

## **TWORZENIE STRATEGII RYNKOWYCH PRZEDSIĘBIORSTW HODOWLANO-NASIENNYCH ZIEMNIAKA W POLSCE**

**Jacek Chotkowski, Jerzy Rembeza**

**Streszczenie.** Treść artykułu prezentuje założenia koncepcji strategii rynkowej w firmach przemysłu nasiennego w Polsce na przykładzie przedsiębiorstw hodowlano-nasiennych ziemniaka. Głównymi elementami strategii tych przedsiębiorstw powinna być koncentracja potencjału, odpowiednia polityka nasienne, rozwój kanałów dystrybucji, poszukiwanie rynków zbytu, w tym stałych powiązań z odbiorcami, wdrożenie orientacji marketingowej oraz działalność na rynku ziemniaka jadalnego.

Naszkicowane kierunki działalności biznesowej mogą znaleźć zastosowanie w polskim przemyśle nasienne oraz innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej, które stają wobec problemów wzmocnienia swojej pozycji rynkowej.

**Słowa kluczowe:** rynek, marketing, strategia, przedsiębiorstwa hodowlano-nasienne, ziemniak.

### **WSTĘP**

Nasiennictwo rolnicze, w tym ziemniaków, w okresie transformacji systemu gospodarczego znalazło się w fazie kryzysu. W latach 1994-1997 nastąpił pewien wzrost, jednak tylko okresowy, produkcji i zużycia w rolnictwie kwalifikowanego materiału nasiennego [Oleksiak 2002]. Jednak, jak można uznać, przedsięwzięcia poprawiające w istotnym stopniu konkurencyjność polskich firm hodowlano-nasiennych nie zostały jeszcze zrealizowane. Istotna rola sadzeniaków w dostosowaniu się całej sfery produkcji i gospodarki ziemniakami do wymogów krajowego i międzynarodowego rynku przemawiają za niezwłoczną odbudową produkcji nasiennej ziemniaka w Polsce. Tworzenie nowoczesnego rynku nasiennego ziemniaka, w tym z wykorzystaniem wzorów krajów wysokorozwiniętego rolnictwa, ma duże znaczenie gospodarcze. Za rozwojem produkcji sadzeniaków w kraju przemawiają następujące przesłanki:

- znacznie większa niż w innych krajach rola ziemniaków w gospodarce narodowej, wynikająca z jakości gleb i warunków przyrodniczo-ekonomicznych rolnictwa,
- perspektywy utrzymania dużego zapotrzebowania rynku krajowego na ziemniaki (spożycie, przerób przemysłowy),
- możliwość konkurowania, z uwagi na niższe koszty produkcji, z ziemniakami produkowanymi w innych krajach europejskich [Rembeza, Chotkowski 1995],
- wysoki poziom produkcji ziemniaków można uzyskać jedynie na bazie silnego

krajowego nasiennictwa. Doświadczenia krajów, które produkcję ziemniaków oparły w znacznym stopniu na imporcie sadzeniaków (Portugalia, Hiszpania, Włochy), wskazują, że jest to w sumie rozwiązanie bardzo kosztowne i nie gwarantujące wzrostu poziomu produkcji [Kostiw i in. 1994].

Celem pracy jest określenie ważniejszych elementów strategii rynkowej przedsiębiorstw hodowlano-nasiennej ziemniaka. Realizacja zidentyfikowanych kierunków działań jest niezbędna dla wzmocnienia rynkowej pozycji konkurencyjnej tych firm.

Opracowanie jest wynikiem analiz studyjnych przeprowadzonych na podstawie badań IHAR, obserwacji rynku oraz literatury przedmiotu. W analizie posłużono się metodą porównawczą - opisową.

## **OGÓLNE ZAŁOŻENIA STRATEGII RYNKOWEJ**

Produkcja nasiennej ziemniaka w Polsce, w porównaniu z wiodącymi w produkcji ziemniaków krajami zachodnioeuropejskimi prowadzona jest na znacznie mniejszą skalę (tab. 1). Wynika to z dużego udziału produkcji na potrzeby własne gospodarstw. Przewidywana intensyfikacja produkcji rynkowej i unowocześnienie technologii wymaga jednak istotnego zwiększenia ilości i jakości produkcji sadzeniaków [Beumema, van der Zaag 1989].

Rozwój polskiego przemysłu nasiennej ziemniaków należy oprzeć głównie na odmianach krajowych. Powodem jest lepsze dostosowanie rodzimych odmian do warunków przyrodniczych i poziomu intensywności. Odmiany te byłyby w niezbędnym zakresie uzupełnione przez kreacje zagraniczne, w tym głównie w rejonach surowcowych przetwórstwa spożywczego. Ze względów ekonomicznych i fitosanitarnych hodowla zachowawcza odmian zagranicznych powinna być prowadzona w Polsce [Turska, Chotkowski 2002].

Wzorem krajów zachodnioeuropejskich dominującą formą w przemyśle nasennym powinny być przedsiębiorstwa hodowlano-nasienne [Kostiw i in. 1994, Olejniczak 1996]. Firmy te powinny organizować reprodukcję i prowadzić całokształt polityki nasiennej w zakresie odmian, których są właścicielami. Poszczególne człony

systemu tj. hodowla twórcza, hodowla zachowawcza oraz reprodukcja nasienna mogą być zintegrowane w jednym przedsiębiorstwie lub też mogą być realizowane przez niezależne firmy powiązane umowami [Laverack 1994]. Włączanie się Polski do krajów o gospodarce wolnorynkowej powoduje konieczność otwarcia na konkurencję zagraniczną. Firmy przemysłu nasiennego w krajach zachodnioeuropejskich to najczęściej duże, silne ekonomicznie, doświadczone w prowadzeniu marketingu i agresywnej walki konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Niektóre z nich mają rozbudowane własne zaplecze badawcze, sieć dystrybucji oraz są zintegrowane z przemysłem przetwórczym płodów rolnych lub obrotem środkami produkcji. Wskazuje to na potrzebę szybkiego zwiększania potencjału ekonomicznego i zdolności konkurencyjnej polskich przedsiębiorstw hodowlano-nasiennych [Duczmal 2001]. Kolejnym zagrożeniem dla firm hodowli i nasiennictwa stanowi zmniejszanie się skali dotacji budżetowych do postępu biologicznego oraz ogólne osłabienie koniunktury w rolnictwie. Dlatego przedsiębiorstwa przemysłu nasiennego ziemniaka powinny niezwłocznie opracować i zrealizować strategię rozwoju zmierzającą do wzrostu swojej siły ekonomicznej i pozycji rynkowej. Ważniejsze elementy takiej strategii rynkowej (marketingowej) wymieniono w tabeli 2 oraz scharakteryzowano w skrócie w dalszych częściach artykułu.

## **INTEGRACJA STRATEGII RYNKOWEJ I KONCENTRACJA POTENCJAŁU**

Integracja działających obecnie na polskim rynku przedsiębiorstw hodowlano-nasiennych ziemniaka zmierza do utworzenia dwóch dużych wielooddziałowych przedsiębiorstw: jednego zrzeszającego spółki podległe Agencji Własności Rolnej Skarbu Państwa oraz drugiego - grupującego zajmujące się ziemniakiem jednostki należące do Instytutu Hodowli i Aklimatyzacji Roślin. Przesłankami koncentracji potencjału hodowli i nasiennictwa ziemniaka są:

- poszczególne przedsiębiorstwa reprezentują zbyt mały potencjał rynkowy,
- niezbędne jest koncentrowanie kapitału w celu inwestowania w reprodukcję, dystrybucję i promocję,
- zwiększenie możliwości kreowania marki, budowy ogólnokrajowej sieci dystrybucji i innych działań marketingowych,
- wielooddziałowe przedsiębiorstwa zlokalizowane w wielu regionach kraju będą

stanować czynnik ułatwiający dotarcie do rynków zbytu,

- konieczność wychodzenia z ofertą poza granice kraju.

Zintegrowane przedsiębiorstwa hodowlano-nasienne nastawione będą na hodowlę twórczą, zachowawczą i szeroką reprodukcję nasienną odmian których są właścicielami. Nasiennictwo ziemniaka będzie uzupełnione nasiennictwem zbóż i innych roślin uprawnych. Dla dywersyfikacji ryzyka ekonomicznego przedsiębiorstwa powinny podejmować działalność na rynku ziemniaka jadalnego. Celowe byłoby również podejmowanie wstępnego przetwórstwa i bezpośredniej sprzedaży towarowych produktów rolniczych jak też podejmowanie różnych pozarolniczych kierunków działalności.

## **KIERUNKI POLITYKI NASIENNEJ I ROZWÓJ KANAŁÓW DYSTRYBUCJI**

Głównym kierunkiem działalności powinna nie być hodowla twórcza, lecz reprodukcja i dystrybucja wytworzonych materiałów nasiennych. Dotychczas firmy hodowlano-nasienne sprzedawały głównie materiały, w tym super elity, wyprodukowane na własnych gruntach. W sytuacji gdy opłaty hodowlane wnoszone są w niewielkiej ilości, zwiększenie dochodów z nasiennictwa poprzez stworzenie przez przedsiębiorstwa sieci gospodarstw reprodukujących w ramach kontraktacji materiały elitarne do niższych stopni kwalifikacji. Będzie wówczas możliwość przechwytywania przez hodowcę marż handlowych z tytułu sprzedaży dużej ilości kwalifikowanego materiału (a nie tylko materiałów elitarnych).

Wiele wskazuje na to, że obecna mała pojemność rynku sadzeniaków ziemniaka wynika ze słabo rozwiniętych kanałów dystrybucji. Wydaje się, że w rejonach towarowej produkcji ziemniaków (rejon Sieradza, Kalisza, Wrocławia, Poznania itp.) można byłoby sprzedawać znacznie więcej kwalifikowanych sadzeniaków. Należy jednak dotrzeć do potencjalnych odbiorców z ofertą i z towarem. Tworzenie własnych kanałów dystrybucji sadzeniaków mogłoby polegać na organizacji na terenie całego kraju (ze szczególnym uwzględnieniem zachodnich części kraju) sieci wyłącznych dystrybutorów sadzeniaków np. po jednym przedstawicielu w każdej gminie. Wyłącznymi dystrybutorami mogłyby być również wybrane przedsiębiorstwa zaopatrzenia rolnictwa.

Prowadzenie odpowiedniej polityki nasiennej w stosunku do własnych odmian

polegać powinno na koncentrowaniu się w reprodukcji, a następnie promocji na kilku wybranych odmianach w ramach poszczególnych kierunków użytkowania. Te najlepsze odmiany stanowiłyby “lokomotywy” sprzedaży pozostałych odmian, które wypełniałyby tzw. nisze rynkowe. Koncentracja na kilku odmianach, oprócz ułatwienia obrotu, umożliwia efektywną promocję i tworzenie pozytywnego wizerunku odmiany wśród potencjalnych odbiorców (trudno bowiem promować dwadzieścia odmian - odbiorca przekazu nie zapamięta żadnej nazwy). Propozycję wybranych odmian zawiera tabela 3.

Hodowla twórcza byłaby ukierunkowana na tworzenie odmian lepiej spełniających wymagania rynku w ramach poszczególnych grup użytkowych.

## **POSZUKIWANIE POWIĄZAŃ Z ODBIORCAMI SADZENIAKÓW W KRAJU I ZAGRANICĄ**

Popyt na sadzeniaki ze strony dominujących w Polsce drobnych producentów wykazuje dużą zmienność w poszczególnych latach. Uzasadnione jest zatem poszukiwanie trwałych powiązań kooperacyjnych, w tym również powiązań kapitałowych z zakładami przetwórczymi. Celem tej współpracy byłoby zapewnienie sobie pewnych rynków zbytu poprzez dostarczenie sadzeniaków plantatorom kontraktującym surowiec dla zakładów przetwórczych. W ramach tych powiązań należałoby również uwzględnić możliwość prowadzenia hodowli zachowawczej i reprodukcji odmian obcych (zagranicznych). Należałoby traktować taką działalność nie jako konkutowanie z samym sobą, lecz jako zabezpieczenie stałych dochodów, które następnie mogłyby być przeznaczone na rozwój reprodukcji odmian własnej hodowli. Dla mniejszych zakładów przetwórczych przedsiębiorstwa nasienne mogłyby organizować również zaplecze surowcowe, zawierając umowy z grupami rolników.

Krajowy rynek może okazać się, zwłaszcza w niektórych latach, zbyt mały dla wchłonięcia rozwiniętej reprodukcji sadzeniaków. Dlatego wskazane byłoby zorganizowanie działu handlu zagranicznego. Zadaniem działu byłoby wyszukiwanie zagranicznych rynków zbytu, zwłaszcza w krajach Europy Środkowej i Wschodniej, krajach śródziemnomorskich itp. Oprócz eksportu sadzeniaków, firmy nasienne powinny poszukiwać również rynków zbytu ziemniaków jadalnych. Przykładowo mogą być czynione próby ewentualnego organizowania dostaw dużych partii ziemniaków dostarczanych np. do Rosji w ramach kontraktów za surowce energetyczne.

## **WDROŻENIE ORIENTACJI MARKETINGOWEJ**

Istotnym elementem realizowanej strategii powinno być wdrożenie w jednostce orientacji marketingowej. Dotychczas firmy hodowlane działały raczej w ramach orientacji produkcyjnej lub sprzedażowej, to znaczy produkowały materiały w ilości uwarunkowanej możliwościami technicznymi, a później zabiegały o ich sprzedaż. Orientacja marketingowa polega na wcześniejszym ukierunkowaniu produkcji pod potrzeby i wymagania potencjalnych rynków zbytu oraz aktywnym oddziaływaniu na nie za pomocą zintegrowanego zestawu instrumentów marketingowych. Chodzi m. in. O dostarczenie markowego produktu wysokiej jakości z towarzyszącymi mu usługami (np. transport do odbiorcy, przechowywanie, doradztwo technologiczne), kształtowaniu ceny i rozwoju kredytowania dostaw, rozwoju odpowiednich kanałów dystrybucji, oddziaływania odpowiednimi narzędziami promocyjnymi. W jednostce zorientowanej na rynek i nabywcę funkcje marketingowe zyskują priorytet nad pozostałymi funkcjami. Głównym celem takiej firmy jest dostarczenie zysku poprzez pozyskiwanie lojalnych grup klientów [Kotler 2000].

Częścią realizowanego programu operacyjnych działań marketingowych byłoby kreowanie marki (znaku handlowego) i szeroka promocja odmian. Pod marką przedsiębiorstwa sprzedawane byłyby zarówno materiały nasienne jak i jadalne. Dotychczas na rynku ziemniaka brak było przejawów promocji. Pierwszą skuteczną akcją promocyjną było upowszechnienie odmiany holenderskiej “Sante” przez przedstawiciela firmy Agrico. Nowo wprowadzane odmiany ziemniaka, z których będzie składała się oferta sprzedaży, na ogół nie są znane ani producentom, ani konsumentom. Dlatego niezbędne są nakłady na reklamę, informację, tworzenie pozytywnego wizerunku firm i odmian. Marka przedsiębiorstwa powinna kojarzyć się z doskonałym smakiem i innymi cechami jakościowymi (dla ziemniaków jadalnych) oraz gwarantowaną zdrowotnością, jakością, uczciwością i rzetelnością w interesach (dla nasiennych). W celu pobudzenia popytu krajowego rynku na ziemniaki jadalne, uzasadnione byłoby również prowadzenie promocji ziemniaków jako dietetycznego produktu żywnościowego.

## **DZIAŁALNOŚĆ NA RYNKU ZIEMNIAKA JADALNEGO**

Drugim, obok nasiennictwa kierunkiem ekspansji zintegrowanych przedsiębiorstw hodowlano-nasiennych zajmujących się ziemniakiem, byłaby działalność na rynku ziemniaka jadalnego. Oprócz zmniejszenia ryzyka jednostronnej produkcji nasiennej, celem byłoby kreowanie popytu na własne materiały nasienne. Polegałaby na podejmowaniu na dużą skalę konfekcjonowania ziemniaków jadalnych i dostarczaniu ich do sieci supermarketów w głównych aglomeracjach miejskich kraju.

Celowe byłoby również opracowanie zasad oraz wdrożenie przez przedsiębiorstwa ogólnokrajowych programów marketingowych ziemniaka jadalnego. Programy polegałyby na sprzedawaniu pod określoną własną marką kilku wybranych odmian ziemniaka, uprawianych i przechowywanych z zachowaniem ścisłych reżimów technologicznych, zabezpieczających wysokie standardy jakościowe bulw (np. przewyższające wymogi wynikające z Polskiej Normy). Początkowo program obejmowałby ziemniaki własne przedsiębiorstw, a później licencja mogłaby być również sprzedawana zewnętrznym przedsiębiorstwom lub grupom producentów dostarczającym ziemniaki jadalne do detalu lub dla innych odbiorców.

## **PODSUMOWANIE I WNIOSKI**

Istotne przesłanki gospodarcze przemawiają za odbudową krajowego nasiennictwa roślin rolniczych, w tym ziemniaka. Rozwój ten należy oprzeć na lepiej dostosowanych do warunków przyrodniczych i poziomu intensywności rolnictwa, polskich odmianach. Dominującą formą organizacyjną powinny być przedsiębiorstwa hodowlano-nasienne. W związku z rosnącą konkurencją zagraniczną, istnieje pilna potrzeba wdrożenia, zaproponowanych w pracy, elementów strategii rynkowej, zwiększających zdolności konkurencyjne krajowych przedsiębiorstw.

Jednocześnie należy dążyć do zmniejszania obiektywnych i subiektywnych barier rozwoju krajowego sektora nasiennictwa ziemniaka. Dotychczas, mimo deklaracji, przedsiębiorstwa znikomą część swojej aktywności kierują na działalność związaną z rozwojem rynku. Oprócz pokonywania oporów kierownictw przedsiębiorstw, dotyczących rezygnacji z nastawienia na hodowlę, produkcję i sprzedaż, natomiast działania zgodnie z zasadami orientacji marketingowej oraz realizowania strategii ekspansji rynkowej, potrzebne jest wsparcie tych procesów ze strony polityki państwa.

## PIŚMIENNICTWO

1. Beukema H.P., van der Zaag D.E. 1989. Introduction to potato production. Pudoc, Wageningen: 208 ss.
2. Chotkowski J., Rembeza J. 1999. Kierunki przekształceń w nasiennictwie w aspekcie wzrostu konkurencyjności rolnictwa. *Biuletyn IHAR* 210: 13-20
3. Duczmal K.W. 2001. Rozważania o przyszłości krajowego przemysłu nasiennej. *Postępy Nauk Rolniczych* 1: 119-132
4. Kostiwn M., Rembeza J., Chotkowski J., Turska E., Ratuszniak E. 1994. Kierunki zmian hodowli i nasiennictwa ziemniaka. *Hodowla Roślin i Nasiennictwo* 4-5: 29-38.
5. Kotler Ph. 2000. Marketing. Analizowanie, planowanie, wdrażanie i kontrola. PWE, Warszawa: 732 ss.
6. Laverack G.K. 1994. Management of breeders seed production. *Seed Science Technology* 22: 551- 563
7. Olejniczak J. 1996. Stan i perspektywy hodowli roślin po restrukturyzacji przedsiębiorstw. *Hodowla Roślin i Nasiennictwo* 1: 1-3
8. Oleksiak T. 2002. Rynek nasion (w:) Rynek środków produkcji i usług dla rolnictwa. Stan i perspektywy. Analizy rynkowe Nr 22: 35-41
9. Rembeza J., Chotkowski J. 1995. Ekonomia i rynek ziemniaków w Polsce na tle innych krajów. *Biuletyn Instytutu Ziemniaka* 45: 73-85
10. Turska E., Chotkowski J. 2002. Potato seed production – current problems and development trends. *Annals of Warsaw Agricultural University - SGGW. Agriculture* 43: 33-38

## THE FORMATION OF MARKET STRATEGIES FOR THE POTATO BREEDING AND SEEDING COMPANIES

**Abstract.** This article presents the potato breeding and seeding companies, what illustrates the premises of the market strategy's conception of seed industry in Poland. The strategy of those companies should include the following major elements:

- concentration of their potential,
- adequate seeding policy,
- development of distribution network,
- searching for new markets, also for constant ties with purchasers,
- introduction marketing orientation,
- activity on potato market,

Outlined directions of business activity may prove useful in Polish seeding industry and also in other Middle-East European countries, which face problems of strengthening their market positions.

**Key words:** market, marketing, strategy, breeding and seeding companies, potato.

Jacek Chotkowski, Jerzy Rembeza; Instytut Hodowli i Aklimatyzacji Roślin, Pracownia Badań Rynkowych, 76-009 Bonin k. Koszalina, tel. (094) 342 30 31 w. 233, e-mail: [jrembeza@poczta.onet.pl](mailto:jrembeza@poczta.onet.pl)



## Aneks - Tabele

Tabela 1. Wskaźniki produkcji nasiennej ziemniaka w Polsce na tle wybranych krajów - 2001 rok  
Table 1. The indexes of potato seed production in Poland compared to chosen countries - 2001

| Wyszczególnienie                                          | Polska | Niemcy | W. Brytania | Holandia |
|-----------------------------------------------------------|--------|--------|-------------|----------|
| Powierzchnia uprawy ogółem (tys. ha)                      | 930    | 280    | 168         | 169      |
| Powierzchnia nasienna (ha)                                | 6974   | 18627  | 15014       | 37180    |
| Przeciętna roczna produkcja sadzeniaków (ton)             | 90     | 400    | 400         | 1000     |
| Produkcja sadzeniaków na 1 ha powierzchni ziemniaka (ton) | 0,1    | 1,4    | 2,3         | 5,9      |

Źródło: GUS, EUROSTAT, szacunek własny

Tabela 2. Główne elementy strategii rynkowej przedsiębiorstw hodowlano-nasiennych ziemniaka  
Table 2. Main elements of the marketing strategy of potato breeding and seeding companies

| Numer | Nazwa elementu                                                                                                          |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Integracja strategii rynkowej i koncentracja potencjału                                                                 |
| 2.    | Rozwój własnego systemu reprodukcji materiałów elitarnych do klasy A                                                    |
| 3.    | Tworzenie ogólnokrajowej sieci wyłącznych dystrybutorów                                                                 |
| 4.    | Kreowanie marki (znaku handlowego) i wizerunku firmy oraz szeroka promocja odmian                                       |
| 5.    | Promocja ziemniaka jako dietetycznego produktu żywnościowego                                                            |
| 6.    | Konfekcjonowanie ziemniaków jadalnych jako metoda kreowania popytu na własne sadzeniaki                                 |
| 7.    | Kooperacja z zakładami przetwórczymi                                                                                    |
| 8.    | Poszukiwanie rynków zbytu na sadzeniaki i ziemniaki jadalne za granicą                                                  |
| 9.    | Ukierunkowanie polityki nasiennej i działalności marketingowej                                                          |
| 10.   | Wdrożenie orientacji marketingowej w przedsiębiorstwie                                                                  |
| 11.   | Opracowanie i wdrożenie programu marketingowego ziemniaka jadalnego                                                     |
| 12.   | Dywersyfikacja ryzyka ekonomicznego poprzez podejmowanie innych kierunków działalności biznesowej, w tym pozarolniczych |

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 3. Propozycja wiodących odmian ziemniaka w zintegrowanych przedsiębiorstwach hodowlano-nasiennych  
Table 3. The proposition of leading potato varieties in the integrated breeding and seeding companies

| Grupa użytkowa odmian           | Spółka AWRSP    | Spółka IHAR   |
|---------------------------------|-----------------|---------------|
| Na bardzo wczesny zbiór         | Irys,           | Denar, Orlik  |
| Jadalne                         | Bryza, Zebra    | Bila, Balbina |
| Na przetwory spożywcze          | Salto, Mila     | Aster, Kuba   |
| Na przetwory skrobiowe          | Hinga, Glada    | Bzura, Cedron |
| Posiadające białą barwę miąższu | Irga, Wiking    | Alicja        |
| Wysokopienne                    | Wawrzyn, Syrena | Beata, Bartek |

Źródło: Opracowanie własne

# **PERSPEKTYWY KREDYTOWANIA GOSPODARSTW ROLNICZYCH PRZEZ BANKI SPÓŁDZIELCZE W OBSZARZE ROLNICTWA ROZDROBNIONEGO**

**Ryszard Kata**

**Streszczenie.** Celem opracowania jest przedstawienie opinii prezesów banków spółdzielczych na temat uwarunkowań kredytowania gospodarstw rolniczych w obszarze rolnictwa rozdrobnionego (na przykładzie regionu podkarpackiego). Na bazie ich wypowiedzi podjęto próbę określenia czynników stymulujących i ograniczających rozwój działalności finansowej banków w tej sferze, a także formułowania typów strategii, jakie BS zamierzają przyjmować w zakresie kredytowania gospodarstw rolniczych. Ponadto podjęto próbę określenia działań, jakie banki są gotowe podjąć dla umocnienia swojej pozycji w tym segmencie rynku oraz pozyskania nowych klientów. Charakter i skala planowanych działań wskazują, na ile banki są skłonne reagować na płynące z otoczenia szanse i zagrożenia.

**Słowa kluczowe:** banki spółdzielcze, kredytowanie gospodarstw rolniczych, kredyt rolny, rolnictwo rozdrobnione

## **WSTĘP**

Usytuowanie banków spółdzielczych w środowisku wiejskim, predysponuje je do szczególnej roli w finansowaniu rolnictwa. Decyduje o tym ich dobry społeczny wizerunek, doświadczenie i tradycje działalności w sferze rolnictwa oraz asymilacja z lokalnym środowiskiem. Banki spółdzielcze (BS) winny być zainteresowane kredytowaniem rolnictwa, zarówno z uwagi na bieżące motywacje finansowe, jak i możliwość umacniania pozycji banku na lokalnym rynku finansowym, czyniąc go w oczach lokalnej społeczności „swoim bankiem”. Taki wizerunek, jest niezwykle istotnym elementem przewagi jaką banki spółdzielcze posiadają konkurując na lokalnych rynkach finansowych z pośrednikami komercyjnymi. Bardzo dobre (lepsze od przeciętnych dla całego sektora bankowego) wyniki ekonomiczno–finansowe banków spółdzielczych notowane w ostatnich latach [Sytuacja... 2001], są zapewne jednym z efektów tej przewagi.

Działalność kredytowa stanowi podstawową formę zarobkowania banku i ma decydujący wpływ na jego wynik finansowy i kondycję ekonomiczną. Zasadniczym zagadnieniem dla każdego banku jest więc określenie strategii działalności kredytowej [Kata, Rogowski 1999]. W zakresie finansowania rolnictwa strategię banku spółdzielczego należy postrzegać nie tylko przez pryzmat wagi jaką zajmuje rolnictwo w jego działalności kredytowej, ale także szerzej w kontekście jego misji jako lokalnej

instytucji finansowej [Szwejkowski 2001]. Planowanie strategiczne w tym zakresie powinno dostarczyć odpowiedzi na następujące kwestie:

- co bank winien robić, aby działać efektywniej i coraz lepiej realizować swą misję,
- jakie są wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania osiągnięcia pożądanego stanu w przyszłości, tj. wzrostu skali i efektywności finansowania gospodarstw rolniczych.

Rolnictwo nie jest łatwym segmentem działalności finansowej banków. Wynika to ze specyfiki produkcji rolnej, na którą zdaniem H. Seustera składają się:

- wysoki stopień uzależnienia produkcji rolniczej od warunków przyrodniczych (wpływ środowiska naturalnego, zależność od biologicznych właściwości organizmów żywych),
- dominujący udział ziemi w zasobie czynników produkcji,
- przeciętnie mała skala działalności w większości gospodarstw rolniczych i ich rozproszenie terytorialne,
- osobowość kredytobiorców [Seuster 1981].

Wpływ czynnika przyrodniczego przejawia się poprzez występowanie z reguły długich cykli produkcyjnych oraz niemożność elastycznego regulowania procesów produkcji. Dla kredytodawcy oznacza to konieczność zaakceptowania dłuższych okresów zaangażowania kapitału oraz podwyższonego ryzyka, będącego pochodną, zarówno obiektywnych czynników przyrodniczych (wpływających na sezonowość, cykliczność, ale i końcowy efekt produkcji rolnej), jak i specyfiki rynku rolnego wrażliwego na zmiany w podaży produktów rolnych oraz wpływ czynników makroekonomicznych. Dominujący udział ziemi w strukturze aktywów gospodarstw rolnych i zasobach czynników produkcji, a także duży udział trwałego majątku rzeczowego (budynki, budowle, maszyny) wpływa na wysokie zapotrzebowanie na kapitał długoterminowy, tworzący fundusz inwestycyjny. Taka struktura aktywów decyduje o ich niskiej elastyczności, prowadzi do wzrostu kosztów stałych, a te z kolei podwyższają ryzyko działalności związane z wahaniami koniunktury na rynku rolnym [Podstawka, Nawrocki 2001]. Niska mobilność ziemi i innych aktywów trwałych zaangażowanych w rolnictwie ogranicza możliwości ich wykorzystania na zabezpieczenie kredytów, zwłaszcza przy słabo rozwiniętym rynku ziemi i nieruchomości rolnych [Kulawik 1995].

Zapotrzebowanie na kredyty w rolnictwie zależy od jego fazy rozwoju, charakterystyki strukturalnej oraz jakości infrastruktury ekonomicznej otaczającej ten sektor. Jeżeli zasoby ziemi użytkowane przez gospodarstwa rolnicze są niskie, ich kontakty z rynkiem luźne, wyposażenie w kapitał trwałe słabe, a infrastruktura ekonomiczna słabo rozwinięta, to zapotrzebowanie na kapitał pracujący i inwestycyjny jest bardzo małe. Wtedy wiele gospodarstw w ogóle nie potrzebuje kredytu z formalnego (zinstytucjonalizowanego) rynku kredytowego [Kulawik 2000]. Sytuacja taka jest charakterystyczna dla rolnictwa rozdrobnionego. Kredytowanie tego typu rolnictwa, wiąże się z niskim i rozproszonym popytem kredytowym rolników, co podnosi koszty transakcji udzielenia i monitorowania kredytów, zaś silna koncentracja funkcji ekonomicznych i pozaekonomicznych w rolniczym gospodarstwie rodzinnym, wiąże się z potencjalnym zagrożeniem wykorzystania kredytu rolnego na cele konsumpcyjne [Józwiak 1999]. Skoncentrowanie w gospodarstwach rodzinnych w rękach kierownika funkcji właściciela, zarządzającego i wykonawcy, wpływa z kolei, na ukształtowanie się w tym sektorze określonego typu kredytobiorcy, często skoncentrowanego na aspektach produkcyjnych. Odbija się to niekorzystnie na zdolnościach menedżerskich i umiejętnościach posługiwania się kategoriami finansowymi co dodatkowo utrudnia finansowanie tego sektora.

## **CEL I METODYKA BADAŃ**

Przedmiotem opracowania jest analiza opinii kierownictwa banków spółdzielczych na temat perspektyw finansowania gospodarstw rolniczych w obszarze rolnictwa rozdrobnionego. Materiał empiryczny do analizy uzyskano w drodze ankietyzacji BS regionu podkarpackiego, którą przeprowadzono na przełomie 2000 i 2001 roku (Ankieta była elementem szerszych badań w ramach grantu KBN (2 H02C 004 22) pt. „Rola banków spółdzielczych w finansowaniu gospodarstw rolniczych (na przykładzie regionu podkarpackiego)”, realizowanego po kierunku dr hab. Adama Czudeca, prof. UR).

Na badania o charakterze całościowym pozytywnie odpowiedziało 35 prezesów banków spółdzielczych, reprezentujących 55% populacji podkarpackich BS (58% sumy ich kapitałów własnych). W badaniach zastosowano metodę analizy strategicznej SWOT.

Celem badań było określenie stymulantów i ograniczeń, które wpływają lub mogą wpływać na różnicowanie skali i dynamiki działalności finansowej banków w sferze rolnictwa. Podjęto także próbę formułowania typów strategii jakie BS zamierzają realizować w tym segmencie rynku. Celem badań było również określenie pożądanych działań banków, które sprzyjałyby podniesieniu poziomu i efektywności ich relacji finansowych z gospodarstwami rolniczymi.

## WYNIKI BADAŃ

Niestabilność otoczenia stawia przed bankami wyzwania, na które mogą one reagować w dwojaki sposób – wychodzić naprzeciw zmianom w otoczeniu i poszukiwać w nich nowych szans bądź biernie dostosowywać się do zachodzących zmian, odwołując się do decyzji o charakterze strategicznym [Harasim 2000].

Tabela 1. Szanse i zagrożenia rozwoju działalności kredytowej banków spółdzielczych w sferze rolnictwa – w opinii kierownictwa podkarpackich BS (*kolejność wg liczby wskazań*)

Table 1. Odds and threats of development of bank credit activities in sphere of agriculture - in opinion of management cooperative banks

(*order according to numbers of indications*)

| Regionalne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Pozaregionalne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SZANSE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1. Rozwój przetwórstwa rolno-spożywczego.<br>2. Przedsiębiorczość społeczności lokalnej.<br>3. Możliwe przyspieszenie przekształceń strukturalnych w rolnictwie regionu.<br>4. Walory środowiska naturalnego regionu.<br>5. Rozwój współpracy przygranicznej z Ukrainą i Słowacją (handel żywnością).<br>6. Pozyskanie środków pomocowych z UE na rozwój wsi i rolnictwa regionu oraz aktywizacja rolników w tym aspekcie.<br>7. Przywiązanie rolników do ziemi i chęć rozwoju gospodarstw.                                                                                                                                                                                                                                        | 1. Możliwa poprawa koniunktury na wsi.<br>2. Pozyskanie funduszy przedakcesyjnych UE na restrukturyzację rolnictwa, zaś po integracji korzystanie przez rolników z dobrodziejstw WPR.<br>4. Ustabilizowanie pozycji banków spółdzielczych przez nową ustawę.<br>5. Korzystne dla rolników regulacje podatkowe (VAT, akcyza od paliw).<br>6. Stworzenie prawnych możliwości tworzenia i rozwoju grup producenckich.                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>ZAGROŻENIA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1. Strukturalne rozdrobnienie rolnictwa i będąca tego skutkiem słabość ekonomiczna gospodarstw.<br>2. Trudności w zbyciu produktów rolnych (upadek jednostek skupu i przetwórstwa).<br>3. Niski popyt na kredyty rolne i nadmierne jego zdetalizowanie.<br>4. Niska zdolność kredytowa gospodarstw oraz trudności w zabezpieczeniu kredytów.<br>5. Słaby rozwój gospodarczy regionu i będące tego skutkiem ograniczenia rynku pracy.<br>6. Ubożenie społeczeństwa na wsi.<br>7. Postępująca likwidacja wielu gospodarstw rolnych, ograniczanie produkcji rolnej.<br>8. Słabe kontakty rolników z otoczeniem rynkowym i ich słaba pozycja przetargowa.<br>9. Wysokie koszty produkcji i jej niższa wydajność na obszarach górskich. | 1. Spadek opłacalności produkcji rolniczej.<br>2. Brak spójnej polityki rolnej i rozwoju obszarów wiejskich (polityka niekorzystna dla małych gospodarstw).<br>3. Malejąca pomoc budżetowa dla procesów rozwojowych w rolnictwie.<br>4. Destabilizacja interwencjonizmu kredytowego;<br>- brak stabilnych przepisów,<br>- rozbudowana sprawozdawczość,<br>- ciągle zapowiedzi redukcji dopłat,<br>- zbyt sztywne zasady udzielania kredytów z poszczególnych linii,<br>- uzależnienie od czynników politycznych.<br>5. Brak ochrony rynku wewnętrznego przed dotowaną żywnością z UE.<br>6. Wysokie stopy procentowe (drogi kredyt). |

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ankietowych.*

Obok wewnętrznych możliwości i preferencji banków spółdzielczych perspektywy finansowania rolnictwa determinują czynniki otoczenia zewnętrznego, które można postrzegać w wymiarze mikrootoczenia i makrootoczenia banków. W aspekcie oddziaływań na działalność finansową BS w sferze rolnictwa, do pierwszej grupy należy zaliczyć czynniki o charakterze regionalnym, kształtujące lokalny rynek finansowy, stanowiące o potencjale lokalnej gospodarki i strukturze rolnictwa regionu. Natomiast czynniki makrootoczenia mają charakter pozaregionalny i wynikają z sytuacji ogólnoeconomicznej i polityki rolnej.

Wśród czynników regionalnych, mogących sprzyjać działalności finansowej BS w sferze rolnictwa prezesi banków stawiali na czele możliwość rozwoju przetwórstwa rolno-spożywczego, które w regionie ma duże tradycje i spory potencjał bazy surowcowej (tab. 1). Do czynników sprzyjających zaliczano również przedsiębiorczość społeczności lokalnej oraz aktywność gospodarczą i zaradność samorządów. Szansą dla rozwoju aktywności ekonomicznej ludności są z kolei atrakcyjne walory ekologiczne regionu (np. w aspekcie rozwoju agroturystyki), a także jego położenie w sąsiedztwie Ukrainy i Słowacji. Szansę na wzrost finansowania gospodarstw rolniczych bankowcy postrzegali także w możliwości pozyskania środków pomocowych UE na rozwój wsi i rolnictwa regionu oraz aktywizacji rolników w tym aspekcie. Prezesi banków uważali, że nawet jeśli BS będą wyłączone z bezpośredniego udziału w dystrybucji środków unijnych, to i tak w wielu projektach będzie możliwy ich udział w montażu finansowym potrzebnym do prefinansowania przedsięwzięć inwestycyjnych realizowanych przez rolników, wiejskich przedsiębiorców lub samorządy lokalne (zgodnie np. z regułami programu SAPARD beneficjent otrzyma zwrot części poniesionych nakładów dopiero po zakończeniu realizacji inwestycji, którą najpierw sam musi sfinansować). Poza tym środki kierowane w ramach programów przedakcesyjnych na wsparcie inwestycji w gospodarstwach rolnych, a także na rozwój przetwórstwa rolno-spożywczego, czy też poprawę infrastruktury wiejskiej będą aktywizować cały teren i w tym sensie poprawiać koniunkturę również dla BS. Szansa pozyskania funduszy przedakcesyjnych, a dalej dopłat bezpośrednich i funduszy strukturalnych UE, znalazła się również w grupie stymulatorów pozaregionalnych (tab. 1). Wynikało to stąd, iż niektórzy respondenci traktowali ją w kategoriach makrootoczenia, inni zaś

umieszczając ją wśród szans regionalnych podkreślali jej współzależność (m. in. możliwą wysokość pozyskania środków) od cech strukturalnych rolnictwa regionu.

Mierząc szanse i zagrożenia liczebnością wskazań należy zaznaczyć, iż prezesi BS przypisywali zagrożeniom znacznie większą wagę. Wśród nich na czoło czynników regionalnych, wysuwali dysfunkcje strukturalne rolnictwa podkarpackiego (m. in. rozdrobnienie gospodarstw, ich niską towarowość i słabe związki z rynkiem, przestarzałe technologie, słabe wykształcenie rolników). Ich konsekwencją jest słaba kondycja ekonomiczna większości gospodarstw, co skutkuje zaniechaniem procesów inwestycyjnych, niskim popytem na kredyty i nadmiernym jego zdetalizowaniem. Powszechny jest problem braku zdolności kredytowej rolników i dobrych form zabezpieczeń kredytów. Zagrożenia tkwią także w bezpośrednim otoczeniu rolnictwa i słabości całej lokalnej gospodarki. Bankowcy wskazywali również na brak wsparcia dla rolnictwa na obszarach górskich i podgórskich, takiego jakim objęte jest ono w krajach UE.

Bankowcy uzależniali perspektywę finansowania rolnictwa od koniunktury w tym sektorze, nie wykluczając ani pozytywnego, ani też negatywnego scenariusza zmian. Podobnie brak spójnej, systemowej polityki rolnej i programu rozwoju obszarów wiejskich, był traktowany jako istotne zagrożenie. Z drugiej strony zaś ewentualna zmiana tej sytuacji (korzystna dla rozdrobnionego rolnictwa) stanowiłaby szansę dla rozwoju działalności finansowej BS w tym segmencie rynku. Po stronie zagrożeń, bankowcy postrzegali także malejące wsparcie budżetowe dla restrukturyzacji i modernizacji rolnictwa oraz destabilizację interwencjonizmu kredytowego, przejawiającą się w narastającej biurokracji, niestabilnych regułach i nieterminowości dopłat agencyjnych oraz nadmiernym upolitycznieniu systemu. Odwrócenie tych trendów w polityce kredytowej wobec rolnictwa traktowane było przez respondentów, jako warunek wzrostu zaangażowania finansowego banków w tej sferze.

Tabela 2. Opinie kierownictwa banków spółdzielczych na temat strategii jaką winien przyjąć bank w zakresie finansowania rolnictwa

Table 2. Opinions of management of cooperative banks on theme of strategy which bank intend to accept in the range of financing agriculture

| Typ strategii                                              | Odsetek wskazań prezesów BS |                          |                    |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------|
|                                                            | Ogółem                      | działających na obszarze |                    |
|                                                            |                             | wiejskim*                | miejsko-wiejskim** |
| 1. PASYWNA<br>- bank winien ograniczać swoje zaangażowanie | 2,9                         | 0,0                      | 9,1                |

|                                                                                                                                                                                     |              |              |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| finansowe w tej sferze z uwagi na malejącą rentowność kredytowania rolnictwa i związane z tym wysokie ryzyko.                                                                       |              |              |              |
| 2. NEUTRALNA<br>- poziom zaangażowania w finansowanie rolnictwa bank winien uzależniać od poziomu interwencjonizmu budżetowego i środków pomocowych kierowanych do tej sfery.       | <b>68,6</b>  | 58,3         | 90,9         |
| 3. AKTYWNA<br>- bank będzie zainteresowany kreowaniem popytu na kredyty poprzez obniżanie swojej marży, przejęcie części ryzyka, uproszczenie procedur, działania marketingowe itp. | <b>28,5</b>  | 41,7         | 0,0          |
| <i>Razem</i>                                                                                                                                                                        | <i>100,0</i> | <i>100,0</i> | <i>100,0</i> |

\* BS działające na obszarze gmin wiejskich,

\*\* BS których centrala lub oddziały są umiejscowione na terenie miasta.

Źródło: Jak w tabeli 1.

Podsumowaniem diagnozy strategicznej SWOT było formułowanie typu strategii jaką w zakresie finansowania gospodarstw rolniczych winny – w opinii ich kierownictwa -realizować banki spółdzielcze (tab. 2). Rozkład wariantów strategii deklarowanych przez prezesów BS, wskazuje na ich dużą ostrożność w aktywnym podejściu do tej sfery rynku kredytowego. Analiza wypowiedzi respondentów pokazuje, iż przesłanką do wyboru neutralnego i pasywnego typu strategii było przekonanie o ograniczonych możliwościach popytowych gospodarstw rolniczych w zakresie kredytów oraz trudnościach jakie napotykają procesy przemian strukturalnych w rolnictwie regionu. To skłaniało większość prezesów BS do przyjmowania postawy silnego wiązania zaangażowania banku w finansowanie rolnictwa od poziomu środków kierowanych do tego sektora z źródeł budżetowych i pozabudżetowych (w tym środków unijnych). Charakterystyczne jest, iż prezesi banków małych, funkcjonujących wyłącznie na obszarze wiejskim wykazywali większą skłonność do przyjmowania strategii aktywnej. Wynika to zapewne z faktu, iż banki te są silnie związane z środowiskiem wiejskim, a rolnictwo wciąż bardzo mocno waży w ich działalności finansowej. Natomiast prezesi banków dużych, wielooddziałowych, których obszar działalności obejmował również miasta, wykazywali większy sceptycyzm w tym zakresie. Zdecydowana większość z nich przyjmowała opcję neutralną, co nie może dziwić w świetle danych, które wskazują, iż udział rolnictwa w działalności kredytowej tych banków nie przekraczał na ogół 30% i wykazywał w badanym okresie tendencję malejącą. Mając większą możliwość lokowania kapitału w innych sferach, banki te dywersyfikowały portfel kredytowy, unikając tak silnego uzależnienia od rolnictwa jak to miało miejsce w przypadku banków małych, działających w gminach wiejskich. Niemniej dla wszystkich BS rolnictwo pozostawało wciąż bardzo istotnym segmentem rynku finansowego. W większości



banków kredyty rolne zajmowały drugą pozycję (po kredytach dla osób fizycznych) w strukturze należności kredytowych. Jedynie zatem 2,9% prezesów BS deklaroowało strategię ograniczania zaangażowania finansowego w rolnictwie.

Niezależnie od wariantu deklarowanej przez BS strategii finansowania rolnictwa, wszystkie banki zainteresowane były umacnianiem swojej pozycji w tym segmencie rynku oraz pozyskiwaniem nowych klientów. Pośród działań jakie BS zamierzały podejmować dla realizacji tych celów najczęściej, tj. 60% banków deklaroowało przedsięwzięcia prowadzące do poprawy jakości oraz rozszerzenia oferty usług bankowych dla rolników. W tym zakresie banki wyrażały gotowość uelastyczniania swojej oferty do potrzeb rolników, wdrażania nowych wyspecjalizowanych produktów i usług, a także wprowadzania kompleksowej obsługi bankowej gospodarstw rolnych (tab. 3). Co trzeci bank deklaroował wzmocnienie działań marketingowych ukierunkowanych na rolników, w tym także budowanie kanałów przepływu informacji pomiędzy bankiem a rolnikami. Gotowość obniżenia prowizji i opłat, a także elastycznego ustalania marż w stosunkach z rolnikami, deklaroował z kolei co czwarty BS.

Wśród działań wymienianych przez kierownictwo BS znalazło się również szereg takich, które można przypisać do zakresu całej działalności operacyjnej banku. Trudno się jednak nie zgodzić, iż działania prowadzące do wzmocnienia kapitałowego banku, czy też doskonalenia kadry i technik obsługi klienta nie wzmocnią również jego pozycji w sferze finansowania rolnictwa. W pakiecie działań banki uwzględniały poza tym pomoc konsultingową dla rolników (w szczególności w przygotowaniu projektów aplikacyjnych w ramach wsparcia finansowego z programów unijnych), zabieganie o wyższe limity kredytów preferencyjnych oraz uproszczenie procedur kredytowych. Deklarowały również współpracę z podmiotami zaopatrzenia rolnictwa w zakresie kredytowania sprzedaży ratalnej oraz podmiotami skupu produktów rolnych.

Tabela 3. Hierarchia działań zamierzonych przez banki spółdzielcze dla umocnienia pozycji w sferze finansowania rolnictwa i pozyskania nowych klientów

Table 3. Hierarchy of activities intentional by cooperative banks for improvement of one's position in the sphere of financing agriculture and gaining of new customers

| Lp | Rodzaj działań                                                                                                                                                          | Odsetek BS |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1. | Rozszerzenie oferty usług bankowych dla rolników;<br>- wprowadzenie nowych produktów i usług ukierunkowanych na rolników,<br>- dywersyfikacja oferty i jej elastyczność | 60,0       |

|     |                                                                                                                                                                         |      |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
|     | (dopasowanie do potrzeb rolnika),<br>- wprowadzenie kompleksowej obsługi<br>bankowej całokształtu obrotów pieniężnych<br>w gospodarstwach (np. rolników VAT-<br>owców). |      |
| 2.  | Poprawa jakości obsługi poprzez doskonalenie<br>kadry i technik obsługi klienta.                                                                                        | 34,3 |
| 3.  | Wzmocnienie działalności promocyjnej banku,<br>działania marketingowe ukierunkowane na<br>rolników, informacja.                                                         | 31,4 |
| 4.  | Obniżenie prowizji i opłat oraz ustalenie marży do<br>zaakceptowania przez obie strony transakcji<br>finansowej.                                                        | 25,7 |
| 5.  | Uproszczenie procedur ubiegania się o kredyt.                                                                                                                           | 20,0 |
| 6.  | Zabieganie o wyższe limity kredytów<br>preferencyjnych.                                                                                                                 | 20,0 |
| 7.  | Wzmocnienie kapitałowe banku.                                                                                                                                           | 14,3 |
| 8.  | Poprawa jakości produktów i usług bankowych.                                                                                                                            | 14,3 |
| 9.  | Pomoc rolnikom w przygotowaniu projektów<br>inwestycyjnych i wniosków kredytowych m. in.<br>w zabieganiu o środki unijne z programów<br>przedakcesyjnych.               | 11,4 |
| 10. | Współpraca z dostawcami środków do produkcji<br>rolnej w zakresie kredytowania sprzedaży<br>ratalnej oraz podmiotami skupu płodów rolnych<br>(finansowanie skupu).      | 11,4 |
| 11. | Poszerzenie sieci placówek.                                                                                                                                             | 8,6  |

*Źródło: Jak w tabeli 1.*

Reasumując, można założyć, iż wzmocnienie roli i efektywności BS w finansowaniu gospodarstw rolniczych, będzie uzależnione od aktywnego podejścia banków w zakresie oferty kredytowej kierowanej do rolników. Chodzi przede wszystkim o jej lepsze dopasowanie do potrzeb rolników - nie tylko w zakresie produkcji rolnej, ale również alternatywnych form aktywności gospodarczej, a także budowanie trwałych i solidnych relacji z rolnikami – klientami banku. Za niewątpliwy pozytyw należy uznać, iż znaczna część kierownictwa BS, dostrzega potrzebę takich działań i wyraża gotowość ich realizacji.

## WNIOSKI

1. Uwarunkowania regionalne, w szczególności wynikające z strukturalnego rozdrobnienia rolnictwa są postrzegane przez bankowców spółdzielczych jako bardzo istotne bariery we wzroście skali kredytowania gospodarstw rolniczych. Ich rezultatem jest niski popyt na kredyty rolne, a także nadmierne jego zdetalizowanie oraz wysokie jednostkowe koszty udzielania i obsługi kredytu. Wysokie jest również ryzyko kredytowe wynikające z słabości ekonomicznej gospodarstw (możliwość zaistnienia problemu zmienności kredytu, brak dobrych zabezpieczeń wiarygodności, brak twardych danych finansowych umożliwiających precyzyjne określenie zdolności kredytowej rolnika i ekonomicznej racjonalności

finansowanego przedsięwzięcia, przewaga orientacji produkcyjnej nad rynkową wśród użytkowników gospodarstw).

2. Banki spółdzielcze nie zamierzając zmniejszać swojej roli w finansowaniu gospodarstw rolniczych, jednocześnie wykazują dużą ostrożność w aktywnym podejściu do tej sfery rynku kredytowego. Wynika to z przekonania bankowców o ograniczonych możliwościach rolnictwa rozdrobnionego w zakresie popytu na kredyty oraz trudnościach, jakie napotykają procesy rozwojowe w tym sektorze. Skłania to banki do silnego wiązania perspektywy rozwoju ich działalności w tej sferze od poziomu i jakości interwencjonizmu kredytowego w rolnictwie oraz poprawy koniunktury i przyspieszenia przekształceń strukturalnych w sektorze.
3. Wzrostu poziomu kredytowania gospodarstw rolniczych (zwłaszcza inwestycyjnego), bankowcy oczekują w wyniku niezbędnej dynamizacji przekształceń strukturalnych w rolnictwie oraz poprawy koniunktury w tym sektorze. W opinii kierownictwa BS szansą na to może być napływ środków przedakcesyjnych UE przeznaczonych na rozwój wsi i rolnictwa, a następnie objęcie rolnictwa polityką strukturalną i dopłatami bezpośrednimi w ramach Wspólnej Polityki Rolnej. Bankowcy zwracają uwagę nie tylko na sam fakt otwarcia możliwości pozyskania środków unijnych, ale także na aktywizację rolników w tym aspekcie.
4. Wśród stymulantów rozwoju działalności kredytowej w rolnictwie bankowcy przypisują istotną wagę czynnikom psychospołecznym, takim jak duży potencjał przedsiębiorczości społeczności lokalnej oraz przywiązanie rolników do ziemi i chęć rozwoju gospodarstw.
5. Wśród działań jakie BS zamierzają podjąć dla rozwoju działalności kredytowej w sferze rolnictwa na czoło wysuwają się te, które zmierzać będą do indywidualizacji relacji finansowych z rolnikami oraz rozszerzenia i poprawy oferty finansowej banków w tym segmencie rynku.
6. Należy oczekiwać, iż w najbliższych latach redukcja protekcjonizmu budżetowego w polityce kredytowej w rolnictwie na rzecz wsparcia z funduszy unijnych (program SAPARD, a w dalszej kolejności fundusze strukturalne) wymuszać będą zmiany w strategii finansowania rolnictwa przez banki spółdzielcze.

## PIŚMIENNICTWO

1. Harasim J., 2000: Wpływ makrootoczenia na działania marketingowe banków detalicznych w Polsce, *Bank i Kredyt*, nr 05/00, s. 36-38.
2. Józwiak W., 1999: Ocena efektów kredytowania preferencyjnego w gospodarstwach osób fizycznych, *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, nr 4-5/99, s. 13-26.
3. Kata R., Rogowski J., 1999: Funkcje i efektywność kredytów inwestycyjnych w strukturze rolnictwa rozdrobnionego, *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, nr 24, Poznań, s. 28-36.
4. Kulawik J., 1995: Kapitał w rolnictwie, *Studia i monografie*, nr 76, IERiGŻ.
5. Kulawik J., 2000: Ograniczenia kredytowe w rolnictwie. Rodzaje, skutki i możliwości ich łagodzenia, *Bank i Kredyt*, nr 9/00, s. 31-41.
6. Podstawka M., Nawrocki T., 2001: Perspektywy kredytowania rolnictwa przez Bank Gospodarki Żywnościowej, Wyd. SGGW, Warszawa.
7. Seuster H., 1981: *Die Finanzierung des landwirtschaftlichen Unternehmens. Grundsätze und Möglichkeiten*. 2 Aufl. Verlag Parey, Hamburg und Berlin.
8. Sytuacja finansowa banków w okresie styczeń – wrzesień 2001 r., Synteza. GINB, NBP, Warszawa 2001.
9. Szwejkowski A., 2001: Banki spółdzielcze jako lokalne centra finansowe, *Bank Spółdzielczy*, nr 6-7/01, s. 2-5.

## PERSPECTIVES OF GIVING CREDIT FOR AGRICULTURAL FARMS BY COOPERATIVE BANKS IN AREA OF DISPERSION AGRICULTURE

**Abstract.** The aim of this elaboration is to present an opinion of cooperative banks presidents regarding to conditions of farms crediting in dispersed agriculture areas. According to the opinion there were determined some factors, that stimulate and limit the development of banks financial activities and creating of crediting strategies. In the article there were also determined some activities that banks are ready to undertake to strengthen their market position and to get new clients. The scale and character of planned activities point at degree in which banks are inclined to react to opportunities and threats.

**Key words:** cooperative banks, giving credit for agricultural farms, agricultural credit, dispersion of agriculture

*Ryszard Kata, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Ekonomii, Zakład Finansów, ul. Ćwiklińskiej 2, 35-601 Rzeszów, e-mail: akiear@univ.rzeszow.pl*

## WYKORZYSTANIE METODY WSKAŹNIKÓW I ANALIZY FOURIERA DO PROGNOZOWANIA INFLACJI REJESTROWANEJ W POLSCE

Joanna Kisielińska

**Streszczenie:** W artykule przedstawiono modele inflacji mierzonej wskaźnikiem cen towarów i usług konsumpcyjnych, zbudowane w oparciu o metody wskaźnikową oraz analizę Fouriera, pozwalające na zobrazowanie okresowości tego zjawiska. Dla każdej z metod skonstruowano model addytywny i multiplikatywny, oraz dokonano porównania modeli. Do porównań wykorzystano pierwiastek średniego błędu kwadratowego ex post prognoz wygasłych z lat 1991 – 2002, oraz średni błąd prognozy dla stycznia i lutego 2003. Obliczenia wykazały wyraźną przewagę modeli multiplikatywnych nad addytywnymi. Błąd z lat 1991 - 2002 był mniejszy dla metody wskaźnikowej, natomiast dokładniejszą prognozę na styczeń i luty 2003 uzyskano analizą Fourier. W artykule przedstawiono ponadto różne definicje inflacji i sposoby jej określania.

**Słowa kluczowe:** inflacja, analiza Fouriera, metoda wskaźnikowa

### WSTĘP

Jak podkreślają [Bauc, Belka, Czyżewska i Wojtyna 1996] zmiany wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych mają charakter sezonowy. Autorzy przyczyn tego dopatrują się w sezonowym charakterze zmian cen żywności, oraz „sezonowości” podwyżek cen urzędowych. O ile pierwszy czynnik z pewnością w dalszym ciągu ma istotne znaczenie, o tyle drugi ma raczej znaczenie historyczne. Ze względu na sezonowość wahań indeksu cen towarów i usług konsumpcyjnych, budowane modele muszą uwzględniać okresowy charakter jego zmian.

Celem niniejszego artykułu jest opracowanie modelu inflacji miesięcznej w Polsce w okresie po transformacji ustrojowej. Do jego utworzenia wykorzystane zostaną dwie metody - wskaźników, oraz analizy harmonicznej, zwanej także metodą Fouriera. Obydwa modele utworzono w oparciu o dane z lat 1991-2002. W pierwszych latach transformacji sytuacja gospodarcza i polityczna była jeszcze bardzo nieustabilizowana, co odbijało się także na poziomie i wahanach inflacji w tym czasie. Jeśli celem jest utworzenie modelu pokazującego tendencje i charakter zmian inflacji w ostatnich latach, zdecydowane lepsze wyniki uzyskuje się pomijając okres początkowy.

Uzyskane modele wykorzystane zostaną do zbudowania prognozy inflacji miesięcznej w roku 2003. Porównanie modeli dokonane zostanie w oparciu o faktyczną inflację w styczniu i lutym 2003 r., oraz na podstawie błędu ex post prognoz wygasłych z lat 1991-2002.

W obliczeniach wykorzystano przede wszystkim arkusz kalkulacyjny Excel oraz program STATISTICA do przeprowadzenia analizy Fouriera.

### POJĘCIE INFLACJI

Pojęcie inflacji jest najczęściej utożsamiane z wybranymi indeksami cen. Takie rozumienie jednak jest sprzeczne z klasyczną jej definicją: „inflacja jest procesem ciągłego wzrostu cen

lub – ujmując inaczej – ciągłego spadku wartości pieniądza” [Laidler, Parkin 1975]. Inflacja jest więc pewnym stałym procesem, a nie np. jednorazowym skokiem cen. Aby uniknąć niejednoznaczności wprowadzone zostały pojęcia inflacji bazowej i inflacji rejestrowanej. Inflacją bazową określa się „długookresowe tempo wzrostu cen w warunkach normalnego popytu i przy braków szoków podaźowych” [Woźniak 2001]). Inflacja rejestrowana natomiast to stopa wzrostu wskaźnika cen i usług konsumpcyjnych. Wyznaczenie inflacji bazowej prowadzi się oczywiście w oparciu o wybrane indeksy cen. W pracach Woźniaka 2001 i 2002 przedstawiono szereg metod wykorzystywanych w tym celu.

W dalszej części artykułu przez inflację rozumiana będzie inflacja rejestrowana, czyli indeks cen towarów i usług konsumpcyjnych.

Do obliczania inflacji, GUS wykorzystuje agregowany indeks cen typu Laspeyresa, określony wzorem [Woźniak 2002]):

$$i_t = \frac{\sum_{j=1}^N p_t^j \cdot q_{t-1}^j}{\sum_{j=1}^N p_{t-1}^j \cdot q_{t-1}^j} \quad (1)$$

gdzie:  $i_t$  - indeks cen towarów i usług konsumpcyjnych w okresie  $t$ ,

$N$  - liczba towarów kształtujących dany indeks,

$p_t^j$  - cena  $j$  - tego towaru, w okresie  $t$ ,

$q_{t-1}^j$  - ilość sprzedanego  $j$  - tego towaru, w okresie  $t$ .

Z powyższego wzoru wynika, że na inflację wpływ będą miały nie tylko zmieniające się ceny, ale również zmieniające się spożycie. W okresie  $t+1$ , wskaźnik cen obliczony bowiem zostanie w oparciu o wielkość spożycia w okresie  $t$ .

Wskaźnik cen to

warów i usług konsumpcyjnych publikowany jest co miesiąc w komunikatach prezesa Głównego Urzędu Statystycznego w Dziennikach Ustaw. W tabeli 1 przedstawione zostały jego wartości w latach 1989 – 2002. Indeks odniesiony jest do poprzedniego miesiąca, dla którego zakłada się wartość równą 100.

Na podstawie danych przedstawionych w tabeli 1 można sporządzić wykres, który wyraźnie wskazuje na okresowy charakter inflacji w Polsce w badanym okresie. Do analizy takiego typu szeregów czasowych wykorzystuje się dwie podstawowe metody analizy:

metodę wskaźników,

analizę harmoniczną.

Opis tych metod przedstawiony jest w pozycjach literatury dotyczących zagadnień prognozowania. Jako przykład można podać prace pod redakcją Cieślak 1997, Stańko 1999, Zielaś 1997 oraz dokumentacja programu Statistica 1997. Poniżej przedstawiony zostanie jedynie krótkie przedstawienie wykorzystanych metod.

Tabela 1. Wartości indeksu cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 1989 – 2002

Table 1. Price index from 1989 to 2002

| Rok  | I     | II    | III   | IV    | V     | VI    | VII   | VIII  | IX    | X     | XI    | XII   |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1989 | 111,0 | 107,9 | 108,1 | 109,8 | 107,2 | 106,1 | 109,5 | 139,5 | 134,4 | 154,8 | 122,4 | 117,7 |
| 1990 | 179,6 | 123,8 | 104,3 | 107,5 | 104,6 | 103,4 | 103,6 | 101,8 | 104,6 | 105,7 | 104,9 | 105,9 |
| 1991 | 112,7 | 106,7 | 104,5 | 102,7 | 102,7 | 104,9 | 100,1 | 100,6 | 104,3 | 103,2 | 103,2 | 103,1 |
| 1992 | 107,5 | 101,8 | 102,0 | 103,7 | 104,0 | 101,6 | 101,4 | 102,7 | 105,3 | 103,0 | 102,3 | 102,2 |
| 1993 | 104,1 | 103,4 | 102,1 | 102,3 | 101,8 | 101,4 | 101,1 | 102,3 | 102,5 | 101,9 | 104,0 | 105,6 |
| 1994 | 101,8 | 101,1 | 102,0 | 102,9 | 101,7 | 102,3 | 101,5 | 101,7 | 104,5 | 102,9 | 101,8 | 101,9 |
| 1995 | 104,1 | 102,1 | 101,7 | 102,3 | 101,8 | 101,0 | 99,1  | 100,4 | 103,0 | 101,8 | 101,3 | 101,5 |
| 1996 | 103,4 | 101,5 | 101,5 | 102,2 | 101,4 | 101,0 | 99,9  | 100,5 | 101,9 | 101,4 | 101,3 | 101,3 |
| 1997 | 102,9 | 101,1 | 100,8 | 101,0 | 100,6 | 101,5 | 99,8  | 100,1 | 101,4 | 101,1 | 101,2 | 101,0 |
| 1998 | 103,1 | 101,7 | 100,6 | 100,7 | 100,4 | 100,4 | 99,6  | 99,4  | 100,8 | 100,6 | 100,5 | 100,4 |
| 1999 | 101,5 | 100,6 | 101,0 | 100,8 | 100,7 | 100,2 | 99,7  | 100,6 | 101,4 | 101,1 | 100,9 | 100,9 |
| 2000 | 101,8 | 100,9 | 100,9 | 100,4 | 100,7 | 100,8 | 100,7 | 99,7  | 101,0 | 100,8 | 100,4 | 100,2 |
| 2001 | 100,8 | 100,1 | 100,5 | 100,8 | 101,1 | 99,9  | 99,7  | 99,7  | 100,3 | 100,4 | 100,1 | 100,2 |
| 2002 | 100,8 | 100,1 | 100,2 | 100,5 | 99,8  | 99,6  | 99,5  | 99,6  | 100,3 | 100,3 | 99,9  | 100,1 |

Źródło: Dane GUS.

## METODA WSKAŹNIKÓW I ANALIZA HARMONICZNA

Szereg czasowy tworzą wartości zmiennej w wielu chwilach czasu  $t$ . Zakłada się, że w szeregu tym wyróżnić można dwa elementy. Pewną funkcję czasu zwaną trendem lub tendencją rozwojową, oraz okresowe wahania obejmujące  $k$  chwil.

W metodzie wskaźnikowej występują dwa typy modeli - addytywny i multiplikatywny: Model addytywny jest następujący:

$$y(t, j) = y^*(t) + c(j) + \zeta_t \quad (2)$$

natomiast model multiplikatywny:

$$y(t, j) = y^*(t) \cdot c(j) \cdot \zeta_t \quad (3)$$

gdzie:  $t = 1, 2, \dots, n$  – czas,  $j = 1, 2, \dots, k$  jest fazą cyklu, którą można wyznaczyć dzieląc  $m$  modulo  $k$  ( $j = n \bmod k$ ),

$y(t, j)$ - wartość rzeczywista zmiennej w chwili  $t$  i w  $j$ -tej fazie cyklu,

$y^*(t)$  - wartość funkcji trendu w chwili  $t$  i w  $j$ -tej fazie cyklu,

$c(j)$  - czysty wskaźnik sezonowości w  $j$ -tym cyklu,

$\zeta_t$  - element losowy.

Pierwszym krokiem analizy jest wyodrębnienie tendencji rozwojowej w postaci funkcji czasu. Wykorzystuje się w tym celu metodę najmniejszych kwadratów, natomiast jakość

dopasowania pozwala ocenić współczynnik determinacji  $R^2$ . Tendencję rozwojową następnie eliminuje się z szeregu, aby pozostawić jedynie część zmian wynikającą z okresowości. Sposób eliminacji zależy od typu modelu. W modelu addytywnym jest ona odejmowana od rzeczywistych wartości zmiennej, w multiplikatywnym natomiast wartości rzeczywiste są dzielone przez trend. Uzyskana zmienna oznaczona zostanie przez  $z(t,j)$  i zawiera w sobie element okresowy i losowy. Oblicza się ją w modelu addytywnym jako:

$$z(t, j) = y(t, j) - y^*(t) \quad (4)$$

a w modelu multiplikatywnym:

$$z(t, j) = \frac{y(t, j)}{y^*(t)} \quad (5)$$

Wskaźniki  $z(t,j)$  pozwalają obliczyć tzw. surowe wskaźniki sezonowości  $z(j)$  jako średnie arytmetyczne przy ustalonych wartościach  $j$  – czyli numeru cyklu, według zależności:

$$z(j) = \frac{k}{n} \sum_{l=1}^n z(j + l \cdot k, j) \text{ dla } j = 1, \dots, k \quad (6)$$

Z surowych wskaźników sezonowości wyeliminowano wahania przypadkowe, a wszelka ich zmienność wynika z fazy okresu. Ostatecznie czyste wskaźniki sezonowości oblicza się dla modelu addytywnego jako:

$$c(j) = z(j) - \bar{z} \text{ dla } j = 1, \dots, k \quad (7)$$

natomiast dla multiplikatywnego:

$$c(j) = \frac{z(j)}{\bar{z}} \text{ dla } j = 1, \dots, k \quad (8)$$

$$\text{gdzie: } \bar{z} = \frac{1}{k} \sum_{j=1}^k z(j).$$

Model addytywny uzyskany metodą wskaźnikową ma wobec tego postać:

$$\hat{y}(t, j) = y^*(t, j) + c(j) \quad (9)$$

natomiast multiplikatywny jest następujący:

$$\hat{y}(t, j) = y^*(t, j) \cdot c(j) \quad (10)$$

Modele multiplikatywne właściwe są w przypadku, gdy wielkości wahań okresowych zależą od czasu. Jeśli wahania są na stałym, niewiele zmieniającym się poziomie, lepiej stosować model addytywny.

W metodzie wskaźnikowej otrzymywany jest szereg liczb (surowych wskaźników sezonowości), które pozwalają uwzględnić zmienność o charakterze okresowym. Nie można



jednak przy jej pomocy wyznaczyć długości okresu, konieczne jest wstępne założenie jego wielkości.

Konkurencyjną i bardziej dokładną metodą badania szeregów czasowych, które cechuje okresowość, jest analiza harmoniczna zwana także metodą Fouriera. W metodzie tej model jest sumą szeregu funkcji cosinus i sinus. Funkcje te reprezentują kolejne możliwe częstotliwości począwszy od częstotliwości podstawowej równej  $1/T$ , aż do częstotliwości Nyquista równej  $n/(2T)$ , gdzie  $T$  jest czasem obejmującym cały szereg  $n$  wartości.

Model składowej periodycznej przedstawia wzór:

$$y^*(t) = a_0 + \sum_{j=1}^{\frac{n}{2}} [a_j \cdot \cos(2\pi \cdot f_j \cdot t) + b_j \cdot \sin(2\pi \cdot f_j \cdot t)] \quad (11)$$

gdzie  $j$  jest numerem składowej periodycznej,  $t$  natomiast chwilą czasu.

Współczynniki  $a_j$  oraz  $b_j$  wyznaczane są z formuł:

$$a_0 = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n y(t) \quad (12)$$

$$a_j = \frac{2}{n} \sum_{t=1}^n y_t \cdot \cos\left(\frac{2\pi}{n} j \cdot t\right), \text{ dla } j=1, 2, \dots, n/2-1 \quad (13)$$

$$b_j = \frac{2}{n} \sum_{t=1}^n y_t \cdot \sin\left(\frac{2\pi}{n} j \cdot t\right), \text{ dla } j=1, 2, \dots, n/2-1 \quad (14)$$

Ponieważ jednak przedstawiony model jest zwykle bardzo złożony, wprowadza się pewne ograniczenia. Z wyznaczonych składowych harmoniczných wybierane są te, które mają największy wpływ na prognozowaną zmienną. Ocenę dokonuje się w oparciu o tzw. periodogram określający udział harmonicznej w badanym przebiegu. Dla składowej  $j$  periodogram jest równy:

$$p_j = (a_j^2 + b_j^2) \cdot \frac{n}{2} \quad (15)$$

Do modelu wejda harmoniki o największych wartościach  $p_j$ .

Model składowej okresowej określony wzorem (11) nie obejmuje trendu. W literaturze przedmiotu proponowane są modele uwzględniające tendencję rozwojową tak jak jest to w modelu addytywnym, czyli:

$$\hat{y}(t) = y^*(t) + f(t) \quad (16)$$

gdzie  $f(t)$  jest funkcja trendu (tendencją rozwojową).

Należy jednak zwrócić uwagę, że model addytywny nie pozwala na uwzględnienie zmian amplitudy wahań. Jest to jednak możliwe w modelu multiplikatywnym. Można więc dokonać

próby zastosowania takiego modelu, ze składowa okresowa wyznaczona metodą Fouriera, jako:

$$\hat{y}(t) = y^*(t) \cdot f(t) \quad (17)$$

Po zbudowaniu modeli konieczne jest dokonanie oceny ich poprawności. W tym celu obliczane są błędy ex post tzw. prognoz wygasłych. Najczęściej wykorzystywany jest pierwiastek średniego błędu kwadratowego prognoz ex post, określony wzorem:

$$\varepsilon = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{t=1}^n (\hat{y}(t) - y(t))^2} \quad (18)$$

## MODELE INFLACJI W POLSCE

Do modelowania inflacji w Polsce wykorzystane zostały obydwie przedstawione metody. Pierwszy etap, wspólny dla obydwu, polegał na wyznaczeniu funkcji trendu. W tabeli 2 przedstawiono otrzymane zależności, oraz współczynniki determinacji odpowiadające założonej postaci funkcji. Z przedstawionych danych wynika, że najlepiej odzwierciedla trend inflacji funkcja potęgowa.

Tabela 2. Funkcja trendu oraz odpowiadający jej współczynnik determinacji dla inflacji

Table 2. Function of trend and determination coefficient for inflation.

| Funkcja trendu                                   | Współczynnik determinacji $R^2$ |
|--------------------------------------------------|---------------------------------|
| $y = -0,0278 \cdot t + 103,58$                   | 0,4478                          |
| $y = -1,3712 \cdot \ln(t) + 107,04$              | 0,5561                          |
| $y = 0,0002 \cdot t^2 - 0,0582 \cdot t + 104,32$ | 0,4830                          |
| $y = 107,07 \cdot t^{-0,0133}$                   | 0,5581                          |
| $y = 103,56 \cdot e^{-0,0003t}$                  | 0,4572                          |

Źródło: Badania własne.

Tendencja rozwojowa została następnie wyeliminowana w sposób odpowiedni dla modelu addytywnego (poprzez odjęcie od inflacji) i multiplikatywnego (poprzez podzielenie inflacji przez trend). Analiza przebiegu wykazała, że lepszy będzie prawdopodobnie model multiplikatywny, ponieważ amplituda wahań wokół trendu zmienia się w czasie. Obliczenia wykonano jednak dla obydwu wariantów.

W przypadku metody wskaźnikowej konieczne jest założenie liczby faz okresu. W przypadku inflacji miesięcznej należy założyć długość cyklu w miesiącach. Dobranie odpowiedniej wartości na podstawie wykresu jest dosyć trudne. Wady tej pozbawiona jest metoda Fouriera, ponieważ długość cyklu jest w tej metodzie wyznaczana automatycznie. Właściwą metodą postępowania jest więc w takim przypadku zastosowanie metody Fouriera w celu wyznaczenia długości cyklu, a następnie zastosowanie metody wskaźnikowej. Analiza Fouriera (zostanie przedstawiona dalej) wykazała, że największy wpływ ma składowa harmoniczna o okresie równym 12 miesięcy. Taką też liczbę cykli założono w modelu wskaźnikowym.

W tabeli 3 przedstawione zostały czyste wskaźniki sezonowości  $c(j)$ , dla  $j=1, 2, \dots, 12$ . Prognozę dla chwili  $t$  należy wyznaczyć z następującej formuły dla modelu addytywnego:

$$\hat{i}(t, j) = 107,07 \cdot t^{-0,0133} + c(j) \quad (19)$$

Model multiplikatywny natomiast określa wzór:

$$\hat{i}(t, j) = 107,07 \cdot t^{-0,0133} \cdot c(j) \quad (20)$$

gdzie:  $t=1, 2, \dots, n$ , natomiast  $j = t \bmod 12$ .

Tabela 3. Czyste wskaźniki sezonowości dla wskaźnikowych modeli inflacji  
Table 3. Pure season coefficients for coefficients model of inflation.

| Numer fazy cyklu - j | Czyste wskaźniki sezonowości |                       |
|----------------------|------------------------------|-----------------------|
|                      | Model addytywny              | Model multiplikatywny |
| 1                    | 1,819                        | 1,018                 |
| 2                    | -0,022                       | 1,000                 |
| 3                    | -0,224                       | 0,998                 |
| 4                    | 0,043                        | 1,000                 |
| 5                    | -0,207                       | 0,998                 |
| 6                    | -0,338                       | 0,997                 |
| 7                    | -1,339                       | 0,987                 |
| 8                    | -0,868                       | 0,991                 |
| 9                    | 0,784                        | 1,008                 |
| 10                   | 0,134                        | 1,001                 |
| 11                   | 0,032                        | 1,000                 |
| 12                   | 0,187                        | 1,002                 |

Źródło: Badania własne.

Budując modele inflacji w oparciu o analizę Fouriera należy na wstępie wybrać te harmoniki, które mają największy udział określony wartościami periodogramu  $p_j$ . W tabeli 4 przedstawiono wyniki analizy dla 5 harmonik o największym wpływie. Wartości  $p_i$  wskazują, że zarówno w modelu addytywnym, jak i multiplikatywnym, do modelu wejdą składowe odpowiadające okresom równym 12 miesięcy i 4 miesiące (kwartał).

Model addytywny uzyskany metodą analizy harmonicznej określa następujący wzór:

$$\begin{aligned} \hat{i}(t) = & 107,07 \cdot t^{-0,0133} + 0,0222 + \\ & + 0,659 \cdot \cos(2\pi \cdot 0,083 \cdot t) - 0,17 \cdot \sin(2\pi \cdot 0,083 \cdot t) + \\ & + 0,654 \cdot \cos(2\pi \cdot 0,25 \cdot t) + 0,068 \cdot \sin(2\pi \cdot 0,25 \cdot t) \end{aligned} \quad (21)$$

Natomiast model multiplikatywny:

$$\begin{aligned} \hat{i}(t) = & 107,07 \cdot t^{-0,0133} \cdot (1,0002 + \\ & + 0,006 \cdot \cos(2\pi \cdot 0,083 \cdot t) - 0,002 \cdot \sin(2\pi \cdot 0,083 \cdot t) + \\ & + 0,006 \cdot \cos(2\pi \cdot 0,25 \cdot t) + 0,001 \cdot \sin(2\pi \cdot 0,25 \cdot t)) \end{aligned} \quad (22)$$

Tabela 4. Wyniki analizy harmonicznej dla modelu addytywnego i multiplikatywnego  
Table 4. Result of harmonic analysis for additive and multiplicative models.

| Model addytywny            |             |       |        |        | Model multiplikatywny      |             |       |        |        |
|----------------------------|-------------|-------|--------|--------|----------------------------|-------------|-------|--------|--------|
| Wyraz wolny $a_0 = 0,0222$ |             |       |        |        | Wyraz wolny $a_0 = 1,0002$ |             |       |        |        |
| Okres                      | $f_i^{(1)}$ | $a_i$ | $b_i$  | $p_i$  | Okres                      | $f_i^{(1)}$ | $a_i$ | $b_i$  | $p_i$  |
| 12,00                      | 0,083       | 0,659 | -0,170 | 33,388 | 12,00                      | 0,083       | 0,006 | -0,002 | 0,0032 |
| 4,00                       | 0,250       | 0,654 | 0,068  | 31,127 | 4,00                       | 0,250       | 0,006 | 0,001  | 0,0030 |
| 2,40                       | 0,417       | 0,264 | 0,191  | 7,657  | 2,40                       | 0,417       | 0,003 | 0,002  | 0,0007 |
| 4,97                       | 0,201       | 0,289 | -0,018 | 6,029  | 2,00                       | 0,500       | 0,003 | 0,000  | 0,0006 |
| 2,00                       | 0,500       | 0,288 | 0,000  | 5,962  | 4,97                       | 0,201       | 0,003 | 0,000  | 0,0006 |

Źródło: Badania własne.

1)  $f_i$  – częstotliwość

Porównanie przedstawionych wyżej modeli inflacji dokonane zostanie w oparciu o wartości pierwiastka średniego błędu kwadratowego ex post określonego wzorem (18). Obliczone w ten sposób błędy zostały przedstawione w tabeli 5. Wyniki pokazują, że lepsze są modele multiplikatywne. Najlepszy okazał się model multiplikatywny wskaźnikowy, należy jednak zwrócić uwagę, że jakość modeli jest dosyć zbliżona.

Wprawdzie mniejszy błąd ex post otrzymano wykorzystując model wskaźnikowy, jednak model składowych harmonicznych może zostać poprawiony. Jest to możliwe poprzez uwzględnienie większej liczby częstotliwości. Wadą takiego rozwiązania jest jednak złożoność formuły obliczeniowej i trudności w interpretacji kolejnych składowych.

Tabela 5. Pierwiastek średniego błędu kwadratowego ex post dla wyznaczonych modeli inflacji.

Table 5. Root average squared error ex post for inflation models.

| Model                       | $\varepsilon$ |
|-----------------------------|---------------|
| Wskaźnikowy addytywny       | 0,873         |
| Wskaźnikowy multiplikatywny | 0,867         |
| Fouriera addytywny          | 1,170         |
| Fouriera multiplikatywny    | 1,167         |

Zródło: Badania własne.

## PORÓWNANIE PROGNOZ INFLACJI MIESIĘCZNEJ NA ROK 2003

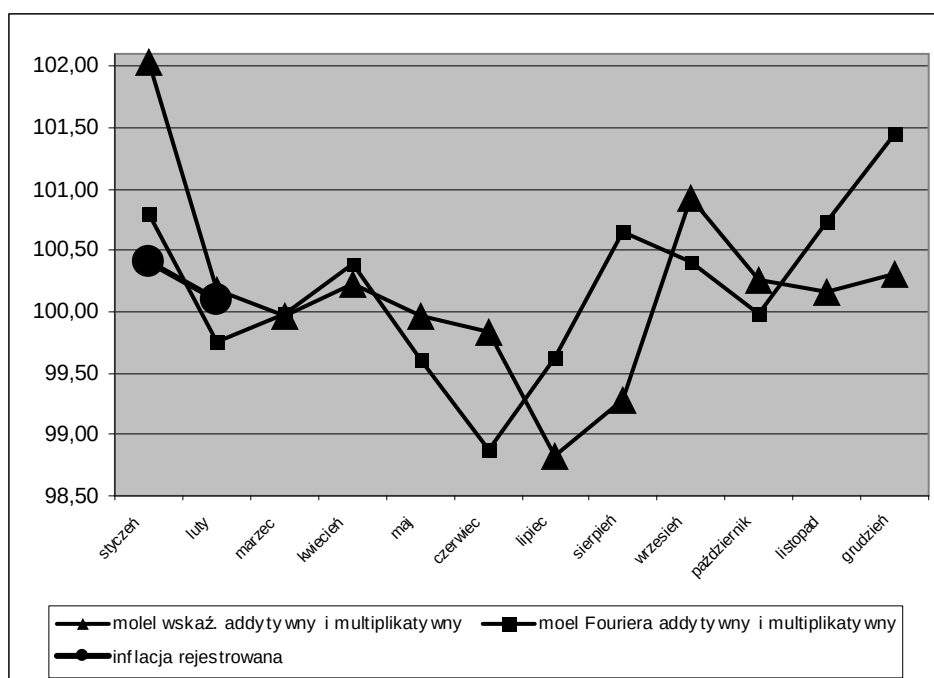
Modele utworzone powyżej pozwoliły na sporządzenie prognozy inflacji miesięcznej mierzonej indeksem cen towarów i usług konsumpcyjnych na rok 2003. Prognozy te przedstawiono w tabeli 6, oraz na wykresie 1. W tabeli zawarto również błąd wyznaczony dla stycznia i lutego 2003 r. Najlepszą prognozę pozwolił stworzyć multiplikatywny model Fouriera. Modele wskaźnikowe dały prognozy gorsze.

Tabela 6. Prognoza inflacji miesięcznej dla roku 2003

Table 6. Month inflation forecasting for 2003 year.

| miesiąc              | Inflacja<br>rejestrowana | model<br>wskaźnikowy<br>addytywny | model<br>wskaźnikowy<br>multiplikat. | model Fouriera<br>addytywny | model Fouriera<br>multiplikatywny |
|----------------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| styczeń              | 100,4                    | 102,03                            | 101,98                               | 100,79                      | 100,77                            |
| luty                 | 100,1                    | 100,18                            | 100,18                               | 99,75                       | 99,76                             |
| marzec               |                          | 99,97                             | 99,98                                | 99,98                       | 99,98                             |
| kwiecień             |                          | 100,23                            | 100,23                               | 100,38                      | 100,38                            |
| maj                  |                          | 99,97                             | 99,98                                | 99,61                       | 99,62                             |
| czerwiec             |                          | 99,83                             | 99,83                                | 98,88                       | 98,90                             |
| lipiec               |                          | 98,82                             | 98,85                                | 99,63                       | 99,64                             |
| sierpień             |                          | 99,28                             | 99,30                                | 100,64                      | 100,63                            |
| wrzesień             |                          | 100,92                            | 100,91                               | 100,40                      | 100,39                            |
| październik          |                          | 100,27                            | 100,27                               | 99,98                       | 99,98                             |
| listopad             |                          | 100,16                            | 100,15                               | 100,73                      | 100,72                            |
| grudzień             |                          | 100,30                            | 100,30                               | 101,45                      | 101,42                            |
| $\varepsilon$ - błąd |                          | 1,119                             | 1,155                                | 0,368                       | 0,356                             |

Zródło: Badania własne.



Rys 1. Inflacja prognozowana w roku 2003 oraz rejestrowana w styczniu i lutym.

Uwaga: Prognozowana inflacja dla modeli addytywnych jest prawie taka sama jak dla multiplikatywnych. Skutkiem tego na wykresie prognozy te pokrywają się ze sobą

Fig. 1. Forecasting inflation in 2003 year and registered in January and February.

## PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Modele inflacji miesięcznej mierzonej indeksem cen i towarów usług konsumpcyjnych przedstawione w opracowaniu potwierdzają sezonowy charakter jej zmian. Analiza Fouriera wykazała, że najważniejsza jest składowa o okresie równym 12 miesięcy, odpowiadająca zmianom w cyklu rocznym. Model wskaźnikowy zbudowany został dla okresu zawierającego 12 cykli miesięcznych.

W przypadku oceny modeli pierwiastkiem średniego błędu kwadratowego ex post prognoz wygasłych z lat 1991 – 2002, lepsze wyniki dała metoda wskaźnikowa. Natomiast błędy prognozy dla stycznia i lutego 2003 były mniejsze dla modelu uzyskanego analizą harmoniczną.

Modele multiplikatywne dały lepsze wyniki łącznie w okresie 1991-2002. Natomiast różnice prognoz dla roku 2003 między modelami multiplikatywnymi i addytywnymi były bardzo małe.

Porównując obydwie zaprezentowane metody można stwierdzić, że podstawową zaletą metody wskaźników jest prostota obliczeń i modelu. Analiza Fouriera natomiast pozwala na budowę modelu, którego jakość może być poprawiana (poprzez uwzględnianie większej liczby składowych harmonicznnych). Wiąże się to jednak z istotnym zwiększaniem jego złożoności. Złożona formuła obliczeniowa modelu harmonicznego jest istotną jego wadą.

Uwzględnienie duże liczby składowych harmonicznych powoduje ponadto trudności w ich interpretacji.

## PIŚMIENNICTWO

1. Bauc J., Belka M., Czyżewski A., Wojtyna A., Inflacja w Polsce 1990 – 1995, Wydawnictwa Prywatnej Wyższej Szkoły Businessu i Administracji, Warszawa 1996.
2. Laidler D., Parkin M., Inflation: A Survey, *Economic Journal*, December 1975.
3. Prognozowanie gospodarcze metody i zastosowania. Praca zbiorowa pod redakcją Cieślak M., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
4. Stańko S., Prognozowanie w rolnictwie, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 1999.
5. Statistica PL, Tom III: Statystyki II, StatSoft, 1997.
6. Woźniak P., Możliwości wykorzystania średnich obciętych do analizy inflacji bazowej w Polsce, Narodowy Bank Polski, Departament Analiz Społeczno Ekonomicznych, Warszawa 2001.
7. Woźniak P., Inflacja bazowa, Centrum Analiz Społeczno - Ekonomicznych, Warszawa 2002.
8. Zielaś A., Teoria Prognozy, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997.

## FORECASTING MONTHLY INFLATION IN POLAND BY INDEX METHOD AND FOURIER ANALYSIS

**Abstract.** The paper presents models of inflation constructed with index method and Fourier analysis. Both methods make possible to present its periodic character. For each method two types models were made – additive and multiplicative. The comparison based on root average square error ex post for years 1991-2002, and root average square error for January and February 2003. The calculations show distinct prevalence of multiplicative models to additive. In the article there were presented various inflation definitions.

**Key words:** inflation, Fourier analysis, index metod.

*Joanna Kisielińska, Katedra Ekonometrii i Informatyki Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa; e-mail: kisielinska@alpha.sggw.waw.pl.*

# FUZJE, PRZEJĘCIA I ALIANSE STRATEGICZNE W GOSPODARCE ŚWIATOWEJ I POLSKIEJ

Jakub Kraciuk

**Streszczenie.** Artykuł przedstawia jeden z wymiarów globalizacji, a mianowicie procesy koncentracji kapitałowej w świecie i w Polsce. Scharakteryzowano trzy różne rodzaje koncentracji: fuzje, przejęcia i alianse strategiczne, a także omówiono sposoby konsolidacji przedsiębiorstw w naszym kraju.

**Słowa kluczowe:** globalizacja, koncentracja kapitałowa, konsolidacja.

## WSTĘP

Koncentracja kapitału jest niewątpliwie zjawiskiem charakterystycznym dla końca XX i początku XXI wieku. Wynika ona po pierwsze, z samej natury kapitalizmu: wypracowywane przez przedsiębiorstwa zyski zużywane są bowiem na zakup innych, słabszych podmiotów gospodarczych w nadziei na zwielokrotnienie tych zysków. Po drugie, czynnikiem ogromnie przyspieszającym koncentrację kapitału jest powszechnie obserwowana globalizacja rynków zbytu, np. Coca colę sprzedaje się we wszystkich miejscach kuli ziemskiej bez wyjątku, od Nowego Jorku aż po Pekin, podobnie jest z Kodakiem, czy McDonalds'em. I wreszcie dla zjawiska koncentracji kapitału nie bez znaczenia wydaje się być upowszechnienie i masowa dostępność nowoczesnych środków telekomunikacji, która pomaga w istotny sposób w zakładaniu i rozwijaniu firm transnarodowych. Procesowi globalizacji, a także powstawaniu korporacji transnarodowych sprzyja także pewien, obserwowany aktualnie, fenomen socjologiczny, na który zwrócili uwagę autorzy książki „The winner take all society”- R. Frank i Ph. Cooka [Dembiński, Globalizacja...internet]. Według nich mamy obecnie do czynienia ze społeczeństwem, w którym wygrywający „zbiera wszystko”. Opierając się na obserwacji świata sportu i show biznesu wymienieni autorzy stwierdzają, że zarobki najlepszych są nieproporcjonalnie wysokie w stosunku do różnicy jakościowej dzielącej ich od tych, którzy mają trochę gorsze wyniki. Wygrywają więc tylko pierwsi, powstaje natomiast ogromna dysproporcja między wysiłkiem pozostałych a tym co w zamian otrzymują. Takim, swojego rodzaju wyścigiem do bycia pierwszym i zgarnięcia premii w formie dominacji rynku jest seria przejęć, fuzji i aliansów, które są istotnym zjawiskiem na rynku światowym.

## FUZJE I PRZEJĘCIA W GOSPODARCE ŚWIATOWEJ

W gospodarce globalnej coraz ważniejszym motywem działalności korporacji jest poszukiwanie aktywów strategicznych. Oznacza to dążenie do przejęcia innej firmy lub połączenia z nią i wejście w posiadanie jej aktywów strategicznych, co pozwala na

zachowanie lub zwiększenie udziału na rynku globalnym. Fuzje i przejęcia są też jedną z najszybszych form wejścia na rynek innego kraju.

Fuzja polega na łączeniu się niezależnych przedsiębiorstw, które dzielą się swoimi zasobami dla osiągnięcia wspólnych celów. W wyniku połączenia obie jednostki tracą osobowość prawną, a zamiast nich, z połączonych majątków i kapitałów, powstaje nowe przedsiębiorstwo, czyli nowy podmiot prawa. W literaturze wyróżnia się fuzję poziomą (łączenie się spółek podobnego rodzaju), fuzję pionową (łączenie się spółek pozostających w relacji producent-dostawca), fuzję tworzącą konglomerat (połączenie przedsiębiorstw z różnych branż). Zwykle fuzje prowadzą firmy o zbliżonej wielkości.

Przez przejęcie rozumiemy natomiast, nabycie takiej liczby akcji jednego przedsiębiorstwa przez drugie, która daje możliwość jego kontrolowania [www.fuzja.pl]. W wyniku przejęcia wykupione przedsiębiorstwo zostaje w pewien sposób włączone w strukturę firmy przejmującej. Cechą odróżniającą przejęcia od fuzji jest to, że przejmowane przedsiębiorstwo nie traci podmiotowości prawnej. W sytuacji, gdy firma dokonująca przejęcia jest znacznie większa od firmy przejmowanej, transakcja taka jest określana mianem wykupu.

Fuzja dwóch przedsiębiorstw lub przejęcie jednego przedsiębiorstwa przez inne jest punktem zwrotnym w ich historii. Proces ten wywołuje zmiany we wszystkich obszarach funkcjonowania obu jednostek, od struktury własnościowej i prawnej przez rynkowo-produktową, produkcyjno-technologiczną, kadrowo-organizacyjną do finansowej. Zmiany te mają charakter długookresowy, dlatego też należy rozpatrywać je w kontekście szeroko rozumianej strategii przedsiębiorstwa. Proces przejęcia może mieć charakter przyjazny lub wrogi. Przejęcie przyjazne dokonuje się w wyniku negocjacji organów obu przedsiębiorstw (zarządów, rad nadzorczych). Zadaniem tych negocjacji jest ustalenie warunków przejęcia, które muszą być następnie akceptowane przez właścicieli tych przedsiębiorstw w formie uchwał zgromadzeń wspólników lub walnych zgromadzeń. Tak więc, przyjazne przejęcie charakteryzuje współpraca zarządu przedsiębiorstwa przejmowanego z przejmującym. Z wrogim przejęciem mamy do czynienia, gdy organa przedsiębiorstwa przejmowanego podejmują działania mające na celu obronę przed przejęciem. W rezultacie próby wrogiego przejęcia, oprócz problemów czysto technicznych, mamy najczęściej do czynienia z oporem, zwłaszcza ze strony naczelnej kadry kierowniczej przedsiębiorstwa przejmowanego. Dodatkowo, w wyniku przejęcia o wrogim charakterze, także negocjacje przebiegają w innej atmosferze a przedsiębiorstwo przejmujące nie ma zbyt dużych możliwości zapoznania się z sytuacją finansową przedsiębiorstwa przejmowanego. W przypadku wrogiego przejęcia,



czynności prawne polegają na tym, że zarząd przedsiębiorstwa przejmującego zgłasza ofertę nabycia przedsiębiorstwa bezpośrednio jego właścicielom (akcjonariuszom lub wspólnikom) z pominięciem organów tego przedsiębiorstwa. Wskutek uzyskania pakietu kontrolnego przez przedsiębiorstwo przejmujące zazwyczaj też wkrótce dochodzi do zmiany organów przedsiębiorstwa przejmowanego. Analiza fuzji i przejęć wykazuje, że motywów ich realizacji jest prawie tyle samo co transakcji. W tabeli 1 przedstawione są główne motywy, dla których firmy decydują się na fuzje oraz przejęcia. Na przykład, duże przedsiębiorstwo z branży spożywczej, posiadające rozbudowaną sieć dystrybucji, może przejąć małą, mniej znaną firmę z tej samej branży w celu osiągnięcia synergii w sferze marketingu i dystrybucji. Inne rodzaje przejęć mogą wynikać, między innymi, z dążenia do zwiększenia siły rynkowej, zdobycia kontroli nad strategicznym dostawcą bądź konsolidacji nadmiernych zdolności produkcyjnych.

Tabela 1. Motywy fuzji i przejęć  
Table 1. Reasons behind the mergers and take over

| Grupy motywów                  | Motywy specyficzne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Motywy techniczne i operacyjne | <ul style="list-style-type: none"> <li>• zwiększenie efektywności zarządzania</li> <li>• pozyskanie bardziej efektywnego kierownictwa</li> <li>• usunięcie nieefektywnego kierownictwa</li> <li>• synergia operacyjna</li> <li>• korzyści skali</li> <li>• komplementarność zasobów i umiejętności</li> <li>• ograniczenie kosztów transakcyjnych</li> <li>• korzyści integracji technicznej</li> </ul> |
| Motywy rynkowe i marketingowe  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• zwiększenie udziału w rynku</li> <li>• zwiększenie wartości dodanej</li> <li>• wyeliminowanie konkurencji</li> <li>• komplementarność produktów (ryнку)</li> <li>• dewersyfikacja ryzyka działalności</li> <li>• wejście w nowe obszary działalności</li> </ul>                                                                                                |
| Motywy finansowe               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• wykorzystanie nadwyżek finansowych</li> <li>• przejęcie gotówki</li> <li>• synergia finansowa</li> <li>• niedowartościowanie spółki</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 |
| Motywy menadżerskie            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• wzrost wynagrodzeń kierownictwa</li> <li>• wzrost prestiżu i władzy</li> <li>• zmniejszenie ryzyka zarządzania</li> <li>• zwiększenie swobody działania</li> </ul>                                                                                                                                                                                             |

Źródło: [www.fuzja.pl](http://www.fuzja.pl), cyt. za Fuzje i przejęcia przedsiębiorstw, praca zbiorowa pod redakcją W. Frąckowiaka, PWE, Warszawa 1998.

Współcześnie fuzje i przejęcia są stałym elementem gospodarek nie tylko krajów rozwiniętych, ale takich jak np. Tajwan czy Hongkong. Przeobrażenia zachodzące w krajach Europy Środkowej i Wschodniej, a związane z przechodzeniem do gospodarki rynkowej, rodzą nowe możliwości tak dla lokalnego świata biznesu, jak i dla ekspansywnych gospodarek krajów zachodnich, zainteresowanych pozyskaniem nowych rynków zbytu oraz tańszej bazy surowcowej. Coraz częściej fuzje i przejęcia przybierają kształt wielkich, międzynarodowych transakcji, głównie z powodu integracji gospodarczej świata, demontując

przy tym różnego rodzaju bariery handlowe i inwestycyjne. W konsekwencji konkurencja nabiera wymiaru międzynarodowego a przedsiębiorstwa zmuszone są konkurować ze sobą równolegle na międzynarodowych i na swoich macierzystych rynkach.

W ostatniej dekadzie, wzrost międzynarodowej produkcji odbywał się głównie przez fuzje i przejęcia a nie przez inwestycje typu *greenfield* (od podstaw). Liczba fuzji oraz przejęć systematycznie rosła od połowy lat 90-tych. Wartość transakcji w tej dziedzinie, na całym świecie, przekroczyła w 1996 r. po raz pierwszy, bilion dolarów. W 1998 r. wyniosła ponad 2 biliony, a w 2000 r. doszła do rekordowego poziomu 3,5 biliona dolarów [Kolejny rekord... Internet]. W następnych latach nastąpiło jednak odwrócenie tego trendu. Analitycy Pricewaterhouse Coopers oszacowali, że w roku 2002 w liczba fuzji i przejęć zmniejszyła się o 1/3 w stosunku do roku poprzedniego[Kuchciak 2003].

Operacja łączenia się lub nabycia innego przedsiębiorstwa stwarza potencjalne szanse nie tylko na rozszerzenie udziałów rynkowych, lecz również obniżkę kosztów i poprawę rentowności. Oznacza więc próbę zdobycia stosunkowo szybko nowej pozycji wśród konkurencji. Badania prowadzone przez firmy konsultingowe przyniosły wyniki, że tylko w co trzecim przypadku spełniają się oczekiwania związane z fuzjami i przejęciami.

Tabela 2. Największe fuzje korporacji transnarodowych w latach 1997-2000, według branż  
Table 2. The biggest mergers of transnational corporations in the years 1997-2000, by sectors

| Nabywca                        | Kupowana firma lub partner fuzji | Data ogłoszenia transakcji | Wartość transakcji w mld USD |
|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Telekomunikacja                |                                  |                            |                              |
| Vodafone (WB)                  | Mannesmann (Niemcy)              | 11/1999                    | 126                          |
| SBC (USA)                      | Ameritech (USA)                  | 5/1999                     | 72                           |
| Beli Atlantic (USA)            | GTE (USA)                        | 7/1999                     | 71                           |
| Vodafone (WB)                  | Airtouch (USA)                   | 1/1998                     | 70                           |
| Informatyka / Internet / Media |                                  |                            |                              |
| AOL(USA)                       | Time Warner (USA)                | 1/2000                     | 165                          |
| General Electric (USA)         | Honeywell (USA)                  | 10/2000                    | 45                           |
| Terra (Hiszpania)              | Lycos (USA)                      | 5/2000                     | 12,5                         |
| Deutsche Telekom (Niemcy)      | Debis ((Niemcy)                  | 3/2000                     | 5,4                          |
| Przemysł farmaceutyczny        |                                  |                            |                              |
| Pfizer (USA)                   | Warner-Lambert (USA)             | 2/2000                     | 116                          |
| GlaxoWellcome(WB)              | SmithKline B. (WB)               | 1/2000                     | 75,9                         |
| Pharmacia & Upjohn (USA)       | Monsanto (USA)                   | 12/1999                    | 40                           |
| Hoechst (Niemcy)               | Rhone-Poulenc (Francja)          | 12/1999                    | 26                           |
| Banki                          |                                  |                            |                              |
| Travelers Group (USA)          | Citicorporation (USA)            | 6/1998                     | 72,6                         |
| Nations Bank (USA)             | Bank America (USA)               | 4/1998                     | 61,6                         |
| Fuj i Bank (Japonia)           | Dai-Ichi Kangyo Bank (Japonia)   | 8/2000                     | 40,1                         |
| Chase Manhattan (USA)          | JP Morgan (USA)                  | 9/2000                     | 33,6                         |

| Przemysł samochodowy  |                     |         |      |
|-----------------------|---------------------|---------|------|
| Daimler-Benz (Niemcy) | Chrysler (USA)      | 11/1998 | 38   |
| Ford (USA)            | Volvo (Szwecja)     | 3/1999  | 6,5  |
| Renault (Francja)     | Nissan (Japonia)    | 6/1999  | 5,5  |
| General Motors (USA)  | Fiat (Włochy)       | 3/2000  | 2,4  |
| Handel                |                     |         |      |
| Carrefour (Francja)   | Promodes (Francja)  | 8/1999  | 17,1 |
| Wal-Mart (USA)        | Asda (WB)           | 6/1999  | 10,7 |
| Ahold (Holandia)      | US Foodsendce (USA) | 3/2000  | 3,6  |
| Metro (Niemcy)        | Makro (Holandia)    | 10/1997 | 2,7  |

Źródło: <http://www.oditk.com.pl/index.php>

Następstwa fuzji i przejęć są mocno zróżnicowane w poszczególnych branżach. Prowadzą one przeważnie do poprawy wyników w branży handlowej. Zainteresowanie tymi operacjami będzie nadal silne również w branży farmaceutycznej, ponieważ prace badawczo-rozwojowe nad nowymi lekarami są bardzo kosztowne i przeważnie mogą być finansowane tylko przez duże koncerny. Niektóre korporacje (np. Toyota, Honda, Porsche, BASF lub Bayer) przejawiają wysoce sceptyczne nastawienie do fuzji oraz przejęć. Inne natomiast (General Electric, Unilever, Cisco lub Tyco) systematycznie powiększają swoje udziały rynkowe przez kupowanie innych firm, podnosząc równocześnie swoją rentowność i kursy akcji. Osiągnęły też one duże umiejętności w wyszukiwaniu odpowiednich okazji oraz integrowaniu przejętych firm. Koncerny znane z udanych przejęć pozostawiają z reguły dużą swobodę działania kupionym firmom. Stawiają im oczywiście jasne cele finansowe, ale niewiele ingerują w sposoby ich osiągania. Jednak zanim dojdzie do transakcji, zdobywają bardzo dokładne rozeznanie w sytuacji firmy oraz panującym w niej stylu zarządzania. Jeśli firma zdobywa jednoznacznie pozytywną opinię, to drugorzędne jest pytanie, czy trzeba za nią zapłacić cenę, która wydaje się wygórowana.

## ALIANSE STRATEGICZNE

Poza fuzjami i przejęciami, jednym z najbardziej znanych zjawisk, z jakim mamy do czynienia w gospodarce światowej w ciągu ostatnich piętnastu lat, jest szybkie rozpowszechnianie się aliansów strategicznych. Praktycznie, każdego dnia dochodzą do nas informacje o zawieranych porozumieniach kooperacyjnych między dwiema lub wieloma firmami. W aliansach bierze udział szeroki wachlarz bardzo różnych przedsiębiorstw i przybierają one niezwykle zróżnicowane formy. Stronami są zarówno wielkie grupy przedsiębiorstw, przedsiębiorstwa międzynarodowe, jak i całkiem małe firmy. Prawie wszystkie dziedziny działalności w przemyśle, a także i usługi są obszarem dość szybkiego

rozwoju współpracy między przedsiębiorstwami. Wzrastająca liczba porozumień pomiędzy przedsiębiorstwami dawno już przekroczyła granice państw, kontynentów i zaczyna przybierać światowy zasięg. Porozumienia, zarówno te o charakterze programów międzynarodowych (takie np. jak Concorde-Airbus, Rover-Honda, Ford-Mazda, General Motors-Toyota, Chrysler-Mitsubishi itd.), jak i te o charakterze umów komercjalizacyjnych (np. Matra, Automobile-Renault), wspólnych filii, wspólnych programów badawczych, programów rozwojowych, przekazywaniu licencji itd. na ogół zawierane są pod ogólną nazwą „aliansu”[ Kaczmarek 2000].

Ta, ogromna różnorodność współpracy i współdziałania między przedsiębiorstwami kryjąca się pod pojęciem aliansu, stanowi o jego wielkiej popularności. Terminologia aliansu jest z metodycznego punktu widzenia płynna i znajduje się obecnie raczej na etapie definiowania a nie precyzyjnej i ścisłej definicji. Alians bowiem często jest definiowany zamiennie jako: koalicja, sojusz, porozumienie, związek partnerski, sieć, konstelacja firm, wspólne przedsięwzięcie itd. Ogólnie, pojęcie aliansu można zdefiniować jako porozumienie między dwoma lub wieloma niezależnymi przedsiębiorstwami, które postanawiają wspólnie prowadzić określoną działalność gospodarczą lub wspólnie realizować określony projekt, przedsięwzięcie itd., koordynując w tym celu między sobą kluczowe kompetencje i niezbędne zasoby, aby zrealizować określony wspólny cel. Tym, co jest istotne w pojęciu aliansu, jest utrzymanie niezależności tzw. „nienaruszalnej autonomii” każdej z firm partnerskich, mimo umowy wiążącej jednych i drugich. Inaczej mówiąc, w aliansach, przedsiębiorstwa partnerskie łączą się dla realizacji wspólnych celów, ale utrzymują swoją autonomię i chronią własne interesy. Z definicji wynikają podstawowe oraz specyficzne cechy aliansów strategicznych. Bardziej szczegółowa analiza pozwala nam jednak na wyróżnienie następujących, charakterystycznych cech aliansów strategicznych:

- alians wymaga koniecznie zgody między firmami na współdziałanie i w konsekwencji zawierana jest umowa między nimi. Każdy zatem alians jest umową z prawnego punktu widzenia lub zespołem umów dotyczących określonego działania, zadania, projektu, współpracy, pomocy, technologii kompetencji, doświadczenia itd.,

- alianse łączą dwa lub wiele przedsiębiorstw w dokładnie określonej dziedzinie, zakresie, projekcie itd. Przedsiębiorstwa pozostają nadal niezależne, mimo nawiązanego porozumienia, ale powstaje wtedy konieczność utworzenia i funkcjonowania określonych „centrów decyzyjnych”, które interweniują w wyborach dotyczących wspólnej działalności lub wspólnych projektów. Ta wielość centrów decyzyjnych sprawia, że zarządzanie aliansami staje się bardziej złożone niż zarządzanie organizacjami o jednolitej strukturze.

- przedsiębiorstwa angażujące się w alianse robią to po to, aby osiągnąć określone cele lub dlatego, że działania takie uważają za najlepiej nadające się do realizacji przyjętych zamierzeń niż inne formy realizacji strategii firmy. Jednocześnie jednak należy zauważyć, że alianse są sojuszami stosunkowo łatwo odwracalnymi i umożliwiają wycofanie się partnerów z całości działania czy projektu, bądź jego części, a następnie powrotu do aliansu.

- współdziałanie partnerów w aliansie wiąże się z potencjalnie konfliktowym charakterem interesów i celów, których to współdziałanie dotyczy. Przedsiębiorstwa partnerskie, pozostając niezależnymi, pilnują w rzeczywistości własnych celów i interesów. Mimo to dochodzą one do uzgodnienia wspólnych celów, bardziej lub mniej precyzyjnych, które właśnie stają się celami, dla realizacji których alians został stworzony. Te wspólne cele są jednak tylko celami częściowymi dla każdego z partnerów i czasami mogą wchodzić w konflikt z podstawowymi celami tego lub innego alianta. Przykładem są dwie firmy brytyjskie British Aerospace i DASA w zakresie produkcji samolotu Airbus A-319. Firmy te nie dlatego odstąpiły od produkcji tego samolotu w wersji A-319, że nie wierzyły w jego sukces handlowy, lecz dlatego, że konkurował on z pewnymi ich własnymi modelami samolotów.

Nie wszystkie porozumienia w formie aliansów strategicznych spełniają pokładane w nich nadzieje. Z raportu przeprowadzonego trzy lata temu przez firmę Andersen Consulting wynikało, że tylko 39% aliansów dokonanych w ciągu czterech lat spełniło oczekiwania firm [Bialik 2000]. Większość przyniosła straty akcjonariuszom, a zarządom firm kłopoty z określeniem strategii działania po podpisaniu porozumienia. O powodzeniu aliansu decyduje przede wszystkim, siła przetargowa. Każdy alians jest specyficzny, a o powodzeniu często decyduje elastyczność managerów i zaangażowanie pracowników. Bardziej przydaje się sprawna komunikacja, niż doświadczenie wyniesione z przeprowadzenia podobnych

operacji w innych firmach.

## **PROCESY KONSOLIDACJI PRZEDSIĘBIORSTW W WARUNKCH POLSKIEJ GOSPODARKI**

Obserwując rozwój polskiej gospodarki w latach dziewięćdziesiątych nasuwa się refleksja, że zbyt wcześnie jest mówić u nas o wielkich aliansach strategicznych podobnych do tych, jakie mają miejsce pomiędzy wielkimi korporacjami na świecie w ramach powszechnie postępującej globalizacji. Duża fragmentacja polskich przedsiębiorstw jest jedną z przyczyn ich słabości operacyjnej wobec rosnącej konkurencji ze strony wchodzących na nasz rynek firm zachodnich. Stąd, w pierwszej kolejności, wobec przybliżającej się perspektywy członkostwa Polski w Unii Europejskiej, priorytetem wydaje się być konsolidacja przedsiębiorstw zmierzająca do koncentracji kapitału i podniesienia pozycji konkurencyjnej. Konsolidacja ta odbywa się zarówno na drodze fuzji, przejęć, jak i szeroko rozumianej współpracy strategicznej z partnerami krajowymi lub zagranicznymi.

W Polsce liczba ujawnionych fuzji i przejęć wzrosła z 207 w roku 2001 do 259 w roku 2002. Zwiększyła się także łączna wartość transakcji z 2,8 mld USD do 3,1 mld USD. W 42 proc. wszystkich transakcji przejęty został większościowy pakiet akcji. Wzrostowi zarówno liczby, jak i wartości transakcji w Polsce, podobnie jak w całym naszym regionie, sprzyjały procesy restrukturyzacji i konsolidacji. Średnia wartość transakcji wyniosła u nas 13,7 mln USD, podczas gdy dla regionu było to 21,7 mln USD. Średnia wartość fuzji i przejęć w Polsce jest znacząco mniejsza niż w regionie, ponieważ dominują tu transakcje małe i średnie a nie występują jeszcze megatransakcje powyżej 1 mld USD. Udział podmiotów krajowych w fuzjach i przejęciach wzrósł z 53 proc. w 2001 roku do 65 proc. W 2002. Największą transakcją zawartą w 2002 roku, która zdominowała rynek, było przejęcie przez Tesco sieci hipermarketów Hit za 652 mln USD. Kwota ta stanowiła 21 proc. wartości rynku. W sumie dzięki tej transakcji i jeszcze kilku innym, inwestorzy z Wielkiej Brytanii uplasowali się na pierwszym miejscu. Łącznie w 2002 roku wydali oni na fuzje i przejęcia w Polsce 792,4 mln USD. Na drugim miejscu byli Belgowie (164,7 mln USD), a na trzecim Szwedzi (136,5 mln USD). W 2002 roku najwięcej, bo 61 transakcji ujawniono w sektorze wytwórczym. Drugi pod względem atrakcyjności był sektor usług finansowych (39 transakcji). Pod względem wartości transakcji liderem był sektor handlu detalicznego i hurtowego (ponad 670 mln USD). W sektorze usług finansowych - drugim pod względem wartości - było to ponad 600 mln USD. Z badania PricewaterhouseCoopers (PwC) wynika także, że w 2002 roku polskie

firmy dokonały czterech transakcji na rynkach zagranicznych (w tym trzech na Ukrainie), podczas gdy rok wcześniej była to tylko jedna transakcja [Kuchciak 2003].

Co ciekawe, dekoniunktura gospodarcza nie zmniejsza zainteresowania fuzjami i przejęciami. Liczba transakcji w przedziale 10-50 mln dolarów jest od kilku lat mniej więcej stała. Recesja zmienia motywy, odwraca kierunek poszukiwań i stronę inicjującą negocjacje. Łatwiej kupić, bo pogrążone w kłopotach firmy garną się do sprzedaży; jeżeli jest hossa, przeważają oferty kupna ze strony dużych firm. Jeżeli nie nastąpi szybka konsolidacja wykupione mogą być już wkrótce kolejne sektory: dystrybucja i logistyka (nie ma tu jeszcze wielkich firm z Europy, choć są już wszyscy wielcy detaliści) czy handel detaliczny (kto dziś nie ma 100 sklepów, raczej nie pozostanie niezależny). Klasycznym przykładem branży, która w Polsce jest jeszcze bardzo rozdrobniona, są masowe usługi turystyczne. Polskie firmy albo się zgrupują (jako animatorów konsolidacji najczęściej wymienia się Triadę i Sigmę), albo Ving bądź Neckermann za kilka lat będą określały reguły gry na rynku.

Oczywiście, są przypadki wyłamujące się z trendu "przyjdzie duży i zrobi porządek", jak Agora konsolidująca rynek mediów, rosnący organicznie Atlas (zaprawy klejowe), Kamis (lider rynku przypraw) czy fenomen podpoznańskiej firmy Solaris (autobusy). Za kilka lat nie można wykluczyć, że wykupione zostaną też i te firmy, ale wtedy w grę będą wchodziły znacznie większe pieniądze.

W przeciwieństwie do fuzji i przejęć, alianse kapitałowe w Polsce nie są upowszechnioną formą porozumień strategicznych z partnerami zachodnimi. Inwestorzy zagraniczni zamiast wykupywania mniejszościowych udziałów w polskich firmach, wobec dużej atrakcyjności inwestycyjnej polskiej gospodarki i malejącego ryzyka inwestycyjnego, wolą przejmować pakiety kontrolne. Alianse z firmami zagranicznymi mają miejsce jako etap przechodni (dostosowawczy) przed zakupem pakietów kontrolnych akcji. Motywy tworzenia się aliansów na świecie są odmienne od tych, jakimi kierują się firmy działające w Polsce. O aliansach w skali globalnej decyduje często czynnik technologiczny. Alianse takie motywowane są koniecznością połączenia kompetencji technologicznych, obniżenia kosztów badań i rozwoju, produkcji oraz dystrybucji. W Polsce natomiast podstawowym celem jest sprowadzenie do kraju nowej technologii i kapitału w celu podniesienia pozycji konkurencyjnej wobec rodzimych i zachodnich konkurentów. Ze strony zagranicznych inwestorów motywem aliansów jest wejście z ograniczonym ryzykiem na polski rynek, z ewentualną możliwością zwiększenia udziału w rynku i poznanie lokalnych warunków przed podjęciem decyzji o wykupie strategicznego pakietu. Niekorzystny dla polskiej strony jest fakt, że w wielu przypadkach porozumienia z partnerami zagranicznymi przybierają formy

alianse niesymetrycznego (zawierające go przedsiębiorstwa mają nierówne potencjały ekonomiczne, techniczne i organizacyjne) i często kończy się to przejęciem większościowych udziałów przez zagranicznego partnera. Niekiedy dochodzi nawet do zerwania współpracy przez zagraniczne przedsiębiorstwo po osiągnięciu przez nie określonych celów. Taka sytuacja miała miejsce w przypadku grupy Sobiesława Zasady, którą łączyła współpraca z Daimlerem w dziedzinie samochodów użytkowych. Zasada liczył na trwałość związku z niemiecką firmą, która jednak dążyła wyłącznie do poznania polskiego rynku, aby później samodzielnie wejść na niego i konkurować z dotychczasowym partnerem. Wycofanie się strony niemieckiej ze współpracy postawiło polską firmę w trudnej sytuacji finansowej. Należy pamiętać, że alianse niesymetryczne, jeśli są nieumiejętnie zawierane, mogą być na dłuższą metę niekorzystne dla słabszych partnerów i doprowadzić do ich eliminacji z rynku.

W Polsce daje się odczuć brak systematycznych badań w zakresie aliansów strategicznych. Jednak już z samej obserwacji bieżącego życia gospodarczego można wywnioskować, że znaczenie strategicznej współpracy między przedsiębiorstwami jest relatywnie mniejsze niż w krajach najbardziej rozwiniętych. Biorąc jednak pod uwagę trendy makroekonomiczne w światowej gospodarce, a zwłaszcza wzrost znaczenia globalizacji i gwałtowność postępu naukowo-technicznego, należy się spodziewać w dłuższej perspektywie zwiększenia dynamiki tworzenia aliansów strategicznych w kilku ważnych sektorach polskiej gospodarki. Wśród tych sektorów możemy wyróżnić: przemysł zbrojeniowy, przemysł lotniczy, transport lotniczy, telekomunikację czy przemysł farmaceutyczny. Należy jednak zawsze zdawać sobie sprawę ze specyfiki polskich warunków gospodarczych, wynikającej ze słabej pozycji konkurencyjnej rodzimych przedsiębiorstw wobec potencjalnych partnerów lub konkurentów zagranicznych. Alianse strategiczne mogą okazać się wówczas złudną formą współpracy, prowadzącą de facto do przejęć polskich przedsiębiorstw przez inwestorów zagranicznych. Z drugiej strony, forma aliansów, przy umiejętnym zarządzaniu, może być korzystnym etapem przejściowym pomiędzy fragmentacją polskich przedsiębiorstw a ich konsolidacją kapitałową. W dalszej perspektywie alianse strategiczne mogą dać szansę rozwoju poprzez współpracę na polu technologicznym partnerów o podobnych potencjałach kapitałowych [Gawinecki, Grudzewski, Rogowski, Alianse strategiczne ...Internet].

## **PODSUMOWANIE**

Fuzje, przejęcia i alianse są konsekwencją globalizacji i rozwoju nowych technologii, ułatwiających zarządzanie dużym organizmem. Konsolidacja nie jest kwestią mody, lecz



nieuniknionym procesem. Trend konsolidacyjny obejmie przede wszystkim te sektory, które - z uwagi na efekt skali - są szczególnie nań podatne. Dotyczy więc przede wszystkim, branż oferujących globalne produkty, operujących na globalnych rynkach zbytu i zaopatrzenia oraz sektorów kapitałochłonnych, wykorzystujących skomplikowany know-how: motoryzacji, bankowości, farmacji.

Nie zmieni się istotnie układ sił - potęgę USA nie stanowi General Motors czy Citibank, lecz miliony małych i średnich firm, które wytwarzają 70% PKB (w Polsce - 60%). Zawsze będzie miejsce na lokalne przedsiębiorstwa, choćby małą piekarnię o stabilnej klienteli; także dlatego, że wraz ze wzrostem skali działalności rośnie ryzyko, a nie każdy przedsiębiorca jest gotów je ponieść. Gospodarka przypomina piramidę usypaną z węgla: wśród wielkich brył zawsze znajdzie się miejsce na drobny żwir, który samoistnie wypełni wolne przestrzenie [Frąckowiak, Duże jest piękne - internet]. Przy czym warto zauważyć, że im większe pojedyncze bryły, tym te szczeliny są większe - im większa firma, tym więcej potrzebuje poddostawców wspierających podstawową działalność koncernu. Paradoksalnie więc, proces konsolidacji sprzyja również małym i średnim przedsiębiorstwom, gdyż stwarza im lepsze warunki do funkcjonowania w "szczelinach" pomiędzy gigantami. Ważne jednak jest, by te małe i średnie przedsiębiorstwa posiadały korzystne warunki do swojego rozwoju i by stawały się dzięki temu istotnymi partnerami dla wielkich korporacji. Jedynie wtedy korporacje działające na naszym rynku mogą zrezygnować z poszukiwań poddostawców spoza Polski a proces globalizacji nie będzie traktowany wyłącznie jako zagrożenie, ale również jako szansa dla rozwoju naszego kraju.

## **PIŚMIENNICTWO:**

1. Bialik E. Nie zawsze udane związki, Rzeczpospolita z dn. 05.04.2000
2. Cygler J. Alianse strategiczne, Difin, Warszawa 2002
3. Dembiński P.H. Globalizacja - wyzwanie i szansa, <http://porozumienie.kik.opoka.org.pl/tekst/gl/dembinski.html>
4. Frąckowiak W. (red.) Fuzje i przejęcia przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 1998. [www.fuzja.pl](http://www.fuzja.pl)
5. Frąckowiak W. Duże jest piękne, <http://businessman.onet.pl/arttykul.html?MP=3&ITEM=1080586>
6. Gawinecki M., Grudzewski W., Rogowski W. Alianse strategiczne przedsiębiorstw w warunkach polskich, <http://biz.reporter.pl/txt/index.php?nr=1&txt=2000/060&typ=>
7. Kaczmarek B. Strategiczne motywy aliansu, w Zarządzanie organizacjami gospodarczymi w warunkach globalizacji, Elipsa, Łódź 2000
8. Kolejny rekord w kupowaniu firm w 2000 roku, <http://www.oditk.com.pl/index.php>
9. Kuchciak M.T. Dekoniunktura wymusza konsolidację, PARKIET 29 maja 2003, [http://www.pwcglobal.com/pl/pol/about/press-rm/experts/03may29\\_parkiet.html](http://www.pwcglobal.com/pl/pol/about/press-rm/experts/03may29_parkiet.html)
10. Liberska B. (red.), Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania, PWE, Warszawa 2002

11. Szczepanowski P.J. Fuzje i przejęcia, PWN, Warszawa 2000

## **MERGERS, TAKE OVER AND STRATEGIC ALLIANCES IN THE WORLD AND POLISH ECONOMY**

**Abstract.** The article presents one aspect of globalisation, namely capital concentration processes in the world and in Poland. Three different ways of the concentration are characterised: mergers, take over and strategic alliances, as well as the ways of enterprises consolidation in our country are presented.

**Key words:** globalisation, capital concentration, consolidation.

*Jakub Kraciuk, Katedra Ekonomiki Rolnictwa, Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa ul. Nowoursynowska 166, kraciuk@alpha.sggw.waw.pl*

# **WPŁYW POZIOMU INFRASTRUKTURY NA DOCHODY GMIN ORAZ NA ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI NA OBSZARACH WIEJSKICH DOLNEGO ŚLĄSKA**

Irena Kropsz

**Streszczenie:** Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich wiąże się z pełnieniem większej liczby funkcji pozarolniczych, gdzie dużą rolę odgrywa poziom wyposażenia infrastrukturalnego. Niedorozwój infrastruktury jest jedną z barier rozwoju tych obszarów, dlatego w artykule przedstawiono jej wpływ na rozwój przedsiębiorczości na obszarach.

**Słowa kluczowe:** wieś, infrastruktura, przedsiębiorczość, dochody gmin, Dolny Śląsk

## **WPROWADZENIE**

Rozwój infrastruktury wiejskiej jest czynnikiem ułatwiającym powstawanie pozarolniczych zakładów pracy. Promowanie rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw na terenach wiejskich musi być poprzedzone, lub co najmniej zsynchronizowane z istnieniem odpowiedniego poziomu wyposażenia infrastrukturalnego mogącego świadczyć niezbędne usługi [Wilczyńska 1997].

Pomimo, że infrastruktura stanowi złożoną całość, to wpływ poszczególnych jej elementów na rozwój przedsiębiorczości na wsi i ich gospodarcze ożywienie jest zróżnicowany [Pięcek 1996, 1997]. W kontekście wielofunkcyjnego rozwoju wsi istotnego znaczenia nabrały te instytucje infrastruktury, które finansowo wspierają rozwój przedsiębiorczości wiejskiej, zajmują się kształceniem, podwyższeniem kwalifikacji i doksztalcaniem ludzi zatrudnionych w systemie przedsiębiorczości oraz promują region, gminę, wieś jako miejsce lokalizacji gospodarczej. Instytucje tego typu nazywane są infrastrukturą instytucjonalną. Zalicza się do niej banki, rejonowe biura pracy, biura notarialne, instytucje prowadzące porady prawne i ekonomiczne, wyspecjalizowane instytucje obsługujące producentów, banki informacji o regionie, rynku itp., a także działające w tej sferze fundacje [Pięcek 1997].

Rozwój wielofunkcyjny obszarów wiejskich, obejmujący, między innymi, powstawanie drobnych przedsiębiorstw produkcyjnych i usługowych, napotyka na trzy główne bariery:

- brak wiedzy i często odwagi podjęcia ryzyka w zakresie pozarolniczej działalności gospodarczej;
- niedostateczne na ogół zasoby kapitałowe ludności przy dotychczas mało atrakcyjnych warunkach korzystania z kredytów bankowych; oraz
- przeszkodę aktualnie na większości obszaru kraju najważniejszą – niedostateczny, w licznych przypadkach, stan ilościowy i jakościowy urządzeń infrastruktury technicznej.

W tej sytuacji większe możliwości rozwijania wielofunkcyjności mają rejony wyżej stojące gospodarczo, co może pogłębić zróżnicowanie poziomu przestrzennego zagospodarowania kraju na niekorzyść terenów mniej zaawansowanych [Zawadzki 1994].

Za szczególnie skuteczny sposób przełamywania barier rozwoju przedsiębiorczości należy uznać poprawę stanu lokalnej infrastruktury technicznej. Strategia rozwoju gminy powinna nam wskazać na priorytetowe przedsięwzięcia w tym właśnie zakresie [Kłodziński, Siekierski 1997].

## **CEL, ZAKRES I METODYKA PRACY**

W artykule podjęto próbę wykrycia zależności pomiędzy wybranymi elementami infrastruktury technicznej, społecznej i ekonomicznej a dochodami gmin, przypadającymi na 1 mieszkańca oraz dodatkowo wybrane elementy infrastruktury korelowano z przedsiębiorstwami zarejestrowanymi w systemie REGON ogółem i z podziałem na rodzaje działalności: działalność produkcyjna, budownictwo, handel i naprawy oraz transport, składowanie i łączność.

Uwzględniając znaczenie infrastruktury w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich sformułowano następujące cele:

- określenie wpływu wybranych elementów infrastruktury technicznej, społecznej i ekonomicznej na rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich Dolnego Śląska,
- określenie wpływu wybranych elementów infrastruktury technicznej, społecznej i ekonomicznej na dochody własne gmin w przeliczeniu na 1 mieszkańca na obszarach wiejskich Dolnego Śląska,

Badania zrealizowano na terenie wszystkich byłych województw Dolnego Śląska. Do ich przeprowadzenia obiekty badawcze (gminy, wsie) wybrane zostały w sposób losowy i celowy [Kopeć 1983; Stachak, Woźniak 1981]. W roku 1996 do przeprowadzenia badań szczegółowych wybrano wszystkie gminy wchodzące w skład województwa dolnośląskiego. Tak więc badania dotyczyły 126 gmin. Szczegółowa analiza stanu infrastruktury obszarów wiejskich wszystkich gmin rejonu badawczego przeprowadzona w roku 1996 umożliwiła wytypowanie do dalszych badań gmin o: najlepszym, średnim i najgorszym poziomie wyposażenia w wybrane elementy infrastruktury. Z każdego z 4 byłych województw, metodą doboru celowego, wybrano po 3 gminy wg powyższego podziału. Ogółem wybrano 36 gmin na terenie których w sposób losowy dobrano po 3 wsie zakwalifikowane do szczegółowej

ankietyzacji w roku 1999. Spośród wszystkich wsi położonych na terenie zakwalifikowanych 36 gmin wylosowano po 3 wsie. Badaniom poddano więc 108 wsi.

Szczegółowe informacje dotyczące poszczególnych elementów infrastruktury wybranych wsi zebrano wykorzystując metodę ankietową [Kopeć 1983]. Narzędziem badawczym była ankieta opracowana w Katedrze Ekonomiki i Organizacji Rolnictwa Akademii Rolniczej we Wrocławiu. Do zbierania materiałów pierwotnych wykorzystano również informacje publikowane w statystyce powszechnej. Zakres badań obejmował analizę wybranych elementów infrastruktury technicznej, społecznej i ekonomicznej. Do opracowań wybrano po pięć elementów z każdego rodzaju infrastruktury. Łącznie, analizie szczegółowej poddano 15 elementów infrastruktury. W obrębie infrastruktury technicznej analizie poddano: sieć wodociagową i kanalizacyjną, gaz przewodowy, gęstość dróg o nawierzchni twardej oraz liczbę abonentów telefonicznych. Infrastrukturę społeczną analizowano na podstawie: liczby szkół podstawowych i ponadpodstawowych, bibliotek, przychodni i ośrodków zdrowia oraz aptek i punktów aptecznych. Spośród elementów infrastruktury ekonomicznej wybrano: instytucje finansowe, punkty świadczące usługi rolnicze, punkty zaopatrzenia i zbytu oraz zakłady rzemieślnicze.

Dostępność poszczególnych elementów infrastruktury technicznej określano jako procent gospodarstw wyposażonych w dany element, długość dróg w  $\text{km}/100 \text{ km}^2$  i liczbę abonentów telefonicznych przypadających na 1000 mieszkańców. Elementy infrastruktury ekonomicznej przeliczano na 100  $\text{km}^2$ , natomiast wyposażenie w infrastrukturę społeczną określano dwójako: na 1000 mieszkańców oraz, uwzględniając przestrzenny charakter obszarów wiejskich, również na 100  $\text{km}^2$ . Taki sposób ujęcia umożliwił bardziej wnikliwą analizę dostępności do elementów infrastruktury. Do opracowywania materiałów źródłowych zastosowano metodę opisową, porównawczą [Kopeć 1983] oraz metody statystyczne: analizę korelacji prostej i regresji wielokrotnej [Zieliński 1999; Stanisław 1998, 2000]. Badania prowadzono w latach 1996 - 1999.

## WYNIKI BADAŃ

Wyznaczenie prostej regresji sprowadza się do określenia wartości współczynników zmiennych niezależnych określających zmienną zależną i przedstawienie jej w postaci równania regresji jednej (lub kilku) zmiennych względem drugiej. Prosta regresji pozwala oceniać wartość zmiennej zależnej na podstawie zmiennej (zmiennych) niezależnych. Takie określenie wartości jest obarczone pewnym błędem, ale ryzyko związane z popełnieniem

takiego błędu może być mniejsze niż ryzyko właściwego badania – lub też jego brak – gdy takie badanie jest niemożliwe [Zieliński 1999].

Przeprowadzana wcześniej analiza korelacji prostych nie wykazała istotnych związków pomiędzy wybranymi elementami infrastruktury a przedsiębiorczością oraz dochodami gmin w przeliczeniu na 1 mieszkańca. W związku z tym, po stwierdzeniu występujących przypadkowo, istotnych zależności, nie mających rzeczywistego uzasadnienia, przeprowadzono analizę regresji wielokrotnej, wychodząc z założenia, że jej wyniki pozwolą na uzyskanie znacznie dokładniejszej informacji o zależności cech. Do badania regresji wielokrotnej wybrano po 5 elementów infrastruktury technicznej, społecznej i ekonomicznej, nazywając je cechami niezależnymi. Jako cechy zależne wytypowano: liczbę jednostek przedsiębiorczości REGON ogółem na wsi oraz dochody własne gmin w przeliczeniu na 1 mieszkańca.

Przeprowadzając analizę regresji uzyskano informację dotyczącą udziału każdej z cech niezależnych w określeniu zmienności cechy zależnej oraz określono współczynniki regresji wielokrotnej cechy zależnej względem układu cech niezależnych. Oprócz tego, na podstawie współczynnika regresji wielokrotnej (R) można określić, czy dane cechy niezależne (w sposób istotny, bądź też nieistotny), jako komplementarne w odniesieniu do siebie elementy infrastruktury, mają wpływ na zmienną zależną.

## 1. Infrastruktura techniczna

Analizując oddziaływanie infrastruktury technicznej na przedsiębiorczość wiejską i poziom dochodów, do analizy regresji wybrano: dostępność do wodociągu zbiorowego ( $x_1$ ), dostęp do sieci kanalizacyjnej ( $x_2$ ), podłączenie do gazu przewodowego ( $x_3$ ), gęstość dróg ( $x_4$ ) i liczbę abonentów telefonicznych ( $x_5$ ) jako zmienne niezależne oraz liczbę jednostek REGON ogółem i dochody własne gmin na 1 mieszkańca ( $y$ ), jako zmienne zależne.

Tabela 1  
Table 1

Wyniki regresji zmiennych zależnych i elementów infrastruktury technicznej  
Results of regressions of alternates dependent and elements of technical infrastructure

| Lp.<br>No. | Wyszczególnienie<br>Specification | Zmienne zależne<br>Alternates dependent |      |                                                                               |      |
|------------|-----------------------------------|-----------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------|------|
|            |                                   | REGON ogółem<br>In general REGON        |      | Dochody gmin<br>na 1 mieszkańca<br>Revenues of communities<br>on 1 inhabitant |      |
|            |                                   | 1996                                    | 1999 | 1996                                                                          | 1999 |
| 1          | N – liczebność próby              | 126                                     | 36   | 126                                                                           | 36   |

|   |                                           |             |             |             |             |
|---|-------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 2 | $R_t$ – współczynnik regresji teoretyczny | 0,27        | 0,48        | 0,27        | 0,48        |
| 3 | <b>R – współczynnik regresji</b>          | <b>0,51</b> | <b>0,47</b> | <b>0,66</b> | <b>0,76</b> |
| 4 | $R^2$ – współczynnik determinacji         | 0,26        | 0,22        | 0,44        | 0,58        |
| 5 | p – poziom istotności                     | < 0,00      | < 0,18      | < 0,00      | < 0,00      |

Źródło: Badania własne

Source: Author's own research

W tabeli 1 przedstawiono wyniki analizy regresji pomiędzy liczbą jednostek REGON oraz dochodami własnymi gmin na 1 mieszkańca, a infrastrukturą techniczną. W roku 1996 poziom wyposażenia w wybrane elementy tej infrastruktury wpływał istotnie na rozwój przedsiębiorczości na wsi, natomiast w roku 1999 wpływ ten był nieistotny.

Wprawdzie istotność wpływu wszystkich elementów infrastruktury technicznej na liczbę jednostek REGON, wyrażona współczynnikiem regresji wielokrotnej, jest niska, okazuje się, że lepsze wyposażenie terenów wiejskich w te elementy infrastruktury może mieć wpływ na wzrost liczby jednostek związanych z działalnością gospodarczą na tym obszarze. Stan infrastruktury technicznej tylko nieco w ponad 20 % wyjaśniał zmienność cechy zależnej będącej przedmiotem tej analizy. Pozostałą część zmienności tej cechy determinowały czynniki nie będące przedmiotem tego badania.

Jak przedstawiają dane w tabeli 1, zarówno w 1996, jak i w 1999 roku, elementy infrastruktury technicznej wykazały istotną zależność z dochodami własnymi gmin. Współczynnik determinacji wskazuje, że infrastruktura techniczna w około 50 % wyjaśniała zmienność cechy zależnej. Wpływ wszystkich elementów infrastruktury technicznej na dochody własne gmin był dość wysoki, można więc wnioskować, że poprawa wyposażenia terenów wiejskich w te elementy infrastruktury może korzystnie wpłynąć na wzrost dochodów własnych gmin poprzez zwiększenie atrakcyjności tego rejonu dla przyszłych inwestorów.

## 2. Infrastruktura społeczna

W przypadku infrastruktury społecznej do analizy regresji wybrano: szkoły podstawowe ( $x_1$ ), szkoły ponadpodstawowe ( $x_2$ ), biblioteki ( $x_3$ ), przychodnie i ośrodki zdrowia ( $x_4$ ) oraz apteki i punkty apteczne ( $x_5$ ) jako zmienne niezależne oraz liczbę jednostek zarejestrowanych w systemie REGON ogółem i dochód własny gminy na 1 mieszkańca ( $y$ ), jako zmienne zależne. Analiza regresji została wykonana dla roku 1996 i 1999.

Zamieszczone w tabeli 2 wyniki analizy regresji, w badanych populacjach w 1996 roku wskazują na to, że elementy infrastruktury społecznej mają istotny wpływ na liczbę jednostek zarejestrowanych w systemie REGON, zarówno w roku 1996, jak i w roku 1999.

Tabela 2  
Table 2

Wyniki regresji zmiennych zależnych i elementów infrastruktury społecznej  
Results of regressions of alternates dependent and elements of social infrastructures

| Lp.<br>No. | Wyszczególnienie<br>Specification         | Zmienne zależne<br>Alternates dependent |             |                                                                               |             |
|------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|            |                                           | REGON ogółem<br>In general REGON        |             | Dochody gmin<br>na 1 mieszkańca<br>Revenues of communities<br>on 1 inhabitant |             |
|            |                                           | 1996                                    | 1999        | 1996                                                                          | 1999        |
| 1          | N – liczebność próby                      | 126                                     | 36          | 126                                                                           | 36          |
| 2          | $R_t$ – współczynnik regresji teoretyczny | 0,27                                    | 0,48        | 0,27                                                                          | 0,48        |
| 3          | <b>R – współczynnik regresji</b>          | <b>0,42</b>                             | <b>0,49</b> | <b>0,29</b>                                                                   | <b>0,43</b> |
| 4          | $R^2$ – współczynnik determinacji         | 0,18                                    | 0,24        | 0,08                                                                          | 0,19        |
| 5          | p – poziom istotności                     | < 0,00                                  | < 0,12      | < 0,06                                                                        | < 0,26      |

Źródło: Badania własne  
Source: Author's own research

Poziom infrastruktury w około 20 % wyjaśniała zmienność cechy zależnej. Wpływ wszystkich elementów infrastruktury społecznej, działających łącznie na liczbę jednostek REGON wyrażony współczynnikiem regresji wielokrotnej jest istotny w 1996 i 1999 roku i w rzeczywistości lepsze wyposażenie terenów wiejskich w te elementy infrastruktury powinno mieć wpływ na rozwój przedsiębiorczości na tym obszarze.

W roku 1996 elementy infrastruktury społecznej wpływały w sposób istotny, ale na słabym poziomie na dochody własne gmin, natomiast w roku 1999 współczynnik regresji wielokrotnej był nieistotny.

### 3. Infrastruktura ekonomiczna

W przypadku infrastruktury ekonomicznej do analizy regresji wybrano: instytucje finansowe ( $x_1$ ), punkty usługowe ( $x_2$ ), punkty skupu ( $x_3$ ), punkty zaopatrzenia ( $x_4$ ) oraz zakłady rzemieślnicze ( $x_5$ ) jako zmienne niezależne oraz liczbę jednostek zarejestrowanych w systemie REGON ogółem i dochód własny gminy na 1 mieszkańca ( $y$ ), jako zmienne zależne. Analiza regresji została wykonana dla roku 1996 i 1999.

Z zamieszczonych w tabeli 3 wyników analizy regresji można wywnioskować, że w badanej populacji tylko w 1996 roku elementy infrastruktury ekonomicznej wykazały istotny wpływ na wzrost liczby jednostek gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON. W 1999 roku wybrane cechy nie miały istotnego wpływu na ich liczbę, czyli na poziom przedsiębiorczości na wsi.



Tabela 3  
Table 3

Wyniki regresji zmiennych zależnych i elementów infrastruktury ekonomicznej  
Results of regressions of alternates dependent and elements of economic infrastructure

| Lp.<br>No. | Wyszczególnienie<br>Specification         | Zmienne zależne<br>Alternates dependent |             |                                                                               |             |
|------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|            |                                           | REGON ogółem<br>In general REGON        |             | Dochody gmin<br>na 1 mieszkańca<br>Revenues of communities<br>on 1 inhabitant |             |
|            |                                           | 1996                                    | 1999        | 1996                                                                          | 1999        |
| 1          | N – liczebność próby                      | 114                                     | 36          | 114                                                                           | 36          |
| 2          | $R_t$ – współczynnik regresji teoretyczny | 0,30                                    | 0,48        | 0,30                                                                          | 0,48        |
| 3          | <b>R – współczynnik regresji</b>          | <b>0,60</b>                             | <b>0,44</b> | <b>0,24</b>                                                                   | <b>0,36</b> |
| 4          | $R^2$ – współczynnik determinacji         | 0,36                                    | 0,19        | 0,06                                                                          | 0,13        |
| 5          | p – poziom istotności                     | < 0,00                                  | < 0,24      | < 0,27                                                                        | < 0,91      |

Źródło: Badania własne  
Source: Author's own research

Elementy infrastruktury ekonomicznej w roku 1996 w 36 % wyjaśniały zmienność cechy reprezentującej aktywność gospodarczą na wsi. Natomiast w roku 1999 wpływ ten był zdecydowanie niższy. Liczba jednostek przedsiębiorczości zarejestrowanych w systemie REGON w 19 % zdeterminowana była przez elementy infrastruktury ekonomicznej.

W roku 1996 i w 1999 poziom wyposażenia w infrastrukturę ekonomiczną nie wpływał istotnie na dochody własne gmin. Należy przypuszczać, że stan infrastruktury ekonomicznej na wsi dolnośląskiej pozostawia jeszcze wiele do życzenia i nie aktywizuje działalności gospodarczej miejscowej ludności.

## PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Przyszłość rolnictwa zależy od ożywienia nierolniczych sfer gospodarki narodowej. Powodzenie polityki państwa wobec wsi i rolnictwa związane będzie ściśle z przemianami w całej gospodarce, z tempem przekształceń własnościowych, restrukturyzacją banków, prywatyzacją przedsiębiorstw, które zdolne będą skupować i przetwarzać płody rolne oraz tworzyć nowe miejsca pracy, także dla członków rodzin rolniczych. Ważna jest odpowiednia polityka fiskalna tworząca zachęty do inwestowania oraz właściwa polityka regionalna. Wiele zależy będzie również od samych rolników i ich inicjatyw. Warunkiem niezbędnym do dalszego rozwoju terenów wiejskich jest poprawa stanu wyposażenia infrastrukturalnego wsi i gospodarstw, zwłaszcza w te elementy, które decydują o stanie środowiska naturalnego oraz umożliwiają dzieciom i młodzieży wiejskiej edukację na poziomie pozwalającym

w przyszłości identyfikowanie obszarów wiejskich, jako swojego miejsca pracy i zamieszkania [Nietupski, Kutkowska, Kropsz 1999].

W wyniku przeprowadzonych badań oraz uzyskanych wyników sformułowano następujące wnioski:

1. Badania korelacyjne (korelacje proste) pomiędzy wybranymi elementami infrastruktury technicznej, społecznej i ekonomicznej wykazały brak istotnych związków pomiędzy poszczególnymi elementami infrastruktury. Zaobserwowano słabą i średnią zależność pomiędzy poziomem infrastruktury technicznej a przedsiębiorczością i dochodami własnymi gmin na 1 mieszkańca. Infrastruktura ekonomiczna nie wykazała istotnego wpływu na dochodowość gmin i aktywność gospodarczą miejscowej ludności. Zapewne przyczyna tkwi w zbyt niskim poziomie wyposażenia obszarów wiejskich Dolnego Śląska w ten rodzaj infrastruktury i fakt, że elementy infrastruktury działają łącznie zarówno na dochodowość gmin, jak i na przedsiębiorczość mieszkańców.
2. Analiza regresji wielokrotnej ukazała wpływ wyposażenia w infrastrukturę techniczną na wzrost rozwoju przedsiębiorczości i dochodów własnych gmin na 1 mieszkańca. Wpływ ten jednak był zróżnicowany w zależności od rodzaju infrastruktury i okresu badań. Najistotniejszy wpływ miał miejsce w przypadku infrastruktury technicznej na dochody własne gmin w przeliczeniu na 1 mieszkańca. Oznacza to, że poprawa stanu infrastruktury technicznej wpływa korzystnie na dochody własne gmin, poprzez zwiększenie atrakcyjności tego rejonu dla przyszłych inwestorów.
3. W przypadku infrastruktury społecznej analiza regresji wykazała istotny wpływ tych elementów na liczbę jednostek zarejestrowanych w systemie REGON, jak również na dochód własny gminy w roku 1996, natomiast brak było tego wpływu w roku 1999.
4. Pomimo tego, że wyposażenie niektórych elementów infrastruktury ekonomicznej wzrosło w badanym okresie czasu, zmiany te nie wpłynęły w sposób istotny na wzrost liczby jednostek zarejestrowanych w systemie REGON i na dochody własne gmin.

## PIŚMIENNICTWO

1. Kłodziński M., Siekierski Cz., 1997. Planowanie strategiczne rozwoju obszarów wiejskich na poziomie gminy. *Więś i Rolnictwo* nr 3, PAN, IRWiR, Warszawa, 32-46.
2. Kopeć B., 1983. *Metodyka badań ekonomicznych w gospodarstwach rolnych*. Skrypt AR Wrocław, 166-199.
3. Nietupski T., Kutkowska B., Kropsz I., 1999. Możliwości dostosowania obszarów wiejskich Dolnego Śląska do wymogów Unii Europejskiej. *Rzeszów, Roczniki Naukowe, T-1, Zeszyt 2*, 53-62.

4. Pięcek B., 1996. Rola infrastruktury w procesie ożywienia gospodarczego obszarów wiejskich zachodniego pogranicza [w] *Przeobrażenia społeczno – ekonomiczne obszarów wiejskich pogranicza zachodniego*. IRWiR, Warszawa, 73-92.
5. Pięcek B., 1997. Infrastrukturalne uwarunkowania przedsiębiorczości na obszarach wiejskich [w] *Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania i możliwości wielofunkcyjnego rozwoju wsi w Polsce*. Warszawa, SGGW, 117-136.
6. Stachak St., Woźniak Z., 1981. Elementy metodologii nauk agroekonomicznych. AR Szczecin, 99-104.
7. Stanisław A., 1998. Przystępny kurs statystyki w oparciu o program Statistica PL na przykładach z medycyny. Statsoft, Kraków, t. 1, ss. 362.
8. Stanisław A., 2000. Przystępny kurs statystyki w oparciu o program Statistica PL na przykładach z medycyny. Statsoft, Kraków, t. 2, ss. 408.
9. Wilczyńska K., 1997. Wyposażenie infrastrukturalne wsi i rolnictwa w Polsce w latach 1989-1995 – problemy rozwoju [w] *wieś i rolnictwo w okresie przemian systemowych*. AR Poznań, W i S, 103-116.
10. Zawadzki W., 1994. Infrastruktura techniczna – główny warunek rozwoju obszarów wiejskich (stan w 1993 roku) IERiGŻ nr 365, Warszawa, 5-6.
11. Zieliński T., 1999. Jak pokochać statystykę, czyli Statistica do poduszki. StatSoft Polska, Kraków, ss. 256.

#### **INFLUENCE OF LEVEL OF INFRASTRUCTURE ON REVENUES OF COMMUNITIES AND ON DEVELOPMENT OF ENTREPRISES ON RURAL AREAS OF THE LOWER SILESIA**

**Summary:** The multifunctional development of the rural areas is connected with the increased number of the functions outside agriculture, where the essential role belongs to infrastructural outfit. Underdeveloped infrastructure is one of the railing in the development of those areas, therefore the article present development of enterprises on the rural areas.

**Key words:** village, infrastructure, enterprises, revenues of communities, Lower Silesia

*Irena Kropsz, Akademia Rolnicza we Wrocławiu, Katedra Ekonomiki i Organizacji Rolnictwa, ul. M. Skłodowskiej-Curie 42, 50 – 369 Wrocław, e-mail: Irena@ekonom.ar.wroc.pl*

## ETYKA BIZNESU CZY PRAKSEOLOGIA?

**Krystyna Najder-Stefaniak**

**Streszczenie.** W opracowaniu pokazano, że etyka biznesu to bardziej dział prakseologii niż etyki. Etyka biznesu usprawnia działania podejmowane ze względu na cele ekonomiczne, uwiarygodnia ich sens, pomaga porządkować działania ekonomiczne w system podporządkowany regułom ładu społecznego. Bardzo potrzebna jest mieszcząca się w obszarze etyki refleksja, której celem byłoby przyjrzenie się krytycznie aksjologii nowożytnej ekonomii. Taka refleksja mogłaby być źródłem inspiracji dla tych teoretyków ekonomii, którzy szukają nowych rozwiązań współczesnych problemów.

**Słowa kluczowe:** etyka biznesu, prakseologia.

### WSTĘP

Postawione w tytule artykułu pytanie wynika z kontekstu, jaki stanowią wątpliwości, które zgłaszane są w związku z treściami proponowanymi pod hasłem etyki biznesu. Te wątpliwości współbrzmiały ze stwierdzeniami o kryzysie etyki i o zmierzchu etyki a także ze spostrzeżeniami na temat merkantylizacji zawodu etyka, która owocuje lekceważeniem wielowiekowej tradycji rozważań, wypieranej obecnie przez doraźne, populistyczne diagnozy. W refleksji poświęconej kondycji etyki zauważa się, że etycy, jeśli stają się funkcjonariuszami aktualnej rzeczywistości, usprawiedliwiają ją i uzasadniają interesy zbiorowe podporządkowując się paradygmatowi myślenia utylitarne, sami przyczyniają się do współczesnego kryzysu moralnego (por. R. Jadczyk 1999).

### ETYKA I ZDROWY ROZSĄDEK, CZYLI ETYKA POZBAWIONA OPARCIA W TRANSCENDENCJI

Dla współczesnej etyki charakterystyczne jest, że prowadzone w jej obszarze rozważania koncentrują się głównie na etykach szczegółowych. Etyka biznesu jest jedną z nich. Zauważmy, iż wspólne dla etyk szczegółowych jest przekonanie ich autorów, że użyteczność norm moralnych ma swoje źródło w roztropności i nie wymaga głębszych wyjaśnień i uzasadnień ze strony antropologii filozoficznej i metafizyki. Roztropność jest pojmowana jako miara zdrowego rozsądku, która w pełni podlega doświadczeniu i znajduje w nim pełne uzasadnienie dla swych sądów. Autorzy tego typu etyk zakładają, że normy i wartości porządkujące ludzkie czyny wynikają z doświadczenia społecznego, powinny więc być uzasadniane przez odwołanie się do tego doświadczenia i przez nie weryfikowane. W konsekwencji pojawia się wniosek, że należy zrezygnować z myślenia teoretycznego, na wzór sokratejskiej refleksji, ponieważ nie służy ono skuteczności działania i ograniczyć się

do racjonalnego, zgodnego z praxis opisu, jak człowiek powinien działać w określonych warunkach, zachowując wolność, racjonalność wyboru i nie krzywdząc innych ani siebie. Wolność sprowadza się do możliwości wyboru, racjonalność - do przestrzegania ustalonych norm interpretacji i wyciągania wniosków, a nie krzywdzenie innych - do przestrzegania praw człowieka.

Etyka zostaje przeniesiona z metapoziomu teorii, do poziomu bezpośredniości wynikających z praktyki doświadczeń i traci charakter ponadczasowości. Staje się zbiorem praktycznych wskazówek postępowania pozbawionych oparcia w transcendencji (sacrum, metadyskursie). Staje się kolejną nauką z rzędu prakseologicznych i nie jest w stanie wyprowadzić nas poza uwarunkowania profanum. Nie otwiera nowych perspektyw dla myślenia o możliwościach i odpowiedzialności człowieka, lecz podpowiada postępowanie utrwalające aktualny ład w rozpatrywanym obszarze aktywności.

Co znajdujemy w etyce biznesu, gdy jej twórcy stawiają sobie zadania pragmatycznej natury?

1. Przede wszystkim sygnały, że potrzebne są poszukiwania postawy etycznej adekwatnej do nowych problemów związanych z sytuacjami będącymi rezultatem rozwoju rozmaitych form działalności gospodarczej. Inaczej mówiąc sygnalizuje się potrzebę zaproponowania takich norm zachowań, by te nowe problemy nie zachwiały aktualnym ładem gospodarczym.

2. Teoretycy etyki biznesu zwracają też uwagę na to, że firma może ponosić straty nie tylko z powodu błędów związanych z zasadami precyzowanymi w ramach ekonomii, ale także w rezultacie konfliktów powodowanych brakiem akceptacji moralnej działań podejmowanych przez jej pracowników, czyli wtedy, gdy nie przestrzegają oni obowiązujących w społeczeństwie zasad moralności. Zauważmy, że już samo istnienie pojęcia „etyka biznesu” jest pożyteczne, gdy chcemy uzyskać akceptację dla rozrastającej się sfery biznesu i działań biznesowych. Sugeruje ono bowiem, że biznes może być etyczny.

3. W refleksji podejmowanej przez etyków biznesu podkreśla się, że zarówno pomyślność w biznesie jak i możliwość przetrwania zależy od tego, czy przedsiębiorstwo jest mocno związane nie tylko ze swoimi klientami, ale także z całą społecznością. Zauważa się, że przedsiębiorstwa nie powinny pozostawać w izolacji od otoczenia, w jakim działają, ponieważ im wyraźniej społeczeństwo dostrzega związek własnych interesów z interesami sfery biznesu, tym więcej szans na rozwój i sukces ma biznes [Carmichael, Drummond 1989]

4. Etycy biznesu formułują swoiste kodeksy reguł etycznego działania, które ma wpływać na zwiększanie efektywności firmy.

Czy takie propozycje refleksji pozbawionej filozoficznej głębi, podporządkowanej celom ekonomicznym mamy prawo nazywać jeszcze etyką? Czy możliwa jest jakaś inna, bardziej uprawomocniona do używania w nazwie pojęcia etyki, etyka biznesu? Albert Z. Cart podkreśla kontrowersyjność pomysłu "etyki biznesu" porównując ją z etyką gry w pokera [Albert 1968]. Cart twierdzi, że nie jest uczciwe podtrzymywanie złudzenia, że biznes może pozwolić sobie, by kierowały nim zasady etyki w tradycyjnym rozumieniu. Nie usprawiedliwia podtrzymywania tego złudzenia fakt, że jest ono potrzebne by działania biznesowe były akceptowane w społeczeństwie. Nie należy nazywać „etycznymi” postaw, które argumentów szukają w opłacalności i bazują na stwierdzeniach: „opłaca się być uczciwym”, „solidna etyka to dobry interes”. Cart zauważa, że etyka biznesu nie zajmuje się w ogóle postawą etyczną, a jedynie zamaskowaną kalkulacją własnych korzyści. Jego zdaniem, decyzje podejmowane w oparciu o stwierdzenia dotyczące opłacalności, są decyzjami strategicznymi, nie zaś etycznymi.

W rozważaniach dotyczących etyki działań gospodarczych pojawia się rozróżnienie na moralność względem osoby i moralność względem społeczeństwa oraz stanowisko, że etyka biznesu powinna formułować dyrektywy postępowania odwołując się wyłącznie do zasad zachowania ładu społeczno-gospodarczego i koncentrować jedynie na cnotach społecznych, gdyż one dają wpisać się w ustawodawstwo i kodyfikować w postaci zbiorów nakazów i zakazów, do których można stosować argumentację pragmatyczną typu: to jest wskazane ze względu na konieczność zachowania prawidłowych (ustalonych) zasad działania, których naruszenie powoduje destrukcję życia społecznego i gospodarczego. Takie oparte o pragmatyczną argumentację rozważania nie inspirują do wychodzenia poza codzienność profanum. A czemu służą? Co chcą osiągnąć teoretycy proponujący różne etyki biznesu? Czasem chodzi im o usprawnienie działania podejmowanego ze względu na cele ekonomiczne, czasem o uwiarygodnienie sensu tych działań z perspektywy wartości akceptowanych przez społeczeństwo, a czasem o uporządkowanie działań ekonomicznych w system podporządkowany regułom ładu społecznego. Za każdym razem u podstaw jest pytanie czy i w jaki sposób można wykorzystać etyczny aspekt działań dla zwiększenia efektywności i szans przetrwania firmy? Etyka jest tu podporządkowana celom ekonomicznym i staje się rodzajem prakseologii.

## **CZYM JEST PRAKSEOLOGIA?**

L. Bourdeau jako pierwszy użył terminu prakseologia w 1882 roku. Nazwał tak naukę o funkcjach, czyli czynnościach. Wyróżnił prakseologię analityczną i prakseologię syntetyczną. Pierwszą podzielił dalej na prakseologię analityczną elementarną (somatologię) oraz prakseologię analityczną, ogólną (psychologię). Prakseologia syntetyczna, w propozycji L. Bourdeau, jest nauką o związkach między funkcjami i dzieli się na porównawczą i ogólną. Wcześniej, bo w 1863 roku pierwszy wykład systemu prakseologii, ale pod inną nazwą zaproponował M. Martin. Używał on terminu ponologia (gr. ponos - praca).

Prekursorem nurtu prakseologicznego reprezentowanego przez polskich teoretyków czynu był A. U. Espinos, który zaproponował w 1897 roku, by prakseologią nazywać naukę o najbardziej ogólnych formach i zasadach działania w świecie istot żywych, zdolnych się poruszać. Espinos zanalizował reguły praktyczne występujące w obrębie kunsztów i technik i podzielił je na: morfologię technik rozważaną statycznie, fizjologię technik śledzącą powstawanie i warunki skuteczności reguł, oraz genetykę technik, czyli rozwój od narodzin, przez apogeum, do upadku, zwyrodnienia lub zaniku. Rezultaty rozważań Espinosa można nazwać historią technologii i filozofii działań [zob. J. Ostrowski 1967]

E. Ślucki, radziecki ekonomista i matematyk polskiego pochodzenia zajął się prakseologią ekonomiczną. Uważał, że jest to dziedzina wiedzy pozostającej w takim stosunku do ekonomii, jak formalnie pojmowana logika matematyczna do logiki tradycyjnej. Zaproponował trójpiętrowy system teoretyczny, gdzie najwyżej stała ontologia formalna, potem prakseologia formalna i na najniższym piętrze ekonomia formalna, czyli prakseologia ekonomiczna, której pojęcia stanowią uszczegółowienie pojęć prakseologii.

W Polsce zagadnieniami z obszaru prakseologii zajmowali się: S. Kozakiewicz, który (w 1823 roku) podjął próbę opracowania elementów teorii działania skutecznego, W. Jastrzębski w rozprawie *Rys nauki o życiu czynnym, czyli praktycznym* (1854 r.) a nawet B. Prus, który odwołując się do analogii między poprawnym mówieniem i poprawnym działaniem proponował gramatykę czynu (1901 r.). Najpowszechniej prakseologia kojarzona jest jednak z nazwiskiem Tadeusza Kotarbińskiego. Używał on tego terminu zamiennie z określeniami: gramatyka czynu, logika czynu, teoria praktyczności działań, ogólna technologia działania, ogólna teoria czynu, metodologia ogólna. W ujęciu Kotarbińskiego prakseologia jest nauką o sprawnym działaniu, która poszukuje uogólnień odnoszących się do wszelkich form działania rozpatrywanego ze względu na sprawność. Jej zadaniem jest konstruowanie i uzasadnianie dyrektyw praktycznych dotyczących usprawniania działań.

Wypracowuje ona system pojęć niezbędnych do formułowania twierdzeń i teorii na temat sprawnego działania.

Trudny do przecenienia jest wkład w rozwój prakseologii, jaki wniósł twórca austriackiej szkoły prakseologicznej Ludwig von Mises. Urodził się on w 1881 roku we Lwowie.. Znaczenie prac Misesa jest bardzo duże nie tylko dla prakseologii, także dla ekonomii i nauk społecznych w ogóle. Hayek zwraca uwagę na to, że w pracach tych znajdujemy inspiracje do rozwiązania problemu subiektywizmu w danych z nauk społecznych. [Hayek 1979]. Twierdzi, że termin nauki prakseologiczne, pochodzący od A. Espinosa zaadoptowany przez T. Kotarbińskiego i E. Słuckiego, jasno zdefiniowany i szeroko wykorzystany w *Nationaoekonomie* [Genewa 1940] przez Misesa wydaje się najlepiej wyrażający specyfikę nauk takich jak ekonomia i inne teoretyczne nauki o społeczeństwie [Hayek 1979].

## **ETYKA CZY PRAKSEOLOGIA?**

Prakseologia interesuje się ocenami sprawnościowymi, czyli należącymi do grupy ocen utylitarnych, które nazywa się też teleologicznymi (celowościowymi), gdyż są one zrelatywizowane do celu działania. Relatywnością różnią się oceny utylitarne od ocen, do których zaliczamy etyczne. Oba rodzaje ocen są potrzebne, by skutecznie i z sensem projektować ludzkie działania. Prakseologia i etyka, nie powinny ze sobą konkurować. Należy jednak dostrzegać specyfikę tych dwóch różnych dziedzin wiedzy i nie zastępować etyki prakseologią. I etyka i prakseologia związane są z wartościowaniem ludzkiego działania, ale wartościowanie to dokonuje się w innej perspektywie w etyce i w innej w prakseologii.

Etyka powstała jako dziedzina gromadząca rezultaty poszukiwań sensu człowieczego bycia, dziedzina, w której rozstrzyga się o wartościach i wpisuje cele działań w strukturę aksjologiczną. Prakseologię interesuje zagadnienie ekonomicznej skuteczności. Nie poszukuje ona głębokiego, filozoficznego sensu działań, lecz metod usprawniających osiągnięcie określonych celów. Te właśnie cele powinny stać się przedmiotem refleksji etycznej. Taka refleksja jest niezbędna by podmiotowość podejmującego działania nie zagubiła się w gmatwaniu doraźnych celów, by efektem biznesowych działań nie były szkody społeczne i środowiskowe.

Ocena etyczna zaktualizowanego ładu gospodarczego może dokonywać się w dwóch perspektywach. Jedna dotyczy sprawdzenia, czy jest on właściwy, by realizować w nim



wartości przyjęte przez klasyków nowożytnej ekonomii i do dziś w teoriach ekonomicznych obowiązujące. Aktywność wyznaczona w tej perspektywie, to ocenianie. Druga perspektywa inspirowa do refleksji na temat tych przyjętych wartości. Do stawiania pytań, czy rozwój gospodarczy ma prawo dokonywać się kosztem degradacji środowiska, kultury, człowieka, kosztem jakości życia, kosztem rezygnacji z jakości człowieczeństwa? Tutaj mamy do czynienia z wartościowaniem.

Terminem wartościowanie operuje się w dwóch różnych znaczeniach: mówi się o wartościowaniu w sensie wyboru wartości /np. chcemy być wolni, chcemy poznawać prawdę o świecie i ludziach, chcemy otaczać się pięknem, chcemy je tworzyć itp./ lub w sensie przypisywania czemuś określonych cech /np. dochodzimy do wniosku, że dana teoria jest prawdziwa, krajobraz, piękny, człowiek wolny itp./. W drugim znaczeniu lepiej jest zastąpić termin *wartościowanie* przez termin *ocenianie* [Matusewicz 1975] i odróżnić *wybór wartości* od *wyboru obiektów wartościowych*. Wartość decyduje o tym, że takich a nie innych cech szukamy w ocenianym przedmiocie i dokonujemy takiego a nie innego wyboru obiektu wartościowego. Specyfiką etyki jest to, że chce ona odkryć wartości ważne dla realizacji naszego człowieczego bycia na ziemi.

Tymczasem, gdy podstawowym kryterium oceny działań uczynimy skuteczność i uznaniem będziemy darzyć takich fachowców technokratów, którzy postrzegają moralność jako coś ograniczającego skuteczność działania menedżera, okaże się, że stara dyscyplina filozoficzna – etyka stała się zbyt wąska. Cechą charakterystyczną pseudo-profesjonalności, pozbawionej korzeni i szerokiego kontekstu pozwalającego zrozumieć sens działań, jest ograniczenie perspektywy myślenia i ignorowanie długodystansowych następstw podejmowanych działań [Por. Wiśniewski 1995].

Gdy znika świadomość odpowiedzialności związana z poczuciem sprawstwa, gdy podmiotowość podejmującego działania gubi się w gmatwaniu doraźnych celów, to sygnał, że nie ma miejsca i czasu na refleksję etyczną. W rezultacie takiej sytuacji obserwujemy, że efektem biznesowych działań są często ogromne szkody społeczne i środowiskowe. Działalność gospodarcza, która nie służy dobru człowieka powinna budzić wątpliwości. I budzi. Stąd pewnie z jednej strony coraz większe zainteresowanie etyką biznesu, z drugiej coraz mocniej akcentowane wątpliwości dotyczące tego, co proponuje się w ramach "prakseologicznej" etyki biznesu.

Etyka, która mogłaby pomagać rozwiązywać problemy związane z działalnością gospodarczą, gdy narusza ona dobro człowieka, nie może być podporządkowana wartościom

ekonomicznym. Nie może być zbiorem norm usprawniających funkcjonowanie systemu gospodarczego lub broniących przed naruszeniem jego stabilności. Taka pseudoetyka dostarcza norm postępowania będących regułami regulatywnymi, czyli nakładającymi pewne warunki na praktykę, która może istnieć i bez nich / Przykładem reguły regulatywnej może być estetyczny wymóg używania noża i widelca./. Istotnie inne znaczenie mają reguły konstytutywne. Ustalają one praktyki działania, które istnieją jedynie dzięki tym regułom, stwarzają pewne formy zachowania tworzące społeczną instytucję, która istnieje dopóty dopóki reguły te są przestrzegane. Pod tym względem podobne są do reguł gry. Reguły moralne są regułami konstytutywnymi praktyki społecznej. Jeśli etyka biznesu ma pozostać etyką powinna proponować reguły konstytutywne. Jej propozycje muszą być ugruntowane w wiedzy z zakresu filozofii: w jakiejś ontologii, aksjologii, antropologii filozoficznej.

W związku z pojęciem etyki biznesu stawiane jest prowokujące pytanie, czy biznesmen może postępować etycznie nie sprzeniewierzając się ekonomii? Pytanie to zmusza do refleksji nad regułami opracowanymi przez twórców ekonomii nowożytnej. Czy wbrew zaleceniom Kanta nie czyni ona człowieka środkiem jedynie do celu? Jakie są nadrzędne wartości w systemie proponowanym przez ekonomię, której początek dali A. Smith (1723-1790) i D. Ricardo (1772-1823)? Czy nie da się uniknąć pasożytniczego charakteru realizowanej przez człowieka działalności gospodarczej, która powoduje spustoszenia w środowisku przyrodniczym i kulturowym? Z całą pewnością etyka biznesu, która pozwoliłaby znaleźć odpowiedź na te pytania jest dziś bardzo potrzebna.

Uświadomienie specyfiki etyki pozwala dostrzec sprzeczność, jaka tkwi między założeniami metodami i celami etyki a założeniami metodami i celami nowożytnej ekonomii. Sprzeczność tę zauważamy już u Adama Smitha, gdy porównujemy to, co pisał w książce *Teoria uczuć moralnych* z napisaną siedemnaście lat później jego pracą pt. *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, gdzie homo economicus przestaje być istotą moralną, gdzie najważniejsza staje się umiejętność wymiany i maksymalizacja konsumpcji. Ten rozdzźwięk sprzyjał temu by myśleć o ekonomii jako o dziedzinie niezależnej od etycznego wartościowania. Jeszcze niedawno Mises Ludwig von Mises przekonywał, że „Należy badać prawa rządzące ludzkim działaniem i kooperacją społeczną, tak jak fizyk bada prawa natury. Ludzkie działanie i współdziałanie społeczne potraktowane jako obiekt badań nauki zajmującej się zastanymi relacjami, a nie dyscypliny normatywnej badającej rzeczy, jakimi powinny być, oto rewolucja o olbrzymich konsekwencjach dla wiedzy i filozofii a także dla samego działania społecznego” [Mises, 1995].

Mises był przekonany, że ekonomia przez niego proponowana, wyrastająca z ekonomii politycznej w ujęciu szkoły klasycznej a będąca częścią ogólnej teorii ludzkich działań, unika wartościujących założeń. Zauważał, że ekonomia klasyczna doprowadziła do rewolucji ideologicznej, niszcząc stare założenia, że „nieuczciwie i niesprawiedliwie jest usunąć konkurenta z rynku, że złe jest odstępstwo od tradycyjnych metod produkcji, że maszyny są złem, gdyż przynoszą bezrobocie, że zadaniem rządu jest powstrzymywanie efektywnych przedsiębiorców przed bogaceniem się i ochrona mniej sprawnych przed konkurencją bardziej efektywnych, że ograniczenie wolności gospodarczej przez nakazy rządowe i naciski sił społecznych to właściwy środek powiększania dobrobytu narodowego” [Mises, 1995]. Nie zauważył nowych założeń aksjologicznych i etycznych, które ukierunkowały dociekania ekonomistów klasycznych i sądził, że ekonomia, rezygnując z przestrzegania obowiązujących wcześniej założeń, stała się neutralna aksjologicznie. Fritjow Capra nie ma już najmniejszych wątpliwości, że „Wszelka, pozornie wolna od wartości, analiza zjawisk społecznych opiera się na cichej akceptacji aktualnie obowiązującego systemu wartości, stanowiącego automatycznie podstawę doboru i interpretacji danych.” [Capra 1987]. a zatem „Pomijając temat wartości, przedstawiciele nauk społecznych nie są więc wcale bardziej naukowci, lecz przeciwnie są mniej naukowci, nie chcą bowiem otwarcie uznać założeń leżących u podstaw swoich teorii” [Capra 1987]. Ekonomia jest związana z wartościami w dwojaki sposób: zajmuje się względną wartością wymienną dóbr i usług a ponadto modele i teorie, jakimi się posługuje, opierają się na określonym systemie wartości, który wchodzi w skład zbioru założeń nazwanego przez E.F. Schumachera „metaekonomią”.

Sięgnięcie do założeń aksjologicznych leżących u podstaw nowożytnej ekonomii i krytyczne przyjrzenie się im, może zainspirować tych, którzy zechcą szukać teoretycznych propozycji pozwalających uporać się z wielkimi problemami współczesności i w pełni wykorzystać szanse, jakie poziom współczesnej techniki daje w zakresie aktualizowania potencjalności bycia człowiekiem a w konsekwencji mądrego tworzenia kultury.

## PIŚMIENNICTWO

1. Capra F., 1987: *Punkt zwrotny*. Warszawa
2. Carmichael S., Drummond J., 1989: *Good Business: A Guide to Corporate Responsibility and Business Ethics*, Business Books, London 1989
3. Cart A. Z., 1968: *Is Business bluffing ethical?* „Harvard Business Review”, January-February
4. Cart A. Z., 1968: *Is Business bluffing ethical?* „Harvard Business Review”, January-February
5. Gasparski W., 1997: *Etyka biznesu*, PWN, Warszawa

6. Hayek, F.A. von, 1979: *The Counter-Revolution of Science: Studies on the Abuse of Reason*, wyd. 2, Indianapolis
7. Jadczak R., 1999: *Czy zmierzch etyki?* (Kilka uwag o kondycji etyki końca wieku), w: *Spór o etykę. Materiały X Jagiellońskiego Sympozjum Etycznego*. Kraków 4-5 czerwca 1998, Kraków
8. Matusiewicz Cz., 1975: *Psychologia wartości* Warszawa
9. Mises L. von, 1995: *Ludzkie działanie. Traktat o ekonomii*. „Prakseologia” nr 3-4
10. Narveson J. , 1967: *Morality and Utility*. Baltimore
11. Nawroth E., 1994: *Humanizacja gospodarki rynkowej. Ekonomia a etyka*. Warszawa
12. Ostrowski j., 1967: *Alfreda Espinasa wizja prakseologii* [w:] "Fragmenty Filozoficzne" ser. 3 Warszawa
13. Tomczyk-Tolkacz J., 1994: *Etyka biznesu. Wybrane problemy*. Wrocław
14. Wiśniewski R., 1995: *Skuteczność i etyczność w biznesie*. „Prakseologia” nr 1-2

### BUSINESS ETHICS OR PRAXSEOLOGY?

**Abstract.** In the paper has been presented that the ethics of business is rather the branch of praxeology than ethics. Ethics of business is needed, for it help to conduct the undertakings tended to economic objectives, highlight their sense in perspective of the values accepted in society, help to marshal economic undertakings in system of values subsumend to necessities of social ender. Actually is needed the ethics of business comprised in territory of ethics. In perspective of ethics of business independent from economic values transpire the doubts concerning the axiology of modern economy.

**Key words:** business ethics, praxeology.

Krystyna Najder-Stefaniak, Katedra Nauk Humanistycznych, SGGW, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: najder@alpha.sggw.waw.pl

# UNEMPLOYMENT AND POVERTY IN RURAL AREAS OF POLAND

**Marek Raczkowski**

**Abstract.** The article analyses the poverty issue and its influence on unemployment level in Poland after the year 1989 till now. Author describes poverty reasons and its results especially on the rural areas. Possibility of the quick transformation of the Polish agriculture, which is connected with working force release and liquidation the issue of unemployment (both registered and hidden), is rather improbable. Solving the unemployment problem on the rural areas will depend on government policy, efficiency of macroeconomic regulations and local activities.

**Key words:** unemployment, poverty, rural areas.

## INTRODUCTION

Transformation of the Polish economy after 1989 has brought a number of significant changes in the labor market. Unemployment appeared, affecting living standards of families involved in agriculture. Closure of state-owned farms caused a very significant increase of the unemployment rate, pushing employees unable to find other jobs.

Private farming assumed new significance, becoming more detached from the process of economic transformation. This was due to special characteristic of the Polish family farms, where traditionally all family members worked on a farm either part- or full-time. Unemployment rate at the countryside is much higher than in urban areas. People who lose jobs return to their farms, living with their families, creating hidden unemployment. There are two categories of hidden unemployment in agriculture:

- Unemployment affecting people who are not professionally active and have no chance of finding a job,
- Unemployment of people who are not fully employed in agriculture, perform seasonal work or assist others.

To a large extent, such a situation reduces the impact of unfavorable socio-economic conditions. After losing their jobs or the right to unemployment benefits, people who worked full-time while living on a farm start working there even if their services are not essential, creating hidden unemployment.

## MATERIAL AND METHODS

Unemployment is the subject of numerous studies, mainly socio-economical projects –

their results do not answer key questions:

-was the rapid growth of the unemployment rate during the transformation period unavoidable?

-was this unemployment caused exclusively by economic factors?

-is structural transformation the main source of unemployment, or perhaps is it the result of economic recession?

The article is based on data provided by publications of Polish Main Statistical Office. There were also used data from publications: Kabaj M., „Program przeciwdziałania ubóstwu i bezrobociu”. Rajkiewicz A., „Polityka społeczna”.

## RESULTS

### Costs of unemployment

The issue of unemployment is extremely serious because it leads to poverty and social deprivation. It also says something about overall state of the economy, which produces less than it could if everyone was employed. Unemployment creates several consequences:

- Economic – expressed by the incomplete utilization of society’s productive capacity,
- Psychological – the need to adopt to new role, personality changes,
- Political – threat of political destabilization by uncontrolled social movements.

Unemployment brings not only high economic expenses, but also social and psychological costs. There are two types of unemployment-related costs – individual and social. Individual cost of unemployment (more painful for those who are actually out of work), occurs in two situations:

- The first category affects people who left the labor force on their own, or due to migration, serving as the natural unemployment rate,
- The second category includes people who would like to work, but are unable to find jobs.

In the first case personal costs include lack of steady income, while in the other category in addition to lack of fixed income there are additional psychological and physical costs, creating a feeling of uselessness, as well as various social problems. People refuse to discuss their personal situation. Poor people are not just those sleeping in railway stations, social assistance centers, hostels and other shelters, they also include large families without fixed incomes, families of alcoholics and drug-users.

The second category is the social cost of unemployment. Society is providing for the

unemployed for a certain period of time, during which these people should find new job while receiving guaranteed means of personal support.

### **Magnitude of unemployment**

The following analysis begins with the evaluation of unemployment, its dynamics and special characteristics. In general, in recent years Polish unemployment figures were always going up. One key feature of the Polish labor market is the very rapid increase of the unemployment rate, which grew from 1,5% in the first quarter of 1990 to 16% at the end of 1994, then declined to 14.3% in mid-1996, climbing to 18% in January 2002. To a large extent falling unemployment rates in mid-1990's are due to better economic situation and more restrictive criteria for the registration of new unemployed by the Polish Labor Offices.

Another indicator illustrating situation on the labor market is the number of unemployed per each available job. This ratio reflects chances of finding a new job through Labor Offices and on the local job market.

It is estimated that public job offers account for approx. 33-35% of all jobs on the market (calculated as proportion of job offers available through the Labor Offices vs. the total number). In practice, two-thirds of all available jobs are offered through sources other than Labor Offices. Both channels provide very limited opportunities for the unemployed to find new jobs. On the national level, on average Labor Offices had only one job offer for every 113 unemployed, while on the wider market there were 38 job seekers for every available job.

Level of unemployment in Poland has gone far beyond natural, socially acceptable frictional unemployment. Within a short period of time Poland has joined countries with the highest unemployment rates.

The period from 1990 until 1995 saw a very rapid increase of the labor pool (by about 800.000 potential job seekers), accompanied by rapid decline in the number of available jobs (by 2.4 million). This social process has led to a very significant change in the proportion between pensioners, recipients of disability benefits and the jobless on the one hand and working population on the other – from 39% in 1989 to 77% in 1995. Similar situations are rarely found in Europe, only in Hungary there are 90 seniors, recipients of disability benefits and the unemployed for every 100 workers.

### **Processes of unemployment creation**

The process of shifting labor resources from the productive category, contributing to GNP increase to the consumption category, has taken two ways.

Liberalization of early retirement and disability benefits programs for Poles who were still in their productive age has led to an explosion of the number of pensioners and recipients of disability benefits between 1990 and 1995, growing almost three times as fast as in the previous period - by 2.257 million compared with 693.000 from 1985 to 1989. This increase is more than four times higher than actual number of people reaching their retirement age. In 1995 the number of senior citizens and recipients of disability benefits exceeded retirement-age population by 3.8 million, or 72%. These processes are driven by the situation on the labor market (growing unemployment) and liberalization of state pension policy in order to hide part of the unemployment by increasing the number of early retirees.

Economic transformation was accompanied by mass unemployment, as well as an increase in hidden unemployment, particularly in agriculture.

As a result of these two processes almost five million people moved from the productive sector to consumption within a very short period of time (the number of retirees and recipients of disability benefits grew by 2.3 million, while the number of job-seekers increased by 2.6 million). Meanwhile, expenditures for pensions and disability payments rose from 6.5% of the Polish GNP to about 15% by 1995. At the same time, proportion of social security payments made by employers rose to 48% of the actual wages. Although wages and productivity in Poland are much lower than in the European Union, in relative terms social security payments imposed on the employers are twice as high as in the EU. These negative structural shifts have led to a rapid increase in taxation of Polish corporations, from 6.4% of their revenues in 1991 to 14.6% in 1994, i.e. by 230%. One negative effect was the reduction of the competitiveness of Polish firms compared with EU companies. Poland was creating a social welfare state, in which fewer people work and produce, while an increasing number is participating in the consumption of Gross National Product by receiving pensions, disability benefits, unemployment and welfare payments.

These processes are cushioned by the gray economy, where between 0.8 and 1.2 million unemployed find extra income and part-time, or seasonal work.

### **The young people unemployment**



One of key features of unemployment in Poland is that it affects mainly young people – 34.6% of the unemployed are under 24. A total of 909.000 young people had no jobs at the end of 1995. Nearly two-thirds of all the unemployed (over 1.6 million people) are under 34. Unemployment rate among young people has reached 31%, which is twice as high as the average for all age groups. In Europe only Spain has higher unemployment rate among young people. Average youth unemployment rate in EU countries is 15.3%, half the Polish levels. The issue of unemployment among young people has several important aspects. Many of these job seekers begin their “career” by applying for unemployment benefits. The fact that 1.6 million Poles under 34 are without jobs means big losses for the economy and the country, because large part of Poland’s most dynamic economic resources is effectively wasted. Unemployment among young people also has its social and moral aspects and could endanger social order.

### **Unemployment and education**

Unemployment creates serious economic and social losses. It must be emphasized that these losses grow exponentially with increasing levels of education. Over the last three decades the number of university graduates in Poland has increased nearly five-fold, while the number of Poles with primary education fell by more than half. For example, data from 1994, based on all those employed in the national economy illustrates variations in workforce participation by sex. More women have university and high-school education than men. On the other hand, level of education of those working in agriculture is much lower, than in other sectors.

In recent times the number of students at both state-owned and private schools has increased considerably. It is widely believed that the future of young people and the economy depends to an increasing extent on the acquisition and practical use of knowledge, ability to innovate and creative thinking. Raising competitiveness of the Polish economy will require major improvement of the quality of its labor.

### **Long-term unemployment**

It would appear that time is the most important factor differentiating various categories of unemployment. In an economy without general shortage of jobs, people usually find new work within a relatively short time and most unemployment is merely frictional (temporary). In a country with acute shortage of new jobs a very considerable percentage of all job seekers is unable to find work for long period of time.

Excess unemployment levels are permanent in a situation of general economic instability. It is estimated that current shortage of jobs in the Polish economy has reached 2 million. Unless the number of work places increases at some point in the future structural unemployment will not be reduced to a meaningful extent. Effectiveness of the labor market has little impact on the level of unemployment, although market effectiveness plays an important role for other reasons.

In order to discuss the structure of unemployment in Poland and the resulting conclusions for unemployment prevention programs, it will be necessary to utilize comparative analysis. Using time as the main criteria, it is safe to assume that frictional unemployment includes those job seekers, who are out of work for up to six months, while the six-month deadline means a permanent job deficit and leads to structural unemployment. Structural unemployment appears when the unemployed are out of work for more than 12 months and in some cases even up to several years.

The length of time in which typical job seekers are out of work continues to expand. Proportion of long-term unemployment in overall unemployment levels rose from 24% in 1991 to nearly 44.2% in December 1994, falling to 37% in December of 1995. In practice, almost half the unemployed are without work for 12 months or more, while a fifth of that number has been looking for work for more than two years. Level of long-term unemployment depends on a large extent by the character of local labor market.

Collective data from the entire country refers to general level of unemployment and is not representative of the situation on local labor markets. In Poland there is no free movement of job seekers between the regions (lack of housing), consequently, there is no single labor market. Instead, there are many very different local labor markets. Characteristically, in recent years there were no significant changes in the unemployment levels in regions with the highest and lowest unemployment rates. That is despite state intervention on the labor market (preferences in the allocation of state funds and investment grants in regions suffering from mass unemployment).

Labor market in Poland is regressive. Historically influx of the job seekers was usually larger than the outflow (with few exceptions). The difference continued to accumulate as long-term unemployment, extending the period of time in which the jobless are out of work. These proportions reversed only in 1994-1996. In order to increase unemployment reduction rate it will be necessary to speed up creation of new jobs. After 1997, situation on the labor market begun repeating itself and the influx of new jobless expanded once again, exceeding reduction

of the jobless figures. It will also be necessary to reduce unemployment growth rate through rational protection of the existing jobs.

### **Unemployment and economic growth**

The process of transformation and recession is accompanied by the decline of both GNP and employment levels. These processes are not directly proportional. Typically, there is a delay where in the initial period of every recession the level of employment is falling much slower than the level of production, leading to a temporary decline in labor productivity and the rise of excess unemployment (hidden unemployment). In a contemporary market economy this rule is universal and does not apply exclusively to transformation from planned to market economy. There are two main causes for the delay in reduction of employment levels – first, labor input is by definition less mobile than production and capital, secondly, at the initial stage of every recession employers try to reduce layoffs of experienced employees, since the cost of recruitment and training new employees is much higher than the cost of temporary hidden unemployment. However, in a competitive environment it is impossible to maintain excess employment for extended period of time, even when the economy starts coming out of the recession. The delay stage turns into the acceleration stage and optimization of employment levels to production levels. The second stage means reduction of excess employment.

Next, and this applies specifically to the Polish economy, is the third stage and the adaptation of levels of employment to desired productivity levels, i.e. reduction of hidden unemployment present before the transformation process.

The first stage has occurred in 1990-1992 – 18% fall of Poland's GNP was accompanied by 12% decline of the number of employees, similarly in the industry production was slashed by 33.2%, while employment fell by 13.2%. In the first case delay ratio (falling production vs. lower employment level) reached 1.8, in the other the ratio was 2.4. Hidden unemployment was the highest in 1991 – 1.2 million people overall, including almost one million in the industry.

At the second stage, starting from 1992, the gap between production growth and levels of employment began to narrow. It was eliminated almost completely by 1993. Productivity and excess employment climbed to the levels of 1989.

The third stage, which begun in 1993-1994, consisted of reduction of hidden unemployment which existed in the economy before the transformation process.

Since 1997 unemployment rate in Poland has been edging up again, reaching 18% (3.15 million unemployed) in January 2002. Unemployment was now driven by a new factor – gradual elimination of excess employment levels by Polish corporations.

At the current stage of development rise of labor supply will depend increasingly on demographic expansion of the labor pool and reduction of excess employment in the national economy. In this context, to maintain current unemployment rates GNP growth has to produce new jobs not only for large numbers of young people entering the labor market, but also to people laid off by Polish companies as a result of decrease in hidden unemployment. In order to achieve this goal, Polish economy must create correspondingly larger number of new jobs.

### **Unemployment in agriculture**

Experts commonly recognize the need to reduce employment levels in agriculture. Usually, the only differences focus on the rate and methods used to reduce agricultural labor pool.

The decisive factor that will determine the possibility of reducing employment levels in agriculture is the capacity of the labor market in other sectors of the Polish economy. This in turn depends on growth rate of employment in other industries and growth rate of the labor force. Data from the most recent forecast for the Polish population by 2020, prepared by the Central Statistical Office (GUS) in mid-1996, as well as own estimates and forecasts for production-age population in urban areas and in the rural areas, including farm and non-farm residents of agricultural areas by 2010 (based on a “zero-immigration” scenario) were used to determine growth rates of labor resources. According to GUS forecasts, the decade from 1996 to 2005 will be a period of very high growth of production-age population, totaling nearly 200.000 people per year on average. This expansion will slow down dramatically only in the next five-year period. Growth will peak in the initial years of this century, falling systematically to 2010, when employment growth will actually turn negative. This date will mark the end of expansion of production-age population. In the following decade production-age population will decline by about 1.6 million people.

Forecasts for the period up to 2010 indicate that the impact of natural growth on the increase of production-age population will be stronger in rural areas than in the cities. Over the entire 15-year period, the number of production-age residents of rural areas will rise by about 1.3 million (16%), increasing by approx. 0.9 million (7%) in urban areas. In the last five years only rural areas will see any growth at all, with falling production-age population in the cities. It is also worth noting that in the rural areas growth rate of production-age population will be

slower among farmers than among non-farm population. This is due exclusively to different initial demographic structure of the two populations.

Reduction of the number of people employed in agriculture is a positive development, although it also means correspondingly greater pressure of non-farming population on the labor market.

In the first few years of economic transformation expansion of the labor pool was accompanied by a very rapid decline in the number of people employed outside private farms. There was a visible improvement in recent years, in line with economic recovery.

Increase of employment outside farms by some 210.000 people in the last three years, i.e. on average by 1.9% per year, brings new hope that economic growth will continue to generate more jobs than the numbers lost as a result of liquidation of excess employment and corporate restructuring. However, in order to absorb entire workforce expansion and to reduce the level of unemployment both in the cities and in rural areas, employment growth rate outside agriculture would have to accelerate even more over the next decade. This will be a very difficult challenge even in an environment of continuous, high GNP growth, given the need to increase significantly labor productivity figures.

### **Unemployment and poverty**

Long-term unemployment creates poverty and destitution. Poverty has many sources, dimensions and aspects. In terms of underlying factors, there are three root causes of poverty [Kabaj 2000, Golinowska ]:

- Incidental poverty (accidents, illnesses, divorces, natural disasters)
- Subjective poverty, caused by low level of resourcefulness, poor qualifications and education, unwillingness to work, dependence on social assistance and welfare, various social problems (alcoholism, drug use, etc.)
- Structural poverty, which just like structural unemployment is not caused by accidents or subjective reasons, but rather by external economic factors: unemployment, low earnings, growing gap between the lowest and highest wages, high prices, elimination of subsidies for basic products and services.

Poverty, just like other terms used in social sciences, does not have a single definition. Poverty is a state in which an individual or social group lacks resources to satisfy basic needs, those regarded as essential by the society. Besides food, the term basic needs also includes other necessities, such as clothing, shelter, health care and education. Poverty is very difficult

to quantify more accurately.

Poverty in rural areas is evaluated by accepting specific benchmarks of essential consumption. According to the Main Statistical Office (GUS), various levels of consumption of essential necessities creates poverty zones based on five different standards [Kabaj 2000]:

- Basic personal budget level, calculated and published on a quarterly basis by the Institute of Labor and Social Issues (IPiSS), divided into single-person and households with large families,
- absolute poverty constitutes about 45% of the basic personal budget level,
- relative poverty line, 50% of the average household expenditures,
- subjective poverty line,
- statutory poverty line.

**Table1.** Percentage of household members in Poland below the poverty line, divided into socioeconomic categories (in percentages, data from 1998)

| Household socio-economic groups           | Percentage of household members below: |                  |                       |
|-------------------------------------------|----------------------------------------|------------------|-----------------------|
|                                           | Basic personal budget level            | Absolute poverty | Relative poverty line |
| Total                                     | 49,8                                   | 5,6              | 15,8                  |
| Employees                                 | 48,8                                   | 4,1              | 12,6                  |
| Farmers                                   | 64,1                                   | 10,4             | 27,2                  |
| Employees managing agricultural farms     | 60,3                                   | 6,6              | 21,5                  |
| Self-employed                             | 36,8                                   | 3,1              | 9,0                   |
| Pensioners                                | 33,8                                   | 3,1              | 8,8                   |
| Recipients of disability benefits         | 56,6                                   | 8,0              | 22,1                  |
| Unemployed, welfare recipients and others | 78,8                                   | 26,2             | 48,0                  |

Sources: GUS, IPiSS

Table 1 indicates, that those most exposed to the risk of poverty include households of farmers and employees managing agricultural farms, as well as recipients collecting welfare or those receiving other forms of social assistance.

As mentioned earlier, the main source of poverty is the increase or decrease of the unemployment rate. Unemployment grew rapidly in 1990-1993 and by the end of 1993 affected nearly 3 million people, or 16% of the workforce. Reduction of poverty rates between 1994 and 1997 is due mainly to the decrease of the official unemployment rolls by over one million people.

Reappearance of another, growing wave of poverty is also associated with an increase of the unemployment rate, which continues until today and has once

again reached the level of 3 million people.

High levels of poverty remain for the last several years and to continue to expand. This brings many other threats, which are particularly visible in agricultural communities. Malnutrition of children or rapid increase of illnesses endanger biological state of the population.

Worsening economic and social conditions are reflected by:

- Increase in the number of people using social assistance,
- Inability to continue financing house ownership,
- Increase of social illnesses and deviations.

**Table 2.** Unemployment rate and rate of poverty in Poland by province (data from 1998).

| Province          | Unemployment rate | Poverty line |
|-------------------|-------------------|--------------|
| Lower Silesia     | 13,3              | 14,7         |
| Kujawy-Pomerania  | 12,2              | 18,3         |
| Lublin            | 8,2               | 20,8         |
| Lubuskie          | 11,8              | 10,9         |
| Lodz              | 10,7              | 15,3         |
| Małopolska        | 8,1               | 13           |
| Masovia           | 9,2               | 11,9         |
| Opolskie          | 11,4              | 13,9         |
| Podkarpackie      | 11,8              | 24           |
| Podlasie          | 9,8               | 18,3         |
| Pomerania         | 11,1              | 19,1         |
| Silesia           | 10,2              | 10,3         |
| Świętokrzyskie    | 13,1              | 22,9         |
| Warmia – Mazury   | 16,8              | 22,8         |
| Wielkopolska      | 7,5               | 15,3         |
| Western Pomerania | 15,1              | 15,7         |

Sources: GUS, IPiSS

The relationship between unemployment rate and poverty line is particularly visible in geographical terms (table 2). Regional variation of the unemployment rate is caused by mass lay-offs in heavy industry, as well as closure of state-owned collective farms. Provinces with high levels of unemployment are also suffering from high rates of poverty – see for example province of Warmia-Mazury and Świętokrzyskie. Poverty rates in provinces with the lowest unemployment rate, e.g. Mazovia and Silesia are low.

### **Roots of the poverty**

Social ills such as poverty cannot be reduced without eliminating root causes of that problem. Today these root causes are more numerous and more complex, which is why evaluation of the current situation is difficult, making it impossible to isolate a single main

source of poverty. Government economic, employment and social security policy plays a key role in the prevention of poverty. Previous legal and institutional solutions adopted in Poland indicate, that despite vast expenditures on social policy, poverty remains a very serious and growing problem. The variety of root causes of poverty and accumulation of these factors effectively prevent creation of coherent programs to eliminate poverty. There are many people in Poland for whom welfare rather than regular job is the main source of income and some welfare recipients are not even looking for work. Growing unemployment has increased the pressure on social security system, leading to an increase of cash payments as a proportion of all social security expenditures. Securing even the minimum social safety level for very large numbers of the unemployed has exceeded financial capacity of the Polish state. Social policy has limited the number of recipients able to receive unemployment insurance payments, while reducing actual amounts. On the one hand, this reduces material status of the unemployed, on the other it stimulates potential recipients to look for work. The issue of labor resources in Poland should be treated as an opportunity for the economy. Effective prevention of the unemployment must incorporate three main areas – macroeconomic policy that would support creation of new jobs, active policy on the labor market and efficient management of the unemployment offices. Countering the effects of unemployment requires active social policy. Adoption of specific policies also requires resolution of a number of other issues, such as guaranteed minimum wage, basic personal budget level, family benefits, unemployment benefits, disability benefits and pensions, work hours etc. Scope and methods of the social policy and employment policy depend on various factors, including traditions of each society, development level, GNP growth rates, strength and effectiveness of trade unions as well as state policy.

Unemployment is not a serious social issue when it is temporary (frictional unemployment) and the unemployment rate does not exceed 3-4% of the workforce. It becomes a major problem when it turns into structural unemployment (people who are out of work for more than 12 months). Share of structural unemployment depends on the general unemployment rate and low flexibility of the labor market. In a situation where the unemployment rates are high, after several years part of that unemployment turns into structural unemployment. The highest proportion of structural unemployment (45.2%) was recorded in 1993. Since 1994 this share has been declining slowly (to 40.4% in 1998), while in 1999 this tendency was reversed and long-term unemployment begun growing once again.



Farmers' incomes fell significantly in early 1990's and in general this process continues to this day. The decline and in many cases even lack of actual income is the main reason behind poverty in this social group. This state of affairs is due to factors such as:

- Falling demand for domestic agricultural products,
- Increasing export of agricultural products,
- Unfavorable relationship between revenues and expenses,
- Lack of proper agricultural support policy,
- Surplus of working age people per farm area.

Overall, in 1997 real, gross disposable household income was 11.8% higher than in 1995, while in the case of individual farming households, gross disposable income fell by 16.3%. It seems that farmers' incomes will not improve over the next few years.

### **Transforming the labour market**

Over 90% of those structurally unemployed have lost their right to unemployment subsidies, while 30% have turned to welfare or found jobs on the gray market. One characteristic feature of changing labor market in Poland, especially in the rural environment and the main reason for increasing poverty is the declining number of unemployed entitled to receive unemployment benefits.

Theoretically, the unemployed who lose their right to unemployment benefits should intensify their efforts to find a new job. Their chances of finding work depend on the number of available positions and professional qualifications. Unemployed unable to find new jobs are facing several alternatives:

- turning to social assistance center for temporary welfare payments,
- try to find temporary/seasonal employment on the gray market,
- approach local charities, asking for ad hoc assistance or use the assistance of relatives and friends,
- take advantage of the various programs available on the labor market (vocational training, public works).

While each of these alternatives can reduce to a large extent the impact of poverty, none actually eliminates this problem. Paying unemployment benefits for more than 12 months does little to motivate the unemployed to look for work, while the reduction of these payments has numerous negative social and ethical consequences. Recipients who lose their right to unemployment benefits typically turn into welfare recipients and this process is just as negative

from the point of view of stimulating the unemployed.

### **Conclusions**

Based on experiences of European Union member-states, it appears that one opportunity to avoid high unemployment rates would be to increase flexibility of the labor market. This can be achieved by:

- Reducing the influence of labor unions on the process of setting wages and salaries,
- Reform of the social insurance system (lower social insurance payments equal lower costs of employment),
- Increasing the level of education and assistance in changing professional qualifications,
- Improvement of the housing market, particularly rentals of homes and apartments.

In the nearest future, the most critical issues in the attempt to prevent very high unemployment rates is the development of a strategy to make the labor market more flexible and assistance leading to higher physical and professional mobility to people abandoning agriculture.

Another characteristic of the Polish unemployment in Poland is that in 1990's it affected mainly young people. Unemployment at that age is particularly harmful because of lack of self-fulfillment and the inability to use knowledge acquired in schools leads to various negative social developments. The reasons for these development are lack of interest in education or lack of resources for further studies. Educational level of agricultural workforce is very low, especially when compared to EU countries. Professional Vocational agricultural education is also very poor, with just 28% of agricultural workforce having any special education, mainly farming courses. Only about 8% of farmers have graduated from agricultural schools.

Compared with 1988 agricultural census, agricultural workforce has become younger – back then 59% of all farmers were older than 44, now that proportion stands at 52.3%. In terms of age, young people serve as high-quality workforce, but surplus numbers slow down structural reforms in agriculture.

Over the next few years economic conditions may well prevent rapid changes of farmers' income situation. Increasing demand for untrained workforce is very unlikely and major structural changes and improvement of farmers' live will not be possible without the reduction of employment in small-farm areas. The situation of small-farm owners will be difficult. Many of them will not be able to cope with challenges brought by the free market and will be eliminated because of high costs of production on their farms. Opportunities to find new jobs

for residents of rural areas will appear only after the exhaustion of labor resources in urban areas.

Rapid transformation of the Polish agriculture, resulting movement of vast labor resources and elimination of the issue of unemployment (both official and hidden unemployment) are unlikely. Considering the demographic structure and the eventual size of individual farms that must be achieved by Polish agricultural sector, some 2.75 million people would have to move to other parts of the economy, reaching the levels comparable with EU countries (the number of agricultural workers per 100 hectares).

## REFERENCES

1. Kabaj M., „Program przeciwdziałania ubóstwu i bezrobociu”, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa, 2000
2. Rajkiewicz A., „Polityka społeczna”, Biblioteka Pracownika Socjalnego, Katowice, 1998
3. „Ludność związana z rolnictwem”, „Powszechny Spis Rolny 1996”, GUS, Warszawa, 1997
4. „Rocznik Statystyczny 1999”, GUS, Warszawa, 2000
5. „Warunki życia ludności w 1999 roku” GUS Warszawa 2000 rok

## BEZROBOCIE I POZIOM UBÓSTWA NA OBSZARACH WIEJSKICH W POLSCE

**Streszczenie.** Artykuł przedstawia analizę poziomu ubóstwa i ocenę jego wpływu na bezrobocie w Polsce po roku 1989 do chwili obecnej. Podjęta została próba określenia przyczyn ubóstwa oraz skutków jakie powoduje, zwłaszcza na obszarach wiejskich. Możliwość szybkiej transformacji polskiego rolnictwa, a co za tym idzie uwolnienie znacznych zasobów siły roboczej i zlikwidowanie problemu bezrobocia (zarówno jawnego jak i ukrytego) jest mało prawdopodobne. Rozwiązanie problemu bezrobocia na wsi będzie zależało przede wszystkim od polityki państwa oraz skuteczności makroekonomicznych regulacji i lokalnych działań.

**Słowa kluczowe:** bezrobocie, ubóstwo, obszary wiejskie.

*Marek Raczkowski, Warsaw Agricultural University, Poland, 02-787 Warsaw, 166 Nowoursynowska Str, tel. +48 22 843 07 74.*

# PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ KOBIET I JEJ ZNACZENIE W WIELOFUNKCYJNYM ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH

Marzena Długokęcka, Iwona M. Kurek, Janina Sawicka

**Streszczenie.** W opracowaniu przedstawiono warunki funkcjonowania i rozwoju małych firm, prowadzonych przez kobiety na obszarach wiejskich. Badania ankietowe, przeprowadzone w 2003 r. na populacji kobiet, które prowadziły działalność gospodarczą w 1997 r., wynika, iż obecnie niewiele zmieniło się na lepsze w warunkach prowadzenia działalności. Szczególnie pogorszyły się warunki dla rozwoju przedsiębiorczości w gminach wiejskich. Bariery działalności gospodarczej, które wynikały ze zbyt wysokich podatków i składek na ubezpieczenia społeczne (wysokie koszty pracy), a także trudności z uzyskaniem kredytów bankowych, były wymieniane przez kobiety już pięć lat temu.

**Słowa kluczowe:** przedsiębiorczość, rozwój wsi, kobiety wiejskie.

## WSTĘP

Pojęcie przedsiębiorczości posiada dwa podstawowe znaczenia. Terminem tym określa się proces gospodarczy, polegający na tworzeniu nowych, najczęściej małych i średnich przedsiębiorstw. Jest to także cecha osobowości, charakteryzująca postawy i zachowania ludzkie, polegająca na zdolności i chęci ponoszenia ryzyka, skłonności do zachowań innowacyjnych oraz podejmowania działań w celu wykorzystania nadarzających się szans i okazji.

O istnieniu przedsiębiorstwa decyduje wiele czynników. Mogą mieć one charakter zewnętrzny, niezależny od przedsiębiorcy lub też wewnętrzny, związany z jego predyspozycjami do prowadzenia działalności. Do czynników zewnętrznych najczęściej zalicza się sytuację rynkową, jak również tradycje rodzinne oraz układy towarzyskie. Często też przedsiębiorca jest po prostu zmuszony do podjęcia działalności gospodarczej. W takich przypadkach zagrożenie bezrobociem i brak innych możliwości uzyskania dochodu są czynnikami nie tyle motywującymi do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej, co determinującymi jej podjęcie. Istotne znaczenie mają również czynniki o charakterze subiektywnym, a więc wewnętrzne predyspozycje przedsiębiorców. Są to m.in. wiara w siebie, kreatywność i otwartość na ryzyko. Inne ważne elementy motywujące do działania to potrzeba godziwych zarobków, potrzeba działania, dążenie do samodzielności i niezależności oraz chęć udowodnienia własnej wartości i sprawdzenie możliwości [Dzierżanowski, Tokaj-Krzewska 2002].

Celem badań zaprezentowanych w tym artykule jest określenie, na ile wymienione uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich odnoszą się do kobiet. W

literaturze spotykamy, niezbyt co prawda liczne, opracowania odnoszące się do specyfiki aktywności zawodowej kobiet (Tryfan, Lisiecka, Sawicka), występowania ich trudniejszej sytuacji na rynku pracy, większego bezrobocia. Te negatywne zjawiska nasiliły się w okresie transformacji gospodarczej i zmian zachodzących w sektorze rolnym.

Tradycyjnie rozwój wsi utożsamiany był z rozwojem rolnictwa, które dawało zatrudnienie przeważającej liczbie jej mieszkańców. W warunkach, gdy wzrastała produktywność rolnictwa i wydajność zatrudnionych w nim osób, zmniejszał się odsetek ludności pracującej tylko w tym sektorze.

Przyszłość wiejskich społeczności w coraz mniejszym stopniu będzie zależeć od rolnictwa, potrzebne jest więc nowe spojrzenie na możliwości pracy i zatrudnienia w wiejskim środowisku, w tym także pracy kobiet. Znamionną cechą naszych czasów jest wzrost wielozawodowości ludności wiejskiej i niepełnego zatrudnienia w rolnictwie.

Tak więc kobiety wiejskie, pracujące dotychczas w gospodarstwach rolnych, stanęły przed wyzwaniem i koniecznością poszukiwania dodatkowych sposobów ekonomicznej aktywizacji. Rozwój przedsiębiorczości następuje poprzez poszukiwanie nowych kierunków wykorzystania produkcyjnych zasobów gospodarstw rolnych i domowych, wytwarzanie nowych produktów, świadczenie usług, zdobywanie nowych rynków zbytu.

Jeśli chodzi o motywy podejmowania inicjatyw gospodarczych przez kobiety na obszarach wiejskich, to znacząco przeważa tu chęć uzyskania dodatkowego dochodu. Rzadziej kobiety przyznają się do chęci kształcenia i podwyższania kwalifikacji, zaspokojenia ambicji i robienia kariery.

Aktywność zawodowa kobiet związana jest z funkcjami, które wykonują. Tradycyjna kobieta wiejska ma trzy obszary aktywności: rodzinę, gospodarstwo rolne i domowe. W rodzinie kobieta sprawuje funkcje opiekuńcze i wychowawcze. Wykonując funkcję producentki, kobieta na ogół jest partnerem mężczyzny w pracy w gospodarstwie rolnym lub w prowadzeniu działalności gospodarczej (rodzinnego biznesu). Respektowany jest tradycyjny podział pracy i obowiązków wykonywanych przez członków rodziny. W pewnych, najczęściej przymusowych sytuacjach, kobieta bywa samodzielnym kierownikiem gospodarstwa rolnego. Zarządzanie gospodarstwem domowym zwykle pozostaje jej domeną.

W warunkach rosnącego bezrobocia oraz malejącej opłacalności produkcji rolnej niektóre kobiety postanawiają założyć własne małe przedsiębiorstwo. Główną „szkołą biznesu” dla kobiet wiejskich jest poprzednie miejsce pracy, bądź własne gospodarstwo rolne. Korzystają również z doświadczeń rodziców, jeśli prowadzili oni podobne przedsięwzięcie.

Są różne przykłady przedsiębiorczości wykonywanej przez kobiety: działalność rzemieślnicza, agroturystyka, przetwarzanie i sprzedaż produktów rolniczych. Taki charakter pracy jest atrakcyjny, szczególnie dla młodych kobiet, bowiem pozwala łączyć obowiązki zawodowe z pracą w domu i wychowaniem dzieci. Łączenie pracy w rolnictwie z pracą pozarolniczą umożliwia prowadzenie mniej dochodowych gospodarstw i zapobiega wyludnianiu się niektórych regionów, a tym samym ekonomicznej i społecznej ich degradacji.

Udział kobiet pracujących w poszczególnych sekcjach polskiej gospodarki w III kwartale 2002 r. przedstawia tabela 1.

Najbardziej sfeminizowaną sekcją gospodarki była ochrona zdrowia i opieka społeczna, gdzie udział kobiet w ogólnej liczbie pracujących wynosił 88%. Więcej kobiet niż mężczyzn pracowało w sekcjach edukacja (77%), hotele i restauracje (71%) oraz pośrednictwo finansowe (68,5%). Są to więc – z uwagi na swoją specyfikę i tradycję – zawody najbardziej sfeminizowane w Polsce. Handlem i naprawami oraz pozostałą działalnością usługową zajmowało się prawie tyle samo kobiet co mężczyzn. W takich sekcjach gospodarki, jak obsługa nieruchomości i firm, nauka, administracja oraz rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo, przedsiębiorstwa zatrudniały od 42-46% kobiet. W pozostałych sekcjach przeważali mężczyźni (najmniejszy udział pracujących kobiet zanotowano w budownictwie – jedynie 8%), gdyż w tego typu zawodach kobietom jest trudniej otrzymać możliwość awansu lub też po prostu, sprostać warunkom pracy. Duże znaczenie mają w wyborze zawodu oraz miejsca zatrudnienia wciąż istniejące stereotypy, zgodnie z którymi kobieta jako osoba słabsza fizycznie, a także psychicznie, nie powinna wykonywać niektórych zawodów. Około 20% wszystkich pracujących w Polsce kobiet znalazło zatrudnienie w rolnictwie.

Warto zaznaczyć, iż w III kwartale 2001 r. kobiety stanowiły blisko 38% wszystkich pracodawców i pracujących na własny rachunek oraz blisko 53% pomagających członków rodzin [Dzierżanowski, Tokaj-Krzewska 2002].

Natomiast według danych GUS z grudnia 2000 r., kobiety kierujące własnymi przedsiębiorstwami stanowiły 20% wśród kierujących firmami mikro (zatrudniających poniżej 10 osób). Wśród firm małych (zatrudniających od 10 do 49 pracowników) firmy prowadzone przez kobiety były jeszcze mniej liczne i stanowiły 6%. Natomiast w grupie firm średnich i dużych (zatrudniających powyżej 49 pracowników) kobiety były prawie nieobecne (odsetek jest nieznacznie większy od zera) [Dane GUS 2000].

## METODA BADAŃ

W ramach projektu badawczego KBN pt. *Rola kobiet w aktywizacji i wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich*, przeprowadzono studia nad przedsiębiorczością kobiet, w tym badania empiryczne populacji kobiet prowadzących małe przedsiębiorstwa na obszarach wiejskich. Było to powtórzenie badań ankietowych w tej samej zbiorowości kobiet, prowadzących firmy na obszarach wiejskich w roku 1997.

Celem badań w 2003 r. było przedstawienie przyczyn i uwarunkowań zmian, jakie zaszły w tych samych przedsiębiorstwach prowadzonych przez kobiety, po pięciu latach ich funkcjonowania.

Dane empiryczne zostały zgromadzone metodą kwestionariuszy ankiet. Ankiety zostały wysłane do blisko 600 kobiet – przedsiębiorczyń. Były to te same osoby, które prowadziły przedsiębiorstwa w 1997 roku - pierwszy etap badań, których wyniki opublikowane zostały w wydaniu książkowym [J. Sawicka 1998]. Wybrano wówczas 60 gmin, o różnym charakterze rozwoju, w regionach kontrastujących pod względem warunków społeczno-ekonomicznych, z terenu całej Polski.

Cały obszar badań podzielono na trzy makroregiony:

- makroregion I – północno-zachodni;
- makroregion II – środkowo-wschodni;
- makroregion III – południowo-wschodni.

W ramach makroregionów wyodrębniono dwa typy gmin:

- gminy typu A – miejsko-wiejskie i podmiejskie;
- gminy typu B – wiejskie.

Podział badanych gmin według typów gmin oraz makroregionów przedstawia tabela 2.

Jak już wspomniano, w 1997 roku badaniami objęto 600 kobiet prowadzących małe firmy na obszarach wiejskich. W roku 2003 do wszystkich 600 kobiet wysłano kwestionariusz ankiety (poprzednie badania przeprowadzone były drogą wywiadu bezpośredniego, przy wykorzystaniu pytań zawartych w kwestionariuszu). Otrzymano zwrot 205 wysłanych ankiet, tak więc odpowiedziała jedna trzecia przedsiębiorczyń. Wśród nich znalazło się 56 zwrotów z Urzędów Pocztowych, gdzie jako powody zwrotów podawano najczęściej zmianę adresu, w kilku zaś sytuacjach adresatki już nie żyły. Wypełnione ankiety nadesłały 143 kobiety, spośród których 33 zaprzestały działalności i nie prowadziły już przedsiębiorstwa, kilkanaście zaś zmieniło profil działalności gospodarczej.

Około 40% badanych firm zlokalizowanych było w gminach podmiejskich i miejsko-wiejskich (gminy typu A), natomiast 60% firm w gminach wiejskich (gminy typu B). Najwięcej kobiet z tych, które odpowiedziały na naszą ankietę (około 45%) prowadziło działalność w makroregionie środkowo-wschodnim, następnie w makroregionie północno-zachodnim – 29% i makroregionie południowo-wschodnim – 27% (por. tabela 3). Przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenie gmin wiejskich przeważały w makroregionie północno-zachodnim, gdzie tylko co czwarte przedsiębiorstwo znajdowało się na obszarze miejsko-wiejskim lub podmiejskim, oraz w makroregionie środkowo-wschodnim, gdzie 56% firm było zlokalizowanych na obszarach wiejskich.

Spośród 143 kobiet, które odpowiedziały na pytania zawarte w ankiecie, tylko 110, a więc 77%, prowadziło działalność gospodarczą, z tego w gminach podmiejskich i miejsko-wiejskich 59 firm (41% firm aktywnych), zaś w gminach wiejskich – 84 firmy (59%).

Wśród kobiet, które po pięciu latach nadal prowadzą działalność gospodarczą, przeważają przedsiębiorstwa z branży handlowej – około 60%. Jest to najbardziej trwała branża działalności kobiet, bowiem w populacji badanej pięć lat temu działalność handlową prowadziło 51% badanych. Połowa kobiet zajmujących się handlem prowadziła sklepy spożywczo-przemysłowe, a co szósta sklep przemysłowy. Niecałe 30% przedsiębiorczyń zajmowało się działalnością usługową (w 1997 r. – 39%), w której dominowały: gastronomia (8%), fryzjerstwo (6%) oraz agroturystyka (5%). Podobne wskaźniki udziału były w badaniach z 1997 r. Produkcją (w tym rolniczą) i przetwórstwem rolno-spożywczym zajmowała się co dziesiąta kobieta – znacznie częściej w gminach wiejskich niż podmiejskich i miejsko-wiejskich. Szczegóły przedstawia tabela 4.

W latach 1997-2003 nastąpiły pewne zmiany w badanych przedsiębiorstwach. Spośród 143 kobiet, jakie odpowiedziały na ankietę, 33 zaprzestały działalności. W tym samym czasie 17 firm zmieniło profil działalności.

Kobiety, które w latach 1997-2003 zrezygnowały z prowadzenia działalności gospodarczej, jako przyczynę takiej decyzji najczęściej wskazywały na brak opłacalności (22%), wysokie podatki i brak popytu (po około 20%) oraz wysokie składki ZUS (15%). Wysokie podatki i składki ZUS oraz znaczne koszty produkcji były bardziej odczuwalne w przedsiębiorstwach zlokalizowanych bliżej miast. Na terenie gmin wiejskich natomiast największe znaczenie miały: nieopłacalność działalności oraz brak popytu na dobra i usługi oferowane przez firmy.

Inne powody rezygnacji z prowadzenia własnej firmy, wymieniane przez ankietowane kobiety, to: zły stan zdrowia, podeszły wiek, przejście na emeryturę i podjęcie pracy



najemnej. Wreszcie dla kilku kobiet powodem rezygnacji była wysoka konkurencja, a także trudności z dostępem do kredytów oraz brak własnych środków finansowych. Szczegóły prezentuje tabela 5.

Wśród ankietowanych przedsiębiorczyń nadal prowadzących działalność gospodarczą 40%, prowadzących nadal działalność gospodarczą, zwiększyło liczbę zatrudnionych przez nie osób. W nieco mniej licznych przypadkach, bo w 37% firm, liczba zatrudnionych pracowników nie uległa zmianie. W przypadku przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety na terenie gmin wiejskich, tylko 22% zwiększyło one liczbę pracowników, zaś w ponad 26% rozmiary zatrudnienia nie zmieniły się.

W grupie wszystkich aktywnych firm, 23% zmniejszyło zatrudnienie w badanym okresie, z czego w prawie 16% przypadków zwolnieni zostali wszyscy pracownicy najemni (są to obecnie firmy jednoosobowe). Aż w 14% problem ten dotyczy firm działających na obszarach wiejskich. Zmiany w działalności firm w latach 1997-2003 prezentuje tabela 6.

## **BARIERY PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ PRZEZ KOBIETY**

Na warunki, w jakich kobiety prowadzą swoje firmy, niekorzystnie wpływa wiele barier. Osłabiają one dynamikę powstawania nowych przedsiębiorstw, zmniejszają możliwości rozwoju firm już istniejących lub przyspieszają upadek przedsiębiorstwa.

Najważniejszą barierą, na którą wskazywały ankietowane właścicielki małych firm, były wysokie obciążenia fiskalne, a więc wysokie składki ZUS (80%) i za wysokie stawki podatkowe (73%). Na kolejnym miejscu w rankingu barier znalazły się malejący i tym samym rosące trudności ze zbytem towarów i usług (69%). Ponad połowa przedsiębiorczyń podała, iż zazdrość środowiska oraz niesolidność kontrahentów, bariery z obszaru etyki biznesu, mogą poważnie utrudnić prowadzenie działalności. Panie wskazywały także na małą dostępność edukacji, doradztwa i informacji gospodarczych, niski poziom infrastruktury oraz przestarzały sprzęt i uzbrojenie techniczne firmy. Jednocześnie właścielek nie stać na dokonywanie większych inwestycji w tym względzie.

Na wymienione bariery działalności częściej wskazywały kobiety, które prowadziły działalność gospodarczą w gminach wiejskich. Na wykresie 1 przedstawiono najważniejsze bariery wskazane przez kobiety, ankietowane w 2003 roku.

Porównując charakter ograniczeń rozwoju przedsiębiorczości występujących pięć lat temu [por. str. 210, Sawicka 1998, Tom II] należy zaznaczyć, że obecnie, niewiele zmieniło się na lepsze w warunkach prowadzenia działalności gospodarczej. Szczególnie pogorszyły

się warunki dla rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Bariery działalności gospodarczej, które wynikały ze zbyt wysokich podatków i składek na ubezpieczenia społeczne (wysokie koszty pracy), a także trudności z uzyskaniem kredytów bankowych, były wymieniane przez kobiety już pięć lat temu

## **PODSUMOWANIE I WNIOSKI**

Współczesna kobieta wiejska, aby mogła wykonywać wielorakie funkcje, zarówno te tradycyjne, jak rola matki, żony, gospodyni domowej, producentki rolnej, jak i współczesne, np. organizatorki biznesu, powinna posiadać odpowiednie kwalifikacje zarówno zawodowe, zdobyte w drodze kształcenia, jak i praktyczne, nabyte poprzez doświadczenie. Wiedza ta jest niezbędna, aby kobiety mogły przyjmować postawy aktywne i w pełni uczestniczyć w podejmowaniu decyzji na wszystkich szczeblach władzy i administracji, a także dotyczących spraw rodziny, rolnictwa, gospodarstwa i wiejskiego środowiska.

Badania ankietowe przeprowadzone w 2003 r. na populacji kobiet, które prowadziły działalność gospodarczą w 1997 r. wynika, że obecnie niewiele zmieniło się na lepsze w warunkach prowadzenia działalności. Szczególnie pogorszyły się warunki dla rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Bariery działalności gospodarczej, które wynikały ze zbyt wysokich podatków i składek na ubezpieczenia społeczne (wysokie koszty pracy), a także trudności z uzyskaniem kredytów bankowych, były wymieniane przez kobiety już pięć lat temu

## **PIŚMIENNICTWO**

1. „Aktywność Ekonomiczna Ludności Polski”, Informacje i Opracowania Statystyczne - III kwartał 2002, GUS, Warszawa.
2. Dane GUS 2000 [w:] Przedsiębiorczość kobiet. Raport z badań. IPSOS-Demoskop, Warszawa 2001.
3. Dzierżanowski W., Tokaj-Krzewska A. (red.), 2002: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
4. Sawicka J., (red.) 1998: Aktywizacja zawodowa kobiet wiejskich poprzez rozwój drobnej przedsiębiorczości. Fundacja „Rozwój SGGW”, tom II, Warszawa.

## **CONDITIONS OF RUNNING SMALL-SCALE ENTERPRISE IN RURAL AREAS**

**Abstract.** The aim of the paper is to present functioning and development conditionals of small enterprises, run by women in rural areas. Research done in 2003 shows that there have become hardly any changes into better situation since 1997. Conditions for rural enterprise development have got worse especially. The main problems have still been high rates of taxes and social insurance. There have been also difficulties with getting bank credits.

**Key words:** enterprenuership, rural development, rural women.

Sawicka Janina, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

tel./fax 843 07 74, e-mail: [sawicka@alpha.sggw.waw.pl](mailto:sawicka@alpha.sggw.waw.pl)

Długocka Marzena, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

tel./fax 843 07 74, e-mail: [dlugocka@o2.pl](mailto:dlugocka@o2.pl)

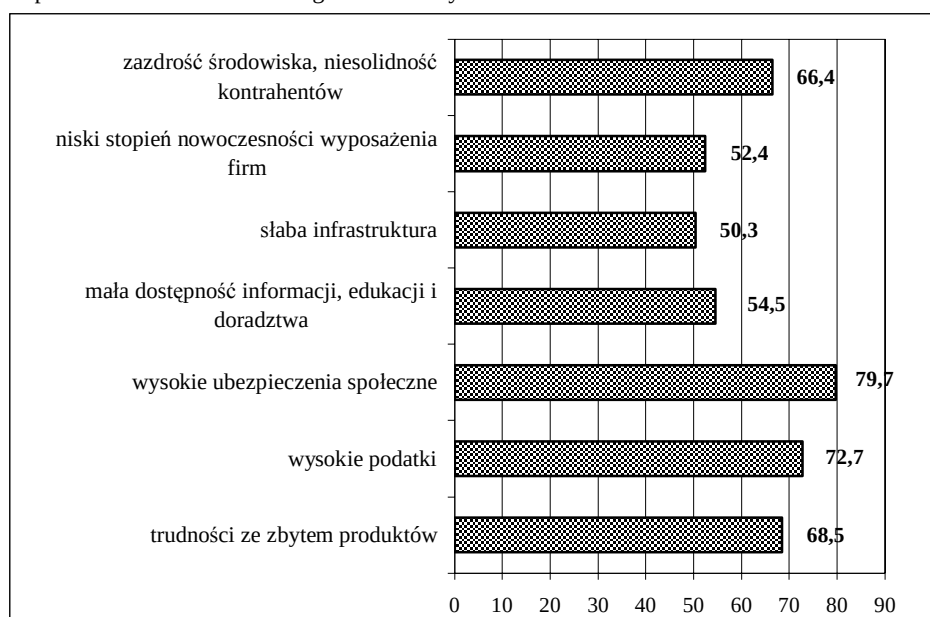
Kurek Iwona M., Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

tel./fax 843 07 74, e-mail: [iwku@wp.pl](mailto:iwku@wp.pl)

## WYKRESY

Wykres 1. Podstawowe bariery prowadzenia działalności gospodarczej, jakie wskazywały kobiety prowadzące badane firmy w 2003 r.

Graph 1. Main barriers in running small firm by the women in 2003.



Źródło: Badania własne w 2003 r.

## TABELE

Tabela 1. Udział pracujących kobiet według wybranych sekcji Polskiej Klasyfikacji Działalności w III kwartale 2002 r.  
Table 1. Structure of employed women due to Polish Classification of Activities in the third quarter of 2002.

| Sekcje PKD                                                                                 | Pracujący |         | Udział kobiet<br>w ogólnej liczbie<br>pracujących<br>w każdej sekcji | Pracujący |           |         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|----------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|---------|
|                                                                                            | ogółem    | kobiety |                                                                      | ogółem    | mężczyźni | kobiety |
|                                                                                            | w tys.    |         |                                                                      | w%        | w%        |         |
| Rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo                                                           | 2810      | 1233    | 43,9                                                                 | 20,2      | 20,7      | 19,7    |
| Górnictwo i kopalnictwo                                                                    | 277       | 31      | 11,2                                                                 | 2         | 3,2       | 0,5     |
| Przetwórstwo przemysłowe                                                                   | 2501      | 875     | 35                                                                   | 18        | 21,3      | 14      |
| Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i wodę                              | 269       | 54      | 20,1                                                                 | 1,9       | 2,8       | 0,9     |
| Budownictwo                                                                                | 876       | 70      | 8                                                                    | 6,3       | 10,6      | 1,1     |
| Handel i naprawy                                                                           | 1971      | 1040    | 52,8                                                                 | 14,2      | 12,2      | 16,6    |
| Hotele i restauracje                                                                       | 286       | 189     | 70,5                                                                 | 1,9       | 1         | 3       |
| Transport, gospodarka magazynowa i łączność                                                | 826       | 209     | 25,3                                                                 | 5,9       | 8,1       | 3,3     |
| Pośrednictwo finansowe                                                                     | 311       | 213     | 68,5                                                                 | 2,2       | 1,3       | 3,4     |
| Obsługa nieruchomości i firm; nauka                                                        | 678       | 286     | 42,2                                                                 | 4,9       | 5,1       | 4,6     |
| Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i zdrowotne | 759       | 352     | 46,4                                                                 | 5,5       | 5,3       | 5,6     |
| Edukacja                                                                                   | 928       | 710     | 76,5                                                                 | 6,7       | 2,9       | 11,3    |
| Ochrona zdrowia i opieka społeczna                                                         | 936       | 771     | 82,4                                                                 | 6,7       | 2,2       | 12,3    |
| Pozostała działalność usługowa, społeczna i indywidualna                                   | 452       | 218     | 48,2                                                                 | 3,3       | 3,1       | 3,5     |
| Ogółem                                                                                     | 13888     | 6269    | 45,1                                                                 | 100       | 100       | 100     |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Aktywność Ekonomiczna Ludności Polski”, Informacje i Opracowania Statystyczne - III kwartał 2002, GUS, Warszawa.

Tabela 2. Gminy, w których zlokalizowane są badane firmy, według makroregionów, w 2003 r.  
Table 2. Communities where the firms are localised due to macroregions in 2003.

| Typy gmin                                    | Makroregiony                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                    |                                                                                           |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | I<br>(północno-zachodni)                                                                                                                                        | II<br>(środkowo-wschodni)                                                                                                                                                          | III<br>(południowo-wschodni)                                                              |
| <b>A</b><br>(miejsko-wiejskie i podmiejskie) | Gołdap, Olecko, Susz,<br>Głogów, Wyrzysk, Żary,<br>Suwałki, Elbląg, Malbork-<br>Kałdowo,                                                                        | Bełchatów, Rawa<br>Mazowiecka, Biała Rawska,<br>Brześć Kujawski, Wyszaków,<br>Zelów, Grodzisk<br>Mazowiecki, Łuków,<br>Sieradz, Zambrów,<br>Pomiechówek, Lesznowola,<br>Bełsk Duży | Pińczów, Busko-Zdrój,<br>Rymanów, Medyka,<br>Gorlice, Chełm, Miejsce<br>Piastowe, Bochnia |
| <b>B</b><br>(wiejskie)                       | Kostomłoty, Bobrowo,<br>Walim, Kruklanki, Lipniki<br>Łużyckie, Stare Pole,<br>Kunice, Giby,<br>Domaszowice,<br>Jerzmanowa, Legnickie Pole,<br>Gronowo Elbląskie | Ceranów, Orońsko,<br>Dobrzyca, Konstantynów,<br>Cieladź, Naruszewo, Zduny,<br>Gowarczów, Piątek,<br>Klembów, Czyżew, Raciąż,<br>Zatory, Lipce<br>Reymontowskie,<br>Młodzieszyn     | Wojciechów, Skarbieszów,<br>Koprzywnica, Jastków,<br>Niemce, Gaszowice,<br>Raniżów        |

Źródło: Badania własne w roku 1997 i w roku 2003.

Tabela 3. Badane przedsiębiorstwa według typów gmin i makroregionów w 2003 r.

Table 3. The firms due to the types of communities and macroregions in 2003.

| Wyszczególnienie                             | Przedsiębiorstwa ogółem |      |       | Przedsiębiorstwa aktywne |      |       |
|----------------------------------------------|-------------------------|------|-------|--------------------------|------|-------|
|                                              | Typ gminy               |      | Razem | Typ gminy                |      | Razem |
|                                              | A                       | B    |       | A                        | B    |       |
| <b>Liczba firm</b>                           | 59                      | 84   | 143   | 42                       | 68   | 110   |
| <b>Udział w badanych firmach ogółem (w%)</b> | 41,3                    | 58,7 | 100,0 | 29,4                     | 47,6 | 76,9  |
| <b>Makroregion I</b>                         |                         |      |       |                          |      |       |
| <b>Liczba firm</b>                           | 11                      | 30   | 41    | 5                        | 23   | 28    |
| <b>Udział w badanych firmach ogółem (w%)</b> | 7,7                     | 21,0 | 28,7  | 3,5                      | 16,1 | 19,6  |
| <b>Makroregion II</b>                        |                         |      |       |                          |      |       |
| <b>Liczba firm</b>                           | 28                      | 36   | 64    | 23                       | 32   | 55    |
| <b>Udział w badanych firmach ogółem (w%)</b> | 19,6                    | 25,2 | 44,8  | 16,1                     | 22,4 | 38,5  |
| <b>Makroregion III</b>                       |                         |      |       |                          |      |       |
| <b>Liczba firm</b>                           | 20                      | 18   | 38    | 14                       | 13   | 27    |
| <b>Udział w badanych firmach ogółem (w%)</b> | 14,0                    | 12,6 | 26,6  | 9,8                      | 9,1  | 18,9  |

Źródło: Badania własne w roku 1997 i w roku 2003.

Tabela 4. Profile działalności firm według typów gmin w 2003 r.

Table 4. Profiles of firm activities due to types of communities in 2003.

| Rodzaj działalności         | Liczba firm | Udział w firmach aktywnych ogółem (w%) | Typ gminy   |                                        |             |                                        |
|-----------------------------|-------------|----------------------------------------|-------------|----------------------------------------|-------------|----------------------------------------|
|                             |             |                                        | A           |                                        | B           |                                        |
|                             |             |                                        | Liczba firm | Udział w firmach aktywnych ogółem (w%) | Liczba firm | Udział w firmach aktywnych ogółem (w%) |
| Handel                      | 64          | 58,18                                  | 22          | 20,00                                  | 42          | 38,18                                  |
| Usługi                      | 30          | 27,27                                  | 13          | 11,82                                  | 17          | 15,45                                  |
| Produkcja i przetwórstwo    | 12          | 10,91                                  | 4           | 3,64                                   | 8           | 7,27                                   |
| Pozostałe                   | 4           | 3,64                                   | 3           | 2,73                                   | 1           | 0,91                                   |
| <i>Firmy aktywne ogółem</i> | <i>110</i>  | <i>100,00</i>                          | <i>42</i>   | <i>38,18</i>                           | <i>68</i>   | <i>61,82</i>                           |

Źródło: Badania własne w roku 1997 i w roku 2003.

Tabela 5. Przyczyny rezygnacji ankietowanych kobiet z prowadzenia działalności gospodarczej w latach 1997-2003.

Table 5. Women's reasons of giving up running their firms between 1997-2003.

| Wyszczególnienie                   | Firmy ogółem      |                                  | Typ gminy         |                                  |                   |                                  |
|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|-------------------|----------------------------------|-------------------|----------------------------------|
|                                    | Liczba odpowiedzi | Udział w odpowiedziach firm (w%) | A                 |                                  | B                 |                                  |
|                                    |                   |                                  | Liczba odpowiedzi | Udział w odpowiedziach firm (w%) | Liczba odpowiedzi | Udział w odpowiedziach firm (w%) |
| brak opłacalności                  | 10                | 21,7                             | 4                 | 7,6                              | 6                 | 11,3                             |
| wysokie podatki                    | 9                 | 19,6                             | 5                 | 9,4                              | 4                 | 7,6                              |
| brak popytu                        | 9                 | 19,6                             | 3                 | 5,7                              | 6                 | 11,3                             |
| wysokie składki ZUS                | 7                 | 15,2                             | 4                 | 7,6                              | 3                 | 5,7                              |
| wiek-emerytura                     | 4                 | 8,7                              | 2                 | 3,8                              | 2                 | 3,8                              |
| wysokie koszty czynników produkcji | 4                 | 8,7                              | 3                 | 5,7                              | 1                 | 1,9                              |
| zły stan zdrowia                   | 3                 | 6,5                              | 2                 | 3,8                              | 1                 | 1,9                              |
| wysoka konkurencja na rynku        | 3                 | 6,5                              | 2                 | 3,8                              | 1                 | 1,9                              |
| brak własnych środków finansowych  | 3                 | 6,5                              | 2                 | 3,8                              | 1                 | 1,9                              |
| brak dostępu do kredytów           | 1                 | 2,2                              | 0                 | 0,00                             | 1                 | 1,9                              |
| inne                               | 3                 | 6,5                              | 0                 | 0,00                             | 3                 | 5,7                              |
| <b>Razem</b>                       | <b>46</b>         | <b>100,0</b>                     | <b>23</b>         | <b>43,4</b>                      | <b>23</b>         | <b>43,4</b>                      |

Źródło: Badania własne w roku 1997 i w roku 2003.

Tabela 6. Zmiany w działalności firm w latach 1997-2003  
Table 6. Changes in the firms activities between 1997-2003.

| Wyszczególnienie                                                 | Razem | Udział<br>w badanych<br>firmach<br>ogółem<br>(w%) | Udział<br>w firmach<br>aktywnych<br>ogółem<br>(w%) | Typ gminy |                                                    |       |                                                    |
|------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------|
|                                                                  |       |                                                   |                                                    | A         |                                                    | B     |                                                    |
|                                                                  |       |                                                   |                                                    | Razem     | Udział<br>w firmach<br>aktywnych<br>ogółem<br>(w%) | Razem | Udział<br>w firmach<br>aktywnych<br>ogółem<br>(w%) |
| przedsiębiorstwa<br>ogółem                                       | 143   | 100,0                                             | x                                                  | 59        | x                                                  | 84    | x                                                  |
| w tym:<br>przedsiębiorstwa<br>aktywne                            | 110   | 76,9                                              | 100,0                                              | 42        | 38,2                                               | 68    | 61,8                                               |
| likwidacja<br>działalności                                       | 33    | 23,1                                              | x                                                  | 17        | x                                                  | 16    | x                                                  |
| redukcja zatrudnienia                                            | 25    | 17,5                                              | 22,7                                               | 10        | 9,1                                                | 15    | 13,6                                               |
| w tym: całkowita<br>redukcja zatrudnienia<br>(poza właścicielką) | 18    | 12,6                                              | 16,4                                               | 3         | 2,7                                                | 15    | 13,6                                               |
| zwiększenie liczby<br>zatrudnionych                              | 44    | 30,8                                              | 40,0                                               | 20        | 18,2                                               | 24    | 21,8                                               |
| brak zmiany w<br>zatrudnieniu                                    | 41    | 28,7                                              | 37,3                                               | 12        | 10,9                                               | 29    | 26,4                                               |
| zmiana profilu<br>działalności                                   | 17    | 11,9                                              | 15,5                                               | 9         | 8,2                                                | 8     | 7,3                                                |

Źródło: Badania własne w roku 1997 i w roku 2003.

Tabela 7. Najważniejsze bariery wskazywane przez ankietowane kobiety w 2003 r.  
Table 7. The most important barriers in running small firms by the women in 2003.

| Wyszczególnienie                                 | Udział w odpowiedziach ankietowanych firm: |                 |      |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------|------|
|                                                  | ogółem                                     | w gminach typu: |      |
|                                                  |                                            | A               | B    |
| trudności ze zbytem produktów                    | 68,5                                       | 67,8            | 69,0 |
| wysokie podatki                                  | 72,7                                       | 66,1            | 77,4 |
| wysokie ubezpieczenia społeczne                  | 79,7                                       | 74,6            | 83,3 |
| mała dostępność informacji, edukacji i doradztwa | 54,5                                       | 52,5            | 56,0 |
| infrastruktura                                   | 50,3                                       | 47,5            | 52,4 |
| niski stopień nowoczesności wyposażenia firm     | 52,4                                       | 49,2            | 54,8 |
| zazdrość środowiska, niesolidarność kontrahentów | 66,4                                       | 62,7            | 69,0 |

Źródło: Badania własne w roku 1997 i w roku 2003.

## **FUNKCJE GRUP PRODUCENCKICH W SYSTEMIE MARKETINGOWYM. ANALIZA PRZYPADKU PROFISAD SP. Z O.O.**

**Aleksandra Strzębicka, Dariusz Strzębicki**

**Streszczenie.** W opracowaniu omówiono funkcje, jakie grupy producenckie pełnią w systemie marketingowym. Przeprowadzona na podstawie badań pierwotnych analiza przypadku potwierdza, że zakres funkcji realizowanych przez producentów zrzeszonych w grupach jest zdecydowanie szerszy niż w przypadku rolników indywidualnych. Celem opracowania było zarazem przedstawienie grup producenckich jako skutecznej alternatywy w dążeniu do poprawy wyników gospodarowania polskich rolników.

**Słowa kluczowe:** grupy producenckie, funkcje marketingowe, system marketingowy.

### **WSTĘP**

Producenci rolni są najslabszym ogniwem łańcucha agrobiznesu. Niewielka siła przetargowa jest przede wszystkim rezultatem charakteru struktury podmiotowej rynków rolnych, zbliżonej w większości przypadków do monopsonu, któremu towarzyszy niski stopień koncentracji producentów rolnych w relacji do pozostałych podmiotów rynku [Karasiewicz 2001]. Duża koncentracja po stronie podmiotów realizujących skup produktów rolnych (hurtownie, przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego, sieci sklepów detalicznych) zapewnia im znaczną przewagę nad rolnikami. Poza niskim stopniem koncentracji na słabą pozycję przetargową rolników wpływa duża jednorodność wytwarzanych produktów, będąca w znacznej mierze rezultatem braku stosowania wyróżników oferty np. w postaci marek produktowych. Kolejnym czynnikiem jest wysoki stopień uzależnienia producentów od odbiorcy w przypadku, kiedy producent wykorzystuje tylko jeden kanał dystrybucji. Poza tym ze zmianą jednego rolnika – dostawcy na innego, wiążą się niskie koszty zamiany dostawcy dla podmiotów realizujących skup.

Tak uwarunkowana pozycja producenta rolnego nie pozwala mu wpływać na decyzje odbiorcy produktu. Dysponując małą skalą produkcji działający w pojedynkę rolnik ponosi z reguły wysokie koszty produkcji. Małe, niejednorodne partie towaru, zazwyczaj o niskim poziomie jakości stanowią trudną do pokonania barierę zbytu wytworzonych produktów. Szans przezwyciężenia zarówno bariery kosztowej, jak i bariery zbytu należy upatrywać w integracji poziomej producentów rolnych (Żmija, Kuczek 1999). Integracja pozioma może przybrać dwie formy. Po pierwsze, może odbywać się drogą kapitałową poprzez

powiększanie wielkości powierzchni użytków rolnych oraz specjalizację produkcji. Po drugie, może mieć miejsce integracja pozioma funkcjonalna, która polega na łączeniu się producentów w grupy realizujące wspólną politykę zaopatrzenia, produkcji i zbytu produktów wytwarzanych w gospodarstwach członków, czyli grupy producenckie. Obydwa rozwiązania mają na celu przede wszystkim, wzmocnienie pozycji przetargowej producentów oraz wzrost efektywności gospodarowania przez obniżkę kosztów. Alternatywę dla polskich rolników stanowi organizowanie się w grupach producenckich. Integracja kapitałowa, która wiąże się z koniecznością ponoszenia wysokich nakładów związanych z nabyciem gruntów i ich zagospodarowaniem przekracza bowiem możliwości większości polskich producentów znajdujących się na ogół w złej sytuacji finansowej.

## **MATERIAŁ I METODY BADAŃ**

W pierwszej części artykułu posłużono się metodą opisową. Analiza przypadku dotycząca funkcji marketingowych realizowanych przez PROFISAD Sp. z o.o. została opracowana na podstawie badań przeprowadzonych metodą indywidualnych, pogłębionych wywiadów z członkami grupy, przeprowadzonych w sposób bezpośredni za pomocą częściowo ustrukturalizowanego kwestionariusza.

## **FUNKCJE MARKETINGOWE GRUP PRODUCENCKICH**

Łączenie się producentów w grupy daje możliwość aktywnego uczestnictwa w rynku poprzez pełniejszy zakres realizacji funkcji marketingowych. Marketing rolny w makroskali określa się jako system działający na linii produkt rolny- konsument żywności. W takim ujęciu rozpatruje się przepływ towarów za pośrednictwem rynku oraz charakter i zakres realizowania funkcji marketingowych poprzez różne ogniwa łańcucha marketingowego. Rodzaje funkcji systemu marketingowego podzielić można na trzy grupy [Kolbusz 1994, Hallberg 1988]:

1. Funkcje wymiany towarowej:
  - kupno - identyfikacja i wybór źródeł zaopatrzenia, negocjowanie warunków zakupu;
  - sprzedaż - określenie potrzeb potencjalnych nabywców, identyfikacja rynków docelowych, poinformowanie o ofercie, ustalenie cen, wybór kanałów dystrybucji, określenie partii sprzedaży co do rodzaju, ilości i jakości produktów, negocjowanie warunków sprzedaży.



## 2. Funkcje fizyczne:

- przechowywanie - zapewnienie użyteczności czasu poprzez udostępnianie produktów w pożądanym przez nabywców czasie;
- transport - zapewnienie użyteczności miejsca poprzez udostępnianie produktów w miejscu, w którym chcą je nabyć klienci;
- przetwórstwo - przetwarzanie produktów rolnych w artykuły spożywcze.

## 3. Funkcje ułatwiające:

- dostosowywanie produktów - standaryzacja, sortowanie, mycie, pakowanie, itp.
- zbieranie i gromadzenie badań o rynku - badania marketingowe, monitorowanie rynku;
- finansowanie - ponoszenie ryzyka związanego z realizacją pozostałych funkcji, polegające na finansowaniu inwestycji w infrastrukturę techniczną, pokrywaniu kosztów badań rynkowych, promocji, itd.

Pojedynczy producent o niewielkiej skali działania nie wychodzi zazwyczaj poza realizację podstawowych składowych funkcji sprzedaży oraz przechowywania i transportu wytworzonych przez siebie produktów. Słaba pozycja negocjacyjna warunkuje postawę indywidualnego producenta jako biorcy cen oraz innych warunków sprzedaży. W ograniczonym wymiarze dostosowuje on produkt do potrzeb rynkowych, niejednokrotnie nie jest w stanie zapewnić odpowiednich standardów jakości oraz opakowania produktów. Funkcję zbierania informacji realizuje zazwyczaj jedynie w postaci monitorowania rynkowych cen produktów i kontroli wyników swojej sprzedaży z poprzednich okresów. Ze względu na brak potrzebnych środków finansowych nie ma on możliwości przetwarzania wytwarzanych przez siebie produktów. Natomiast grupy producenckie, posiadające atrybuty wielkości, specjalizacji i umiejętności menedżerskich, mogą angażować się w wykonywanie większości funkcji marketingowych.

Najważniejszą, realizowaną przez nie funkcją jest gromadzenie dużej ilości produktów w jednym miejscu, czyli koncentracja podaży [Jermolowicz 1999]. Poprzez łączenie efektów produkcji swoich członków, grupy stanowią korzystne źródło zaopatrzenia w produkty rolne dla kolejnych ogniw systemu marketingowego. Koncentracja podaży umożliwia zwiększenie siły przetargowej producentów w relacji do innych ogniw agrobiznesu. Takie, wydajne źródło zaopatrzenia gwarantują również, odpowiednio duże jednostkowe partie towarów w określonym czasie, co ma szczególne znaczenie w przypadku produktów nietrwałych. Wspólne planowanie produkcji pozwala zapewnić stabilną wielkość podaży m.in. poprzez określenie czasu zbiorów i dostaw przez

poszczególnych członków grupy. Duże partie towaru umożliwiają dokonywanie transakcji z niedostępnymi dla pojedynczego producenta, partnerami, np. z supermarketami i tym samym przyczyniają się do zwiększenia liczby możliwych do wykorzystania kanałów dystrybucji.

Dzięki wspólnemu planowaniu produkcji, oprócz pożądaney struktury ilościowej produktów, grupa ma wpływ na poziom ich jakości. Ustalając jednolite standardy jakości, producenci są w stanie zagwarantować odbiorcom, jednolite partie towaru. Podnoszeniu jakości produktów sprzyja wdrażanie przez grupy, nieustannie ulepszanych i unowocześnianych metod i technologii produkcji. Współpraca w grupie umożliwia również realizację pełnego zakresu funkcji związanych z dostosowywaniem produktu do potrzeb rynku. Polega ono m.in. na dokonywaniu czynności uszlachetniających produkt, czyli sortowaniu, myciu, obieraniu, pakowaniu czy wstępnym przetwarzaniu. Gwarancja odpowiedniej ilości i jakości produktów stanowi największy atut grup producenckich, dzięki któremu stają się one atrakcyjnym partnerem na rynku, z którym odbiorcy chętnie nawiązują trwałą współpracę.

Dzięki współpracy w grupie, następuje znaczne zwiększenie zakresu realizowania funkcji związanych z wymianą towarową. Zadaniem grup jest m.in. koncentracja popytu na środki produkcji (maszyny, materiał szkółkarski, środki ochrony roślin, itp.), która umożliwia uzyskanie korzystnych cen zakupu, rabatów, opustów cenowych, dogodnych dla rolników warunków płatności. Grupy mają także większą możliwość wyboru dostawców, ze względu na wolumen zamawianych artykułów. Budują również trwałe więzi z dostawcami gwarantujące obopólne korzyści.

Najistotniejszą funkcją grup związaną ze sprzedażą jest możliwość negocjowania warunków sprzedaży, w tym w szczególności cen dostarczanych produktów. Jest to o tyle ważna funkcja, że w USA i w krajach UE powstają stowarzyszenia rolników, których podstawowym zadaniem jest właśnie negocjowanie korzystnych dla rolników cen (noszą one nazwę *bargaining associations*). Kolejnym, istotnym zadaniem grup jest docieranie do nowych, także zagranicznych, rynków zbytu [Figuerola 1992]. Wpływa na to możliwość wykorzystania większej liczby kanałów dystrybucji. Nie mniej istotną funkcją jest prowadzenie polityki komunikacji, a w szczególności tworzenie i promowanie własnych marek produktowych.

Podstawą sukcesu realizacji strategii marketingowej jest gromadzenie informacji o otoczeniu marketingowym, w tym zwłaszcza identyfikacja potrzeb i preferencji

konsumentów. W tym celu grupy producenckie monitorują rynek, a także podejmują próby prowadzenia badań marketingowych w szerszym wymiarze.

Wspólne użytkowanie maszyn i urządzeń stosowanych w produkcji i towarzyszących jej procesach zapewnia obniżkę jednostkowych kosztów stałych w wyniku osiągnięcia efektu skali. Korzyści skali pozwalają zatem, efektywniej wykorzystywać urządzenia, co wpływa na racjonalność podejmowania dużych inwestycji związanych z zakupem maszyn, czy z rozbudową zaplecza logistycznego. Grupy angażują swoje środki m. in. w specjalistyczne środki transportu, platformy logistyczne, sortownice, urządzenia do pakowania, magazyny, chłodnie i przechowalnie, realizując w ten sposób, w większym zakresie funkcje fizycznej dystrybucji.

Tworzenie grup producenckich jest niezbędne, aby rolnicy mogli uczestniczyć w integracji pionowej na równoprawnych warunkach. Pozioma kooperacja zapewnia producentom osiągnięcie korzyści ekonomicznych, które w następstwie otworzą im drogę do integracji pionowej [Małysz 2002]. W ten sposób, grupy producentów mogą zacząć pełnić w kanale marketingowym rolę integratora. W krajach rozwiniętych uczestniczą one kapitałowo w tworzeniu nowych instytucji hurtu pierwotnego (np. rynków hurtowych i giełd towarowych), biorą udział w prywatyzacji zakładów przemysłu spożywczego, inwestują w prywatne zakłady przetwórcze w celu przejęcia nad nimi kontroli. Wzorem zagranicznych kooperatyw, po polskich grupach producenckich należy spodziewać się coraz większego stopnia ich zaangażowania także w przetwórstwo.

## **ANALIZA PRZYPADKU - PROFISAD SP. Z O.O.**

Początek formalnej działalności producentów zrzeszonych w grupie PROFISAD z siedzibą w Bikówku k. Grójca (woj. mazowieckie) przypada na wrzesień 2001 r. Grupa uzyskała wówczas, wraz z wpisem do Krajowego Rejestru Sądowego, status spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Wysokość kapitału zakładowego spółki wynosiła 77 tys. zł. przy czym ustalono, że jednemu udziałowi o wartości 700 zł. odpowiadają dwa hektary sadu (liczba obejmowanych udziałów uzależniona była od wielkości uprawianego areału). Zalegalizowanie wspólnej działalności było poprzedzone stosunkowo długim okresem nieformalnej współpracy. Producenci praktycznie, prowadzili wspólną sprzedaż od 1996 r. Sformalizowanie działalności nastąpiło przede wszystkim, ze względu na zwiększającą się skalę działania. Dodatkowym bodźcem było wejście w życie *Ustawy o grupach producenckich i ich związkach oraz o zmianie innych ustaw z dn. 15 września 2000r.* W

kwietniu 2001 r. PROFISAD uzyskał wpis do rejestru grup prowadzonego przez wojewodę jako pierwsza grupa producencka w branży sadowniczej w Polsce.

Podjęcie współpracy wynikało z głębokiej świadomości producentów o potrzebie zmian w dotychczasowym sposobie gospodarowania ze względu na nowe warunki rynkowe oraz zbliżającą się integrację z Unią Europejską. Bezpośrednią przyczyną powstania grupy była chęć współpracy z sieciami wielkopowierzchniowych sklepów detalicznych. Podejmowane wcześniej przez producentów indywidualne próby pozyskania kontaktów handlowych z hiper i supermarketami zazwyczaj kończyły się niepowodzeniem, głównie ze względu na niemożność zapewnienia dużych partii towaru oraz regularnych dostaw. Współpraca w grupie ma na celu tworzenie dużych i jednolitych jakościowo partii dostaw oraz zapewnienie wysokiej jakości wytwarzanych produktów. PROFISAD, jako cel działalności, postawił sobie również wyeliminowanie z obrotu swoimi produktami pośredników handlowych, nawiązanie trwałych kontaktów handlowych z supermarketami, a także wchodzenie na rynki zagraniczne.

Grupę tworzy szesnastu producentów, którzy gospodarują wspólnie na powierzchni 240 ha. Areal uprawy zwiększył się w porównaniu ze stanem w momencie założenia grupy o 20 ha i jest wynikiem ciągłego dokupowania ziemi przez sadowników. Średnia wielkość gospodarstwa wynosi obecnie 15 ha. Wielkość gospodarstw jest zróżnicowana od 8 do 33 ha. Wszystkie gospodarstwa położone są w regionie grójecko-wareckim. Na podkreślenie zasługuje duże zaangażowanie członków w działania na rzecz rozwoju PROFISAD, a także ich lojalność wobec grupy. Członkowie sprzedają praktycznie całość (ok. 90% i więcej) wytworzonych przez siebie produktów za pośrednictwem grupy. Dokładne warunki na jakich poszczególni członkowie dostarczają swoje produkty oraz sposób rozliczenia dostaw określają umowy członkowskie. Do listopada każdego roku członkowie zobowiązani są przygotować harmonogram, w którym określają jakie owoce (określenie co do rodzaju, odmiany, poziomu jakości) chcą sprzedać, w jakiej ilości je dostarczą oraz w jakim czasie będą chcieli je sprzedawać. Harmonogramy dostarczone przez wszystkich członków grupy tworzą podstawę zbudowania planu sprzedaży.

Na przestrzeni dwóch lat działalności spółki występował wyraźny, w konfrontacji z popytem, brak dostatecznej wielkości podaży wytworzonych przez członków grupy produktów. W związku z tym, grupa prowadziła skup owoców od producentów spoza grupy w celu dalszej sprzedaży. Około połowa sprzedanego przez PROFISAD wolumenu towarów pochodziła od producentów nie zrzeszonych w grupie. Sytuacja ta wpłynęła na podjęcie decyzji o przyjęciu do grupy nowych członków. Postanowiono, że we wrześniu

2003, do PROFISAD przyjętych zostanie ok. 30 nowych członków, tak aby grupa docelowo osiągnęła liczbę ok. 50 członków.

W gospodarstwach członków produkuje się owoce, w tym przede wszystkim jabłka (ok. 90%), a także gruszki, śliwki, wiśnie i czereśnie. Roczna produkcja grupy wynosi ok. 10 tys. ton. W strukturze asortymentowej zdecydowaną większość stanowią odmiany deserowe (ok. 85 %). PROFISAD oferuje jabłka w 43 odmianach, gruszki w czterech odmianach, trzy odmiany wiśni, sześć odmian czereśni oraz osiem odmian śliw. Duży udział jabłek w strukturze asortymentu świadczy o wysokiej specjalizacji gospodarstw członków grupy. Grupa zamierza ograniczyć liczbę oferowanych gatunków owoców i skupić się na produkcji kilku odmian jabłek, co umożliwi tworzenie jeszcze większych, jednorodnych partii towaru, które przekraczałyby 2 tys. ton. Stanie się to możliwe w momencie, gdy grupa rozpocznie wspólnie planowane nasadzenia. Do tej pory takich nasadzeń nie prowadzono, co wynika głównie z faktu, że członkowie posiadają młode sady, których wiek nie przekracza 15 lat.

Począwszy od pierwszego roku działalności, grupa produkuje owoce zgodnie z zasadami Integrowanej Produkcji Owoców (IPO). Wprowadzenie systemu IPO jest elementem realizacji celu grupy o podwyższeniu jakości produktów i jej ujednoliceniu. Grupa pracuje obecnie nad spełnianiem wymogów dotyczących wprowadzenia systemu HACCAP. W niedalekiej przyszłości PROFISAD planuje wdrożenie systemu ISO 2000. W zapewnieniu pożądanego poziomu jakości produktów mają pomóc członkom grupy zatrudnieni na umowę zlecenia, doradcy do spraw produkcji. Podstawowym zadaniem doradców jest dokonywanie lustracji sadów członków grupy w celu wychwycenia nieprawidłowości w prowadzeniu uprawy a także zagrożeń chorobami roślin, które miałyby wpływ na poziom jakości owoców. Doradcy prowadzą też szkolenia w zakresie technologii produkcji, m.in. cięcia, przerzedzania, nawożenia czy opryskiwania. Poza tym, członkowie mają do dyspozycji uruchomioną przez grupę, linię telefoniczną, przy pomocy której nadawane są komunikaty na temat ochrony roślin, przygotowywane przez doradców.

Jakość wytwarzanych owoców grupa PROFISAD podnosi również przez ich sortowanie i pakowanie. Owoce są dotychczas sortowane pod względem średnicy i wagi. Owoce pakowane są w różne opakowania, zgodnie z życzeniem odbiorcy. Stosuje się skrzynki plastikowe, skrzyneczki drewniane, „uniwersalki”, kartony, torebki foliowe, siatki raszlowe oraz tacki. Wszystkie opakowania są w wersjach o różnej pojemności. Opakowania są oznaczone zgodnie z przepisami obowiązującymi w Unii Europejskiej.

Czynności sortowania i pakowania część członków dokonuje we własnych gospodarstwach. Ci, którzy nie posiadają odpowiedniego zaplecza technicznego korzystają z urządzeń centrali logistycznej dzierżawionej przez grupę. Centrala dysponuje linią sortującą Greefa MSE 2000 o dużej wydajności służącą do sortowania jabłek i gruszek oraz dwie niezależne maszyny pakujące owoce w worki siatkowe i w torby foliowe.

Na początku współpracy producentów PROFISAD głównym rynkiem zbytu pozostawał rynek krajowy. Od dwóch lat firma przeznacza ok. 50% produktów na eksport. Na rynku krajowym głównymi odbiorcami są sieci hiper i supermarketów (ok. 30% produkcji zbywanej w kraju), sieci sklepów dyskontowych, osiedlowych i ogólnospożywczych. PROFISAD współpracuje z dwoma sieciami hipermarketów: Auchan oraz Carrefour. Współpraca z hipermarketami opiera się na podpisanych, rocznych umowach. Odbiorcą wszystkich owoców przemysłowych (ok. 15% całej produkcji) są lokalne przetwórnice średniej wielkości. Działalność w grupie umożliwiła członkom wyeliminowanie szczebla hurtu w krajowym obrocie wytworzonymi przez siebie produktami. Przed podjęciem współpracy, producenci zbywali swoje produkty głównie na targowiskach hurtowych oraz w punktach skupu. Obecnie towary przeznaczone na rynek krajowy nie są w ogóle kierowane na rynki hurtowe, a trafiają bezpośrednio do detalistów (w przypadku owoców przeznaczonych bezpośrednio do konsumpcji) lub do zakładów przetwórczych (w przypadku owoców przeznaczonych do dalszego przetwórstwa).

Głównym rynkiem zagranicznym, na jaki PROFISAD dostarcza swe owoce są kraje byłego ZSRR, w tym zwłaszcza Rosja. Na rynek wschodni trafia około 70% całej produkcji przeznaczonej na eksport. Grupa PROFISAD jest największym, polskim eksporterem owoców na rynek rosyjski. Poza Rosją produkty grupy dostarczane są również na rynki Litwy, Łotwy, Białorusi, Estonii. Poza rynkami wschodnimi grupa eksportuje swoje produkty do Czech, Słowacji, Rumunii, Bułgarii i Chorwacji. Z krajów Unii Europejskiej, owoce PROFISAD trafiają dotychczas, jedynie na rynek niemiecki. Grupa jest zainteresowana rynkiem krajów skandynawskich i poszukuje tam kontaktów handlowych.

W zakresie fizycznej dystrybucji, grupa dysponuje bazą przechowalniczą o ładowności ok. 8 tys. ton, z czego w przechowalniach z KA i z ULO można przechować ok. 6 tys. ton owoców, a w pozostałych chłodniach i przechowalniach, następne 2 tys. ton. Tak rozbudowana baza pozwala na sprzedaż dużej ilości produktów przez cały rok. Firma organizuje transport własnymi środkami transportu, również na rynki zagraniczne.

Pomimo tak ścisłej współpracy w grupie, producenci PROFISAD mają znikomy wpływ na wysokość ceny jaką otrzymują od odbiorców. Dzieje się tak szczególnie w odniesieniu do krajowych odbiorców. W transakcjach dokonywanych pomiędzy grupą a sieciami sklepów detalicznych czy przetwórcami, te ostatnie dyktują prawie zawsze wysokość cen. Jeżeli grupie uda się wynegocjować korzystniejszą dla siebie cenę, to jest to jedynie śladowa poprawa (np. cenę 2 zł za kg udaje się podwyższyć do 2,05 zł). Większe możliwości negocjacyjne stoją przed grupą w okresie od marca do maja, kiedy na rynku występuje niedobór owoców spowodowany ich sezonowością. Grupa sprzedając produkty z przechowalni z KA lub ULO, może wynegocjować wyższe ceny. Większe możliwości co do negocjacji cen, a zarazem korzystniejsze warunki transakcji, firma uzyskuje we współpracy z zagranicznymi odbiorcami. Grupa różnicuje ceny na swoje towary ze względu na rodzaj odbiorcy, stosuje również dyskonto ilościowe nieskumulowane. Ceny otrzymywane za deserowe odmiany owoców pozwalają zrealizować zysk. Inaczej dzieje się w przypadku cen owoców przeznaczonych do dalszego przetwórstwa, które np. w 2002 roku nie pozwoliły producentom nawet pokryć kosztów ich produkcji.

Brak problemów ze zbytem PROFISAD zawdzięcza w dużej mierze aktywnemu poszukiwaniu kontaktów handlowych. Zdecydowanie najefektywniejszą formą promocji firmy i jej produktów jest promocja osobista. Firma prezentuje swoją ofertę na targach i wystawach krajowych i zagranicznych. W roku 2002 jako wystawca brała udział m.in. w targach Fruit Logistica w Berlinie, w targach ogrodnich w Moskwie i w Mińsku. Firma bierze również udział w imprezach lokalnych: *Owocobranie w Warce i Ogólnopolskie Spotkanie Sadowników w Grójcu*. W nawiązywaniu kontaktów z zagranicznymi odbiorcami firma od niedawna wykorzystuje elementy marketingu bezpośredniego za pomocą Internetu. W tym celu wysyła swoje oferty pocztą elektroniczną do potencjalnych odbiorców. Duże znaczenie promocyjne ma logo firmy, które umieszczane jest na wszystkich opakowaniach, niektórych środkach transportu, papierze firmowym i innych materiałach reklamowych. PROFISAD wykorzystuje również podstawowe instrumenty reklamy w postaci szyldów, tablic ogłoszeniowych, ogłoszeń w książkach telefonicznych i katalogach branżowych. Firma posiada również katalog z ofertą produktową oraz stronę internetową o adresie [www.profisad.com.pl](http://www.profisad.com.pl). Dobrym sposobem kształtowania wizerunku firmy jest obecność w mediach prezesa spółki, podczas wywiadów telewizyjnych (*Agrobiznes, Euroexpress*) i prasowych (*Rolnik Spółdzielca, Hasło Ogródnicze, Sad Nowoczesny*).

Oprócz wspólnej sprzedaży, producenci w grupie dokonują również wspólnych zakupów. Dokonując większych zakupów mogą liczyć na rabaty i opusty cenowe. W przypadku środków ochrony roślin grupa związana jest od początku istnienia z jednym dostawcą, firmą Agrosimex. Wynegocjowane przez grupę warunki umowy podpisanej z Agrosimex zapewniają rabaty przy zakupie środków ochrony roślin w wysokości od 2% do 4 % wartości zakupu oraz 7% rabatu na zakup nawozów. Grupa otrzymuje też rabaty przy zakupach opakowań. Możliwość tańszego zakupu środków produkcji, w porównaniu z innymi efektami wspólnego działania, w największym stopniu przyczynia się do obniżki kosztów jednostkowych produkcji owoców.

Grupa, w ramach realizacji strategii rozwoju, zamierza w najbliższym czasie podjąć szereg inwestycji. Wiążą się one z unowocześnieniem zaplecza technicznego np. poprzez zakup linii sortujących nie tylko pod względem wagi i wielkości owoców, jak dotychczas, ale także ich wybarwienia. Grupa zamierza zakupić również specjalistyczne urządzenia służące pomiarom jakości wyprodukowanych owoców. Jeszcze w tym roku (2003) grupa rozpocznie budowę centrum logistycznego. W celu realizacji tego przedsięwzięcia PROFISAD będzie ubiegać się o środki z programu SAPARD. Według oceny członków grupy, prowadzona działalność pozwoliła spółce osiągnąć satysfakcjonujący wynik finansowy.

Dotychczasowa działalność grupy producenckiej PROFISAD zasługuje na pozytywną ocenę. Szybki wzrost i osiąganie coraz lepszych wyników, grupa zawdzięcza z pewnością, aktywnej postawie członków, uwarunkowanej ich młodym wiekiem, chłonnością wiedzy oraz otwartością na zmiany. Te cechy producentów współpracujących w PROFISAD zaowocowały szczególną dbałością o wysoki poziom jakości wytwarzanych przez nich produktów a także wdrażaniem najnowszych rozwiązań produkcyjnych i technologicznych.

## **WNIOSKI**

Zakres wykonywanych przez rolników funkcji marketingowych zmienia się w dużej mierze, w zależności od wielkości gospodarstwa, poziomu specjalizacji oraz umiejętności menedżerskich właściciela i pracowników. Grupy producenckie dysponując dużo większą siłą ekonomiczną w porównaniu z pojedynczymi producentami, w znacznie szerszym zakresie realizują funkcje marketingowe. Tym samym, przyczyniają się do efektywniejszej alokacji zasobów, a co za tym idzie, osiągnięciu lepszych wyników



gospodarowania. Najważniejsze funkcje marketingowe realizowane przez grupy producenckie to: planowanie i dostosowywanie produkcji do popytu pod względem ilościowym i jakościowym, koncentracja podaży produktów rolnych, wprowadzanie standardów jakościowych, wzbogacanie produktów, aktywne poszukiwanie nowych rynków zbytu, tworzenie i promowanie własnych marek, inwestowanie w zaplecze techniczne i produkcyjne. Spełniając istotne zadania w systemie marketingowym produktów rolnych sprzyjają one tym samym restrukturyzacji całego rolnictwa. Dzięki grupom producenckim powstają ważne, dla sprawnego funkcjonowania rynku, powiązania między producentami, przetwórcami i pośrednikami handlowymi, co sprzyja planowaniu podaży i stabilizacji cen.

Jak wynika z zaprezentowanego przykładu grupy producenckiej PROFISAD, zrzeszeni w niej producenci nie narzekają na brak zainteresowania swoją ofertą. Wspólna działalność umożliwiła im nawiązanie kontaktów handlowych w takiej liczbie, że własnymi siłami nie byli by w stanie sprostać zamówieniom. Możliwość zagwarantowania dużych jednolitych jakościowo partii towarów, zaowocowała wejściem na nowe rynki zbytu, pozyskaniem dużych odbiorców w postaci wielkopowierzchniowych sklepów detalicznych oraz odbiorców zagranicznych. Dotychczasowa działalność oraz planowane przedsięwzięcia członków grupy PROFISAD rokują odniesienie sukcesu w przyszłości.

## PIŚMIENNICTWO

4. Figueroa E., Cooperation is Essential to Compete Abroad: 1992, materiał informacyjny Cornell University *Hallberg M. C.*: 1998, U.S. Food Marketing- A Specialized System, [w:] marketing U.S. Agriculture, U.S. Government Printing Office, Washington, 13
5. Karasiewicz G.: 2001, Systemy dystrybucji artykułów rolno- spożywczych na rynku polskim. Diagnoza i koncepcja zmian., Wydawnictwa Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 51
6. Kolbusz F.: 1994, Podstawy marketingu rolnego, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków, 15
7. Małysz J.: 2002, Rozwój agrobiznesu a procesy integracyjne, [w:] Wieś i Rolnictwo, Nr1/2002, 29-30
8. Żmija J., Kuczek L.: 1999, Dynamika i bariery rozwoju grup marketingowych oraz grup producenckich a zatrudnienie na wsi (na przykładzie Małopolski), Materiały z

konferencji Spółdzielczości w stymulowaniu rozwoju lokalnego i tworzeniu miejsc pracy, Ustroń Śląski, 200

## **MARKETING SYSTEM FUNCTIONS OF PRODUCERS' GROUPS (PROFISAD LTD CASE STUDY)**

**Abstract.** Farmers are the weakest element of agribusiness system. This is mostly due to the fact that many agricultural markets are characterized by a large number of small volume producers selling to a small number of large buyers. The necessity of overcoming costs and marketing barriers leads individual producers to use integration as a way to increase their bargaining position. The analyze of marketing activities of PROFISAD Ltd (fruit producers' group) proves that producers' groups are able to perform much more marketing functions than individual farmers.

**Key words:** producers' groups, marketing functions, marketing system.

*Aleksandra Strzębicka, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski, e-mail: strzebicka@yahoo.com*

*Dariusz Strzębicki, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, e-mail: strzebicki@alpha.sggw.waw.pl*

# OCENA METOD WYZNACZANIA WSPÓŁCZYNNIKÓW ELASTYCZNOŚCI DOCHODOWEJ POPYTU

Michał Sznajder, Grażyna Adamczyk

**Streszczenie:** Niniejszy artykuł przedstawia różne metody szacowania współczynników elastyczności dochodowej popytu, a także weryfikację tych metod. Stwierdzono, iż najlepsze dopasowanie statystyczne do badania wpływu dochodu na popyt mierzony wielkością wydatków mają funkcje osiągające asymptotę. Kolejna weryfikacja merytoryczna dowiodła, iż najlepsze odwzorowanie dotyczące ewolucji wydatków na produkty żywnościowe uzyskano w przypadku zastosowania modelu Workinga (hiperboliczno-logarytmiczny).

**Słowa kluczowe:** popyt, dochód, elastyczność dochodowa popytu.

## WSTĘP

Dochód – ze względu na swoje wielokierunkowe oddziaływanie na wielkość i strukturę popytu konsumpcyjnego, jest istotnym wyróżnikiem. Szczególnie ważny i znaczący ładunek informacji niesie reakcja popytowa konsumentów na zmiany poziomu dochodu. Miernikiem służącym do określania wpływu dochodu na zmianę popytu jest wskaźnik elastyczności dochodowej popytu. Obrazuje on związek między relatywną zmianą dochodów a relatywną zmianą wydatków na dany towar bądź zmianą jego spożycia. Jego wartość jest zwykle większa od zera, gdyż z reguły wzrostowi dochodów towarzyszy wzrost wydatków. Nierzadko jednak występuje zupełnie odwrotna sytuacja. Reakcje dodatnie na wzrost dochodu są niejednakowe dla dóbr o różnym stopniu pilności i zaspokajania potrzeb. Dobra podstawowe mają z reguły elastyczność mniejszą od jedności i większą od zera. Jest ona tym niższa, im dobro jest bardziej niezbędne.

Współczynnik elastyczności może jednak przyjmować także wartości ujemne, co wskazuje na spadek popytu – a więc i wydatków – na określone dobro w miarę wzrostu dochodu konsumenta. Dotyczy to w szczególności dóbr niższego rzędu. Wreszcie, w miarę wzrostu dochodów popyt może nie wykazywać żadnej reakcji, być sztywny, co ma miejsce w przypadku dóbr najbardziej podstawowych i niezbędnych w codziennym życiu (np. sól, mąka).

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie wybranych metod szacowania współczynników elastyczności, weryfikacja tych metod oraz zasady interpretacji uzyskanych wyników.

## **MATERIAŁ I METODA**

Materiałem w niniejszym opracowaniu były dane statystyki publicznej, pochodzące z badania budżetów gospodarstw domowych. Wykorzystano dane dotyczące dochodów, wydatków i spożycia dla grupy społeczno-ekonomicznej gospodarstw domowych pracowników. Zależności między dochodem a wydatkami i spożyciem zanalizowano dla okresu 1993-2000.

W celu analizy danych zastosowano metodę opartą na elastyczności popytu, zaliczaną do grupy metod analizujących uwarunkowania i współzależności występowania różnych zjawisk rynkowych [Kramer 1994, Mynarski 1987]. Wykorzystano tu elastyczność dochodowa popytu, a miernikiem określającym zależność między popytem a dochodem był współczynnik elastyczności dochodowej wydatków na żywność. Współczynniki elastyczności dochodowej wydatków oszacowano stosując różne rodzaje funkcji, tj. liniową, logarytmiczną, paraboliczną, hiperboliczną, wykładniczą, logarytmiczno-arytmetyczno-odwrotną, podwójnie logarytmiczną, hiperboliczną Törnquista, logarytmiczno-hyperboliczną Workinga.

### **Znaczenie współczynników elastyczności dochodowej popytu**

Wysokość uzyskiwanego przez konsumenta dochodu wpływa bezpośrednio na wielkość całkowitych wydatków konsumpcyjnych oraz wyznacza ogólne proporcje, w jakich zostaje on przeznaczony na konsumpcję i oszczędności. Wraz ze wzrostem dochodu konsumentów rosną ich wydatki konsumpcyjne, jednak nie wzrost proporcjonalnie do ich dochodu, co jest zgodne z podstawowym prawem psychologicznym społeczeństwa, które sformułował J.M. Keynes [Rudnicki 2000].

Podstawowa zależność między dochodem a popytem stwierdza, że im wyższe dochody ludności tym wyższy popyt – i odwrotnie. Ma ona potwierdzenie raczej w odniesieniu do globalnego popytu (jako całości), natomiast niekoniecznie do popytu na poszczególne dobra. Bowiem nie zawsze wzrost dochodu powoduje wzrost popytu na określone dobro – jak to ma miejsce w przypadku dóbr niskiej wartości. Ponadto wzrost dochodu nie powoduje jednakowych zmian w popycie na poszczególne dobra.

Poza atrybutami produktów i ich miejscem w hierarchii zaspokajania potrzeb konsumentów, reakcje końcowych odbiorców bywają niejednakowe na wzrost dochodu. Inaczej na ten fakt reagują konsumenci biedni, a inaczej bogaci. Wzrost dochodów konsumentów gorzej uposażonych powoduje zwiększenie wydatków na zakup dóbr zaspokajających najbardziej pilne, podstawowe potrzeby. Natomiast wzrost dochodów

konsumentów bogatszych, mających już zaspokojone potrzeby podstawowe, pociąga za sobą przyrost wydatków na dobra trwałego użytku, kulturę, kształcenie.

Każdy wzrost dochodu nie powoduje jednak natychmiastowych zmian w wielkości i strukturze wydatków. Konsumenci, bowiem przy określonym poziomie dochodu, mają pewien ustalony schemat wydatków, żywienia i własny styl życia. Dopiero po pewnym czasie konsumenci zmieniają swój dotychczasowy styl życia na „styl życia konsumenta zamożniejszego” [Mynarski 1967].

Jeszcze dłużej trwa zmiana stylu życia konsumenta przy spadku jego dochodu. Dąży on wówczas do zachowania, często przez długi czas, osiągniętego poziomu życia, struktury wydatków, przyzwyczajeń konsumpcyjnych czy modelu żywienia poprzez zużywanie oszczędności, zaciąganie pożyczek, itp. Taka zachowawcza postawa daje konsumentowi nadzieję, iż jego sytuacja w przyszłości ulegnie poprawie. Zjawisko to określa się *efektem rygla* i zakłada ono, iż osiągnięcie wyższego poziomu konsumpcji jest w pewnej mierze procesem nieodwracalnym, gdyż raz nabyte nawyki konsumpcyjne działają przy niższych dochodach jak rygiel hamujący obniżanie się poziomu konsumpcji [Kramer 1994, Rudnicki 2000].

Popyt konsumpcyjny warunkowany jest nie tylko zmianami zachodzącymi w poziomie dochodu, ale także i w jego strukturze. Chociaż różne są teorie i opinie na temat składników dochodu, większość badaczy tych zależności zgodnie twierdzi, iż obok części dochodu przeznaczonego na zaspokojenie potrzeb podstawowych, istnieje pewna jego część, w ramach której wybory konsumenta są bardziej swobodne. Tę część dochodów Engel określił mianem *nadwyżki dochodów*, a zjawisko to określane jest mianem tzw. drugiego prawa Engla, zgodnie z którym wydatki luksusowe lub oszczędności występują tylko przy wysokim dochodzie, przekraczającym zaspokojenie potrzeb podstawowych; natomiast Katona – *funduszem swobodnej decyzji* [Sojkin 1994, Rudnicki 2000]. Istnieje zatem pewna strategia wyboru konsumentów w tej części wydatków konsumpcyjnych, które pokrywane są z dochodu pozostającego do dyspozycji, po zaspokojeniu potrzeb podstawowych. Dysponowanie tym funduszem z reguły nie ma charakteru nawykowego. Konsument bowiem przy podejmowaniu decyzji ma alternatywę wyboru innych produktów, alternatywę wydatkowania lub oszczędzania.

Zatem znajomość dochodowej elastyczności popytu ma bardzo istotne znaczenie w prognozowaniu zmian wielkości i struktury popytu konsumpcyjnego, zachodzących pod wpływem rozwoju makroekonomicznego kraju, wzrostu gospodarczego i zmiany poziomu zamożności społeczeństwa.

Obserwacje i badania dotyczące reakcji popytu na zmiany dochodów, wydatków, a także analizy budżetów gospodarstw domowych pozwalają na określenie wielkości wydatków na poszczególne dobra i usługi, a także na ustalenie hierarchii tych wydatków. Dzięki temu istnieje możliwość wskazania, które z wydatków zaspokajają potrzeby najbardziej podstawowe, a które potrzeby wyższego rzędu..

Ponadto badanie zmian popytu pod wpływem zmian dochodów jest przydatne do określania wskaźnika kosztów utrzymania w różnych grupach społeczno-ekonomicznych ludności. Wskaźnik ów, zwany dokładniej indeksem wzrostu kosztów utrzymania, odgrywa kluczową rolę np. w negocjowaniu podwyżek płac czy rewaloryzacji świadczeń emerytalno-rentowych. Znajomość wysokości współczynników, względnych ich zmian pod wpływem różnych czynników ma istotne znaczenie także przy prowadzeniu odpowiedniej polityki społecznej państwa [Marciniak 1999].

### **Metody szacowania współczynników elastyczności dochodowej popytu**

Istnieje wiele metod, według których można oszacować współczynniki elastyczności dochodowej popytu. Najwięcej studiów empirycznych nad wpływem dochodu na wydatki konsumentów przeprowadził E. Engel. Sformułował on wiele praw rządzących wydatkami wraz ze zmianą czynników ekonomicznych, zwłaszcza dochodu.

Jako miernik, określający wpływ dochodu na wydatki w gospodarstwach domowych, wprowadzono w ówczesnym czasie wskaźnik dochodowej elastyczności popytu. W formie przyrostowej można go określić według wzoru [Mynarski 1987, Kamerschen i in. 1991]:

$$e_d = \frac{\Delta q}{q} : \frac{\Delta d}{d} = \frac{\Delta q}{\Delta d} \cdot \frac{d}{q} \quad (1.)$$

gdzie:  $q$  – wielkość wydatków,  $d$  – wielkość dochodów,  $\Delta q$ ,  $\Delta d$  – zmiana wydatków, dochodów.

Po okresie szczytowego rozwoju teorii równowagi konsumenta i popytu oraz po dokonaniach E. Engla wedle, których popyt uzależniano głównie od cen i dochodów, w latach trzydziestych. XX wieku nadszedł czas, kiedy to „krzywe Engla” doczekały się oprawy matematycznej i statystycznej. W badaniach tych zależności można wyróżnić dwie grupy modeli ekonometrycznych, w zależności od tego, jaką fazę rozwoju spożycia czy wydatków obrazują. Pierwsza grupa tych modeli służy do opisu rozwoju spożycia czy wydatków na te dobra, które są w fazie szybkiego wzrostu. Można w tym wypadku zastosować funkcje rosnące lub malejące nieograniczenie, tzn. np. funkcje: liniową, paraboliczną, wykładniczą

i logarytmiczno-liniową. Druga grupa modeli ekonometrycznych jest bliższa rzeczywistości, gdyż odzwierciedla sytuację nasycenia spożycia określonych dóbr czy wydatków na nie, przy czym tempo wzrostu jest coraz wolniejsze. W odniesieniu do tych zależności można wyznaczyć poziom nasycenia spożycia bądź wydatków na dane dobro. W tym przypadku znajdują zastosowanie funkcje mające asymptotę, przede wszystkim funkcja hiperboliczna i logarytmiczno-hyperboliczna. Poniżej scharakteryzowano kilka najczęściej wykorzystywanych funkcji do określania współczynników elastyczności popytu.

W 1935 roku Allen i Bowley [Mynarski 1987, Kos 1991] postawili tezę, iż zależności angielskie w niewielkim przedziale zmienności dochodu mogą być aproksymowane za pomocą linii prostych opisanych przez równanie:

$$y = a + bx \quad (2.)$$

gdzie:  $y$  – wielkość wydatków lub spożycia;  $x$  – wielkość dochodów;  $a, b$  – parametry funkcji.

Funkcja ta znajduje dość powszechne zastosowanie w badaniu zależności między popytem a dochodem, choć nie pozbawiona jest mankamentów. Zakłada bowiem liniowość spożycia czy wydatków wraz ze wzrostem dochodów, a więc te same przyrosty bądź spadki. W rzeczywistości rzadko tak się zdarza, choć jest to prawdopodobne. Funkcję stosuje się często, z zastrzeżeniem jednak do małych przedziałów zmienności dochodów.

Istotną wartość dla opisu zależności mają parametry funkcji. Parametr  $a$  wskazuje na „pilność” wydatków bądź potrzeby spożycia produktu, przy czym im wyższa wartość parametru  $a$  funkcji tym pilniejsza potrzeba. Pod pojęciem „pilność” rozumieć należy nadrzędność potrzeby w hierarchii wydatków lub spożycia. Np. w obrębie potrzeb żywnościowych najpierw zaspokajane są potrzeby podstawowe, dotyczące wydatków na mąkę, sól, pieczywo, itp. Są to zatem najbardziej „pilne” wydatki. Z kolei parametr  $b$  tej funkcji informuje o przeciętnym przyroście bądź spadku wydatków czy spożycia w miarę wzrostu dochodów.

Otrzymane parametry funkcji pozwalają na oszacowanie współczynnika elastyczności dochodowej wydatków bądź spożycia według wzoru:

$$e = \frac{bx}{(a + bx)} \quad (3.)$$

Współczynniki te są zmiennymi w zależności od poziomu dochodów i uzależnione od znaku parametru  $a$ . Dodatni parametr  $a$  powoduje, iż współczynniki przyjmują wartości

mniejsze od jedności, ujemna wartość parametru  $a$  powoduje, że wartość współczynnika elastyczności przekracza jeden.

Inną funkcją, godną uwagi, jest funkcja hiperboliczna, zwana też funkcją Törnquista [Mynarski 1987, Kos 1991, Guzik 1999]. Ma ona znacznie szersze zastosowanie w badaniu zależności angielskich. Została zastosowana w latach czterdziestych XX wieku, gdzie oparto się na stosunkach funkcji liniowych. Sformułowano wtedy cztery postaci zależności dla różnych grup wydatków. Funkcja ta ma inną postać dla artykułów pierwszej potrzeby, niższego rzędu, wyższego rzędu oraz luksusowych. Wiąże się to z prawidłowościami rozwoju wydatków przy zmianie dochodu i ich substytucją. Każda z wymienionych funkcji osiąga inny punkt nasycenia i ma odmienny przebieg. Po osiągnięciu stanu nasycenia wydatków na dobra niższego rzędu i podstawowe, przyrost dochodu powoduje wzrost wydatków na dobra wyższego rzędu, gdzie z kolei po przekroczeniu punktu nasycenia, pojawiają się wydatki na dobra luksusowe, które wzrastają nieograniczenie [Mynarski 1987]. Za cytowanym autorem równania tych funkcji przedstawiają się następująco:

1. dla artykułów pierwszej potrzeby

$$y = \frac{ax}{x+b} \quad (a, b > 0) \quad (4.)$$

2. dla artykułów wyższego rzędu

$$y = \frac{a(x-c)}{x+b} \quad (a, c > 0; b > -c) \quad (5.)$$

3. dla artykułów luksusowych

$$y = \frac{ax(x-c)}{x+b} \quad (a, c > 0; b > -c) \quad (6.)$$

4. dla artykułów niższego rzędu

$$y = \frac{a(x-c)}{x-b} \quad (a > 0; x > b > c) \quad (7.)$$

gdzie:  $y$  – wielkość wydatków lub spożycia;  $x$  – wielkość dochodów;  $a, b, c$  – parametry funkcji.

Cechą tego modelu jest istnienie asymptoty, czyli tzw. punktu nasycenia, do którego rośnie spożycie lub wydatki w sytuacji, gdy dochód osiąga wysoki poziom. Poziom nasycenia



wyznaczony jest przez parametr  $a$  funkcji i jest asymptotą poziomą wyznaczającą maksymalny poziom wydatków. Z kolei parametr  $b$  jest asymptotą pionową (dochodu) i przyjmuje wartości z reguły większe od zera. W odniesieniu do produktów niższego rzędu, zastosowanie tej postaci funkcji daje parametr  $b$  mniejszy od zera, a przebieg tej funkcji będzie malejący. W tym przypadku parametr  $a$  wyznacza nie poziom nasycenia, lecz minimalny poziom konsumpcji czy wydatków. Parametr  $c$  funkcji opisuje z kolei pilność określonej potrzeby spożycia czy wydatków. W ujęciu graficznym jest przesunięciem wykresu funkcji na osi  $X$ . Oszacowane parametry pozwalają na wyznaczenie współczynnika elastyczności dochodowej według wzorów, odpowiednio:

1. dla artykułów pierwszej potrzeby

$$e = \frac{b}{x + b} \quad (8.)$$

2. dla artykułów wyższego rzędu

$$e = \frac{x}{x - c} - \frac{x}{x + b} \quad (9.)$$

3. dla artykułów luksusowych

$$e = 1 + \frac{x}{x - c} - \frac{x}{x + b} \quad (10.)$$

4. dla artykułów niższego rzędu

$$e = \frac{x}{x - c} - \frac{x}{x - b} \quad (11.)$$

Współczynniki te są zmienne i maleją do zera w sytuacji przechodzenia od niższych do wyższych dochodów, zbliżając się asymptotycznie do zera przy bardzo wysokim ich poziomie.

Elastyczność dochodowa wydatków na dobra pierwszej potrzeby jest większa od zera i mniejsza od jedności i maleje w miarę wzrostu dochodu. Elastyczność dochodowa wydatków na dobra wyższego rzędu jest większa od zera i maleje do zera w miarę wzrostu dochodu, chociaż tempo spadku jest znacznie powolniejsze. Z kolei elastyczność dochodowa wydatków na dobra luksusowe jest dodatnia i większa od jedności i rośnie w miarę wzrostu dochodu. Natomiast elastyczność dochodowa wydatków na dobra niższego rzędu jest

odwróceniem zależności dla dóbr wyższego rzędu. Ma znak ujemny i zmierza do zera w miarę wzrostu dochodów.

Modele Törnquista charakteryzują się dużą elastycznością, a więc zdolnością opisywania zależności engłowskich w szerokich przedziałach dochodowych. Posiadają też pewne mankamenty, które opisuje m.in. Mynarski [1987]. Polegają one na trudności estymacji, ze względu na to, iż występują w postaci tych funkcji trzy parametry związane zależnościami nieliniowymi. Jednakże można tę niedoskonałość zniwelować, dokonując odpowiednich transformacji równań tych funkcji, co szczegółowo przedstawia Mynarski [1987].

Poszukując coraz to lepszych rozwiązań w celu opisywania zależności między dochodami i wydatkami, H.Working [Mynarski 1987] użył funkcji logarytmicznej wyrażonej wzorem:

$$\frac{y}{x} = a - b \ln x \quad (a, b > 0) \quad (12.)$$

Funkcja ta maleje i odzwierciedla spadek udziału wydatków na dane dobro w miarę wzrostu dochodów. Wyznaczenie parametrów funkcji pozwala na określenie elastyczności dochodowej wydatków, która ma wartości mniejsze od jedności i maleje w miarę wzrostu dochodów. Elastyczność tę można wyliczyć, korzystając ze wzoru:

$$e = 1 - \frac{b}{a - b \ln x} \quad (13.)$$

Inną odmianą tzw. modelu Workinga jest funkcja logarytmiczno-hyperboliczna [Kos 1991]. Ma także sporo zalet z punktu widzenia ekonometrycznych badań zależności między dochodem a wydatkami czy spożyciem. Ma asymptotę wyznaczającą poziom nasycenia, opisuje ewolucję wydatków czy spożycia w bardzo dużych przedziałach zmienności dochodów. Pozwala także na oszacowanie zmiennych współczynników elastyczności. Przebieg tej funkcji pozwala na opis przebiegu spożycia czy wydatków od fazy szybkiego wzrostu, poprzez fazę wolniejszego wzrostu do asymptotycznego zmierzania do poziomu nasycenia. Wyrażona jest ona wzorem:

$$y = e^a + \frac{b}{x} \quad (14.)$$

gdzie:  $a$ ,  $b$ ,  $e$  to parametry funkcji.

Poziom nasycenia spożycia bądź wydatków określony jest jako  $y_{\max} = e^a$ , z kolei współczynnik elastyczności na podstawie oszacowanych parametrów można obliczyć według wzoru:

$$e = \frac{b}{x} \quad (15.)$$

Inny badacz – J.L. Nicholson, użył do określenia omawianych zależności i wyznaczenia krzywej Engla funkcji drugiego stopnia, czyli paraboli o równaniu [Mynarski 1987]:

$$y = ax^2 + bx + c \quad (a < 0) \quad (16.)$$

Zaletą zastosowanej funkcji jest to, iż pozwala na ustalenie poziomu dochodów, przy których wydatki na dany artykuł osiągają punkt maksymalny. Odpowiada on wierzchołkowi paraboli. Elastyczność dochodową wydatków wyznaczoną na podstawie paraboli, można przedstawić wzorem:

$$e = \frac{(2ax + b)x}{y} \quad (17.)$$

Elastyczność przyjmuje wartości dodatnie i maleje do zera, kiedy funkcja podąża w kierunku maksimum, a następnie przyjmuje wartości ujemne.

W latach pięćdziesiątych S.J. Prais zaproponował kilka innych postaci funkcji do przedstawiania zależności angielskich. Jedną z nich była funkcja podwójnie logarytmiczna (logarytmiczno-liniowa), którą przedstawił wzorem [Mynarski 1987]:

$$\ln y = a + b \ln x \quad (18.)$$

Odzwierciedla ona coraz wolniejszy wzrost wydatków w miarę stałego wzrostu dochodów. Ma ona stały współczynnik elastyczności wyrażony parametrem  $b$  funkcji.

$$e = \frac{\partial \ln y}{\partial \ln x} = b \quad (19.)$$

Gdy parametr  $b$  jest większy od zera i mniejszy od jedności, poziom wydatków rośnie coraz wolniej w miarę wzrostu dochodów. Jest to sytuacja typowa dla produktów podstawowych. Z kolei, jeżeli parametr  $b$  funkcji jest większy od jedności, co wiąże się z wysoką elastycznością, wydatki rosną szybciej niż dochód. Funkcję tę można stosować także do opisu np. ewolucji spożycia czy wydatków produktów niższego rzędu, na które popyt

maleje w miarę jak rośnie dochód. W tej sytuacji elastyczność jest ujemna. Podobnie jak inne omówione funkcje, również i ta posiada kilka mankamentów, przede wszystkim stały, niezależny od poziomu dochodów współczynnik elastyczności, a także brak możliwości określenia poziomu nasycenia. Inną funkcją proponowaną do określania zależności engloveskich jest funkcja logarytmiczno-arytmetyczno-odwrotna wyrażona wzorem [Mynarski 1987]:

$$\ln y = a - \frac{b}{x} \quad (20.)$$

Jest to funkcja rosnąca, która zmierza do asymptoty poziomej  $\ln y = a$ . W przebiegu arytmetycznym tej funkcji najpierw mamy wzrost w tempie coraz szybszym do tzw. punktu krytycznego, a następnie tempo wzrostu słabnie w miarę jak funkcja zdąża do poziomu nasycenia wyznaczonego przez asymptotę poziomą  $y = e^a$ .

Elastyczność dla tej funkcji można wyznaczyć wzorem:

$$e = \frac{b}{x} \quad (21.)$$

Elastyczność ta ma wartości dodatnie i maleje do zera w miarę jak funkcja zmierza do poziomu nasycenia.

Prais zaproponował także inną postać funkcji logarytmicznej, tylko z osią poziomą logarytmiczną, wyrażoną wzorem [Mynarski 1987]:

$$y = a + b \ln x \quad (22.)$$

Jest ona prostą o współczynniku kierunkowym równym parametrowi  $b$ . Rośnie ona w tempie coraz wolniejszym, w miarę wzrostu dochodów. Elastyczność dochodowa jest także malejąca i wyraża się wzorem:

$$e = \frac{b}{y} \quad (23.)$$

Z kolei zaproponowana przez wspomnianego autora funkcja hiperboliczna rośnie, zdążając do poziomu nasycenia równego parametrowi  $a$  funkcji. Wyrażona została wzorem:

$$y = a - \frac{b}{x} \quad (24.)$$

Oszacowane parametry funkcji pozwalają na wyznaczenie elastyczności, która jest dodatnia i rosnąca do poziomu nasycenia, a wyrażona jest wzorem:

$$e = \frac{b}{xy} \quad (25.)$$

W latach 60-tych L.M. Goreux zaproponował w szczególności dwa modele funkcji do badania zależności englońskich. Pierwsza z nich to funkcja podwójnie logarytmiczna odwrotna, wyrażona wzorem:

$$\ln y = a - \frac{b}{x} - c \ln x \quad (26.)$$

W charakterystyce tej funkcji istotne jest to, iż osiąga ona dwa punkty przegięcia, między którymi osiąga maksimum.

Elastyczność dochodowa dla tej funkcji ma przebieg malejący i wyraża się wzorem:

$$e = \frac{b - cx}{x} \quad (27.)$$

Druga z tych funkcji zwana jest parabolą logarytmiczną i opisana jest równaniem:

$$y = a + b \ln x - c \ln^2 x \quad (28.)$$

Ma ona jeden punkt przegięcia i jedno maksimum. Elastyczność dochodowa dla tej funkcji przyjmuje postać:

$$e = \frac{b - 2c \ln x}{y} \quad (29.)$$

### **Analiza współczynników elastyczności dochodowej popytu**

W niniejszym opracowaniu w celu zilustrowania dochodowej elastyczności popytu przedstawiono analizy współczynników dla tzw. średniej grupy dochodowej gospodarstw domowych. W tym celu posłużono się danymi statystyki publicznej, pochodzącymi z badania budżetów gospodarstw domowych. Wykorzystano dane dotyczące dochodów, wydatków i spożycia dla grupy społeczno-ekonomicznej gospodarstw domowych pracowników. Zależności między dochodem a wydatkami i spożyciem analizowano w przekroju czasowym dla okresu 1993-2000. Zastosowano następujące rodzaje funkcji i ich odmiany: liniową (wzór

2.), logarytmiczną (wzór 22.), paraboliczną (wzór 16.), hiperboliczną (wzór 24.), wykładniczą [zik 1999], logarytmiczno-arytmetyczno-odwrotną (wzór 20.), podwójnie logarytmiczną (wzór 18.), hiperboliczną Törnquista (wzór 4.), logarytmiczno-hyperboliczną Workinga (wzór 14.). Następnie określono stosowne współczynniki i parametry zastosowanych funkcji. Poniżej przedstawiono analizę współczynników elastyczności popytu, obliczonych z wykorzystaniem wymienionych funkcji ekonometrycznych, dla grupy gospodarstw domowych o przeciętnych dochodach, dla roku 2000.

Popyt konsumpcyjny reprezentowany przez gospodarstwa domowe można mierzyć wielkością wydatków na poszczególne dobra lub poziomem ich spożycia.

Analiza szeregu współczynników elastyczności popytu wskazała na niższą elastyczność dochodową spożycia niż wydatków. Zasadniczo w elastyczności wydatków zawarte są także elementy jakościowe. W miarę wzrostu dochodów wzrasta nie tylko ilościowe spożycie produktów żywnościowych, ale również i ich jakość. Stąd mamy do czynienia ze wzrostem kosztu, co znajduje swoje odzwierciedlenie w wyższych współczynnikach elastyczności wydatków. Otrzymano też stosunkowo niewielkie różnice pomiędzy dwoma rodzajami współczynników, porównując je dla analogicznych grup produktów. W niniejszym opracowaniu przedstawiono zatem tylko parę konkluzji związanych z reakcją wydatków żywnościowych na zmianę poziomu dochodu w gospodarstwach domowych. Współczynniki elastyczności dochodowej wydatków obliczono, wykorzystując różne metody i modele ekonometryczne, co ilustruje tabela 1.

Tabela 1. Wartości współczynników elastyczności dochodowej popytu oszacowanych według różnych funkcji matematycznych.

Table 1. Values of income demand elasticity evaluated related to different mathematic functions.

| Grupy produktów<br>Product groups                      | Współczynniki elastyczności obliczone według funkcji:<br>Elasticity coefficients calculated related to function: |                                                              |                                                           |                                                             |                              |                                                                                                                  |                                                                                     |                                                                                         |                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                        | liniowej<br>linear<br>(wzór 3.)<br>(formula 3.)                                                                  | logarytmicznej<br>logarithmic<br>(wzór 23.)<br>(formula 23.) | parabolicznej<br>parabolic<br>(wzór 17.)<br>(formula 17.) | hiperbolicznej<br>hyperbolic<br>(wzór 25.)<br>(formula 25.) | wykładniczej<br>eksponential | logarytmiczno-<br>arytmetyczno<br>odwrotnej<br>(wzór 21.)<br>logarithmic-<br>arithmetc inverted<br>(formula 21.) | podwójnie<br>logarytmicznej<br>double<br>logarithmic<br>(wzór 19.)<br>(formula 19.) | hiperbolicznej<br>Törnquista<br>hyperbolic of<br>Törnquist<br>(wzór 8.)<br>(formula 8.) | logarytmiczno-<br>hiperbolicznej<br>Workinga<br>logarithmic-<br>hyperbolic of<br>Working<br>(wzór 15.)<br>(formula 15.) |
| Żywność<br>Food                                        | 0,83                                                                                                             | 0,35                                                         | 0,49                                                      | 0,23                                                        | 0,24                         | 0,37                                                                                                             | 0,75                                                                                | 0,61                                                                                    | 0,37                                                                                                                    |
| Przetwory zbożowe<br>Cereal products                   | 0,99                                                                                                             | 0,55                                                         | 0,8                                                       | 0,26                                                        | 0,44                         | 0,47                                                                                                             | 0,98                                                                                | 0,90                                                                                    | 0,47                                                                                                                    |
| Pieczywo<br>Bread                                      | 0,98                                                                                                             | 0,50                                                         | 0,70                                                      | 0,24                                                        | 0,47                         | 0,39                                                                                                             | 0,81                                                                                | 0,66                                                                                    | 0,39                                                                                                                    |
| Tłuszcze jadalne<br>Edible fats                        | 0,74                                                                                                             | 0,47                                                         | 0,59                                                      | 0,23                                                        | 0,46                         | 0,33                                                                                                             | 0,64                                                                                | 0,54                                                                                    | 0,33                                                                                                                    |
| Nabiał i jaja<br>Dairy products and eggs               | 0,86                                                                                                             | 0,50                                                         | 0,71                                                      | 0,24                                                        | 0,41                         | 0,39                                                                                                             | 0,78                                                                                | 0,66                                                                                    | 0,39                                                                                                                    |
| Cukier i wyroby cukiernicze<br>Sugar and confectionery | 0,75                                                                                                             | 0,47                                                         | 0,68                                                      | 0,23                                                        | 0,49                         | 0,35                                                                                                             | 0,70                                                                                | 0,57                                                                                    | 0,35                                                                                                                    |
| Warzywa i przetwory<br>Vegetables and products         | 0,84                                                                                                             | 0,48                                                         | 0,94                                                      | 0,22                                                        | 0,46                         | 0,35                                                                                                             | 0,72                                                                                | 0,55                                                                                    | 0,35                                                                                                                    |
| Owoce i przetwory<br>Fruits and products               | 0,89                                                                                                             | 0,56                                                         | 0,54                                                      | 0,04                                                        | 0,56                         | 0,41                                                                                                             | 0,84                                                                                | 0,77                                                                                    | 0,41                                                                                                                    |
| Mięso i przetwory<br>Meat and products                 | 0,75                                                                                                             | 0,44                                                         | 0,61                                                      | 0,21                                                        | 0,28                         | 0,32                                                                                                             | 0,64                                                                                | 0,50                                                                                    | 0,32                                                                                                                    |
| Ryby i przetwory<br>Fish and products                  | 0,93                                                                                                             | 0,54                                                         | 0,55                                                      | 0,25                                                        | 0,92                         | 0,42                                                                                                             | 0,87                                                                                | 0,73                                                                                    | 0,42                                                                                                                    |

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS 2000.

Source: Own calculation on the base on Central Statistical Office 2000.

W niniejszej analizie, po weryfikacji statystycznej modeli, najlepsze dopasowanie uzyskano w przypadku funkcji Törnquista (zastosowano tylko pierwszą postać tej funkcji dla dóbr i usług podstawowych), modelu Workinga (funkcja hiperboliczno-logarytmiczna), a także funkcji logarytmicznej. Zastosowanie dwóch pierwszych modeli pozwoliło na określenie poziomu nasycenia wydatków na żywność i wybrane produkty konsumpcyjne (parametr  $a$  funkcji). Z kolei wykorzystanie funkcji logarytmicznej do określenia zależności między dochodami i wydatkami zilustrowało prawidłowość spadku udziału wydatków na większość dóbr konsumpcyjnych, zwłaszcza podstawowych, w miarę wzrostu dochodów. Elastyczność dochodowa popytu w tym wypadku maleje, a więc przy wyższym poziomie dochodów reakcja popytowa jest coraz mniejsza.

Wszystkie przedstawione współczynniki mieszczą się w przedziale od zera do jedności, a w odniesieniu do niektórych produktów w przedziale od 0 do 0,5. Elastyczność dochodowa popytu na takie produkty, jak tłuszcze jadalne, pieczywo, warzywa, cukier jest, zatem niska i wskazuje na dosyć wysoki poziom nasycenia popytu mierzonego poziomem wydatków. Im wyższe współczynniki, tym poziom wydatków na określone dobra jest wciąż odległy od poziomu nasycenia. Relatywnie niskie reakcje popytowe mierzone poziomem wydatków na zmiany dochodów (ich wzrost, lecz o coraz mniejszej dynamice) obserwowano w odniesieniu do produktów zajmujących pokaźne miejsce w rozchodach konsumentów, a więc mięsa i przetworów oraz nabiału.

Zgodnie z uzyskanymi współczynnikami elastyczności popytu, przy każdorazowym wzroście dochodu o 10% wydatki na żywność wzrastają w przedziale od około 3,5% (elastyczność według funkcji logarytmicznej), poprzez niecałe 4,0% (elastyczność według modelu Workinga) aż do 6,0% (elastyczność według modelu Törnquista).

Spośród trzech wspomnianych modeli funkcji najlepiej dopasowanych statystycznie wydaje się, iż najbardziej zgodne z merytorycznym i intuicyjnym odczuciem dotyczącym zachowania konsumenta wobec zmiany dochodu są elastyczności opisane modelem hiperboliczno-logarytmicznym Workinga. Funkcja ta opisuje doskonale ewolucję spożycia czy wydatków bardzo wielu analizowanych produktów żywnościowych. Mianowicie, po fazie szybkiego wzrostu następuje faza coraz wolniejszej jego dynamiki, po czym przebieg krzywej obrazującej udział wydatków zmierza asymptotycznie do poziomu nasycenia. Przy rosnących dochodach, każde 10% jego przyrostu powoduje około 3,5% przyrost wydatków na takie produkty jak: mięso, tłuszcze jadalne, cukier i wyroby cukiernicze, warzywa i przetwory. Przy czym należy zauważyć, iż w porównaniu do innych artykułów przyrost ten jest relatywnie niewielki. Biorąc pod uwagę długą perspektywę czasową, zastosowany model



ekonometryczny doskonale obrazuje ewolucję spożycia i wydatków na np. masło. W krótszej perspektywie czasowej można by odwołać się do ewolucji popytu na m.in. tłuszcze roślinne.

### **Ocena metod określania elastyczności dochodowej popytu i weryfikacja wskaźników**

Przy omawianiu przydatności współczynników dochodowej elastyczności do prognozowania popytu żywnościowego należy zwrócić uwagę na kilka aspektów, które istotnie ważą na jakości i wartości uzyskanych na ich podstawie informacji. Poniżej opisano kilka z nich.

*Po pierwsze* – dane źródłowe. Dane źródłowe powinny mieć charakter pierwotny i być reprezentowane przez dużą liczbę jednostek próby. Taki materiał badawczy daje możliwość podziału badanej populacji na grupy (kwartyle, kwintyle, itp.), co odzwierciedla różne przedziały zamożności konsumentów, mierzone albo poziomem dochodu albo też poziomem wydatków. W takich sytuacjach można dokonać porównań np. w tej samej grupie społeczno-ekonomicznej gospodarstw, ale różnych przedziałach uposażenia, co pozwoli na właściwą interpretację reakcji popytowej na różne poziomy dochodów.

Ponadto w odniesieniu do danych źródłowych, istotnym elementem jest uwzględnienie tzw. bezpośrednich mierników popytu (konsumpcji lub wydatków), co przejawia się w odniesieniu poziomu wydatków czy spożycia na osobę w gospodarstwie domowym. Takie bowiem ujęcie uwzględnia w syntetycznie ujętym popycie żywnościowym również czynnik demograficzny, obok ekonomicznego.

W niniejszym przykładzie posłużono się danymi statystyki publicznej, a więc uwzględniono tylko jeden – przeciętny – poziom dochodów i wydatków dla grupy społeczno-ekonomicznej pracowników. Uwzględniono tylko czynnik czasowy, natomiast brakuje informacji na temat wewnętrznej (w obrębie grupy społeczno-ekonomicznej) zmienności zamożności konsumentów.

*Po drugie* – horyzont czasowy. W niniejszych rozważaniach dla oszacowania zależności między dochodami i wydatkami przyjęto okres 1993-2000. Istotne jest, aby w każdej analizie i interpretacji elastyczności dochodowej popytu rozważyć wpływ innych czynników, zwłaszcza zewnętrznych, które mogły wpływać na poszczególne reakcje konsumentów. Z reguły dłuższy okres przyjmowany do analizy powoduje redukcję zniekształcającego wpływu uwarunkowań zewnętrznych, jednak go nie eliminuje. Dlatego np. w sytuacjach kryzysowych dla gospodarki, czy niepomyślnego przebiegu podstawowych czynników makroekonomicznych, należy współczynniki elastyczności interpretować bardzo ostrożnie i uwzględnić ten fakt w ostatecznych konkluzjach.

*Po trzecie* – jakość uwzględnianych czynników ekonomicznych. W analizach reakcji popytu żywnościowego na zmiany dochodu konsumentów właściwym miernikiem będzie uwzględnianie poziomu dochodów i wydatków w ujęciu realnym, czyli skorygowanym analizie zmiany cen. Bowiem wzrost dochodów nominalnych nie zawsze pociąga za sobą wzrost dochodów realnych. Dzieje się tak, kiedy koszty utrzymania spowodowane ogólnym wzrostem cen, rosną szybciej niż dochody. W takich sytuacjach trudno zaobserwować typowe prawidłowości kształtowania się wydatków. W odniesieniu do żywności przestaje wtedy funkcjonować prawo Engla, a spadek realnych dochodów wywołuje wzrost udziału wydatków na żywność w wydatkach ogółem.

*Po czwarte* – liczba czynników determinujących popyt. Wszystkie opisane w niniejszym opracowaniu modele ekonometryczne uwzględniają reakcje popytowe na zmianę jednego tylko czynnika ekonomicznego – dochodów. Oczywiście istnieje duże prawdopodobieństwo, iż dochód determinuje wszelkie zachowania i reakcje popytowe, zwłaszcza wśród konsumentów gorzej uposażonych. W ogólności jednak jest to pewne uproszczenie rzeczywistości. To, ile konsumenci wydają oraz jak zmieniają się ich wydatki w miarę zmian dochodu, jest uzależnione od splotu szeregu czynników o charakterze społecznym, demograficznym, psychograficznym i ekonomicznym. Niemniej jednak szereg badań i analiz, również i tych zawartych w opracowaniu, uwzględnia dochód jako czynnik wpływający na kształtowanie się popytu konsumpcyjnego, na prawidłowości zachowań konsumentów bądź anomalia i paradoksy tych zachowań, co pozwala podnieść czynnik „dochody” do roli determinant.

*Po piąte* – metoda szacowania współczynników elastyczności dochodowej popytu. Istotne jest, czy do obliczenia tych współczynników zastosowano metodę przyrostową, czy modele ekonometryczne. W dalszej kolejności czy wyznaczono i zweryfikowano model liniowy czy też nieliniowy. W badaniach zależności angielskich, jak już wspomniano stosuje się dwie klasy modeli ekonometrycznych, w zależności od tego, jaką fazę rozwoju spożycia czy wydatków obrazują. Jeżeli opisuje się spożycie czy wydatki na te dobra, które są w fazie szybkiego wzrostu, prawidłowe będzie zastosowanie funkcji rosnących lub malejących nieograniczenie. Z kolei druga grupa modeli ekonometrycznych, bliższa rzeczywistości, odzwierciedla sytuację nasycenia spożycia lub wydatków określonych dóbr, przy czym tempo wzrostu jest coraz wolniejsze. W tym przypadku najlepsze efekty daje zastosowanie funkcji mających asymptotę. Szczegółowe właściwości tych funkcji opisano powyżej. Różne typy funkcji lepiej lub gorzej odzwierciedlają kształt tendencji popytu na określone dobra. W różnych sytuacjach, np. zakłóceń równowagi rynkowej, nadmiernej inflacji, destabilizacji

procesów konsumpcji, istnieje wiele ograniczeń w stosowaniu modeli ekonometrycznych z jedną zmienną objaśniającą. Dlatego też należy bardzo ostrożnie formułować wnioski dotyczące elastyczności dochodowej popytu, a także spostrzeżenia dotyczące wpływu czynników ograniczających.

Należy nadmienić, iż postać zastosowanej funkcji ma ogromny wpływ na wartość uzyskanych współczynników, a zatem i na wnioskowanie o zależnościach między dochodem a popytem. Czasami zastosowanie różnych funkcji do tego samego produktu daje ponad 50% różnice w wartości współczynników.

Po szóste – weryfikacja parametrów modelu ekonometrycznego. Dla prawidłowego wnioskowania należy brać pod uwagę własności funkcji, jej przebieg oraz właściwości uzyskanych współczynników. Przy ostatecznym wyborze postaci funkcji do badania zależności angielskich należy także przeanalizować statystyczne dopasowanie funkcji, wykorzystując wartości parametrów, miary i testy statystyczne, m.in.: współczynniki determinacji, współczynniki korelacji, średni błąd resztowy, średnie błędy ocen, wartości statystyk t-studenta, wartości statystyki F. Zazwyczaj dokonuje się weryfikacji merytorycznej i statystycznej. Podczas weryfikacji merytorycznej bada się m.in. czy sensowne są znaki parametrów, czy skala parametrów jest do przyjęcia, czy dany model ekonometryczny jest zgodny z wiedzą ekonomiczną na temat badanego zjawiska czy teorią ekonomii. Weryfikacja ekonometryczna z kolei polega na ocenie dopasowania modelu na podstawie różnych parametrów. Podstawowym z nich jest współczynnik determinacji, który polega na mierzeniu zgodności między zaobserwowanymi wartościami zmiennej objaśnianej (dochody), wartościami odpowiadającymi im wartościami zmiennej objaśniającej (np. wydatki). Współczynnik ów wskazuje, jaka część zaobserwowanej zmienności zmiennej objaśnianej została wyjaśniona przez model ekonometryczny. Z kolei rozbieżności między zmiennymi określone są mianem współczynnika rozbieżności (indeterminacji). Im współczynnik determinacji jest wyższy, tym lepsze dopasowanie modelu. W sytuacji wysokiego współczynnika regresji, czyli ścisłej relacji między zmiennymi można określić czy owe zależności nie wystąpiły przypadkowo, poprzez określenie statystyki  $F$ . Zależność pomiędzy zmiennymi istnieje, jeżeli statystyka  $F$  jest większa niż wartość krytyczna  $F$  odczytana z tablic, przy poziomie istotności 0,05 dla stopni swobody [ $V_1 = k$ ;  $V_2 = n - (k + 1)$ ], gdzie  $k$  jest liczbą zmiennych, a  $n$  – liczbą obserwacji.

Istotność badanych zmiennych można także zweryfikować stosując test  $t$  Studenta. Jeżeli wartość statystyki  $t$  (empiryczna) jest większa od wartości krytycznej odczytanej z tablic, to zmienną objaśniającą uznaje się za istotną. Ponadto do oceny modelu i poprawności

zastosowanej postaci funkcji można wykorzystać także wartość szacunkowego błędu średniego. Im błąd ów mniejszy tym lepiej, gdyż przypuszczalna precyzja estymacji parametrów jest większa.

## WNIOSKI

Przeprowadzone porównanie i ocena metod szacowania współczynników elastyczności, a także analiza tych współczynników pozwalają na wysunięcie następujących konkluzji:

1. W świetle badań, dochód konsumenta pozostaje ważnym czynnikiem kształtującym wielkość i strukturę popytu mierzonego poziomem wydatków. Klasyczne zależności engłowskie coraz częściej jednak ulegają załamaniu, głównie na wskutek silniejszego oddziaływania innych, pozadochodowych czynników.
2. Istnieje szereg różnych metod określania współczynników elastyczności dochodowej popytu, a ich przydatność uzależniona jest przede wszystkim od:
  - Fazy rozwoju spożycia czy wydatków wyrażających popyt na określone produkty, zmienności dochodów, ewolucji spożycia czy wydatków dla poszczególnych dóbr;
  - Doboru właściwego modelu ekonometrycznego, oceny jego dopasowania, a także rodzaju i jakości danych źródłowych, które wykorzystano w analizie.
3. Jak wykazano w opracowaniu, różnice w wartościach uzyskanych współczynników z zastosowaniem różnych metod mogą sięgać 50%.
4. Wykazano, iż najlepiej dopasowanymi statystycznie i merytorycznie modelami opisującymi zależności engłowskie są funkcje: hiperboliczna Törnquista, hiperboliczno-logarytmiczna Workinga i logarytmiczna. Pierwsze dwie pozwalają na wyznaczenie poziomu nasycenia spożycia czy wydatków, trzecia z kolei odzwierciedla prawidłowość spadku udziału wydatków na większość produktów żywnościowych w miarę wzrostu dochodów.

## PIŚMIENNICTWO:

1. Bywalec Cz., Rudnicki L. (2002): Konsumpcja, PWE Warszawa
2. Guzik B. (1999): Ekonometria i badania operacyjne, AE Poznań
3. Kos Cz. (1991): Przemiany w spożyciu żywności w gospodarstwach domowych w Polsce. PAN i IRW i R Warszawa.
4. Mynarski S. (1987): Analiza rynku – problemy i metody. PWN Warszawa.
5. Mynarski S. (1993): Analiza rynku. Wyd. AE Kraków
6. Rudnicki L. (2000): Zachowania konsumentów na rynku. Wyd. PWE Warszawa.

7. Sznajder M., Senauer B., Asp E., Kinsey J. (1998): *Zmieniający się konsument żywności*, Poznań.
8. Welfe A. (1995): *Ekonometria*, PWE Warszawa.

## EVALUATION METHODS OF IDENTIFICATION INCOME DEMAND ELASTICITY COEFFICIENTS

**Abstract:** This paper presents different methods of income demand elasticity coefficient evaluation and also verification of these methods. It was showed, that the best statistical adaptation for research of income influence for demand measure by expenditure have the function with asymptote. The next substantial verification, and also intuitive feeling related to consumer behaviours showed, that the best imitate of food expenditures evolution got in the case of Working model (hyperbolic and logarithmic).

**Key words:** demand, income, income demand elasticity coefficient.

*Michał Sznajder, prof. dr hab. Akademia Rolnicza im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu, Katedra Ekonomiki Gospodarki Żywnościowej, ul. Wojska Polskiego 28, 60-637 Poznań, e-mail: misznajd@au.poznan.pl*

*Grażyna Adamczyk, dr, Akademia Rolnicza im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu, Katedra Ekonomiki Gospodarki Żywnościowej, ul. Wojska Polskiego 28, 60-637 Poznań, e-mail; gradam@au.poznan.pl*

Tabela 1. Wartości współczynników elastyczności dochodowej popytu oszacowanych według różnych funkcji matematycznych.

Table 1. Values of income demand elasticity evaluated related to different mathematic functions.

| Grupy produktów<br>Product groups                      | Współczynniki elastyczności obliczone według funkcji:<br>Elasticity coefficients calculated related to function: |                                                              |                                                           |                                                             |                              |                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                        | liniowej<br>linear<br>(wzór 3.)<br>(formula 3.)                                                                  | logarytmicznej<br>logarithmic<br>(wzór 23.)<br>(formula 23.) | parabolicznej<br>parabolic<br>(wzór 17.)<br>(formula 17.) | hiperbolicznej<br>hyperbolic<br>(wzór 25.)<br>(formula 25.) | wykładniczej<br>eksponential | logarytmiczno-<br>arytmetyczno<br>odwrotnej<br>(wzór 21.)<br>logarithmic-<br>arithmetic inverted<br>(formula 21.) |
| Żywność<br>Food                                        | 0,83                                                                                                             | 0,35                                                         | 0,49                                                      | 0,23                                                        | 0,24                         | 0,37                                                                                                              |
| Przetwory zbożowe<br>Cereal products                   | 0,99                                                                                                             | 0,55                                                         | 0,8                                                       | 0,26                                                        | 0,44                         | 0,47                                                                                                              |
| Pieczywo<br>Bread                                      | 0,98                                                                                                             | 0,50                                                         | 0,70                                                      | 0,24                                                        | 0,47                         | 0,39                                                                                                              |
| Tłuszcze jadalne<br>Edible fats                        | 0,74                                                                                                             | 0,47                                                         | 0,59                                                      | 0,23                                                        | 0,46                         | 0,33                                                                                                              |
| Nabiał i jaja<br>Dairy products and eggs               | 0,86                                                                                                             | 0,50                                                         | 0,71                                                      | 0,24                                                        | 0,41                         | 0,39                                                                                                              |
| Cukier i wyroby cukiernicze<br>Sugar and confectionery | 0,75                                                                                                             | 0,47                                                         | 0,68                                                      | 0,23                                                        | 0,49                         | 0,35                                                                                                              |
| Warzywa i przetwory<br>Vegetables and products         | 0,84                                                                                                             | 0,48                                                         | 0,94                                                      | 0,22                                                        | 0,46                         | 0,35                                                                                                              |
| Owoce i przetwory<br>Fruits and products               | 0,89                                                                                                             | 0,56                                                         | 0,54                                                      | 0,04                                                        | 0,56                         | 0,41                                                                                                              |
| Mięso i przetwory<br>Meat and products                 | 0,75                                                                                                             | 0,44                                                         | 0,61                                                      | 0,21                                                        | 0,28                         | 0,32                                                                                                              |
| Ryby i przetwory<br>Fish and products                  | 0,93                                                                                                             | 0,54                                                         | 0,55                                                      | 0,25                                                        | 0,92                         | 0,42                                                                                                              |

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS 2000.

Source: Own calculation on the base on Central Statistical Office 2000.

# **WPLYW CZYNNIKÓW PRZYRODNICZYCH I EKONOMICZNYCH NA NAKŁADY PRACY W UPRAWIE OKOPOWYCH**

**Tomasz Szuk**

**Streszczenie:** Artykuł prezentuje wyniki badań, dotyczących wpływu wybranych czynników przyrodniczych i ekonomicznych na nakłady pracy żywej i mechanicznej siły pociągowej przy uprawie ziemniaków i buraków cukrowych. Badania przeprowadzono w latach 1993-1997 w 120 gospodarstwach chłopskich położonych w nizinnej części Dolnego Śląska. Przedstawiono modele regresji wieloczynnikowej opisujące zmienność badanych nakładów.

**Słowa kluczowe:** nakłady pracy, modele, mechanizacja, ziemniak, burak cukrowy.

## **WSTĘP**

Wielkość nakładów pracy w produkcji roślinnej zależna jest od wielu, różnorodnych i często trudno wymiernych czynników. Dużą rolę w ich kształtowaniu odgrywa klimat, który warunkuje długość okresu wegetacyjnego roślin. Uważa się, że poziom nakładów pracy w produkcji roślinnej jest odwrotnie proporcjonalny do długości okresu robót polowych w roku [Adamowski 1977].

Niepodważalna jest też rola jakości gleby zwłaszcza, jeżeli chodzi o nakłady siły pociągowej. Przyjmując, że przy większości prac polowych zwięźłość gleby wpływa na zwiększenie oporów, nakłady pracy rosną wraz ze wzrostem jej zwięźłości [Adamowski 1977].

W badaniach ekonomicznych często stosuje się uproszczenie polegające na wyrażeniu jakości gleby za pomocą miar przyrodniczo-technicznych, np. wskaźnika bonitacji.

Kolejnym, znaczącym czynnikiem jest plonowanie roślin. Wysokość plonu oddziałuje przede wszystkim na nakłady pracy podczas zbioru, zwłaszcza w uprawie roślin okopowych. W miarę wzrostu plonów rosną również nakłady. Tłumaczy się to zwiększonym nawożeniem, staranniejszą uprawą roli i roślin oraz obfitszym zbiorem [Gorzelak 1961].

Ważnym czynnikiem wpływającym na kształtowanie się nakładów pracy jest stopień zmechanizowania robót. Wiąże się on z pojęciem technologii produkcji. Mając na uwadze nakłady pracy przy uprawie roślin, głównym elementem zróżnicowania technologii, oprócz uproszczeń w uprawie, są typy zastosowanych narzędzi, maszyn i urządzeń, zwłaszcza przy zbiorze ziemioplodów. Badania wykazują, że w miarę wzrostu zmechanizowania prac uzyskiwane są oszczędności pracy i bardziej równomierny rozkład prac w ciągu roku [Kuczyńska 1998].

Na nakłady pracy wpływa również wielkość pola zajętego przez roślinę uprawną. W literaturze niewiele miejsca poświęca się temu zagadnieniu. Z nielicznych badań można jednak wywnioskować, że wraz ze wzrostem skali produkcji, mierzonej powierzchnią roślinopola, spadają nakłady pracy żywej i uprzedmiotowionej, a w największym stopniu dotyczy to uprawy roślin okopowych [Gołaś, Wysocki 1993].

Ostatnim z przedstawionych czynników, który niewątpliwie ma doniosłe znaczenie w związku z nakładami pracy ponoszonymi w produkcji roślinnej, jest wielkość całego gospodarstwa. W literaturze zgodnie podaje się, że zwiększenie powierzchni gospodarstwa pociąga za sobą znaczny spadek jednostkowych nakładów pracy. Schramm już przed II wojną światową pisał, że w gospodarstwach małych nakład pracy na



poszczególne ziemioplody jest znacznie wyższy, bo około dwukrotnie w porównaniu z gospodarstwami większymi [Schramm 1939].

Czynnik wielkości gospodarstwa wymieniony został na końcu, gdyż stanowi on pewnego rodzaju „klamrę”, spinającą poprzednio przedstawione elementy. Jako, że wraz ze wzrostem powierzchni gospodarstwa zwiększa się poziom mechanizacji, stosuje się bardziej nowoczesne technologie produkcji pozwalające uzyskać wyższe plony, zwiększają się powierzchnie pojedynczych pól, to też równocześnie spadają nakłady pracy w przeliczeniu na jednostkę powierzchni.

Oprócz wymienionych wyżej czynników istnieje zapewne szereg innych, trudnych do uchwycenia elementów, które w większym lub mniejszym stopniu również wpływają na pracochłonność. Powodują one często wiele zakłóceń zwłaszcza w badaniach opartych na metodach statystyki matematycznej, ale za słowami wielkiego autorytetu prof. Moszczeńskiego, który mówił, że „(...) przy dostatecznym i w odpowiedni sposób dobranym materiale spostrzeżeniowym prawdopodobnie wpływ przyczyn postronnych, oddziałujących na zmienne, które badamy, zostanie częściowo zniesiony”[Moszczeński 1934]. Te pozostałe czynniki traktuje się w badaniach ekonomicznych jako constans.

## **MATERIAŁ I METODY BADAWCZE**

Pomimo dość szczegółowego opisu w literaturze krajowej czynników oddziałujących na nakłady pracy w produkcji roślinnej, zauważalny jest brak wyliczeń związków przyczynowo-skutkowych i zależności korelacyjnych opisanych metodami matematycznymi.

Artykuł zawiera próbę ustalenia siły i kierunku oddziaływań wybranych czynników przyrodniczych i ekonomicznych na nakłady pracy oraz nakłady mechanicznej siły pociągowej przy uprawie dwóch, podstawowych gatunków roślin z grupy okopowych tj. ziemniaków i buraków cukrowych w warunkach nizinnych Dolnego Śląska.

Na wstępie badań postawione zostały następujące hipotezy robocze.

- poziom nakładów pracy w produkcji okopowych warunkują przede wszystkim, wielkość pola i rodzaj zastosowanej technologii produkcji,
- czynnikiem oddziałującym w największym stopniu na nakłady mechanicznej siły pociągowej jest wielkość pola.

Wybór wymienionych roślin podyktowany był ich stosunkowo wysokim udziałem w całości uprawianych na tym terenie gatunków.

Materiały źródłowe pochodziły z gospodarstw rodzinnych położonych na terenie siedmiu gmin byłego województwa legnickiego. Gminy te dobrze reprezentują byłe województwo pod względem większości cech przyrodniczych, ekonomicznych i demograficznych.

Zakres czasowy badań wynosił 5 lat, tj. 1993-1997 i obejmował dane ze 120 gospodarstw dla każdego roku. Dobór gospodarstw przeprowadzono w sposób losowy. Przeciętna wielkość badanych obiektów wynosiła 9,62 ha UR, natomiast średni wiek posiadanego sprzętu technicznego to 14 lat. Podstawowymi dokumentami pierwotnymi były karty technologiczne upraw poszczególnych roślin oraz opisy gospodarstw.

Zróżnicowanie warunków przyrodniczych dotyczyło jakości gleb na polach pod badanymi uprawami. Jakość gleb została wyrażona

współczynnikiem bonitacji danej klasy gleby wg hektarów przeliczeniowych.

Zróżnicowanie warunków ekonomicznych objęło: powierzchnię gospodarstwa wyrażoną w ha UR, powierzchnię pola w ha, poziom plonów w dt, wyposażenie gospodarstwa w sprzęt techniczny w ujęciu wartościowym, rodzaj stosowanej technologii produkcji.

Badania składały się z dwóch etapów. W pierwszym etapie ustalono technologię produkcji poszczególnych upraw. Pojęcie technologii produkcji użyto w pewnym uproszczeniu utożsamiając je z techniką uprawy, co wynika z zakresu materiału badawczego.

Analizując materiał źródłowy zauważono, że głównym elementem różnicującym proces technologiczny produkcji tych roślin była technika zbioru. W związku z tym w produkcji ziemniaków jadalnych wyodrębniono i oznaczono dwa warianty technologiczne różniące się techniką zbioru tj.:

- „0”- technologia ze zbiorem ręcznym (wykopywanie kopaczką elewatorową),
- „1”- technologia ze zbiorem kombajnowym (kombajn jednorzędowy).

Przy produkcji buraków cukrowych natomiast wyróżniono także dwa warianty technologiczne, tj.:

- „0” - technologia ze zbiorem ręcznym,
- „1” – technologia ze zbiorem kombajnowym (kombajn jednorzędowy).

W drugim etapie przeprowadzono analizę wariancji w klasyfikacji podwójnej. Zmiennymi grupującymi były lata badań oraz technologia produkcji. Zadaniem analizy wariancji było jednoznaczne stwierdzenie

obecności lub braku istotnych statystycznie różnic w nakładach pracy i nakładach mechanicznej siły pociągowej, w pięcioletnim okresie badań. Wynik analizy wariancji miał decydujące znaczenie w zastosowaniu kolejnej analizy statystycznej tj. regresji wielokrotnej, gdyż w przypadku braku istotnych różnic pomiędzy kolejnymi latami, uzasadniona była konstrukcja jednego modelu regresji dla całego okresu badań. Dodatkowo, za takim postępowaniem przemawiała względna jednolitość stosowanych technologii w badanym okresie oraz stwierdzony brak znaczących zmian w parku maszynowym gospodarstw. Ponadto, w badaniach nie przewidziano ujęcia czynników pogodowych, dlatego porównując nakłady w latach, trudno byłoby znaleźć zasadniczy punkt odniesienia. W podsumowaniu drugiego etapu badań przeprowadzono analizę korelacji prostych, na podstawie której wybrano zmienne objaśniające do budowy modeli regresji wielokrotnej. Skonstruowane modele poddano weryfikacji statystycznej. Wszystkie analizy statystyczne przeprowadzono wykorzystując pakiet programu komputerowego Statistica 5,0 PL [Stanisz 2000].

## **DYSKUSJA**

Poziom nakładów pracy i nakładów mechanicznej siły pociągowej przy uprawie roślin charakteryzuje się zmiennością w czasie. Uzależnione jest to głównie od warunków agrometeorologicznych. Jeżeli różnice są niewielkie i co najważniejsze nieistotne statystycznie, dopuszczalne jest potraktowanie badanego okresu w sposób jednorodny.

Na podstawie przeprowadzonych analiz wariancji nie stwierdzono istotnych różnic pomiędzy badanymi nakładami w poszczególnych latach badań.

Wykazano natomiast, silne uzależnienie nakładów pracy i mechanicznej siły pociągowej przy uprawie wszystkich badanych gatunków roślin od zastosowanego wariantu technologii.

W następnym etapie wykorzystano rachunek korelacji prostej Pearsona. Podstawowym jego zadaniem było znalezienie istotnych zależności pomiędzy czynnikami badawczymi. Wyniki prezentują tabele 1 i 2.

Tabela 1. Współczynniki korelacji prostej pomiędzy wybranymi cechami - ziemniak  
Table 1. Correlation coefficients among selected features - potato

| Wyszczególnienie<br>Specification                                        | Obszar gospodarstwa –<br>Farm area | Obszar pola –<br>field area | Jakość gleby –<br>Quality of soil | Plon- Crop | Nakłady rbh/ha w roku –<br>Input of labour rbh/ha<br>in year | Nakłady cnh/ha w roku –<br>Input of machine work<br>cnh/ha in year | Rodzaj technologii –<br>Kind of technology | Usługi maszynowe –<br>Machine - services | Odległość pola od<br>gospodarstwa – Distance<br>of field from farm | Wartość sprzętu na 1ha<br>UR –<br>Value of equipment per<br>1 ha | Wskaźnik mechanizacji –<br>Coefficient<br>of mechanization |
|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Obszar gospodarstwa – Area farms                                         | 1,00                               | 0,27*                       | -0,07                             | 0,18*      | -0,22*                                                       | -0,11                                                              | 0,24*                                      | -0,16*                                   | 0,13*                                                              | 0,10                                                             | -0,13*                                                     |
| Obszar pola – Area fields                                                | 0,27*                              | 1,00                        | 0,04                              | 0,11       | -0,40*                                                       | -0,19*                                                             | 0,35*                                      | 0,00                                     | 0,34*                                                              | 0,09                                                             | -0,26*                                                     |
| Jakość gleby – Quality of soil                                           | -0,07                              | 0,04                        | 1,00                              | 0,11       | 0,03                                                         | 0,11                                                               | 0,03                                       | -0,06                                    | -0,12                                                              | 0,09                                                             | -0,07                                                      |
| Plon - Crop                                                              | 0,18*                              | 0,11                        | 0,11                              | 1,00       | 0,17*                                                        | 0,13*                                                              | -0,04                                      | -0,01                                    | 0,07                                                               | 0,06                                                             | 0,05                                                       |
| Nakłady rbh/ha w roku –<br>Input of labour rbh/ha in year                | -0,22*                             | -0,40*                      | 0,03                              | 0,17*      | 1,00                                                         | 0,31*                                                              | -0,46*                                     | -0,09                                    | -0,14*                                                             | -0,09                                                            | -0,67*                                                     |
| Nakłady cnh/ha w roku –<br>Input of machine work cnh/ha in year          | -0,11                              | -0,19*                      | 0,11                              | 0,13*      | 0,31*                                                        | 1,00                                                               | 0,05                                       | -0,12                                    | -0,01                                                              | -0,03                                                            | 0,39*                                                      |
| Rodzaj technologii –<br>Kind of technology                               | 0,24*                              | 0,35*                       | 0,03                              | -0,04      | -0,46*                                                       | 0,05                                                               | 1,00                                       | 0,00                                     | 0,18*                                                              | 0,16*                                                            | -0,49*                                                     |
| Usługi maszynowe – Machine-services                                      | -0,16*                             | 0,00                        | -0,06                             | -0,10      | -0,09                                                        | -0,12                                                              | 0,00                                       | 1,00                                     | 0,01                                                               | 0,18*                                                            | -0,02                                                      |
| Odległość pola od gospodarstwa – Distance of field from farm             | 0,13*                              | 0,34*                       | -0,12                             | 0,07       | -0,14*                                                       | -0,01                                                              | 0,18*                                      | 0,01                                     | 1,00                                                               | 0,00                                                             | -0,15                                                      |
| Wartość sprzętu na 1ha UR –<br>Value of equipment per 1 ha               | 0,10                               | 0,09                        | 0,09                              | 0,06       | -0,09                                                        | -0,03                                                              | 0,16*                                      | -0,18*                                   | 0,00                                                               | 1,00                                                             | -0,08                                                      |
| Prosty wskaźnik zmechanizowania –<br>Simple coefficient of mechanization | -0,13*                             | -0,26*                      | -0,07                             | 0,05       | -0,67*                                                       | 0,39*                                                              | -0,49*                                     | -0,02                                    | -0,15                                                              | -0,08                                                            | 1,00                                                       |

\*- współczynniki korelacji są istotne z  $p < 0,05$

\*- Correlation coefficients are essential from  $p < 0,05$

Źródło: obliczenia własne Source: own calculations

liczebność  $n = 234$

number  $n = 234$

Tabela 2. Współczynniki korelacji prostej pomiędzy wybranymi cechami - burak cukrowy  
Table 2. Correlation coefficients among selected features – sugar beet

| Wyszczególnienie<br>Specification                                      | Obszar gospodarstwa – Area farms | Obszar pola – Area fields | Jakość gleby – Quality of soil | Plon – Crop | Nakłady rbh/ha w roku – Input of labour rbh/ha in year | Nakłady cnh/ha w roku – Input of machine work cnh/ha in year | Rodzaj technologii – Kind of technology | Usługi maszynowe – Machine-services | Odległość pola od gospodarstwa – Distance of field from farm | Wartość sprzętu na 1ha UR – Value of equipment per 1 ha | Wskaźnik mechanizacji – Coefficient of mechanization |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------|--------------------------------|-------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Obszar gospodarstwa – Area farms                                       | 1,00                             | 0,30*                     | -0,11                          | 0,05        | -0,21*                                                 | -0,01                                                        | 0,07                                    | -0,04                               | 0,02                                                         | -0,03                                                   | -0,22*                                               |
| Obszar pola – Area fields                                              | 0,30*                            | 1,00                      | 0,17*                          | -0,05       | -0,50*                                                 | -0,37*                                                       | 0,38*                                   | 0,26*                               | 0,20*                                                        | 0,00                                                    | -0,34*                                               |
| Jakość gleby – Quality of soil                                         | -0,11                            | 0,17*                     | 1,00                           | 0,22*       | -0,11                                                  | -0,06                                                        | 0,11                                    | 0,16                                | 0,14                                                         | -0,09                                                   | -0,13                                                |
| Plon – Crop                                                            | 0,05                             | -0,05                     | 0,22*                          | 1,00        | 0,14                                                   | 0,36*                                                        | -0,02                                   | -0,08                               | -0,07                                                        | -0,16                                                   | -0,07                                                |
| Nakłady rbh/ha w roku – Input of labour rbh/ha in year                 | -0,21*                           | -0,50*                    | -0,11                          | 0,14        | 1,00                                                   | 0,51*                                                        | -0,65*                                  | -0,21*                              | -0,24*                                                       | -0,11                                                   | -0,70*                                               |
| Nakłady cnh/ha w roku – Input of machine work cnh/ha in year           | -0,01                            | -0,37*                    | -0,06                          | 0,36*       | 0,51*                                                  | 1,00                                                         | -0,35*                                  | -0,25*                              | -0,08                                                        | -0,02                                                   | -0,13                                                |
| Rodzaj technologii – Kind of technology                                | 0,07                             | 0,38*                     | 0,11                           | -0,02       | -0,65*                                                 | -0,35*                                                       | 1,00                                    | 0,13                                | 0,11                                                         | 0,19*                                                   | -0,49*                                               |
| Usługi maszynowe – Machine-services                                    | -0,04                            | 0,26*                     | 0,16                           | -0,08       | -0,21*                                                 | -0,25*                                                       | 0,13                                    | 1,00                                | 0,03                                                         | -0,27*                                                  | -0,08                                                |
| Odległość pola od gospodarstwa – Distance of field from farm           | 0,02                             | 0,20*                     | 0,14                           | -0,07       | -0,24*                                                 | -0,08                                                        | 0,11                                    | 0,03                                | 1,00                                                         | 0,09                                                    | -0,25*                                               |
| Wartość sprzętu na 1ha UR – Value of equipment per 1 ha                | -0,03                            | 0,00                      | -0,09                          | -0,16       | -0,11                                                  | -0,02                                                        | 0,19*                                   | -0,27*                              | 0,09                                                         | 1,00                                                    | -0,12                                                |
| Prosty wskaźnik z mechanizowania – Simple coefficient of mechanization | -0,22*                           | -0,34*                    | -0,13                          | -0,07       | -0,70*                                                 | -0,13                                                        | -0,49*                                  | -0,08                               | -0,25*                                                       | -0,12                                                   | 1,00                                                 |

\*- współczynniki korelacji są istotne z  $p < 0,05$

\*- Correlation coefficients are essential from  $p < 0,05$

Źródło: obliczenia własne Source: own calculations

liczebność  $n = 134$

number  $n = 134$

Analizując uzyskane wyniki z punktu widzenia badań należy stwierdzić, że istnieje istotna ujemna korelacja pomiędzy nakładami pracy w ciągu roku, a obszarem pola, gdzie dla ziemniaków  $r = -0,40$ , a dla buraków cukrowych  $r = -0,50$  podobnie, lecz z mniejszą siłą oddziałuje na te nakłady obszar gospodarstwa, odpowiednio  $r = -0,22$  i  $r = -0,21$ . Ponadto, widoczna jest dodatnia zależność pomiędzy nakładami pracy, a nakładami mechanicznej siły pociągowej; w uprawie ziemniaków  $r = 0,31$ , a w uprawie buraków  $r = 0,51$ .

Wyniki analizy współczynników korelacji pozwoliły wyznaczyć wstępnie czynniki, które w istotny sposób oddziałują na badane nakłady. Kolejnym krokiem było podjęcie decyzji o wyborze zmiennych do budowy modelu regresji wielokrotnej. Literatura wskazuje, że autorzy badań analizują głównie wpływ wielkości całego gospodarstwa na nakłady pracy [Kowalewski i in. 1995; Kowalski 1992], ale np. Gorzelak w monografii pt. „Nakłady pracy w indywidualnych gospodarstwach chłopskich” stwierdza, że zwrócenie uwagi na pojedyncze działki wzbogaciłoby badania, dałoby możliwość pogłębienia analizy, pozwoliłoby na szukanie większej ilości związków korelacyjnych między poziomem nakładów, a kształtującymi ten poziom czynnikami [Gorzelak 1961].

W związku z taką sugestią, w badaniach skoncentrowano się głównie na wielkościach badanych pól, a nie całych gospodarstw. Za słusznością takiego rozumowania przemawia fakt, że w badanej zbiorowości mamy do czynienia z tzw. interkorelacją i rozpatrując efekt wpływu wielkości całego gospodarstwa istnieje duże niebezpieczeństwo, że w rzeczywistości wynikać on będzie z obszaru pola.

Interpretację tę potwierdza dodatnia, istotna korelacja powierzchni gospodarstwa z obszarem pola,  $r = 0,27$  – w uprawie ziemniaków i  $r = 0,30$  – w uprawie buraków cukrowych oraz to, że siła związku pomiędzy obszarem pola, a nakładami pracy w ciągu roku jest znacznie większa niż pomiędzy powierzchnią gospodarstwa a tymi nakładami. Jeszcze jeden czynnik przemawia za takim wyborem, a mianowicie ten, że istnieje istotna statystycznie ujemna zależność pomiędzy obszarem pola, a nakładami mechanicznej siły pociągowej, natomiast nie stwierdzono żadnej, istotnej zależności pomiędzy tymi nakładami, a powierzchnią gospodarstwa.

Ostatecznie, kierując się wielkością współczynników korelacji i eliminując zjawiska interkorelacji, do dalszych badań wybrano następujące zmienne:

- w uprawie ziemniaków: obszar pola, wysokość plonu, odległość pola od gospodarstwa oraz rodzaj stosowanej technologii;
- w uprawie buraków: obszar pola, wysokość plonu, poziom usług maszynowych oraz rodzaj stosowanej technologii.



W związku z niewątpliwym współdziałaniem pracy żywej i uprzedmiotowionej, co widoczne jest w wysokości współczynnika korelacji,  $r = 0,31$ - przy uprawie ziemniaków i  $r = 0,51$  – przy uprawie buraków, postanowiono użyć, jako dodatkowej zmiennej objaśniającej, prostego wskaźnika zmechanizowania prac. Wskaźnik ten uzyskano dzieląc jednostkowe nakłady mechanicznej siły pociągowej przez jednostkowe nakłady pracy. Wartość wskaźnika wyrażono w procentach.

Charakterystykę wybranych zmiennych przedstawiono w tabelach 3 i 4.

Tabela 3. Charakterystyka zmiennych, wprowadzonych do modeli regresji, wg wyodrębnionych technologii produkcji – ziemniak

Table3. Description of the variables introduced to models of multiple regression according to separated production technology - potato

| Wyszczególnienie – Specification                                       | Technologia „0”<br>Technology „0” |           |      | Technologia „1”<br>Technology „1” |           |      |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------|------|-----------------------------------|-----------|------|
|                                                                        | liczebność<br>number              | $\bar{X}$ | V    | liczebność<br>number              | $\bar{X}$ | V    |
| Powierzchnia pola [ha]<br>Area fields [ha]                             | 172                               | 0,71      | 70,7 | 62                                | 1,19      | 60,8 |
| Plon – Crop                                                            | 172                               | 198,40    | 31,9 | 62                                | 193,10    | 30,0 |
| Odległość pola od gospodarstwa<br>Distance of field from farm          | 172                               | 0,88      | 57,9 | 62                                | 1,11      | 60,2 |
| Prosty wskaźnik zmechanizowania<br>Simple coefficient of mechanization | 172                               | 24,64     | 35,7 | 62                                | 37,31     | 30,9 |
| Nakłady [rbh/ha]<br>Input of labour [rbh/ha]                           | 172                               | 183,40    | 28,9 | 62                                | 125,10    | 30,4 |
| Nakłady [cnh/ha]<br>Input of machine work [cnh/ha]                     | 172                               | 42,46     | 31,7 | 62                                | 44,02     | 24,5 |

Źródło: obliczenia własne- Source: own calculations

Tabela 4. Charakterystyka zmiennych, wprowadzonych do modeli regresji, wg wyodrębnionych technologii produkcji – burak cukrowy

Table4. Description of the variables introduced to models of multiple regression according to separated production technology – sugar beet

| Wyszczególnienie - Specification                                       | Technologia „0”<br>Technology „0” |           |       | Technologia „1”<br>Technology „1” |           |       |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------|-------|-----------------------------------|-----------|-------|
|                                                                        | liczebność<br>number              | $\bar{X}$ | V     | liczebność<br>number              | $\bar{X}$ | V     |
| Powierzchnia pola [ha]<br>Area fields [ha]                             | 73                                | 1,22      | 63,7  | 61                                | 1,99      | 74,4  |
| Plon – Crop                                                            | 73                                | 350,86    | 30,3  | 61                                | 375,10    | 21,4  |
| Prosty wskaźnik zmechanizowania<br>Simple coefficient of mechanization | 73                                | 20,64     | 36,4  | 61                                | 38,68     | 43,1  |
| Usługi maszynowe [cnh/ha]<br>Machine-services [cnh/ha]                 | 73                                | 8,31      | 153,9 | 61                                | 11,84     | 118,2 |
| Nakłady [rbh/ha]<br>Input of labour [rbh/ha]                           | 73                                | 290,12    | 36,5  | 61                                | 131,26    | 43,0  |
| Nakłady [cnh/ha]<br>Input of machine work [cnh/ha]                     | 73                                | 55,22     | 36,1  | 61                                | 44,42     | 35,0  |

Źródło: obliczenia własne- Source: own calculations

Technologia produkcji ziemniaków oparta na zbiorze ręcznym stosowana była na polach mniejszych obszarowo (średnia powierzchnia 0,71 ha), odznaczała się w porównaniu z technologią kombajnową wyższymi, o ok. 50%, nakładami pracy. Technologię ze zbiorem kombajnowym stosowano na polach o większej powierzchni (średnia 1,19 ha). Nakłady mechanicznej siły pociągowej były nieznacznie wyższe niż przy technologii poprzedniej, co

związane było z nieco wyższym zapotrzebowaniem na siłę pociągową podczas zbioru kombajnowego.

Średnia powierzchnia pól, na których stosowano technologię produkcji buraków cukrowych ze zbiorem kombajnowym, wynosiła 1,99 ha i była przeciętnie większa o ponad połowę od powierzchni pól, na których buraki zbierano ręcznie. Ponadto technologia „1” odznaczała się ponad dwukrotnie niższymi nakładami pracy w porównaniu z technologią „0” i niższymi, choć w mniejszym stopniu, nakładami cnh/ha.

Zbiór buraków kombajnem wiązał się ze wzrostem poziomu usług maszynowych. Prosty wskaźnik zmechanizowania prac wskazuje na znacznie wyższe zmechanizowanie przy technologii „1”. Jednak i w tym przypadku nakłady rbh/ha ponad trzykrotnie przewyższają nakłady cnh/ha, co świadczy o potrzebie i dużych możliwościach mechanizacji głównych zabiegów technologicznych.

Na podstawie analizy regresji wielokrotnej liniowej uzyskano następujące modele:

1. Model regresji wielokrotnej – ziemniaki jadalne.

– dla nakładów pracy:

$$y = -23,80x_1 - 9,64x_2 + 0,18x_3 - 2,89x_4 + 233,30 \pm 37,44$$

$$(4,56) \quad (6,71) \quad (0,04) \quad (0,26) \quad (10,71) \quad R^2 = 0,56$$

– dla nakładów mechanicznej siły pociągowej:

$$y = -6,74x_1 - 2,67x_2 + 0,03x_3 + 0,06x_4 + 25,86 \pm 11,01$$

$$(1,34) \quad (1,97) \quad (0,01) \quad (0,07) \quad (3,15) \quad R^2 = 0,27$$

gdzie:

y - badana zmienna zależna

$x_1$  - powierzchnia pola [ha]

$x_2$  - technologia [0,1]

$x_3$  - plon [dt]

$x_4$  - prosty wskaźnik zmechanizowania prac [ (cnh/ha : rbh/ha) · 100 %]

$R^2$  - współczynnik determinacji

W modelu nakładów pracy przy uprawie ziemniaka jadalnego przyjęte zmienne niezależne wyjaśniły zmienność tych nakładów (rbh/ha) w 56%. W największym stopniu wpłynęły: prosty wskaźnik zmechanizowania prac i powierzchnia pola. Podniesienie poziomu wskaźnika zmechanizowania o 1%, powoduje spadek wysokości nakładów pracy średnio o 2,89 rbh/ha. Natomiast zwiększenie powierzchni pola o 1ha powoduje zmniejszenie tych nakładów średnio o 23,8 rbh/ha. Również zmiana technologii z „0” (zbiór ręczny z

wykorzystaniem kopaczki) na „1” (zbiór kombajnowy) powoduje zmniejszenie nakładów przeciętnie o 9,6 rbh/ha. Plon w mniejszym stopniu wpływa na zmienną zależną.

Przewidywane wartości zmiennej „nakłady pracy” różnią się od wartości empirycznych średnio biorąc o 37,44 rbh/ha (w nawiasach pod równaniem podano średnie błędy szacunku parametrów równania).

W zdecydowanie niższym procencie została wyjaśniona zmienność nakładów mechanicznej siły pociągowej. Zestaw zmiennych objaśniających jest identyczny jak w modelu poprzednim. Największy wpływ na nakłady mechanicznej siły pociągowej wywierają wielkość pola i technologia produkcji. Wzrost każdej z tych wielkości o jednostkę, przy założeniu, że reszta zmiennych stanowi constans, powoduje spadek nakładów odpowiednio o wyliczone wartości współczynników regresji. Wyjaśnienie zmienności na poziomie tylko 27% sugeruje, że na badane nakłady oddziałują inne czynniki nie ujęte w badaniach.

Weryfikacja testem F stwierdziła bardzo wysoką statystycznie, istotność obu modeli ( $p = 0,0000$ ).

## 2. Model regresji wielokrotnej – buraki cukrowe.

– dla nakładów pracy:

$$y = -10,18x_1 - 95,08x_2 - 0,67x_3 - 2,92x_4 + 380,99 \pm 74,80$$

(6,43) (16,01) (0,50) (0,59) (26,93)  $R^2 = 0,60$

– dla nakładów mechanicznej siły pociągowej:

$$y = -5,84x_1 - 15,71x_2 - 0,27x_3 + 0,57x_4 + 51,82 \pm 16,38$$

(1,41) (3,51) (0,11) (0,13) (5,90)  $R^2 = 0,27$

gdzie:

y – badana zmienna zależna

$x_1$  – powierzchnia pola [ha]

$x_2$  – technologia [0,1]

$x_3$  – usługi maszynowe [cnh/ha]

$x_4$  – prosty wskaźnik zmechanizowania prac [ (cnh/ha : rbh/ha) · 100 %]

$R^2$  – współczynnik determinacji

W modelu opisującym nakłady pracy zanotowano objaśnienie na poziomie 60%. Wynika z tego, że wybrane zmienne dość dobrze opisują poziom nakładów pracy. W największym stopniu na nakłady pracy przy uprawie buraków cukrowych wpływa rodzaj zastosowanej technologii. Przejście ze zbioru ręcznego na zbiór kombajnowy przynosi obniżenie nakładów o ok. 95 rbh/ha i jest to istotna oszczędność. Drugim, ważnym czynnikiem jest obszar pola. Powiększenie rozmiarów o jednostkę, tj. o 1 ha, spowoduje w

badanych warunkach spadek nakładów pracy o 10 rbh/ha. Istotny jest również wpływ prostego wskaźnika mechanizacji. Podniesienie poziomu wskaźnika zmechanizowania o 1%, powoduje spadek wysokości nakładów pracy średnio o 2,91 rbh/ha. Z mniejszą siłą obserwuje się oddziaływanie usług maszynowych. Wzrost ich poziomu o 1 cnh/ha powoduje spadek badanych nakładów o ok. 0,7 rbh/ha.

W modelu objaśniającym nakłady mechanicznej siły pociągowej zanotowano wyraźny wpływ technologii produkcji. Technologia „1” w porównaniu do „0” charakteryzowała się niższymi nakładami pracy mechanicznej o ok. 16 cnh/ha. Powiększenie obszaru pola o 1 ha powodowało natomiast spadek tych nakładów o ok. 6 cnh/ha. Widoczny jest także wpływ prostego wskaźnika mechanizacji, którego podniesienie w tym przypadku pociąga za sobą również wzrost nakładów cnh na 1 ha. Najem usług maszynowych okazał się nieistotny z punktu widzenia statystyki.

Ogólnie należy stwierdzić niski stopień objaśnienia nakładów pracy mechanicznej, co wskazuje, że oprócz przyjętych zmiennych istnieją dodatkowe, ważne czynniki wpływające na zmienną zależną.

Oba modele zostały zweryfikowane testem F, który potwierdził ich wysoką statystycznie istotność.

## WNIOSKI

Wyniki przeprowadzonych badań skłaniają do sformułowania następujących wniosków:

1. W pracy zrezygnowano z podziału zbiorowości wg obszaru gospodarstwa. Stwierdzono, że występujące zjawisko interkorelacji pomiędzy wpływem obszaru pola i obszaru gospodarstwa na nakłady pracy w znaczący sposób zakłóci prawidłową interpretację uzyskanych wyników.
2. Przeprowadzone analizy statystyczne wykazały, że nakłady pracy przy uprawie badanych gatunków roślin w największym stopniu uzależnione były od rodzaju zastosowanej technologii produkcji i obszaru pola.
3. W produkcji buraków cukrowych nie potwierdzono hipotezy, że na poziom nakładów mechanicznej siły pociągowej w największym stopniu wpływa wielkość pola. Prawdopodobnie wynika to ze słabego stanu technicznego sprzętu rolniczego w gospodarstwach.
4. Wybrane czynniki natury ekonomicznej i przyrodniczej w zadowalającym, jak na specyfikę tego rodzaju badań, stopniu wyjaśniły zmienność nakładów pracy

wybranych gatunków roślin. Zmienność nakładów mechanicznej siły pociągowej została objaśniona na znacznie niższym poziomie. Przypisywać to należy prawdopodobnie oddziaływaniu dodatkowych, nie ujętych w analizie, czynników, wśród których, nie bez znaczenia wydają się być: stan techniczny środków mechanizacyjnych i organizacja prac polowych.

5. Jako zmienną dodatkową, której zadaniem jest ukazanie poziomu mechanizacyjnego, a pośrednio również poziomu organizacyjnego wykonywanych prac wykorzystano prosty wskaźnik zmechanizowania prac. Wyraża on jedynie ilościowy stosunek nakładów mechanicznej siły pociągowej do nakładów pracy. Pomimo tego, w warunkach dużego zróżnicowania co do typu i stanu technicznego sprzętu, będącego w posiadaniu gospodarstw indywidualnych, może to być bardzo pomocny wskaźnik porównawczy.
6. Przedstawione w artykule modele regresji wielokrotnej mogą służyć jako podstawa predykcji nakładów pracy i mechanicznej siły pociągowej przy uprawie ziemniaków i buraków cukrowych, w warunkach nizinnych Dolnego Śląska.

## PIŚMIENNICTWO

- Adamowski Z., 1977. Podstawy ekonomiki i organizacji przedsiębiorstw rolnych. PWRiL Warszawa, str. 382-420.
- Gołaś Z., Wysocki F., 1993. Analiza pracochłonności wybranych roślin w gospodarstwach indywidualnych. Roczniki AR Poznań, CCXLV, str. 45-55.
- Gorzela E., 1961. Nakłady pracy w indywidualnych gospodarstwach chłopskich. Roczn. Nauk Roln., D 92 (M), PWRiL W-wa, 6-60.
- Kowalewski M. i inni., 1995. Pracochłonność produkcji w wybranych gospodarstwach indywidualnych. Zesz. Nauk. ART. Olsztyn, Oeconomica, No 32, Ann.1, 57-64.
- Kowalski J., 1992. Wpływ powierzchni gospodarstwa na wielkość nakładów pracy żywe i uprzedmiotowanej. Zesz. Nauk. AR Kraków, nr 276, Mech. i Energ. Roln. z.11, 57-64.
- Kuczyńska M., 1998. Energetyczna sprawność technik wytwarzania, a możliwości rozwoju produkcji ziemniaków w gospodarstwach indywidualnych. Zeszyty Naukowe AR Kraków, str. 335, 133-139.
- Moszczeński S., 1934. Racjonalizacja pracy w gospodarstwach wiejskich. Warszawa.
- Schramm W., 1939. Problem poznawania organizacji gospodarstwa ziemskiego. Roczniki Nauk Rolniczych i Leśnych, XLVII Poznań, str. 235-311.
- Stanisz A., 2000. Przystępny kurs statystyki. StatSoft Kraków, str. 51-79.

## THE EFFECT OF NATURAL AND ECONOMIC CONDITIONS ON THE LABOUR INPUT IN ROOT CROPS CULTIVATION

**Abstract:** This paper presents methodic and results of the research relating influence of selected natural and economic factors on labour input and machine work at tillage of potato and sugar beet. The research was carried out between 1993-1997 on the basis of statistical data collected in 120 peasant's farms situated in low-lying parts of Lower Silesia. As the method were introduced models of multiple regression describing variability of inputs.

**Key words:** labour input, models, mechanization, potato, sugar beet.

*Tomasz Szuk, Katedra Ekonomiki i Organizacji Rolnictwa, Akademia Rolnicza we Wrocławiu,  
ul. M. Skłodowskiej-Curie 42, 50-369 Wrocław, tel. 071 3205212, e-mail: [Tomson@ekonom.ar.wroc.pl](mailto:Tomson@ekonom.ar.wroc.pl)*

# **PRZEMIANY STRUKTURY AGRARNEJ POD WPŁYWEM AGENCJI WŁASNOŚCI ROLNEJ SKARBU PAŃSTWA (NA PRZYKŁADZIE WOJ. KUJAWSKO-POMORSKIEGO)**

**Bogdan M. Wawrzyniak**

**Streszczenie:** Celem opracowania było wykazanie na przykładzie woj. kujawsko-pomorskiego, jak transfer ziemi z sektora publicznego do sektora prywatnego wpłynął na poprawę struktury agrarnej. Z badań wynika, że transformacja rolnictwa państwowego poprzez AWRSP przyczyniła się do wzrostu własności prywatnej w rolnictwie. Wzrost ten dotyczył gospodarstw indywidualnych, które kupiły ziemię z Zasobu Skarbu Państwa. Na tej drodze 10% rolników indywidualnych powiększyło swoje gospodarstwa. Ponadto szereg gospodarstw wielkoobszarowych znalazło się w rękach osób prywatnych, które wzmocniły swoją pozycję na rynku.

**Słowa kluczowe:** struktura agrarna, sektor publiczny, sektor prywatny, restrukturyzacja.

## **WSTĘP**

Z chwilą powstania Agencji Własności Rolnej Skarbu Państwa (AWRSP) pojawiły się nowe możliwości przepływu ziemi, tj. z sektora publicznego do sektora prywatnego, a nie jak uprzednio bywało (do 1989 r.), z gospodarstw indywidualnych do PGR. Powstanie Agencji oznaczało jednocześnie pojawienie się dużego rezerwuaru ziemi, który mógł być rozdysponowany przynajmniej w dwóch kierunkach:

- 1) na cele poprawy struktury agrarnej gospodarstw rolnych,
- 2) bądź pozostawienie w niezmienionym kształcie jako gospodarstwa wielkoobszarowego.

W rzeczywistości ustawa o powołaniu Agencji z 1991 r. przewidywała co najmniej 5 możliwości rozdysponowania gruntów z Zasobu Skarbu Państwa, (porównaj Ustawa z 19 października 1991 r. o gospodarowaniu nieruchomościami rolnymi Skarbu Państwa (Dz. U. nr 57 poz. 299, z 1995 r.). Tekst ujednolicony z uwzględnieniem wprowadzonych zmian) w tym:

- sprzedaż gruntów Zasobu AWRSP,
- dzierżawa gruntów Zasobu AWRSP,
- administrowanie,
- tymczasowy zarząd,
- nieodpłatne przekazanie.

Wprowadzając ustawę o Zasobie Skarbu Państwa spodziewano się, że proces restrukturyzacji byłych państwowych gospodarstw rolnych pozwoli na bardziej efektywne wykorzystanie czynników produkcji i ich rozwój w warunkach rynkowych. Ustawa z 1991 r. odegrała istotną rolę w procesie transformacji sektora publicznego, zwłaszcza w regionach o dużym nasileniu występowania PGR. W ustawie tej przyjęto zupełnie odmienną filozofię przekształceń własnościowych, w porównaniu na przykład do gałęzi i działów pozarolniczych. Przede wszystkim przyjęto uproszczoną procedurę, która polegała na tym, że decyzję o likwidacji przedsiębiorstwa państwowego podejmował organ założycielski z własnej inicjatywy lub na wspólny wniosek dyrektora i rady pracowniczej, względnie na wniosek Agencji.

W okresie przekształcenia dużą rolę odegrała pierwsza faza restrukturyzacji, polegająca na wyodrębnieniu składników z majątku przedsiębiorstwa i identyfikacji gruntów leżących w dużym rozproszeniu (księgi wieczyste). Faza ta wykazała, jaki jest rzeczywisty stan prawny przejętych PGR, możliwości zaspokojenia roszczeń prawowitych właścicieli, a zwłaszcza ustalenia liczby działek i enklaw oddalonych od centrów przedsiębiorstw, które powinny być zbyte na rzecz rolników indywidualnych. Można nawet zaryzykować twierdzenie, że pierwsza faza była decydująca dla procesu transformacji, gdyż wówczas ustalone relacje między różnymi sposobami rozdysponowania gruntów utrzymują się z małymi modyfikacjami do dnia dzisiejszego.

## **MATERIAŁ ŹRÓDŁOWY I METODY**

Proces transformacji rolnictwa przebiegający w byłych państwowych gospodarstwach rolnych oznaczał również istotne zmiany w strukturze agrarnej gospodarstw indywidualnych. Pojawił się bowiem nowy czynnik w postaci ziemi, który mógł wpłynąć na poprawę relacji między podstawowymi czynnikami produkcji, a mianowicie ziemią, pracą i kapitałem.

Badania skoncentrowano na terenie woj. kujawsko-pomorskiego, który do 1999 r. obejmował trzy odrębne województwa, tj. woj. bydgoskie, toruńskie i włocławskie. Jest to jednocześnie ciekawy region badań, ponieważ już w okresie międzywojennym wielka własność rolna (w ramach ówczesnego woj. pomorskiego)



obejmowała w 1933 r. 1077 majątków prywatnych, przy czym 871 (52,9%) należało do Polaków oraz 506 (47,1%) do Niemców [Wawrzyniak 2002].

Reforma rolna PKWN z 1944 r. obeszła się dość „łagodnie” z tutejszymi majątkami ziemskimi i domenami państwowymi. W 1949 r. notowano jeszcze 507 takich jednostek, w tym 367 (72,4%) gospodarstw powyżej 100 ha. Dawniejsze państwowe gospodarstwa rolne przechodziły dużo zmian i reorganizacji. Występowały pod nazwą zjednoczeń, inspektoratów, zespołów, kombinatów i przedsiębiorstw wielozakładowych. Z chwilą fiaska spółdzielczej drogi socjalizacji wsi (1956 r.), przyjęto koncepcję „państwowych” przekształceń w rolnictwie. Od tego momentu wszystkie grunty wypadające z produkcji, a także ziemie przejmowane za renty i emerytury (ekonomicznie podupadłe) trafiały do PGR. Stąd ich liczba, jak i obszar ciągle wzrastały. W 1973 r. było 405 państwowych gospodarstw rolnych, zgrupowanych w 66 przedsiębiorstwach wielozakładowych i gospodarujących na około 160 tys. ha użytków rolnych.

Celem badań było ustalenie, w jakim zakresie ziemie chłopskie wypadające z produkcji a przejmowane przez PGR, powróciły do sektora prywatnego i zasilili chłopskie gospodarstwa indywidualne. W momencie powstania AWRSP zaistniała historyczna szansa odzyskania ziem, które nie tworzyły zwartych przestrzeni produkcyjnych, lecz jako enklawy i obszary oddalone od macierzystych jednostek, nadawały się idealnie do sprzedaży rolnikom.

Materiał źródłowy oparty został na oficjalnych danych Powszechnego Spisu Rolnego z 1996 r., danych statystycznych GUS oraz na sprawozdaniach Oddziału Terenowego AWRSP w Bydgoszczy. Wyniki badań za okres 1992-1998 przedstawiono odrębnie dla występujących wówczas trzech województw, zaś po 1999 r. dla całego woj. kujawsko-pomorskiego.

Metodą analizy było prowadzenie porównań między sektorem prywatnym a sektorem publicznym na przestrzeni dziesięciu ostatnich lat.

## **WYNIKI PRZEPROWADZONYCH ANALIZ STATYSTYCZNYCH**

Struktura agrarna obrazuje pewien układ gospodarstw rolnych według ich obszaru. Podstawowym czynnikiem produkcji jest z kolei ziemia, a wszystkie pozostałe czynniki są z nią liniowo skorelowane. Tak prezentowana struktura agrarna obarczona jest określoną wadą, ponieważ pokazuje tylko grupowanie gospodarstw

według ich potencjału fizycznego (w ha), bez uwzględnienia jakości gleb (klasy bonitacyjne) i wyposażenia w inne czynniki produkcji, jak czynnik ludzki (praca) czy kapitał (wyposażenie w budynki i środki techniczne) [Szemberg 1998].

Na przestrzeni dłuższego okresu czasu przemiany obszarowe dokonywały się w ramach sektora prywatnego, bez możliwości zasilania zewnętrznego. Przemiany te polegały z jednej strony na podziale już istniejących gospodarstw (działy rodzinne), z drugiej zaś na kupnie ziemi od sąsiada. Z uwagi na fakt małej podaży gruntów, w niektórych regionach występowało zjawisko stagnacji.

Tak więc występowanie zjawiska przewagi popytu nad podażą przyczyniało się do stałego pogorszenia struktury agrarnej. Część gospodarstw z przyczyn ekonomicznych (podupadłe i zaniedbane) wypadła na trwałe z produkcji i przeszła do innego sektora (tab. 1).

Te negatywne zjawiska zostały odwrócone po 1991 r., czyli po ukazaniu się ustawy o AWRSP. Agencja wyposażona została w delegację sprzedaży ziemi rolnikom indywidualnym w takim zakresie, w jakim dysponowała wolnymi gruntami, czyli bez sztucznej parcelacji wielkoobszarowych gospodarstw rolnych, które stanowiły jednolity organizm gospodarczy. Zainteresowanie rolników było duże, z uwagi na swoisty „głód ziemi”, który występował we wszystkich regionach, lecz mógł być zaspokojony w pobliżu byłych PGR, gdzie faktycznie takie ziemie występowały [Spychalski 1999].

Nabywcami gruntów rolnych byli głównie rolnicy indywidualni. Grunty zbywano na drodze przetargów. Większość wyłonionych w ten sposób kandydatów występowała do Agencji z wnioskami, zaopiniowanymi przez gminy, o rozłożenie na raty ceny nabywanych gruntów. Przeciętnie cena rozkładana była na 4-6 rat. Średnia cena sprzedaży 1 ha gruntów w 1995 r. wynosiła 1090 zł, przy czym w woj. bydgoskim odnotowano cenę 1130 zł (maksymalną w wysokości 4000 zł), w woj. toruńskim 1150 zł (maksymalną 5600 zł) oraz w woj. włocławskim 710 zł (maksymalna 5389 zł).

Tabela 1. Struktura agrarna indywidualnych gospodarstw rolnych w regionie kujawsko-pomorskim(1996)  
Table 1 Agrarian structure of private farms in kujawsko-pomorski region (1996)

| Wielkość gospodarstwa w ha<br>Farm area in hectare | Woj. bydgoskie   |                       | Woj. toruńskie   |                       | Woj. włocławskie |                       |
|----------------------------------------------------|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|
|                                                    | Liczba<br>Number | Procent<br>Percentage | Liczba<br>Number | Procent<br>Percentage | Liczba<br>Number | Procent<br>Percentage |
| Do 2                                               | 6555             | 17,4                  | 4169             | 14,4                  | 3637             | 11,4                  |
| 2 – 5                                              | 6909             | 18,3                  | 5319             | 18,4                  | 6104             | 19,2                  |

|          |       |       |       |       |       |       |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 5 – 10   | 7656  | 20,3  | 8051  | 27,8  | 11269 | 35,5  |
| 10 – 15  | 7100  | 18,8  | 5753  | 19,9  | 6101  | 19,2  |
| Ponad 15 | 9533  | 25,2  | 5635  | 19,5  | 4656  | 14,7  |
| Razem    | 37753 | 100,0 | 28927 | 100,0 | 31767 | 100,0 |
| Total    |       |       |       |       |       |       |

Źródło: Struktura agrarna. Powszechny Spis Rolny 1996. GUS, Warszawa 1997

Akceptacja przez Ministerstwo Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej nowych zasad sprzedaży nieruchomości rolnych przez Agencję na warunkach preferencyjnych stanowiła dla rolników dodatkową zachętę do nabywania gruntów. Warunki preferencyjne stwarzały w tym przypadku możliwość skorzystania z dopłat do oprocentowania kredytu bankowego ze środków Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa na zakup gruntów rolnych i inne cele z tym związane. Dopłaty te pozwalały także rozłożyć spłaty należności na raty.

Przy preferencyjnym zakupie istniały jednakże dwa zastrzeżenia:

- pierwsze dotyczyło maksymalnej powierzchni gruntów, jaką jeden podmiot może nabyć, przy czym dla woj. bydgoskiego zaliczonego do III regionu był to obszar do 500 ha przeliczeniowych. Woj. toruńskie i włocławskie zaliczono do II regionu, a więc maksymalna powierzchnia gruntów wynosiła 300 ha przeliczeniowych;
- drugie zastrzeżenie dotyczyło wysokości pierwszych wpłat oraz maksymalnego okresu spłaty, zależnie od zastosowanego miernika – pieniężnego czy naturalnego.

W latach 1992-1995 sprzedano rolnikom 9391 ha użytków rolnych w tym najwięcej w woj. bydgoskim – 4999 ha (53,2%), w woj. toruńskim 3600 ha (38,3%), zaś na drugim krańcu pozostawało woj. włocławskie ze swoimi 792 ha użytków rolnych (8,5%). Takie dysproporcje w sprzedaży wynikały z rozmieszczenia byłych PGR na terenie poszczególnych regionów i faktycznych możliwości dostępu do tych gruntów. Inaczej mówiąc, rolnicy włocławscy nie wykazywali mniejszego zainteresowania kupnem ziemi, ale po prostu nie mieli takiej możliwości zakupu.

Sprzedawane grunty były o różnej powierzchni, najwięcej, bo 38,3% pozostało w grupie obszarowej do 1 ha, zaś 25,0% w grupie 1-5 ha. Średni areal sprzedawanych gruntów przypadających na 1 umowę wynosił 3,77 ha (w grupie do 20 ha). W ten sposób dla ponad 7,2 tys. gospodarstw indywidualnych w regionie kujawsko-pomorskim stworzono możliwości dodatkowego nabycia ziemi z Zasobu Skarbu Państwa. Stanowiło to istotny czynnik dla powiększenia wyposażenia tej grupy

gospodarstw w ziemię, a pośrednio także poprawy ich efektywności. Można przyjąć, że poprzez działania Agencji 7,3% rolników indywidualnych powiększyło swoje gospodarstwa. Zmiany zachodzące w strukturze obszarowej, również na skutek działalności Agencji, wykazały wzrost powierzchni 1 gospodarstwa, z tego:

- w woj. bydgoskim        o 1,9 ha
- w woj. toruńskim        o 1,2 ha
- w woj. włocławskim      o 0,8 ha.

Nie ulega wątpliwości, że proces restrukturyzacji sektora publicznego w rolnictwie uruchomił transfer ziemi do gospodarstw indywidualnych. Nie był to bynajmniej ruch jednokierunkowy. Wewnątrz własności prywatnej trwały przepływy ziemi o charakterze dodatnim, w kierunku powiększania gospodarstwa, który dokonywał się dzięki możliwości zakupu ziemi od sąsiada lub z Zasobu WRSP, bądź o charakterze ujemnym, gdy z różnych względów właściciel zbywał część swoich gruntów.

Dane pochodzące z Oddziału Terenowego AWRSP w Bydgoszczy skonfrontowano z oficjalnymi danymi statystycznymi. Wynika z nich, że w latach 1990-1996 w regionie kujawsko-pomorskim 8470 gospodarstw zakupiło ziemię, w tym 1038 (12,3%) z zasobu Agencji. Ogólna powierzchnia zakupionej ziemi wynosiła 54 142 ha, w tym 11 933 ha (22,0%) z Agencji. Dodatkowo podobna liczba gospodarstw indywidualnych dzierżawiła ziemię, przy czym dzierżawa dotyczyła ich w większym stopniu niż zakup ziemi pochodzącej z Agencji (tab. 2). Wyjaśnić tutaj trzeba, że badania GUS zaczęto prowadzić od 1990 r., gdy tymczasem Agencja rozpoczęła swoją działalność w 1992 r.

Tabela 2. Zakup i dzierżawa ziemi w latach 1990-1996 przez użytkowników indywidualnych gospodarstw rolnych  
Table 2. Purchase and lease of land in the 1990-1996 years by private farmers

| Wyszczególnienie<br>Details                                                          | Woj. bydgoskie | Woj. toruńskie | Woj. włocławskie |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|------------------|
| Liczba gospodarstw, które zakupiły ziemię<br>Number of enlarged farms                | 3059           | 3048           | 2363             |
| W tym z zasobu WRSP<br>From APA sources                                              | 540            | 344            | 154              |
| Procent<br>Percentage                                                                | 17,6           | 11,3           | 6,5              |
| Powierzchnia ziemi zakupionej w ha<br>Area of the land bought (in hectare)           | 22405          | 19649          | 12088            |
| W tym z zasobu WRSP<br>From APA sources                                              | 6765           | 4043           | 1125             |
| Procent<br>Percentage                                                                | 30,2           | 20,6           | 9,3              |
| Średnia pow. zakupiona na 1 gosp. w ha<br>Average area bought by 1 farm (in hectare) | 7,3            | 6,4            | 5,1              |
| W tym z zasobu WRSP<br>From APA sources                                              | 12,5           | 11,8           | 7,3              |

|                                                                                          |       |       |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| Liczba gospodarstw dzierżawiących ziemię<br>Number of farms renting land                 | 3563  | 2148  | 2122  |
| W tym z zasobu WRSP<br>From APA sources                                                  | 1259  | 413   | 532   |
| Procent<br>Percentage                                                                    | 35,3  | 19,2  | 25,1  |
| Powierzchnia ziemi dzierżawionej w ha<br>Are of land rented in hectare                   | 50692 | 23646 | 14770 |
| W tym z zasobu WRSP<br>From APA sources                                                  | 3476  | 13915 | 6802  |
| Procent<br>Percentage                                                                    | 68,2  | 58,8  | 46,0  |
| Średnia pow. dzierżawiona na 1 gosp. w ha<br>Average of land leased on 1 farm in hectare | 14,2  | 11,0  | 7,0   |
| W tym z zasobu WRSP<br>From APA sources                                                  | 27,5  | 33,7  | 10,9  |

Źródło: Przemiany agrarne. GUS, Warszawa 1997

W momencie powstania woj. kujawsko-pomorskiego (1999) zanotowano 90,7 tys. gospodarstw indywidualnych, przy czym 30,1 tys. (33,2%) mieściło się w granicach 1-5 ha. Z uwagi na fakt, że nastąpiły pewne przesunięcia granic województwa (wyłączenie powiatu chojnickiego), trudno o dokonanie bezpośrednich porównań w celu odnotowania zmian w strukturze agrarnej [Wawrzyniak 2002].

Tempo sprzedaży ziemi z zasobu Agencji spadło, ponieważ wyczerpały się „proste rezerwy” w postaci enklaw, resztówek, osad oddalonych, których w pierwszej fazie pozbywano się bez żadnych zahamowań. Nastąpiło pewne załamanie dynamiki sprzedaży, które miało związek ze spadającą opłacalnością i niższą niż dotychczas rentownością produkcji rolniczej. Kolejnych nabywców nieruchomości rolnych, pomimo korzystnego rozkładania płatności na raty, cechowała często niedostateczna zamożność lub brak zainteresowania inwestowaniem w ziemię. Znalazło to również odbicie w znacznie niższej skuteczności przetargów na sprzedaż gruntów. Dodatkową okolicznością hamującą proces sprzedaży był brak uregulowań w kwestii reprivatyzacji oraz braki w dokumentacji prawno-własnościowej i geodezyjnej. Do Oddziału Terenowego AWRSP złożono bezpośrednio lub poprzez organy administracji państwowej 494 wnioski reprivatyzacyjne, na powierzchnię 90 tys. ha. Stanowiło to blisko 1/3 powierzchni przejętej do Zasobu Nieruchomości, co do których toczy się postępowanie w związku z zarzutem o sprzeczne z prawem przejęcie na rzecz Skarbu Państwa – nie mogły być sprzedane przed zakończeniem postępowania. Przepis ten nie wyklucza możliwości zagospodarowania nieruchomości w innych formach, np.. dzierżawy lub administrowania.

W latach 1999-2001 sprzedaż spadła do poziomu 4,6 – 6,4 tys. ha rocznie, by osiągnąć ponad 12,5 tys. ha. Procesom sprzedaży towarzyszyła dzierżawa, jako

forma kontraktu zapewniającego perspektywę gospodarowania w rolnictwie w warunkach ograniczonego kapitału.

Łącznie ponad 8,8 tys. rolników indywidualnych stworzono możliwość powiększenia gospodarstwa rolnego. Można przyjąć, że poprzez działania Agencji blisko 10% rolników powiększyło swoje gospodarstwa. Zmiany zachodzące w strukturze obszarowej gospodarstw, które uwidoczniły także dane GUS wykazały, że średni wzrost jednego gospodarstwa wyniósł 1,5 ha. Analizując grupy obszarowe gospodarstw, najbardziej znaczący wzrost odnotowano w gospodarstwach powyżej 15 ha, nieznaczny wzrost w przedziale 1-5 ha oraz pewien spadek w grupach 5-10 ha oraz 10-15 ha.

W wyniku procesu restrukturyzacji zaczęła się kurczyć własność publiczna, reprezentowana w przeszłości przez państwowe gospodarstwa rolne. Pozostało 120 gospodarstw wielkoobszarowych, przy czym średnia wielkość jednego gospodarstwa była największa na terenie byłego woj. toruńskiego (688 ha), najmniejsza zaś na terenie byłego woj. wrocławskiego (252 ha). Sektor publiczny obejmuje obecnie 4,7% użytków rolnych, co oznacza spadek o 10 punktów procentowych.

Tabela. 3. Sprzedaż gruntów z Zasobu Skarbu Państwa przez OT AWRSP w Bydgoszczy

Table 3. Sale of land from Resource of Treasury State by Bydgoszcz Division Agricultural Property Agency of the State Treasury in Bydgoszcz

| Lata<br>Years | Sprzedaż w ha<br>Sale in hectares | Wzrost w %<br>Increase percent |
|---------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| 1992          | 195                               | -                              |
| 1993          | 1587                              | 100,0                          |
| 1994          | 5348                              | 337,0                          |
| 1995          | 4670                              | 294,3                          |
| 1996          | 9675                              | 609,6                          |
| 1997          | 11011                             | 694,0                          |
| 1998          | 6453                              | 407,0                          |
| 1999          | 4615                              | 291,0                          |
| 2000          | 7340                              | 463,0                          |
| 2001          | 7021                              | 442,4                          |
| 2002          | 7214                              | 455,0                          |

Źródło: Dane OT AWRSP w Bydgoszczy

Source: The Data of Bydgoszcz Division Agricultural Property Agency of the State Treasury in Bydgoszcz

Map. 1. Administration Division of Kujawy and Pomorze Province



Zgodnie z ustawą o gospodarowaniu nieruchomościami rolnymi Skarbu Państwa z 1991 r. istniało kilka kierunków zagospodarowania gruntów państwowych, w tym sprzedaż rolnikom indywidualnym w celu poprawienia istniejącej struktury agrarnej. Nie była to bynajmniej priorytetowa działalność Agencji, gdyż w gruncie rzeczy oznaczałoby to parcelację majątków. Taka działalność byłaby sprzeczna z zasadami ekonomicznymi i gospodarczymi, gdyż były PGR były obiektami ukształtowanymi w rozwoju historycznym, jako początkowo majątki folwarczne, a potem kapitalistyczne, by z czasem stać się socjalistycznymi przedsiębiorstwami rolnymi.

Proces restrukturyzacji sektora państwowego oznaczał szansę poprawienia struktury agrarnej przez część rolników mających swoje gospodarstwa najbliższe gruntów byłych PGR. Z takiej szansy skorzystano najwięcej w I fazie przekształceń własnościowych, ponieważ koniunktura w rolnictwie była stosunkowo dobra i inwestowanie w ziemię okazało się przedsięwzięciem opłacalnym. W tym też okresie postawiono do dyspozycji rolników ziemię co prawda rozdrobnioną i rozproszoną, ale o ile graniczyły z gruntami chłopskimi, skłaniało to rolników do stawiania do przetargów i podbijania ceny.

W II fazie (od 1998 r.), gdy koniunktura w rolnictwie wyraźnie osłabła, a także spadła liczba atrakcyjnych działek, możliwości poprawy struktury agrarnej na tej drodze uległy ograniczeniu. Rolnicy co prawda żądali przeznaczenia więcej ziemi na ich cele, ale nie było woli politycznej dalszej parcelacji majątków.

Już na początku przekształceń własnościowych w rolnictwie (1993 r.) W. Poczta stwierdził, że „inkorporacja rolnictwa uspołecznionego w system gospodarki rynkowej może istotnie poprawić położenie ekonomiczne i strukturę rolnictwa. Nie powinna zatem mieć miejsca przeprowadzona na szeroką skalę ani parcelacja, ani rozsprzedaż ziemi rolnictwa państwowego na tzw. upełnorolnienie” [Poczta 1993].

Część dawnych PGR przeszła określoną drogę przekształceń własnościowych wiodącą poprzez spółki pracownicze lub dzierżawę, by z kolei trafić w ręce prywatne. Dalsza grupa dzierżawców w ramach pierwokupu chce nabyć gospodarstwa wielkoobszarowe, jeszcze nawet przed naszym przystąpieniem do Unii Europejskiej. W ten sposób w pejzażu wsi pojawiła się nowa kategoria właścicieli ziemskich, którzy zarządzają w sposób nowoczesny majątkami ziemskimi o areale w przedziale 500-1000 ha. Dysponując takim arealem i nowoczesnym sprzętem, mogą konkurować na rynkach europejskich.



## **WNIOSKI**

1. Powstanie Zasobu Skarbu Państwa na ziemiach byłych PGR przyczyniło się do pewnej poprawy struktury agrarnej (o około 10%) gospodarstw indywidualnych, ale tylko w regionach, gdzie ten sektor państwowy występował.
2. W ramach gospodarki chłopskiej obserwowano zarówno proces koncentracji, jak i dekoncentracji ziemi. Część gospodarstw silnych ekonomicznie wzmocniła swój potencjał ziemski, stając się w pełni gospodarstwami towarowymi (20-30 ha). Natomiast proces dekoncentracji zaistniał w wyniku powrotu na wieś byłych tzw. chłopo-robotników, którzy upomnieli się o część dziedzicznej ziemi.
3. Powstałe gospodarstwa wielkoobszarowe charakteryzują się różnymi obszarami mieszczącymi się w przedziale od 100 do 1000 ha. Tak duże majątki ziemskie mogą okazać się trudne przy dalszym funkcjonowaniu, gdyby okazała się prawdziwa wiadomość, że takie gospodarstwa nie mogą być większe niż 300 ha, która to wiadomość pojawiła się w projekcie ustawy o agencji nieruchomości rolnych. Sztuczne dzielenie jednolitych organizmów gospodarczych mogłoby okazać się ciosem dla ich dalszej egzystencji.

## **BIBLIOGRAFIA**

1. Spychalski G., 1999. Przekształcenia rolnictwa państwowego w Polsce w okresie transformacji systemowej. AR Szczecin
2. Poczta W., 1993. Restrukturyzacja rolnictwa państwowego w Polsce a możliwości poprawy struktury agrarnej w odniesieniu do krajów EWG (w:) Przemiany własnościowe w rolnictwie. Materiały konferencyjne, Olsztyn
3. Szemberg A., 1998. Struktura agrarna i polityka strukturalna (w:) Encyklopedia agrobiznesu. Fundacja Innowacja, Warszawa
4. Wawrzyniak B., 2002. Monografia rolnictwa województwa kujawsko-pomorskiego. WTN, Włocławek

## **CHANGES OF AGRARIAN STRUCTURE UNDER THE INFLUENCE OF THE AGRICULTURAL PROPERTY AGENCY OF THE STATE TREASURY (ON THE EXAMPLE OF KUJAWSKO-POMORSKI REGION)**

**Abstract.** The aim of the paper was to show, on the example of kujawsko-pomorski region, the influence of the land transfer on improvement of the agrarian structure. The research shows that transformation of state owned farms by The Agricultural Property Agency of the State Treasury (APA) contributed to increase of the private ownership. The increase concerned family farms. Their owners bought land from APA and on this way they enlarged their own farms. Moreover, a big number of large area farms strengthen their position on the free market.

**Key words:** agrarian structure, public sector, private sector, restructuring.

*Bogdan M. Wawrzyniak, Katedra Doradztwa w Agrobiznesie Akademii Techniczno-Rolniczej w Bydgoszczy, ul. Prof. S. Kaliskiego 7, 85-796 Bydgoszcz, e-mail: [wawrzyn@mail.atr.bydgoszcz.pl](mailto:wawrzyn@mail.atr.bydgoszcz.pl)*

## ZMIANY W REJESTROWANEJ DZIAŁALNOŚCI POZAROLNICZEJ ROLNIKÓW W REGIONIE PODKARPACKIM

**Dariusz Zając**

**Streszczenie.** Celem pracy jest ustalenie jakie zmiany nastąpiły w rejestrowanej działalności pozarolniczej rolników po jej uruchomieniu oraz jakie są zamierzenia rolników odnośnie tej działalności na przyszłość, przy uwzględnieniu typu i położenia geograficznego gminy w regionie podkarpackim. Przeprowadzone badania wykazały, że po uruchomieniu działalności pozarolniczej rolnicy wprowadzali w niej różnorodne zmiany, które w większości przypadków oznaczały w praktyce rozwój tej działalności. Wśród zamierzeń rolników przeważają natomiast postawy bierne, nastawione na utrzymanie tego co już osiągnęli, a w niewielu przypadkach można zauważyć postawy ekspansywne, nastawione na zdecydowanie na dalszy rozwój prowadzonej działalności pozarolniczej, przy czym dotyczy to zwłaszcza gmin wiejskich i podmiejskich.

**Słowa kluczowe:** pozarolnicza działalność gospodarcza, rolnicy, region podkarpacki.

### WSTĘP

Rozwój przedsiębiorczości pozarolniczej na obszarach wiejskich zakończył etap szybkiego zwiększania liczby podmiotów gospodarczych i wchodzi w etap podmiotowych i organizacyjnych zmian strukturalnych, a więc wiąże się z zagospodarowywaniem dotychczas pomijanych nisz rynkowych oraz z koncentracją organizacyjną firm, co wymaga przyjęcia przez drobnych wiejskich przedsiębiorców odpowiedniej strategii działania [Niedzielski 1998].

Przedsiębiorcy stosują bardzo różne strategie postępowania jako reakcję na naciski zewnętrzne i wewnętrzne. Można wyróżnić 4 podstawowe sposoby reakcji, a mianowicie:

1. bierność, czyli brak reakcji, co w jednostkowych sytuacjach może być słuszne (np. gdy nie wiemy jak reagować i możemy podjąć decyzje pogarszające sytuację), w dłuższej perspektywie bierność może być jednak przyczyną upadku przedsiębiorstwa;
2. adaptacja (przystosowanie się), tj. zmiany w zasobach (np. inwestycje, zmiany w zatrudnieniu itp.), zmiany w strukturze działalności gospodarczej i sprzedaży, dostosowujące ją do aktualnego popytu na rynku, obniżenie kosztów jednostkowych celem zwiększenia konkurencyjności cenowej i zwiększenia zysku, odkrycie zewnętrznych szans rozwojowych (np. programy pomocowe ze środków UE itp.);
3. oddziaływanie na otoczenie, tj. aktywność polityczna (np. w formie tworzenia organizacji związkowych, członkostwo we władzach partii politycznych reprezentujących interesy określonych grup społecznych itp.), tworzenie nowych przedsiębiorstw poprzez łączenie się w większe jednostki zdolne do finansowania badań rynkowych i wchłaniania postępu techniczno-organizacyjnego, działalność zespołowa, kontrakty, współpraca międzynarodowa itp.;

4. zmiana pola działania, tj. całkowita, związana z zaniechaniem dotychczasowej działalności i wejściem do innej, potencjalnie bardziej zyskowej branży, dywersyfikacja na obszary pokrewne lub nowe [Klepacki 1999].

Poza tym podstawowym czynnikiem rozwoju przedsiębiorstw są szeroko rozumiane innowacje. Innowacja jest specyficznym narzędziem przedsiębiorczości, czyli działaniem, które nadaje zasobom nowe możliwości tworzenia bogactwa. Innowacja tworzy nowe zasoby, zarówno materialne, jak i niematerialne (intelektualne) i jest ona zarówno procesem, jak i produktem. Przedsiębiorcy, w odróżnieniu od osób prowadzących działalność gospodarczą na zasadzie rutyny, bezpośrednio uczestniczą w kreowaniu zdolności rozwojowej i innowacyjnej firmy, ponosząc odpowiedzialność za swoje decyzje, a z kolei skala działalności innowacyjnej wpływa na zdolność konkurencyjną firmy oraz wyznacza jej miejsce na rynku, zwłaszcza w długim okresie [Białoń 1995, Grzybowski 1995]. Stąd też dalszy rozwój przedsiębiorczości pozarolniczej na obszarach wiejskich wymaga działań o charakterze innowacyjnym (tj. rozumianych jako ogół inicjatyw oznaczających jakąś zmianę, wprowadzenie czegoś nowego, wzbogacenie istniejącej rzeczywistości o nowe elementy i spełniających takie warunki, jak: użyteczność, dodatnia ocena w świetle określonych kryteriów, zmiana jakościowo różna od już istniejących), które mają większe szanse na bycie nowymi nie tylko dla firmy, ale także dla całej lokalnej gospodarki. Należy więc pobudzać zdolności innowacyjne przedsiębiorców wiejskich, co może, przy ograniczonym tempie napływu na obszary wiejskie kapitału z zewnątrz, wywołać korzystne zjawisko endogenicznego rozwoju drobnych przedsiębiorstw tam działających [Sikorska-Wolak 1995, Brodziński 1999, Sawicka 2000].

Celem opracowania jest ustalenie jakie zmiany nastąpiły w rejestrowanej działalności pozarolniczej rolników po jej uruchomieniu oraz jakie są zamierzenia rolników odnośnie tej działalności na najbliższą przyszłość, przy uwzględnieniu typu i położenia geograficznego gminy w regionie podkarpackim (obejmującym trzy byłe województwa, tj. krośnieńskie, przemyskie i rzeszowskie).

Materiał empiryczny pracy stanowią dane uzyskane w drodze wywiadu z kwestionariuszem przeprowadzonego wśród rolników prowadzących rejestrowaną działalność pozarolniczą na terenie 6 losowo wybranych gmin regionu podkarpackiego (tj. Głogów Małopolski, Kańczuga, Strzyżów, Domaradz, Krasne i Stary Dzikowiec), różniących się typem (tj. gminy miejsko-wiejskie i wiejskie) i położeniem geograficznym (tj. gminy sąsiadujące z miastem Rzeszów, przez których teren przebiega droga krajowa czyli podmiejskie, gminy

oddalone od Rzeszowa, przez których teren przebiega droga krajowa, gminy oddalone od Rzeszowa i od drogi krajowej).

## **CHARAKTERYSTYKA DZIAŁALNOŚCI POZAROLNICZEJ PROWADZONEJ PRZEZ BADANYCH ROLNIKÓW**

Badani rolnicy najczęściej uruchamiali rejestrowaną działalność pozarolniczą w latach 1990-1995. Natomiast niewielu z nich rozpoczęło ją po 1995 roku, a znikoma część przed 1990 rokiem. Nie ma przy tym większych różnic w tym zakresie pomiędzy poszczególnymi grupami gmin (tab. 1).

Pozarolnicza działalność gospodarcza badanych rolników prowadzona jest głównie w formie podmiotów gospodarczych osób fizycznych, a udział podmiotów gospodarczych prowadzonych w formie spółek jest znikomy. Nie ma przy tym większych różnic w tym zakresie pomiędzy poszczególnymi grupami gmin. Wśród badanych rolników zdecydowanie przeważają osoby, które prowadzą rejestrowaną działalność pozarolniczą w pełnym wymiarze (na stałe), a niewielki jest odsetek osób, które zajmują się nią dorywczo bądź sezonowo. Jednak w gminach wiejskich oraz podmiejskich więcej rolników, w porównaniu z pozostałymi grupami gmin, prowadzi ją na stałe, a mniej - dorywczo lub sezonowo (tab. 1).

W strukturze rodzajowej działalności pozarolniczej badanych rolników przeważa działalność handlowa, a następną pozycję zajmuje działalność usługowa. Nieco mniejszy udział ma natomiast pozarolnicza działalność produkcyjna, a najmniejszy działalność gastronomiczna oraz mieszana. Jednak w gminach podmiejskich występuje nieco odmienna struktura rodzajowa pozarolniczej działalności gospodarczej badanych rolników. Mianowicie największy udział posiada w niej pozarolnicza działalność produkcyjna, następną lokatę zajmuje działalność usługowa, kolejną działalność handlowa, a najmniejszy udział ma, podobnie jak w pozostałych grupach gmin, działalność gastronomiczna oraz mieszana. Ponadto w gminach wiejskich oraz podmiejskich, większy udział w tej strukturze posiada działalność usługowa i produkcyjna, a mniejszy działalność handlowa, w porównaniu z gminami miejsko-wiejskimi oraz oddalonymi od Rzeszowa. We wszystkich analizowanych grupach gmin w pozarolniczej działalności produkcyjnej badanych rolników przeważa stolarstwo i tapicerstwo nad pozostałymi rodzajami tej działalności. W działalności handlowej dominuje z kolei handel wielobranżowy. Natomiast w przypadku działalności usługowej widać pewne różnice w jej strukturze pomiędzy poszczególnymi grupami gmin. Mianowicie w gminach miejsko-wiejskich oraz oddalonych od Rzeszowa, większy udział w tej działalności mają usługi związane

bezpośrednio z rolnictwem (np. usługi mechanizacyjne, chemizacyjne itp.), a mniejszy usługi transportowe i budowlane, w porównaniu z gminami wiejskimi oraz podmiejskimi (tab. 1).

## **ZMIANY DOKONANE PRZEZ BADANYCH ROLNIKÓW W DZIAŁALNOŚCI POZAROLNICZEJ**

Po uruchomieniu rejestrowanej działalności pozarolniczej przez badanych rolników zachodziły istotne zmiany w zatrudnieniu. Niemal wszyscy rolnicy zwiększali przy tym zatrudnienie w tej działalności, przyjmując do pracy nowych pracowników, a jedynie co piąty był zmuszony do redukcji zatrudnienia. Jednak w gminach wiejskich oraz podmiejskich, większy jest, w porównaniu z pozostałymi grupami gmin, odsetek rolników, którzy zwiększyli zatrudnienie w działalności pozarolniczej, a mniejszy takich, którzy dokonali jego redukcji. Wśród rolników, którzy zwiększali zatrudnienie w działalności pozarolniczej, przeważają tacy, którzy przyjmowali pracowników na stałe oraz członków rodziny. Z kolei wśród rolników, którzy zmniejszali zatrudnienie w działalności pozarolniczej, więcej jest takich, którzy zwalniali pracowników zatrudnionych dorywczo oraz pracowników nie będących członkami rodziny, w tym z terenu własnej gminy, a niewielu rolników zwolniło z pracy w działalności pozarolniczej osoby zatrudnione na stałe oraz członków rodziny. Ponadto w gminach wiejskich oraz podmiejskich, większy jest, w porównaniu z pozostałymi grupami gmin, udział rolników, którzy zatrudniali pracowników na stałe oraz pracowników nie będących członkami rodziny, w tym częściej z poza terenu własnej gminy, a mniejszy jest udział rolników zatrudniających pracowników dorywczo oraz członków rodziny. Dodatkowo w gminach tych, nieco więcej rolników niż w pozostałych, zwolniło pracowników zatrudnionych dorywczo oraz członków rodziny, a mniej zwolniło pracowników zatrudnionych na stałe oraz pracowników nie będących członkami rodziny, w tym częściej z terenu własnej gminy (tab. 2).

Prawie połowa badanych rolników po uruchomieniu działalności pozarolniczej dokonywała w niej różnorodnych inwestycji, co może świadczyć o znacznym zaangażowaniu rolników w tę działalność oraz o chęci jej sukcesywnego rozwoju. Jednak w gminach wiejskich oraz podmiejskich zdecydowanie więcej rolników, w porównaniu z pozostałymi grupami gmin, realizowało omawiane inwestycje. Wśród rolników, którzy inwestowali w pozarolniczą działalność gospodarczą prowadzoną na własny rachunek, dominują tacy, którzy dokonywali dla jej potrzeb zakupu środków transportu oraz innych środków trwałych (w tym maszyn, urządzeń itd.). W mniejszym stopniu zaś inwestycje dotyczyły remontów (adaptacji) budynków oraz ich budowy lub rozbudowy. Natomiast znikomy odsetek badanych, stanowią rolnicy,

którzy dokonywali modyfikacji w procesach technologicznych bądź zakupu nowych technologii, co może być powiązane z wysokimi kosztami tego rodzaju inwestycji (na ponoszenie których wielu z nich po prostu nie stać) oraz z faktem, że niewielu spośród nich zajmuje się pozarolniczą działalnością produkcyjną. Zwracają jednak uwagę pewne różnice w tym zakresie pomiędzy poszczególnymi grupami gmin. Mianowicie w gminach wiejskich oraz podmiejskich, więcej rolników, w porównaniu z pozostałymi grupami gmin, inwestowało w zakup środków trwałych (w tym środków transportu) oraz więcej dokonywało remontów (adaptacji) budynków, a także modyfikacji w procesach technologicznych i zakupu nowych technologii. Natomiast mniej rolników w tych gminach, w porównaniu z pozostałymi, realizowało budowę nowych lub rozbudowę istniejących budynków. Może to być powiązane ze strukturą rodzajową pozarolniczej działalności gospodarczej prowadzonej przez badanych rolników, w której w gminach wiejskich oraz podmiejskich, większy udział, w porównaniu z pozostałymi grupami gmin, ma pozarolnicza działalność produkcyjna oraz usługowa, w tym usługi transportowe (tab. 1 i 3). Wszyscy rolnicy realizowali inwestycje dla potrzeb działalności pozarolniczej w oparciu o środki własne, połowa z nich korzystała w tym celu dodatkowo z kredytów, a co trzeci badany pozyskiwał na to środki z innych źródeł (w tym pożyczka od rodziny, znajomych itd.). Jednak w gminach wiejskich oraz podmiejskich mniej rolników, w porównaniu z pozostałymi grupami gmin, korzystało przy realizacji omawianych inwestycji z wkładów obcych, w tym zwłaszcza innych niż kredyty (tab. 3).

Ponad połowa badanych rolników dokonała po uruchomieniu działalności pozarolniczej zmian dotyczących jej zakresu (profilu) oraz skali (obrotów), co w dużej mierze skutkowało również zmianami dotyczącymi rejonu działania firmy. Znacznie więcej rolników dokonało przy tym rozszerzenia profilu oraz zwiększenia skali działalności pozarolniczej, a także zwiększenia rejonu działania firmy, z tym, że zwłaszcza dotyczy to gmin wiejskich oraz podmiejskich. Natomiast znacznie mniej rolników zostało zmuszonych do zawężenia profilu oraz do zmniejszenia skali rejestrowanej działalności pozarolniczej, doprowadzając w rezultacie do zmniejszenia rejonu działania firmy, przy czym zwłaszcza dotyczy to gmin miejsko-wiejskich oraz oddalonych od Rzeszowa. Niewielu rolników dokonało zaś całkowitej zmiany profilu działalności pozarolniczej, poszukując niejako nowych, innych możliwości w tym zakresie, przy czym w większym stopniu dotyczy to gmin miejsko-wiejskich oraz oddalonych od Rzeszowa. Ponadto należy zauważyć, że badani rolnicy nie zmieniali formy organizacyjno-prawnej prowadzonej przez nich rejestrowanej pozarolniczej działalności gospodarczej (tab. 4).

## **ZAMIERZENIA BADANYCH ROLNIKÓW ODNOŚNIE DZIAŁALNOŚCI POZAROLNICZEJ**

Prawie połowa badanych rolników zamierza w najbliższej przyszłości dokonać zmian w zatrudnieniu w pozarolniczej działalności gospodarczej prowadzonej na własny rachunek. Najczęściej zmiany te mają polegać na zwiększeniu zatrudnienia w działalności pozarolniczej, przy czym głównie dotyczy to osób, które będą pracować dorywczo oraz członków rodziny. Natomiast co szósty badany planuje zmniejszyć zatrudnienie w działalności pozarolniczej, z tym, że częściej dotyczyłoby to pracowników zatrudnionych dorywczo oraz pracowników nie będących członkami rodziny. Z kolei można przypuszczać, że rolnicy, którzy zamierzają zwolnić z pracy w działalności pozarolniczej pracowników zatrudnionych na stałe oraz członków rodziny, to w większości przypadków ci sami, którzy będą prawdopodobnie w najbliższej przyszłości likwidować firmę (tab. 5 i 7). Dodatkowo w gminach wiejskich oraz podmiejskich nieco więcej rolników, w porównaniu z pozostałymi grupami gmin, planuje zwiększyć zatrudnienie w działalności pozarolniczej, a mniej jest takich, którzy planują je zmniejszyć. Ponadto w gminach tych więcej rolników, w porównaniu z pozostałymi, zamierza zatrudnić dodatkowo pracowników na stałe oraz członków rodziny (tab. 5).

Jedynie co trzeci respondent zamierza w najbliższej przyszłości dokonać inwestycji dla potrzeb rejestrowanej działalności pozarolniczej. Najczęściej inwestycje te mają dotyczyć zakupu środków transportu oraz zakupu innych środków trwałych (w tym zwykle przez rolników, którzy prowadzą rejestrowaną pozarolniczą działalność usługową związaną z rolnictwem), a w mniejszym stopniu remontów budynków, budowy nowych lub rozbudowy istniejących budynków oraz modyfikacji w procesach technologicznych. Inwestycje dotyczące budynków gospodarczych i zakupu środków transportu częściej mają być przy tym realizowane przez rolników z gmin miejsko-wiejskich oraz oddalonych od Rzeszowa. W przypadku wszystkich rolników źródłem realizacji planowanych inwestycji na rzecz działalności pozarolniczej, mają być środki własne, jedynie co trzeci zamierza przy tym korzystać z kredytu, a co piąty z innych obcych źródeł, w tym z pożyczki od rodziny, znajomych itd. Jednak w gminach miejsko-wiejskich oraz oddalonych od Rzeszowa, więcej rolników, w porównaniu z gminami wiejskimi oraz podmiejskimi, zamierza realizować planowane inwestycje w oparciu o obce źródła finansowania tj., kredyty oraz inne obce źródła, w tym pożyczki od rodziny, znajomych itd. (tab. 6).



Wśród badanych rolników, którzy zamierzają dokonywać zmian dotyczących zakresu (profilu), skali (obrotów) oraz rejonu działania rejestrowanej pozarolniczej działalności gospodarczej, przeważają tacy, którzy planują rozwój tej działalności, poprzez zwiększenie jej skali (obrotów), między innymi wskutek zwiększenia zatrudnienia, a także poprzez rozszerzenie profilu i zwiększenie rejonu działania firmy. Mniejszy jest natomiast odsetek rolników, zdaniem których będą oni zmuszeni do ograniczenia działalności pozarolniczej, poprzez zmniejszenie skali (obrotów) tej działalności, wskutek między innymi zmniejszenia zatrudnienia, a także poprzez zawężenie profilu i rejonu działania firmy. Znikomy odsetek badanych stanowią zaś rolnicy zamierzający dokonać całkowitej zmiany profilu działania firmy, poszukując niejako nowych, innych możliwości w tym zakresie. Niewielu spośród badanych zamierza również zlikwidować firmę, co może świadczyć o tym, że zdecydowana większość respondentów widzi perspektywy związane z prowadzeniem działalności pozarolniczej na własny rachunek. Ponadto zamierzenia rolników-przedsiębiorców odnośnie rozwoju działalności pozarolniczej, w większym stopniu dotyczą gospodarzy z gmin wiejskich oraz podmiejskich, a zamierzenia dotyczące ograniczenia tej działalności bądź całkowitej zmiany jej profilu, częściej są zgłaszane przez rolników z gmin miejsko-wiejskich oraz oddalonych od Rzeszowa. Zdecydowana większość rolników nie zamierza w najbliższej przyszłości zmieniać formy organizacyjno-prawnej prowadzonej przez nich rejestrowanej pozarolniczej działalności gospodarczej. Znikomy odsetek badanych twierdzi natomiast, że ulegnie ona zmianie z podmiotu gospodarczego prowadzonego przez osobę fizyczną na podmiot gospodarczy prowadzony w formie spółki, przy czym dotyczy to zwłaszcza rolników z gmin wiejskich i podmiejskich (tab. 5 i 7).

## WNIOSKI

1. Rolnicy szybko zaczęli reagować na pojawiające się nowe możliwości w zakresie gospodarowania, w wyniku urynkwienia polskiej gospodarki, rozpoczynając pozarolniczą działalność gospodarczą na własny rachunek.
2. Rolnicy prowadzą najczęściej działalność pozarolniczą w formie podmiotów gospodarczych osób fizycznych i w pełnym wymiarze (na stałe), przy czym jej kierunki są nieco zróżnicowane w zależności od typu i położenia geograficznego gminy.
3. Po uruchomieniu działalności pozarolniczej rolnicy wprowadzali w niej różnorodne zmiany, które należy ocenić pozytywnie i traktować jako pożądane, gdyż w większości przypadków

oznaczały w praktyce rozwój tej działalności, przy czym dotyczy to zwłaszcza gmin wiejskich oraz podmiejskich.

4. Znikoma część respondentów przymierza się do zlikwidowania firmy, co może świadczyć o tym, iż w większości przypadków rolnicy osiągnęli sukces w działalności pozarolniczej i widzą dalsze perspektywy związane z jej prowadzeniem.
5. Wśród zamierzeń rolników dotyczących działalności pozarolniczej przeważają postawy raczej bierne, nastawione na utrzymanie tego co już osiągnęli (tj. potencjał gospodarczy, pozycja rynkowa itp.), a w niewielu przypadkach można natomiast zauważyć postawy twórcze, dynamiczne, ekspansywne, nastawione zdecydowanie na dalszy rozwój prowadzonej działalności pozarolniczej, zdobywanie nowych rynków zbytu oraz na wzrost konkurencyjności (wprowadzanie innowacji, zmniejszenie kosztów jednostkowych itp.), przy czym dotyczy to zwłaszcza gmin wiejskich i podmiejskich.
6. Rolnicy zwykle prowadzą więc działalność pozarolniczą w sposób rutynowy, powielając techniki wytwarzania i metody zarządzania powszechnie znane, czyli nie wnoszą do rodzimej gospodarki wysokiej zdolności innowacyjnej, wnoszą jednak pewne nowe sposoby myślenia i działania (np. łącząc prowadzenie gospodarstwa rolnego z działalnością pozarolniczą).

## PIŚMIENNICTWO

1. Białoń L., 1995, Przedsiębiorstwo [w:] Makro i mikroekonomia dla inżynierów, pod red. naukową S. Marciniaka, PWN, Warszawa
2. Brodziński Z., 1999, Stan i możliwości rozwoju przedsięwzięć gospodarczych podejmowanych przez ludność rolniczą, Roczniki Naukowe SERiA, tom 1, zeszyt 3, Rzeszów, s. 65-72
3. Grzybowski W., 1995, Przedsiębiorczość, niepewność, zysk, UMCS, Lublin
4. Klepacki B., 1999, Między ciągłością a zmianą - centralizacja czy regionalizacja, Roczniki Naukowe SERiA, tom 1, zeszyt 1, Rzeszów, s. 17-24
5. Niedzielski E., 1998, Przemiany strukturalne podmiotów gospodarczych na obszarach wiejskich [w:] Materiały z V Kongresu SERiA we Wrocławiu, Wrocław, s. 452-456
6. Sawicka J., 2000, Założenie i prowadzenie małego przedsiębiorstwa, SGGW, Warszawa
7. Sikorska-Wolak, I., 1995, Przedsiębiorczość jako przejaw innowacyjności [w:] Doradztwo rolnicze a kształtowanie się przedsiębiorczości rolników, SGGW, Warszawa, s. 7-22

## THE CHANGE IN THE REGISTERED NONAGRICULTURAL COMMERCIAL ACTIVITY OF FARMERS IN PODKARPACIE REGION

**Abstract.** The aim of this article is to determine changes in registered non-agriculture commercial activity of farmers in Podkarpacie region.. There were also described farmers intentions regarding future non-agricultural business. Conducted reaserches proved that some changes applied by the farmers after starting non-agricultural activities resulted in development of the business. Most of the farmers had a passive attitude regarding future business, aiming only to maitain the achived level of business development.

**Key words:** non-agricultural commercial activity, farmers, Podkarpacie region.

Tabela 1. Pozarolnicza działalność gospodarcza respondentów

Table 1. Nonagricultural commercial activity of respondents

| Wyszczególnienie                                          | Badane gospodarstwa rolne |                                |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|
|                                                           | ogółem                    | w poszczególnych grupach gmin* |      |      |      |      |
|                                                           |                           | I                              | II   | III  | IV   | V    |
|                                                           |                           | %                              |      |      |      |      |
| Okres rozpoczęcia działalności:                           |                           |                                |      |      |      |      |
| przed 1990 r.                                             | 3,8                       | 2,9                            | 4,7  | 7,1  | 2,9  | 1,4  |
| w latach 1990 - 1995                                      | 82,9                      | 81,9                           | 83,9 | 81,5 | 82,9 | 84,3 |
| po 1995 r.                                                | 13,3                      | 15,2                           | 11,4 | 11,4 | 14,3 | 14,3 |
| Forma organizacyjno-prawna działalności:                  |                           |                                |      |      |      |      |
| osoba fizyczna                                            | 97,1                      | 98,1                           | 96,2 | 94,3 | 98,6 | 98,6 |
| spółka                                                    | 2,9                       | 1,9                            | 3,8  | 5,7  | 1,4  | 1,4  |
| Działalność prowadzona:                                   |                           |                                |      |      |      |      |
| na stałe                                                  | 79,5                      | 75,2                           | 83,8 | 85,7 | 78,5 | 74,2 |
| dorywczo                                                  | 12,4                      | 14,3                           | 10,5 | 11,4 | 12,9 | 12,9 |
| sezonowo                                                  | 8,1                       | 10,5                           | 5,7  | 2,9  | 8,6  | 12,9 |
| Ogółem podmioty gospodarcze prowadzone przez respondentów | 100                       | 100                            | 100  | 100  | 100  | 100  |
| w tym (rodzaj działalności):                              |                           |                                |      |      |      |      |
| Produkcja                                                 | 25,3                      | 21,9                           | 28,6 | 35,7 | 27,1 | 12,9 |
| w tym:                                                    |                           |                                |      |      |      |      |
| stolarstwo i tapicerstwo                                  | 16,2                      | 11,4                           | 21,0 | 24,3 | 15,7 | 8,6  |
| pozostała                                                 | 9,1                       | 10,5                           | 7,6  | 11,4 | 11,4 | 4,3  |
| Handel                                                    | 40,0                      | 45,7                           | 34,3 | 24,3 | 40,0 | 55,7 |
| w tym:                                                    |                           |                                |      |      |      |      |
| wielobranżowy                                             | 28,1                      | 30,5                           | 25,7 | 15,7 | 27,1 | 38,6 |
| pozostały                                                 | 11,9                      | 15,2                           | 8,6  | 8,6  | 12,9 | 17,1 |
| Usługi                                                    | 29,5                      | 26,7                           | 32,3 | 32,9 | 28,6 | 27,1 |
| w tym:                                                    |                           |                                |      |      |      |      |
| związane z rolnictwem                                     | 8,1                       | 10,5                           | 5,7  | 2,9  | 8,6  | 12,9 |
| transportowe                                              | 10,5                      | 7,6                            | 13,3 | 14,3 | 10,0 | 7,1  |
| budowlane                                                 | 7,6                       | 5,7                            | 9,5  | 11,4 | 7,1  | 4,3  |
| pozostałe                                                 | 3,3                       | 2,9                            | 3,8  | 4,3  | 2,9  | 2,9  |
| Gastronomia                                               | 1,9                       | 2,9                            | 1,0  | 1,4  | 1,4  | 2,9  |
| Działalność mieszana                                      | 3,3                       | 2,9                            | 3,8  | 5,7  | 2,9  | 1,4  |

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań (kwestionariusz wywiadu).

Objaśnienia do tabeli: \* I - gminy miejsko-wiejskie, II - gminy wiejskie, III - gminy sąsiadujące z miastem Rzeszów, przez których teren przebiega droga krajowa, IV - gminy oddalone od Rzeszowa, przez których teren przebiega droga krajowa, V - gminy oddalone od Rzeszowa i od drogi krajowej.



Tabela 2. Zmiany dotyczące zatrudnienia w pozarolniczej działalności gospodarczej respondentów po jej uruchomieniu (w latach 90.)

Table 2. Changes in employment in nonagricultural commercial activity of respondents after starting business (in nineties.)

| Wyszczególnienie                                                               | Badane gospodarstwa rolne |                                |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|
|                                                                                | ogółem                    | w poszczególnych grupach gmin* |      |      |      |      |
|                                                                                |                           | I                              | II   | III  | IV   | V    |
| Odsetek rolników, którzy zwiększyli zatrudnienie w działalności pozarolniczej  |                           |                                |      |      |      |      |
| Ogółem                                                                         | 92,4                      | 88,6                           | 96,2 | 95,7 | 91,4 | 90,0 |
| w tym zatrudnili pracowników:                                                  |                           |                                |      |      |      |      |
| na stałe                                                                       | 83,3                      | 80,0                           | 86,7 | 90,0 | 82,9 | 77,1 |
| dorywczo                                                                       | 43,8                      | 46,7                           | 41,0 | 37,1 | 44,3 | 50,0 |
| członków rodziny                                                               | 71,0                      | 75,2                           | 66,7 | 65,7 | 70,0 | 77,1 |
| pozostałych pracowników                                                        | 56,2                      | 51,4                           | 61,0 | 61,4 | 57,1 | 50,0 |
| w tym pozostałych pracowników z terenu gminy                                   | 41,4                      | 42,9                           | 40,0 | 40,0 | 47,1 | 37,1 |
| Odsetek rolników, którzy zmniejszyli zatrudnienie w działalności pozarolniczej |                           |                                |      |      |      |      |
| Ogółem                                                                         | 22,4                      | 24,8                           | 20,0 | 20,0 | 22,9 | 24,3 |
| w tym zwolnili z pracy:                                                        |                           |                                |      |      |      |      |
| zatrudnionych na stałe                                                         | 9,5                       | 12,4                           | 6,7  | 7,1  | 10,0 | 11,4 |
| zatrudnionych dorywczo                                                         | 16,2                      | 14,3                           | 18,1 | 20,0 | 15,7 | 12,9 |
| członków rodziny                                                               | 7,6                       | 6,7                            | 8,6  | 11,4 | 7,1  | 4,3  |
| pozostałych pracowników                                                        | 18,1                      | 20,0                           | 16,2 | 15,7 | 18,6 | 20,0 |
| w tym pozostałych pracowników z terenu gminy                                   | 12,9                      | 12,4                           | 13,3 | 14,3 | 12,9 | 11,4 |

Źródło: jak w tab. 1.

Objaśnienia do tabeli: \* jak w tab. 1.

Tabela 3. Inwestycje zrealizowane przez respondentów dla potrzeb pozarolniczej działalności gospodarczej po jej uruchomieniu (w latach 90.) oraz źródła ich finansowania

Table 3. Investments of respondents for nonagricultural commercial activity after starting business (in nineties.) as well as sources of their funding

| Wyszczególnienie                                                                                       | Badane gospodarstwa rolne |                                |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|
|                                                                                                        | ogółem                    | w poszczególnych grupach gmin* |      |      |      |      |
|                                                                                                        |                           | I                              | II   | III  | IV   | V    |
|                                                                                                        |                           | %                              |      |      |      |      |
| Zrealizowane inwestycje:                                                                               |                           |                                |      |      |      |      |
| ogółem                                                                                                 | 41,0                      | 33,3                           | 48,6 | 51,4 | 37,1 | 34,3 |
| w tym:                                                                                                 |                           |                                |      |      |      |      |
| budowa lub rozbudowa budynków                                                                          | 12,9                      | 17,1                           | 8,6  | 4,3  | 14,3 | 20,0 |
| remonty (adaptacja) budynków                                                                           | 17,1                      | 15,2                           | 19,1 | 21,4 | 14,3 | 15,7 |
| zakup środków transportu                                                                               | 37,1                      | 32,4                           | 41,9 | 44,3 | 34,3 | 32,9 |
| zakup innych środków trwałych                                                                          | 29,1                      | 25,7                           | 32,4 | 35,7 | 27,1 | 24,3 |
| w tym przez rolników prowadzących rejestrowaną pozarolniczą działalność usługową związaną z rolnictwem |                           |                                |      |      |      |      |
| X                                                                                                      | 8,1                       | 10,5                           | 5,7  | 2,9  | 8,6  | 12,9 |
| modyfikacje w procesach technologicznych                                                               | 8,6                       | 5,7                            | 11,4 | 15,7 | 7,1  | 2,9  |
| zakup nowych technologii                                                                               | 2,4                       | 1,9                            | 2,9  | 4,3  | 1,4  | 1,4  |
| inne                                                                                                   | 3,3                       | 3,8                            | 2,9  | 4,3  | 2,9  | 2,9  |
| Inwestycje zrealizowano za pomocą:                                                                     |                           |                                |      |      |      |      |
| wkładów własnych                                                                                       | 100                       | 100                            | 100  | 100  | 100  | 100  |
| kredytów                                                                                               | 50,0                      | 51,4                           | 49,0 | 47,2 | 53,9 | 50,0 |
| inne (pożyczka od rodziny, znajomych itd.)                                                             | 30,2                      | 42,9                           | 21,6 | 16,7 | 34,6 | 45,8 |

Źródło: jak w tab. 1.

Objaśnienia do tabeli: \* jak w tab. 1.

Tabela 4. Zmiany dotyczące zakresu, skali, rejonu działania oraz formy organizacyjno-prawnej, dokonane przez respondentów po uruchomieniu działalności pozarolniczej (w latach 90.)

Table 4. Change of range, scale, region of business activity as well as legal form, accomplished by respondents after starting nonagricultural commercial activity (in nineties.)

| Wyszczególnienie                                       | Badane gospodarstwa rolne |                                |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|
|                                                        | ogółem                    | w poszczególnych grupach gmin* |      |      |      |      |
|                                                        |                           | I                              | II   | III  | IV   | V    |
|                                                        |                           | %                              |      |      |      |      |
| Zakres i skala działalności:                           |                           |                                |      |      |      |      |
| rozszerzenie profilu                                   | 32,4                      | 29,5                           | 35,3 | 40,0 | 31,4 | 25,7 |
| zawężenie profilu                                      | 12,4                      | 13,3                           | 11,4 | 7,1  | 12,9 | 17,1 |
| zmiana profilu                                         | 10,0                      | 12,4                           | 7,6  | 5,7  | 11,4 | 12,9 |
| profil bez zmian                                       | 45,2                      | 44,8                           | 45,7 | 47,2 | 44,3 | 44,3 |
| zwiększenie skali (obrotów)                            | 43,3                      | 39,0                           | 47,6 | 50,0 | 41,4 | 38,6 |
| zmniejszenie skali (obrotów)                           | 15,3                      | 18,1                           | 12,4 | 10,0 | 15,7 | 20,0 |
| skala (obroty) bez zmian                               | 41,4                      | 42,9                           | 40,0 | 40,0 | 42,9 | 41,4 |
| Rejon działania:                                       |                           |                                |      |      |      |      |
| zwiększono                                             | 43,3                      | 39,0                           | 47,6 | 50,0 | 41,4 | 38,6 |
| zmniejszono                                            | 15,3                      | 18,1                           | 12,4 | 10,0 | 15,7 | 20,0 |
| bez zmian                                              | 41,4                      | 42,9                           | 40,0 | 40,0 | 42,9 | 41,4 |
| Forma organizacyjno-prawna działalności pozarolniczej: |                           |                                |      |      |      |      |
| bez zmian                                              | 100                       | 100                            | 100  | 100  | 100  | 100  |
| uległa zmianie                                         | -                         | -                              | -    | -    | -    | -    |

Źródło: jak w tab. 1.

Objaśnienia do tabeli: \* jak w tab. 1.

Tabela 5. Zamierzenia respondentów na przyszłość (do 2005r.) dotyczące zatrudnienia w pozarolniczej działalności gospodarczej

Table 5. Intention of respondents onto future (to 2005r.) connected with employment in nonagricultural commercial activity

| Wyszczególnienie                                                                         | Badane gospodarstwa rolne |                                |      |      |      |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|
|                                                                                          | ogółem                    | w poszczególnych grupach gmin* |      |      |      |      |
|                                                                                          |                           | I                              | II   | III  | IV   | V    |
| Odsetek rolników, którzy zamierzają zwiększyć zatrudnienie w działalności pozarolniczej  |                           |                                |      |      |      |      |
| Ogółem                                                                                   | 24,8                      | 22,9                           | 26,7 | 27,1 | 22,9 | 24,3 |
| w tym zamierzają zatrudnić pracowników:                                                  |                           |                                |      |      |      |      |
| na stałe                                                                                 | 9,1                       | 3,8                            | 14,3 | 17,1 | 5,8  | 4,3  |
| dorywczo                                                                                 | 15,7                      | 19,1                           | 12,4 | 10,0 | 17,1 | 20,0 |
| członków rodziny                                                                         | 21,9                      | 19,1                           | 24,8 | 25,7 | 20,0 | 20,0 |
| pozostałych pracowników                                                                  | 2,9                       | 3,8                            | 1,9  | 1,4  | 2,9  | 4,3  |
| w tym pozostałych pracowników z terenu gminy                                             | 2,4                       | 3,8                            | 1,0  | 1,4  | 2,9  | 2,9  |
| Odsetek rolników, którzy zamierzają zmniejszyć zatrudnienie w działalności pozarolniczej |                           |                                |      |      |      |      |
| Ogółem                                                                                   | 16,7                      | 19,1                           | 14,3 | 11,4 | 18,6 | 20,0 |
| w tym o pracowników:                                                                     |                           |                                |      |      |      |      |
| zatrudnionych na stałe                                                                   | 5,7                       | 6,7                            | 4,8  | 4,3  | 5,7  | 7,1  |
| zatrudnionych dorywczo                                                                   | 11,0                      | 12,4                           | 9,5  | 7,1  | 12,9 | 12,9 |
| członków rodziny                                                                         | 2,9                       | 3,8                            | 1,9  | 1,4  | 2,9  | 4,3  |
| pozostałych pracowników                                                                  | 13,8                      | 15,2                           | 12,4 | 10,0 | 15,7 | 15,7 |
| w tym pozostałych pracowników z terenu gmin                                              | 10,0                      | 12,4                           | 7,6  | 5,7  | 11,4 | 12,9 |

Źródło: jak w tab. 1.

Objaśnienia do tabeli: \* jak w tab. 1.

Tabela 6. Zamierzenia respondentów na przyszłość (do 2005r.) dotyczące inwestycji dla potrzeb pozarolniczej działalności gospodarczej oraz źródła ich finansowania

Table 6. Intention of respondents onto future (to 2005r.) connected with investments in nonagricultural commercial activities as well as financial sources of the investments

| Wyszczególnienie                                                                                       | Badane gospodarstwa rolne |                                |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|
|                                                                                                        | ogółem                    | w poszczególnych grupach gmin* |      |      |      |      |
|                                                                                                        |                           | I                              | II   | III  | IV   | V    |
|                                                                                                        | %                         |                                |      |      |      |      |
| Zamierzenia dotyczące inwestycji:                                                                      |                           |                                |      |      |      |      |
| ogółem                                                                                                 | 33,8                      | 34,3                           | 33,3 | 31,4 | 34,3 | 35,7 |
| w tym:                                                                                                 |                           |                                |      |      |      |      |
| budowa lub rozbudowa budynków                                                                          | 4,3                       | 5,7                            | 2,9  | 2,9  | 4,3  | 5,7  |
| remonty (adaptacja) budynków                                                                           | 7,1                       | 9,5                            | 4,8  | 2,9  | 8,6  | 10,0 |
| zakup środków transportu                                                                               | 24,3                      | 29,5                           | 19,0 | 18,6 | 25,7 | 28,6 |
| zakup innych środków trwałych                                                                          | 11,4                      | 12,4                           | 10,5 | 11,4 | 10,0 | 12,9 |
| w tym przez rolników prowadzących rejestrowaną pozarolniczą działalność usługową związaną z rolnictwem |                           |                                |      |      |      |      |
| X                                                                                                      | 8,1                       | 10,5                           | 5,7  | 2,9  | 8,6  | 12,9 |
| modyfikacje w procesach technologicznych                                                               | 1,4                       | 1,9                            | 1,0  | 1,4  | 1,4  | 1,4  |
| zakup nowych technologii                                                                               | -                         | -                              | -    | -    | -    | -    |
| Inne                                                                                                   | -                         | -                              | -    | -    | -    | -    |
| Inwestycje zostaną zrealizowane za pomocą:                                                             |                           |                                |      |      |      |      |
| wkładów własnych                                                                                       | 100                       | 100                            | 100  | 100  | 100  | 100  |
| Kredytów                                                                                               | 32,4                      | 35,7                           | 27,6 | 22,2 | 32,0 | 39,3 |
| inne (pożyczka od rodziny, znajomych itd.)                                                             | 19,7                      | 23,8                           | 13,8 | 11,1 | 20,0 | 25,0 |

Źródło: jak w tab. 1.

Objaśnienia do tabeli: \* jak w tab. 1.

Tabela 7. Zamierzenia respondentów na przyszłość (do 2005r.) dotyczące zakresu, skali i rejonu działania pozarolniczej działalności gospodarczej oraz jej formy organizacyjno-prawnej

Table 7. Intention of respondents onto future (to 2005r.) connected with range, scale and region of nonagricultural commercial activity as well as her legal form

| Wyszczególnienie                                                                                                    | Badane gospodarstwa rolne |                                |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------|------|------|------|
|                                                                                                                     | ogółem                    | w poszczególnych grupach gmin* |      |      |      |      |
|                                                                                                                     |                           | I                              | II   | III  | IV   | V    |
|                                                                                                                     | %                         |                                |      |      |      |      |
| Zakres i skala działalności:                                                                                        |                           |                                |      |      |      |      |
| rozszerzenie profilu                                                                                                | 18,1                      | 11,4                           | 24,8 | 22,9 | 17,1 | 14,3 |
| zawężenie profilu                                                                                                   | 5,7                       | 6,7                            | 4,8  | 4,3  | 5,7  | 7,1  |
| zmiana profilu                                                                                                      | 2,9                       | 3,8                            | 1,9  | 1,4  | 2,9  | 4,3  |
| profil bez zmian                                                                                                    | 68,1                      | 73,3                           | 62,8 | 65,7 | 70,0 | 68,6 |
| likwidacja firmy                                                                                                    | 5,2                       | 4,8                            | 5,7  | 5,7  | 4,3  | 5,7  |
| zwiększenie skali (obrotów)                                                                                         | 21,9                      | 17,1                           | 26,7 | 27,1 | 20,0 | 18,6 |
| zmniejszenie skali (obrotów)                                                                                        | 13,8                      | 15,2                           | 12,4 | 10,0 | 15,7 | 15,7 |
| skala (obroty) bez zmian                                                                                            | 59,1                      | 62,9                           | 55,2 | 57,2 | 60,0 | 60,0 |
| likwidacja firmy                                                                                                    | 5,2                       | 4,8                            | 5,7  | 5,7  | 4,3  | 5,7  |
| Rejon działania:                                                                                                    |                           |                                |      |      |      |      |
| Zwiększenie                                                                                                         | 21,9                      | 17,1                           | 26,7 | 27,1 | 20,0 | 18,6 |
| Zmniejszenie                                                                                                        | 13,8                      | 15,2                           | 12,4 | 10,0 | 15,7 | 15,7 |
| bez zmian                                                                                                           | 59,1                      | 62,9                           | 55,2 | 57,2 | 60,0 | 60,0 |
| likwidacja firmy                                                                                                    | 5,2                       | 4,8                            | 5,7  | 5,7  | 4,3  | 5,7  |
| Forma organizacyjno-prawna działalności pozarolniczej:                                                              |                           |                                |      |      |      |      |
| zmiana z podmiotu gospodarczego prowadzonego przez osoby fizyczne na podmiot gospodarczy prowadzony w formie spółki |                           |                                |      |      |      |      |
| X                                                                                                                   | 8,1                       | 2,9                            | 13,3 | 17,1 | 4,3  | 2,9  |
| bez zmian                                                                                                           | 86,7                      | 92,3                           | 81,0 | 77,2 | 91,4 | 91,4 |
| likwidacja firmy                                                                                                    | 5,2                       | 4,8                            | 5,7  | 5,7  | 4,3  | 5,7  |

Źródło: jak w tab. 1.

Objaśnienia do tabeli: \* jak w tab. 1.

Dariusz Zajac, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Ekonomii, Zakład Polityki Gospodarczej i Agrobiznesu, ul. M. Cwiklińskiej 2, 35-601 Rzeszów

## ZACHOWANIA MŁODYCH KONSUMENTÓW NA RYNKU NAPOJÓW BEZALKOHOLOWYCH

Krystyna Żelazna, Iwona Kowalczyk

**Streszczenie.** Celem artykułu było przedstawienie, w oparciu o wyniki badań ankietowych, zachowań młodych konsumentów na rynku napojów bezalkoholowych. Zaprezentowane dane dotyczą powszechności, częstotliwości oraz uwarunkowań i okoliczności konsumpcji poszczególnych rodzajów napojów bezalkoholowych przez dzieci i młodzież, a także preferencji badanych w zakresie smaku, marki i opakowań analizowanych grup napojów

**Słowa kluczowe:** młodociani konsumenci, preferencje, napoje bezalkoholowe

### WSTĘP

Przemiany gospodarcze minionej dekady zaowocowały istotnymi zmianami w wielu branżach przemysłu spożywczego, w tym także w branży napojów. W efekcie rosnącej z roku na rok tak pod względem ilościowym, jak i asortymentowym oferty oraz dużej aktywności promocyjnej wytwórców napojów bezalkoholowych wzrasta w Polsce spożycie tych produktów – średni przyrost roczny na przestrzeni ostatnich dziesięciu lat wynosi od kilkunastu do kilkudziesięciu procent, przy czym największa dynamika wzrostu obserwowana jest jeśli chodzi o soki owocowe i warzywne oraz napoje orzeźwiające.

Odbiorcami szczególnie zainteresowanymi ofertą rynku napojów są tzw. konsumenci młodociani, czyli dzieci i młodzież w wieku 4 –15 lat. Liczebność tego segmentu rynku szacowana jest obecnie na blisko 7 mln osób, co stanowi ponad 1/5 ogółu ludności naszego kraju. Przez długi czas konsumenci młodociani byli tylko biernymi uczestnikami procesów rynkowych, obecnie stali się respektowaną przez producentów grupą odbiorców [Olejniczuk – Merta 2000].

Konsumpcyjny styl życia dzieci i młodzieży zwrócił uwagę specjalistów od marketingu. Zauważono, że ten segment rynku skupia potencjalnych nabywców oferowanych przez nich towarów i usług przede wszystkim z trzech powodów:

- po pierwsze – z powodu możliwości ich silnego wpływu na decyzje zakupowe ich rodziców,
- po drugie – z powodu wzrastającego ich znaczenia jako potencjalnych konsumentów dysponujących własnymi zasobami finansowymi,
- po trzecie – z powodu świadomości, że pozyskanie tego segmentu konsumentów w przyszłości zagwarantuje firmie lojalnych klientów na wiele lat.



Liczne obserwacje i inne badania pozwoliły na scharakteryzowanie udziału młodych ludzi (z różnych grup wiekowych) w procesach rynkowych:

- dzieci w wieku do 4 lat – wszystkie potrzeby zaspokajane i organizowane są przez rodziców, zwłaszcza matki, które są niejako przedstawicielkami „małego człowieka” na rynku;
- dzieci w wieku 5-6 lat – dziecko wraz z opiekunami (matką, ojcem, starszym rodzeństwem) rozpoczyna pierwsze kontakty z rynkiem, uczestniczy w zakupach, otrzymuje drobniaki; z reguły posiada drobne oszczędności, składane do przysłowiowej „świnki” skarbonki;
- dzieci w wieku 7-8 lat – zdobywają samodzielnie pierwsze własne doświadczenia rynkowe jako nabywcy (klient pobliskiego sklepu czy kiosku), równocześnie już na tym etapie dziecko, jeśli czegoś pragnie – zabawki, słodyczy, książki – potrafi różnymi sposobami wywrzeć wpływ na rodziców i opiekunów, wielokrotnie molestując ich prośbami o zakupienie ulubionego przedmiotu;
- dzieci w wieku 9-11 lat – zaczynają pojmować, co to jest budżet - co można kupić za własne oszczędności i otrzymane kieszonkowe, a co chciałby uzyskać wpływając na decyzje rodziców i opiekunów; na tym etapie dzieci akcentują swoje osobiste preferencje względem różnych dóbr i marek firm, doradzają rodzicom, chcą wypowiadać się o każdej sprawie i każdym zakupie; w każdej sprawie mają swoją własną opinię;
- nastolatki 12-14 lat – nawiązują szerokie kontakty z rynkiem; ma miejsce bezpośrednio, osobiste kupowanie różnych towarów dla zaspokojenia własnych potrzeb; występuje silne uzależnienie od mody i otoczenia rówieśniczego, naśladowanie liderów (np. idoli muzyki młodzieżowej, gwiazd filmowych, znanych sportowców i osób przewodzących grupie rówieśniczej); zarysowuje się w tym czasie specjalizacja zainteresowań, z reguły różnych u dziewcząt i chłopców; wyraźna chęć dominowania i oddziaływania na pozostałych członków rodziny;
- młodzież w wieku 15 lat i więcej – ich kontakty z rynkiem są już stałe; proces zakupów jest zindywidualizowany, bez względu na to czy dokonywane są z własnych (zaoszczędzonych czy zarobionych) pieniędzy, czy też ze środków pochodzących od rodziców.

Z powyższych rozważań wnioskować można, iż dzieci i młodzież pełnią różne role rynkowe w różnych etapach swojego życia. Młodzi konsumenci w procesach rynkowych występują jako:

- kupujący bezpośrednio dla siebie,
- kupujący dla rodziny,
- projektujący zakupy, zwłaszcza artykułów dla nich przeznaczonych,
- doradzący oraz informatorzy w stosunku do artykułów, które ich nie dotyczą.

Z badań zrealizowanych w Katedrze Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji w 2002 roku na próbie 120 młodych konsumentów wynika, że blisko 90% dzieci w wieku szkolnym dysponuje własnymi środkami pieniężnymi, które pochodzą głównie z kieszonkowego. Wysokość kieszonkowego waha się od 20 PLN (35% badanych) poprzez 50 PLN (45%) do 100 PLN (20%). Dzieci otrzymują również pieniądze w formie prezentów, a także za pracę własną (np. pomoc w domu). Młodzi konsumenci wydają swoje pieniądze głównie na modne ubrania i obuwie (70% wskazań), płyty i kasety (50%), akcesoria komputerowe i sprzęt portowy, a ponad 35 % badanych kupuje za własne pieniądze produkty żywnościowe [Biega 2002]. Potwierdzeniem procentowego udziału wydatków na zakup żywności przez dzieci i młodzież są wyniki badań zrealizowanych przez Olejniczuk - Mertę, z których wynika, iż prawie 40% zgromadzonych pieniędzy dzieci i młodzież wydają na słodycze i napoje [Olejniczuk – Merta 2001].

Napoje bezalkoholowe, do których zaliczamy wody mineralne, napoje orzeźwiające i soki, charakteryzują się różną wartością odżywczą. Niektóre z nich dostarczają cennych z żywieniowego punktu widzenia składników, niezbędnych w procesie wzrostu i rozwoju, są jednak i takie, które spożywane w nadmiernych ilościach mogą mieć negatywny wpływ na zdrowie. Z tego względu istotne jest poznanie czynników warunkujących zachowania dzieci i młodzieży na rynku napojów i ich preferencji w tym zakresie, co było celem podjętych badań.

Badanie zostało przeprowadzone na przełomie października i listopada 2001 roku przy zastosowaniu metody ankietowej /ankieta audytoryjna/. W badaniu uczestniczyło 140 respondentów – dzieci ze szkół podstawowych oraz młodzieży gimnazjalnej [Wachowicz 2002].

## **WYNIKI BADAŃ**

Jednym z podstawowych zagadnień podjętych w ramach badania ankietowego było określenie powszechności oraz częstotliwości spożycia poszczególnych rodzajów napojów bezalkoholowych przez młodocianych konsumentów.

W oparciu o uzyskane dane stwierdzono, iż największy odsetek badanych spożywa napoje orzeźwiające (97,2% wskazań) oraz soki (97,1%). Nieco mniej popularne są wody mineralne gazowane (89,4%) i wody mineralne niegazowane (88%).

Aby określić średnią częstotliwość spożycia poszczególnych rodzajów napojów, podanym w kafeterii przedziałom częstotliwości przyporządkowano wartości liczbowe, odpowiednio: 5 – „codziennie lub prawie codziennie”, 4 – „przynajmniej raz w tygodniu”, 3 – „kilka razy w miesiącu”, 2 – „raz w miesiącu”, 1 – „kilka razy w roku” i wyznaczono średnią arytmetyczną. Na tej podstawie stwierdzono, że najwyższa częstotliwość konsumpcji charakteryzuje soki owocowe, warzywne i owocowo-warzywne, dla których średnia częstotliwość spożycia wynosi 4,0, co oznacza, że są one spożywane „przynajmniej raz w tygodniu”. Niewiele niższą średnią charakteryzują się napoje orzeźwiające - wynosi ona 3,8, co oznacza przedział częstotliwości pomiędzy „kilka razy w miesiącu” a „przynajmniej raz w tygodniu”. Rzadziej pijane są wody mineralne niegazowane (śr. 3,4) oraz wody mineralne gazowane (śr. 3,3).

Analizując częstotliwość spożycia poszczególnych rodzajów napojów w zależności od płci, stwierdzono, iż zarówno dziewczęta, jak i chłopcy piją soki z taką samą średnią częstotliwością (4,0). Jeżeli chodzi o napoje orzeźwiające i wody mineralne gazowane, wyższą częstotliwość spożycia odnotowano w przypadku chłopców niż dziewcząt (odpowiednio 3,9 i 3,6 oraz 3,6 i 3,0). Natomiast wody mineralne niegazowane pijane są częściej przez dziewczęta (śr. 3,5) aniżeli przez chłopców (śr. 3,3).

Biorąc pod uwagę rodzaj szkoły, do której uczęszczali respondenci stwierdzono, iż wody mineralne niegazowane i napoje orzeźwiające częściej spożywane są przez młodzież gimnazjalną (średnie odpowiednio 3,8 i 4,0) niż dzieci ze szkoły podstawowej (3,2 i 3,7). W przypadku wód mineralnych gazowanych, częstotliwość konsumpcji tych produktów przez badanych uczących się w gimnazjum jest niższa w porównaniu z częstotliwością spożycia przez dzieci ze szkoły podstawowej (średnie odpowiednio 3,1 i 3,5). Z kolei analiza zależności częstotliwości spożycia soków od rodzaju szkoły wykazała, iż napoje te pijane są

niedu częściej przez dzieci ze szkoły podstawowej (śr. 4,1) niż młodzież gimnazjalną (śr. 3,9).

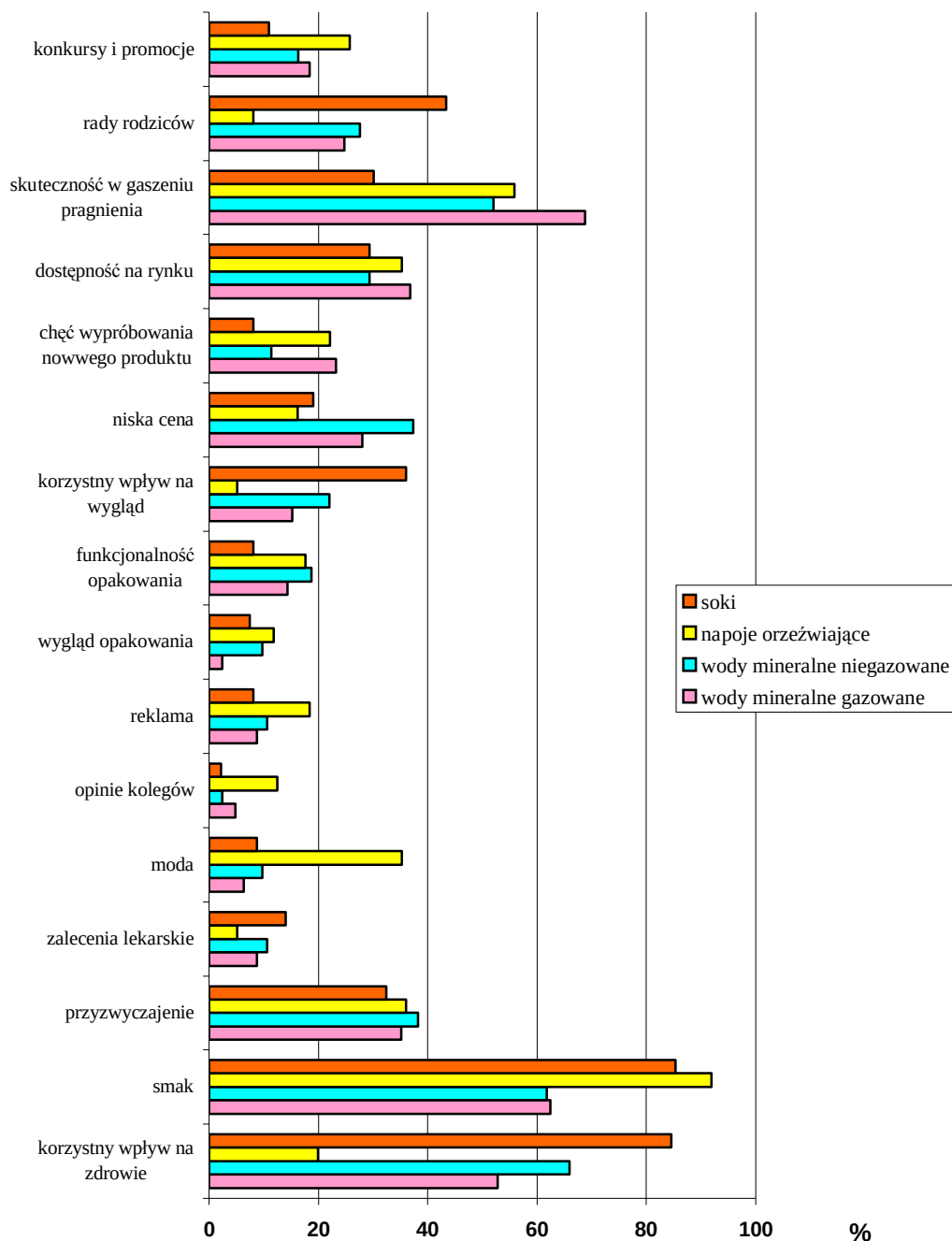
Kolejnym zagadnieniem, które poruszono analizując wielkość spożycia napojów bezalkoholowych była samoocena zmian w poziomie spożycia na przestrzeni ostatnich dwóch lat. Najwyższy odsetek respondentów, deklaruujących wzrost spożycia odnotowano w przypadku soków owocowych, warzywnych i owocowo-warzywnych (51,5%). W mniejszym stopniu ten kierunek zmian dotyczył napojów orzeźwiających (44,1%) i wód mineralnych niegazowanych (39,0%), a w najmniejszym wód mineralnych gazowanych (25,6%). Jeżeli chodzi natomiast mineralnych spadek spożycia, to w największym stopniu dotyczył on wód mineralnych gazowanych (34,4%) i wód mineralnych niegazowanych (26,0%).

Ważnym zagadnieniem poruszonym w ramach badań pierwotnych była ocena wiedzy żywieniowej dzieci i młodzieży. Ankietowanych poproszono o określenie jakie rodzaje napojów bezalkoholowych wpływają korzystnie, a jakie wywierają wpływ negatywny na zdrowie człowieka. Jak wynika z analizy odpowiedzi, zdaniem badanych korzystny wpływ na zdrowie mają głównie soki i wody mineralne, zaś negatywny napoje orzeźwiające, w tym głównie typu cola, przy czym świadomość żywieniowa jest większa wśród dziewcząt niż chłopców i wzrasta z wiekiem respondentów. Opinia wyrażona przez badanych jest zgodna z tym co na temat wpływu napojów bezalkoholowych na zdrowie mówią lekarze i specjaliści od żywienia. Jednak na podstawie wcześniej zaprezentowanych danych dotyczących powszechności i częstotliwości spożycia poszczególnych rodzajów napojów przez badanych, stwierdzić należy, że ich wiedza żywieniowa nie ma większego wpływu na strukturę konsumpcji realizowaną w praktyce.

Analiza uwarunkowań spożycia napojów bezalkoholowych przez badaną grupę dzieci i młodzieży wykazała, iż do najważniejszych powodów warunkujących ich konsumpcję należą: pozytywny wpływ na zdrowie, walory smakowe, skuteczność w gaszeniu pragnienia, przyzwyczajenie, a także dostępność i przystępna cena. Pierwsze z wymienionych uwarunkowań wskazane zostało przez największy odsetek badanych w odniesieniu do soków (84,6%), zaś najmniejszy w przypadku napojów orzeźwiających (20%). Z kolei skuteczność w gaszeniu pragnienia wskazywana była głównie w przypadku wód mineralnych gazowanych (68,8%), zaś najrzadziej w odniesieniu do soków (30%). Walory smakowe są powodem konsumpcji najczęściej wskazywanym w przypadku napojów

orzeźwiających (91,9%), nieco rzadziej w przypadku soków (85,3%), zaś najrzadziej w stosunku do wód mineralnych (gazowane 62,4% i niegazowane 61,8%). Natomiast przyzwyczajenie jako powód konsumpcji soków wskazywane było z podobną częstotliwością w przypadku wszystkich rodzajów napojów (odpowiednio: wody mineralne gazowane 35,2%, wody mineralne niegazowane 38,2%, napoje orzeźwiające 36%, soki 32,4%). Zbliżony odsetek respondentów w stosunku do wszystkich analizowanych rodzajów napojów bezalkoholowych wskazał również dostępność, jako czynnik motywujący do ich zakupu (odpowiednio: wody mineralne gazowane 36,8%, wody mineralne niegazowane 29,3%, napoje orzeźwiające 35,3%, soki 29%), natomiast przystępna cena jako powód konsumpcji wskazywana była głównie w przypadku wód mineralnych niegazowanych (37,4%) i gazowanych (28%), zaś znacznie rzadziej w odniesieniu do soków (19,1%) i napojów orzeźwiających (16,2%). Za najmniej istotne, w przypadku wszystkich rodzajów napojów, badani uznali takie uwarunkowania, jak: zalecenia lekarza, moda (z wyjątkiem napojów orzeźwiających), wpływ kolegów, reklama, atrakcyjność i funkcjonalność opakowania (rys. 1).

Oprócz określenia powodów konsumpcji napojów bezalkoholowych, interesujące było również zdefiniowanie, jakie okoliczności sprzyjają spożywaniu tych produktów. W oparciu o uzyskane dane stwierdzono, iż wody mineralne, tak gazowane, jak i niegazowane, pijane są przez dzieci i młodzież głównie dla zaspokojenia pragnienia, tj. w czasie wycieczek i podróży (odpowiednio 26,4% i 31,7%) czy podczas wysiłku fizycznego (odpowiednio 23,2% i 28,7%), rzadziej konsumowane są do posiłku lub w szkole na przerwie, zaś sporadycznie tylko w czasie spotkań towarzyskich. Inna hierarchia okoliczności towarzyszy spożyciu napojów orzeźwiających, które spożywane są głównie w czasie spotkań w barach i kawiarniach (47,8%) oraz w szkole na przerwie (45,6%). Rzadziej napoje te są pijane w sytuacjach, takich jak: podróże czy wysiłek fizyczny. Z kolei soki spożywane są głównie jako uzupełnienie posiłku (72,8%), rzadziej w czasie wycieczek i podróży (37,5%) oraz w szkole podczas przerw (26,5%).



Rys. 1. Uwarunkowania spożycia napojów bezalkoholowych przez młodocianych konsumentów  
 Graph 1. Conditions of non-alkoholic beverages consumption among young consumers  
 Źródło: Wachowicz, 2002

Analiza preferencji badanej grupy dzieci i młodzieży w zakresie smaku napojów bezalkoholowych wykazała, iż w przypadku napojów orzeźwiających najbardziej preferowanymi przez młodocianych konsumentów smakami są: smak typu cola (77,9% wskazań), pomarańczowy (53,7%) i egzotyczny (41,9%), zaś jeśli

chodzi o soki, to najbardziej lubianymi przez młodocianych konsumentów smakami są: pomarańczowy (52,9% wskazań) i jabłkowy (46,3%), a na kolejnych miejscach uplasowały się takie smaki, jak: marchwiowo – owocowy (22,1%), cytrynowy i brzoskwiniowy (po 21,3%).

Oprócz upodobań badanych w zakresie smaku, analizie poddano również spontaniczną znajomość oraz preferencje młodych konsumentów odnośnie marek napojów bezalkoholowych. Za najbardziej znane marki wód mineralnych respondenci uznali: Nałęczowiankę (46,4% wskazań), Bonaquę (33,6%), Muszyniankę (25,7%) oraz Żywiec Zdrój (17,1%). Z kolei wśród marek napojów orzeźwiających największy odsetek badanych wymienił: Coca – Colę (70% wskazań), Sprite (36,4%), Fantę (28,6%) i Pepsi (23,6%). Jeśli chodzi o soki, to najczęściej spontanicznie wymienianymi przez dzieci i młodzież markami były: Karotka (35%), Fortuna (31,4%), Kubuś (29,3%) i Hortex (27,1%).

Badając preferencje badanych w zakresie opakowań napojów stwierdzono, iż najbardziej preferowaną przez respondentów formą opakowania wód mineralnych są butelki plastikowe o pojemności powyżej 1 litra (43,9% wskazań dla wód niegazowanych i 42,4% dla wód gazowanych), następnie plastikowe butelki mniejsze, o pojemności 0,2 – 0,5 litra (odpowiednio 28,5% i 35,2% wskazań). Napoje orzeźwiające najchętniej nabywane są puszkach oraz opakowaniach kartonowych o pojemności powyżej 1 litra (po 30,9%), zaś w przypadku soków młodzi konsumenci, za najbardziej preferowaną formę opakowania uznali butelki szklane (46,3% - 1 litr i więcej, 33,1% - 0,2 – 0,5 litra).

Ostatnią kwestią poruszoną w badaniu była ocena zaopatrzenia polskiego rynku w poszczególne rodzaje napojów. Respondentów uczestniczących w badaniu poproszono o wyrażenie opinii na ten temat, dając im do dyspozycji 5-cio stopniową skalę (5- bardzo dobre...1- niedostateczne). Na tej podstawie stwierdzono, iż zdaniem badanych polski rynek najlepiej zaopatrzony jest w napoje orzeźwiające (średnia 4,3) oraz soki (4,1), zaś nieco gorzej w wody mineralne (3,9).

## WNIOSKI

Wyniki uzyskane w efekcie badania pierwotnego są podstawą do sformułowania następujących wniosków:

1. W stosunku do dorosłych konsumentów badana grupa dzieci i młodzieży spożywa napoje bezalkoholowe powszechniej, częściej i w większych ilościach, przy czym do najpopularniejszych wśród młodocianych konsumentów napojów należą soki i napoje orzeźwiające. Nie stwierdzono istotnych różnic pomiędzy spożyciem napojów realizowanym przez dzieci i młodzież z małego miasta oraz dużej aglomeracji.
2. Głównymi powodami spożycia napojów bezalkoholowych są ich walory smakowe, korzystny wpływ na zdrowie, skuteczność w gaszeniu pragnienia oraz dostępność, przy czym hierarchia uwarunkowań zależna jest od rodzaju napoju. Zaobserwowano pewnego rodzaju przeznaczenie konsumpcyjne poszczególnych rodzajów napojów - wody mineralne pijane są głównie dla zaspokojenia pragnienia w czasie wycieczek, podróży czy po wysiłku fizycznym, soki wykorzystywane są przede wszystkim jako uzupełnienie posiłku, zaś napoje orzeźwiające spożywane są głównie w czasie spotkań towarzyskich oraz w szkole na przerwach.
3. Do najbardziej preferowanych przez badanych marek napojów należą w przypadku wód mineralnych: Nałęczowianka, Muszynianka, Mazowszanka i Żywiec Zdrój, natomiast w odniesieniu do napojów orzeźwiających: Fanta, Coca-Cola, Plussz i Sprite, zaś w przypadku soków: Fortuna, Hortex, Cappy i Tymbark.
4. Wśród preferowanych smaków napojów badani wskazywali najczęściej w przypadku soków smaki: pomarańczowy, jabłkowy i marchwiowo-owocowy, natomiast w odniesieniu do napojów orzeźwiających smak typu cola, pomarańczowy i egzotyczny. Charakterystyczne jest, że dziewczęta nieco częściej jako preferowane wskazywały smaki słodkie, zaś chłopcy kwaśne i gorzkie.
5. Dzieci i młodzież dobrze orientują się w kwestii wpływu na zdrowie poszczególnych rodzajów napojów, przy czym świadomość żywieniowa jest większa wśród dziewcząt niż chłopców i wzrasta z wiekiem respondentów. Jednak posiadana przez badanych wiedza żywieniowa nie ma większego wpływu na realizowany przez nich poziom i strukturę spożycia napojów bezalkoholowych.



## PIŚMIENNICTWO

1. Biega E., 2002. Analiza zachowań dzieci szkolnych na rynku produktów konsumpcyjnych. Praca magisterska, SGGW
2. Olejniczuk – Merta A., 2000. Rodzice własnych rodziców. Życie handlowe /dodatek specjalny/ nr 70
3. Olejniczuk – Merta A., 2001. Komunikacja marketingowa na rynku młodych konsumentów. Handel wewnętrzny nr 6, s.23 – 27
4. Wachowicz A., 2002. Uwarunkowania zachowań młodocianych konsumentów na rynku napojów bezalkoholowych. Praca magisterska, SGGW

## YOUNG CONSUMERS BEHAVIOR ON NON-ALKOHOLIC BEVERAGES

**Abstract:** The aim of this article was presentation young consumers' behaviour on non-alcoholic beverages market, basing on the results of a questionnaire research. The data included in the paper concern frequency, conditions and circumstances of different kinds of non-alcoholic beverages consumption and young people preferences as far as a taste, brand and packages of particular beverages are concerned.

**Key words:** young consumers, preferences, non-alcoholic beverages.

*K. Żelazna, I. Kowalczyk; SGGW Warszawa, Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji, Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji, 02-776 Warszawa, ul. Nowoursynowska 159C, tel. 847 27 83, e-mail: kowalczyk@alpha.sggw.waw.pl*