknięcia zagrożenia wysokimi karami za działalność szkodzącą środowisku albo zakazu prowadzenia działalności gospodarczej.

## PRAKTYKA DZIAŁAŃ PROŚRODOWISKOWYCH W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Jednym z lepszych przykładów praktycznego wprowadzania w życie marketingu społecznego może być Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze (PTTK), najstarsze w Polsce stowarzyszenie skupiające turystów i krajoznawców. Powstało z połączenia Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego (1873 r.) i Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego (1906 r.), których jest prawnym następcą oraz spadkobiercą ich tradycji, dorobku ideowego, a także majątku. Towarzystwo wypracowało i upowszechniło krajoznawczy program turystyki związany z poznawaniem ojczyzny, ochroną przyrody, krajobrazu i zabytków. Jednym z ważnych działań w tym zakresie jest akcja „Sadzimy las", której inauguracja została zaplanowana na kwiecień i maj 2005 r., mająca na celu nie tylko powiększenie terenów leśnych, ale również walory edukacyjno-wychowawcze, prowadzona we współpracy z Lasami Państwowymi. Jest to inicjatywa edukacyjno-wychowawcza skierowana głównie do młodego pokolenia turystów i mająca na celu zwrócenie uwagi na szczególną rolę lasów w uprawianiu turystyki, ukazanie ich walorów zdrowotnych i przyrodniczych oraz wpływu na regenerację sił fizycznych i psychicznych. Szczegółowa realizacja tego zadania leży w gestii poszczególnych oddziałów PTTK, ich możliwości organizacyjnych i kontaktów ze służbami leśnymi.

Poza tą najnowszą akcją, PTTK prowadzi działalność na rzecz ochrony przyrodniczego i kulturalnego dziedzictwa, co wynika wprost ze statutu Towarzystwa i jest realizowane w różnorodnych formach, wśród których do najważniejszych należą [Działalność Polskiego...]:

- promocja zrównoważonej turystyki, obejmująca propagowanie i pomoc w uprawianiu aktywnej turystyki (pieszej, rowerowej, narciarskiej, kajakowej, żeglarskiej itp.) indywidualnie i w małych grupach, przy respektowaniu wymogów ochrony środowiska;
- rozwijanie turystyki przyrodniczej, polegającej na głębokiej emocjonalnej więzi z przyrodą z jednoczesnym jej poznawaniem, co jest realizowane przez odpowiednie wydawnictwa, znakowanie szlaków, organizowanie wycieczek przyrodniczych oraz ustanowienie specjalnej odznaki „Turysta Przyrodnik", której zdobywanie cieszy się dużą popularnością wśród młodzieży;
- szkolenie kadr turystycznych – PTTK jest najważniejszą polską organizacją zrzeszającą i szkolącą przewodników (górskich, terenowych, miejskich) i instruktorów różnych dyscyplin aktywnej turystyki (kajakarstwa, narciarstwa, nurkowania itd.). W systemie szkolenia tych kadr zagadnienia ochrony przyrody są bardzo istotnym elementem;
- organizowanie seminariów, konferencji, sympozjów poświęconych tematyce ochrony przyrody i relacjom pomiędzy turystyką a środowiskiem przyrodniczym;
- wydawnictwa, biblioteki, dokumentacja – publikacje wydawane przez centralne i terenowe jednostki PTTK obejmują szeroki zakres zagadnień związanych z ochroną przyrody na różnych poziomach zaawansowania – od wydawnictw dla dzieci, po prace naukowe. Biblioteki prowadzone przez Towarzystwo gromadzą i udostępniają publikacje o tematyce przyrodniczej dotyczące Polski i innych krajów. Gromadzona

jest też dokumentacja (np. fotografie) dotycząca stanu zasobów dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego;
- opieka nad pomnikami przyrody – PTTK patronuje akcji obejmowania opieką przez indywidualnych członków Towarzystwa poszczególnych wartościowych obiektów przyrodniczych;
- współpraca krajowa i międzynarodowa – Towarzystwo współpracuje z polskimi i zagranicznymi organizacjami ekologicznymi, jest członkiem Europejskiej Federacji Parków Narodowych i Krajobrazowych oraz utrzymuje bliskie kontakty z International Friends of Nature[1].

Problemy ochrony przyrody są w PTTK przedmiotem zainteresowania większości członków i jednostek organizacyjnych Towarzystwa, jednak wiodąca rola w tym zakresie przypada Komisji Ochrony Przyrody Zarządu Głównego PTTK. Również wiele oddziałów terenowych ma swoje komisje ochrony przyrody, które inicjują, prowadzą i koordynują różnorodną działalność w tym zakresie.

Kwestie środowiskowe są bliskie nie tylko bezpośrednim organizatorom wypoczynku, ale także pozostałym ogniwom branży turystycznej, np. hotelom, których właściciele wykazują coraz większą troskę o naturalne otoczenie. Dobrym przykładem tego typu działalności może być uczestnictwo 87 hoteli i placówek grupy Radisson SAS podczas lokalnych akcji typu „Sprzątanie Świata" w ramach ogólnoświatowej akcji ekologicznej Hotel Environment Action Month (HEAM) we wrześniu 2003 r. Akcja, w której wzięły udział sieci hotelowe z całego świata, została zainicjowana przez International Hotel Environment Initiative (IHEI). Jej celem było pogłębienie wrażliwości pracowników i gości hotelowych na kwestie ekologiczne i społeczne. W ramach akcji HEAM 20.09.2003 r. odbyła się w Warszawie akcja „Sprzątanie Świata". Wzięli w niej udział pracownicy warszawskiego Hotelu Radisson SAS Centrum oraz setka dzieci ze Szkoły Podstawowej nr 220 im. dr Stanisława Kopczyńskiego. Posprzątano Osiedle Saska oraz ulice Jana Pawła II i Marszałkowską na wysokości Hali Mirowskiej. Zebrano kilkadziesiąt worków śmieci, które zostały od razu posegregowane; oddzielnie zbierano papier, szkło, plastik i puszki. Jeszcze przed akcją dzieci zostały dowiezione do EKOHOUSE IKEA, gdzie dokładnie dowiedziały się, dlaczego należy rozdzielać odpadki, co się z nimi dalej dzieje i jak się je przetwarza. Uczniowie przygotowali prace plastyczne na konkurs pt. „Ekologiczny turysta". Wyróżnione pracy ozdabiały hotelowe wnętrza przez ponad miesiąc.

Szczeciński hotel w ramach HEAM nawiązał kontakt z Domem Dziecka w Zdrojach. Pracownicy hotelu zorganizowali konkurs plastyczny dla dzieci, mający na celu zachęcenie ich do dbania o środowisko naturalne. W ramach konkursu dzieci odwiedziły hotel, gdzie dowiedziały się, jak postępować na co dzień, by nie zaśmiecać i nie zatruwać środowiska.

Również we Wrocławiu odbyła się akcja „Sprzątanie Świata", udział w niej wzięli pracownicy hotelu, którzy posprzątali skwer przy Muzeum Architektury – vis-à-vis hotelu. Worki ze śmieciami zostały uprzątnięte przez firmę zajmującą się segregacją śmieci.

[1]Międzynarodowe Stowarzyszenie Przyjaciół Przyrody jest federacją 20 organizacji krajowych, a jego głównym obszarem zainteresowania jest aktywny wypoczynek wśród przyrody; www.nfi.at

W Krakowie natomiast pracownicy razem z dziećmi ze szkoły podstawowej z podkrakowskich Rząsek sprzątali las. Dzieci uczestniczyły również w konkursach zorganizowanych przez hotel.

Sieć Radisson SAS na całym świecie prowadzi specjalny program promujący dbałość o środowisko naturalne, zachęcając swoich gości do rozważnego używania wody, papieru i ręczników. Wszyscy pracownicy sieci Radisson SAS są zapoznawani z etyką w biznesie, czyli filozofią firmy polegającą na dbałości o środowisko naturalne, bezpieczeństwo i zdrowie pracowników oraz gości. Wszystkie hotele sieci systematycznie kontrolują zużycie różnych źródeł energii, segregują śmieci i są inicjatorami działań dla dobra środowiska naturalnego.

Mniejsze placówki nienależące do wielkich międzynarodowych sieci wykazują dbałość o środowisko naturalne, czego przykładem może być mały pensjonat w Bieszczadach „Chata nad Czarnym" własność Wojciecha Grzaneckiego. Postanowił on zadbać jednocześnie o wizerunek swojej firmy, o środowisko naturalne, a także dziedzictwo miejscowej kultury. Wstąpił więc do Klubu Czystego Biznesu Fundacji Partnerstwo dla Środowiska w Mielcu, a obecnie jest laureatem Nagrody Czystego Biznesu w kategorii „Czysta turystyka". W „Chacie" postawiono na trzy rodzaje działalności: zmiany wewnątrz firmy – by stała się bardziej przyjazna środowisku, edukację turystów oraz prace na rzecz zrównoważonego rozwoju regionu. W ramach przedsięwzięcia 50-letnią bieszczadzką chatę-pensjonat wyposażono w: elektronicznie regulowane gazowe ogrzewanie, oświetlenie parkingu i podejścia z czujnikami ruchu, modułowe oświetlenie tarasu, holu, pokoju głównego oraz łazienek. Wykorzystano także lampy 12 V z zasilaczem, sprzęt AGD z klasą energetyczną A, termostaty w urządzeniach do podgrzewania wody, a przede wszystkim przydomową, biologiczną oczyszczalnię ścieków. Odpady segregowano w pensjonacie już wcześniej. Uwagę poświęcono także edukacji turystów, których zachowanie często prowadzi do dewastacji przyrody. Aby zachęcić ich do większego szacunku dla środowiska naturalnego, „Chata" dopracowała swój program turystyczny i politykę środowiskową. Obecnie nie tylko promuje się tam lokalne atrakcje turystyczne i przyrodnicze. Gościom tłumaczy się np. zasady działania biologicznej oczyszczalni ścieków.

## PRAKTYKA MARKETINGU SPOŁECZNEGO W RÓŻNYCH ASPEKTACH DZIAŁALNOŚCI BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Działania wpisujące się w koncepcję marketingu społecznego nie zawężają się jedynie do aktywności prośrodowiskowych. Firmy branży turystycznej są również aktywne w wielu innych, ważkich społecznie, zagadnieniach. Również w tym przypadku jednym ze sztandarowych przykładów jest działalność PTTK obejmująca także społeczną opiekę nad zabytkami.

Podstawowe formy działania społecznych opiekunów zabytków to [W sukurs zabytkom]:

- profilaktyka – czyli zapobieganie zniszczeniom i dalszej dewastacji obiektu lub powiększaniu się uszkodzeń;

- inicjowanie ochrony – zagadnienie to dotyczy zarówno przekonywania właścicieli i użytkowników do ochrony konkretnego obiektu, tworzenia zespołów (komitetów odbudowy) itp., jak też pozyskiwania nowych społecznych opiekunów i tworzenia swoistego lobby na rzecz ochrony zabytków;
- interwencje – począwszy od najprostszych w komisji i u wojewódzkiego konserwatora zabytków, przez interwencje w urzędach państwowych i samorządowych, a skończywszy na zaangażowaniu środków masowego przekazu;
- poszukiwanie gospodarzy – często się zdarza, że zabytkowy obiekt nie posiada właściciela lub użytkownika, wówczas remontowanie takiego obiektu nie ma sensu, gdyż przy braku użytkownika ponownie popadnie w ruinę. Należy zatem zatroszczyć się o pewnego i sprawdzonego użytkownika, który nie tylko dopilnuje właściwego odnowienia obiektu, ale zagwarantuje takie jego wykorzystanie, które będzie zgodne z jego zabytkowym charakterem.

Działania społecznych opiekunów zabytków są o tyle cenne, że dotyczą zwykle mniej znanych obiektów, znajdujących się w złym stanie technicznym, a niezajmujących dostatecznej uwagi władz i konserwatorów zabytków. Uratowali oni od rozebrania i bezpowrotnego zniszczenia kilka tysięcy cennych obiektów. Są wśród nich małe, przydrożne kapliczki i wspaniałe, malowniczo położone cerkwie, dwory i wiejskie chałupy, młyny, wiatraki i inne zabytki techniki. Wśród uratowanych obiektów są także wielkie pałace i monumentalne, zrujnowane i opuszczone zamki, np. zamek Grodno w Zagórzu Śląskim, zamki w Golubiu-Dobrzyniu, Dobczycach, Lublińcu, Liwie, Bytowie, Słupsku, Zbąszynie, pałac Etingona w Łodzi, pałac w Ciechanowcu, kamienice mieszczańskie w Warcie, Olkuszu, we Włocławku, w Warszawie, dawny szpital św. Karola w Puławach, kościół ewangelicki w Rakoniewicach, dworki w Bronowicach, Miechowie, Iwanowicach, kościół i cmentarz ewangelicki w Supraślu, cmentarz żydowski w Brewisku, zabytki Tykocina i wiele innych.

Poważnym wkładem organizacji w odbudowę zabytków jest systematyczne przejmowanie zniszczonych obiektów na cele turystyczne. W gestii PTTK znajduje się prawie 160 zabytków architektury i ponad 60 tysięcy zabytków ruchomych.

Poza akcjami mającymi na celu dbałość o środowisko naturalne, wspomniane już hotele sieci Radisson SAS wspierają również na całym świecie różne akcje społeczne i charytatywne. We współpracy z UNESCO sieć uczestniczyła w pracach konserwatorskich ołtarza w świątyni Kasr El Byint w słynnej jordańskiej Petrze. W Polsce sieć zaangażowana jest m.in. w renowację zabytkowego arrasu w Krakowie. Poszczególne hotele Radisson SAS angażują się także w życie społeczności lokalnych – organizują akcje charytatywne na rzecz potrzebujących dzieci, przekazując dary (meble, koce, żywność, środki czystości) domom dziecka i Czerwonemu Krzyżowi; pomagają w zbieraniu funduszy dla takich organizacji, jak Save the Children, UNICEF, belgijski United Fund.

Hotele należące do sieci Radisson SAS sponsorują teatry (wrocławski hotel Radisson SAS jeszcze przed oficjalnym otwarciem wspierał realizację musicalu „Hair" w Hali Ludowej, a szczeciński hotel sponsoruje przegląd małych form teatralnych Kontrapunkt); kluby i imprezy sportowe (szczeciński hotel wspierał turniej tenisowy Skarbiec Generali, Pekao Open 2003); wyższe uczelnie (wrocławską i krakowską Akademię Sztuk Pięknych); festiwale (mimo niedługiej obecności we Wrocławiu, tamtejszy Radisson SAS zdążył już nawiązać współpracę z Festiwalem Vratislavia Cantans) [Event marketing...].

Ciekawym przykładem prowadzenia działalności zgodnie z filozofią marketingu społecznego, przekonującego do racjonalnego i zdrowego odżywiania się, są restauracje działające pod marką „Leśne Runo". Powstały one jako odpowiedź polskiej gastronomii na ofertę zachodnich restauracji typu fast food, czyli „szybkie jedzenie". Przygotowując ofertę „Leśnego Runa" i sposób podania potraw, udowodniono, że tradycyjne polskie potrawy mogą być podawane szybko i smacznie – niekoniecznie polski obiad musi wiązać się z kilkudziesięciominutowym oczekiwaniem na posiłek. To, co tak dobrze zadziałało w przypadku hamburgerów czy hot dogów, sprawdza się w również w polskiej restauracji.

Obecnie funkcjonuje 5 restauracji „Leśne Runo" (w tym 4 zlokalizowane przy głównych trasach samochodowych kraju) [Laureaci Konkursu...]:

- Grabin k. Ostródy przy stacji Statoil, droga krajowa nr 7;
- Małdyty k. Morąga przy stacji PKN Orlen, droga krajowa nr 7;
- Obrowo przy stacji PKN Orlen, droga krajowa nr 10;
- Pszczółki przy stacji PKN Orlen, droga krajowa nr 1;
- Iganie Stare k. Siedlec przy stacji PKN Orlen, droga krajowa nr 2.

Klientów przyciąga przytulne wnętrze restauracji z drewnianymi stołami i licznymi naturalnymi elementami dekoracyjnymi w postaci bukietów suszonych kwiatów i owoców lasu, pniami drzew. Potrawy serwowane są w sposób tradycyjny, z wykorzystaniem porcelanowej zastawy ozdobionej znakiem firmowym. Specyficzny klimat panujący w restauracji podkreślają również nazwy potraw, np.: „dzikie rogi", „zestaw drwala", „wilczy apetyt", „zupa z kotła Baby-Jagi" czy „leśny przysmak". Atrakcyjne nazwy zestawów w połączeniu z estetycznym ich podaniem sprawiają, że zwyczajne polskie potrawy nabierają nowego wyrazu i uzyskują uznanie smakoszy. Przyjęto również zasadę, że każdy klient, który zakupi dowolny zestaw obiadowy, otrzyma jabłko w prezencie.

## PODSUMOWANIE

Jednym z podstawowych elementów marketingu społecznego w branży turystycznej jest troska o ochronę środowiska naturalnego oraz kształtowanie postaw prośrodowiskowych. Wynika to przede wszystkim z faktu, że to właśnie środowisko naturalne jest podstawowym miejscem działalności firm turystycznych. Prowadzą one jednak również wiele innych działań mających na celu wywołanie zmian zachowania ludzi, które ostatecznie mogą doprowadzić do społecznie pożądanych zmian w postawach i systemie wartości. Przykładem takiej aktywności może być wspieranie opieki nad zabytkami, propagowanie zdrowego trybu życia i odżywiania się, mecenat nad instytucjami i wydarzeniami kultury i nauki, wspieranie różnego typu fundacji i organizacji pożytku publicznego. Wszelkie działania tego typu służą również wypracowaniu pozytywnego wizerunku firmy w oczach zarówno klientów, jak i pozostałych podmiotów na rynku, a przykłady wymienione w niniejszym opracowaniu z pewnością nie wyczerpują całego wachlarza możliwości dostępnych w ramach marketingu społecznego.

## PIŚMIENNICTWO

Balczun W., 2002: Edukacyjne aspekty kampanii społecznych w mediach. IV Międzynarodowa Konferencja Naukowa: Media a edukacja, Katedra Mediów i Technologii Informacyjnych, Uniwersytet Zielonogórski w Zielonej Górze oraz Zakład Technologii Kształcenia Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 20–23 kwietnia 2002, Poznań.

Działalność Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego na rzecz ochrony przyrody, http://www.pttk.pl/kznw/przyroda.php

Event marketing po polsku. Profesjonalizm czy ignorancja?, http://www.polishsea.com/biuletyn-2005_04/artykuly.php

Hotele Radisson SAS dbają o środowisko naturalne w ramach zasady Responsible Business (Odpowiedzialni w Biznesie), http://www.sasgroup.pl/index_rds.php?lang=0&co=view&id=606

Kotler P., 1999: Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. Wydawnictwo FELBERG SJA, Warszawa.

Laureaci Konkursu o Nagrody Programu Czysty Biznes 2004 – opis projektów, http://www.epce.org.pl/pl/cb/6_doroczne_spotkanie/laureaci_konkursu_2004.htm

Polska Agencja Rozwoju Turystyki: Projekty, Leśne Runo; http://www.part.com.pl/page.php?index=020101

Przepióra A., 1997: Wprowadzenie do marketingu. [w:] Marketing w agrobiznesie. Materiały dla studentów Akademii Rolniczych. Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa (FAPA), Warszawa 1997.

Sadzenie lasu, http://www.pttk.pl/zycie/las/

W sukurs zabytkom, http://www.pttk.pl/kznw/zabytki/index.php?co=sonz06

Zaręba D., 2000: Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje. Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa.

## THE ROLE OF SOCIAL MARKETING IN TOURISM

**Abstract.** The aim of the article is to present relatively new concept of social marketing, which as a goal itself is realized mostly by government agencies and non-government organizations but as an element of commercial marketing is used for creation of positive image of a firm, brand or product. Owing to the fact that these aspects are quite significant in activity of tourist firms, the concept of social marketing gains more and more fields of implementations. In the paper there ware presented examples of its realization in so characteristic institution in Polish tourism like Polish Tourist Country-Lovers' Society as well as in a new-opened restaurant or mountain pension and even in international hotel company.

**Key words:** social marketing, tourism, ecotourism

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM *Oeconomia 4 (2) 2005, 35–40*

# OLIVE PRODUCTION AND OLIVE OIL INDUSTRY IN LIBYA, TUNISIA, ALGERIA AND MOROCCO

Mahmud Geheder
Warsaw Agricultural University

**Abstract.** The article analyses the production of olive in Libya, Tunisia, Algeria and Morocco it includes comparison of growth in production between 1990 and 2003. The work touches on the problems faced by the olive industry in the production and marketing stage. The objective of the research is to study the modern methods of manufacturing and production of olive and olive oils. Another objective is to get to know about the problems and obstacles faced in the process of developing and improving this particular section of agriculture in the selected North African countries.

**Key words:** olive oil, olive production, North Africa countries

## INTRODUCTION

The economical importance of the olives lies in its additional value added to agricultural production and also its contribution in the national production as well as in coming in the always much needed foreign currencies in export. All these come from exports of olives and olive oils. On the other hand olives occupies an important position in the food production and consumption, in addition to its many other uses.

It constitutes a major source of fatty acids, proteins, vitamins, carbohydrates and fibres. Most of the populations involved in the production of olive live away from towns, in the countryside. Olive production section provides employment for these populations living in the villages. Production of olives here takes advantage of the free labour force at homes. The olive tree plantations cover large areas in most of the Arab countries, for example in Libya area under Olive covers some 100 thousand hectares. In the year 2003 the average production was over 150 thousand tones of lives. In Tunisia olive plantations covers up to one- third of the whole of arable lands and that is the equivalent of some 1.6 million hectares. The annual production in 2003 was estimated at 350 thousand tones. On the other hand, in Algeria the area covered by olive tree plantation is

Adres do korespondencji – Corresponding author: Mahmud Geheder, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: mahmud_geheder@yahoo.com

approximately 45% of the whole of the country's arable lands and in 2003 alone the annual production was put at 167.29 thousand tones. Finally, in Morocco olive plantation covers almost 50% of the whole of that country's arable lands and this is equivalent to some 560 thousand hectares. In the year 2003 the annual production was almost 830.1 thousand tones.

## OBJECTIVE

The objective of the research work is to study the modern methods of manufacturing and production of olive and olive oils. Another objective is to get to know about the problems and obstacles faced in the process of developing and improving this particular section of agriculture in the selected North African countries.

## CURRENT SITUATION OF OLIVE PRODUCTION IN SELECTED AFRICAN COUNTRIES

Depending on the land humidity, there are to be found two types of farming in Libya. One of the methods depends on the rainfall directly or indirectly. The indirect depend on the rainfall covers such method of farming which use direct water, dams, rovers and wells for watering the plants. The second method is the type of farming dependent on irrigation system

The indirect method is dependant on the rainfall. The rain falls in the autumn but at times it can continue through the months of winter. During these seasons olive plants are to be cultivated using the mentioned ways. For the region of the country to the west, that is between Zaura and Masrata the rainfall by year does not exceed 200 mm. However, to the east region rainfall per years reach 600 mm and for this reason olive plants are cultivated in the mountains (so-called green mountains) and also in some limited areas in Banzayn.

The spacing between the olive trees depends on the rainfall as well as the type of soil. For regions with little rainfall per year and poor soils (like sandy soil) the clearance can increase to event about 20 metres from tree to tree. In the irrigation system of olive tree farming, the trees get the water indirectly. This system is popular in small areas and occupies limited areas too.

Depending on the specialisation of given plantation, with the use of indirect method of watering it is possible to cultivate:

- olive, almonds, fruits and others plants,
- cultivation of only olive trees,
- using irrigation it is possible to cultivate vegetables, forage, or fruits (including even evergreen plants) as well as fruits which shade leaves during winter like peaches, avocados etc.,
- here there are two methods of cultivation of olive trees, one is when there is plenty of water in an are the other is for areas without enough like mountains found to the west, near the rives (rivers around the town Serd) or lake water is available (like around Wahad lake).

When it comes to Tunisia, olive plantations can be found almost all over the country, from the North to the South of the Country. It covers almost 95% of all the forests. They grow under different conditions depending on the rainfall. The rainfall is between 1200 mm in the North and some 1500 mm in the South. At times, in some areas, it rains only for some 30 days in the whole year. The amount of rainfall differs from place to place and also from year to year. It has place a very big role in converting lands from deserts to agricultural lands with production of live trees.

On the other hand, in Algeria olive plantations are often found in the mountains and cover some 62% of the mountain areas. For example in the provinces situated at the centre of the country these include: Pgaya, Tizywzw, Pwyra, Pomrdas they cover less than 1,8 hectares. However to the east of the country they cover some 3.77 hectares but in the west they cover about 5 hectares. These are the conditions that determine the production of olives in Algeria, here the traditional system and traditional production technology is at use.

The remaining areas covers some 30.000 hectares found to the east of the country and are characterised by production of olives. Most of the new areas to the west or south of the country or in the low-lying areas use modern methods of cultivation. Here the between 200 and 400 olive trees are planted per hectare. These areas are irrigated by the so-called droplet method. Farming here also dependent very much on the funds received sponsor-countries, those countries supporting the projects. The sponsor funds are cover:

- 100% of money for purchasing seedlings,
- 100% of money used for purchasing fertilisers,
- 40% of money used for purchasing irrigation equipment,
- 40% of the money for digging wells and construction of tanks for water storage.

Finally, there are four methods of olive production in Morocco; these methods are to be found in four regions:

- Agricultural area dependent on irrigation for farming, this area covers around 220 thousand hectares and this is the equivalent of 3% of the whole Moroccan olive plantation. It is divided into two sections (1) First section – irrigation non-stop. This area covers some 40 thousand hectares; these 40 hectares include 9 dams in Morocco. (2) The second section covers some 80 thousand hectares. Here irrigation is supplementary. These include areas like Maraksh, Saragin Castle, Shishawh, Tadle Bany Malaial, Swyrah, Warazat, Taflalit, Fikiek, Palman, Malwya Dam, Juwa and Nador;
- Areas irrigated by available seasonal rainfall. These areas cover 100 thousand hectares equivalent to 18% of the whole of the national olive plants and these areas are: Sais, Fas Safer, Miknas, Hajeb and to the west we have: Sidigasem, Sidisliman and Alowkus;
- Areas irrigated by deficient seasonal rainfall. The areas cover 40 thousand hectares – being the equivalent of up to 7% of the whole of the national olive plantation cover. These areas include: Alikamisat, Wastat, Astin and Krybka;
- Sub-urban areas cover about 200 thousand hectares representing about 36% of the whole national area under olive plantation. These areas include: Country mountains (Shawshawin, Tanjahm, Tatwan, Al-tasima) Taza, Twnat, Khnefra and Alzilal.

Table 1. The most important types of olives in selected North-African countries
Tabela 1. Najważniejsze odmiany oliwek w wybranych krajach Afryki Północnej

| Country | Types of olives |
|---|---|
| Libya | Indwy, Zulmaty, Rapyany, Rasli, Oslaty, Hamodi, Shamlali, Zarazy, Marany, Tiboby, Zafrany |
| Tunisia | Al.-Shatawy, Al.-Shamlaly, Al.-Waslany (Algim), Al.-Shamshaly, Al.-Jarboi, Al.-Zalmaty, Al.-Myski, Al.-Bisbasy, Al.-Marsalin, Al.-Zarazy |
| Algeria | Dblankanti Galmie Atabany, Aburisha, Shamlal, Azility, Malei, Azrag, Tofah, Limly, Sigwaz, Farkany |
| Morocco | Bishulin, Al.-Huszja, Al.-Manarah, Al.-Thahabiya |

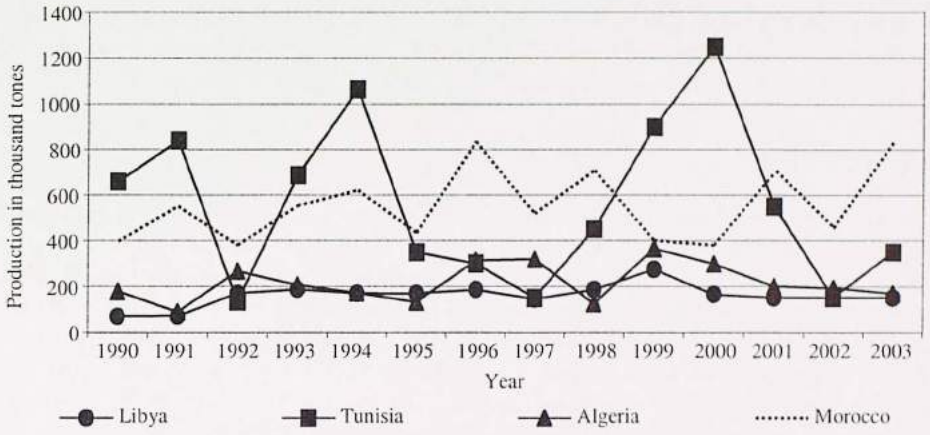
Source: Own research.
Źródło: Badania własne.

Table 2 presents development production of the countries. The statistical results of between 1990 and 2003 show that production in these countries has been growing and this is clearly evident in countries like Libyan, Morocco, Algeria and Tunisia as shown in the table.

Table 2. Production of olives in Libya, Tunisia, Algeria and Morocco in 1990–2003 (in thousand tones)
Tabela 2. Produkcja oliwek w Libii, Tunezji, Algerii i Maroko w latach 1990–2003 (w tysiącach ton)

| Year | Libya | Tunisia | Algeria | Morocco |
|---|---|---|---|---|
| 1990 | 68.0 | 660.0 | 177.9 | 396.0 |
| 1991 | 70.0 | 839.0 | 88.0 | 550.0 |
| 1992 | 168.8 | 134.0 | 266.0 | 380.0 |
| 1993 | 186.6 | 688.0 | 206.0 | 554.5 |
| 1994 | 168.8 | 1063.0 | 170.4 | 622.4 |
| 1995 | 168.8 | 350.0 | 131.0 | 436.3 |
| 1996 | 185.7 | 300.0 | 313.3 | 835.6 |
| 1997 | 145.0 | 150.0 | 319.5 | 517.6 |
| 1998 | 185.9 | 450.0 | 124.1 | 708.5 |
| 1999 | 275.0 | 900.0 | 363.4 | 400.0 |
| 2000 | 165.0 | 1250.0 | 298.3 | 380.0 |
| 2001 | 150.0 | 550.0 | 200.3 | 698.7 |
| 2002 | 150.0 | 150.0 | 191.9 | 455.3 |
| 2003 | 150.0 | 350.0 | 167.3 | 830.1 |

Source: Data of Arabian Agricultural Development Organisation.
Źródło: Dane Arabian Agricultural Development Organisation.




Graph 1. Production of olives in Libya, Tunisia, Algeria and Morocco in 1990–2003 (in thousand tones)

Wykres 1. Produkcja oliwek w Libii, Tunezji, Algerii i Maroko w latach 1990–2003 (w tysiącach ton)

Source: Data of Arabian Agricultural Development Organisation.

Źródło: Dane Arabian Agricultural Development Organisation.

## PROBLEMS IN PRODUCTION AND INDUSTRY OF OLIVES

The problems encountered in the production field include the following issues: failure to select the appropriate types of olives, improper care of the olive trees, limited knowledge on the methods of caring of olive trees, use of bad methods of harvesting of olive fruits, and mixing of good quality and bad quality olives.

Moreover, there are some problems connected with the olive industry. First of all, there are few people with the proper skills and professional education and preparation in the directing of production and manufacture. Another problem is that olives are usually out of national and international standards, i.e. separating water from olives or not separating leaves from the olives during manufacture. In using pressing machines to press oil from olives, the pressers are not properly cleaned and this leads to remnants in the press plates, the remnants lower the quality of the next party of olive oils pressed.

On the other hand, climatic problems cover the olive trees in the hot regions. The plants may be destroyed by the harsh winter conditions also very hot summer days could destroy the plants. Another factor here is the amount of rainfall, where there is no irrigation very low annual rainfall might lead to destruction of plants.

Moreover, economical problems included: competition between the local production and production abroad, lack of exporting companies, lack of funds for marketing purposes, lack of suitable storage facilities, high production costs, lack of investment projects, and high cost of marketing or low demand of olive oil in the internal market – within some countries.

Finally, within marketing problems following can be distinguished: use of improper packaging to transport olive oils as plastic packs, lack of plastic packing for olive oils, use of bad method of pouring oil into bottles, overstaying of olive in storage warehouses

and not sending them in time for pressing leads to low quality, lack of marking appropriate professional skills and knowledge, pouring of olive oil into improper packets and keeping of olive in humid spaces lead to olive being spoiled.

## CONCLUSIONS

Olive production occupies a central place in most of the North African countries and mainly in those countries bordering the Mediterranean Sea. For the reason therefore, these countries have been more interested in production of olive. However, because these countries have been mainly only heavily involved in the production and have mainly neglected the marketing and export a lot of olives get spoil for lack of market. Neglecting the marketing and export has resulted in that these countries have almost no ability to compete in the international markets. The report covered mainly North African countries and ways of production of olive and also the most important types of olive and the area covered by olive trees. Also the amount of annual production in the studied countries and study too included review of the problems faced in the: problems with production, problems with manufacturing, economical problems, climatic problems and last of all marketing problems

## REFERENCES

Statistical books of Arabian Agricultural development organisations (Published by Arab Development of Agriculture).

The annual reports for Agricultural development in Arab Countries (Published by Arab Development of Agriculture).

Development, Production, Industry and Marketing of Olive and Olive oil in Arab Countries (Published by Arab Development of Agriculture 2004)

www.aoad.org

## PRODUKCJA OLIWEK ORAZ PRZEMYSŁ OLIWKOWY W LIBII, TUNEZJI, ALGIERII I MAROKO

**Streszczenie.** Uprawa oliwek zajmuje kluczowe miejsce w większości krajów śródziemnomorskich (Libia, Tunezja, Algieria, Maroko). Kraje te zawsze były intensywnie zaangażowane w produkcję oliwek i oliwy z oliwek. Jednak brak właściwie prowadzonych działań marketingowych oraz eksportowych sprawiają, że kraje Afryki Północnej mają problemy ze zbytem produktu oraz ograniczone możliwości konkurowania na arenie międzynarodowej. W niniejszym opracowaniu scharakteryzowano sposoby produkcji oliwek, obszary, gdzie są one uprawiane a także najważniejsze odmiany oliwek. Przedstawiono również wielkość produkcji oliwek w krajach Afryki Północnej w latach 1990–2003. Do najważniejszych problemów związanych z produkcją oliwek zaliczono: brak wystarczającej wiedzy na temat uprawy i przetwórstwa oliwek, problemy klimatyczne, problemy ekonomiczne oraz problemy marketingowe.

**Słowa kluczowe:** olej z oliwek, produkcja oliwek, kraje Afryki Północnej

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM Oeconomia 4 (2) 2005, 41–50

# DETERMINANTY ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W GMINACH MIEJSKO-WIEJSKICH I WIEJSKICH WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO

Andrzej Mantaj
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania
Artur Ostromęcki, Dariusz Zając
Uniwersytet Rzeszowski

**Streszczenie.** W opracowaniu podjęto próbę wyznaczenia determinant rozwoju przedsiębiorczości, należących głównie do grupy uwarunkowań lokalnych, w dwóch typach gmin, tj. miejsko-wiejskich i wiejskich w regionie podkarpackim, odznaczającym się silnie rozdrobnionym rolnictwem. W warunkach współczesnego rynku rolnego coraz trudniej jest prowadzić drobnotowarowe gospodarstwa rolne, a z kolei rosnące bezrobocie i malejąca dwuzawodowość stwarzają szczególne zagrożenie socjalne dla ludności wiejskiej tego regionu. Złagodzenia omawianych problemów upatruje się więc w rozwoju przedsiębiorczości pozarolniczej, która ma największą zdolność wykorzystywania rozproszonych zasobów wytwórczych i słabych sygnałów rodzącego się popytu oraz jest podatna na innowacje. Przeprowadzone badania potwierdziły różnorodny, wieloaspektowy wpływ czynników zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych na rozwój przedsiębiorczości pozarolniczej. Należy przy tym podkreślić znaczenie potencjału ludzkiego, a zwłaszcza jego jakości oraz czynnika aglomeracyjnego, różnicującego wpływ czynników pozostałych.

**Słowa kluczowe:** determinanty, przedsiębiorczość, województwo podkarpackie

## WSTĘP

Rozwój obszarów wiejskich jest ściśle związany z przedsiębiorczością ludności wiejskiej, zwłaszcza w pozarolniczych dziedzinach działalności. Zmiany makroekonomicznych uwarunkowań gospodarowania ujawniły bariery dotychczasowej monofunkcyjnej struktury rolniczej gospodarki na obszarach wiejskich. Niska wydajność pracy oraz

Adres do korespondencji – Corresponding author: Artur Ostromęcki, Dariusz Zając, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Ekonomii, Zakład Polityki Gospodarczej i Agrobiznesu, ul. M. Ćwiklińskiej 2, 35-601 Rzeszów; tel.: (017) 872 16 89, e-mail: dzajac@univ.rzeszow.pl
Andrzej Mantaj, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Katedra Metod Ilościowych w Ekonomii, ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów; tel.: (017) 866 12 11, e-mail: amantaj@wsiz.rzeszow.pl

słaba produktywność środków trwałych, wysoka kapitałochłonność, wolny obrót kapitału, złe struktury organizacyjne i ograniczony popyt na surowce rolne wymagają przebudowy profilu ekonomicznego gospodarstw domowych na obszarach wiejskich. Proces ten nie może być inspirowany jedynie przez przeobrażenia w samym rolnictwie. Niezbędna staje się aktywna polityka gospodarcza, stwarzająca warunki do rozwoju małych czy średnich przedsiębiorstw. Ograniczoność zasobów kapitałowych na obszarach wiejskich wymusza antycypacyjny charakter tej polityki, polegający na przesuwaniu zasobów na tereny niezurbanizowane. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich przejawia się właściwie w takich samych formach, jak na terenach zurbanizowanych, ale jej rozwój jest odmiennie uwarunkowany.

W procesie dopasowania formy do warunków wiejskich prym wiedzie mikroprzedsiębiorca. Mocną jego stroną jest podejmowanie realizacji nowych ryzykownych idei, lepsze wykorzystanie lokalnych warunków w zakresie zaopatrzenia w czynniki wytwórcze i możliwości zbytu, większa elastyczność, niższe koszty administracyjne i niższe koszty tworzenia miejsc pracy [Sawicka 2000].

W 2002 r. mikroprzedsiębiorstwa stanowiły 95% wszystkich zarejestrowanych przedsiębiorstw, zatrudniały 20% pracujących i miały 31% udziału w tworzeniu wartości dodanej. Liczba zarejestrowanych tego rodzaju jednostek gospodarczych systematycznie rośnie. W 1995 r. było ich 1 921 151, a w 2001 r. już 3 206 452 [Raport... 2002]. Właściwą ocenę stanu przeprowadzić jednak należy uwzględniając faktycznie działające przedsiębiorstwa (aktywne). Szacuje się, że w grupie mikroprzedsiębiorstw odsetek aktywnych wynosił w 2001 r. 50,7%, a w 2002 r. 51,2% [Kaliszczak, Nesterowicz 2004]. Analizując działalność przedsiębiorstw w grupie MSP w latach 1998–2001 można zauważyć pogłębiające się zjawisko braku ich aktywności gospodarczej. Fakt ten oraz załamanie we wzroście liczby mikroprzedsiębiorstw w latach 2000–2002 powinny spowodować bardziej aktywną politykę państwa wobec tego sektora. Szczególne znaczenie ma rozwój tych jednostek na obszarach wiejskich. Tymczasem odsetek gospodarstw domowych z użytkownikiem gospodarstwa rolnego podających działalność pozarolniczą na własny rachunek za główne źródło utrzymania wynosił w 2002 r. 6,8% i nieznacznie wzrósł w porównaniu z 1996 r., w którym wynosił 3,8% [Narodowy Spis Powszechny 1996 i 2002, GUS 1997, 2003].

O poziomie rozwoju przedsiębiorczości decydują uwarunkowania zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne, które należy rozpatrywać wielopłaszczyznowo, w układzie wzajemnych sprzężeń i wzmocnień. Dlatego badanie ich wpływu na poziom przedsiębiorczości jest trudne i wymusza pewne uproszczenia. Do uwarunkowań wewnętrznych zalicza się cechy indywidualne, osobowościowe oraz wyznawane systemy wartości – można ten układ nazwać zespołem predyspozycji. Towarzyszy mu pewien poziom społecznej akceptacji wyznaczający zakres aktywności gospodarczej [Safin 2004]. Uwarunkowania wewnętrzne są siłami sprawczymi podejmowania działalności przedsiębiorczych, a uwarunkowania zewnętrzne mogą jedynie je wzmocnić, osłabić czy nadać im kierunek. Do tej grupy zalicza się uwarunkowania makrootoczenia, a w nich polityczno-prawne, ekonomiczne, społeczne, kulturowe oraz informacyjne. Na uwarunkowania polityczno-prawne składają się ramy ustrojowe i prawne przedsiębiorczości. W szczególności ważne są tu wyznaczniki w zakresie prawa własności, dopuszczalnego ryzyka w gospodarowaniu czy stopnia zewnętrznej kontroli podmiotów gospodarczych. Uwarun-

kowania ekonomiczne Safin [2004] nazywa motorem działań przedsiębiorczych i będą to: stan koniunktury gospodarczej, poziom bezrobocia, system bankowy, polityka podatkowa itp. Na makrouwarunkowania społeczne i kulturowe składają się: akceptacja aktywności gospodarczej, system wartości, wzorce współżycia społecznego itp. Przez pojęcie uwarunkowań informacyjnych należy rozumieć atmosferę przychylności i poparcia tworzoną przez media.

Szczególne znaczenie mają uwarunkowania lokalne stymulujące bezpośrednio rozwój przedsiębiorczości. Będzie to polityka samorządów w zakresie organizacyjno-prawnym, ekonomicznym czy promocyjnym. Wyznacznikami takiej polityki są: podatki, opłaty lokalne, opłaty za korzystanie ze środowiska czy poziom nakładów inwestycyjnych realizowanych z budżetów samorządowych. Kolejnymi uwarunkowaniami lokalnymi są poziom edukacji oraz gotowość ludzi do aktywnego uczestnictwa w działaniach gospodarczych. Oba te czynniki mają charakter długookresowy i wymagają strategicznych stymulatorów w polityce gospodarczej. Najczęściej badanym uwarunkowaniem jest grupa twardych i miękkich czynników związanych z lokalizacją. Twarde czynniki to warunki naturalne, zasoby czynników wytwórczych, dochody, kontakty lokalne i ponadlokalne, rynki zbytu. Do czynników miękkich zalicza się atrakcyjność rynku lokalnego, czynniki aglomeracyjne i poziom infrastruktury.

## CEL, ZAKRES, MATERIAŁ I METODYKA BADAŃ

W kontekście wielostronnego wpływu wielu czynników na poziom przedsiębiorczości na obszarach wiejskich celem opracowania jest próba wyznaczenia jej determinant, należących głównie do grupy uwarunkowań lokalnych, w dwóch typach gmin, tj. miejsko-wiejskich i wiejskich. Zakres przestrzenny badań celowo umiejscowiono w województwie podkarpackim (w badaniach uwzględniono wszystkie gminy miejsko-wiejskie, i wiejskie w województwie, tj. 29 i 115), gdzie występuje silnie rozdrobnione rolnictwo. W warunkach współczesnego rynku rolnego coraz trudniej jest prowadzić drobnotowarowe gospodarstwa rolne. Rosnące bezrobocie i ograniczone zjawisko dwuzawodowości stwarzają szczególne zagrożenie socjalne dla ludności wiejskiej tych terenów. Złagodzenia tych problemów upatruje się w rozwoju działalności pozarolniczej w formie mikroprzedsiębiorstw (zatrudniających do 9 osób), one to bowiem mają największą zdolność wykorzystywania rozproszonych zasobów czynników wytwórczych, wykorzystują nawet słabe sygnały rodzącego się popytu oraz są podatne na innowacje [Ostromęcki, Zając 1998].

W toku analizy badano istotność statystyczną związków wybranych zmiennych objaśniających ze zmienną objaśnianą wyrażoną liczbą mikroprzedsiębiorstw na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym, zwaną wskaźnikiem natężenia podmiotów gospodarczych. Rolę zmiennych objaśniających pełniło 9 zmiennych. Gęstość zaludnienia (x1), odsetek ludności w wieku produkcyjnym (x2) oraz odsetek ludności z wykształceniem średnim i powyżej średniego (x3) to potencjalne czynniki propopytowe, ale także warunkujące poziom przedsiębiorczości. Odsetek bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym (x4) oraz liczba pracujących na 1000 ludności w wieku produkcyjnym (x5) to czynniki wpływające na procesy przedsiębiorczości w ten sposób, że ten pierwszy ją wymusza, a drugi może mieć wpływ hamujący. Czynnik infrastrukturalny jest repre-

zentowany przez gęstość dróg gminnych (x6), odsetek budynków mieszkalnych z wodociągiem (x7) i kanalizacją (x8). Udział wydatków inwestycyjnych w wydatkach ogółem gmin (x9) reprezentuje politykę samorządu lokalnego wobec przedsiębiorczości. Materiał empiryczny do badań pochodził z Urzędu Statystycznego w Rzeszowie oraz z Regionalnej Izby Obrachunkowej w Rzeszowie i dotyczył 2003 r.

W celu uzupełnienia przeprowadzonej na podstawie tabel statystycznych analizy wpływu wybranych czynników na poziom przedsiębiorczości wykorzystano liniowy model ekonometryczny. Jako zmienną objaśnianą przyjęto wskaźnik natężenia podmiotów gospodarczych, a rolę zmiennych objaśniających pełniło dziewięć wyżej opisanych zmiennych.

Parametry strukturalne równania modelu wyznaczono według wzoru [Dziechciarz 2003]:

$$a = (X^T X)^{-1} X^T y$$

gdzie:
$a$ – wektor parametrów strukturalnych modelu,
$X$ – macierz zmiennych objaśniających,
$y$ – wektor zmiennych objaśniających.

Aby zapewnić wprowadzenie do modelu wyłącznie zmiennych objaśniających, których wpływ na zmienną objaśnianą był statystycznie istotny, przy szacowaniu parametrów strukturalnych zastosowano metodę krokową postępującą.

W związku z tym, że każda ze zmiennych wyrażona jest we właściwym jej mianie, na podstawie absolutnych wartości parametrów strukturalnych nie można określić wagi oddziaływania poszczególnych zmiennych objaśniających na zmienną objaśnianą. Stąd też postanowiono obliczyć także znormalizowane parametry strukturalne modelu, wyrażone w jednostkach ilorazu odchyleń standardowych zmiennej objaśniającej i objaśnianej [Pietraszewski, Wagner, Wysocki 1989]:

$$\tilde{a}_i = a_i \left[ \frac{\underline{x}_i^T \underline{A} \underline{x}_i}{\underline{y}^T \underline{A} \underline{y}} \right]^{\frac{1}{2}} \qquad i = 1, 2, ..., k$$

gdzie:
$\underline{x}_i$ – wektor wartości $i$-tej zmiennej objaśniającej,
$\underline{A} = I - \underline{1}\,\underline{1}^T/n$.

Wartości parametrów $\tilde{a}_i$ można sprowadzić do przedziału (0, 1>, ustalając w ten sposób ich udział w wyjaśnianiu zmiennej objaśnianej [Pietraszewski, Wagner, Wysocki 1989]:

$$\tilde{a}_i^* = \left| \tilde{a}_i \right| / \sum_{i=1}^{k} \left| \tilde{a}_i \right|, \qquad i = 1, 2, ..., k$$

W związku z tym, że badane jednostki przestrzenne podzielono na dwie grupy, tj. gminy miejsko-wiejskie oraz wiejskie, należało wyznaczyć dwa odrębne modele dla każdej z grup gmin.

## WYNIKI BADAŃ I ICH OMÓWIENIE

Przeprowadzone badania potwierdziły znaczący wpływ czynnika aglomeracyjnego na poziom przedsiębiorczości. Wskaźnik natężenia podmiotów gospodarczych w gminach miejsko-wiejskich był wyższy o około 12% niż w gminach wiejskich i wynosił 891,4 podmiotów na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym. Fakt ten był przesłanką do przeprowadzenia analizy wpływu badanych czynników oddzielnie w dwóch grupach gmin, tj. miejsko-wiejskich i wiejskich. Analizę podzielono na dwie części. W pierwszej, na podstawie danych tabelarycznych, przedstawiono ogólne tendencje badanych zależności, by w drugiej, wykorzystując model ekonometryczny, określić czynniki, które mają statystycznie istotny wpływ na badane zjawisko, ich udział w wyjaśnianiu zmiennej objaśnianej oraz wpływ na zmianę wielkości wskaźnika przedsiębiorczości przy wzroście zmiennej objaśniającej o jednostkę. Określono także współczynnik korelacji wielorakiej dla modeli w dwu grupach gmin – miejsko-wiejskich i wiejskich.

Dane w tabelach 1 i 2 pokazują dodatnią korelację popytowego czynnika, jakim jest gęstość zaludnienia i poziomu przedsiębiorczości. O ile w gminach wiejskich gęstość zaludnienia przy rosnącym natężeniu przedsiębiorczości wykazuje tendencję wzrostową, to w przypadku gmin miejsko-wiejskich w grupie o najwyższej przedsiębiorczości gęstość ta jest najmniejsza. Można przypuszczać, że rosnąca liczba podmiotów, zwłaszcza w siedzibach gmin wiejskich, wywołana jest dodatkowym popytem z terenów bardziej oddalonych od ośrodków usługowych oraz z racji specjalizacji usług czy ich większej złożoności.

Tabela 1. Wpływ wybranych czynników na poziom przedsiębiorczości w gminach miejsko-wiejskich województwa podkarpackiego

Table 1. Influences of choose factors onto level of enterprise in urban-rural communes of Podkarpackie Province

| Wyszczególnienie | Wskaźnik natężenia podmiotów gospodarczych | | |
|---|---|---|---|
| | do 800 | 800–1000 | 1000 i więcej |
| Gęstość zaludnienia (liczba osób na 1 km$^2$) | 82,6 | 152,1 | 133,9 |
| Odsetek ludności w wieku produkcyjnym | 57,3 | 59,2 | 59,3 |
| Odsetek ludności z wykształceniem średnim i powyżej średniego | 32,9 | 49,4 | 58,1 |
| Odsetek bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym | 16,3 | 16,1 | 15,2 |
| Liczba pracujących na 1000 ludności w wieku produkcyjnym | 569,2 | 521,2 | 513,1 |
| Gęstość dróg gminnych (w km na 100 km$^2$) | 46,5 | 67,8 | 58,2 |
| Odsetek budynków mieszkalnych posiadających wodociąg | 64,5 | 40,9 | 46,0 |
| Odsetek budynków mieszkalnych posiadających kanalizację | 16,8 | 15,2 | 22,8 |
| Udział wydatków inwestycyjnych w wydatkach ogółem gmin | 16,1 | 15,3 | 21,4 |
| Średni wskaźnik natężenia podmiotów gospodarczych w grupie | 673,2 | 885,7 | 1135,9 |

Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Odsetek ludności w wieku produkcyjnym jest również czynnikiem popytowym, bo to ta grupa generuje dochody, ale także z tej grupy wywodzą się przedsiębiorcy i ich pracownicy. Korelacja jest dodatnia, ale zależność ta jest bardziej widoczna w grupie

gmin wiejskich (tab. 1 i 2). Trudniej jest bowiem tu znaleźć pracę najemną niż w miejskiej siedzibie gminy, a więc przedsiębiorczość może mieć charakter wymuszony.

Wpływ poziomu wykształcenia na poziom przedsiębiorczości jest bardzo wyraźny w obu grupach badanych gmin (tab. 1 i 2). Poziom wykształcenia mierzony odsetkiem osób z wykształceniem średnim i powyżej średniego jest ponaddwukrotnie wyższy w gminach miejsko-wiejskich. W gminach miejsko-wiejskich ogniskują się dwa czynniki, tj. wyższy poziom wykształcenia z czynnikiem aglomeracyjnym. Poziom wykształcenia jest czynnikiem popytowym, albowiem jest skorelowany z poziomem uzyskiwanych dochodów. Jest także czynnikiem stymulującym skłonność do podejmowania ryzyka związanego z prowadzeniem własnego biznesu, a także czynnikiem wywołującym akceptację środowiska w odniesieniu do wzorów aktywności przedsiębiorców.

Tabela 2. Wpływ wybranych czynników na poziom przedsiębiorczości w gminach wiejskich województwa podkarpackiego

Table 2. Influences of choose factors onto level of enterprise in rural communes of Podkarpackie Province

| Wyszczególnienie | Wskaźnik natężenia podmiotów gospodarczych | | |
|---|---|---|---|
| | do 700 | 700–900 | 900 i więcej |
| Gęstość zaludnienia (liczba osób na 1 km$^2$) | 82,0 | 100,0 | 110,8 |
| Odsetek ludności w wieku produkcyjnym | 56,4 | 57,0 | 58,9 |
| Odsetek ludności z wykształceniem średnim i powyżej średniego | 19,7 | 21,9 | 26,9 |
| Odsetek bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym | 16,7 | 17,3 | 16,4 |
| Liczba pracujących na 1000 ludności w wieku produkcyjnym | 108,8 | 119,0 | 144,7 |
| Gęstość dróg gminnych (w km na 100 km$^2$) | 55,0 | 64,7 | 36,8 |
| Odsetek budynków mieszkalnych posiadających wodociąg | 68,1 | 53,7 | 50,4 |
| Odsetek budynków mieszkalnych posiadających kanalizację | 18,3 | 16,0 | 28,0 |
| Udział wydatków inwestycyjnych w wydatkach ogółem gmin | 17,9 | 17,7 | 19,0 |
| Średni wskaźnik natężenia podmiotów gospodarczych w grupie | 599,5 | 785,1 | 1204,7 |

Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Na podstawie danych zawartych w tabelach 1 i 2 można zauważyć, iż przy rosnącym wskaźniku natężenia podmiotów gospodarczych maleje odsetek bezrobotnych, z tym że tendencja ta jest wyraźniejsza w gminach miejsko-wiejskich. Można by więc sądzić, że rosnący poziom bezrobocia hamuje przedsiębiorczość ludności, co po części wyjaśnia słabnący w takiej sytuacji popyt. Ponadto trudno oczekiwać kreatywności od słabiej wykształconych i mniej przedsiębiorczych bezrobotnych. Między rozważanymi tutaj zmiennymi zachodzi jednak zależność dwustronna, co oznacza, że wyższy wskaźnik natężenia podmiotów gospodarczych oddziałuje z kolei na ograniczenie bezrobocia, przy czym siła tego oddziaływania w badanym województwie jest z pewnością tłumiona faktem niskiego zatrudnienia w mikroprzedsiębiorstwach, wynoszącego najczęściej 1–2 pracowników [Kaliszczak, Nesterowicz 2004].

Liczba pracujących na 1000 osób w wieku produkcyjnym jest wskaźnikiem bardzo zróżnicowanym w grupie gmin miejsko-wiejskich i wiejskich (tab. 1 i 2). Koncentracja

podmiotów gospodarczych i instytucji w miejskiej siedzibie gminy powoduje, że jest tu średnio o 4,3 razy więcej pracujących niż w gminach wiejskich. W grupie gmin miejsko-wiejskich wysoki udział pracujących jest ujemnie skorelowany z poziomem przedsiębiorczości. Można zauważyć zjawisko potwierdzone badaniami wykonanymi na zlecenie Dyrekcji Generalnej Komisji Europejskiej [Unternehmensdemografie... 2002], że dobre zarobki w mieście i względna łatwość ich zdobycia (zdobycze socjalne) nie zmuszają do ryzyka związanego z przedsiębiorczością (tj. podejmowaniem działalności gospodarczej na własny rachunek). Odwrotna sytuacja ma natomiast miejsce w grupie gmin wiejskich, gdzie niewielki udział pracujących, przy malejących dochodach z gospodarstwa rolnego, wywołuje konieczność podejmowania pozarolniczej działalności gospodarczej na własny rachunek.

W odniesieniu do badanych elementów infrastruktury technicznej nie odnotowano widocznego wpływu na poziom przedsiębiorczości lub okazał się on nawet ujemny, i to zarówno w grupie gmin miejsko-wiejskich, jak i wiejskich (tab. 1 i 2). Zapewne znaczenie tych elementów jest znacznie większe dla przedsiębiorstw średnich i dużych niż w przypadku mikroprzedsiębiorstw. Niemniej jednak w obu badanych grupach gmin można zauważyć najwyższy poziom skanalizowania budynków mieszkalnych w gminach o najwyższym poziomie przedsiębiorczości.

Wpływ udziału wydatków inwestycyjnych w wydatkach ogółem gmin na przedsiębiorczość w obu badanych ich grupach ujawnia się po przekroczeniu 19% (tab. 1 i 2). Trudno poziom ten przyjmować za normatywny, niemniej jednak czynnik ten bez wątpienia warunkuje rozwój drobnej przedsiębiorczości pozarolniczej.

W analizie statystycznej wpływu omawianych czynników na poziom przedsiębiorczości istotne okazały się dwie zmienne w grupie gmin miejsko-wiejskich i cztery zmienne w grupie gmin wiejskich (tab. 3 i 4).

W grupie gmin miejsko-wiejskich, przy uwzględnieniu zmiennych objaśniających, które miały statystycznie istotny wpływ na zmienną objaśnianą, odpowiednie wartości opisujące model przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3. Parametry modelu dla grupy gmin miejsko-wiejskich
Table 3. Parameters of model for group of urban-rural communes

| Wyszczególnienie | Zmienne objaśniające | | Współczynnik korelacji wielorakiej |
|---|---|---|---|
| | $X_2$ | $X_4$ | |
| Parametry strukturalne | 93,37 | –30,69 | 0,66 |
| Udział znormalizowanych parametrów strukturalnych w objaśnianiu zmiennej Y | 0,68 | 0,32 | X |

Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Dane zawarte w tabeli 3 wskazują, że w grupie gmin miejsko-wiejskich wskaźnik natężenia podmiotów gospodarczych był dodatnio powiązany z odsetkiem ludności w wieku produkcyjnym. Ujemny wpływ na zmienną objaśnianą miał natomiast odsetek bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym. Wpływ tej ostatniej zmiennej na zmienną objaśnianą, ustalony na podstawie udziału znormalizowanych parametrów strukturalnych w objaśnianiu zmiennej Y, okazał się około 2-krotnie słabszy od wpływu

odsetka ludności w wieku produkcyjnym, a specyfikę tej zależności omówiono już poprzednio. Wartość współczynnika korelacji wielorakiej w przypadku tego modelu wynosi 0,66.

Analizując analogiczne zależności w grupie gmin wiejskich, odpowiednie charakterystyki opisujące model przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4. Parametry modelu dla grupy gmin wiejskich
Table 4. Parameters of model for group of rural communes

| Wyszczególnienie | Zmienne objaśniające | | | | Współczynnik korelacji |
|---|---|---|---|---|---|
| | $X_1$ | $X_2$ | $X_3$ | $X_7$ | wielorakiej |
| Parametry strukturalne | –1,69 | 62,51 | 30,39 | –0,15 | 0,72 |
| Udział znormalizowanych parametrów strukturalnych w objaśnianiu zmiennej Y | 0,23 | 0,29 | 0,35 | 0,13 | X |

Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Z danych zawartych w tabeli 4 wynika, że dodatni wpływ na wielkość wskaźnika natężenia podmiotów gospodarczych w gminach wiejskich miały odsetek ludności w wieku produkcyjnym oraz odsetek ludności z wykształceniem średnim i powyżej średniego, natomiast ujemne powiązanie w tym względzie wykazały gęstość zaludnienia i odsetek budynków mieszkalnych posiadających wodociąg.

Zatem odsetek ludności w wieku produkcyjnym wykazał analogiczne powiązania ze wskaźnikiem natężenia podmiotów gospodarczych jak w gminach miejsko-wiejskich. Zastanawiać może ujemny, aczkolwiek zdecydowanie słabszy związek zmiennej objaśnianej z kolejnymi dwiema zmiennymi objaśniającymi, tj. gęstością zaludnienia i odsetkiem budynków mieszkalnych z wodociągiem. Zależność tę można próbować wyjaśniać w ten sposób, że wśród gmin wiejskich występowały jednostki bardzo słabo zaludnione o charakterze turystycznym, które posiadały względnie silnie rozwiniętą działalność gospodarczą związaną z obsługą ruchu turystycznego. To powodowało, nieporównywalne z innymi gminami, silne zaangażowanie się ludności w tworzenie podmiotów gospodarczych. W ten sposób niektóre stosunkowo słabo zaludnione gminy wykazały wyjątkowo wysokie wskaźniki natężenia podmiotów gospodarczych, zaburzając wartość parametru strukturalnego modelu wyrażającego relację między tymi zmiennymi. Drugą zmienną objaśniającą ujemnie powiązaną z przedsiębiorczością ludności wyrażoną wskaźnikiem natężenia podmiotów gospodarczych był odsetek budynków mieszkalnych z wodociągiem. W tym przypadku należy zauważyć, że wielkość tej zmiennej może być silnie uwarunkowana historycznie, bez większej mocy oddziaływania w krótkim okresie i często uwarunkowana aktualną przedsiębiorczością ludności. Współczynnik korelacji wielorakiej dla tego modelu wyniósł 0,72.

Udział znormalizowanych parametrów strukturalnych w wyjaśnianiu zmiennej objaśnianej wskazuje, że w około 64% udział w tym miały, dodatnio powiązane ze wskaźnikiem natężenia podmiotów gospodarczych w gminach wiejskich, odsetek ludności w wieku produkcyjnym oraz odsetek ludności z wykształceniem średnim i powyżej średniego (tab. 4).

Parametry strukturalne w tabelach 3 i 4 mówią, o ile średnio zmieni się wartość wskaźnika natężenia podmiotów gospodarczych w gminach, jeśli dana zmienna Xi wzrośnie o jednostkę, a pozostałe zmienne w modelu, wykazane w każdej z tabel, nie zmienią się. W obu grupach gmin o natężeniu przedsiębiorczości w najwyższym stopniu, uwzględniając wartości bezwzględne, decyduje odsetek ludności w wieku produkcyjnym. Wielkość parametru stojącego przy tej zmiennej w modelu jest większa w grupie gmin miejsko-wiejskich, albowiem wzrost o jednostkę zmiennej objaśniającej wywołuje przyrost wskaźnika natężenia przedsiębiorczości o ponad 93 podmioty. W grupie gmin wiejskich analogicznie zmienna ta wywołuje przyrost o ponad 62 podmioty na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym.

## PODSUMOWANIE

Wyjaśnienie determinant przedsiębiorczości jest złożone i wynika z interdyscyplinarności kategorii przedsiębiorczości. Pomijając szczegółową analizę wszystkich czynników kształtujących przedsiębiorczość, należy zwrócić uwagę na wzajemne ich przenikanie. Zjawisko to prowadzi do wyłaniania się z jednej strony stymulatorów, a z drugiej barier rozwoju przedsiębiorczości. Zaprezentowane badania potwierdziły różnorodny, wieloaspektowy wpływ czynników zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Należy podkreślić znaczenie potencjału ludzkiego, a zwłaszcza jego cech jakościowych oraz czynnika aglomeracyjnego różnicującego wpływ innych czynników, np. wskaźnika liczby pracujących w przeliczeniu na 1000 osób w wieku produkcyjnym, infrastruktury itp. Wyniki badań są impulsem do prowadzenia zróżnicowanej polityki organów samorządowych w zakresie wspierania przedsiębiorczości w zależności od typu gminy, tj. miejsko-wiejskiej i wiejskiej.

## PIŚMIENNICTWO

Dziechciarz J., 2003: Ekonometria. AE we Wrocławiu, Wrocław.

Kaliszczak L., Nesterowicz R., 2004: Znaczenie działalności gospodarczej mikroprzedsiębiorstw w Polsce. [w:] Uwarunkowania przedsiębiorczości. PWSZ w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg, s. 323–332.

Ostromęcki A., Zając D., 1998: Wybrane czynniki kształtujące aktywność pozarolniczą ludności rolniczej. [w:] Wieś i rolnictwo rzeszowskie. AR w Krakowie, Wydział Ekonomii w Rzeszowie, Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Rzeszów, s. 163–173.

Pietraszewski A., Wagner W., Wysocki F., 1989: Podstawy agroekonometrii. AR w Poznaniu, Poznań.

Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 1994–2001. PARP, Warszawa 2002.

Safin K., 2004: Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji. [w:] Uwarunkowania przedsiębiorczości, PWSZ w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg, s. 44–55.

Sawicka J., 2000: Założenie i prowadzenie małego przedsiębiorstwa, Wydaw. SGGW, Warszawa.

Unternehmensdemografie in Europa Beobachtungsnetz der europäischen KMU, 2002, nr 5, s. 27.

## DETERMINANTS OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISE IN URBAN-RURAL AND RURAL COMMUNES OF PODKARPACKIE PROVINCE

**Abstract.** In the study presents an attempt of indicating determinants of development of entrepreneurship, belonging mainly to a group of local conditions, in two types of communes: urban – rural and rural ones in Podkarpackie Province, with specific, fragmented structure of agriculture. In conditions of present agricultural market – it is hard to run semi-commercial farms, whereas growing unemployment and decreasing phenomenon of employment in a farm and outside a farm create a specific social danger for rural population of this region. Improvement of the situation is possible in non-agricultural entrepreneurship development, which can use fragmented production means and slight signals of arising demand as well as it is susceptible to innovations. The research confirmed varied multi-aspectual impact of both internal and external factors on nonagricultural entrepreneurship development. Finally, it ought to be emphasized that human potential (especially its quality) and agglomeration factor, which differentiate influence of other factors, is essential.

**Key words:** determinants, entrepreneurship, Podkarpackie Province

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM *Oeconomia 4 (2) 2005, 51–57*

# WPŁYW ŚRODOWISKA RODZINNEGO NA ZACHOWANIA ŻYWIENIOWE MŁODZIEŻY GIMNAZJALNEJ (NA PRZYKŁADZIE ŚRODOWISKA WARSZAWSKIEGO)

Katarzyna Michalak
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**Streszczenie.** Przeprowadzone badania empiryczne oraz podjęte studia literaturowe miały na celu określenie wpływu środowiska rodzinnego na wybrane zachowania żywieniowe młodzieży gimnazjalnej pochodzącej z Warszawy. Badanie przeprowadzono wśród 131 gimnazjalistów i 79 matek uczniów za pomocą metody ankietowej. Analizy statystyczne wykonano testem niezależności $\chi^2$ przy określonym poziomie istotności ($p < 0,05$). W pracy została podjęta próba określenia wpływu wybranych cech charakteryzujących środowisko rodzinne (wykształcenie i aktywność zawodowa rodziców, ocena sytuacji finansowej rodziny, liczba osób w rodzinie) na niektóre zachowania żywieniowe młodzieży. Analiza zebranych danych potwierdziła, iż zachowania żywieniowe młodzieży istotnie zależą od cech środowiska rodzinnego. Szczególnie wykształcenie matek oraz ocena sytuacji finansowej rodziny istotnie statystycznie korelowały z zachowaniami żywieniowymi młodzieży. Badania dowiodły także, że w sposobie żywienia nastolatków występuje wiele nieprawidłowości.

**Słowa kluczowe:** zachowania żywieniowe, środowisko rodzinne, cechy demograficzno-społeczne

## WSTĘP

Zachowania żywieniowe w dużym stopniu są warunkowane cechami środowiska, w którym żyje człowiek, a przede wszystkim rodzajem środowiska społecznego. W przypadku dzieci i młodzieży zachowania te istotnie zależą od środowiska rodzinnego, wyrażonego m.in. poziomem wykształcenia rodziców, ich aktywnością zawodową, a także liczbą osób w rodzinie czy sytuacją finansową rodziny. Warto zaznaczyć, że zachowania żywieniowe są następstwem wzorów kulturowych charakteryzujących daną rodzinę, takich jak: sposób i miejsce spożywania posiłków, tradycje, organizacja żywienia, metody przekazywania wiedzy o żywieniu, kształtowanie umiejętności w sferze żywieniowej.

Adres do korespondencji – Corresponding author: Katarzyna Michalak, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: michalak_katarzyna@wp.pl

Ważnym środowiskiem wychowawczym, w którym kształtowane są zachowania żywieniowe dzieci i młodzieży, jest również szkoła, w której uczniowie są poddawani olbrzymiej różnorodności oddziaływań, wartości i opinii. W tej sytuacji szkoła powinna być, obok rodziny, odpowiedzialna za kształtowanie właściwych postaw wobec żywności.

W artykule zaprezentowano wyniki badań empirycznych nad zachowaniami żywieniowymi młodzieży. Celem podjętych badań była analiza wpływu środowiska rodzinnego na zachowania żywieniowe młodzieży gimnazjalnej pochodzącej z Warszawy. Powodem wyboru tematu było małe zainteresowanie tą problematyką w dotychczasowych badaniach i literaturze. W artykule podjęto próbę określenia zależności między płcią oraz wiekiem młodzieży i ich zachowaniami żywieniowymi, ponadto ocenie poddano relacje między takimi cechami rodziny, jak wykształcenie i aktywność zawodowa rodziców oraz sytuacja finansowa rodziny i zachowaniami żywieniowymi młodzieży reprezentującej poszczególne typy rodzin.

## MATERIAŁ I METODYKA

Wykorzystany materiał obejmuje informacje wtórne, pochodzące z literatury krajowej i zagranicznej, oraz informacje pierwotne, uzyskane w badaniu empirycznym. Badanie ankietowe przeprowadzono wiosną 2003 r. w warszawskim gimnazjum im. Księżnej Izabeli Czartoryskiej. Próba została dobrana w sposób celowy, dlatego też uzyskane wyniki nie mogą być odniesione do populacji ogólnej.

W badaniu wzięło udział 131 gimnazjalistów z klas I, II i III oraz 79 matek uczniów uczestniczących w badaniu. Uczniowie wypełniali kwestionariusze samodzielnie, w systemie audytoryjnym, pod nadzorem osoby przeprowadzającej badanie, w ciągu jednej godziny lekcyjnej. Kwestionariusze przeznaczone dla matek uczniowie uczestniczący w badaniu zabierali do domu i w ciągu dwóch kolejnych dni przynosili wypełnione ankiety. Zwrotność ankiet przeznaczonych dla matek wyniosła 76,5%.

W ramach badań ocenie poddano:

- liczbę i częstotliwość spożywanych posiłków oraz częstotliwość spożywania wybranych grup produktów żywnościowych;
- częstotliwość korzystania z oferty wybranych zakładów gastronomicznych;
- organizację sfery żywieniowej, czyli planowanie zakupów żywnościowych oraz zakupy żywności, a także planowanie i przygotowywanie posiłków;
- środowisko rodzinne, w tym występowanie zwyczaju gościnności oraz wybranych zwyczajów żywieniowych.

Analizie i ocenie poddano również:

- związek między płcią oraz wiekiem badanej młodzieży a jej zachowaniami żywieniowymi;
- zależność między poziomem wykształcenia i aktywnością zawodową rodziców a zachowaniami żywieniowymi młodzieży;
- zależność między sytuacją finansową rodziny oraz liczbą osób w rodzinie a zachowaniami żywieniowymi młodzieży.

W opracowywaniu wyników posłużono się programem komputerowym Microsoft Excel oraz programem statystycznym Statgraphics 4.0. W analizach wykorzystano test niezależności $\chi^2$ oraz analizę częstości. Istotność różnic testowano na poziomie ufności 0,05.

## WYNIKI BADAŃ I DYSKUSJA

Dzieci i młodzież zgodnie z zasadami racjonalnego żywienia powinny spożywać regularnie 5 posiłków w ciągu dnia z częstotliwością nie większą niż co 4 godziny. Zbyt długie przerwy między posiłkami powodują uczucie głodu, obniżają zdolność koncentracji, ograniczają aktywność psychofizyczną, pogarszają nastrój i samopoczucie, a to z kolei wpływa negatywnie na efektywność w nauce [Gawęcki i Hryniewiecki 2004, Ziemlański i in. 1998). Tymczasem liczne wyniki badań wskazują na nieregularne spożywanie głównych posiłków przez znaczną część młodzieży [Hamułka i in. 2000, Ilow i in. 1998, 1999, Kołłajtis-Dołowy i in. 2003, Woynarowska i Mazur 2000].

Z analizy wyników badań własnych wynika, że blisko połowa badanej młodzieży spożywała 3 i mniej posiłków w ciągu dnia, nieco mniejsza liczba gimnazjalistów informowała o spożywaniu 4 posiłków dziennie (42,7%). Analiza wykazała również, że liczba spożywanych posiłków istotnie statystycznie korelowała z wykształceniem matek, co znalazło potwierdzenie w badaniach Suligi [2003]. Z obu badań wynika, że im wyższe było wykształcenie kobiet, tym większą liczbę posiłków spożywała młodzież.

Dość powszechnym błędem żywieniowym wśród młodzieży jest niedocenianie pierwszego i drugiego śniadania oraz traktowanie ich jako posiłki mało istotne [Hamułka i in. 2002, Kunachowicz i in. 2000]. Biorąc pod uwagę średnią ocen szkolnych, największą grupę uczniów uzyskujących najsłabsze wyniki w nauce stanowiły dzieci niespożywające śniadań. Fakt ten potwierdzają wyniki badań innych autorów, informujące, iż uczucie głodu i pragnienia w czasie pobytu w szkole obniża zdolności poznawcze uczniów [Simeon i Grantham 1989, Suliga 2003]. Z przeprowadzonej analizy wyników badań własnych wynika także niezadowalająca częstotliwość spożywania drugich śniadań (blisko 1/5 ogółu badanych nigdy nie spożywało tego posiłku). Na zabieranie drugiego śniadania do szkoły istotny statystycznie wpływ miała (wg subiektywnej oceny matek) sytuacja finansowa rodziny. Znalazło to potwierdzenie w badaniach Kołłajtis-Dołowy i in. [2003], w których stwierdzono, iż częstotliwość spożywania drugich śniadań istotnie zależy od warunków materialnych rodziny.

Powszechnym a zarazem negatywnym zjawiskiem wśród nastolatków jest pojadanie między posiłkami. Do najczęściej wymienianych produktów żywnościowych pojadanych między posiłkami młodzież zalicza: słodycze, słodzone napoje gazowane, chipsy i inne produkty typu „snack" bogate w cukier i tłuszcz [Jeżewska-Zychowicz 2004, Kubik i in. 2005]. Z przeprowadzonej analizy badań własnych wynika, że zwyczaj pojadania między posiłkami jest bardzo popularny wśród badanej młodzieży, co potwierdzają wyniki wielu innych badań. Wykształcenie matek oraz aktywność zawodowa ojców istotnie statystycznie korelowała z występowaniem tego zwyczaju. Młodzież, której matki legitymowały się wyższym wykształceniem częściej deklarowała, że pojada między posiłkami. Podobnie większy odsetek młodzieży, której ojcowie zatrudnieni byli na stanowiskach pracowników umysłowych deklarował, że pojada między posiłkami.

Analiza spożycia poszczególnych produktów żywnościowych przez badaną młodzież wskazuje na to, że zarówno chłopcy, jak i dziewczęta spożywają w niewystarczającej ilości mleko i przetwory mleczne, ciemne pieczywo oraz ryby [Hamułka i in. 2001, Kołłajtis-Dołowy i in. 2003, Ziemlański 2001]. Wysokie jest natomiast spożycie mięsa

i jaj (znacznie przekraczające wartości zalecane) oraz tłuszczów, wśród których dominują margaryny [Ilow i in. 1998, 1999, Świtoniak 1999].

Należy jednak zwrócić uwagę, że pozytywnym trendem obserwowanym w ostatnich latach (także wśród badanej młodzieży) jest wzrost częstotliwości spożycia owoców i warzyw, konsumowanych na surowo bądź, coraz częściej, w formie surówek i sałatek [Cieślik i Filipiak-Florkiewicz 2001, Baxter i in. 2004, Granner i in. 2004]. Zwiększa się także popularność soków owocowych, owocowo-warzywnych oraz wody mineralnej [Czech i Grela 2003, Frączek 2003, Szczepaniak i in. 2004]. Do pozytywnych zachowań żywieniowych można zaliczyć także wysoki stopień preferencji, jak i częstotliwości spożywania mlecznych napojów fermentowanych [Flaczyk i in. 2003, Kołłajtis-Dołowy i in. 2003, Czech i Grela 2003].

W ostatnich latach obserwuje się stale rosnącą popularność zakładów gastronomicznych, co jest odzwierciedleniem poziomu rozwoju społeczeństwa i stylu życia. Jedną z ważniejszych przyczyn rezygnacji z samodzielnego przygotowywania posiłków na rzecz korzystania z usług gastronomicznych jest brak wolnego czasu oraz wygoda. Wydłużenie czasu pracy, jak też znaczne uaktywnienie kobiet w pracy zawodowej jest istotnym powodem wzrostu popularności posiłków spożywanych poza domem [Nazarewicz i in. 2000]. Analiza wyników badań własnych wykazała jednak, że zakłady gastronomiczne nie były zbyt często odwiedzane przez matki badanych uczniów. Blisko 2/5 badanych kobiet nigdy nie korzystało z oferty restauracji, prawie 1/3 kobiet nie korzystała z oferty restauracji typu fast food, a niespełna 2/3 kobiet z oferty ulicznych budek.

Stałym elementem żywienia stała się żywność typu fast food. Z badań własnych, jak również z badań innych autorów [Suliga 2003, Harnack i French 2003] wynika, że tego typu produkty znajduje wielu zwolenników wśród młodzieży. Dla ogółu badanych uczniów atrakcyjnym miejscem spożywania posiłku były restauracje szybkiej obsługi, takie jak: Mc Donald's, Pizza Hut, KFC. Blisko 1/3 gimnazjalistów deklarowała, że przynajmniej 1 raz w tygodniu korzysta z usług restauracji typu fast food, a ponad 1/3 informowała o spożywaniu tam posiłku 2–3 razy w miesiącu.

Istotnie statystyczną zależność zaobserwowano między opiniami dotyczącymi częstotliwości wychodzenia z rodziną do restauracji bądź kawiarni a sytuacją finansową rodziny (wg subiektywnej oceny młodzieży), co znalazło potwierdzenie w badaniach Kosickiej [2004]. Główną przyczyną rzadszego spożywania posiłków poza domem była zła sytuacja ekonomiczna rodziny. Analiza wyników badań własnych wykazała, że sfera zakupów produktów żywnościowych oraz planowania i przygotowywania posiłków była zwyczajowo domeną kobiet, co potwierdzają także badania Narojek [1993].

## PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Na podstawie przeprowadzonych analiz i ocen można stwierdzić, że:

- spośród czynników społeczno-ekonomicznych i demograficznych płeć i wiek badanej młodzieży, wykształcenie oraz aktywność zawodowa rodziców, a także (wg subiektywnej oceny badanej młodzieży) sytuacja finansowa rodziny miała istotny wpływ na zachowania żywieniowe badanej młodzieży;

- bardziej racjonalny sposób żywienia i więcej zachowań sprzyjających zdrowiu stwierdzono wśród uczniów, których matki miały wykształcenie wyższe oraz wśród uczniów, którzy sytuację finansową swojej rodziny oceniali jaką „dobrą" i „bardzo dobrą";
- badana młodzież reprezentowała negatywne, z punktu widzenia prawidłowego żywienia, zachowania żywieniowe, polegające m.in. na spożywaniu zbyt małej liczby posiłków w ciągu dnia, nieregularnym spożywaniu posiłków – zwłaszcza drugiego śniadania, zbyt małej częstotliwości spożywania mleka, warzyw gotowanych i surowych, a także ciemnego pieczywa i ryb;
- zwyczaj pojadania między posiłkami był charakterystyczny dla badanej populacji, a wśród spożywanych produktów żywnościowych słodycze wskazywało najwięcej respondentów; wykształcenie matek oraz aktywność zawodowa ojców istotnie statystycznie korelowały z występowaniem zwyczaju pojadania między posiłkami, a mianowicie większy odsetek młodzieży, której matki legitymowały się wyższym wykształceniem oraz młodzieży, której ojcowie zatrudnieni byli na stanowiskach pracowników umysłowych deklarował, że pojada między posiłkami;
- do pozytywnych zachowań żywieniowych badanej młodzieży można zaliczyć dużą częstotliwość spożywania napojów mlecznych fermentowanych, owoców oraz soków owocowych i warzywnych, a także względnie małą częstotliwość spożywania żywności fast food;
- organizacja sfery żywieniowej, czyli zakupy produktów żywnościowych oraz planowanie i przygotowywanie posiłków, była zwyczajowo domeną kobiet.

Na podstawie analizy przeprowadzonych badań własnych można wnioskować konieczność upowszechniania wiedzy żywieniowej i prawidłowych zachowań żywieniowych wśród młodzieży. Edukacja żywieniowa powinna także objąć rodziców, którzy popełniają wiele błędów, planując i organizując posiłki dla dzieci. Prawidłowa realizacja tego procesu mogłaby być efektywnym narzędziem modyfikującym istniejące nieprawidłowości w zachowaniach żywieniowych ludności.

## PIŚMIENNICTWO

Baxter S.D., Smith A.F., Litaker M.S., Baglio M.L., Guinn C.H., Shaffer N.M., 2004: Children's social desirability and dietary reports. J Nutr. Educ. Behav., 36, 2, 84.

Cieślik E., Filipiak-Florkiewicz A., 2001: Spożycie warzyw i owoców w Polsce w latach 1989–1998. Żyw. Człow. Metab., Supl., 28, 571.

Czech A., Grela E.R., 2003: Zwyczaje żywieniowe i częstotliwość spożywania produktów odżywczych wśród studentów uczelni lubelskich. Żyw. Człow. Metab., 30, 1/2, 81.

Flaczyk E., Górecka D., Szczepaniak B., Spisacka B., 2003: Preferencje i częstotliwość spożywania mleka i jego przetworów wśród młodzieży szkół ponadpodstawowych. Żyw. Człow. Metab., 30, 1/2, 160.

Frączek B., 2003: Charakterystyka sposobu odżywiania młodzieży klas maturalnych liceum ogólnokształcącego. Żyw. Człow. Metab., 30, 1/2, 86.

Gawęcki J., Hryniewiecki L. (red.), 2000: Żywienie człowieka – podstawy nauki o żywieniu. Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa.

Granner M.L., Sargent R.G., Calderon K.S., Hussey J.R., Evans A.E., Watkins K.W., 2004: Factors of fruit and vegetable intake by race, gender and age among young adolescents. J. Nutr. Educ. Behav., 36, 4, 173.

Hamułka J., Gronowska-Senger A., Grabias A.: Analiza struktury spożycia żywności w zależności od miejsca zamieszkania młodzieży z regionu lubelskiego. [w:] Gutkowska K., Ozimek I., 2000: Konsument żywności i jego zachowania rynkowe. Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Wydaw. SGGW, Warszawa, 127.

Hamułka J., Wawrzyniak A., Gronowska-Senger A., Kowalczyk J., 2001: Ocena spożycia mleka i przetworów mlecznych jako źródła wapnia i ryboflawiny przez dzieci w wieku szkolnym. Żyw. Człow. Metab., Supl., 28, 403.

Hamułka J., Gronowska-Senger A., Tomala G., 2002: Częstotliwość i wartość energetyczna śniadań spożywanych przez młodzież szkół ponadpodstawowych. Roczn. PZH, 53, 1, 81.

Harnack L., French S., 2003: Fattening up on fast food. J. Am. Diet. Assoc., 103, 10, 1296.

Ilow R., Regulska-Ilow B., Szymczak J., 1998: Ocena sposobu żywienia dziewcząt ze szkół średnich z Głogowa i Lubina. Cz. I. Zwyczaje żywieniowe i częstotliwość występowania produktów spożywczych w dietach uczennic. Bromatologia i Chemia Toksykologiczna, 31, 4, 359.

Ilow R., Regulska-Ilow B., Szymczak J., 1999: Ocena sposobu żywienia chłopców ze szkół średnich z Głogowa i Lubina. Cz. I. Zwyczaje żywieniowe i częstotliwość występowania produktów spożywczych w całodziennych racjach pokarmowych uczniów. Bromatologia i Chemia Toksykologiczna, 32, 1, 35.

Jeżewska-Zychowicz M., 2004: Nieprawidłowe zachowania żywieniowe młodzieży w wieku 13–15 lat i ich uwarunkowania na przykładzie zwyczaju pojadania między posiłkami. [w:] Brzozowska A., Gutkowska K., 2004: Wybrane problemy nauki o żywieniu człowieka u progu XXI wieku. Wydaw. SGGW, Warszawa, 272.

Kołłajtis-Dołowy., Pietruszka B., Waszczeniuk-Uliczka M., Chmara-Pawlińska R., 2003: Wybrane zachowania żywieniowe młodzieży gimnazjalnej z Warszawy. Żyw. Człow. Metab., 30, 1/2, 182.

Kubik M.Y., Lytle L.A., Story M. 2005: Soft drinks, candy and fast food: What parents and teachers think about the middle school food environment. J. Am. Diet. Assoc., 105, 2, 233.

Kunachowicz H., Czarnowska-Misztal E., Turlejska H., 2000: Zasady żywienia człowieka. Wydaw. WSiP, Warszawa.

Narojek L., 1993: Niektóre aspekty uwarunkowań zachowań żywieniowych. Wydaw. IŻŻ, Warszawa.

Nazarewicz R., Babicz-Zielińska E., Zabrocki R.: Ocena spożycia żywności typu fast food wśród młodzieży szkół średnich i wyższych. [w:] Gutkowska K., Ozimek I., 2000: Konsument żywności i jego zachowania rynkowe. Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Wydaw. SGGW, Warszawa, 399.

Simeon D.T., Grantham-Mc Gregor S., 1989: Effects of missing breakfast on the cognitive functions of school children of differing nutritional status. Am. J. Clin. Natur., 49, 646.

Suliga E., 2003: Częstotliwość spożywania pierwszych i drugich śniadań wśród dzieci wiejskich. Roczn. PZH, 54, 2, 213.

Szczepaniak B., Górecka D., Flaczyk E., 2004: Częstotliwość spożycia wybranych warzyw i owoców wśród dziewcząt z województwa małopolskiego. Żyw. Człow. Metab., Supl. 1 – cz. I, 31, 30.

Świtoniak T., 1999: Sposób żywienia studentów w warunkach gospodarki rynkowej. Bromatologia i Chemia Toksykologiczna, 32, 1, 55.

Woynarowska B., Mazur J., 2000: Zachowania zdrowotne i zdrowie młodzieży szkolnej w Polsce i innych krajach. Tendencje zmian w latach 1990–1998. Instytut Matki i Dziecka, Warszawa.

Ziemlański Ś., Panczenko-Kresowska B., Wartanowicz M., Bezpiańska-Oglęcka A., Przepiórka M., 1998: Zalecenia żywieniowe dla ludności w Polsce. Wydaw. IŻŻ, Warszawa.

Ziemlański Ś., 2001: Normy żywienia człowieka. Fizjologiczne podstawy. PZWL, Warszawa.

## THE INFLUENCE OF THE FAMILY ENVIRONMENT ON THE NUTRITIONAL BEHAVIOUR OF SECONDARY-SCHOOL ADOLESCENTS (ON THE EXAMPLE OF WARSAW ENVIRONMENT)

**Abstract.** The aim of the empirical survey and undertaken literature studies was to assess the influence of the family environment on the selected nutritional behaviour of adolescents from secondary-school living in Warsaw. The research was conducted among 131 pupils and 79 pupils' mothers using a questionnaire method. A test of independence $\chi^2$ was executed at a significance level of $p < 0.05$. There has been evaluated the number of the selected features characterizing the family environment (parents' level of education and employment, number of people in family and total family income) and their influence on the nutritional behaviour of the adolescents. The analysis of the data showed a significant correlation between the nutritional behaviour of adolescents and the family environment. Especially mothers' education and total family income were statistically correlated with their children's nutritional behaviour. The research also confirmed a number of irregularities in dietary habits of teenagers.

**Key words:** nutritional behaviour, family environment, social-demographic features

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM *Oeconomia 4 (2) 2005, 59–67*

# PROCESY POLARYZACJI FUNKCJONALNEJ I DOCHODOWEJ GOSPODARSTW ROLNYCH W WARUNKACH GOSPODARKI RYNKOWEJ

Stanisław J. Paszkowski
Akademia Rolnicza im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu

**Streszczenie.** Opracowanie pokazuje zachodzenie w rolnictwie indywidualnym daleko idących zmian pod wpływem rozwijającej się gospodarki rynkowej. W zbiorowości wszystkich gospodarstw wyłania się grupa jednostek nieprowadzących działalności rolniczej oraz w mniejszej liczbie nieosiągających dochodów z produkcji rolniczej. Pozytywnym zjawiskiem jest wzrost liczbowy gospodarstw powiązanych z rynkiem i nastawionych na osiąganie dochodów z działalności rolniczej. Badania potwierdzają pogłębianie zjawiska polaryzacji funkcjonalnej gospodarstw na rynkowe i socjalne oraz dochodowej, oznaczającej ich różnicowanie ze względu na poziom osiąganych dochodów.

**Słowa kluczowe:** cele produkcji rolniczej, dochody z działalności rolniczej, gospodarstwa, samozopatrzenie, rynek

## WSTĘP

W rolnictwie polskim występuje dwudzielny typ struktury obszarowej gospodarstw. Ma on charakter trwały, co ma znaczenie strategiczne, gdyż bieżące środki polityki rolnej nie zmieniają jego układu [Woś 2003]. Jego pierwszy człon stanowią gospodarstwa rozwojowe, prowadzone przez rolników młodszych wiekiem, cechujące się większym obszarem użytków rolnych oraz większą efektywnością produkcji. Drugi tworzą gospodarstwa socjalne, których funkcją, według wyżej cytowanego autora, jest zaopatrzenie gospodarstwa domowego w żywność, a także „przechowywanie" nadwyżek siły roboczej. Gospodarstwa socjalne i rozwojowe wyodrębniła też Sikorska [2003]. Chmielewska [2002] pierwsze z nich określiła jako samozaopatrzeniowe. Podobnie jak wyżej cytowani autorzy, wskazała też na fakt ukrywania przez nie nadwyżek siły roboczej oraz wypełnianie funkcji socjalnych.

Adres do korespondencji – Corresponding author: Stanisław Jan Paszkowski, Akademia Rolnicza im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu, Wydział Rolniczy, Katedra Ekonomiki Gospodarki Żywnościowej, ul. Wojska Polskiego 28, 60-637 Poznań, e-mail: sp@au.poznan.pl

Sektor socjalny, tak jak całe rolnictwo, wyłonił się w procesie długotrwałego rozwoju stosunków społeczno-ekonomicznych i jest trwałym elementem zarówno obszarów wiejskich, jak i miejskich. Z makroekonomicznego punktu widzenia jest czynnikiem osiągania równowagi w gospodarce narodowej. W przyszłości może ewoluować w kierunku gospodarstw towarowych, wielofunkcyjnych jednostek związanych z rozwojem obszarów wiejskich albo też zanikać. Zdaniem Wosia [2003], trzecia z tych dróg jest najmniej prawdopodobna. Na wsi jest bowiem coraz mniej rolnictwa, a coraz więcej mieszanych miejsc pracy i źródeł utrzymania.

Sektor socjalny, jak zaznaczono wyżej, pełni funkcje samozaopatrzeniowe. Wynika to ze znaczącej skali nierynkowej działalności gospodarstw rolnych. Według Chmielewskiej [2002], proces samozaopatrzeniowy w rolnictwie jest powszechny, część produkcji gospodarstw towarowych także jest przeznaczana na potrzeby własne. Wytworzone tym sposobem produkty są naturalne, świeższe i bez konserwantów oraz dodatków polepszających smak i wygląd, ale także zdrowsze, smaczniejsze i tańsze. Samozaopatrzenie daje też rolnikom poczucie ekonomicznej niezależności i chroni ich przed zmianami na rynku.

Na początku okresu przemian społeczno-gospodarczych w Polsce gospodarstwa rolne zareagowały wzrostem samozaopatrzenia, co związane było z brakiem zaopatrzenia rynkowego, spadkiem dochodów rodzin rolniczych oraz wzrostem cen detalicznych. Następnie nastąpiły zmiany zachowań ludności rolniczej i samozaopatrzenie zmalało, do czego przyczynił się rozwój rynku, w tym importu żywności [Chmielewska 2002].

Kwestią dyskusyjną związaną z gospodarstwami socjalnymi jest cecha ich trwałości. Władysław Szymański [1996] zauważa, że dla rolnika istnienie gospodarstwa ma sens nawet wtedy, gdy nie przynosi ono zysku, ale przez zatrudnienie daje podstawy do elementarnego zaspokajania potrzeb. W warunkach Polski gospodarstwa nie bankrutują do końca, a trwają w biedzie i niedostatku. Restrykcje cenowe i finansowe nie tyle wywołują bankructwo, co zwiększają naturalizację. Na cechę trwałości gospodarstw wskazują także Woś [2003] i Chmielewska [2002], zauważająca, że na początku przemian gospodarczych gospodarstwa rolne były ukierunkowane na trwanie.

Kwestia trwałości gospodarstw jest związana z problemem polaryzacji struktury obszarowej. Cytowany wyżej Woś [2003] sądzi, że w Polsce nie ma pola do z góry programowych przekształceń strukturalnych rolnictwa. Nie ma też uzasadnienia przyspieszanie tych przekształceń, gdyż sytuacja makroekonomiczna w Polsce nie sprzyja polaryzacji gospodarstw chłopskich. Droga polaryzacji struktury obszarowej gospodarstw prowadzi bowiem do marginalizacji setek tysięcy osób. O tym, czy gospodarstwo jest rozwojowe, decyduje nie ziemia, ale splot różnych czynników, w tym cech osobowych rolników.

Z drugiej strony Woś [2003] zauważa, że zmieniające się otoczenie rolnictwa „wmontowuje" je w ogólnospołeczny system powiązań i przepływów międzygałęziowych. Środowisko zewnętrzne rolnictwa ingeruje w gospodarkę chłopską głębiej i skuteczniej niż wewnętrzny mechanizm rozwoju. Problem jest o tyle istotny, że od początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku indywidualne gospodarstwa rolne w Polsce uczestniczą w procesie transformacji gospodarczej. Przyczynia się on do likwidacji gospodarstw mniej przystosowanych do warunków gospodarki rynkowej, a także zmian w ich wewnętrznej strukturze.

Celem opracowania jest więc określenie nasilenia polaryzacji funkcjonalnej oraz dochodowej gospodarstw rolnych. Przez pierwsze pojęcie rozumie się proces różnicowa-

nia gospodarstw ze względu na realizowany cel prowadzonej działalności rolniczej, a przez drugie – ze względu na rodzaj i poziom osiąganych dochodów. Wykonaniu tego zadania ma służyć określenie stopnia trwałości poszczególnych grup jednostek i kierunków ich transformacji, zaawansowania procesu ich przemian, a także skutków zachodzących procesów dla rozwoju obszarów wiejskich i gospodarki narodowej. Przedyskutowane też zostaną kwestie adekwatności stosowanej w literaturze terminologii opisu przekształceń zachodzących w strukturze gospodarstw rolnych.

Na podstawie literatury można postawić hipotezę, że gospodarka rynkowa sprzyja zachodzeniu zjawiska polaryzacji funkcjonalnej gospodarstw rolnych na dwie grupy – na sektor jednostek rynkowych oraz socjalnych.

## ZAKRES CZASOWY I TERYTORIALNY, MATERIAŁY I METODY ANALIZY

Badania dotyczą zmian struktury gospodarstw rolnych o powierzchni większej niż 1 ha użytków rolnych w latach 1996 i 2002 ze względu na cele produkcji rolniczej, obszar użytków rolnych i poziom dochodu rolniczego w dochodach ogółem. Pierwsze z wymienionych kryteriów pozwala wyodrębnić gospodarstwa rynkowe (produkujące głównie na rynek), mające z natury charakter rozwojowy, oraz jednostki produkujące na potrzeby własne, które pełnią funkcje socjalne. W tym ostatnim wypadku do sektora socjalnego za Sikorską [2003] zaliczono jednostki nieprowadzące działalności rolniczej, ale także produkujące wyłącznie oraz głównie na potrzeby własne. W odróżnieniu od cytowanej autorki, do analizowanej kategorii zakwalifikowano jednostki zbywające na rynku produkty rolne o wartości mniejszej niż 3 tys. zł rocznie. Sikorska do grupy gospodarstw socjalnych zaliczyła jednostki nieprowadzące działalności gospodarczej z przeznaczeniem na sprzedaż bądź zbywające produkty o wartości do 5 tys. zł.

Obliczenia wykonano na podstawie danych GUS-u pochodzących z powszechnych spisów rolnych 1996 i 2002. W szczególności wykorzystano publikacje „Kierunki zmian w strukturze dochodów gospodarstw domowych z użytkownikiem gospodarstw rolnego" [2004] oraz „Cele produkcji w gospodarstwach rolnych" [2004]. Przetwarzane materiały źródłowe są wiarygodne, jednak ich wadą jest konieczność wykorzystywania w badaniach typologii stosowanej przez GUS w Warszawie, co utrudnia przeprowadzenie bardziej pogłębionych analiz.

W badaniach materiały przeanalizowano pod kątem czasu obserwacji (roku przeprowadzenia spisu), celów produkcji rolniczej i udziału dochodów z działalności rolniczej w dochodach ogółem. Cele produkcji określono za GUS jako wykonywanie działalności rolniczej wyłącznie na potrzeby własne, głównie na potrzeby własne i głównie na rynek [Kierunki... 2004]. W kryterium poziomu dochodów rolniczych wyłoniono grupy dochodowe: 1–10, 11–30, 31–50, 51–67, 68–90 i 91–100%.

## ZMIANY W ZBIOROWOŚCI GOSPODARSTW ROLNYCH

W sektorze indywidualnych gospodarstw rolnych w latach 1996–2002 zachodziły zmiany w zasobach czynników produkcji oraz w samej produkcji. Przekształcenia nie ominęły charakteru działalności, wykorzystania środków produkcji, celów prowadzonej

działalności oraz źródeł dochodów. Liczba gospodarstw dysponujących użytkami rolnymi powyżej 1 ha zmalała w latach 1996–2002 o 4,2% i w ostatnim roku badań wyniosła 1951,2 tys. (tab. 1). Grupa jednostek prowadzących działalność rolniczą ukształtowała się w 2002 r. na poziomie 1617,3 tys. i była mniejsza niż w 1996 r. o 17,8%. Jej udział w 2002 r. w stosunku do 1996 r. zmalał w strukturze o 13,7 punktu procentowego. Warunki gospodarki rynkowej powodują więc istotne zmniejszenie liczby gospodarstw rolnych prowadzących działalność rolniczą. Jedną z głównych przyczyn takiego stanu rzeczy są trudności z lokowaniem wytworzonej przez gospodarstwa rolne produkcji na rynku, co prowadzi w prostej linii do likwidacji w nich działalności rolniczej [Chmielewska 2002].

Według Szemberg, stan ten jest spowodowany dekoniunkturą w rolnictwie i pogorszeniem sytuacji dochodowej rolników, co zaowocowało spadkiem aktywności produkcyjnej rolników i wycofywaniem gospodarstw z najmniej opłacalnych i trudno zbywalnych gałęzi produkcji. Czynniki te przyczyniły się też do ograniczenia produkcji rolniczej na potrzeby rodziny i gospodarstwa domowego lub nawet do jej zaniechania. Zjawisko to najbardziej powszechnie wystąpiło w regionie południowo-wschodnim [Szemberg 2003].

Grupa gospodarstw bez działalności rolniczej wzrosła z 68,9 tys. w 1996 r. do 333,9 tys. w 2002 r. Jej dynamika wyniosła w analizowanych latach 384,5%. Gospodarstwa te stanowiły w 1996 r. 3,4%, a w 2002 r. już 17,1% całej zbiorowości. Można je określić jako gospodarstwa „formalnie rolnicze". Spełniają one co prawda przesłanki prawne do ich wyłonienia, nie wykorzystują jednak zasobów produkcyjnych, a głównie gruntów, w sposób aktywny do działalności wytwórczej. Stanowią jedynie podstawę, jak w innych działach gospodarki narodowej, do lokowania głównie budynków mieszkalnych wraz zapleczem i są materialnym zapleczem funkcjonowania gospodarstw domowych i rodzin rolniczych. Pełnią więc funkcje rezydencjalne. Znajdujące się zaś w nich zasoby są w nich z ekonomicznego punktu widzenia w dużym stopniu marnotrawione.

## PRZESUNIĘCIA W STRUKTURZE CELÓW PRODUKCJI ROLNICZEJ GOSPODARSTW ROLNYCH

W 2002 r. w całej zbiorowości indywidualnych gospodarstw rolnych 82,9% prowadziło działalność rolniczą, a 94,1% z tych ostatnich osiągało dochody. W latach 1996–2002 gwałtownie wzrosła jednak (o 635,7%) liczba gospodarstw bez dochodów z produkcji rolniczej (tab. 1). Paradoksalnie, zjawisko to w największym stopniu wystąpiło w kategorii jednostek produkujących głównie na rynek, a w najmniejszym w wytwarzających produkty rolne wyłącznie na potrzeby własne. Ten zaskakujący efekt został wywołany tym, że pierwsza z wymienionych grup wcześniej nie była nastawiona na uzyskiwanie dochodów z produkcji rolniczej. Zbiorowość gospodarstw powiązanych z rynkiem natknęła się zaś w latach 1996–2002 na barierę popytu produktów rolnych, co zaowocowało wzrostem liczby gospodarstw bez dochodów z produkcji rolniczej. Zresztą gospodarstwa te nie są liczne, co także wpływa na poziom wskaźników przyrostu ich liczebności.

Gospodarstwa czerpiące dochody z produkcji rolniczej zmniejszyły swoją liczebność w analizowanym okresie w całej zbiorowości o 22,1%. Zjawisko to w największym stopniu dotyczyło jednostek produkujących głównie na potrzeby własne; wskaźnik dynamiki w tym wypadku wyniósł –44,0%. Najmniejszym ubytkiem cechowały się zaś

gospodarstwa osiągające dochody z produkcji zbywanej na rynku; wskaźnik dynamiki ich liczby ukształtował się na poziomie –2,2%.

Największe udziały w strukturze ze względu na cele produkcji mają gospodarstwa zbywające produkcję rolniczą na rynku. W 2002 r. stanowiły one 59,8% wszystkich jednostek wytwarzających produkty rolne, wobec 47,7% w 1996 r. Drugie po względem liczebności są gospodarstwa produkujące głównie na potrzeby własne. Najmniej liczna jest kategoria gospodarstw wytwarzających produkcję wyłącznie na potrzeby własne (w 2002 r. stanowiły one 10,5% całej zbiorowości, a w 1996 r. – 11,1%). Tak więc w ostatnim roku analizy częściej występowały gospodarstwa produkujące na rynek niż pozostałe. W szczególności zmalała grupa jednostek prowadzących produkcję rolniczą głównie na potrzeby własne. Łącznie zbiorowość gospodarstw produkujących na potrzeby własne zmalała prawie o jedną trzecią (o 32,0%).

W strukturze gospodarstw prowadzących działalność rolniczą, rozpatrywanych według udziału dochodów z produkcji rolniczej w dochodach ogółem, najbardziej liczne są jednostki o najniższym poziomie cechy stanowiącej kryterium analizy, a następnie gospodarstwa o największym udziale dochodów rolniczych w dochodach ogółem. Tak więc analiza gospodarstw według odsetka dochodów rolniczych w dochodach ogółem ukazuje ich polaryzację dochodową. Najmniejsze znaczenie w strukturze mają zaś jednostki z przedziału dochodów rolniczych 51–67%.

W 1996 r. także występowała polaryzacja dochodowa gospodarstw rolnych, jednak była ona mniej zaawansowana – najliczniejsze były przedziały poziomu dochodów 11–30 i 66–90%. W latach 1996–2002 nastąpiło więc przesunięcie gospodarstw do skrajnych przedziałów osi analizy. Ponadto zwiększyły się udziały jednostek o najmniejszym poziomie dochodów rolniczych w dochodach ogółem, a zmniejszyły na przeciwnym (skrajnym) biegunie skali.

Udziały dochodu rolniczego w dochodzie ogółem w gospodarstwach produkujących wyłącznie i głównie na potrzeby własne malały wraz ze wzrostem wartości poziomu dochodu rolniczego, a na końcu skali nieznacznie wzrosły. W pierwszym wypadku odsetki zmniejszyły się z 23,6% w przedziale 1–10% dochodów z działalności rolniczej w dochodach ogółem do 0,9% w ich klasie 68–90%, a w drugim odpowiednio z 58,0 do 4,9%. W grupie poziomu dochodu 91–100% wzrosły z kolei w pierwszym wypadku do 4,5%, a w drugim do 11,2%.

Liczba gospodarstw powiązanych z rynkiem rosła w podanych wyżej przedziałach z 18,4 do 94,2%, aby następnie się obniżyć do 84,3%. Im więc gospodarstwa rolne są silniej powiązane z rynkiem, tym bardziej gospodarstwa domowe mają charakter rolniczy (ich budżety w większym stopniu zasilane są dochodami rolniczymi).

W 2002 r. w grupach gospodarstw produkujących wyłącznie i głównie na potrzeby własne najbardziej liczne były przedziały 1–10% dochodu rolniczego w dochodzie ogółem, a następnie 91–100%. W obu grupach jednostki o poziomie dochodu rolniczego 1–30% stanowiły w strukturze 82,9–85,8% liczebności danej grupy. Na przeciwnym biegunie osi analizy ich liczby nie przekraczały 10%. W obu zbiorowościach gospodarstw w skrajnych przedziałach analizowanego układu obserwuje się więc polaryzację dochodową gospodarstw. W drugiej z nich proces ten zachodził jednak dynamiczniej (szybciej następowało „przechodzenie" jednostek z przedziałów środkowych w kierunku skrajnego lewego bieguna poziomu dochodów rolniczych).

Tabela 1. Gospodarstwa domowe z użytkownikiem gospodarstwa rolnego w Polsce w latach 1996–2002 według celu produkcji rolniczej i udziału dochodów z działalności rolniczej w dochodach ogółem

Table 1. Households with users of farm in Poland in 1996–2002 according to purposes of agricultural production and share of agricultural incomes in total households' incomes

| Gospodarstwa<br>Farms | Miara<br>Index | Rok obsewacji<br>Year of observation | Ogółem<br>Total | Gospodarstwa bez działalności rolniczej<br>Farms without agricultural activity | W tym gospodarstwa prowadzące działalność rolniczą<br>Farms deal with agricultural activity | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Razem<br>total | bez dochodów<br>without incomes | Gospodarstwa uzyskujące dochody z produkcji rolniczej<br>Farms gaining incomes from agricultural production | | | | | |
| | | | | | | | Udział dochodów rolniczych w dochodach ogółem (%)<br>Share of agricultural incomes in total households incomes (%) | | | | | Razem<br>total |
| | | | | | | | 1–10 | 11–30 | 31–50 | 51–67 | 68–90 | 91–100 | |
| Ogółem<br>Total | liczba gospodarstw | 2002 | 1 951 158 | 333 858 | 1 617 300 | 95 262 | 462 868 | 303 595 | 171 413 | 81 932 | 194 063 | 308 167 | 1 522 038 |
| | dynamika | 1996 = 100 | –4,2 | 384,3 | –17,8 | 635,7 | 1,7 | –37,5 | –31,2 | –38,3 | –43,8 | 7,9 | –22,1 |
| | struktura | 2002 | 100,0 | 17,1 | 82,9 | 4,9 | 30,4 | 19,9 | 11,3 | 5,4 | 12,8 | 20,2 | 100,0 |
| Produkujące wyłącznie na potrzeby własne<br>Producing exclusively for household consumption | liczba gospodarstw | 2002 | – | – | 206 189 | 45 861 | 109 155 | 28 422 | 5 892 | 1 164 | 1 760 | 13 935 | 160 328 |
| | dynamika | 1996 = 100 | – | – | –8,3 | 500,7 | –14,4 | –50,7 | –67,4 | –68,0 | –71,5 | 67,4 | –26,2 |
| | udział procentowy w produkujących | 2002 | – | – | 12,7 | 48,1 | 23,6 | 9,4 | 3,4 | 1,4 | 0,9 | 4,5 | 10,5 |
| | struktura | 2002 | – | – | 100,0 | 22,2 | 68,1 | 17,7 | 3,7 | 0,7 | 1,1 | 8,7 | 100,0 |
| Produkujące głównie na potrzeby własne<br>Producing mainly for household consumption | liczba gospodarstw | 2002 | – | – | 496 812 | 45 926 | 268 617 | 105 123 | 26 343 | 6 724 | 9 525 | 34 554 | 450 886 |
| | dynamika | 1996 = 100 | – | – | –38,6 | 822,6 | –9,0 | –64,1 | –72,2 | –78,6 | –77,8 | –77,6 | –44,0 |
| | udział procentowy w produkujących | 2002 | – | – | 30,7 | 48,2 | 58,0 | 34,6 | 15,4 | 8,2 | 4,9 | 11,2 | 29,6 |
| | struktura | 2002 | – | – | 100,0 | 9,2 | 59,6 | 23,3 | 5,8 | 1,5 | 2,1 | 7,7 | 100,0 |
| Produkujące głównie na rynek<br>Producing mainly for market | liczba gospodarstw | 2002 | – | – | 914 299 | 3 475 | 85 096 | 170 050 | 139 178 | 74 044 | 182 778 | 259 678 | 910 824 |
| | dynamika | 1996 = 100 | – | – | –1,9 | 931,2 | 162,6 | 25,7 | –0,9 | –24,3 | –38,3 | 13,1 | –2,2 |
| | udział procentowy w produkujących | 2002 | – | – | 56,5 | 3,8 | 18,4 | 56,0 | 81,2 | 90,4 | 94,2 | 84,3 | 59,8 |
| | struktura | 2002 | – | – | 100,0 | 0,4 | 9,3 | 18,7 | 15,3 | 8,1 | 20,1 | 28,5 | 100,0 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Kierunki... 2004].

Source: Own elaboration based on [Kierunki... 2004].

W zbiorowości gospodarstw powiązanych z rynkiem także obserwuje się zjawisko polaryzacji dochodowej, jednak w tym wypadku gospodarstwa koncentrują się w głównie na prawym biegunie osi analizy. W przedziałach powyżej 67% dochodu rolniczego w dochodzie ogółem stanowią one blisko połowę wszystkich (48,6%), a z dochodami do 30% – tylko 28,0%. Ponownie potwierdza się więc teza, że gospodarstwa powiązane z rynkiem mają charakter bardziej rolniczy.

Wskaźniki dynamiki liczby gospodarstw w układzie analizy według poziomu dochodów rolniczych w całej zbiorowości i we wszystkich trzech kategoriach jednostek przyjęły kształt paraboli z ramionami skierowanymi w górę. W tym pierwszym wypadku przyjęły one wartości ujemne w zakresie skali 11–90% dochodu rolniczego w dochodach ogółem. W grupie jednostek produkujących głównie na potrzeby własne we wszystkich przedziałach osiągnęły wartości ujemne, a w kategorii gospodarstw produkujących wyłącznie na potrzeby własne we wszystkich klasach, z wyjątkiem przedziału 91–100%. Znaczące przyrosty liczby gospodarstw odnotowano też w gospodarstwach powiązanych z rynkiem w grupach poziomu dochodu rolniczego 1–30 i 91–100%.

W wyłonionych zbiorowościach gospodarstw ze względu na cele produkcji największe różnice dynamiki obserwuje się w skrajnych przedziałach skali dochodowej. O ile w gospodarstwach produkujących wyłącznie na potrzeby własne większą dynamikę odnotowano w klasie z największym odsetkiem dochodu rolniczego w dochodach ogółem, o tyle w wytwarzających na rynek – w grupach o najmniejszym nasileniu tej cechy. W tym ostatnim wypadku liczba gospodarstw rosła też szybko w klasie 11–30% poziomu dochodu rolniczego, a w zakresie skali 31–90% malała mniej intensywnie niż w pozostałych dwóch kategoriach jednostek. Przeprowadzone badania potwierdzają więc zachodzenie procesów polaryzacji dochodowej gospodarstw rolnych w latach 1996–2002.

## WNIOSKI

Przeprowadzone analizy pokazują, że w latach 1996–2002 ujawniła się liczna grupa gospodarstw rolnych nieprowadzących żadnej działalności gospodarczej. Zwiększyła się też liczba jednostek niepodejmujących produkcji rolniczej i nieosiągających dochodów z tej działalności. Przyczyny zaistniałego stanu rzeczy odnoszą się zarówno do makroekonomicznych uwarunkowań gospodarczych, jak i zdrowotnych oraz rodzinnych rolników.

Prawie wszystkie gospodarstwa powiązane z rynkiem uzyskują dochody z działalności rolniczej. Jednostki produkujące na własne potrzeby, a szczególnie te wytwarzające wyłącznie na potrzeby własne, czerpią je z rolnictwa w znacznie mniejszym stopniu. Można zakładać, że wytworzona w nich produkcja rolnicza jest przeznaczana na samozaopatrzenie gospodarstw domowych, mają więc one charakter socjalny.

Liczba gospodarstw produkujących na potrzeby własne jest silnie ujemnie skorelowana z poziomem dochodów rolniczych w dochodach ogółem, a produkujących głównie na rynek – odwrotnie. Wskazuje to na prowadzenie przez te pierwsze produkcji rolniczej w celach samozaopatrzeniowych. Gospodarstwa domowe z nimi związane czerpią dochody ze źródeł pozarolniczych.

Badania pokazują zachodzenie polaryzacji dochodowej gospodarstw rolnych; w całej ich zbiorowości wyłania się grupa jednostek nastawionych na zaopatrzenie rodzin

w produkty żywnościowe oraz dużych, nakierowanych na produkcję rynkową. Potwierdza to tezę o pogłębianiu procesu polaryzacji dochodowej gospodarstw rolnych w Polsce w warunkach gospodarki rynkowej.

Przeprowadzone analizy pokazują, że kategoria „gospodarstwa socjalne" nie jest pojęciem w pełni adekwatnym do opisu zmian w rolnictwie. Uwzględniając stopień oraz proces spadku samozaopatrzenia gospodarstw rolnych (także produkujących na potrzeby własne), a także gospodarstw domowych związanych z gospodarstwami rolnymi, można dojść do wniosku, że w obecnej formie służy ona raczej racjonalizacji (maskowaniu) zaniku funkcji produkcyjnych i rynkowych w części gospodarstw rolnych. W rzeczywistości może ukrywać zapaść produkcyjną w znacznej części gospodarstw rolnych i wskazywać na niski poziom wykorzystania zasobów produkcyjnych.

Powyższe uwagi nie podważają sensu wyłaniania kategorii gospodarstw socjalnych. Do grupy takich gospodarstw można jednak z pewnością zaliczyć tylko jednostki uzyskujące efekty produkcyjne na zbliżonym lub wyższym poziomie do innych gospodarstw, jednak przeznaczające wytworzone produkty na potrzeby gospodarstw domowych. Do realizacji takich celów wystarczy niewielka powierzchnia użytków rolnych.

Bardziej precyzyjne wyniki od spotykanych w literaturze daje posługiwanie się kategoriami stosowanymi przez GUS. Używana przez tę instytucję klasyfikacja pozwala na wyodrębnienie gospodarstw produkujących: wyłącznie na potrzeby własne, głównie na potrzeby własne i głównie na rynek. Ponadto, GUS wyodrębnia grupę jednostek nieprowadzących produkcji rolniczej.

Gdyby przeprowadzić porównanie terminów spotykanych w literaturze i stosowanych przez GUS, to można przyjąć, że za gospodarstwa socjalne można co najwyżej uznać jednostki produkujące wyłącznie na potrzeby własne. Grupę gospodarstw produkujących głównie w tym celu należałoby uznać za zbiorowość jednostek o zanikających funkcjach produkcyjnych i rynkowych. Kategorię zaś jednostek nieprowadzących działalności rolniczej należałoby określić nie jako gospodarstwa socjalne, ale rezydencjalne (rezydencyjne).

Badania podważają twierdzenia o wysokiej trwałości gospodarstw rolnych. Ingerencja otoczenia rynkowego w działalność rolniczą okazuje się na tyle silna, że wiele jednostek nie może sprostać wyzwaniom rynku i likwiduje produkcję. W szczególności proces ten dotyczy jednostek produkujących wyłącznie na potrzeby własne. Duże nasilenie przyjmuje także w gospodarstwach produkujących głównie na potrzeby własne. Jednostki te dynamicznie zasilają kategorię gospodarstw rezydencjalnych (nieprowadzących produkcji rolniczej). W świetle powyższego wyodrębnianie dwuczłonowego układu struktury gospodarstw rolnych nabiera nowego znaczenia. Grupa gospodarstw uznanych w szerokim znaczeniu za socjalne będzie w najbliższej przyszłości maleć. Niskie ceny produktów żywnościowych, wysokie koszty produkcji rolniczej i brak kanałów zbytu wytworzonej produkcji będą działać na rzecz ograniczania lub likwidacji w nich produkcji rolniczej. W najbliższym czasie można oczekiwać, jeżeli obecne założenia polityki rolnej będą kontynuowane, że grupa gospodarstw „formalnie rolniczych" (rezydencjalnych) będzie rosła. Jednostki te będą dysponować znacznymi zasobami gruntów nieefektywnie wykorzystywanych do celów produkcji rolniczej. W rolnictwie polskim obserwuje się więc także zachodzenie procesów polaryzacji funkcjonalnej gospodarstw, polegającej na

zmniejszeniu zbiorowości jednostek wytwarzających na potrzeby własne i ich przekształcaniu w struktury rezydencjalne, przy jednoczesnym wzroście liczbowym grupy gospodarstw powiązanych z rynkiem.

## PIŚMIENNICTWO

Cele produkcji w gospodarstwach rolnych. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań. PSR 2002. Warszawa, marzec 2004.

Chmielewska B., 2002: Samozaopatrzenie w rolnictwie. Studia i Monografie, nr 110. IERiGŻ, Warszawa.

Jóźwiak W., 2004: Potencjał produkcyjny i wyniki ekonomiczne gospodarstw rolnych. ZER, z. 4, s. 3–18.

Kierunki zmian w strukturze dochodów gospodarstw domowych z użytkownikiem gospodarstw rolnego. GUS, US w Olsztynie. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań. Powszechny Spis Rolny 2002. Olsztyn 2004.

Sikorska A., 2003: Gospodarstwa socjalne w strukturze społeczno-ekonomicznej wsi. Studia i Monografie, nr 117. IERiGŻ, Warszawa.

Szemberg A., 2003: Indywidualne gospodarstwa rolne w świetle statystyki GUS z 2002 roku. Przegląd regionalny. Komunikaty, Raporty, Ekspertyzy, z. 487. IERiGŻ, Warszawa.

Szymański W., 1996: Makroekonomiczne bariery przemian strukturalnych w rolnictwie. Możliwości i sposoby ich łagodzenia. Strategiczne problemy rozwoju polskiego rolnictwa. PBZ 38-05, nr 11, IERiGŻ, Warszawa.

Woś A., 2003: Szanse i ograniczenia przekształceń strukturalnych polskiego rolnictwa. Komunikaty, Raporty, Ekspertyzy, z. 491, IERiGŻ, Warszawa.

## THE PROCESSES OF FUNCTIONAL AND INCOME FARMS POLARISATION IN POLAND IN CONDITIONS OF MARKET ECONOMY

**Abstract.** The paper presents changes in sector of individual farms in Poland under conditions of the market economy. In the population of all farms it is possible to observe dynamic increase of a group of farms without farming activity, and not getting incomes from agricultural production. As a positive result of changes, increase of farms concentrated on agricultural markets and getting incomes from agriculture can be treated. The research confirms deepening of the processes of functional farms' polarisation into two groups – market-oriented and social ones, what results on farms' differentiation according to their incomes' level.

**Key words:** aims of agricultural production, incomes from agricultural production, farms' selfsupply, market

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM *Oeconomia 4 (2) 2005, 69–75*

# WSPÓŁCZESNE SPOŁECZEŃSTWO – W KIERUNKU SPOŁECZEŃSTWA OPARTEGO NA WIEDZY

Wojciech Pizło
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**Streszczenie.** W artykule zaprezentowano Bellowską typologię rozwoju społeczeństwa (społeczeństwa agrarnego, industrialnego i postindustrialnego), skupiając się na społeczeństwie postindustrialnym i współczesnych koncepcjach jego interpretacji. Zaprezentowano ponadto podstawowe pojęcia odnoszące się do współczesnego społeczeństwa. Omówiono między innymi istotę społeczeństwa masowego, społeczeństwa późnej nowoczesności oraz społeczeństwa ryzyka. W dalszej części artykułu wskazano na główne kierunki rozwoju współczesnego społeczeństwa, zwrócono uwagę na trzy podstawowe scenariusze rozwoju i ich konsekwencje.

**Słowa kluczowe:** społeczeństwo ryzyka, społeczeństwo oparte na wiedzy, wzrost ekonomiczny

## WSTĘP

Koniec XX i początek XXI wieku określany jest obecnie jako nowa era informatyczna [Drucker 2000], której początek miał miejsce w przedsiębiorstwie, w nim bowiem istniało i istnieje ciągłe zapotrzebowanie na szybką i wiarygodną informację. Przedsiębiorstwa obecnie koncentrują się na zintegrowanej informacji, a nie jak wcześniej tylko na zbieraniu, przechowywaniu, przesyłaniu i prezentacji danych.

Celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie rozwoju współczesnego społeczeństwa jako głównej siły sprawczej w przyszłych zmianach działań marketingowych przedsiębiorstw.

## W STRONĘ SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO

Pisząc o społeczeństwie informacyjnym nie sposób nie wspomnieć o etapach rozwoju społeczeństwa w ogóle, przyszłość bowiem stanowi logiczną konsekwencję teraźniejszo-

Adres do korespondencji – Corresponding author: Wojciech Pizło, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-767 Warszawa, e-mail: wpizlo@poczta.onet.pl

ści i przeszłości. Wyróżnić można trzy rodzaje społeczeństwa: społeczeństwo agrarne (preindustrialne), industrialne i informacyjne (postindustrialne) [Bell 1974, Sztompka 2002]. Przejście od społeczeństwa industrialnego do postindustrialnego oznacza wzrost znaczenia wiedzy i kwalifikacji jako głównego czynnika zajęcia przez daną jednostkę pozycji w społeczeństwie [Domański 2000]. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, że „społeczeństwo informacyjne" jest jednym z możliwych określeń współczesnej cywilizacji [Siciński 1999] obok takich pojęć, jak społeczeństwo masowe, społeczeństwo poprzemysłowe (społeczeństwo postindustrialne), społeczeństwo organizacji czy też społeczeństwo ryzyka (tab. 1). Pojęcie „społeczeństwa masowego" stawiane jest w opozycji do „społeczeństwa opartego na małych społecznościach lokalnych" [Bell 1960, Siciński 1999]. Często termin ten odnosi się do cech nowoczesnego społeczeństwa. Masowość dotyczy bowiem wszelkich rodzajów życia społecznego, zakupów w wielkopowierzchniowych sklepach samoobsługowych, masowej (powszechnej) edukacji, masowej produkcji, masowej komunikacji czy też masowych przejawów życia religijnego. Termin ten jest poddawany krytyce [Bell 1960, Siciński 1999], zawiera bowiem w sobie wieloznaczne pojęcie „masa", określające bardzo dużą liczbę niezróżnicowanych, niezorganizowanych, niekompetentnych i niewykształconych jednostek, dlatego nazywa się również społeczeństwo masowe zbiorem jednostek mających cechy mechanizmu, społeczności zbiurokratyzowanej, a także tłumu.

Do określenia współczesnego społeczeństwa służą też pojęcia „społeczeństwa późnej nowoczesności" i „społeczeństwo ryzyka". Cechą tego społeczeństwa jest nowa forma zaufania, potrzebna, by istniało poczucie bezpieczeństwa oraz ciągłości życia codziennego. Poczucie bezpieczeństwa dotyczy bowiem sprawności i niezawodności różnych systemów zarówno społecznych, jak i technicznych [Sztompka 2002]. Aby właściwie funkcjonować, społeczeństwo musi obdarzyć systemy pewną dozą zaufania, co stanowi niezbędny wymóg normalnej egzystencji. W fazie późnej nowoczesności obecne są nowe formy ryzyka. Pojęcie ryzyka utożsamiane jest nie tak jak dawniej z odwagą eksponowaną w obliczu wroga lub przyrody, lecz z groźbą samodestrukcji życia na Ziemi wywołanej skutkami działań człowieka. Istnienie w świecie technicznym zbudowanym przez człowieka stwarza nowe zagrożenia, a określenie poziomu ryzyka jest trudne lub wręcz niemożliwe. Człowiek niejako stał się „producentem ryzyka". Wielkość zagrożenia określa się dopiero po fakcie, gdy niekorzystne zjawisko stanie się rzeczywistością. Dawniej główną kwestią była dystrybucja dóbr, dzisiaj podstawowym problemem jest powstanie i rozkład ryzyka. „Społeczeństwo późnej nowoczesności" cechuje płynność i niepewność sytuacji społecznych. Nieuniknione są bowiem błędy zarówno całych systemów, jak i pojedynczych ludzi zarządzających skomplikowanymi systemami.

W interpretacji idei społeczeństwa postindustrialnego można wyróżnić kilka wymiarów stanowiących część tego pojęcia. W społeczeństwie poprzemysłowym następuje zmiana w sektorze gospodarki, w którym zmniejsza się znaczenie branż produkujących dobra na rzecz branż usług, wzrasta znaczenie fachowców i techników, wzrasta rola wiedzy teoretycznej stanowiącej źródło innowacji oraz formułowania kierunków rozwoju społeczeństwa. Nowe społeczeństwo powinno kontrolować i oceniać technikę, a w przyszłości zostanie stworzona nowa „technologia intelektualna" [Bell 1960, Siciński 1999]. Cechą społeczeństwa postindustrialnego jest rosnące znaczenie sektora usług

Tabela 1. Charakterystyka typów społeczeństw i gospodarowania
Table 1. Characteristics of types a society and management

| Typy społeczeństw / Cechy charakterystyczne | Agrarne (preindustrialne) | Industrialne | Informacyjne (postindustrialne) | Wiedzy |
|---|---|---|---|---|
| Dominujący obszar działalności | Uprawa roli, hodowla zwierząt, produkcja żywności (ujarzmienie przyrody) | Produkcja dóbr przemysłowych i konsumpcyjnych (uprzemysłowienie rolnictwa) | Produkcja i aplikacja informacji (danych) (zinformatyzowanie przemysłu) | Całość życia ludzi (gospodarka, zdrowie, środowisko, kultura) |
| Cecha wyróżniająca (symbol) | **Ziemia** Siła pociągowa ludzi i zwierząt | **Fabryka (kapitał)** Energia pary, elektryczna, ropy naftowej, urbanizacja, uprzemysłowienie | **Komputer (informacja)** Informacja, bazy danych | **Edukacja (wiedza)** Twórcze wykorzystanie wiedzy |
| [podstawowe procesy] | [wykorzystanie sił przyrody] | [innowacja, wzrost wydajności] | [wirtualizacja i digitalizacja] | [digitalizacja, synergia] |
| Skala działań | Lokalna | Regionalna | Globalna | Globalna |
| Cechy antropologiczne | Osiadły tryb życia, kultury agrarne (pierwotne) | Kultura masowa, technokratyzm (człowiek plus maszyna) | Wirtualizacja społeczeństwa (człowiek plus maszyna obdarzona sztuczną inteligencją) | Wirtualizacja społeczeństwa (człowiek wiedzy) |
| Typ aspiracji | Zapewnienie wyżywienia, wzrost wydajności ziemi | Budowa wielkich systemów produkcyjnych, wzrost wydajności przez innowacje produktowe i procesowe, ekonomia skali | Budowa i rozwój sektora informacyjnego, powszechna dostępność informacji społecznej i gospodarczej | Wykorzystywanie systemów wiedzy i pogłębianie umiejętności ich zastosowania |
| Typ umiejętności | Umiejętność obserwacji i wykorzystywania praw przyrody do produkcji żywności (rolnik) | Umiejętność zarządzania organizacją (zaopatrzeniem, produkcją i zbytem) oraz zarządzanie innowacją (menadżer) | Umiejętność systemowego, projektowania i zarządzania informacją (analityk) | Umiejętność zarządzania wiedza (producent wiedzy) |
| Obecny stopień upowszechnienia | Wysoki | Wysoki Masowość, postępująca informatyzacja | Średni | Niski (dążenie do stosowania wiedzy) |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Haber 2002, Zacher 2003, Goban-Klas, Sienkiewicz 1999].
Source: Own elaboration based on: [Haber 2002, Zacher 2003, Goban-Klas, Sienkiewicz 1999].

(nauki, administracji, bankowości i ubezpieczeń, handlu, środków masowego przekazu, transportu, ochrony zdrowia, oświaty, sądownictwa itp.), a także wzrost znaczenia planowania, kontrolowania procesów technologicznych oraz pragmatycznego działania. Jako cechy tego społeczeństwa wymienia się również zmianę dominującej technologii z energetycznej na informatyczną oraz intensywne wykorzystanie tej ostatniej do budowy nowych maszyn i urządzeń. Cechą społeczeństwa postindustrialnego jest również wzrost znaczenia osób wysoko wykwalifikowanych.

## POJĘCIE SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO

Pojęcie społeczeństwa informacyjnego jest jednym z najnowszych określeń, próbujących scharakteryzować nasze czasy. Pojęcie to pomimo ubogiej treści [Siciński 1999] oraz przy braku jego jednolitej wykładni semantycznej [Haber 2002] zyskało na znaczeniu, stanowiąc przedmiot licznych poszukiwań [Siciński 1999]. W literaturze zwraca się uwagę, iż informacja potrzebna jest organizacjom (przedsiębiorstwom), by tworzyć dobrobyt, to znaczy, by kreować nową wartość, dlatego przedsiębiorstwo potrzebuje informacji służących różnym celom[1]. Obecnie proces informatyzacji nie dotyczy tylko i wyłącznie przedsiębiorstwa, ale stał się również domeną całych społeczności. Społeczeństwo informacyjne mogło powstać w wyniku powszechnego zastosowania dwóch wynalazków: komputera i telekomunikacji. Możliwości komputerów sprawiły, że człowiek utracił dotychczasowy monopol na inteligencję, rozumianą jako zdolność podejmowania trafnych decyzji na podstawie posiadanej wiedzy. Pojęcie społeczeństwa informacyjnego jest definiowane z punktu widzenia różnych nauk jako nowa kultura organizacyjna społeczeństwa z dominującą rolą informacji i wiedzy. Społeczeństwo informacyjne to „nowy system społeczeństwa kształtujący się w krajach o wysokim stopniu rozwoju technologicznego, gdzie zarządzanie informacją, jej jakość, szybkość przepływu są zasadniczym czynnikiem konkurencyjności w gromadzeniu, przetwarzaniu, przekazywaniu i użytkowaniu informacji" [ePolska 2001].

## SCENARIUSZE PRZEMIAN W PRZYSZŁOŚCI

Opisując społeczeństwo informatyczne, próbuje się wskazać na możliwe scenariusze przemian, jakie dokonają się w przyszłości. Zawarte w nich prognozy odnoszą się do trzech lub czterech kierunków rozwoju. W przypadku czteroetapowego scenariusza procesu informatyzacji społeczeństwa wymienia się: społeczeństwo zdyscyplinowane, społeczeństwo wyczerpującej się demokracji, społeczeństwo demokratycznej kontynuacji oraz społeczeństwo transformacyjne [Krzysztofek 2002a]. Prognozę stworzenia społeczeństwa zdyscyplinowanego postrzega się w powstaniu społeczeństwa o silnym scentralizowanym rządzie, którego obywatele nie przejawiają chęci do uczestniczenia

[1]Dla osiągnięcia celu przedsiębiorstwo musi korzystać z różnych zestawów narzędzi diagnostycznych: informacji podstawowych, informacji dotyczących wydajności, informacji fachowych oraz informacji dotyczących alokacji zasobów [Drucker 2000].

w demokracji antycypacyjnej oraz są gotowi do ograniczenia „podstawowych praw obywatelskich". Drugim scenariuszem rozwoju społeczeństwa jest powstanie społeczeństwa wyczerpującej się demokracji. Społeczeństwo takie określa się jako powolną przemianę w kierunku „społeczeństwa niezarządzalnego". Kolejnym (trzecim) scenariuszem jest powstanie społeczeństwa demokratycznej kontynuacji, będącego konsekwencją nałożenia się nowej infrastruktury demokracji elektronicznej na starą demokrację przedstawicielską. W tej prognozie zakłada się, iż nowa technologia będzie wykorzystywana w większym stopniu w biznesie, a polityka zachowa w większym stopniu swój tradycyjny charakter. Społeczeństwo będzie „mobilne przestrzennie i pionowo, zamożne, liberalne, zorientowane nadal na naukę i postęp technologiczny, stwarzanie szans indywidualnych i zwiększanie czasu wolnego" [Krzysztofek 2002]. Kolejnym scenariuszem rozwoju społecznego jest wizja społeczeństwa transformacyjnego, w której główną siłą napędową jest technologia. Rozwój technologiczny sprawi, że społeczeństwo zostanie zindywidualizowane, a informacja stanie się towarem dostępnym dla wszystkich. Społeczeństwo będzie bardziej tolerancyjne, otwarte na nieakceptowane dotychczas style życia. Kultura będzie rozbudzać potrzebę osiągnięć, patrzenia w przyszłość bez oglądania się na to, co dzieliło społeczeństwa w niedalekiej przeszłości.

Opisane scenariusze rozwoju społecznego można pogrupować z uwagi na ich wielowariantowość. Scenariusze pesymistyczne podkreślają, iż przyszłe społeczeństwo może być narażone na całkowitą kontrolę. Władza będzie miała pełną wiedzę na temat obywatela, społeczeństwo zostanie zdezintegrowane, a jednostka będzie osamotniona. Wariant pesymistyczny zakłada wyparcie człowieka z wielu zawodów, przez co stanie się on zbędny. Nastąpi znaczne rozwarstwienie społeczeństwa. Ludzie będą się dzielić na tych, którzy mają pracę i pieniądze, oraz tych, którzy są bezrobotni i żyją w biedzie. Formułuje się również scenariusze „pośrednie", w których zakłada się, że społeczeństwo informacyjne będzie się rozwijać podobnie jak w obecnie wysoko rozwiniętych krajach (USA i Japonia). Scenariusze optymistyczne podkreślają, że społeczeństwo zostanie uwolnione od przymusu pracy, a mając nadmiar czasu wolnego, ludzie będą rozwijać potrzeby wyższego rzędu (m.in. własną osobowość); takie społeczeństwo, działające w sprawnie funkcjonującej sieci komunikacyjnej, będzie w stanie równowagi społecznej.

Teorię społeczeństwa informacyjnego różnią od innych teorii dotyczących społeczeństw następujące cechy [Strategia... 2003]:

- w społeczeństwie informacyjnym znacząca część dochodu narodowego pochodzi ze sprzedaży usług uzyskiwania, przetwarzania, gromadzenia i udostępniania informacji lub komunikacji elektronicznej,
- wzrost konkurencyjności tradycyjnych gałęzi przemysłu zależy od posiadania przez przedsiębiorstwa sprawnych mechanizmów uzyskiwania, gromadzenia i przechowywania informacji,
- obywatele mają dostęp do nowych usług teleinformatycznych, zwiększających ich dostęp do informacji.

W literaturze stosuje się również pojęcie społeczeństwa opartego na wiedzy, które określane jest jako to, które „więcej niż niegdyś generuje wiedzę, dbając przy tym o właściwą strukturę jej zasobów (...), które w procesie wychowania, socjalizacji i edukacji – promuje postawy poznawcze (...) oraz uczy wykorzystania wiedzy (...) dla celów poznawczych i praktycznych" [Zacher 2003]. Cechą charakterystyczną społeczeństwa

opartego na wiedzy jest wzrost konkurencji między pracownikami i społecznościami przy równoczesnej jego otwartości. Lepsze wykształcenie daje bowiem dostęp do nowego zawodu oraz wyższej pozycji społecznej.

Podstawowymi obszarami wspomagającymi rozwój społeczeństwa opartego na wiedzy są: infrastruktura techniczna (dostępność sprzętu komputerowego, oprogramowania oraz dostęp do sieci Internetu), ludzie dysponujący odpowiednią wiedzą informatyczną, by móc korzystać z zasobów informacyjnych, prawo sprzyjające rozwojowi biznesu oraz wzmacniające pozycję konsumentów indywidualnych, organizacje (biznesowe i non profit) potrafiące konkurować w sferze gospodarki elektronicznej, zasoby informacyjne dostępne na poziomie zarówno gminy, przedsiębiorstwa, jak i konsumentów indywidualnych. W literaturze istnieją schematy rozwoju społeczeństwa i gospodarki opartej na wiedzy. Motorem przemian są nakłady ponoszone przez przedsiębiorstwa na infrastrukturę techniczną w celu optymalizacji przepływów surowcowych i zintensyfikowania kontaktów pomiędzy działami przedsiębiorstw (szczególnie w przypadku przedsiębiorstw globalnych lub transnarodowych). Wzrastająca dostępność nowoczesnych narzędzi informatycznych staje się w przedsiębiorstwach katalizatorem przemian prowadzących do powstania nowych rynków elektronicznych. To z kolei wymusza zarówno zmiany w otoczeniu prawnym, jak i zwiększa zapotrzebowanie na wysoko wykwalifikowanych pracowników, przez co coraz więcej inwestuje się w wiedzę, a to staje się siłą napędową gospodarki [Markowski 2002].

## PODSUMOWANIE

Współczesne społeczeństwo jest charakteryzowane w różny sposób: raz jako społeczeństwo ryzyka, raz jako społeczeństwo informacyjne lub jako społeczeństwo oparte na wiedzy. Każde z tych pojęć zwraca uwagę na inny aspekt życia społecznego. Polskie społeczeństwo nie jest jeszcze społeczeństwem informacyjnym [Pizło 2004], jest dopiero u progu rozwoju. W społeczeństwie informacyjnym opartym na wiedzy z kolei konieczne staje się zdefiniowanie głównych kierunków działania, zorientowanych na środowisko naturalne, wzrost ekonomiczny, wartości humanistyczne, a także na twórczy rozwój jednostki. Rozwój jednostki powinien „zachować fundamenty wspólnoty i chronić systemy symboli, które wypływają z kultury i ją rozwijają, dostarczając ludziom znaczeń" [Krzysztofek 2002b]. W społeczeństwie opartym na wiedzy społeczeństwo koncentruje się w pierwszym rzędzie na relacjach człowiek – człowiek, te bowiem stanowią o jakości środowiska naturalnego, społeczeństwa, kultury i ładu politycznego.

## PIŚMIENNICTWO

Bell D., 1974: The Coming of the Post-Industrial Society, London.
Bell D., 1960: The End of Ideology, The Free Press, Glencoe.
Domański H., 2000: Hierarchie i bariery społeczne w latach dziewięćdziesiątych. Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.
Drucker P.F., 2000: Zarządzanie w XXI wieku. Muza S.A., Warszawa.

ePolska – plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce na lata 2001–2006, dokument przyjęty przez Radę Ministrów 11 września 2001 r.

Haber L.H., 2002: Poznawcze aspekty badań nad społecznością informacyjną. [w:] Mikrospołeczność informacyjna na przykładzie miasteczka internetowego Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, pod red. nauk. L.H. Habera. Wydaw. Naukowe AGH, Kraków.

Krzysztofek K., 2002a: Scenariusze przyszłości społeczeństwa informacyjnego. [w:] Polska w drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego. Raport o rozwoju społecznym. Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Warszawa.

Krzysztofek K., 2002b: Społeczeństwo informacyjne a rozwój człowieka. [w:] Polska w drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego. Raport o rozwoju społecznym, Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Warszawa.

Markowski M., Czynniki rozwoju społecznego i gospodarczego. [w:] Polska w drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego. Raport o rozwoju społecznym. Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Warszawa 2002.

Pizło W., 2004: Ocena rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce w latach 1996–2002. [w:] Informacja. Dobra lub zła nowina, pod red. nauk. A. Szewczyk. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.

Strategia informatyzacji Rzeczypospolitej Polskiej – ePolska. Komitet Badań Naukowych, 10 marca 2003 (materiał powielony).

Sztompka P., 2002: Socjologia. Analiza społeczeństwa. Wydawnictwo Znak, Kraków.

Siciński A., 1999: Społeczeństwo informacyjne – próba nazwania naszych czasów. [w:] W drodze do społeczeństwa informacyjnego. Ośrodek Zagadnień Społeczeństwa Informacyjnego oraz Instytut Problemów Współczesnej Cywilizacji, Warszawa.

Zacher L.W., 2003: Społeczeństwo wiedzy i jego wrogowie. [w:] Wiedza – światłem w drodze do społeczeństwa przyszłości, pod red. nauk. A. Szewczyk. Wydawnictwo USZ, Szczecin.

## THE CONTEMPORARY SOCIETY – TOWARDS KNOWLEDGE-BASED SOCIETY

**Abstract.** The paper presents Bell's typology of social development (an agrarian society, an industrial society and a post-industrial society), focusing on the post-industrial society and contemporary conceptions of its interpretation. Moreover, fundamental issues concerning a contemporary have been described. Furthermore, significance of a mass-society, a late-modernity society and a risk society has been discussed. Finally, main trends of the contemporary society development were shown with three most important sceneries of its development and their consequences.

**Key words:** risk society, knowledge society, economic growth

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM *Oeconomia 4 (2) 2005, 77–82*

# ROLA INFORMACJI W ZARZĄDZANIU RYZYKIEM CENOWYM W ROLNICTWIE W WYBRANYCH GMINACH WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO[1]

Magdalena Śmiglak, Anna J. Zielińska
Akademia Rolnicza w Poznaniu

**Streszczenie.** Celem badań przedstawionych w artykule było określenie, jaką rolę w zarządzaniu ryzykiem cenowym w rolnictwie pełni informacja: czy rolnicy mają dostateczny zasób informacji rynkowej, skąd ją pozyskują oraz czy posiadana informacja jest przez nich wykorzystana do zarządzania ryzykiem cenowym. Dane źródłowe zostały zebrane wśród 60 rolników indywidualnych województwa wielkopolskiego w latach 2002–2003. Badaniem objęto rolników posiadających gospodarstwa powyżej 15 ha oraz prowadzących produkcję towarową. Podstawowym narzędziem badawczym był ustrukturyzowany kwestionariusz ankietowy zawierający pytania zamknięte i otwarte. Wyniki badań wskazują, że rolnicy dysponują niewielką informacją w zakresie zarządzania ryzykiem, a w szczególności brakuje im wiedzy na temat konieczności pozyskiwania wiedzy rynkowej w celu zabezpieczania przyszłych dochodów i możliwości dalszego rozwoju działalności. Niepokojący jest fakt nieuświadomienia znaczenia informacji w podejmowaniu decyzji gospodarczych przez rolników. Nie szukają oni innych niż powszechnie dostępne, standardowe źródła informacji, takie jak prasa, radio i telewizja. Tylko kilku skorzystało z nowoczesnych źródeł informacji, takich jak Internet czy wyspecjalizowane firmy konsultingowe. Jednocześnie respondenci wskazali na to, że cena jest dla nich najważniejszym czynnikiem decyzyjnym, co potwierdza konieczność prowadzenia dalszych badań w tym zakresie.

**Słowa kluczowe:** informacja, cena, zarządzanie ryzykiem cenowym

## WSTĘP

Pojęcie informacji jest definiowane różnorodnie w zależności od sposobu ujmowania (modelowania) rzeczywistości. Nie da się jednak zaprzeczyć, że informacja jest bezwzględnie konieczna do życia [Zielone Brygady 1999].

Adres do korespondencji – Corresponding author: Magdalena Śmiglak, Anna J. Zielińska, Akademia Rolnicza w Poznaniu, Katedra Ekonomiki i Gospodarki Żywnościowej, ul. Wojska Polskiego 28, 60-637 Poznań, tel. (061) 846 61 01, e-mail: smiglak@au.poznan.pl; anna.julia@poczta.fm

[1]Do artykułu wykorzystano dane uzyskane w ramach projektu badawczego nr 1H02C04927 finansowanego przez KBN.

Każdy system społeczno-ekonomiczny powinien zapewniać podmiotom swobodny dostęp do informacji w nieograniczonym czasie. Informacja nie jest zasobem naturalnym, takim jak np. powietrze (czyli tzw. non-produced assets), lecz jest zawsze wynikiem procesu informacyjnego, może być jednak uznawana za dobro wolne [Oleński 2000]. Przykładem instytucji, która gromadzi, przetwarza i udostępnia informacje użytkownikom może być Zespół Monitoringu Zagranicznych Rynków Rolnych (FAMMU), którego celem działania jest prowadzenie ciągłych analiz systemu podażowo-popytowego na głównych międzynarodowych rynkach produktów rolno-spożywczych, ze szczególnym uwzględnieniem regulowanych rynków Unii Europejskiej, i oceny wpływu tych wydarzeń na rynek krajowy. Wyniki analiz, raportów i prognoz udostępniane są na bieżąco i rozpowszechniane za pośrednictwem wszystkich dostępnych form: online, e-mailem, drogą pocztową. Analizy dotyczące krajowego rynku rolnego są poszerzone o współpracę z Agencją Rynku Rolnego, GISiPAR, Krajową Rolniczą Informacją Rynkową oraz wymianą danych giełd towarowych [Fundacja... 2005]. Informacja o ekonomicznej istocie ryzyka rynkowego jest coraz bardziej znana dzięki szerokiej akcji marketingowej giełd i banków oferujących głównie finansowe instrumenty zarządzania ryzykiem, przede wszystkim ryzykiem kursowym i stopą procentową. Rolnicy nie wykorzystują jej jako bezpośredniej formy zabezpieczania cenowego. Ryzyko cenowe – jako ryzyko skutków niekorzystnych zmian cen – jest związane z istotą rynku. Wynika ono ze zmienności popytu i podaży, na co składa się wiele wzajemnych sprzężonych i autonomicznych uwarunkowań o charakterze ekonomicznym, instytucjonalnym, przyrodniczym, psychologiczno-społecznym, losowym itp.

Każdy rolnik prowadzący działalność musi podejmować wiele racjonalnych decyzji, których podstawę stanowi informacja rynkowa. W związku z ciągłymi zmianami zachodzącymi na rynku producenci rolni muszą liczyć się z ryzykiem, jakie niosą za sobą podejmowane przez nich decyzje. Głównym celem badań było zbadanie roli informacji w zarządzaniu ryzykiem cenowym w rolnictwie oraz uzyskanie odpowiedzi na poniższe pytania:

1. Czy badani respondenci dysponują dostatecznymi zasobami informacji rynkowej?
2. Skąd je pozyskują?
3. Czy pozyskane w ten sposób informacje wykorzystują do zarządzania ryzykiem cenowym?

Niewykorzystywanie posiadanych oraz brak potrzeby pogłębiania istniejących źródeł informacji rynkowej przez rolników podaje w wątpliwość dysponowanie przez nich takim stanem wiedzy, który umożliwiałby im podejmowanie najbardziej optymalnych decyzji dotyczących zarządzania ryzykiem cenowym.

## METODA BADAŃ

Badania mają charakter pilotażowy i zostały przeprowadzone na populacji 60 indywidualnych gospodarstw rolnych w Wielkopolsce w latach 2002–2003. Zebrane informacje poddano analizie, a następnie opisano przy zastosowaniu metody statystyki opisowej (klasyczne miary zmienności – średnia arytmetyczna).

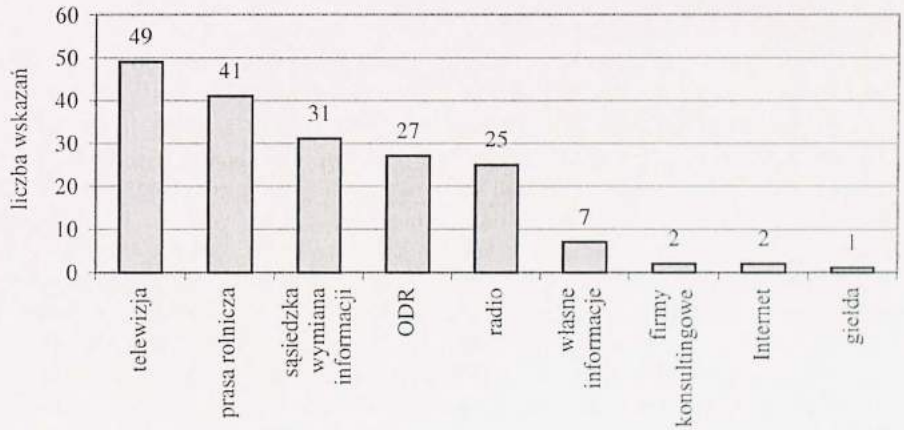
Dobór gospodarstw rolnych do badań był celowy, co oznacza, że świadomie typowano jednostki do próby. Jako kryteria doboru przyjęto powierzchnię gospodarstwa minimum 15 ha oraz prowadzenie produkcji towarowej.

Do przeprowadzenia badań wykorzystano metodę wywiadu osobistego przy użyciu opracowanego przez autorki kwestionariusza ankiet, zawierającego pytania zarówno otwarte, jak i zamknięte.

## GŁÓWNE ŹRÓDŁA POZYSKIWANIA INFORMACJI RYNKOWEJ

Rzetelna informacja oraz szeroki i szybki do niej dostęp są podstawą prawidłowo funkcjonującego wolnego rynku. Dostarczenie dokładnej informacji rynkowej pomaga rolnikowi podjąć właściwe decyzje produkcyjne [Sznajder i in. 1997].

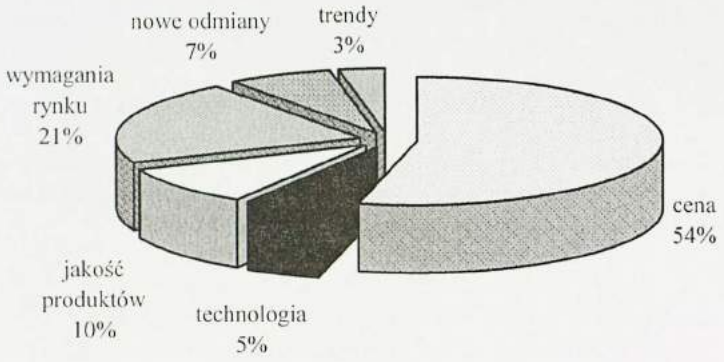
Rolnicy cały czas śledzą informacje o rynku, ponieważ dowiadując się o tendencjach rynkowych, mogą zaplanować swoją produkcję. Badanym respondentom zadano pytanie, skąd najczęściej czerpią informacje, które wykorzystują w procesie podejmowania decyzji. Każdy z badanych wskazał jednocześnie na kilka źródeł (rys. 1). Jak wynikło z badania, najwięcej (81,7%) respondentów stwierdziło, iż uzyskuje potrzebne im informacje z programów telewizyjnych, natomiast 68,4% z prasy rolniczej. W 51,7% badanych gospodarstw źródłem informacji byli sąsiedzi, a w 45% ośrodek doradztwa rolniczego. W 41,7% spośród badanych gospodarstw formą pozyskania wiadomości było radio, a w 11,7% własne informacje. Tylko 3,4% respondentów wskazało na wyspecjalizowane firmy konsultingowe oraz Internet, a 1,7% na pomoc giełdy.




Rys. 1. Główne źródła informacji rynkowej
Fig. 1. Main sources of market information
Źródło: Badania własne.
Source: Own research.

Kolejne zagadnienie, o które zapytano ankietowanych, to określenie, jakich informacji potrzebują, aby podjąć decyzję (rys. 2). Ponad połowa respondentów (54%) zgodnie uważała, że jest im potrzebna informacja o cenie. Drugie w kolejności pod względem

ważności okazały się wiadomości o wymaganiach rynku (21%). Informacje dotyczące jakości produktów wskazało 10% badanych, natomiast nowe odmiany 7%. Najmniej istotnymi czynnikami okazały się wiadomości o technologii (5%) oraz trendach w obrocie (3%).




Rys. 2. Wpływ poszczególnych czynników na podejmowanie decyzji
Fig. 2. Influence of chosen factors on decision making
Źródło: Badania własne.
Source: Own research.

Towary wyprodukowane przez rolników muszą spełniać wymogi rynku zarówno pod względem jakości, jak i ilości oraz asortymentu. Przystąpienie Polski do struktur unijnych oznacza m.in. konieczność dostosowania się do ustalonych wcześniej zasad wspólnej organizacji rynku. Jednym z istotnych elementów funkcjonowania tego rynku są wspólne standardy jakościowe. Głównym celem ich wprowadzenia było dostosowanie wielkości produkcji do popytu oraz wyeliminowanie z rynku produktów o niezadowalającej jakości, stworzenie warunków uczciwej wymiany handlowej, ułatwienie obrotu dzięki transakcjom giełdowym. Wymuszenie na producentach rolnych standardów w dużej mierze służy poprawie opłacalności produkcji. Wyższa jakość zwiększa szansę na wygranie walki konkurencyjnej, a także na uzyskanie wyższych cen produkowanych towarów.

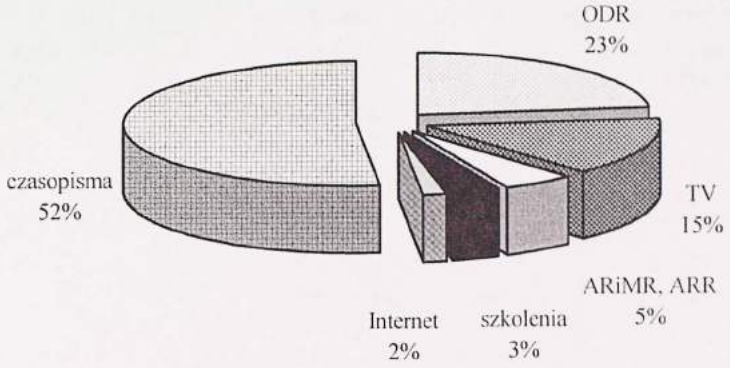
Rolników zapytano również o to, czy towary produkowane w gospodarstwie są standaryzowane według norm UE oraz skąd czerpią informacje na temat standardów jakościowych (rys. 3). Ponad połowa (52%) ankietowanych odpowiedziała, że towary są standaryzowane, a informacje najczęściej czerpią z książek i czasopism rolniczych. W 23% gospodarstw wskazano na ośrodki doradztwa rolniczego, w 15% telewizję. Jedynie 5% badanych korzysta z informacji ARiMR oraz ARR, 3% respondentów korzysta ze szkoleń, a tylko 2% z Internetu.

W badanych podmiotach do towarów najbardziej odpowiadających standardom rynkowym należą: buraki cukrowe, tuczniki, pszenica konsumpcyjna oraz mleko.

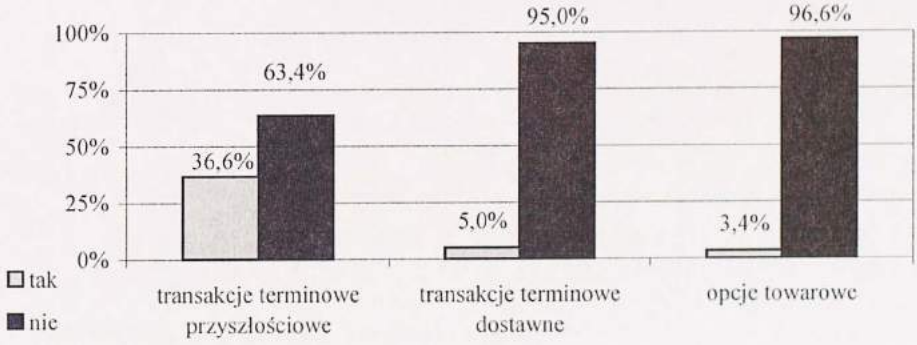
Ostatnim pytaniem zadanym respondentom było to, czy znają rynkowe instrumenty zarządzania ryzykiem cenowym (rys. 4).

W grupie ankietowanych producentów rolnych 5% słyszało o transakcjach terminowych dostawnych. Większości z respondentów kojarzyły się one z umowami kontrakta-

cyjnymi. Znajomość transakcji terminowych przyszłościowych zadeklarowało 36,6% badanych, natomiast 63,4% nigdy o nich nie słyszało. Tylko 3,4% ogółu badanych słyszało o opcjach towarowych, a 96,6% respondentów nie znało ich.




Rys. 3. Źródła informacji na temat standardów jakościowych
Fig. 3. Source of information on quality standards
Źródło: Badania własne.
Source: Own research.




Rys. 4. Znajomość rynkowych instrumentów zarządzania ryzykiem cenowym
Fig. 4. Knowledge of market price risk instruments
Źródło: Badania własne.
Source: Own research.

## WNIOSKI

Wyniki przeprowadzonych badań można przedstawić w następujących wnioskach.

1. Najbardziej popularnym źródłem pozyskania informacji przez producentów rolnych jest prasa i telewizja. W najmniejszym stopniu korzystają oni z nowoczesnych form przekazu, jakimi są firmy konsultingowe, Internet i giełda.

2. Rolnicy nie dysponują dostateczną informacją na temat sposobów zarządzania ryzykiem cenowym. Nagminny jest fakt, że rolnictwo w strukturze polskiej gospodarki zajmuje mało istotną pozycję. Wynika to z dużego geograficznego rozproszenia rolników oraz ich ogólnie słabej pozycji na rynku. Rozproszeni rolnicy nie są w stanie przeciwstawić się zorganizowanej sile przetwórców surowców rolniczych. Nie dokonując świadomej negocjacji cen, rolnicy nie mają szans na osiągnięcie zysku wynikającego z różnicy między ceną wyrobów gotowych a ceną dóbr nabywanych przez konsumentów.
3. Stan wiedzy polskich rolników na temat rynkowych instrumentów zarządzania ryzykiem cenowym jest niewielki. Znajomość najpowszechniejszych transakcji terminowych dostawnych potwierdziło 5% respondentów.
4. Polscy producenci w sposób świadomy dostosowywują jakość produkowanych towarów rolnych do wymogów rynku. Zdali sobie sprawę z tego, że fakt przystąpienia Polski do struktur Unii Europejskiej wymusił na nich konieczność wytwarzania większych i bardziej jednorodnych partii towarów.

## PIŚMIENNICTWO

Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa, 2005: Czym jest FAMMU. [w:] http://www.fapa.com.pl/fammu/index.html

Oleński J., 2000: Elementy ekonomiki informacji. Podstawy ekonomiczne informacji gospodarczej, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.

Sznajder M., Trębacz A., Adamczyk G., 1997: Rynek rolny. Katedra Ekonomiki Gospodarki Żywnościowej AR w Poznaniu, Poznań.

Zielone Brygady, 1999: Co to jest informacja i jak uzyskać do niej dostęp. Poradnik zielonego dziennikarza – jak jeszcze lepiej pisać ZB – publikacja doszkoleniowa. Wydawnictwo Zielone Brygady, Kraków. [w:] http://www.zb.eco.pl/bzb/31/index.htm

## THE ROLE OF INFORMATION IN PRICE RISK MANAGEMENT IN AGRICULTURE, IN SELECTED COMMUNES IN WIELKOPOLSKA

**Abstract.** The main goal of this article was to examine the role of information, especially information of price risk management among Polish farmers in Wielkopolska. Primary data, in a form of survey, were collected from 60 individual farms in 2002–2003. Specific requirements such as arable land up from 15 ha market scale production were followed. The results showed that Polish farmers lack knowledge about price risk management and its tools to protect themselves from price risk.

**Key words:** information, price, price risk management

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM Oeconomia 4 (2) 2005, 83–95

# EFEKTYWNOŚĆ GOSPODARSTW INDYWIDUALNYCH W ZALEŻNOŚCI OD STOPNIA WYKORZYSTANIA KAPITAŁU OBCEGO

Mirosław Wasilewski
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**Streszczenie.** Zadłużenie badanych gospodarstw było niewielkie, z dominacją zobowiązań długoterminowych. Gospodarstwa wykorzystujące, obok kapitału własnego, jedynie długoterminowy kapitał obcy miały najwyższy poziom dochodowości ziemi, ekonomicznej wydajności pracy oraz efektywności kapitałowej zasobów pracy. Rentowność kapitału własnego w gospodarstwach była niska, a najmniej efektywne pod tym względem były gospodarstwa wspomagające kapitał własny jedynie krótkoterminowym kapitałem obcym (grupa trzecia). Najkorzystniejszą relacją między aktywami obrotowymi i trwałymi charakteryzowały się gospodarstwa finansujące działalność tylko kapitałem własnym. Okres obrotu należności i gotówki w gospodarstwach był krótki, najkorzystniejszy w trzeciej grupie gospodarstw, w których wystąpił także najwyższy udział w aktywach wartości stada obrotowego.

**Słowa kluczowe:** kapitał obcy w gospodarstwach indywidualnych, wydajność pracy, gospodarowanie należnościami, relacje w majątku gospodarstw

## WSTĘP

Pozyskiwanie źródeł finansowania działalności jest jednym z kluczowych zadań, przed którym staje każdy zarządzający przedsiębiorstwem. Poza wielkością bezwzględną niezbędnego łącznego kapitału, istotne są relacje między kapitałem własnym i obcym. W ramach zewnętrznych źródeł finansowania ważna jest z kolei relacja między kapitałem krótko- i długoterminowym. Zależności te są również bardzo istotne w indywidualnych gospodarstwach rolniczych. Zarządzający tymi gospodarstwami stosują na ogół bardzo ostrożną strategię źródeł finansowania, wykorzystując głównie kapitał własny. W tych gospodarstwach jeszcze wyższy jest udział kapitału stałego w finansowaniu działalności[1] [Wasilewski 2004b]. Duże przedsiębiorstwa rolnicze w znacznie większym

Adres do korespondencji – Corresponding author: Mirosław Wasilewski, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Ekonomiki i Organizacji Gospodarstw Rolniczych, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: wasilewski@alpha.sggw.waw.pl
[1]Kapitał stały = kapitał własny + zobowiązania długoterminowe.

stopniu wykorzystują kapitał obcy jako źródło finansowania [Wyszkowska 1996, Jarka 2004], przez co relacje majątkowo-kapitałowe są w nich odmienne niż w gospodarstwach indywidualnych [Wasilewski 2004c].

Zagadnienie zachowania odpowiedniej struktury kapitału pozostaje nadal ważne [Duliniec 2001], co podkreśla się także w przedsiębiorstwach rolniczych [Kulawik 1995, Franc 2003]. Z teorii struktury kapitałów wynika, że każde przedsiębiorstwo ma swoją „indywidualną", tzw. optymalną strukturę kapitałów. Ta optymalna struktura służy z kolei do określenia tzw. docelowej struktury kapitałów [Pluta 2005]. Jeżeli zarządzający przedsiębiorstwem zna optymalną (docelową) strukturę, to kapitały niezbędne do finansowania składników majątkowych powinien pozyskiwać w taki sposób, aby utrzymać niezmienioną strukturę. Wtedy bowiem kapitały są pozyskiwane po najniższym dla tego przedsiębiorstwa koszcie. Jednocześnie optymalna (docelowa) struktura zapewnia, że wartość rynkowa tego przedsiębiorstwa jest w warunkach jego funkcjonowania maksymalna. Z rozważań teorii struktury kapitałów wynika zatem, że przedsiębiorstwo powinno finansować swój rozwój (wzrost) drogą jednoczesnego pozyskiwania kapitałów własnych i obcych [Pluta 2005].

Wspomaganie kapitału własnego racjonalnie angażowanym kapitałem obcym przyczynia się do zwiększenia efektywności działalności. Mimo że kapitał własny w indywidualnych gospodarstwach rolniczych jest na ogół efektywnie wykorzystywany [Wasilewski 2003], to jednocześnie dodatkowa korzyść z kapitału obcego związana jest z efektem dźwigni finansowej[2] [Franc 2000, Duliniec 2001, Wędzki 2003]. Przeprowadzane dotychczas analizy potwierdzają występowanie zależności między poziomem oraz zmianami kapitału własnego i obcego a efektywnością funkcjonowania rolniczych gospodarstw indywidualnych [Wasilewski 2004a, Wasilewski 2005]. Występuje natomiast potrzeba porównania gospodarstw w sposób zróżnicowany finansujących swoją działalność, poczynając od wykorzystywania tylko kapitału własnego, do wspomagania tego kapitału zewnętrznymi źródłami finansowania o różnych zależnościach czasowych zapadalności.

Celem badań było określenie zależności stopnia wykorzystania kapitału obcego z wynikami ekonomiczno-finansowymi w indywidualnych gospodarstwach rolniczych. Określono relacje między zadłużeniem gospodarstw a dochodowością ziemi, ekonomiczną wydajnością pracy, rentownością kapitału własnego, zarządzaniem należnościami i gotówką, relacją aktywów obrotowych do aktywów trwałych (AO/AT) oraz efektywnością kapitałową zasobów pracy. Wszystkie wielkości wartościowe zostały wyrażone w cenach bieżących, a wielkości względne w procentach. Badaniem objęto 95 gospodarstw indywidualnych położonych w regionie środkowo-zachodnim (według systemu regionalizacji Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – IERiGŻ), który obejmuje województwa wielkopolskie i kujawsko-pomorskie. Makroregion środkowo-zachodni charakteryzuje się wysokim w skali kraju poziomem cech organizacyjno-technicznych rolnictwa. Do badań wybrano celowo wszystkie gospodarstwa prowadzące nieprzerwanie rachunkowość rolną w latach 1998–2001[3]. Analizą

[2]Wskaźnik dźwigni finansowej oblicza się jako różnicę między wskaźnikiem rentowności kapitału własnego a wskaźnikiem rentowności majątku.

[3]IERiGŻ podjął starania w kierunku stopniowego wprowadzania systemu Farm Accountancy Data Network (FADN) już w latach 2002–2003, co przyczyniło się do braku porównywalności uzyskiwanych danych z rachunkowości w stosunku do lat poprzednich. Również przeprowadzane

zostały objęte gospodarstwa o powierzchni powyżej 15 ha UR. Próba gospodarstw indywidualnych badana przez IERiGŻ nie jest próbą reprezentatywną dla ich populacji generalnej w Polsce, jednak informacje pochodzące z rachunkowości IERiGŻ mają duże znaczenie w badaniach dynamicznych. Są to bowiem jedyne systematyczne zapisy prowadzone w gospodarstwach indywidualnych przez wiele lat. Mimo swej niereprezentatywności, w sposób właściwy odtwarzają one zmienność różnych cech ekonomicznych gospodarstw w czasie.

Jako kryterium klasyfikacji gospodarstw wykorzystano stopień wykorzystywania kapitału obcego w finansowaniu działalności. Zarządzający w pierwszej grupie gospodarstw nie korzystali z kapitału obcego, w drugiej wykorzystywali jedynie długoterminowy kapitał obcy, w trzeciej – tylko obcy kapitał krótkoterminowy, a w grupie czwartej angażowali zarówno obcy kapitał krótko-, jak i długoterminowy[4]. Analizując uzyskane wielkości ekonomiczne, wykorzystano zatem podział gospodarstw indywidualnych na pierwszą (I), drugą (II), trzecią (III) i czwartą (IV) grupę.

## WYNIKI BADAŃ

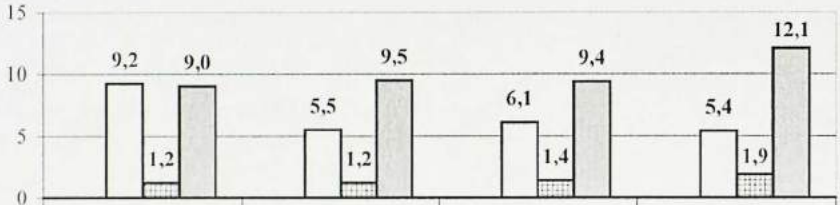
Wskaźnik ogólnego zadłużenia obliczono jako relację zobowiązań ogółem do wartości majątku gospodarstwa. Zadłużenie analizowanych grup gospodarstw było stosunkowo niewielkie (wykres 1). Pierwsza grupa gospodarstw nie korzystała z kapitału obcego, dlatego wskaźnik zadłużenia nie był obliczony. W czwartej grupie gospodarstw zadłużenie było najwyższe i utrzymywało się na relatywnie stabilnym poziomie, zwłaszcza w latach 1998–2000 (9–9,5%), a w 2001 r. zwiększyło się do 12,1%. W przypadku pozostałych grup gospodarstw stwierdzono, że zadłużenie długoterminowe było wyższe niż krótkoterminowe. Jest to zależność prawidłowa, gdyż zadłużenie długoterminowe jest stabilnym źródłem finansowania działalności. W drugiej grupie gospodarstw zaznaczył się spadek tego rodzaju zadłużenia w relacji do majątku – z 9,2% w 1998 r. do 5,4% w 2001 r., tj. o 3,8 pkt %, przy czym nie była to tendencja jednolita. Analizowane gospodarstwa w bardzo ograniczonym stopniu wykorzystywały krótkoterminowy kapitał obcy, gdyż udział tych zobowiązań w trzeciej grupie gospodarstw co prawda nieznacznie się zwiększał, ale jedynie do 1,9% w 2001 r. Zadłużenie to w gospodarstwach indywidualnych na ogół powstaje i jest spłacane w ciągu roku obrotowego, dlatego też jego poziom na dzień bilansowy może być niski. Nie oznacza to jednak, że rolnicy indywidualni nie wykorzystują krótkoterminowego kapitału obcego – głównie są to sezonowe kredyty preferencyjne na zakup środków do produkcji. Przewaga gospodarstw z czwartej grupy w stosunku do grupy trzeciej pod względem zadłużenia utrzymywała się w analizowanych latach na zbliżonym poziomie (o 7,8–10,2 pkt %). Można zatem stwierdzić, że gospodarstwa w zbyt ograniczonym zakresie wykorzystywały kapitał obcy, który

---

w wymienionych latach relatywnie częste zmiany w sposobie i zakresie zbierania danych sprawiły, że okres 2002–2004 nie był pod tym względem jednolity. W zasadzie pełne i porównywalne dane będą do uzyskania począwszy od 2005 r. W związku z tym badania obejmują okres, w którym dane i metodyka zbierania danych są porównywalne, tj. lata 1998–2001.

[4]Liczba gospodarstw w latach 1998–2001 w poszczególnych grupach gospodarstw kształtowała się następująco: grupa I: 19, 13, 13, 17; grupa II: 21, 17, 16, 15; grupa III: 22, 26, 26, 25; grupa IV: 33, 39, 40, 38.

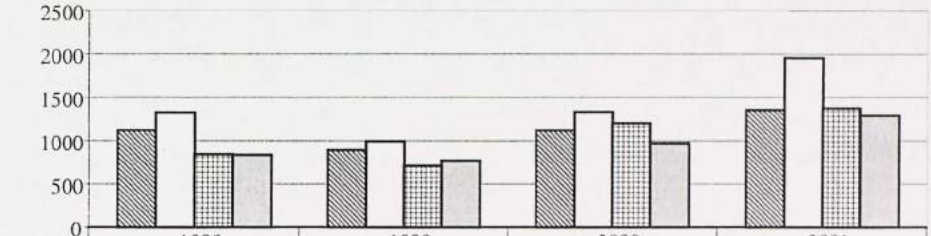
racjonalnie zainwestowany zwiększa efektywność kapitału własnego, czego odzwierciedleniem jest efekt dźwigni finansowej. Jednak różnice między grupami gospodarstw były na tyle znaczące, że interesujące wydaje się określenie zależności między zadłużeniem a efektywnością działalności.




| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Grupa II | 9,2 | 5,5 | 6,1 | 5,4 |
| Grupa III | 1,2 | 1,2 | 1,4 | 1,9 |
| Grupa IV | 9,0 | 9,5 | 9,4 | 12,1 |

Wykres 1. Wskaźnik ogólnego zadłużenia (%)
Graph 1. General debts index (%)
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Wskaźnik dochodowości ziemi został obliczony jako relacja wartości dochodu rolniczego do zasobów użytków rolnych (UR). Najwyższa dochodowość ziemi występowała w gospodarstwach z grupy drugiej (posiadających, poza kapitałem własnym, tylko zadłużenie długoterminowe). Wskaźnik ten w latach 1999–2001 wykazywał jednorodną tendencję rosnącą – z 990,6 zł/ha UR do najwyższego w analizowanym okresie poziomu 1951,2 zł/ha UR, tj. zwiększył się o 97% (wykres 2). Gospodarstwa korzystające wyłącznie z kapitału własnego (grupa pierwsza) miały niższą dochodowość ziemi niż grupa druga, a najwyższa różnica pod tym względem wystąpiła w 2001 r. (o 600,5 zł/ha UR). Oznacza to, że wykorzystywanie obcego kapitału długoterminowego zwiększało także efektywność kapitału własnego w drugiej grupie gospodarstw, przez co czynnik ziemi był zaangażowany lepiej. Gospodarstwa finansujące działalność dodatkowo krótkoterminowym kapitałem obcym (poza kapitałem własnym) efektywność wykorzystania ziemi miały na ogół (z wyjątkiem 1999 r.) wyższą niż gospodarstwa z czwartej grupy (wykorzystujące zarówno krótko-, jak i długoterminowy kapitał obcy). Podkreślenia wymaga fakt, że gospodarstwa korzystające jedynie z kapitału własnego miały dochodowość ziemi wyższą niż te, które korzystają zarówno z krótko-, jak i długoterminowego kapitału obcego. Różnice pod tym względem nie były duże, a najwyższa wystąpiła w 1998 r. i wynosiła 282,3 zł/ha UR. Jedną z przyczyn takiej zależności mogło być mniej efektywne wykorzystanie krótkoterminowego kapitału obcego, gdyż gospodarstwa z grupy trzeciej miały niższą efektywność wykorzystania ziemi niż gospodarstwa z grupy drugiej. Reasumując, można stwierdzić, że gospodarstwa zasadniczo różnicowało wykorzystywanie długoterminowego kapitału obcego, a w przypadku pozostałych kombinacji źródeł finansowania działalności nie wystąpiły jednoznaczne zależności.

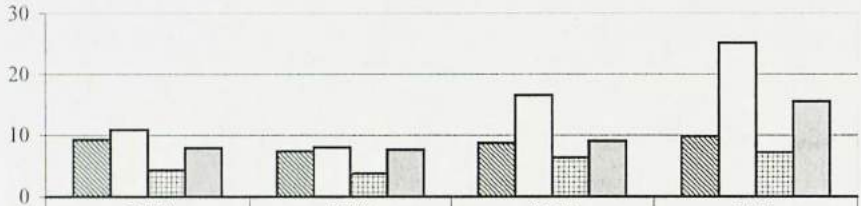



| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 1113,7 | 886,9 | 1113,4 | 1350,7 |
| Grupa II | 1321,7 | 990,6 | 1332,4 | 1951,2 |
| Grupa III | 841,3 | 709,9 | 1201,8 | 1369,2 |
| Grupa IV | 831,4 | 771,3 | 967,2 | 1283,4 |

Wykres 2. Wskaźnik dochodowości ziemi (zł/ha UR)
Graph 2. Land profitability index (PLN/ha AL)
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

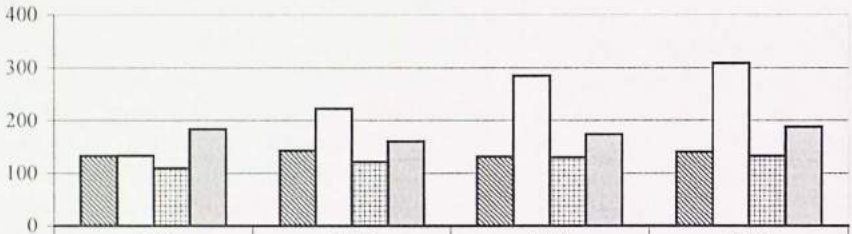
Wskaźnik ekonomicznej wydajności pracy został obliczony jako relacja dochodu rolniczego do nakładów pracy w robotnikogodzinach (rbh). Podobnie jak w przypadku dochodowości ziemi, we wszystkich latach dominowały pod tym względem gospodarstwa z grupy drugiej, wykorzystujące obok kapitału własnego również długoterminowy kapitał obcy (wykres 3). W tej grupie gospodarstw wystąpił także zasadniczy wzrost wydajności pracy w latach 1999–2001 – z 8,0 zł/rbh do 25,1 zł/rbh, tj. o 17,1 zł/rbh. W pozostałych grupach gospodarstw w wymienionych latach także wystąpiła rosnąca tendencja ekonomicznej wydajności pracy, ale w znacznie mniejszym stopniu. Zauważalne było, że w latach 1999–2001 w gospodarstwach z grupy czwartej (wykorzystującej zarówno krótko-, jak i długoterminowy kapitał obcy) wydajność pracy była wyższa niż w pierwszej i trzeciej grupie gospodarstw. W 1998 r. taka zależność nie występowała. Oznacza to, że zarządzający z czwartej grupy gospodarstw zaczęli efektywnie wykorzystywać zależności związane z dźwignią finansową. We wszystkich latach najniższa ekonomiczna wydajność pracy dotyczyła gospodarstw z grupy trzeciej (kapitał własny uzupełniony jedynie krótkoterminowym kapitałem obcym). Najwyższa przewaga w wydajności pracy gospodarstw z drugiej grupy nad gospodarstwami z grupy trzeciej wystąpiła w 2001 r. i wynosiła 17,9 zł/rbh. Relatywnie najbardziej stabilny poziom ekonomicznej wydajności pracy w badanych latach dotyczył pierwszej grupy gospodarstw (7,4–9,8 zł/rbh). We wszystkich latach wydajność pracy w gospodarstwach z czwartej grupy była wyższa niż w grupie trzeciej, co potwierdza korzystny wpływ zadłużenia długoterminowego na efektywność wykorzystania siły roboczej. Najwyższa przewaga pod tym względem wystąpiła w 2001 r. i wynosiła 114,2%. Jednocześnie dominacja grupy drugiej nad trzecią grupą gospodarstw była jeszcze wyższa i w 2001 r. wynosiła 248,6%.

Na wykresie 4 przedstawiono kształtowanie się wskaźnika efektywności kapitałowej zasobów pracy, obliczonego jako relacja wartości kapitału własnego do zasobów pracy, wyrażonych w jednostkach pełnosprawnych siły roboczej (jpsr). Wskaźnik ten odzwierciedla zdolność zasobów pracy do generowania kapitału własnego gospodarstw.




| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 9,2 | 7,4 | 8,7 | 9,8 |
| Grupa II | 10,9 | 8,0 | 16,5 | 25,1 |
| Grupa III | 4,3 | 3,7 | 6,3 | 7,2 |
| Grupa IV | 7,9 | 7,7 | 9,0 | 15,5 |

Wykres 3. Wskaźnik ekonomicznej wydajności pracy (zł/rbh)
Graph 3. Economics labour effectiveness' index (PLN/man-hour)
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.



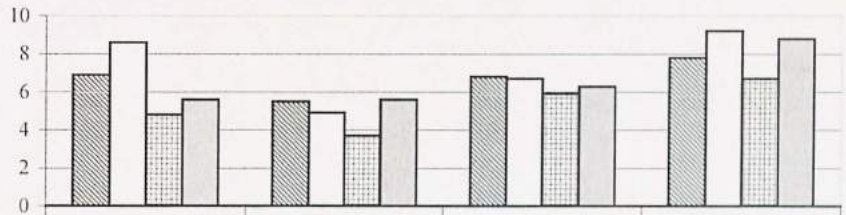

| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 132,3 | 142,0 | 131,4 | 139,5 |
| Grupa II | 133,4 | 222,5 | 284,6 | 308,3 |
| Grupa III | 109,2 | 121,9 | 130,3 | 132,7 |
| Grupa IV | 183,9 | 160,2 | 173,6 | 188,2 |

Wykres 4. Wskaźnik efektywności kapitałowej zasobów pracy (tys. zł/jpsr)
Graph 4. Capital effectiveness of labour resources' index (thousand PLN/fully-employed labour force entity)
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Im ten wskaźnik jest wyższy, tym sytuacja gospodarstwa jest korzystniejsza, gdyż więcej kapitału własnego generują zasoby pracy w gospodarstwie. Zdecydowanie najwyższym poziomem analizowanego wskaźnika charakteryzowały się gospodarstwa z drugiej grupy (z wyjątkiem 1998 r.), z jednolitą tendencją rosnącą ze 133,4 tys. zł/jpsr do 308,3 tys. zł/jpsr w 2001 r., tj. o 131,2%. Tendencja rosnąca wskaźnika wystąpiła także w trzeciej grupie gospodarstw, ale na znacznie niższym poziomie (o 21,5%). Gospodarstwa z czwartej grupy charakteryzowały się wyższym wskaźnikiem efektywności kapitałowej

zasobów pracy niż gospodarstwa z grupy pierwszej i trzeciej. Przewaga tych gospodarstw nad grupą pierwszą (bez zadłużenia) była najwyższa w 1998 r. (o 39%), co oznacza, że korzystanie tylko z kapitału własnego było mniej efektywne pod tym względem niż wykorzystywanie dodatkowo krótko- i długoterminowych kapitałów obcych. Jednocześnie grupa trzecia gospodarstw (kapitał własny wspomagany tylko zobowiązaniami krótkoterminowymi) wskaźnik ten miała niższy niż grupa pierwsza. Oznaczać to może, że koszt obcego kapitału krótkoterminowego był wyższy niż koszt kapitału własnego, chociaż różnice między tymi grupami gospodarstw nie były duże (najwyższa na poziomie 17,5% w 1998 r.). Najwyższa przewaga pod tym względem gospodarstw z grupy czwartej nad grupą trzecią wystąpiła także w 1998 r. i wynosiła 68,4%, a w pozostałych latach była o około 26–37 pkt % niższa.

Rentowność kapitału własnego obliczono jako relację dochodu rolniczego do wartości kapitału własnego w wyrażeniu procentowym. Rentowność ta w analizowanych grupach gospodarstw była relatywnie niska (wykres 5). Nie stwierdzono pod tym względem jednoznacznych zależności między wydzielonymi grupami gospodarstw, chociaż w latach 1998 i 2001 dominowała pod tym względem druga grupa gospodarstw, z najwyższym poziomem rentowności wynoszącym 9,2%, co w stosunku do terminowych lokat bankowych w tym roku było wielkością stosunkowo niską. Zauważalny był natomiast najniższy poziom tego wskaźnika w gospodarstwach wykorzystujących dodatkowo w finansowaniu działalności (poza kapitałem własnym) obcy kapitał krótkoterminowy (grupa trzecia). Najwyższa różnica pod tym względem w stosunku do grupy czwartej wystąpiła w 2001 r. i wynosiła 2,1 pkt %. Nie było natomiast jednoznacznych zależności między czwartą a pierwszą grupą gospodarstw. Oznacza to, że wspomaganie działalności kapitałem obcym krótko- i długoterminowym nie kształtowało w sposób zasadniczy efektywności wykorzystania kapitału własnego. Również wykorzystywanie jedynie kapitału własnego nie pozwalało na uzyskiwane najwyższej jego rentowności. Widoczny był natomiast korzystny wpływ zadłużenia długoterminowego na rentowność kapitału własnego.




| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 6,9 | 5,5 | 6,8 | 7,8 |
| Grupa II | 8,6 | 4,9 | 6,7 | 9,2 |
| Grupa III | 4,8 | 3,7 | 5,9 | 6,7 |
| Grupa IV | 5,6 | 5,6 | 6,3 | 8,8 |

Wykres 5. Rentowność kapitału własnego (%)
Graph 5. Own capital profitability (%)
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

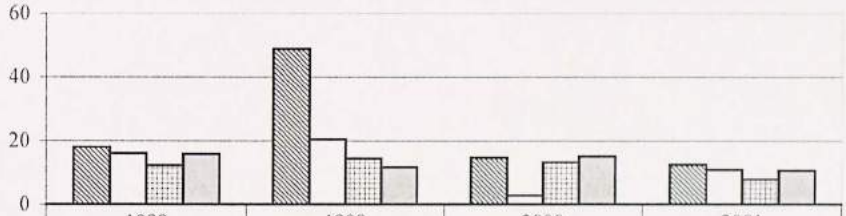
Relacja między aktywami obrotowymi i aktywami trwałymi (AO/AT) jest odzwierciedleniem proporcji w majątku gospodarstw rolniczych. Relację tę można określić jako poziom „nasycenia" środków trwałych środkami obrotowymi, co może odzwierciedlać stopień wzajemnego dopasowania tych środków w zależności od organizacji i technologii produkcji w gospodarstwie. Stwierdzono, że pod tym względem nie wystąpiły istotne zależności od źródeł finansowania działalności gospodarstw. Najwyższy na ogół poziom wskaźnika AO/AT występował w gospodarstwach z pierwszej grupy (korzystających jedynie z kapitału własnego). Najwyższe nasycenie aktywów trwałych aktywami obrotowymi w tej grupie gospodarstw (i całej zbiorowości) wystąpiło w 1999 r., kiedy wskaźnik ten wynosił 0,18 (wykres 6). W pozostałych grupach gospodarstw wskaźnik ten kształtował się głównie w przedziale 0,14–0,16. Jedynie w wypadku gospodarstw z drugiej grupy można mówić o tendencji wzrostowej wskaźnika w latach 1999–2001 (z 0,14 do 0,17). W pozostałych grupach gospodarstw nie wystąpiły jednoznaczne tendencje w ujęciu dynamicznym. Reasumując, można stwierdzić, że niewielka zależność wskaźnika relacji AO/AT od różnych źródeł finansowania działalności wynika głównie ze zbyt małej skali wykorzystywania kapitału obcego w gospodarstwach indywidualnych. Sprawia to, że przy zbliżonym typie produkcji rolniczej relacja AO/AT utrzymuje się także na zbliżonym poziomie. Większa dywersyfikacja źródeł finansowania pozwoliłaby na zmianę skali produkcji, a przez to i na zmiany relacji AO/AT w majątku gospodarstw. Wielkość tej relacji należy ocenić jako zbyt niską, co może świadczyć o nadmiernym zaangażowaniu środków finansowych w aktywa trwałe i często jest odzwierciedleniem przeinwestowania.

| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 0,17 | 0,18 | 0,16 | 0,17 |
| Grupa II | 0,16 | 0,14 | 0,15 | 0,17 |
| Grupa III | 0,15 | 0,14 | 0,16 | 0,16 |
| Grupa IV | 0,15 | 0,15 | 0,16 | 0,16 |

Wykres 6. Relacja wartości aktywów obrotowych do aktywów trwałych
Graph 6. Relation of current assets' value to fixed assets' value
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Wskaźnik obrotu należnościami obliczono jako relację między poziomem należności a przychodami netto ze sprzedaży, w przeliczeniu na dni obrotu. Obrót należnościami w dniach kształtował się w analizowanych gospodarstwach na zadowalającym poziomie, gdyż nie przekraczał na ogół trzech tygodni, z wyjątkiem 1999 r. w pierwszej grupie

gospodarstw, w której trwał około 49 dni (wykres 7). W stosunku do branż pozarolniczych wielkości te należy ocenić jako kształtujące się na bardzo korzystnym poziomie, co częściowo wynika ze sprzedaży produktów na zasadzie obrotu gotówkowego, np. na targowisku. Z kolei sprzedaż do jednostek skupujących wytworzone w gospodarstwie produkty rolnicze cechuje się wysokim stopniem ściągalności powstałych należności. Zauważalne było, że we wszystkich analizowanych latach obrót należnościami w trzeciej grupie gospodarstw trwał krócej niż w grupie pierwszej, wykorzystującej do finansowania działalności jedynie kapitał własny. Różnica między tymi grupami gospodarstw była relatywnie stabilna w latach 1998 i 2000–2001 (o 1–6 dni), a jedynie w 1999 r. kształtowała się na poziomie aż 34 dni. Podobna zależność dotyczyła relacji między grupą czwartą (gospodarstwa wykorzystujące kapitał obcy zarówno krótko-, jak i długoterminowy) i pierwszą. Nie występowały także zasadnicze tendencje w długości obrotu należnościami między grupą czwartą i trzecią gospodarstw, chociaż na ogół dłuższy obrót należnościami dotyczył grupy czwartej (o 2–4 dni), z wyjątkiem 1999 r., w którym tendencja była odwrotna. Można stwierdzić, że niewystępowanie zasadniczych zależności między źródłami finansowania działalności a cyklem obrotu należnościami świadczy o zbliżonych zasadach zarządzania nimi. Zasadniczo nie występuje w analizowanej zbiorowości problem windykacji należności, co należy ocenić jako zjawisko bardzo korzystne. Poprawia to w wydatny sposób płynność finansową gospodarstw indywidualnych, a jednocześnie świadczy o relatywnie dobrej kondycji odbiorców produktów rolniczych.

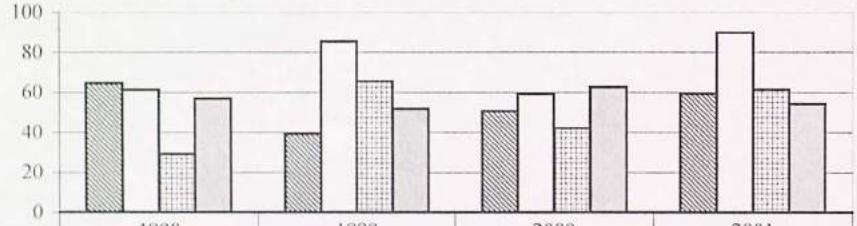



| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 18,0 | 48,8 | 14,7 | 12,4 |
| Grupa II | 16,0 | 20,4 | 2,7 | 10,8 |
| Grupa III | 12,2 | 14,4 | 13,2 | 7,8 |
| Grupa IV | 15,8 | 11,6 | 15,1 | 10,6 |

Wykres 7. Wskaźnik obrotu należnościami (dni)
Graph 7. Dues rotation index (days)
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Wskaźnik obrotu gotówką obliczono jako relację między poziomem gotówki a przychodami netto ze sprzedaży, w przeliczeniu na dni obrotu. Podobnie jak przy wskaźniku obrotu należnościami w dniach, nie wystąpiły pod tym względem zasadnicze różnice między wydzielonymi grupami gospodarstw. W latach 1999 i 2001 zdecydowanie najdłuższym obrotem gotówki (85–90 dni) charakteryzowały się gospodarstwa z drugiej grupy (współfinansujące działalność, obok kapitału własnego, tylko długoterminowym

kapitałem obcym) (wykres 8). We wszystkich latach ta grupa gospodarstw charakteryzowała się dłuższym obrotem gotówką w stosunku do grupy korzystającej dodatkowo (poza kapitałem własnym) tylko z krótkoterminowego kapitału obcego (grupa trzecia). Najwyższa różnica pod tym względem wystąpiła w 1998 r. i wynosiła 32 dni. Oznacza to, że gospodarstwa z grupy trzeciej w sposób bardziej umiejętny wykorzystują aspekt wspomagania działalności kredytem krótkoterminowym, a krótkie terminy płatności wymagają szybszego obrotu gotówką. Kredyt długoterminowy jest stabilnym źródłem finansowania w bieżącym roku, zatem obrót gotówką w gospodarstwie może być dłuższy. Zależność ta jest również widoczna w relacji między grupą drugą i czwartą, gdyż gospodarstwa z grupy drugiej obrót gotówką miały na ogół dłuższy (z wyjątkiem 2000 r.). Najwyższa różnica między tymi grupami gospodarstw wystąpiła w 2001 r. i wynosiła około 36 dni. Można stwierdzić, że obrót gotówką w gospodarstwach nie wykazywał zasadniczych zależności od źródeł finansowania działalności, a jedynie wykorzystywanie długoterminowego kapitału obcego różnicowało badaną zbiorowość gospodarstw. Zależności między regulacją należności i obrotem gotówką były zbliżone, gdyż obie pozycje są efektem sprzedaży, a różnicuje je jedynie stopień płynności pieniężnej. Zarządzający gospodarstwem powinien dążyć do skracania okresu obrotu zarówno należnościami, jak i gotówką. Nadwyżki gotówki powinny być inwestowane (inwestycje rzeczowe i/lub kapitałowe). Należy jednak pamiętać o tym, że zbyt rygorystyczna polityka inkasowania należności może przyczynić się do spadku poziomu sprzedaży. Również zarządzający gospodarstwem powinien posiadać rezerwę gotówkową na nieprzewidziane okoliczności (wydatki).

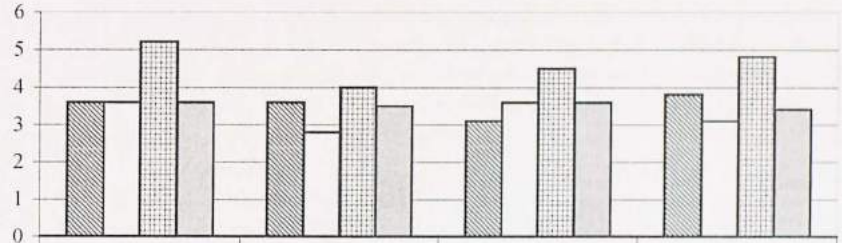



| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 64,5 | 39,2 | 50,6 | 59,5 |
| Grupa II | 61,4 | 85,4 | 59,3 | 89,9 |
| Grupa III | 29,2 | 65,4 | 42,0 | 61,4 |
| Grupa IV | 56,7 | 51,8 | 62,6 | 54,2 |

Wykres 8. Wskaźnik obrotu gotówką (dni)
Graph 8. Cash rotation index (days)
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

Stado obrotowe jest specyficzną pozycją zapasów w aktywach obrotowych. Stado składa się z organizmów żywych, co pod względem zachowań decyzyjnych stanowi wyjątek w zasadach gospodarowania zapasami. Powszechnie uważa się, że powinno się

dążyć do zmniejszenia stanu magazynowego zapasów. Jednak trudno zalecać takie zachowanie zarządzającym przedsiębiorstwami rolniczymi, gdyż oznacza to automatycznie zmniejszenie rozmiarów produkcji. Udział zapasów w majątku analizowanych gospodarstw był relatywnie niewielki w porównaniu do pozostałych pozycji majątkowych (wykres 9). Jest to jednak pewną specyfiką gospodarstw indywidualnych, w których dominującym składnikiem majątku są aktywa trwałe. Należy w tym przypadku rozważać znaczenie stada obrotowego jako pozycji ekonomicznej, która często generuje w zasadniczy sposób wynik finansowy, zwłaszcza w gospodarstwach o zwierzęcych typach rolniczych. We wszystkich latach analizowanego okresu najwyższy udział zapasów był w trzeciej grupie gospodarstw i kształtował się w granicach 4–5,2%. Jedynie w tej grupie gospodarstw wystąpiła tendencja rosnąca udziału stada obrotowego w majątku gospodarstw w latach 1999–2001 (o 0,8 pkt %). Najwyższa przewaga gospodarstw z grupy trzeciej nad grupą pierwszą pod tym względem występowała w 1998 r. i wynosiła 1,6 pkt %. W tym roku dominacja tej grupy gospodarstw nad grupą czwartą była także najwyższa (o 1,7 pkt %), jak również dotyczyła wszystkich pozostałych lat. Grupa gospodarstw zasilająca kapitał własny jedynie krótkoterminowym kapitałem obcym miała najwyższy udział stada obrotowego w majątku, gdyż prowadzenie produkcji zwierzęcej może wymagać wspomagania kredytem m.in. zakupu pasz. Ponadto, gospodarstwa te w większym stopniu mogą korzystać z kredytów preferencyjnych, dotyczących zakupu operacyjnych środków do produkcji roślinnej, aby zwiększyć jej efektywność, w związku z koniecznością zabezpieczenia w pasze produkcji zwierzęcej. Nadal dominuje bowiem tradycyjne podejście do tej produkcji, przy którym najlepszym zabezpieczeniem w pasze są wytworzone w gospodarstwie własne produkty. W przypadku pozostałych zależności między wydzielonymi grupami gospodarstw nie stwierdzono zasadniczych różnic.




| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|
| Grupa I | 3,6 | 3,6 | 3,1 | 3,8 |
| Grupa II | 3,6 | 2,8 | 3,6 | 3,1 |
| Grupa III | 5,2 | 4,0 | 4,5 | 4,8 |
| Grupa IV | 3,6 | 3,5 | 3,6 | 3,4 |

Wykres 9. Udział stada obrotowego w aktywach (%)
Graph 9. Current livestock's percentage in assets (%)
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

## WNIOSKI

W opracowaniu przedstawiono analizę zależności stopnia wykorzystania kapitału obcego od uzyskiwanych wyników ekonomiczno-finansowych w indywidualnych gospodarstwach rolniczych. Na podstawie przeprowadzonych badań sformułowano następujące wnioski:

1. Zadłużenie gospodarstw było relatywnie niewielkie, a w jego strukturze dominowały zobowiązania długoterminowe. Zarządzający gospodarstwami stosują bardzo ostrożną strategię finansowania działalności, korzystając głównie z kapitału własnego. Wykorzystywanie dodatkowo (obok kapitału własnego) długoterminowego kapitału obcego wpływało korzystnie na efektywność działalności, gdyż w tej grupie gospodarstw poziom dochodowości ziemi, ekonomicznej wydajności pracy oraz efektywności kapitałowej zasobów pracy był najwyższy. Korzystanie jedynie z kapitału własnego do finansowania działalności przynosiło w gospodarstwach wyższy efekt w dochodowości ziemi niż w gospodarstwach korzystających dodatkowo z krótko- i długoterminowego kapitału obcego. W przypadku ekonomicznej wydajności pracy i efektywności kapitałowej zasobów pracy zależność była odwrotna.
2. Rentowność kapitału własnego gospodarstw była relatywnie niska, co należy ocenić jako zjawisko niekorzystne, zwłaszcza mając na uwadze długi obrót kapitałem w gospodarstwach rolniczych. Stwierdzono, że najmniej efektywne były pod tym względem gospodarstwa wspomagające kapitał własny jedynie krótkoterminowym kapitałem obcym. Najkorzystniejszą relacją między aktywami obrotowymi i trwałymi (AO/AT) charakteryzowały się gospodarstwa finansujące działalność jedynie kapitałem własnym (grupa pierwsza). Gospodarstwa te nie wykorzystywały jednak tej korzystnej zależności w zakresie poziomu efektywności działalności. Ponadto, różnica pod względem wielkości wskaźnika AO/AT w gospodarstwach z grupy pierwszej w stosunku do pozostałych grup gospodarstw była niewielka. Oznacza to, że o wyższej efektywności gospodarstw korzystających z kapitału obcego decydowały również inne czynniki. Jednym z nich może być efekt dźwigni finansowej, gdyż racjonalnie wykorzystany kapitał obcy (zwłaszcza długoterminowy) wydatnie zwiększa efektywność kapitału własnego.
3. Rolnicy indywidualni w odpowiedni sposób zarządzali należnościami i gotówką. Obrót należnościami nie przekraczał na ogół trzech tygodni, co należy uznać za poziom bardzo korzystny, w wydatny sposób zwiększający płynność finansową. Najkorzystniejsze wskaźniki obrotu należnościami i gotówką występowały na ogół w grupie gospodarstw wspomagającej kapitał własny jedynie krótkoterminowym kapitałem obcym. Gospodarstwa te charakteryzowały się także największym udziałem w majątku wartości stada obrotowego, co kształtowało wzajemne relacje składników majątkowych.

## PIŚMIENNICTWO

Duliniec A., 2001: Struktura i koszt kapitału w przedsiębiorstwie. Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa, s. 1–175.

Franc J., 2000: Dźwignia finansowa w procesie podejmowania decyzji finansowych w przedsiębiorstwie rolniczym. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej, nr 6 (281), s. 17–29.

Franc J., 2003: Struktura kapitału a procesy rozwojowe przedsiębiorstw rolniczych. Wydaw. SGGW, Warszawa, s. 1–161.
Jarka S., 2004: Restrukturyzacja państwowych przedsiębiorstw rolniczych. Szanse i zagrożenia. Wydaw. SGGW, Warszawa, s. 1–188.
Kulawik J., 1995: Kapitał w rolnictwie. Studia i Monografie. Wydawnictwo IERiGŻ, Warszawa, s. 1–75.
Pluta W., 2005: Jednoczesność czy przemienność finansowania przedsięwzięć inwestycyjnych. [w:] Zarządzanie finansami. Biznes, bankowość i finanse na rynkach wschodzących. Wydaw. Fundacji na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 547–557.
Wasilewski M., 2003: Sprawozdawczość finansowa w analizie wskaźnikowej gospodarstw rolniczych. [w:] Sprawozdawczość i rewizja finansowa w procesie podnoszenia kwalifikacji kadry menedżerskiej, Wydaw. AE w Krakowie, Kraków, s. 743–753.
Wasilewski M., 2004a: Zmiany kapitału obcego a wyniki działalności gospodarstw indywidualnych. [w:] Polski przedsiębiorca we współczesnym otoczeniu prawno-ekonomicznym. Część druga. Źródła pozyskiwania kapitału przez przedsiębiorstwa. Teoria i praktyka w polskim życiu gospodarczym. Wydaw. SGH w Warszawie, s. 215–222.
Wasilewski M., 2004b: Kapitał stały w finansowaniu działalności gospodarstw indywidualnych. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, tom VI, zeszyt 1, s. 235–240.
Wasilewski M., 2004c: Ekonomiczno-organizacyjne uwarunkowania gospodarowania zapasami w przedsiębiorstwach rolniczych. Wydaw. SGGW, Warszawa, s. 1–262.
Wasilewski M., 2005: Poziom i zmiany kapitału własnego a wyniki ekonomiczne gospodarstw indywidualnych. [w:] Praktyczne aspekty pomiaru efektywności. Prace Naukowe AE we Wrocławiu Nr 1061, Wrocław, s. 447–459.
Wędzki D., 2003: Strategie płynności finansowej przedsiębiorstwa. Oficyna Ekonomiczna, Kraków, s. 1–327.
Wyszkowska Z., 1996: Wybrane elementy wskaźnikowej analizy finansowej na przykładzie przedsiębiorstw rolniczych. Wydawnictwo ATR w Bydgoszczy, Bydgoszcz, s. 1–104.

## EFFECTIVENESS OF PRIVATE FARMS IN RELATION TO THE LEVEL OF LOAN CAPITAL USE

**Abstract.** Debts of farms were small – long-term obligations dominated. Land profitability level, economic labour effectiveness' level and capital effectiveness of labour resources' level were the highest in these farms, where, apart from own capital, only long-term capital was used. Own capital profitability in the farms was low, and the least effective were farms which supported their own capital by short-term loan capital only (the third group). The best relation between fixed and current assets occurred in farms financing their activity only by their own capital. Period of dues and cash rotation in the farms was short and the best in the third group of farms, where percentage of current livestock in assets.

**Key words:** loan capital in private farms, labour effectiveness, dues management, relations in farms' assets

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM *Oeconomia 4 (2) 2005, 97–102*

# ANALIZA STRUKTURY BEZROBOCIA KOBIET WIEJSKICH NA TERENACH TYPOWO ROLNICZYCH NA PRZYKŁADZIE POWIATU PRZASNYSKIEGO

Beata Winnicka, Artur Winnicki
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**Streszczenie.** Pozycja kobiety na polskim rynku pracy jest uzależniona od wielu czynników: przyjętego modelu życia, tradycji, przyzwyczajeń, czynników zewnętrznych wpływających na zmianę postawy i zachowań oraz problemów związanych z wychowaniem i edukacją młodego pokolenia. Transformacja rynku pracy oznacza dla kobiet powstanie gorszych (niż dla mężczyzn) warunków aktywności zawodowej. Artykuł ten obrazuje stan bezrobocia kobiet na terenie powiatu przasnyskiego oraz szanse poprawy ich sytuacji ze szczególnym uwzględnieniem obszarów wiejskich.

**Słowa kluczowe:** kobiety wiejskie, bezrobocie

## WSTĘP

Bezrobocie jest zdarzeniem, które wywołuje radykalne zmiany w życiu każdego człowieka. Zmiany te dokonują się zarówno w sferze materialnej, jak i w sferze psychiki. Zmiany w sferze materialnej dotyczą przede wszystkim obniżenia poziomu życia wywołanego spadkiem dochodów i prowadzą w konsekwencji do zmian w stylu życia. Bezrobocie wywołuje także zmiany w gospodarowaniu czasem wolnym oraz w kontaktach z najbliższymi i otoczeniem [Kurzynowski 2001].

Stymulatorem narastania bezrobocia na wsi w okresie transformacji była upadłość państwowych gospodarstw rolnych. W efekcie największą stopą bezrobocia charakteryzują się tereny skupiające w przeszłości na swoim obszarze znaczną część uspołecznionych gospodarstw [Sadowski i Wach 2003].

Adres do korespondencji – Corresponding author: Beata Winnicka, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: beata_winnicka@wp.pl
Artur Winnicki, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa e-mail: winnic@orange.pl

Przemiany zachodzące na polskiej wsi nie pozostają bez wpływu na styl życia kobiet wiejskich. Pełnione przez nie tradycyjne role, tj. matki, żony, gospodyni i obywatelki, które przez długi czas obejmowały określony kulturowo zakres obowiązków, obecnie ulegają redefinicji. Ogromny zakres czynności wykonywanych przez kobiety w gospodarstwie domowym jest najczęściej traktowany jako „naturalny" atrybut ich ról rodzinnych [Titkow i in. 2004]. Pełnione role w gospodarstwie domowym nie stanowią już jedynej domeny kobiet. Aktywnie uczestniczą one w prowadzeniu całego gospodarstwa oraz poszukują pracy w działalności pozarolniczej.

## CEL I METODA BADAŃ

Celem artykułu jest przedstawienie problemu bezrobocia kobiet wiejskich na terenie powiatu przasnyskiego, leżącego we wschodniej części województwa mazowieckiego. Przeprowadzona analiza zgromadzonych materiałów pozwoliła na ocenę sytuacji kobiet wiejskich oraz ocenę możliwości jej poprawy na rynku pracy w tym powiecie. Dane empiryczne wykorzystane w artykule pochodzą głównie z materiałów udostępnionych przez Powiatowy Urząd Pracy (PUP) w Przasnyszu.

## WYNIKI BADAŃ

Liczba bezrobotnych zarejestrowanych w Powiatowym Urzędzie Pracy w Przasnyszu w 2004 r. wyniosła 4804 osoby, w tym 2487 kobiet (51,8%). Największy udział w populacji bezrobotnych na terenie powiatu stanowią bezrobotni zamieszkujący miasto Przasnysz (31,2%), natomiast najmniejszą liczbę bezrobotnych stanowią mieszkańcy gminy Krzynowłoga Mała (5,5%). Szczegóły przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Bezrobotnych zarejestrowani w Powiatowym Urzędzie Pracy w Przasnyszu w podziale na miasta i gminy w 2004 r.

Table 1. Number of registered unemployed in the Poviat Labour Office in Przasnysz (cities and communes) in 2004

| Wyszczególnienie | Bezrobotni | | |
|---|---|---|---|
| | ogółem | w tym kobiety | |
| | | liczba | udział procentowy |
| Ogółem w PUP, w tym: | 5005 | 2538 | 50,7 |
| Miasto Przasnysz | 1562 | 876 | 56,1 |
| Miasto i gmina Chorzele | 959 | 454 | 47,3 |
| Gmina Przasnysz | 669 | 344 | 51,4 |
| Gmina Jednorożec | 879 | 431 | 49,0 |
| Gmina Krzynowłoga Mała | 276 | 120 | 43,5 |
| Gmina Czernice Borowe | 317 | 144 | 45,4 |
| Gmina Krasne | 343 | 169 | 49,3 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PUP w Przasnyszu.
Source: Authors' elaboration based on data of PLO in Przasnysz.

Szczególną grupą zagrożoną bezrobociem są mieszkańcy wsi, gdyż oprócz bezrobocia rejestrowanego występuje na tych obszarach znaczne bezrobocie utajone, które może być wynikiem braku motywacji do rejestrowania się w celu uzyskania statusu bezrobotnego po utracie prawa do zasiłku. Przeszkodą jest również fakt, iż duża część ludności wiejskiej z racji posiadania gospodarstwa rolnego o powierzchni powyżej 2 ha przeliczeniowych w świetle prawa nie może uzyskać statusu osoby bezrobotnej.

Na dzień 31 grudnia 2004 r. w powiecie przasnyskim jako bezrobotne zarejestrowanych było 2538 kobiet, z czego 1505 (59,3%) to bezrobotne z obszarów wiejskich (tab. 2).

Tabela 2. Struktura bezrobotnych (stan na koniec grudnia 2004 r.)
Table 2. Unemployment structure (the end of December 2004)

| Wyszczególnienie | Bezrobotni zarejestrowani | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ogółem | | | w tym z prawem do zasiłku | | |
| | razem | w tym kobiety | | razem | w tym kobiety | |
| | | liczba | udział procentowy | | liczba | udział procentowy |
| Ogółem | 5005 | 2538 | 50,7 | 753 | 289 | 38,4 |
| Poprzednio pracujący, w tym: | 1478 | 1478 | 45,9 | 288 | 288 | 42,7 |
| – pracujący do momentu zarejestrowania się | 843 | 843 | 45,5 | 246 | 246 | 42,2 |
| – zwolnieni z przyczyn dot. zakładu pracy | 56 | 56 | 35,7 | 10 | 10 | 21,3 |
| Dotychczas niepracujący | 1060 | 1060 | 59,4 | 1 | 1 | 1,2 |
| Wybrana kategoria bezrobotnych (z ogółem) | | | | | | |
| Zamieszkali na wsi | 3140 | 1505 | 47,9 | 396 | 127 | 32,1 |
| – w tym posiadający gospodarstwo rolne | 158 | 52 | 32,9 | 32 | 8 | 25,0 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PUP w Przasnyszu.
Source: Authors' elaboration based on data of PLO in Przasnysz.

Wśród bezrobotnych kobiet w powiecie przasnyskim jedynie 12% miało prawo do zasiłku, a w grupie kobiet mieszkających na wsi tylko 8%. Na trudną sytuację bezrobotnych kobiet na rynku pracy w analizowanym powiecie wpływa przede wszystkim brak odpowiednich ofert pracy, wiek kobiet, ich przygotowanie zawodowe i sytuacja rodzinna (posiadanie wymagających opieki dzieci).

Jak już wspomniano, istotnym parametrem analizy oceny sytuacji na rynku pracy jest charakterystyka bezrobotnych pod względem ich wieku (tab. 3).

Najwięcej zarejestrowanych bezrobotnych kobiet wiejskich było w przedziale wiekowym między 18. a 24. rokiem życia, a najmniej powyżej 55. roku. W najtrudniejszej sytuacji znajdowały się kobiety długotrwale bezrobotne, pozostające bez zatrudnienia powyżej 2 lat. Długotrwale bezrobotne kobiety są na ogół bierne w poszukiwaniu pracy, zdają się wyłącznie na pomoc skierowaną z urzędu pracy. Ich aktywność sprowadzała się najczęściej do przychodzenia do urzędu w wyznaczonych terminach. Kobiety z wykształceniem podstawowym nie miały wygórowanych ambicji i oczekiwań wobec przyszłej pracy i płacy. Aspiracje kobiet z wykształceniem średnim ogólnym były nieco wyższe.

Trudności ze znalezieniem pracy miały przeważnie osoby o niskich kwalifikacjach zawodowych. W powiecie przasnyskim najwięcej bezrobotnych kobiet mieszkających

na wsi miało wykształcenie podstawowe i niepełne podstawowe (tab. 4). Kobiety z tej grupy pozostawały najdłużej bez zatrudnienia (powyżej 2 lat). Pośród wszystkich bezrobotnych kobiet wiejskich jedynie 3% miało wyższe wykształcenie. Bezrobotne kobiety z wykształceniem wyższym, pomaturalnym lub średnim zawodowym mają największe szanse na zatrudnienie, zwłaszcza gdy mają dodatkowe umiejętności, jak obsługa komputera czy znajomość języka obcego.

Tabela 3. Bezrobotne kobiety zamieszkałe na wsi według wieku (stan na koniec grudnia 2004 r.)
Table 3. Unemployed women living in rural areas according to age (the end of December 2004)

| Wyszczególnienie | | Liczba bezrobotnych kobiet | Z tego wg czasu pozostawania bez pracy w miesiącach | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | do 1 | | 1–3 | | 3–6 | | 6–12 | | 12–24 | | pow. 24 | |
| | | | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy |
| Wiek | 18–24 | 508 | 15 | 3,0 | 49 | 9,6 | 95 | 18,7 | 117 | 23,0 | 97 | 19,1 | 26,6 | 135 |
| | 25–34 | 476 | 9 | 1,9 | 35 | 7,4 | 31 | 6,5 | 54 | 11,3 | 58 | 12,2 | 60,7 | 289 |
| | 35–44 | 300 | 5 | 1,7 | 10 | 3,3 | 21 | 7,0 | 27 | 9,0 | 44 | 14,7 | 64,3 | 193 |
| | 45–54 | 199 | 3 | 1,5 | 8 | 4,0 | 11 | 5,5 | 17 | 8,6 | 36 | 18,1 | 62,3 | 124 |
| | 55–59 | 22 | 0 | – | 0 | – | 4 | 18,2 | 1 | 4,5 | 2 | 9,1 | 68,2 | 15 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PUP w Przasnyszu.
Source: Authors' elaboration based on data of PLO in Przasnysz.

Tabela 4. Bezrobotne kobiety zamieszkałe na wsi według poziomu wykształcenia (stan na koniec grudnia 2004 r.)
Table 4. Unemployed women living in rural areas according to education level (the end of December 2004)

| Wyszczególnienie | | Liczba bezrobotnych kobiet | Z tego wg czasu pozostawania bez pracy w miesiącach | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | do 1 | | 1–3 | | 3–6 | | 6–12 | | 12–24 | | pow. 24 | |
| | | | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy |
| Wykształcenie | wyższe | 50 | 3 | 6,0 | 7 | 14,0 | 8 | 16,0 | 11 | 22,0 | 11 | 22,0 | 10 | 20,0 |
| | policealne i średnie zawodowe | 344 | 5 | 1,5 | 33 | 9,6 | 59 | 17,1 | 68 | 19,8 | 56 | 16,3 | 123 | 35,7 |
| | średnie ogólnokształcące | 126 | 6 | 4,8 | 16 | 12,7 | 25 | 19,8 | 30 | 23,8 | 21 | 16,7 | 28 | 22,2 |
| | zasadnicze zawodowe | 477 | 5 | 1,1 | 24 | 5,0 | 39 | 8,2 | 57 | 12,0 | 65 | 13,6 | 287 | 60,1 |
| | podstawowe i niepełne podstawowe | 508 | 13 | 2,6 | 22 | 4,3 | 31 | 6,1 | 50 | 9,9 | 84 | 16,5 | 308 | 60,6 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PUP w Przasnyszu.
Source: Authors' elaboration based on data of PLO in Przasnysz.

Każdy pracodawca w rozmowie kwalifikacyjnej interesuje się stażem pracy kandydatki. W najlepszej sytuacji byłyby kobiety młode z wieloletnim stażem, choć warunki te są trudne do pogodzenia.

W powiecie przasnyskim aż ponad 47% bezrobotnych kobiet wiejskich nie odbyło stażu. Najmniej bezrobotnych kobiet (niespełna 2%) miało staż pracy w granicach od 20 do 30 lat (tab. 5). Bezrobotne szybciej i skuteczniej poszukują pracy prezentując swój dorobek zawodowy.

Tabela 5. Bezrobotne kobiety zamieszkałe na wsi według stażu pracy (stan na koniec grudnia 2004 r.)

Table 5. Unemployed women living in rural areas according to professional experience (the end of December 2004)

| Wyszczególnienie | | Liczba bezrobotnych kobiet | Z tego wg czasu pozostawania bez pracy w miesiącach (%) | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | do 1 | | 1–3 | | 3–6 | | 6–12 | | 12–24 | | pow. 24 | |
| | | | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy | liczba | udział procentowy |
| Staż pracy ogółem | do 1 roku | 212 | 4 | 1,9 | 17 | 8,0 | 30 | 14,2 | 29 | 13,7 | 34 | 16,0 | 98 | 46,2 |
| | 1–5 | 284 | 4 | 1,4 | 27 | 9,5 | 25 | 8,8 | 48 | 16,9 | 39 | 13,7 | 141 | 49,7 |
| | 5–10 | 158 | 2 | 1,3 | 6 | 3,8 | 18 | 11,4 | 24 | 15,2 | 25 | 15,8 | 83 | 52,5 |
| | 10–20 | 102 | 3 | 2,9 | 4 | 3,9 | 8 | 7,9 | 13 | 12,8 | 20 | 16,9 | 54 | 52,9 |
| | 20–30 | 27 | 0 | – | 3 | 11,1 | 6 | 22,2 | 4 | 14,8 | 5 | 18,5 | 9 | 33,4 |
| | bez stażu | 722 | 19 | 2,6 | 45 | 6,2 | 75 | 10,4 | 98 | 13,6 | 114 | 15,8 | 371 | 51,4 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PUP w Przasnyszu.
Source: Authors' elaboration based on data of PLO in Przasnysz.

## WNIOSKI

Powszechnie uważa się, że sytuacja kobiet na rynku pracy jest trudniejsza niż mężczyzn. Chociaż są one aktywniejsze w poszukaniu pracy i niejednokrotnie mają też wyższe kwalifikacje zawodowe w porównaniu z mężczyznami, częściej napotykają na bariery i w efekcie są rzadziej zatrudniane. W najtrudniejszej sytuacji są kobiety w przedziale wiekowym 18–24 lata, które często poszukują pierwszej pracy, oraz osoby o niskich kwalifikacjach zawodowych (z wykształceniem podstawowym i niepełnym podstawowym).

Bezrobotna kobieta oczekuje pomocy ze strony urzędu pracy głównie w zakresie zapewnienia miejsca pracy. Dlatego Powiatowy Urząd Pracy w Przasnyszu pomaga im w aktywizacji i uświadamia, że okres pozostawania bez pracy należy wykorzystać do podniesienia poziomu kwalifikacji.

Wielostronne wsparcie udzielane kobietom często prowadzi do znalezienia przez nie miejsca pracy oraz do podwyższenia ich ekonomicznego i społecznego statusu. Działania kierowane są do następujących grup kobiet: do tych, które mają problemy ze znalezieniem pracy na rynku z uwagi na niskie i nieodpowiednie kwalifikacje, które

powracają na rynek pracy po długiej nieobecności (urlopy macierzyńskie, wychowawcze) oraz tych, które chcą rozpocząć własną działalność pozarolniczą (pracę na własny rachunek).

Pomoc taka polega na ułatwianiu kobietom wiejskim dostępu do podwyższania kwalifikacji (głównie organizowanie szkoleń oraz usługi doradcze).

Realizacja zadań na rzecz bezrobotnych kobiet w ramach różnych programów aktywizujących przejawia się:

- w staraniach urzędu pracy, by złagodzić skutki bezrobocia kobiet,
- we wspieraniu bezrobotnych kobiet do podjęcia zatrudnienia,
- w nauczeniu sposobów i metod poszukiwania pracy,
- w dostosowywaniu kwalifikacji zawodowych do bieżących wymagań rynku pracy.

## PIŚMIENNICTWO

Kurzynowski A., 2001: Sytuacja społeczno-zawodowa bezrobotnych kobiet. Bariery i stymulatory ich aktywizacji zawodowej. Szkoła Główna Handlowa – Instytut Gospodarstwa Społecznego, Warszawa.

Sadowski Z., Wach T., 2003: Leksykon pracy, bezrobocia i zabezpieczenia społecznego. Wydaw. Biblioteczka Pracownicza, Warszawa.

Titkow A., Duch-Krzystoszek D., Budzowska B., 2004: Nieodpłatna praca kobiet – mity, realia, perspektywy. IFiS PAN, Warszawa.

## ANALYSIS OF RURAL WOMEN'S UNEMPLOYMENT STRUCTURE IN AGRICULTURAL REGIONS BASED ON PRZASNYSZ POVIAT

**Summary.** The position of women on Polish labour market is depends on many factors: accepted living style, tradition, habits, external factors which impact on change of approach and behaviour as well as problems concerning raising and educating of new generation. Market transformation causes worse conditions for women than man in professional activity. This article illustrates women's unemployment rate in Przasnysz Poviat. Moreover, it shows opportunities of this situation's improvement, especially in rural areas.

**Key words:** rural women, unemployment

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

ACTA SCIENTIARUM POLONORUM Oeconomia 4 (2) 2005, 103–115

# POZAROLNICZA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA W KONTEKŚCIE WIELOFUNKCYJNEGO ROZWOJU GMIN WIEJSKICH

Joanna Zając
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**Streszczenie.** W artykule przedstawiono analizę poziomu wielofunkcyjnego rozwoju wybranych gmin wiejskich województwa mazowieckiego ze szczególnym uwzględnieniem pozarolniczej działalności gospodarczej ich mieszkańców. Analiza wyników badań empirycznych opartych na danych z gminnych ewidencji działalności gospodarczej wskazuje na brak rzetelności danych REGON, a tym samym dowodzi konieczności ponownej identyfikacji natężenia pozarolniczej działalności gospodarczej, jej rodzaju według działów PKD, wskaźników przetrwania oraz wskaźnika wyrejestrowań firm wiejskich, korelacji pomiędzy wartościami wymienionych wskaźników a cechami społeczno-gospodarczymi badanych gmin, co również zostało zaprezentowane w niniejszym opracowaniu. Analiza zróżnicowania wielofunkcyjności badanych gmin została dokonana za pomocą hierarchicznej, aglomeracyjnej analizy skupień metodą Warda. Przeprowadzone badania wskazały także na występowanie nietypowych przyczyn rejestracji działalności gospodarczej na terenach wiejskich.

**Słowa kluczowe:** wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich, pozarolnicza działalność gospodarcza

## WSTĘP

Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich to proces społeczno-gospodarczy, którego celem ogólnym jest doprowadzenie do poprawy dobrobytu ludności danego terytorium. Jego realizacja wymaga zastosowania strategii wielofunkcyjnego rozwoju, opartej na podwyższaniu poziomu dochodów ludności przez zmianę struktury zawodowo-gospodarczej na terenach wiejskich.

Zmiana struktury zawodowej oznacza pobudzenie procesów prowadzących do redukcji liczby osób znajdujących główne źródło utrzymania w rolnictwie i pozwalających na

Adres do korespondencji – Corresponding author: Joanna Zając, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Ekonomiczno-Rolniczy, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: as5z@poczta.fm

znalezienie zatrudnienia dla uwolnionych zasobów siły roboczej w innych działach gospodarki na tym samym terenie [Kaleta 2004]. Dlatego szczególną rolę w strategii wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich odgrywa przedsiębiorczość rozumiana jako pozarolnicza działalność gospodarcza. W tym kontekście pozarolnicza działalność gospodarcza to aktywność mieszkańców i inwestorów zewnętrznych, która jest głównym czynnikiem powodzenia strategii wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Ma ona zapewnić niezbędne, nowe miejsca pracy i nowe formy działalności poza- lub okołorolniczej zarówno przez tworzenie przedsiębiorstw dużych, wpływających na zwiększenie rynku pracy, jak i mikroprzedsiębiorstw, w których zatrudnienie znajdują wyłącznie ich właściciele. Prowadzi to do zmniejszenia przeludnienia agrarnego oraz bezrobocia strukturalnego i ukrytego w rolnictwie. Jednocześnie powiększenie gospodarstw ma wpływać na wzrost rentowności produkcji rolnej i zapewnienie godziwych dochodów tej części społeczności wiejskiej, która pozostanie związana z produkcją rolniczą. Tak więc w szerszym ujęciu wielofunkcyjność to „pojęcie (...), w którym wiele problemów wsi i rolnictwa musi być traktowanych kompleksowo, łącznie z rozwojem oświaty, infrastruktury, przedsiębiorczości, kapitału społecznego, instytucji społeczeństwa obywatelskiego itd." [Kłodziński 2004].

Zainteresowanie problematyką przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w Polsce wynika z konieczności wprowadzenia i wykorzystania takich narzędzi pobudzania przedsiębiorczości, które zapobiegną powiększaniu się różnicy pomiędzy warunkami życia na wsi i w mieście. Rola rozwoju przedsiębiorczości jest szczególnie istotna w kontekście przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, jako środek na złagodzenie istniejących różnic ekonomicznych pomiędzy Polską a starymi krajami Unii oraz przy zmianie strategii: z polityki nastawionej na rozwój rolnictwa na politykę wielofunkcyjnego rozwoju wsi. Warunkiem powodzenia takiej strategii jest pobudzenie aktywności podmiotów gospodarczych. Niezbędne jest do tego m.in. wskazanie przyczyn oraz nieadekwatności danych statystycznych i zjawisk, które je spowodowały w latach 1996–2002, rozpoznanie rzeczywistego stanu przedsiębiorczości na terenach wiejskich w okresie przejściowym, określenie jej faktycznego charakteru i nasilenia, zdefiniowanie czynników, które na to wpłynęły oraz wychwycenie zróżnicowania przedsiębiorczości wiejskiej na tle splotu uwarunkowań lokalnych oraz ich wpływu na zróżnicowanie poziomu wielofunkcyjności polskiej wsi.

## METODY I ORGANIZACJA BADAŃ

Próba badawcza wybrana do realizacji celów niniejszej pracy składała się z wybranych celowo 36 (tj. 16%) gmin wiejskich województwa mazowieckiego, w 6 powiatach znajdujących się w granicach 4 podregionów. Empiryczne badania terenowe o charakterze eksplanacyjnym zostały przeprowadzone w latach 2003–2004. Zastosowano dwie techniki badań. Pierwsza z nich to pełna analiza wpisów do ewidencji działalności gospodarczej w latach 1996–2003, wyniki zostały zawarte w oddzielnym kwestionariuszu dla każdej badanej jednostki. Druga to indywidualny wywiad pogłębiony z przedstawicielami władz samorządowych badanych gmin, dotyczący problemów wielofunkcyjnego

rozwoju wsi, szczególnie określenia rzeczywistego stanu oraz możliwości rozwoju pozarolniczej działalności gospodarczej.

W analizie zebranego materiału wykorzystano metody analizy graficznej, która obejmuje m.in. porównanie natężenia i zmian badanego zjawiska w układzie terytorialnym, przez kartograficzną prezentację wyników badań w skali przedziałowej oraz za pomocą kartodiagramu w skali nominalnej, metody matematyczno-statystyczne, w tym współczynnik korelacji liniowej Pearsona oraz liniową regresję jednowymiarową, a także analizę skupień metodą Warda z wykorzystaniem odległości euklidesowej, jako miary podobieństwa służącej do budowy macierzy podobieństwa [Rószkiewicz 2002].

## WYNIKI BADAŃ

### Rejestracja działalności gospodarczej

Szczegółowa analiza zasad rejestracji działalności gospodarczej przez osoby fizyczne i jednostki mające osobowość prawną [Ustawa z 28 grudnia 1988 r., Ustawa z 19 listopada 1999 r.] analiza danych z rejestrów gminnych [Materiały szkoleniowe dla pracowników urzędów gmin...] i danych REGON potwierdziła, iż statystyczny obraz przedsiębiorczości w Polsce w latach 1996–2003 był znacznie wypaczony, stąd istniejący system prawno-statystyczny nie zapewniał pełnej i aktualnej informacji.

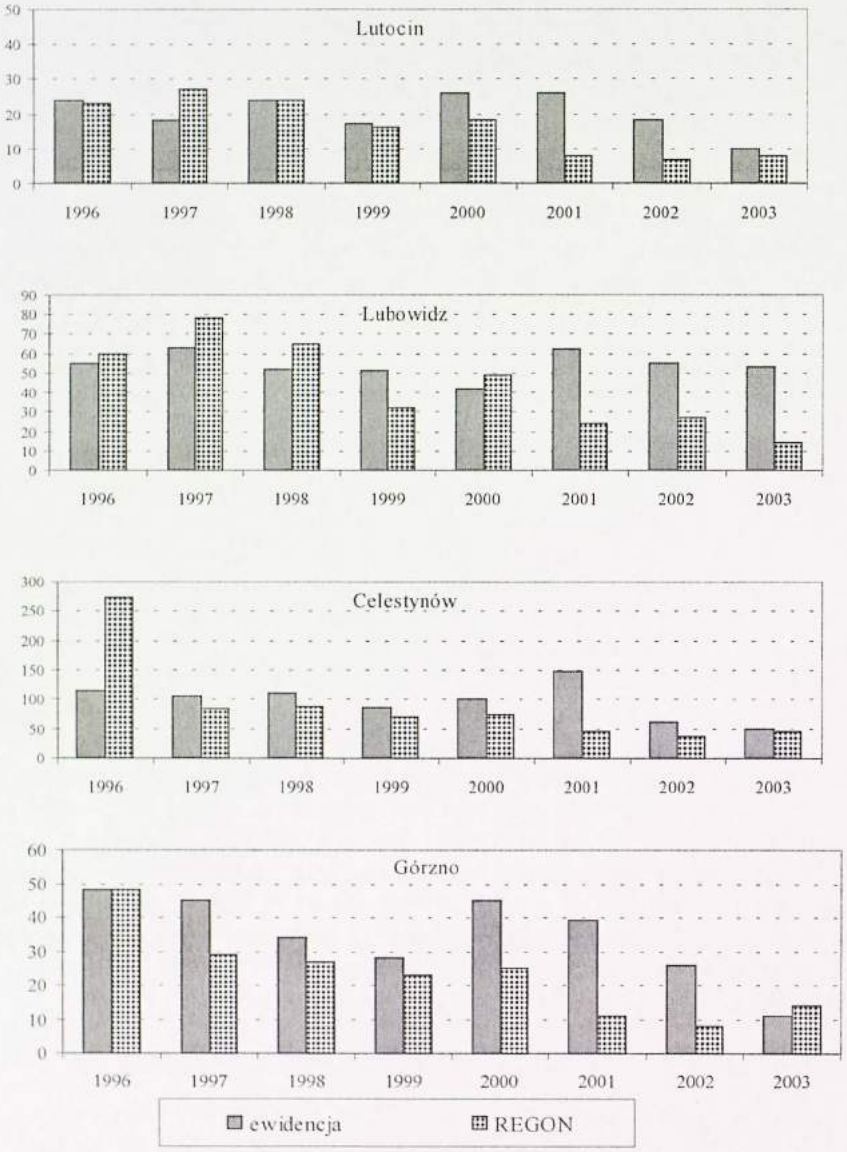
Różnice pomiędzy danymi REGON i danymi z ewidencji działalności gospodarczej poszczególnych gmin są znaczne i tak bardzo odmienne w poszczególnych rejonach, że nie istnieją żadne tendencje ogólne, które pozwoliłyby potraktować dane REGON jako punkt wyjścia analiz szacunkowych. W konsekwencji uniemożliwia to określenie lokalnych przejawów przedsiębiorczości, zmian ich natężenia w czasie i zróżnicowania przestrzennego, tym samym zaś uniemożliwia opracowanie odpowiedniej strategii rozwoju przedsiębiorczości zarówno na szczeblu lokalnym, jak i regionalnym. Zjawisko zniekształcenia danych statystycznych przez brak dyscypliny administracyjnej społeczeństwa, brak współpracy urzędów państwowych oraz zmiany i luki prawne przyczyniły się do sytuacji, w której wszystkie analizy i badania oparte na danych REGON stanowią zaledwie analizę pewnej, nieokreślonej części ogólnej liczby firm.

### Wskaźniki nowo rejestrowanej pozarolniczej działalności gospodarczej

W celu zbadania zróżnicowania natężenia nowo powstałej działalności gospodarczej na badanych terenach wiejskich wykorzystano wskaźniki wyliczone na podstawie pierwotnych danych statystycznych uzyskanych z ewidencji działalności gospodarczej w badanych gminach.

Roczny wskaźnik nowo rejestrowanej działalności gospodarczej (RWN) to liczba nowych firm zarejestrowanych w gminie w danym roku w przeliczeniu na 1000 osób w wieku produkcyjnym.

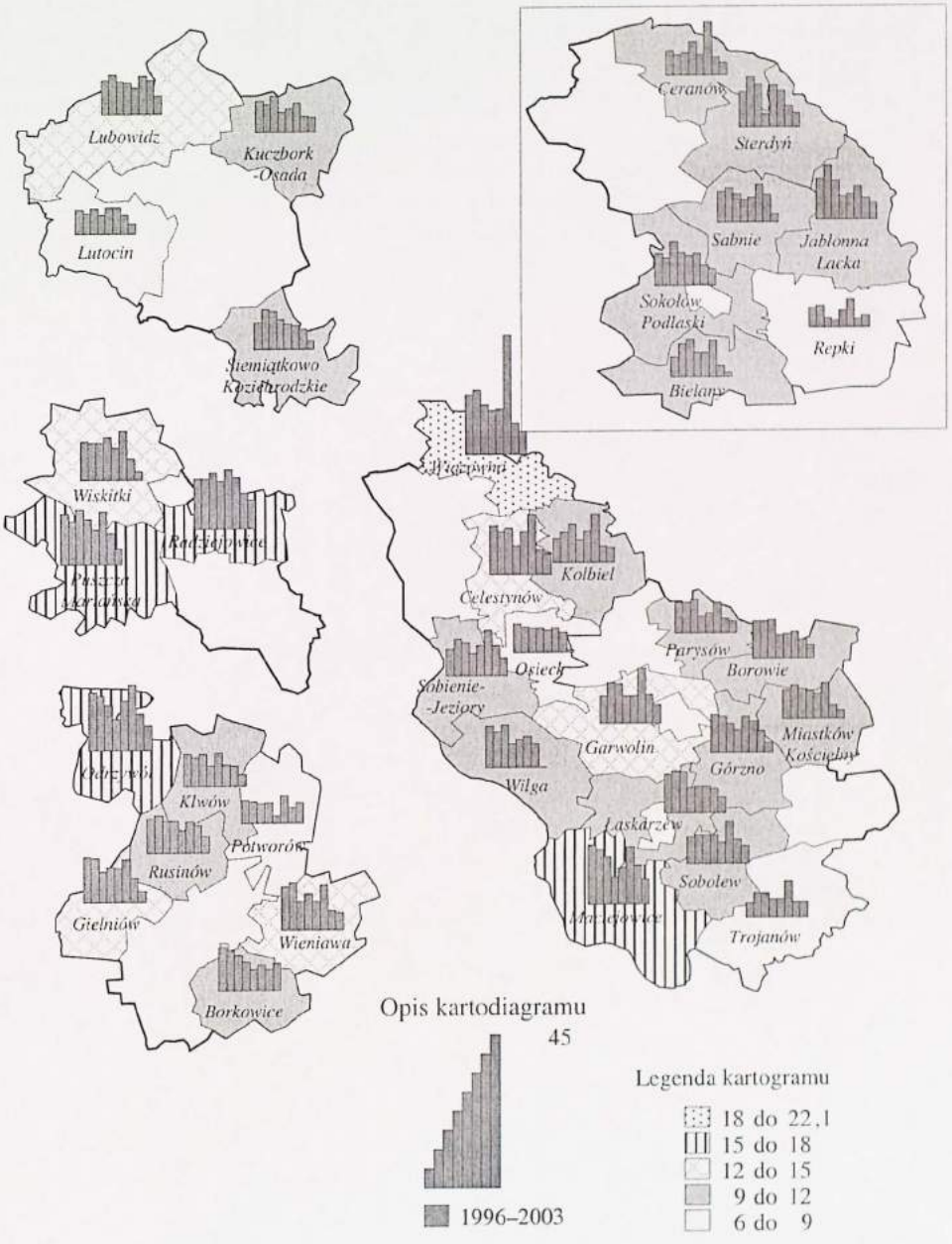
Uśredniony wskaźnik nowo powstałej działalności gospodarczej (UWN) to średnia siedmiu wskaźników rocznych badanego przedziału lat 1996–2002.




Wykres 1. Porównanie liczby firm rejestrowanych przez osoby fizyczne w REGON i w ewidencji działalności gospodarczej w gminach Lutocin, Lubowidz, Celestynów i Górzno w latach 1996–2003

Graph 1. Comparison of numbers of businesses registered by individual entrepreneurs in REGON and in economic activity evidence in rural communes: Lutocin, Lubowidz, Celestynów and Górzno in 1996–2003

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych REGON i badań własnych.
Source: Own calculation based on data from REGON and own survey.




Wykres 2. Zmiany rocznego wskaźnika RWN (kartodiagram) na tle jego uśrednionej wartości UWN (kartogram) w latach 1996–2003

Graph 2. Changes of the yearly RWN index (diagram) on the background of its mean value (map) in 1996–2003

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Own elaboration.

**Zakończenie działalności gospodarczej według badań własnych**

W trakcie badań terenowych w wybranych jednostkach gminnych zostały również zebrane dane dotyczące liczby firm wyrejestrowanych w tym samym roku, w którym zostały założone, w pierwszym roku po rejestracji oraz dwa lata po rejestracji. Daje to możliwość obliczenia współczynnika wyrejestrowań firm (WW), który określa, jaki odsetek firm założonych w badanym roku zakończył działalność:

a) w roku powstania firmy WW0:

$$WW0 = (Z0/R) \cdot 100\%$$

b) po roku działalności WW1:

$$WW1 = (Z1/R) \cdot 100\%$$

c) po dwóch latach działalności WW2:

$$WW2 = (Z2/R) \cdot 100\%$$

gdzie:
Z0 – liczba firm wyrejestrowanych w roku powstania,
Z1 – liczba firm wyrejestrowanych w pierwszym roku po rejestracji,
Z2 – liczba firm wyrejestrowanych w dwa lata po rejestracji,
R – liczba firm ogółem zarejestrowanych w rozpatrywanym roku.

Współczynnik przetrwania firm (WP) to odsetek firm wciąż zarejestrowanych po dwóch latach od chwili rejestracji:

$$WP = (D/R) \cdot 100\%$$

gdzie:
D – liczba firm powstałych w rozpatrywanym roku nadal zarejestrowanych w ewidencji po dwóch latach od momentu rejestracji,
R – liczba firm ogółem zarejestrowanych w rozpatrywanym roku.

Tabela 1. Współczynniki wyrejestrowań i przetrwania firm powstałych w badanych gminach wiejskich ogółem w latach 1996–2002

Table 1. Coefficients of closing and survival of businesses total established in surveyed rural communes in 1996–2002

| Wyszczególnienie | | 1996 | | 1997 | | 1998 | | 1999 | | 2000 | | 2001 | | 2002* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Lf | % | Lf | % | Lf | % | Lf | % | Lf | % | Lf | % | Lf | % |
| Powstało | | 1570 | 100 | 1646 | 100 | 1611 | 100 | 1220 | 100 | 1306 | 100 | 1916 | 100 | 998 | 100 |
| Wyrejestrowano | A | 233 | 15 | 198 | 12 | 176 | 11 | 156 | 13 | 155 | 12 | 172 | 9 | 88 | 9 |
| | B | 252 | 16 | 294 | 18 | 274 | 17 | 187 | 15 | 210 | 16 | 185 | 10 | 50 | 5 |
| | C | 158 | 10 | 215 | 13 | 188 | 12 | 167 | 14 | 98 | 8 | 103 | 5 | x | x |
| | D | 927 | 59 | 939 | 57 | 973 | 60 | 710 | 58 | 843 | 64 | 1456 | 76 | x | x |

*stan na 30.10.2003 r.; Lf – liczba firm
A – liczba firm/współczynnik wyrejestrowań w roku powstania WW0,
B – liczba firm/współczynnik wyrejestrowań w 1. roku po założeniu WW1,
C – liczba firm/współczynnik wyrejestrowań w 2. roku po założeniu WW2,
D – liczba firm/współczynnik wyrejestrowań po 2. roku działalności.
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own calculations.

**Charakterystyka pozarolniczej działalności gospodarczej w badanych gminach**

Analiza zróżnicowania rodzajów pozarolniczej działalności gospodarczej wg działów PKD wskazuje na znaczną przewagę handlu i usług. Działalność produkcyjna występuje na większą (relatywnie) skalę tylko w gminach wiejskich o korzystnym położeniu względem większych miast i szlaków komunikacyjnych.

Weryfikacja uzyskanych danych pozwoliła na zdefiniowanie badanej przedsiębiorczości wiejskiej jako działalności gospodarczej: formalnej (rejestrowanej), realizowanej przez jednostki prywatne, najczęściej mikroprzedsiębiorców, w postaci nowych przedsięwzięć i firm; miejscem jej realizacji jest gospodarka krajowa, głównie gospodarka lokalna w sferze pozarolniczej, niezwiązanej bezpośrednio z rolnictwem. Zastosowanie kryterium miejsca realizacji w znaczeniu sektora działalności określa ją jako ekonomiczną działalność gospodarczą o charakterze indywidualnym.

Firmy rejestrowane w badanych gminach przez osoby fizyczne to w ponad 90% mikroprzedsiębiorstwa zakładane przez samozatrudniających się właścicieli, często wykorzystujących nieformalnie i nieodpłatnie pracę członków rodziny.

Dane z ewidencji i wywiady z władzami gmin umożliwiły zdefiniowanie nietypowych przyczyn rejestracji działalności gospodarczej przez osoby fizyczne w badanych gminach wiejskich. Jest to działalność gospodarcza: fikcyjna, wymuszona, podwykonawcza, przerejestrowywana na członków rodziny, sezonowa, cykliczna, dorywcza, „uśpiona". Może mieć charakter krótkotrwały. Powtarzana rejestracja zmienia statystyczny obraz pozarolniczej działalności gospodarczej w gminie i może spowodować mylne wrażenie intensywnego rozwoju przedsiębiorczości pozarolniczej i zaawansowania procesu zmiany struktury zawodowej ludności wiejskiej. Identyfikacja nietypowych przyczyn rejestracji firm zmusza do całkiem nowej interpretacji wartości rocznych wskaźników natężenia działalności gospodarczej RWN i konieczność uwzględnienia współczynnika wyrejestrowań firm w roku ich rejestracji WW0, którego wysoka wartość wskazuje na występowanie nietypowych rejestracji i nietypowych przejawów przedsiębiorczości.

Kolejny etap badań wskazuje, iż stosunkowo wysokie wskaźniki korelacji RWN ($r_{(x,y)} = 0{,}516$), a szczególnie RWN-WU0 ($r_{(x,y)} = 0{,}555$) względem poziomu pozarolniczych dochodów ludności (określonego przez wskaźnik należnego podatku dochodowego od osób fizycznych) potwierdzają hipotezę, iż poziom dochodów pozarolniczych determinujący chłonność rynków lokalnych jest jednym z głównych czynników wpływających na natężenie pozarolniczej działalności gospodarczej na wsi. Także analiza regresji potwierdza tę zależność. Wartość współczynnika regresji wynosi a = 4,226, co oznacza to, że wzrost sumy należnego podatku dochodowego w badanym okresie o 1 tys. zł na mieszkańca w wieku produkcyjnym powodował wzrost sumy RWN o 4,2 firmy.

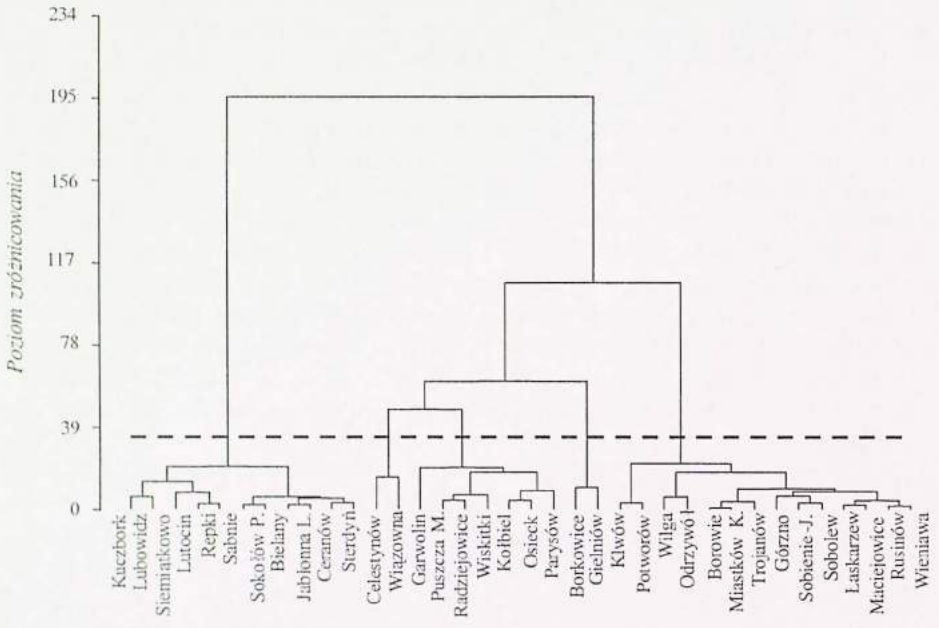
Nie mają natomiast wpływu na natężenie pozarolniczej działalności gospodarczej wydatki inwestycyjne budżetów badanych gmin ($r_{(x,y)} = 0{,}380$), aktywność zawodowa ($r_{(x,y)} = 0{,}025$) i stopa bezrobocia ($r_{(x,y)} = 0{,}034$), czego dowodzi przedstawiony brak korelacji lub korelacja nikła i co podważa hipotezę o ich zależności.

**Analiza skupień badanych gmin wiejskich**

Hierarchiczna metoda analizy skupień pozwoliła określić stopień podobieństwa gmin wchodzących w skład badanej zbiorowości pod względem zróżnicowania warunków

ekonomiczno-społecznych, a tym samym zróżnicowania poziomu rozwoju wielofunkcyjnego na podstawie analizy 18 cech, których wartość określa zróżnicowanie:

1) poziomu dochodów mieszkańców ze źródeł pozarolniczych oraz poziomu dochodów budżetów gmin z udziału w podatkach dochodowych,
2) głównych źródeł dochodów,
3) poziomu niewykorzystanych zasobów pracy,
4) „kapitału wiedzy", czyli poziomu wykształcenia mieszkańców,
5) poziomu rozwoju badanych gmin w aspekcie wielofunkcyjnego rozwoju rolnictwa, przez analizę podobieństwa struktury gospodarstw rolnych według rodzajów prowadzonej działalności gospodarczej i odsetka gospodarstw największych (powyżej 15 ha UR),
6) struktury pracujących we własnym gospodarstwie rolnym wg grup obszarowych UR.




Wykres 3. Dendrogram pięciu skupień badanych gmin wiejskich
Graph 3. Dendrogram of five clusters of the analysed communes
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

W wyniku grupowania metodą Warda otrzymujemy 5 skupień, na poziomie zróżnicowania 34,4 [por. Rosner 2002]. Skupienie 1 obejmuje wszystkie badane gminy powiatu sokołowskiego i żuromińskiego. Są to gminy o najniższym poziomie wielofunkcyjnego rozwoju – są to wręcz rejony silnej monofunkcyjności rolniczej, z tym że cechuje je relatywnie najlepsza struktura gospodarstw rolnych pod względem wielkości. Wyniki

analizy są zgodne z opiniami władz samorządowych na temat funkcji pełnionych przez ich gminy. W wywiadach zostały uwzględnione również uwarunkowania „niemierzalne", jak np. wymuszony charakter powrotu do rolnictwa czy kumulacja barier w działalności rolniczej.

Skupienie 5 obejmuje większość gmin powiatu garwolińskiego i przysuskiego. Ma cechy najbardziej zbliżone do skupienia 1. Stąd wniosek, że są to także gminy o silnej rolniczej monofunkcyjności, jednak o gorszej strukturze obszarowej gospodarstw rolniczych i niekorzystnej strukturze pracujących wyłącznie we własnym gospodarstwie rolnym, w aspekcie wielkości gospodarstwa. Skupienie 5 obejmuje wszystkie gminy uznane przez ich władze za rolnicze, a niewłączone do skupienia 1. Ponieważ jednak władze gminne uwzględniają w swoich opiniach także dodatkowe uwarunkowania, w grupie tej wyróżniono w wywiadach więcej podgrup: sadownicze, warzywnicze, rolnicze problemowe, rolnicze rozwojowe itp.

Skupienie 4 to dwie gminy powiatu przysuskiego (Borkowice i Gielniów), gminy wysoce problemowe w aspekcie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Występuje tu kumulacja najbardziej niekorzystnych uwarunkowań pozarolniczych, jak i trudna sytuacja w rolnictwie. Są to tereny pozostające pod bezpośrednim wpływem procesów restrukturyzacji i prywatyzacji zakładów państwowych w Radomiu i Przysusze, które spowodowały ograniczenie długotrwałego zjawiska dwuzawodowości w sąsiednich gminach wiejskich. Jak wskazuje omawiany tu przypadek, nie spowodowało to ani powrotu do rolnictwa, ani zwiększenia odsetka osób deklarujących prowadzenie pozarolniczej działalności gospodarczej na własny rachunek jako głównego źródła utrzymania, co mogłoby zrównoważyć utratę pracy. Wzrosło natomiast bezrobocie i wykorzystanie innych, stałych źródeł utrzymania, takich jak renty i emerytury. Sytuację tę potwierdzają również władze gmin.

Skupienie 2 tworzą dwie gminy powiatu otwockiego (Wiązowna i Celestynów), o najbardziej zaawansowanym poziomie rozwoju wielofunkcyjnego, czyli o najbardziej rozwiniętych na tle badanej zbiorowości funkcjach pozarolniczych. Również zdaniem władz są to gminy, które pełnią obecnie głównie funkcje podmiejskie, a proces odchodzenia od rolnictwa jest w nich bardzo zaawansowany.

Skupienie 3 obejmuje siedem gmin w trzech powiatach. Są to jednostki bliskie modelowi terenów wiejskich zmierzających do rozwoju funkcji pozarolniczych. Ponieważ mają wiele cech wskazujących na występowanie tendencji do odchodzenia od rolnictwa jako jedynego lub głównego źródła utrzymania, panujące tam warunki są najbardziej zbliżone do sytuacji ekonomiczno-społecznej w gminach skupienia 2.

Przeprowadzone badania potwierdzają, iż przedsiębiorstwa mające osobowość prawną są w badanych gminach nieliczne, działają głównie w podwarszawskich gminach Celestynów i Wiązowna oraz w gminie wiejskiej Garwolin. Analiza danych dotyczących największych inwestorów zagranicznych dowiodła, iż w badanych gminach wiejskich nie działa ani jeden podmiot gospodarczy tego typu. Są one zlokalizowane w gminach miejskich badanych powiatów i można założyć, że ze względu na dużą skalę działania wpływają pośrednio na rynki pracy w sąsiednich gminach wiejskich.

Wykres 4. Rozmieszczenie pięciu wyodrębnionych skupień badanych gmin wiejskich
Graph 4. Location of five clusters of surveyed rural communes defined according to Ward's method
Źródło: Opracowanie własne.
Source: Own elaboration.

W badanych gminach nie istnieją typowe sieci współpracy pomiędzy różnej wielkości przedsiębiorstwami. W przeszłości istniały jedynie zalążki quasi-klastrów produkcji obuwia w gminach Łaskarzew i Parysów. Analiza zebranych danych umożliwiła zdefiniowanie modeli pozarolniczej działalności gospodarczej na badanych obszarach wiejskich; są to:

- model rozproszonych form przedsiębiorczości,
- model dominacji średniej przedsiębiorczości nierolniczej,
- model dominacji dużego przedsiębiorstwa nierolniczego,
- model współistnienia małych, średnich i dużych przedsiębiorstw pozarolniczych.

Analiza sytuacji w badanych gminach na podstawie wywiadów z władzami wskazała, iż w chwili obecnej działalność samorządów lokalnych nie wpływa w znaczący sposób na tworzenie kapitału społecznego, który umożliwiłby wykorzystanie zasobów własnych oraz pozyskanie zewnętrznych źródeł finansowania rozwoju. Wykorzystanie przez samorządy lokalne dochodowych i wydatkowych instrumentów wspierania rozwoju przedsiębiorczości jest w praktyce niewielkie, gdyż zasadność ich wprowadzenia weryfikują rzeczywistość gospodarcza i dotychczasowe doświadczenia gmin w tym aspekcie. Jest jednak wiele możliwości realizacji programu wzmacniania pozarolniczych funkcji gmin przez wspomaganie rozwoju przedsiębiorczości, które mogą wykorzystać władze lokalne.

## WNIOSKI

Poziom rozwoju przedsiębiorczości pozarolniczej oraz poziom wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich jest ogromnie zróżnicowany w przypadku badanych gmin województwa mazowieckiego. Wyniki analiz dowodzą, że w badanej zbiorowości tylko gminy bezpośrednio graniczące z Warszawą lub położone w niedalekiej od niej odległości, ale posiadające bardzo dobre połączenia komunikacyjne, można uznać za tereny wiejskie o zróżnicowanych funkcjach, gdzie rolnictwo nie stanowi już głównego źródła utrzymania, a dochody ludności ze źródeł pozarolniczych są relatywnie bardzo wysokie. Dużą rolę w procesie zmiany struktury zawodowo-gospodarczej na tych terenach odegrała przedsiębiorczość – pozarolnicza działalność gospodarcza, o czym świadczą wysokie wskaźniki natężenia RWN osób fizycznych oraz funkcjonowanie podmiotów gospodarczych mających osobowość prawną. Ze względu na rentę położenia tych gmin zalążki sektora prywatnej działalności gospodarczej istniejące tu jeszcze w poprzednim systemie umożliwiły wielofunkcyjny rozwój po zmianie systemu ekonomiczno-społecznego w Polsce.

Druga grupa gmin to jednostki będące w stadium pośrednim – tereny, których sytuacja ekonomiczno-społeczna nie jest tak dobra, jak wspomnianych gmin wielofunkcyjnych, jednak występuje tu wiele zjawisk wskazujących na zaawansowanie procesu odchodzenia od monofunkcyjności. Duże znaczenie ma fakt, iż oprócz gmin o relatywnie wysokiej rencie położenia znajduje się w tej grupie także gmina Parysów, co dowodzi, że również na terenach o niezbyt dogodnej lokalizacji przedsiębiorczość mieszkańców może doprowadzić do rozwoju pozarolniczej działalności gospodarczej.

Trzecia grupa badanych gmin wiejskich w województwie mazowieckim, składająca się z dwóch podgrup, to obszary monofunkcyjne, gdzie rolnictwo z różnych powodów wciąż odgrywa główną rolę jako źródło utrzymania mieszkańców.

Pierwsza podgrupa – gminy o utrwalonych w przeszłości tradycjach dwuzawodowości – to zgodnie z wynikami badań tereny dużej kumulacji barier rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości podejmowanej przez mieszkańców. W przypadku znacznej części ludności powrót do rolnictwa spowodowany redukcją zatrudnienia w prywatyzowanych

i restrukturyzowanych zakładach państwowych miał charakter wymuszony. Jest to więc grupa osób, która nie dąży ani do powiększenia i zróżnicowania produkcji rolnej przez wielofunkcyjność rolnictwa, ani nie podejmuje własnej pozarolniczej działalności gospodarczej, która zastąpiłaby utracone źródła dochodów i przyczyniła do dywersyfikacji zawodowej.

Druga podgrupa to gminy wiejskie o charakterze i tradycjach ściśle rolniczych, gdzie przedsiębiorczość jako pozarolnicza działalność gospodarcza najczęściej występuje w formie usług i handlu. Niskie wskaźniki natężenia działalności gospodarczej oraz brak zróżnicowania form przedsiębiorczości w tego typu gminach wynikają zarówno z bardzo niskiej chłonności rynków lokalnych, jak i ze stosunkowo małego zainteresowania źródłami dochodów tego typu.

Natężenie pozarolniczej przedsiębiorczości wynika nie tylko z uwarunkowań ekonomiczno-geograficznych, ale także z subiektywnych, niemierzalnych czynników, takich jak: postawy przedsiębiorcze społeczności lokalnej lub ich brak, postrzeganie możliwości prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej w najbliższym otoczeniu, tradycje dwuzawodowości i wynikające z niej postawy roszczeniowe wobec państwa – gwaranta miejsc pracy lub źródła zasiłku, nastawienia do podejmowania ryzyka ekonomicznego, umiejętności prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej w nowych warunkach gospodarki wolnorynkowej itp. Efektem splotu mierzalnych uwarunkowań ekonomiczno-geograficznych oraz wymienionych czynników niemierzalnych jest występowanie omówionej poniżej przedsiębiorczości „nietypowej". Jest to zjawisko występujące we wszystkich badanych gminach, niezależnie od ich zaawansowania w procesie wielofunkcyjnego rozwoju. Niemniej jednak pojawia się pewna prawidłowość w zebranych danych i informacjach: im trudniejsza jest sytuacja ekonomiczno-społeczna, tym większe jest natężenie działalności gospodarczej rejestrowanej przez osoby fizyczne z przyczyn nietypowych, wyrażone jako współczynnik wyrejestrowań. Dlatego można to zjawisko traktować także jako swoisty wskaźnik kumulacji problemów ekonomicznych na terenach wiejskich. Natężenie tego zjawiska wyraża odsetek firm wyrejestrowanych w tym samym roku, w którym powstały (WW0).

Wykorzystanie możliwości, jakie dawało zarejestrowanie i wyrejestrowanie firmy w badanym okresie, nie kolidowało z prawem i stanowiło niewątpliwie przejaw pozaekonomicznej przedsiębiorczości mieszkańców wsi. Niestety, w większości przypadków nie prowadziło ono do stałego zwiększenia liczby rzeczywiście działających firm wiejskich, a tym samym nie wpływało na zróżnicowanie struktury zawodowo-gospodarczej, na znaczące podniesienie poziomu dochodów ze źródeł pozarolniczych, na powiększenie oferty dóbr i usług na rynkach wiejskich, na wyrównanie poziomu życia na wsi ze standardami miejskimi. Było jedynie formą doraźnego rozwiązania problemów bytowych. Wynika stąd wniosek, że pozarolnicza działalność gospodarcza rejestrowana z przyczyn nietypowych wpłynęła na statystyczne zawyżenie natężenia przedsiębiorczości na terenach wiejskich, natomiast ze względu na swój charakter nie może być uznana ani za przejaw, ani za instrument wielofunkcyjnego rozwoju gmin wiejskich.

Należy wziąć pod uwagę, że uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej w Polsce doby transformacji ustrojowej są trudne, nietypowe i zmienne. Wpływ na rozwój przedsiębiorczości wiejskiej mają nie tylko uwarunkowania bieżące, ale również spadek po poprzednim systemie w postaci barier mentalnościowych, postaw bierności i wycze-

kiwania pomocy ze strony państwa, których silna kumulacja występuje w niektórych rejonach województwa mazowieckiego – są to właśnie te tereny, gdzie rolą władz wszystkich szczebli jest pomoc w rozwoju przedsiębiorczości zewnętrznej, która nie tylko umożliwi rozwiązanie ekonomiczno-społecznych problemów mających swe źródło w dwuzawodowości, ale stanie się też modelem aktywności zawodowej dla mieszkańców.

Pomimo wielu barier, utrudnień i nieprzystosowania części społeczeństwa do warunków wolnego rynku, obserwujemy wiele przykładów pozarolniczej działalności gospodarczej w badanych gminach wiejskich województwa mazowieckiego w latach 1996–2003.

Ostatecznym wnioskiem jest to, iż rozwój pozarolniczej działalności gospodarczej, z uwzględnieniem uwarunkowań lokalnych oraz z poszanowaniem i wykorzystaniem bogactwa krajobrazu wiejskiego, tradycji, kultury, pracowitości i przedsiębiorczości mieszkańców wsi, stanowi drogę do wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich w Polsce, ale wymaga szybkiego i efektywnego wsparcia na szczeblu rządowym i lokalnym oraz inicjatyw społeczności wiejskich, przy wykorzystaniu środków unijnych i krajowych.

## PIŚMIENNICTWO

Kaleta A., 2004: Dywersyfikacja źródeł dochodów jako wyzwanie dla polityki obszarów wiejskich Europy. „Wieś i Rolnictwo" nr 2 (123).

Kłodziński M., 2004: Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania i możliwości wielofunkcyjnego rozwoju wsi po integracji z UE. „Wieś i Rolnictwo" nr 2 (123), 2004.

Rószkiewicz M., 2002: Metody ilościowe w badaniach marketingowych. PWN, Warszawa.

Ustawa z 28 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej. DzU z 1988 r. Nr 4, poz. 324.

Ustawa z 19 listopada 1999 r. prawo działalności gospodarczej. DzU z 1999 r. Nr 101, poz. 1178.

Materiały szkoleniowe dla pracowników urzędów gmin. Lokalne okienka przedsiębiorczości. Opracowane przez Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, GUS i Ministerstwo Finansów, Warszawa 2003.

## NON-AGRICULTURAL ECONOMIC ACTIVITY IN THE CONTEXT OF MULTIFUNCTIONAL DEVELOPMENT OF RURAL COMMUNES

**Abstract.** The paper shows differences between the real condition of registered non-agricultural economic activity in surveyed rural communes and REGON data in 1996–2003. Data from the commune registers were a basis for defining the volume of registered non-agricultural economic activity, its characteristics, forms and unusual aspects observed during transition in Poland, as well as indices of liquidation and survival of businesses in 1996–2002. Thanks to specifying types of communes according to their similarity in respect of location and social and economic conditions, especially agriculture, it was possible to show connections between those features and volume and the kind of economic activity there. Results of the above analysis were used to define how advanced the process of multifunctional development is.

**Key words:** non-agricultural economic activity, entrepreneurship, multifunctional development

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005

## SPIS TREŚCI
## CONTENTS

**Piotr Bórawski**
Ocena rozwoju sektora małych i średnich przedsiębiorstw na przykładzie województwa warmińsko-mazurskiego ..... 5
Development estimation of small and medium enterprises sector on the example of Warmia and Mazury Province

**Tomasz W. Bralewski, Roman Hołubowicz**
Rola reklamy radiowej, telewizyjnej i Internetu w działaniach promocyjnych firm nasiennych na rynku polskim ..... 17
The role of radio and television commercials and Internet in the promotion activities of seed companies on Polish market

**Nina Drejerska**
Rola marketingu społecznego w turystyce ..... 27
The role of social marketing in tourism

**Mahmud Geheder**
Olive production and olive oil industry in Libya, Tunisia, Algeria and Morocco 35
Produkcja oliwek oraz przemysł oliwkowy w Libii, Tunezji, Algierii i Maroko

**Andrzej Mantaj, Artur Ostromęcki, Dariusz Zając**
Determinanty rozwoju przedsiębiorczości w gminach miejsko-wiejskich i wiejskich województwa podkarpackiego ..... 41
Determinants of development of enterprise in urban-rural and rural communes of Podkarpackie Province

**Katarzyna Michalak**
Wpływ środowiska rodzinnego na zachowania żywieniowe młodzieży gimnazjalnej (na przykładzie środowiska warszawskiego) ..... 51
The influence of the family environment on the nutritional behaviour of secondary-school adolescents (on the example of Warsaw environment)

**Stanisław J. Paszkowski**
Procesy polaryzacji funkcjonalnej i dochodowej gospodarstw rolnych w warunkach gospodarki rynkowej ..... 59
The processes of functional and income farms polarisation in Poland in conditions of market economy

**Wojciech Pizło**
Współczesne społeczeństwo – w kierunku społeczeństwa opartego na wiedzy ..... 69
The contemporary society – towards knowledge-based society

**Magdalena Śmiglak, Anna J. Zielińska**
Rola informacji w zarządzaniu ryzykiem cenowym w rolnictwie w wybranych gminach województwa wielkopolskiego ..... 77
The role of information in price risk management in agriculture, in selected communes in Wielkopolska

**Mirosław Wasilewski**
Efektywność gospodarstw indywidualnych w zależności od stopnia wykorzystania kapitału obcego ..... 83
Effectiveness of private farms in relation to the level of loan capital use

**Beata Winnicka, Artur Winnicki**
Analiza struktury bezrobocia kobiet wiejskich na terenach typowo rolniczych na przykładzie powiatu przasnyskiego ..... 97
Analysis of women's unemployment structure in agricultural regions based on Przasnysz Poviat

**Joanna Zając**
Pozarolnicza działalność gospodarcza w kontekście wielofunkcyjnego rozwoju gmin wiejskich ..... 103
Non-agricultural economic activity in the context of multifunctional development of rural communes