

ZESZYTY NAUKOWE
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie

EKONOMIKA
i ORGANIZACJA
GOSPODARKI
ŻYWNOŚCIOWEJ

NR 118 (2017)

Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2017

RADA NAUKOWA

Ernst Berg (Faculty of Agriculture, University of Bonn), Štefan Bojnec (University of Primorska), Wojciech Józwiak (IERiGŻ-PIB), Bogdan Klepacki (SGGW), Binshan Lin (Business School, Louisiana State University), Jacek Kulawik (IERiGŻ-PIB), Walenty Poczta (Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu), Ludwig Theuvsen (Georg-August University of Göttingen)

KOMITET REDAKCYJNY

Maria Zajączkowska (redaktor honorowy), Aldona Zawojńska (redaktor naczelna), Joanna Wrześcińska-Kowal (zastępca redaktora naczelnego), Aneta Mięka (sekretarz), Alina Daniłowska (redaktor tematyczny – makroekonomia), Jarosław Gołębiowski (redaktor tematyczny – marketing), Irena Jędrzejczyk (redaktor tematyczny – ubezpieczenia), Henryk Runowski (redaktor tematyczny – zarządzanie i organizacja), Izabella Sikorska-Wolak (redaktor tematyczny – turystyka), Tomasz Siudek (redaktor tematyczny – bankowość i finanse), Wiesław Szczesny (redaktor statystyczny), Ludwik Wicki (redaktor tematyczny – mikroekonomia), Aldona Zawojńska (redaktor tematyczny – polityka gospodarcza i społeczna)

RECENZENCI nr 117 i 118

Piotr Adamczyk, Piotr Bórawski, Magdalena Cyrek, Piotr Cyrek, Bazyli Czyżewski, Anna Czubała, Alina Daniłowska, Hanna Dudek, Lesław Dudycz, Justyna Franc-Dąbrowska, Wojciech Grzegorzczak, Zbigniew Gołaś, Barbara Gołębiowska, Jarosław Gołębiowski, Marzena Hajduk-Stelmachowicz, Ewa Jaska, Andrzej Jędruchniewicz, Barbara Iwankiewicz-Rak, Ryszard Kata, Paweł Kobus, Małgorzata Kowalewska, Iwona Kowalska, Dagmar Lesakova, Tomasz Lesiów, Edward Majewski, Irena Ozimek, Małgorzata Pęciło-Pacek, Wojciech Pizło, Przemysław Pluskota, Walenty Poczta, Hanna Podedworna, Monika Podkowińska, Monika Utzig, Adam Sadowski, Tomasz Siudek, Jan Wiktor, Adam Wąs, Tomasz Zalega, Aldona Zawojńska

Redaktor techniczny – Krystyna Piotrowska

Tłumaczenie streszczeń na język angielski – Anna Kłoczko-Gajewska

ISSN 2081-6979 eISSN 2543-9863

Wydawnictwo SGGW

ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

tel. 22 593 55 20 (-22, -25 – sprzedaż), fax 22 593 55 21

e-mail: wydawnictwo@sggw.pl

www.wydawnictwosggw.pl

Druk: POLIMAX s.c., ul. Nowoursynowska 161 L, 02-787 Warszawa

Spis treści

Joanna Średzińska, Aldona Standar

Wykorzystanie analizy czynnikowej do badania determinant dochodów gospodarstw rolnych (na przykładzie krajów Europy Środkowo-Wschodniej) 5

Monika Szafrńska, Janusz Żmija

Typologia strategii oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych (na przykładzie województwa małopolskiego) 19

Dorota Komorowska

Wyniki produkcyjne i ekonomiczne wybranych typów gospodarstw rolnych w Polsce 31

Katarzyna Drabarczyk, Joanna Wrzeńska-Kowal, Aleksandra Jakubiec

Spółdzielczość spóżywców w Polsce w latach 2006–2014 na przykładzie wybranej spółdzielni 41

Monika Wieczorek-Kosmala

Risk financing choices of Polish companies – survey results 55

Katarzyna Żak

Towards a green enterprise 69

Ewa Jaska, Agnieszka Werenowska

Narzędzia public relation wykorzystywane w kreowaniu wizerunku organizacji pozarządowej 81

Robert Nowacki, Katarzyna Wasilik

Znajomość i zaufanie wobec certyfikatów zrównoważonej konsumpcji a idea społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w perspektywie młodych konsumentów 95

Krzyszyna Gutkowska, Agnieszka Batóg, Marta Sajdakowska

Wybrane aspekty spożycia wołowiny w rejonie o niekorzystnych wskaźnikach makroekonomicznych 111

Magdalena Gantner, Klaudia Kopczyńska, Katarzyna Król, Eugenia Czernyszewicz

Konkurencyjność jakościowa polskich odmian orzechów laskowych w zależności od ich właściwości fizykochemicznych 127

Joanna Średzińska, Aldona Standar

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej w Agrobiznesie
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Wykorzystanie analizy czynnikowej do badania determinant dochodów gospodarstw rolnych (na przykładzie krajów Europy Środkowo-Wschodniej)*

Wstęp

Rozwój społeczno-gospodarczy powoduje zwiększenie liczby powiązań między krajami i regionami oraz funkcjonującymi na ich obszarze podmiotami gospodarczymi. Przyczynia się on także do nasilenia procesów integracji i globalizacji. Skutkiem tego jest oddziaływanie wielu czynników na zjawiska i procesy gospodarcze, w tym na efektywność działalności różnych jednostek [Kisielińska i Stańko 2009, s. 63]. Ta wielość czynników determinujących dane zjawisko, a także ich zmienność w czasie dotyczą również ekonomiki wytwarzania w gospodarstwach rolnych, w tym uzyskiwanych przez nie dochodów [Kołoszko-Chomentowska 2007, s. 241]. Zmienność sytuacji dochodowej gospodarstw warunkowana jest czynnikami wewnętrznymi oraz wynikającymi z otoczenia. Wśród czynników wewnętrznych Runowski [2014, s. 195] wymienia strukturę i wielkość produkcji, poziom i strukturę nakładów oraz racjonalność ich stosowania, jak również przedsiębiorczość producentów rolnych. Za podstawowe uwarunkowanie zewnętrzne poziomu dochodów uważa on politykę rolną. Wielu autorów podkreśla, że większe znaczenie dla kształtowania dochodów rolniczych mają czynniki endogenne. Rembisz [2006, s. 15] argumentuje, że są one zależne od producenta i wpływają na poprawę efektywności wytwarzania, w tym zwłaszcza wydajności pracy jako podstawy dochodów. Gołębiowska

*Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji DEC-2012/05/B/HS4/04134.

[2008, s. 91] zauważa, że w danych warunkach siły wewnętrzne są kluczowe dla osiągnięcia powodzenia na rynku. Nie należy jednak umniejszać roli instrumentów polityki rolnej, w warunkach unijnych jest to szczególnie istotne w przypadku dopłat bezpośrednich. Jak dowodzi Baer-Nawrocka [2015, s. 184], stanowią one fundamentalne uwarunkowanie egzogenne dochodów producentów rolnych w Unii Europejskiej (UE). Na ich istotne znaczenie wskazują także między innymi badania Runowskiego [2014, s. 204], Mądrej [2010, s. 166] oraz Poczty i innych [2009, s. 28]. Kierując się zatem dokonanym przeglądem literatury¹ i przeprowadzonymi wcześniej badaniami², postanowiono uwzględnić w niniejszej analizie głównie czynniki o charakterze endogennym oraz dopłaty do działalności operacyjnej³.

Cel i metody badań

Głównym celem pracy było określenie czynników determinujących dochody gospodarstw rolnych w krajach Unii Europejskiej z Europy Środkowo-Wschodniej. Do realizacji powyższego celu posłużono się danymi regionalnymi FADN (ang. *Farm Accountancy Data Network*) z lat 2011–2013. Wykorzystanie trzyletniego zakresu czasowego było podyktowane charakterystyczną dla rolnictwa dużą zmiennością cen i produkcji, spowodowaną między innymi zależnością od warunków atmosferycznych i innych czynników egzogennych. Zabieg ten umożliwił zmniejszenie wpływu ewentualnych nieprzewidywalnych czynników na analizowane dane i uzyskane wyniki. Pozwolił on także na zwiększenie liczby przypadków na potrzeby analizy czynnikowej. W badaniu wykorzystano dane dla 87 makroregionów FADN z 11 krajów Europy Środkowo-Wschodniej, które wstąpiły do UE w latach 2004, 2007 i 2013⁴.

Na podstawie przesłanek merytorycznych i statystycznych wybrano do badania 11 zmiennych, które uznano za czynniki kształtujące dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego. Obliczono dla nich podstawowe pozycyjne miary położenia i zmienności, tj. minimum, medianę, maksimum oraz współczynnik zmienności (opracowany na podstawie mediany i odchylenia ćwiartkowego), według wzorów zaczerpniętych z publikacji Wysockiego i Liry [2005, s. 45, 50–51]. Wartości mediany obliczono dodatkowo dla wszystkich krajów uwzględnionych

¹Badania omówione wcześniej, a także Felczak [2014, s. 80–84], Zawadzka i inni [2011, s. 71–81].

²Poczta i inni [2009, s. 17–30], Średzińska i Poczta [2012, s. 210–218] oraz publikacje przygotowywane do druku.

³Było to także uwarunkowane dostępnymi danymi.

⁴Dla Chorwacji możliwe było zatem wykorzystanie danych wyłącznie dla 2013 roku, a nie dla lat 2011–2013 jak w przypadku pozostałych krajów.

w badaniu. Wśród wybranych zmiennych znalazły się cechy odzwierciedlające potencjał produkcyjny (Z_1 – Z_6), intensywność wytwarzania (Z_7 – Z_8), wartość produkcji (Z_9), wydajność produkcji roślinnej (Z_{10}) oraz dopłaty do działalności operacyjnej (Z_{11}). Do realizacji głównego celu opracowania wykorzystano analizę czynnikową⁵ przy użyciu pakietu Statistica 12. Badania rozpoczęto od analizy macierzy korelacji zmiennych – przeprowadzenie analizy czynnikowej jest bowiem zasadne tylko wtedy, gdy przynajmniej część zmiennych jest skorelowana [Poczta-Wajda 2010, s. 83–84]. Im silniejsze są korelacje między niektórymi zmiennymi, tym większy jest sens stosowania analizy czynnikowej. Po stwierdzeniu, że warunek ten został spełniony, przystąpiono do dalszych czynności. Wyboru liczby czynników dokonano na podstawie kryterium Kaisera, osypiska Cattella, kryterium połowy oraz wystarczającej proporcji. Zgodnie z pierwszym z kryteriów, wykorzystuje się tylko te czynniki, których wartość własna przyjmuje wartości powyżej 1. W drugim z wymienionych kryteriów na wykresie osypiska poszukuje się miejsca, na prawo od którego występuje łagodny spadek wartości własnych. W odniesieniu do kolejnego kryterium przyjęto, że liczba czynników powinna być mniejsza niż połowa liczby zmiennych, a każdy z wyłonionych czynników powinien wyjaśniać 10% całkowitej wariancji. W kryterium wystarczającej proporcji z kolei założono procent wyjaśnianej wariancji na poziomie 80. Do wyodrębnienia czynników z macierzy korelacji wybrano metodę składowych głównych [Stanisz 2007, s. 218, 228, 240]. Następnie przeprowadzono rotację czynników, tzn. poddano je transformacji liniowej. Ma to na celu uzyskanie sytuacji, w której każda zmienna ma wysoki ładunek tylko na jednym czynniku, a każdy czynnik ma przynajmniej kilka ładunków wysokich [Poczta-Wajda 2010, s. 84, za Górniak 2010, s. 46]. Dzięki takiemu zabiegowi można uzyskać zbiór czynników, który jest łatwiejszy w interpretacji niż czynniki pierwotnie uzyskane. Posłużono się rotacją varimax znormalizowaną. Jest to rotacja ortogonalna, dzięki której można wyłonić czynniki nieskorelowane ze sobą [Stanisz 2007, s. 232, 265, Bartkowiak i Poczta 2012, s. 145].

Wyniki badań

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 1, połowa badanych gospodarstw angażowała w proces produkcji w badanych latach 1,8 AWU⁶ lub więcej. Najmniejsze nakłady pracy występowały w gospodarstwach z regionów rumuń-

⁵Uzyskane wyniki planowano następnie wykorzystać w modelach regresji. Uznano to jednak za bezzasadne, bowiem wyodrębnione czynniki zostały utworzone przez zmienne, które we wcześniej przeprowadzanych badaniach miały różne znaki w konstruowanych modelach regresji.

⁶Annual Work Unit – jednostka przeliczeniowa pracy (równowartość 2120 godzin pracy na rok) [IERiGŻ-PIB 2014, s. 7].

Tabela 1

Podstawowe statystyki opisowe czynników determinujących dochody gospodarstw rolnych w krajach Unii Europejskiej z Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2011–2013

Wyszczególnienie	Symbol zmiennej	Min.	Mediana	Maks.	Współczynnik zmienności [%]
Nakłady pracy ogółem [AWU]	Z ₁	1,0	1,8	15,5	22,8
Powierzchnia UR [ha]	Z ₂	5,0	25,1	594,8	87,4
Wartość aktywów pomniejszona o wartość ziemi, upraw trwałych i kwot produkcyjnych [tys. euro]	Z ₃	18,3	81,3	972,4	44,4
Techniczne uzbrojenie pracy [tys. euro/AWU]	Z ₄	10,7	43,6	252,3	61,9
Techniczne uzbrojenie ziemi [tys. euro/ha]	Z ₅	0,9	2,4	56,2	65,1
Wyposażenie pracy w ziemię [ha/AWU]	Z ₆	4,4	14,9	64,5	68,1
Nakłady środków obrotowych [euro/ha]	Z ₇	390,9	709,7	1722,0	23,3
Nakłady środków trwałych [euro/ha]	Z ₈	57,1	143,1	699,2	26,6
Wartość produkcji ogółem [tys. euro]	Z ₉	9,1	42,0	609,7	48,3
Produkcja roślinna [euro/ha UR]	Z ₁₀	377,1	790,5	1232,0	15,5
Dopłaty do działalności operacyjnej [tys. euro]	Z ₁₁	0,8	7,6	164,0	69,0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm.

skich, największe natomiast cechowały gospodarstwa na Słowacji (tab. 2). Choć rozstęp tej cechy wydaje się duży, to jednak współczynnik zmienności wskazuje, że dyspersja w tym zakresie była niewielka (niespełna 23%). Znacznie większą zmiennością (największą spośród analizowanych zmiennych) charakteryzowała się powierzchnia zajmowanych użytków rolnych (UR), która wahała się od 5 do prawie 595 ha. Połowa gospodarstw dysponowała arealem mniejszym lub równym 25,1 ha UR. Powierzchnię przekraczającą 100 ha miały tylko gospodarstwa w Estonii, Czechach i na Słowacji i było to zaledwie dziewięć obserwacji (trzy regiony w każdym z trzech badanych lat). Gospodarstwa uwzględnionych w analizie krajów angażowały w proces produkcji od około 18 tys. do ponad 972 tys. euro wartości aktywów pomniejszonych o wartość ziemi, upraw trwa-

Tabela 2

Czynniki determinujące dochody gospodarstw rolnych w krajach Unii Europejskiej z Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2011–2013 (wartości mediany obliczone na podstawie danych regionalnych)

Wyszczególnienie	Z ₁	Z ₂	Z ₃	Z ₄	Z ₅	Z ₆	Z ₇	Z ₈	Z ₉	Z ₁₀	Z ₁₁
Bułgaria	2,5	46,6	67,8	19,4	1,1	17,9	663,8	129,0	49,8	807,9	8,2
Chorwacja	1,9	13,1	71,4	88,7	15,5	7,0	904,4	369,2	20,4	944,7	3,4
Czechy	6,6	228,9	817,9	103,8	3,0	35,0	1107,5	163,4	338,8	830,5	82,8
Estonia	2,0	125,9	198,6	87,4	1,4	62,6	642,1	114,7	109,9	460,6	24,6
Litwa	1,8	48,5	95,1	43,3	1,6	27,4	519,9	155,2	42,4	499,8	8,9
Łotwa	2,0	69,2	105,8	44,2	1,3	34,6	593,2	116,0	55,3	463,1	13,4
Polska	1,7	20,0	85,8	87,1	7,8	11,4	1036,1	238,5	33,8	886,8	6,0
Rumunia	1,3	10,6	31,7	24,3	2,8	7,9	650,2	119,4	14,0	754,9	2,1
Słowacja	14,7	552,9	940,3	34,4	0,9	38,0	835,6	155,0	592,2	621,6	158,3
Słowenia	1,5	11,4	100,7	123,1	15,8	7,9	1705,8	679,0	26,6	1130,2	7,2
Węgry	1,8	58,7	138,2	67,8	2,1	33,2	956,3	124,1	63,9	980,3	19,4

Źródło: Obliczenia własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rca/database/database_en.cfm.

łych i kwot produkcyjnych. Rozstęp tej cechy był więc znaczący, bowiem wartość maksymalna była ponad 53 razy większa od minimalnej. Stopień wyposażenia w ten czynnik produkcji odpowiadał poziomowi wykorzystania pracy i ziemi w omawianych gospodarstwach i najniższy był w regionach rumuńskich i bułgarskich, najwyższy natomiast w czeskich i słowackich.

Poza zasobami czynników wytwórczych dla kształtowania poziomu dochodu duże znaczenie mają relacje między nimi. Stąd w badaniu uwzględniono także techniczne uzbrojenie pracy i ziemi (mierzone wartością aktywów trwałych przypadającą na 1 pełnozatrudnionego i 1 ha UR) oraz wyposażenie pracy w ziemię (ha UR/AWU). Wszystkie wymienione cechy miały zmienność na poziomie około 60–70%, ale rozstęp był znacznie zróżnicowany. Pierwsza z wymienionych relacji w połowie gospodarstw przyjęła poziom niższy lub równy 43,6 tys. euro/AWU i dotyczyło to gospodarstw w Rumunii, Bułgarii, na Słowacji i Litwie. Pracą najlepiej wyposażoną w kapitał dysponowały z kolei gospodarstwa w Słowenii i jednym z regionów bułgarskich. W odniesieniu do drugiej z wymienionych relacji należy wskazać na duży rozstęp cechujący tę zmienną. Uzbrojenie ziemi wahało się bowiem w badanych latach od 0,9 tys. do ponad 56,2 tys. euro/ha. W połowie badanych gospodarstw było to 2,4 tys. euro/ha lub mniej. Największą wartość aktywów trwałych przypadającą na ha UR zaobserwowano w Słowenii i jednym z regionów rumuńskich. Wyposażenie pracy w ziemię nie cechowało się tak dużym rozstępem (wartość maksymalna była niespełna 15 razy większa od minimalnej), choć współczynnik zmienności na poziomie przekraczającym 68% uprawnia do stwierdzenia, że dyspersja tej zmiennej była relatywnie duża. W połowie badanych gospodarstw powierzchnia użytków rolnych przypadająca na pełnozatrudnionego nie przekroczyła 15 ha.

Za kolejny aspekt współkształtujący poziom dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego uznano intensywność wytwarzania. Do analizy włączono więc dwie zmienne odzwierciedlające jej poziom, tj. nakłady środków obrotowych i trwałych (mierzone odpowiednio zużyciem pośrednim oraz amortyzacją w przeliczeniu na 1 ha UR). W badanej zbiorowości cechy te miały względnie duże wyrównanie, na co wskazuje niewielki rozstęp, jak również poziom współczynnika zmienności, wynoszący odpowiednio 23,3 i 26,6%. Nakłady środków obrotowych na ha UR w połowie omawianych gospodarstw osiągnęły poziom równy około 710 euro/ha lub większy. W odniesieniu do nakładów środków trwałych mediana wyniosła ponad 143 euro/ha. Wartości maksymalne w przypadku obu omawianych zmiennych dotyczyły regionów słoweńskich. Dla tych gospodarstw odnotowano także największą wydajność produkcji roślinnej. Z kolei najniższy poziom tej cechy zaobserwowano w krajach bałtyckich. Należy jednak zauważyć, że zróżnicowanie tej zmiennej było niewielkie, na co wskazuje zarówno rozstęp, jak i współczynnik zmienności równy 15,5%.

Na poziom uzyskiwanych wyników dochodowych wpływa także skala produkcji. W badaniu uwzględniono zatem wartość produkcji wytworzonej w analizowanych gospodarstwach. Jej poziom wahał się w latach 2011–2013 od nieco ponad 9 tys. do prawie 610 tys. euro na gospodarstwo. Najmniejsze wartości tej cechy odnotowano w regionach rumuńskich, największe zaś w czeskich i słowackich, co jest bezpośrednio związane z wielkością gospodarstw mierzoną powierzchnią zajmowanych użytków rolnych, jak również wyposażeniem w pozostałe czynniki produkcji. Z powierzchnią użytków rolnych wiąże się także w sposób oczywisty wielkość dopłat unijnych do działalności produkcyjnej. Najbardziej wspierane tymi dopłatami były zatem gospodarstwa z Czech i ze Słowacji, najmniej zaś z Rumunii. Poziom tych dopłat w połowie badanych regionów nie przekraczał 7,5 tys. euro na gospodarstwo.

Z przedstawionych wcześniej informacji wynika, że poziom cech kształtujących dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego w krajach Europy Środkowo-Wschodniej jest zróżnicowany, a relacje między uwzględnionymi w badaniu zmiennymi są skomplikowane i niejednoznaczne. Gospodarstwa wyposażone w wiele czynników produkcji nie zawsze cechują się korzystnymi relacjami między tymi czynnikami (np. słowackie). Z kolei niektóre gospodarstwa dysponujące mniejszymi zasobami czynników wytwórczych charakteryzują się bardziej zadowalającymi proporcjami między nimi (np. w regionach słoweńskich). Posiadany potencjał produkcyjny może być też mniej lub bardziej racjonalnie wykorzystywany, przykładowo przez wybór odpowiedniej strategii wytwarzania: intensywnej lub ekstensywnej. Z uwagi na złożoność omawianego zagadnienia, za zasadne uznano wykorzystanie analizy czynnikowej do scharakteryzowania struktury zbioru badanych zmiennych. Jest to bowiem procedura statystyczna pozwalająca na wykrycie struktury oraz ogólnych prawidłowości w związkach między zmiennymi [Stanisz 2007, s. 213].

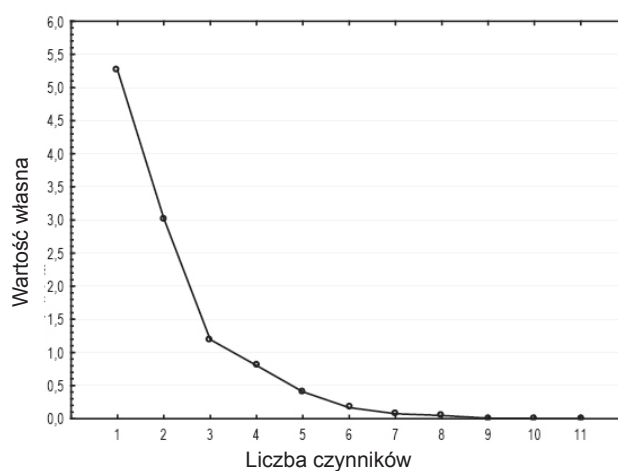
Jak wcześniej wspomniano, postępowanie badawcze rozpoczęto od analizy macierzy korelacji zmiennych. Po stwierdzeniu występowania silnych i istotnych statystycznie korelacji między analizowanymi cechami, przystąpiono do określenia liczby czynników. W tym celu posłużono się wcześniej opisanymi kryteriami. Zgodnie z nimi wyłoniono trzy czynniki. Każdy z nich wyjaśniał co najmniej 10% całkowitej wariancji, a jego wartość własna przekraczała 1. Łącznie wyjaśniały one ponad 86% całkowitej wariancji, a więc więcej niż przyjęty w założeniach próg (tab. 3). Decyzję o wyborze trzech czynników uzasadniono wykresem osypiska – na prawo od czynnika C_3 występuje łagodny spadek wartości własnych, który można określić jako osypisko czynnikowe (rys. 1).

Tabela 3

Wyniki analizy czynnikowej – wariacja wyjaśniona przez poszczególne czynniki (wyodrębnianie metodą składowych głównych)

Czynniki	Wartość własna	Procent ogółu wariacji	Skumulowana wartość własna	Skumulowany procent
C ₁	5,26	47,86	5,26	47,86
C ₂	3,02	27,49	8,29	75,35
C ₃	1,20	10,87	9,48	86,22
C ₄	0,80	7,32	10,29	93,54
C ₅	0,41	3,70	10,70	97,23
C ₆	0,17	1,53	10,86	98,76
C ₇	0,08	0,69	10,94	99,45
C ₈	0,05	0,44	10,99	99,89
C ₉	0,01	0,07	11,00	99,96
C ₁₀	0,00	0,02	11,00	99,99
C ₁₁	0,00	0,01	11,00	100,00

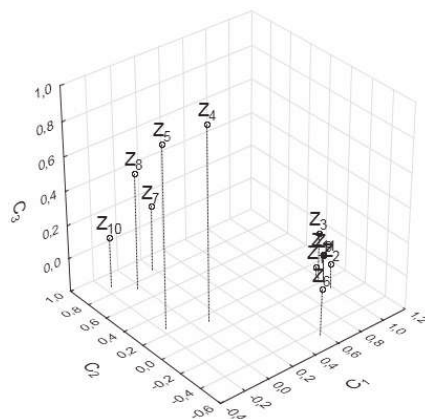
Źródło: Obliczenia własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm z wykorzystaniem pakietu Statistica 12.

**Rysunek 1**

Wykres osypiska

Źródło: Opracowanie własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm z wykorzystaniem pakietu Statistica 12.

Na rysunku 2 i w tabeli 4 przedstawiono wartości ładunków badanych zmiennych po rotacji dla wyłonionych czynników. W tabeli 4 pogrubioną czcionką zaznaczono wartości przekraczające 0,7. Zmienne opisujące wyodrębnione czynniki zestawiono w tabeli 5.



Rysunek 2

Wykres ładunków 3W

Źródło: Opracowanie własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm z wykorzystaniem pakietu Statistica 12.

Czynnik pierwszy (C_1) wyjaśnia prawie 48% całkowitej zmienności i jest reprezentowany przez pięć zmiennych (Z_1, Z_2, Z_3, Z_9 i Z_{11}). Są to cechy związane z wielkością gospodarstwa, odzwierciedlają bowiem wyposażenie w zasoby wytwórcze (pracę, ziemię i kapitał), wielkość produkcji (mierzoną jej wartością) oraz dopłaty do działalności operacyjnej, których poziom jest na ogół pochodną powierzchni gospodarstwa i wielkości produkcji. Najwyższe ładunki czynnikowe mają zmienne Z_9 i Z_{10} , co świadczy o tym, że w latach 2011–2013 największe znaczenie dla kształtowania wielkości gospodarstwa miały skala produkcji oraz poziom subwencji. Należy jednak podkreślić, że ładunki czynnikowe pozostałych zmiennych reprezentujących ten czynnik są również bardzo wysokie. Dotyczy to zasobów wszystkich czynników produkcji, a zwłaszcza ziemi (ładunek wynosi 0,981). W zasadzie można pokusić się o stwierdzenie, że rola wszystkich wcześniej wymienionych cech jest równorzędna.

Drugi z wyłonionych czynników (C_2) wyjaśnia ponad 27% zasobu zmienności wspólnej i odzwierciedla intensywność wytwarzania (mierzoną nakładami środków obrotowych i trwałych przypadającymi na ha UR) i, związaną z nią, wydajność produkcji roślinnej. Analizując wartości ładunków czynnikowych, należy stwierdzić, że największą rolę w kształtowaniu poziomu tego czynnika w gospodarstwach rolnych krajów Europy Środkowo-Wschodniej w badanych latach odegrała wydajność produkcji roślinnej (ładunek wynosi 0,872). Znaczenie zmiennej Z_7 , odzwierciedlającej zużycie pośrednie w przeliczeniu na ha UR, można jednak określić jako nieznacznie mniejsze (ładunek wynosi 0,852).

Ostatni z wyodrębnionych czynników C_3 , który wyjaśnia prawie 11% całkowitej wariancji, reprezentowany jest przez dwie zmienne uzupełniające

Tabela 4

Macierz ładunków czynnikowych (rotacja metodą Varimax znormalizowaną, oznaczone ładunki $s > 0,700000$)

Wyszczególnienie	Symbol zmiennej	Czynnik C ₁	Czynnik C ₂	Czynnik C ₃
Nakłady pracy ogółem	Z ₁	0,951	0,024	-0,107
Powierzchnia UR	Z ₂	0,981	-0,090	-0,056
Wartość aktywów pomniejszona o wartość ziemi, upraw trwałych i kwot produkcyjnych	Z ₃	0,968	0,021	0,093
Techniczne uzbrojenie pracy	Z ₄	0,100	0,135	0,941
Techniczne uzbrojenie ziemi	Z ₅	-0,168	0,254	0,866
Wyposażenie pracy w ziemię	Z ₆	0,567	-0,459	0,076
Nakłady środków obrotowych na ha UR	Z ₇	0,188	0,852	0,187
Nakłady środków trwałych na ha UR	Z ₈	-0,035	0,729	0,496
Wartość produkcji ogółem	Z ₉	0,996	0,001	-0,041
Produkcja roślinna na ha UR	Z ₁₀	-0,154	0,872	0,100
Dopłaty do działalności operacyjnej	Z ₁₁	0,995	0,000	-0,034
Wartość wyjaśnianej wariancji		5,206	2,319	1,959
Udział		0,473	0,211	0,178

Źródło: Obliczenia własne na podstawie http://ec.europa.eu/agriculture/rica/database/database_en.cfm z wykorzystaniem pakietu Statistica 12.

Tabela 5

Determinanty dochodów gospodarstw rolnych krajów Unii Europejskiej z Europy Środkowo-Wschodniej w świetle wyników analizy czynnikowej

Czynnik	Zmienna
C ₁	Z ₁ – nakłady pracy ogółem Z ₂ – powierzchnia UR Z ₃ – wartość aktywów pomniejszona o wartość ziemi, upraw trwałych i kwot produkcyjnych Z ₉ – wartość produkcji ogółem Z ₁₁ – dopłaty do działalności operacyjnej
C ₂	Z ₇ – nakłady środków obrotowych na ha UR Z ₈ – nakłady środków trwałych na ha UR Z ₁₀ – produkcja roślinna na ha UR
C ₃	Z ₄ – techniczne uzbrojenie pracy Z ₅ – techniczne uzbrojenie ziemi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie tabeli 4.

informacje o potencjale wytwórczym. Odzwierciedlają one bowiem techniczne uzbrojenie pracy i ziemi. Porównując wartości ładunków czynnikowych, można stwierdzić, że wyposażenie pracy w kapitał trwały miało większe znaczenie w gospodarstwach rolnych krajów Europy Środkowo-Wschodniej w analizowanym okresie niż nasycenie ziemi kapitałem (0,941 wobec 0,866).

Podsumowanie i wnioski

Z przeprowadzonych badań wynika, że kluczowe znaczenie w kształtowaniu poziomu dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego w analizowanej grupie państw miały: zasoby czynników wytwórczych, skala produkcji i stopień wsparcia dopłatami do działalności operacyjnej. Wniosek taki wydaje się słuszny, jeżeli pod uwagę weźmie się znaczne rozdrobnienie gospodarstw rolnych w większości badanych krajów. Mimo znacznej poprawy sytuacji w tym zakresie, jaka nastąpiła od momentu objęcia ich instrumentami wspólnej polityki rolnej w ramach struktur unijnych, w porównaniu z gospodarstwami w pozostałych krajach członkowskich UE dysproporcje pozostają nadal znaczące.

Istotnym czynnikiem kształtującym wielkość uzyskiwanego dochodu była także intensywność wytwarzania i, współwarunkowana jej poziomem, wydajność produkcji roślinnej. Należy przy tym wskazać na nieco większe znaczenie zużycia środków obrotowych niż trwałych przypadającego na ha UR. Wskazuje to nie tylko na potrzebę zmiany poziomu nakładów i/lub zmianę zagospodarowanego areału, ale także na zasadność zmiany struktury aktywów w gospodarstwach rolnych badanych krajów.

Przeprowadzone analizy wskazują także na konieczność racjonalnego kształtowania relacji między czynnikami produkcji. Ważną determinantą poprawy sytuacji dochodowej gospodarstw rolnych krajów Europy Środkowo-Wschodniej było także techniczne uzbrojenie pracy i ziemi, gdyż cecha ta kształtuje poziom uzyskiwanej wydajności wspomnianych czynników wytwórczych.

Literatura

- BAER-NAWROCKA A., 2015: *Kwestia parytetu dochodów rolniczych w krajach Unii Europejskiej*, [w:] A. Czyżewski, B. Klepacki (red.), *Problemy rozwoju rolnictwa i gospodarki żywnościowej w pierwszej dekadzie członkostwa w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo PTE, Warszawa, 177–186.
- BARTKOWIAK N., PO CZTA W., 2012: *Czynniki rozwoju obszarów wiejskich w Wielkopolsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Poznań.

- FELCZAK T., 2014: *Czynniki kształtujące wartość uzyskiwanego dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego*, Roczniki Naukowe SERiA 16(4), 80–84.
- GOŁĘBIEWSKA B., 2008: *Zróżnicowanie wykorzystania zasobów produkcyjnych w rolnictwie krajów UE*, Roczniki Naukowe SERiA 10(1), 91–96.
- GÓRNIAK J., 2010: *Wprowadzenie do analizy danych w marketingu. Analiza rynku przy użyciu technik wielowymiarowych*, SPSS Polska, Kraków.
- IERiGŻ-PIB, 2014: *Wyniki standardowe 2013 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN. Część I. Wyniki standardowe*, Warszawa.
- KISIELIŃSKA J., STAŃKO S., 2009: *Wielowymiarowa analiza danych w ekonomice rolnictwa*, Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G 96(2), 63–76.
- KOŁOSZKO-CHOMENTOWSKA Z., 2007: *Metody oceny czynników kształtujących dochody z działalności rolniczej*, Roczniki Naukowe SERiA 9(1), 241–244.
- MĄDRA M., 2010: *Czynniki kształtujące dochód w indywidualnych gospodarstwach rolniczych*, [w:] J. Lewandowski, B. Kusto (red.), *Czwarte warsztaty młodych ekonomistów (i nie tylko)*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlowej im. Bolesława Markowskiego w Kielcach, Kielce, 159–166.
- POCZTA W., ŚREDZIŃSKA J., MRÓWCZYŃSKA-KAMIŃSKA A., 2009: *Determinanty dochodów gospodarstw rolnych w Unii Europejskiej według typów rolniczych*, Zeszyty Naukowe SGGW Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej 76, 17–30.
- POCZTA-WAJDA A., 2010: *Nowoczesne techniki analityczne w kształceniu na studiach ekonomicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- REMBISZ W., 2006: *Endogenne i egzogenne warunki wzrostu dochodów producentów rolnych*, Zagadnienia Ekonomiki Rolnej 2(307), 14–30.
- RUNOWSKI H., 2014: *Kształtowanie się dochodów gospodarstw rolnych w Unii Europejskiej*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 361, 196–205.
- STANISZ A., 2007: *Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA PL na przykładach z medycyny. Tom 3. Analizy wielowymiarowe*, Wydawnictwo StatSoft Polska, Kraków.
- ŚREDZIŃSKA J., POCZTA W., 2012: *Zróżnicowanie sytuacji finansowej gospodarstw rolnych w krajach Unii Europejskiej z Europy Środkowo-Wschodniej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Poznań.
- WYSOCKI F., LIRA J., 2005: *Statystyka opisowa*, Wydawnictwo Akademii Rolniczej im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu, Poznań.
- ZAWADZKA D., ARDAN R., STRZELECKA A., 2011: *Determinanty dochodów gospodarstw rolnych w Polsce*, Zeszyty Naukowe SGGW Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej 88, 71–81.

Abstrakt

Głównym celem artykułu jest określenie czynników kształtujących dochody gospodarstw rolnych w krajach Unii Europejskiej z Europy Środkowo-Wschodniej. W badaniu wykorzystano dane regionalne FADN z lat 2011–2013. Do realizacji celu wykorzystano analizę czynnikową. Przeprowadzone badania wskazują, że najważniejszymi determinantami dochodów gospodarstw rolnych w krajach

Europy Środkowo-Wschodniej są: zasoby czynników wytwórczych, dotacje do działalności operacyjnej, wielkość produkcji i intensywność wytwarzania.

Słowa kluczowe: dochody, gospodarstwa rolne, Europa Środkowo-Wschodnia, FADN, analiza czynnikowa

The use of factor analysis to study the determinants of farms' income (on the example of Central and Eastern Europe countries)

Abstract

The main aim of the article is to determine the factors influencing farms' income in the European Union countries from Central and Eastern Europe (CEE). The research was based on regional FADN data from years 2011–2013. To achieve the purpose, the factor analysis was used. The study indicates that the most important determinants of farms' income in the CEE countries are: the resources of production factors, operating subsidies, production volume and intensity of production.

Key words: income, farms, Central and Eastern Europe, FADN, factor analysis

Monika Szafrńska, Janusz Żmija
Instytut Ekonomiki i Zarządzania Przedsiębiorstwami
Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

Typologia strategii oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych (na przykładzie województwa małopolskiego)

Wstęp

Globalizacja rynków finansowych i towarzyszący jej coraz intensywniejszy proces internacjonalizacji instytucji finansowych nie pozostają bez wpływu na konsumenta i jego zachowania na rynku. Wzrost wagi tej problematyki potęgowany jest także rozwojem technologicznym, rozszerzeniem oferty rynkowej dostępnej dla konsumentów oraz zmianami cywilizacyjno-kulturowymi [Smyczek 2014, s. 97].

W globalnej gospodarce rynkowej, wśród różnych obszarów zachowań konsumenta na rynku, szczególne miejsce zajmują zachowania finansowe przebiegające na rynkach finansowych. Zachowania te odnoszą się do wyborów konsumenta podczas poszukiwania, zakupów, użytkowania, oceny oraz rozdysponowania usług finansowych, które zaspokajają jego potrzeby [Smyczek 2012, s. 58–59].

W teoriach dotyczących zachowań finansowych gospodarstw domowych szczególna uwaga poświęcona jest kwestii gromadzenia oszczędności. Punkt wyjścia w analizach zachowań oszczędnościowych gospodarstw domowych stanowią teorie dochodowe Keynesa oraz Friedmana, a także teoria cyklu życia Modiglianiego i Brumberga. Pierwsza z wymienionych teorii – hipoteza dochodu absolutnego – zakłada, że poziom konsumpcji uzależniony jest od dochodu bieżącego. Z kolei, według teorii dochodu permanentnego Friedmana, wydatki konsumpcyjne gospodarstw domowych zależą w głównej mierze od dochodu stałego (permanentnego), rozumianego jako przeciętny dochód uzyskiwany w ciągu całego życia konsumenta. Teoria cyklu życia wyróżnia dwa okresy: czas

pracy, w trakcie którego jednostka akumuluje bogactwo, oraz czas emerytury, kiedy jednostka może skorzystać ze zgromadzonego w czasie pracy bogactwa, co pozwala na utrzymanie określonego standardu życia nawet w okresie uzyskiwania mniejszych dochodów [Ando i Modigliani 1963, s. 56].

Teorie dochodowe i teoria cyklu życia zakładają w pełni racjonalne zachowania jednostek, które w praktyce nie występują. W 1975 roku Katona stwierdził, że najważniejszą rolę w kształtowaniu zachowań nabywców odgrywają czynniki o charakterze psychologicznym, a oszczędzanie jest wypadkową zdolności i chęci oszczędzania [Garczarczyk i in. 2014, s. 18]. W ślad za tym autorem w nurcie prac z zakresu ekonomii powszechnie przyjmuje się, że konsumenci na rynku działają z ograniczoną racjonalnością.

W 1988 roku Shefrin i Thaler stworzyli behawioralną hipotezę cyklu życia bazującą na samokontroli (ang. *self-control*) i systemie księgowania umysłowego (ang. *mental accounting*). Podstawą tej teorii nie tylko była analiza zachowań racjonalnych, ale także rzeczywiste ludzkie zachowanie. Badania nad efektem samokontroli prowadzili także Rha, Montalto i Hanna, udowadniając w nich, że gospodarstwa domowe, które stosowały się do ustanowionych zasad oszczędzania (ang. *saving rules*) więcej oszczędziły niż te, które takich zasad nie stosowały. Mental accounting polega na dokonywaniu w procesie podejmowania decyzji mentalnej kalkulacji zysków i strat. Proces rachunkowości mentalnej jest zróżnicowany w zależności od wybranej strategii finansowej realizowanej przez gospodarstwa domowe [Bańbuła 2006, s. 50].

Jak wynika z badań krajowych [Kata 2010, s. 144; Kuśmierczyk 2011, s. 33; Maciejasz-Świątkiewicz 2012, s. 45] i zagranicznych [Deirdre 2007, s. 53], strategię oszczędnościową realizowane przez gospodarstwa domowe różnią się w zależności od miejsca zamieszkania konsumentów (miasto lub wieś). Jak wskazują Kata i inni [2015, s. 8], przyczyny zróżnicowania zachowań finansowych pomiędzy mieszkańcami miast i wsi leżą zarówno po stronie popytowej, jak i podażowej. Do tych pierwszych należy zaliczyć małe dochody ludności wiejskiej oraz czynniki behawioralne i edukacyjne. Z kolei po stronie podażowej należy wskazać słaby rozwój infrastruktury finansowej na obszarach nieurbaniзовanych, niedopasowanie oferty usług do potrzeb lokalnych klientów oraz asymetrię informacji.

Strategie finansowe gospodarstw domowych są także zróżnicowane regionalnie. Pewnych informacji na ten temat dostarczają badania empiryczne dotyczące sytuacji życiowej Polaków, przeprowadzone w ramach projektu Diagnoza Społeczna. W świetle tych badań zdecydowanie najrzadziej posiadanie oszczędności deklarowały gospodarstwa domowe z województw warmińsko-mazurskiego (70% z nich nie posiadało żadnych oszczędności) i kujawsko-pomorskiego (prawie 65%) [Czapiński i Panek 2015, s. 56]. Różnice w skłonności

do oszczędzania gospodarstw domowych w zależności od przynależności administracyjnej do danego województwa zostały zauważone również w badaniach przeprowadzonych przez TNS Polska dla Związku Banków Polskich [TNS Polska 2014, s. 16–17].

Mając na uwadze regionalne zróżnicowanie zachowań oszczędnościowych konsumentów, jak również różnice w zachowaniach finansowych między miejskimi i wiejskimi gospodarstwami domowymi, konieczne wydaje się poznanie specyfiki zachowań oszczędnościowych wybranych grup konsumentów. Otrzymane informacje mogą posłużyć do przeprowadzenia segmentacji klientów instytucji finansowych, budowy przez nie skutecznych strategii marketingowych, stworzenia oferty produktów dopasowanych do mieszkańców wsi, co bezpośrednio może wpłynąć na wzrost poziomu inkluzji finansowej na obszarach wiejskich.

Głównym celem pracy jest identyfikacja i charakterystyka poszczególnych typów strategii oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych w województwie małopolskim, a także określenie motywów, którymi kierują się konsumenci, podejmując decyzje o oszczędzaniu.

Metody badań

Podstawowym źródłem danych do analizy i wnioskowania były informacje pierwotne pochodzące z badań własnych. W badaniach wykorzystano technikę wywiadu osobistego. Badania miały charakter badań regionalnych. Zakres przestrzenny badań objął wiejskie obszary województwa małopolskiego.

Badania przeprowadzono w 2014 roku na grupie 384 respondentów. Doboru respondentów dokonano metodą doboru warstwowego proporcjonalnego. Warstwami (grupami) próby były podregiony województwa małopolskiego według klasyfikacji GUS [2013, s. 96–97]. Struktura próby badawczej pod względem podregionu zamieszkania i płci odpowiadała populacji generalnej.

Wśród osób, które uczestniczyły w badaniu, 54% stanowiły kobiety, a 46% mężczyźni. W badaniach brały udział tylko osoby pełnoletnie (powyżej 18. roku życia). Prawie 45% badanych stanowiły osoby w wieku 18–35 lat, 36% osoby w wieku 36–55 lat. Co piąty respondent miał powyżej 55 lat. Najliczniejsza grupa respondentów miała wykształcenie wyższe (49%). Osoby z wykształceniem średnim stanowiły 36% ogółu badanych. Pozostali respondenci deklarowali wykształcenie zawodowe. Duży udział osób z wykształceniem wyższym wynika z tego, że osoby te chętniej wyrażały chęć udziału w badaniach. Dominującą grupą respondentów były osoby pracujące (2/3 badanych). W badaniach wzięli udział także studenci (19%), emeryci i renciści (9%). Najmniej liczną grupą

byli bezrobotni (8%). Dominowały czteroosobowe gospodarstwa domowe oraz gospodarstwa, w których przeciętny miesięczny poziom dochodu netto na osobę w rodzinie mieścił się w przedziale 501–1000 zł.

Do realizacji wyznaczonego celu zastosowano wskaźniki struktury oraz niehierarchiczną metodę analizy skupień – grupowanie metodą k -średnich. Celem tej metody jest wyodrębnienie homogenicznych grup konsumentów przy zachowaniu minimalizacji zmienności wewnątrz skupień oraz maksymalizacji zmienności między poszczególnymi skupieniami [Stanisz 2007, s. 127–128]. W celu porównania otrzymanych wyników z innymi badaniami w analizie przyjęto podział populacji na sześć skupień (sześć strategii oszczędnościowych) według Anioły i Gołasia [2013b, s. 78]. Wyniki badań zostały przedstawione w formie opisowej i graficznej (tabele i wykresy).

Portfel oszczędnościowy wiejskich gospodarstw domowych

Oszczędności gospodarstw domowych są częścią dochodu, która nie jest przeznaczona do spożycia i która jest przechowywana w gotówce, instrumentach finansowych i zasobach rzeczowych [Korenik 2003, s. 119]. Jednym z kryteriów podziału oszczędności jest ich dobrowolność gromadzenia. Na podstawie tego kryterium w wąskim zakresie wyróżnia się oszczędzanie dobrowolne i przymusowe. Oszczędzanie dobrowolne oznacza świadomą, wolną od zewnętrznych nacisków rezygnację gospodarstwa domowego z wydatkowania części swych dochodów na bieżące cele konsumpcyjne. O oszczędzaniu przymusowym mówimy wówczas, gdy rezygnacja z wydatkowania części dochodów na konsumpcję odbywa się pod przymusem prawnym (np. obowiązkowe składki emerytalne) lub przymusem ekonomicznym (w warunkach deficytu towarów na rynku) [Bywalec 2009, s. 163]. W niniejszym opracowaniu analizie poddano tylko oszczędności o charakterze dobrowolnym.

Podstawowym kryterium analitycznym wykorzystywanym w badaniu zachowań oszczędnościowych gospodarstw domowych jest skłonność do oszczędzania mierzona odsetkiem gospodarstw deklarujących posiadanie oszczędności [Anioła i Gołaś 2012, s. 37]. Jak wynika z przeprowadzonych badań, prawie 40% analizowanych gospodarstw domowych posiadało oszczędności. Otrzymane rezultaty są zbieżne z wnioskami badania Diagnozy Społecznej, z których wynika, że w 2013 roku oszczędności posiadało 41% polskich gospodarstw domowych, a w 2015 roku odpowiednio 45% [Czapiński i Panek 2015, s. 56]. Oszczędności posiadały w równym stopniu kobiety i mężczyźni, głównie osoby

w wieku 35–54 lat, osoby najlepiej wykształcone oraz gospodarstwa domowe posiadające największy dochód netto przypadający na osobę w rodzinie.

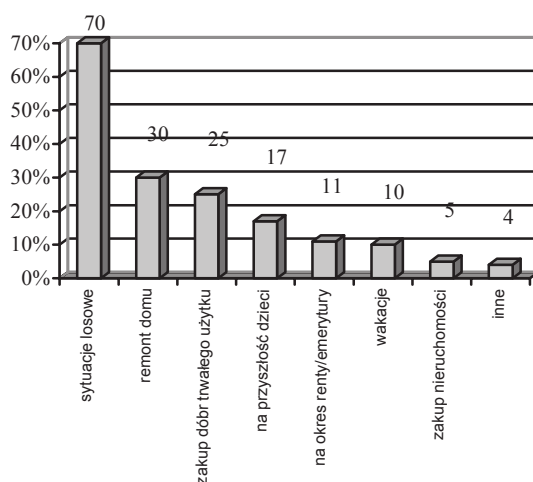
Drugim wskaźnikiem charakteryzującym zachowania oszczędnościowe gospodarstw domowych jest stopa oszczędzania mierzona relacją poziomu oszczędności gospodarstwa domowego do jego dochodów [Anioła i Gołaś 2012, s. 38]. W grupie oszczędzających gospodarstw domowych ($n = 150$) tylko 35% jednostek posiadało oszczędności większe od trzymiesięcznych dochodów gospodarstwa. Wyniki te są na niższym poziomie niż rezultaty uzyskane w badaniu *Diagnoza Społeczna*, w świetle którego prawie 42% Polaków w 2013 roku deklarowało oszczędności na poziomie wyższym niż trzymiesięczne dochody gospodarstwa domowego [Czapiński i Panek 2015, s. 56]. Otrzymana różnica wynika z tego, że rezultaty zamieszczone we wspomnianym raporcie dotyczą całej populacji Polaków, a w niniejszym opracowaniu próba została zawężona do mieszkańców wsi jednego z województw.

Mimo znaczącego rozwoju rynku usług finansowych w Polsce w ostatnim okresie oraz wzrostu aktywności promocyjnej instytucji finansowych, Polacy preferują tradycyjne produkty umożliwiające oszczędzanie i pozostają nieufni wobec alternatywnych metod inwestowania wolnych środków [Anioła i Gołaś 2012, s. 39]. Jak wynika z przeprowadzonych badań, największy udział w strukturze składników portfela oszczędnościowego wiejskich gospodarstw domowych mają tradycyjne lokaty. Tę formę oszczędzania wskazało 66% oszczędzających gospodarstw domowych. Otrzymane wyniki są zbieżne z rezultatami badań innych autorów, z których wynika, że 67% respondentów w 2013 roku posiadało lokaty bankowe [Czapiński i Panek 2015, s. 57].

Kolejną formą oszczędzania jest gotówka. Prawie 50% oszczędzających respondentów złożyło deklarację, że dysponuje wolnymi środkami w gotówce. W porównaniu z rezultatami badań innych autorów [Czapiński i Panek 2015, s. 57], uzyskano wartości większe o 4 p.p. Otrzymane wyniki potwierdzają to, że wiejskie gospodarstwa domowe cechuje tradycjonalizm i duże „przywiązanie” do gotówki. Sytuacja ta może wynikać również z gorszego dostępu do infrastruktury finansowej na obszarach wiejskich.

Trzecim najczęściej preferowanym produktem oszczędnościowym były jednostki funduszy inwestycyjnych. Ich udział w portfelu oszczędnościowym wiejskich gospodarstw domowych w porównaniu z dwoma wcześniej omówionymi formami oszczędzania jest jednak mały i wynosi 5%. Do 2007 roku ta forma inwestowania była bardzo popularna w Polsce, jednak po krajowym kryzysie finansowym, w wyniku znacznego zmniejszenia wartości zgromadzonych jednostek w funduszach, obserwuje się mniejsze zainteresowanie gospodarstw domowych tą formą lokowania wolnych środków finansowych.

Znaczenie pozostałych form oszczędzania było wyraźnie mniejsze. Jedynie 3% wiejskich gospodarstw domowych województwa małopolskiego zainwestowało wolne środki w obligacje, a 1% posiadało akcje, które głównie zostały nabyte w powszechnych programach prywatyzacji. Zdaniem Smyczka [2014, s. 99], niski poziom korzystania z usług finansowych oferowanych przez rynek kapitałowy wynika z jednej strony z braku wolnych środków finansowych, a z drugiej z niepewności co do uzyskania korzyści finansowych i z obawy o utratę środków. Wśród pozostałych form oszczędzania należy wymienić zakup nieruchomości oraz polis ubezpieczeniowych. Tylko trzech respondentów zadeklarowało posiadanie produktów finansowych umożliwiających zbieranie środków pieniężnych na przyszłą emeryturę (konta IKE i IKZE).



Rysunek 1

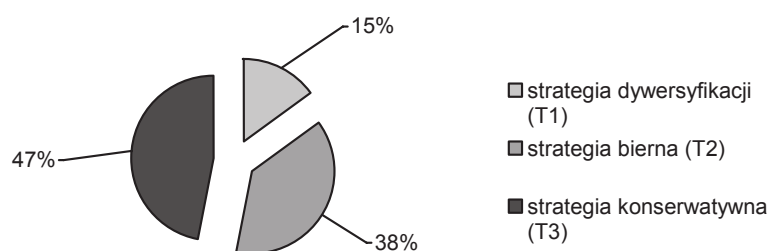
Motywy oszczędzania wiejskich gospodarstw domowych (n = 150; wyrób wielokrotny, 258 wskazań)

Źródło: Badania własne.

Ważnym aspektem zachowań oszczędnościowych są motywy gromadzenia oszczędności. Jak wynika z danych zaprezentowanych na rysunku 1, głównym celem gromadzonych oszczędności przez wiejskie gospodarstwa domowe były niespodziewane wydatki na sytuacje losowe. Taką odpowiedź wskazało 70% oszczędzających ankietowanych. Otrzymane rezultaty są zbieżne z wynikami ogólnopolskich badań [Czapiński i Panek 2015, s. 57]. W dalszej kolejności ankietowani przeznaczali oszczędności na remont domu (30%) i zakup dóbr trwałego użytku (25%). Prawie 20% respondentów oszczędzało na przyszłość dzieci. Niepokojące jest, że tylko 11% badanych odkładało pieniądze na okres emerytury. Otrzymane wyniki w przypadku tego motywu oszczędzania są zbieżne z rezultatami badań Fundacji Kronenberga [2014, s. 42].

Typy strategii oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych

W celu wyodrębnienia poszczególnych typów strategii oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych zastosowano niehierarchiczną metodę analizy skupień – grupowanie metodą k-średnich. Podstawowym kryterium klasyfikacji dokonanej przy zastosowaniu analizy skupień były różne formy oszczędzania i inwestowania. Analizę przeprowadzono na podstawie siedmiu zmiennych: gotówka, lokaty bankowe, fundusze inwestycyjne, dodatkowe fundusze emerytalne, obligacje, akcje oraz pozostałe formy inwestowania. Na podstawie przyjętych kryteriów segmentacji wyodrębniono trzy typy strategii oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych: T1 – strategię dywersyfikacji, T2 – strategię bierną oraz T3 – strategię konserwatywną, co zostało zaprezentowane na rysunku 2 i w tabeli 1. W tabeli 2 przedstawiono podstawowe informacje dotyczące wybranych czynników determinujących zachowania oszczędnościowe wiejskich gospodarstw domowych w poszczególnych typach.



Rysunek 2

Strategie oszczędnościowe wiejskich gospodarstw domowych (n = 150)

Źródło: Badania własne.

Tabela 1

Typy strategii oszczędnościowych w wiejskich gospodarstwach domowych (częstość deklarowania posiadania poszczególnych produktów oszczędnościowych – % gospodarstw; n = 150)

Forma oszczędności	Typ strategii		
	T1 – dywersyfikacji	T2 – bierna	T3 – konserwatywna
Lokaty w bankach	75	55	70
Gotówka	80	41	38
Dodatkowe fundusze emerytalne	9	0	1
Fundusze inwestycyjne	9	2	7
Obligacje	9	2	3
Akcje	9	0	0
Inne	9	5	3

Źródło: Badania własne.

Tabela 2

Czynniki determinujące poszczególne typy strategii oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych (n = 150)

Wyszczególnienie		Typ strategii		
		dywersyfikacji	bierna	konserwatywna
		%		
Płeć respondenta	kobieta	44	54	57
	mężczyzna	56	46	43
Wiek respondenta [lata]	do 24	13	12	21
	25–35	11	16	19
	35–44	23	26	22
	45–54	27	22	20
	55–64	15	14	9
	65 i więcej	11	10	9
Wykształcenie respondenta	podstawowe/gimnazjalne	8	7	6
	zawodowe	24	25	25
	średnie	47	49	45
	wyższe	21	19	24
Wielkość gospodarstwa domowego	jednoosobowe	4	5	6
	dwuosobowe	17	14	14
	trzyosobowe	23	23	24
	czteruosobowe	24	29	30
	pięćosobowe	32	29	26
Przeciętny, miesięczny dochód netto na osobę w gospodarstwie domowym [zł]	≤500 zł	8	16	20
	501–1000	38	34	38
	1001–1500	24	24	21
	1501–2000	17	17	13
	2001–3000	11	4	5
	≥3001	2	5	3
Główne źródło dochodu w gospodarstwie domowym	praca	77	71	67
	dochód z gospodarstwa rolnego	5	4	7
	renta/emerytura	12	16	15
	inne	6	9	11
Rachunek w banku lub SKOK	tak	77	80	84
	nie	23	20	16
Kredyt	konsumpcyjny	20	24	27
	hipoteczny	3	7	8

Źródło: Badania własne.

Wiejskie gospodarstwa domowe województwa małopolskiego charakteryzują się mniejszym zróżnicowaniem stosowanych strategii oszczędnościowych, w porównaniu z wynikami ogólnopolskimi. Jak wynika z badań Anioły i Gołasia [2013a, s. 23], w polskich gospodarstwach domowych zidentyfikowano aż sześć strategii. W analizowanej grupie podmiotów nie stwierdzono strategii: wybitnie konserwatywnej, agresywnej i małego ryzyka. Wynika to z tego, że portfel oszczędnościowy wiejskich gospodarstw domowych nie jest zdywersyfikowany i tworzą go głównie lokaty bankowe i gotówka.

Jedną z wyodrębnionych strategii była strategia dywersyfikacji (T1) reprezentowana przez najmniej liczną grupę gospodarstw (15%), cechująca się najwyższą stopą oszczędzania. W zdywersyfikowanym portfelu oszczędnościowym wolne środki przechowywane były w formie gotówkowej (72% badanych gospodarstw) oraz na bankowych rachunkach terminowych (75%). W porównaniu z pozostałymi wyodrębnionymi grupami w strukturze portfela oszczędnościowego większe znaczenie miały inne formy oszczędzania, także jednostki funduszy inwestycyjnych czy inwestycje w akcje. Respondenci z tej grupy, w porównaniu z pozostałymi grupami strategii, rzadziej deklarowali posiadanie kredytów hipotecznych i konsumpcyjnych, reprezentowali również postawę, że wolą oszczędzać niż żyć „na kredyt”. W tej grupie znajdowali się głównie mężczyźni, osoby w wieku 35–54 lat oraz z wykształceniem zawodowym i średnim. Dominowały w niej rodziny wieloosobowe. Gospodarstwa domowe reprezentujące strategię T1 cechują się najkorzystniejszą sytuacją dochodową.

Kolejny wyodrębniony typ strategii oszczędnościowej stanowi strategia bierna (T2), którą reprezentuje prawie 40% badanych. Grupa ta charakteryzuje się najniższą stopą oszczędzania. Prawie 60% osób z tej grupy posiadało lokaty bankowe, a 39% miało oszczędności w gotówce. Wykorzystanie alternatywnych do lokat instrumentów finansowych w tej grupie było również najmniejsze. W porównaniu z wcześniej omówioną strategią (T1), respondenci reprezentujący strategię T2 częściej korzystali z różnych rodzajów kredytów. Były to kobiety, badani w wieku 35–54 lat, z wykształceniem średnim. Strategię T2 preferują głównie renciści i emeryci.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, najliczniejszą grupą osób są respondenci reprezentujący strategię T3 – konserwatywną (47% badanej próby). Ta grupa osób charakteryzuje się najmniejszym udziałem jednostek, które wolne środki przechowują w gotówce. Jednocześnie są to osoby, które charakteryzują się najwyższym współczynnikiem ubankowienia ze wszystkich analizowanych grup. Prawie 3/4 respondentów reprezentujących strategię konserwatywną posiada również lokatę w banku. Udział pozostałych instrumentów finansowych w portfelu oszczędnościowym jest większy niż u osób reprezentujących stosujących strategię T2, mniejszy u osób wybierających strategię T1. Osoby zakwa-

lifikowane do strategii T3, w porównaniu z pozostałymi, najczęściej korzystały z kredytów. Jak wynika z danych z tabeli 2, strategia ta cechuje głównie kobiety, osoby najmłodsze, rodziny czteroosobowe oraz najuboższe gospodarstwa domowe. W tej grupie respondentów udział osób, których głównym źródłem dochodu są środki pochodzące z pracy we własnym gospodarstwie rolnym lub pozostałych źródeł (zasiłki, pomoc osób z zagranicy itp.) jest największy.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania umożliwiły charakterystykę wybranych zachowań oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych w województwie małopolskim oraz identyfikację typów strategii oszczędnościowych realizowanych przez te gospodarstwa.

1. Badane wiejskie gospodarstwa domowe charakteryzują się małą skłonnością do oszczędzania, jednak nie jest ona mniejsza niż średnia dla całego kraju. Prawie 60% respondentów nie posiadało oszczędności. Z kolei w grupie oszczędzających gospodarstw tylko 1/3 z nich posiadała oszczędności na poziomie wyższym niż trzymiesięczne dochody gospodarstwa.
2. Głównymi formami gromadzenia oszczędności przez analizowane wiejskie gospodarstwa domowe były lokaty bankowe i gotówka. Zainteresowanie pozostałymi formami oszczędzania, takimi jak: papiery wartościowe, lokaty w dobrach materialnych, polisy ubezpieczeniowe było niewielkie.
3. Oszczędności ankietowanych w głównej mierze stanowiły rezerwę na nieprzewidziane zdarzenia losowe, remont domu oraz zakup dóbr trwałego użytku. Tylko 11% badanych gospodarstw gromadziło oszczędności „na starość”. W tym przypadku zauważono różnice między Małopolską a resztą kraju w zakresie zachowań oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych, w których gromadzenie oszczędności na okres emerytury było, poza sytuacjami losowymi, drugim najważniejszym motywem oszczędzania.
4. W przypadku badanych gospodarstw zidentyfikowano tylko trzy strategie: konserwatywną, bierną oraz dywersyfikacji. Dominującą spośród sześciu możliwych była strategia konserwatywna.

Literatura

ANDO A., MODIGLIANI F., 1963: *The Life Cycle Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests*, *The American Economic Review* 53(1), 1, 55–84.

- ANIOLA P., GOŁAŚ Z., 2012: *Zastosowanie wielowymiarowych metod statystycznych w typologii strategii oszczędnościowych gospodarstw domowych w Polsce*, Materiały i Studia NBP 282.
- ANIOLA P., GOŁAŚ Z., 2013a: *Strategie oszczędnościowe gospodarstw domowych w Polsce*, Journal of Agribusiness and Rural Development 1(27), 19–31.
- ANIOLA P., GOŁAŚ Z., 2013b: *Zachowania oszczędnościowe gospodarstw domowych w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Poznań.
- BAŃBUŁA P., 2006: *Oszczędności i wybór międzyokresowy – podejście behawioralne*, Materiały i Studia NBP 208.
- BYWALEC Cz., 2009: *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- CZAPIŃSKI J. (red.), PANEK T., 2015: *Diagnoza Społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków*, Contemporary Economics 9(4).
- DEIRDRE E., 2007: *Financial Inclusion and Capability in Rural Scotland*, Scottish Council Foundation, Edinburgh.
- Fundacja Kronenberga, 2014: *Postawy Polaków wobec oszczędzania*, PBS, Warszawa.
- GARCZARCZYK J., MOCEK M., SKIKIEWICZ R., 2014: *Zachowania gospodarstw domowych na rynku usług finansowych w warunkach zmiennej koniunktury*, Cedewu.pl, Warszawa.
- GUS, 2014: *Rocznik statystyczny województw 2013*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- KATA R., 2010: *Korzystanie przez rolników i przedsiębiorców wiejskich z usług bankowych – analiza preferencji i ograniczeń*, Zagadnienia Ekonomiki Rolnej 1(322), 143–162.
- KATA R., WALENIA A., PYRKOSZ D.S., 2015: *Wykluczenie finansowe ludności wiejskiej w Polsce*, Journal of Agribusiness and Rural Development 4(38), 1–10.
- KORENIK D., 2003: *Oszczędzanie indywidualne w Polsce*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
- KUŚMIERCZYK K., 2011: *Ekonomiczne i demograficzne uwarunkowania konsumpcji w regionach*, [w:] A. Kusińska (red.), *Konsumpcja a rozwój społeczno-gospodarczy regionów w Polsce*, PWE, Warszawa, 31–82.
- MACIEJASZ-ŚWIATKIEWICZ M., 2012: *Zachowania finansowe gospodarstw domowych*, [w:] E. Bogacka-Kisiel (red.), *Finanse osobiste. Zachowania – produkty – strategie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 38–64.
- SMYCZEK S., 2012: *Nowe trendy w zachowaniach konsumentów na rynkach finansowych*, Placet, Warszawa.
- SMYCZEK S., 2014: *Przejawy unowocześniania konsumpcji na rynkach finansowych*, [w:] E. Kieźel, S. Smyczek (red.), *Zachowania konsumentów. Procesy unowocześniania konsumpcji*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa, 97–118.
- STANISZ A., 2007: *Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICS PL na przykładach z medycyny*. Tom 3. *Analizy wielowymiarowe*, StatSoft, Kraków.
- TNS Polska, 2014: *Oszczędzanie długoterminowe – opinie, postawy i oczekiwania polskiego społeczeństwa*, Warszawa.

Abstrakt

W opracowaniu podjęto próbę identyfikacji i charakterystyki poszczególnych typów strategii oszczędnościowych wiejskich gospodarstw domowych w województwie małopolskim, a także określenia motywów, którymi kierują się konsumenci podczas podejmowania decyzji o oszczędzaniu. W badaniach wykorzystano źródła pierwotne (kwestionariusz wywiadu – 394 respondentów) oraz wtórne.

Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, że wiejskie gospodarstwa domowe charakteryzują się małą skłonnością do oszczędzania. Prawie 60% respondentów nie posiadało jakichkolwiek oszczędności. Głównymi formami gromadzenia oszczędności przez wiejskie gospodarstwa domowe były lokaty bankowe i gotówka. Zgromadzone środki pieniężne stanowiły rezerwę na nieprzewidziane zdarzenia losowe, remont domu oraz zakup dóbr trwałego użytku. Wiejskie gospodarstwa domowe różnią się pod względem realizowanych strategii oszczędzania. W wyniku przeprowadzonej analizy wyodrębniono trzy strategie oszczędnościowe, wśród których dominującą była konserwatywna.

Słowa kluczowe: zachowania oszczędnościowe, wiejskie gospodarstwa domowe, województwo małopolskie

**Typology of saving strategies of rural households
(on the example of the Malopolska Province)****Abstract**

The study is an attempt to identify and characterise different types of saving strategies of rural households in the Małopolska Province and to define the motives standing behind the decision to start saving. Primary (interview questionnaire — 394 respondents) and secondary sources were used.

The conducted research allows for the conclusion that rural households in the Małopolska Province show low propensity to save. Almost 60% respondents did not have any savings. The main forms of collecting savings by rural households are bank deposits and cash. The savings were mostly a reserve for unforeseen events, house renovations, and the purchase of durable goods. Rural households vary in terms of saving strategy. The dominant strategy was the conservative one.

Key words: saving behaviour, rural households, Małopolska Province

Dorota Komorowska

Katedra Ekonomiki Rolnictwa i Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wyniki produkcyjne i ekonomiczne wybranych typów gospodarstw rolnych w Polsce

Wstęp

Działania, jakie podjęto w polskim rolnictwie w latach poprzedzających akcesję naszego kraju do Unii Europejskiej, a także po akcesji, doprowadziły do znaczących przemian w tym obszarze gospodarki. Objęcie rolnictwa wspólną polityką rolną przyniosło wiele korzyści. Wzrosły dochody ludności rolniczej i wzrósł odsetek gospodarstw zdolnych do odtwarzania potencjału produkcyjnego oraz rozwoju [Józwiak i Mirkowska 2011, Michna 2011]. Nasiliły się przemiany struktury obszarowej gospodarstw rolnych, bardzo potrzebne w polskim rolnictwie, ponieważ z badań wynika, iż zdolne do odtwarzania potencjału produkcyjnego oraz rozwoju są gospodarstwa o powierzchni powyżej 20 ha użytków rolnych, z wyłączeniem gospodarstw warzywniczych, sadowniczych oraz wysoko wyspecjalizowanych w produkcji drobiarskiej i żywca wieprzowego [Dzun 2011]. Ponadto postępujące procesy koncentracji w pozostałych ogniwach łańcucha dostaw żywności, zwłaszcza w sferze przetwórstwa i handlu (przy stosunkowo wolnoprzebiegających przemianach w obszarze rolnictwa), osłabiają pozycję przetargową gospodarstw rolnych [Szymański 2013] i nasilają potrzebę zwiększania skali produkcji w gospodarstwach.

Racjonalne wykorzystywanie instrumentów wspólnej polityki rolnej przyczynia się do coraz bardziej widocznych procesów modernizacji i specjalizacji gospodarstw rolnych, szczególnie w rejonach o dobrych warunkach do produkcji rolniczej. Wyniki badania struktury gospodarstw rolnych przeprowadzonego przez GUS w 2013 roku¹, dla których odniesieniem są wyniki Powszechnego

¹Badanie struktury gospodarstw rolnych (badanie strukturalne) w zakresie użytkowania gruntów, powierzchni zasiewów, pogłowia zwierząt gospodarskich oraz charakterystyki gospodarstwa rol-

Spisu Rolnego z 2010 roku, wskazują, że przybywa gospodarstw wyspecjalizowanych w produkcji określonych produktów. W 2010 roku do gospodarstw specjalistycznych zaliczono 62,0% ogółu gospodarstw, a w 2013 roku – 69,4% [GUS 2014]. Równocześnie zmniejszaniu ulega liczba gospodarstw rolnych zajmujących się produkcją poszczególnych produktów, a zwiększyła się skala produkcji tych produktów wytwarzanych w gospodarstwach, czyli procesy koncentracji produkcji postępują [Komorowska 2014], co umożliwi doskonalenie technologii wytwarzania i prowadzi do wzrostu wydajności produkcji oraz poprawy efektywności gospodarowania zasobami w rolnictwie. Pod względem produktywności czynników produkcji i dochodów rolniczych obserwuje się wyraźny trend wzrostowy i szybkie tempo zmian, większe niż w większości krajów członkowskich UE [Majewski i Wąs 2015], chociaż dystans w zakresie wydajności pracy jest wciąż bardzo duży [Chlebicka i Jarka 2015].

Należy podkreślić, że analiza ścieżek rozwojowych rolnictwa na świecie wskazuje, że podstawowym czynnikiem jego rozwoju była i wciąż jest maksymalizacja efektywności gospodarowania zasobami produkcyjnymi [Kowalski i in. 2011].

Cel i metodyka badań

Celem opracowania jest ocena wyników gospodarowania zasobami produkcyjnymi w głównych typach gospodarstw rolnych², które stanowią najbardziej liczne grupy gospodarstw specjalistycznych w Polsce. Ocenę przeprowadzono dla gospodarstw, które są objęte rachunkowością rolną w systemie FADN³. Zgodnie z założeniami obowiązującego systemu rachunkowości rolnej, badaniem obejmowane są tylko gospodarstwa przekraczające minimalny próg wielkości ekonomicznej (tzw. gospodarstwa towarowe) [Goraj i Mańko 2009].

Realizacji celu pracy posłużyła analiza porównawcza wyników uzyskanych przez wybrane typy gospodarstw rolnych w 2015 roku. W badanym roku w próbie polskiego FADN według tychże typów było: 3411 gospodarstw nastawionych na produkcję roślinną (uprawy polowe), 2782 gospodarstwa specjalizujące

nego zostało przeprowadzone przez GUS po raz pierwszy w 2005 roku, następne w 2007 roku i ostatnio w 2013 roku w gospodarstwach indywidualnych.

²Typ rolniczy (produkcyjny) gospodarstwa rolnego określany jest udziałem wartości produkcji z poszczególnych działalności rolniczych w wartości produkcji całkowitej gospodarstwa. W ramach systemu rachunkowości rolnej FADN gospodarstwa rolne są grupowane według typów głównych (podstawowych), składających się z typów szczegółowych.

³FADN to jednolity system zbierania danych rachunkowych we wszystkich krajach członkowskich UE, służący między innymi do kreowania wspólnej polityki rolnej. W Polsce od 2004 roku IERiGŻ-PIB prowadzi badania rachunkowości rolnej w systemie FADN, określanym jako polski FADN.

się w produkcji mleka oraz 776 gospodarstw nastawionych na produkcję żywca wieprzowego.

Analizie porównawczej poddano przede wszystkim: wyposażenie badanych gospodarstw w zasoby produkcyjne, osiągnięte wyniki produkcyjne i produktywność czynników wytwórczych, poniesione koszty produkcji, uzyskane dochody oraz dochodowość zasobów produkcyjnych.

Charakterystyka zasobów badanych gospodarstw

Przeciętna powierzchnia użytków rolnych (UR) badanych typów gospodarstw rolnych nastawionych na produkcję zwierzęcą w 2015 roku różniła się nieznacznie. Gospodarstwa nastawione na uprawy polowe były większe obszarem, średnia powierzchnia użytków rolnych wyniosła 29,1 ha (gospodarstw mlecznych i trzodowych odpowiednio 21,4 i 19,8 ha UR). Zarówno gospodarstwa specjalizujące się w produkcji roślinnej, jak i zwierzęcej dysponowały zasobami ziemi, które były częściowo dzierżawione.

Na podstawie danych rachunkowości rolnej FADN z zakresu zasobów pracy gospodarstw rolnych można podać tylko wkład tych zasobów w procesy produkcyjne gospodarstw, czyli nakłady pracy. Z tych danych wynika, że roczne nakłady pracy ogółem w przeliczeniu na pełnozatrudnionego⁴ były zbliżone w gospodarstwach nastawionych na uprawy polowe oraz produkcję żywca wieprzowego, a większe w gospodarstwach specjalizujących się w produkcji mleka. Gospodarstwa nastawione na produkcję zwierzęcą ponosiły głównie nakłady pracy własnej, zwłaszcza gospodarstwa specjalizujące się w produkcji mleka, ponieważ dysponowały one relatywnie większym potencjałem zasobów pracy własnej.

Liczba sztuk zwierząt (wyrażona w jednostkach przeliczeniowych LU⁵) utrzymywanych w badanych typach gospodarstw rolnych była wyraźnie zróżnicowana. W gospodarstwach mlecznych obsada zwierząt na 100 ha UR była ponad dwa razy mniejsza niż w gospodarstwach trzodowych, co wynikało z konieczności zapewnienia odpowiedniej powierzchni do produkcji pasz objętościowych dla bydła utrzymywanego w tych gospodarstwach. Gospodarstwa nastawione na produkcję żywca wieprzowego w żywieniu trzody chlewnej w dużej mierze wykorzystywały pasze zakupione, dlatego utrzymywały znacznie większą liczbę zwierząt (tab. 1). Udział pasz z zakupu w żywieniu trzody chlewnej w tychże gospodarstwach wyniósł 63%.

⁴AWU – jednostka przeliczeniowa nakładów pracy według metodyki FADN: jednostka AWU równoważna jest 2120 godzinom pracy ogółem w ciągu roku. W nakładach pracy ogółem ujmuje się nakłady pracy własnej rolnika i jego rodziny (FWU) oraz nakłady pracy najemnej (AWU).

⁵LU – jednostka przeliczeniowa zwierząt według metodyki FADN, równoważna krowie mlecznej lub wybrakowanej albo bykowi w wieku 2 lata i więcej.

Tabela 1

Zasoby produkcyjne porównywanych typów gospodarstw

Wyszczególnienie	Typ gospodarstwa		
	uprawy polowe	krowy mleczne	trzoda chlewna
Średnia powierzchnia UR [ha],	29,1	21,4	19,8
w tym: dzierżawionych [ha]	8,4	5,4	4,4
Nakłady pracy ogółem [AWU],	1,54	1,80	1,56
w tym: pracy własnej [FWU]	1,30	1,76	1,46
Zwierzęta ogółem [LU], w tym:	1,6	24,5	53,7
krowy mleczne [LU]	0,2	15,6	0,1
trzoda chlewna [LU]	0,7	0,2	53,0
Obsada zwierząt ogółem [LU/100 ha UR]	5,4	114,5	271,2
Aktywa ogółem [zł]	857 068	909 062	969 580

Źródło: Obliczenia własne na podstawie [FADN 2015].

Zasoby kapitałowe porównywanych typów gospodarstw rolnych stanowiły w głównej mierze środki trwałe, w tym budynki, maszyny i urządzenia w wyposażeniu budynków oraz stado podstawowe zwierząt, a ich wartość była większa w gospodarstwach nastawionych na produkcję zwierzęcą, co wynikało z większej wartości budynków oraz stada podstawowego, a także obrotowego zwierząt utrzymywanych w tych gospodarstwach.

Wyniki produkcyjne i produktywność zasobów

Wartość produkcji ogółem⁶ w badanych gospodarstwach nastawionych na uprawy polowe kształtowała przede wszystkim produkcja roślinna, a w gospodarstwach nastawionych na produkcję mleka i żywca wieprzowego – produkcja zwierzęca (tab. 2). W gospodarstwach specjalizujących się w uprawach polowych dominowała produkcja zbóż i stanowiła 48% wartości produkcji całkowitej, znaczący udział miała produkcja nasion roślin oleistych (19%), warzyw (8%) i ziemniaków (6%). W gospodarstwach specjalizujących się w produkcji mleka wartość uzyskanej produkcji mleka stanowiła 70% wartości produkcji całkowitej, ponadto znaczący udział miała produkcja żywca wołowego (17%), a także produkcja zbóż (12%). W gospodarstwach trzodowych udział wytworzonej produkcji żywca wieprzowego przekraczał 73% wartości produkcji ogółem, a udział produkcji zbóż sięgał 20%.

⁶Zgodnie z metodyką FADN, wyniki produkcyjne gospodarstw rolnych stanowi produkcja ogółem, czyli produkcja całkowita, która obejmuje produkcję rolniczą roślinną i zwierzęcą oraz pozostałą produkcję, a także przychody z dzierżawienia ziemi, wynajmu budynków oraz maszyn, świadczenia usług.

Tabela 2

Wartość i struktura produkcji porównywanych typów gospodarstw

Wyszczególnienie	Typ gospodarstwa		
	uprawy polowe	krowy mleczne	trzoda chlewna
Wartość produkcji [zł]			
Produkcja ogółem	121 217	128 600	218 919
Produkcja roślinna, w tym:	113 915	14 901	54 751
zboża	58 293	15 277	43 469
ziemniaki	7 659	1 794	1 120
buraki cukrowe	4 882	464	1 306
rośliny oleiste	23 110	557	5 733
warzywa	9 929	193	604
owoce	761	109	111
Produkcja zwierzęca, w tym:	5 104	112 904	162 677
mleko	805	90 563	313
żywiec wołowy	1 424	21 730	1 510
żywiec wieprzowy	2 292	631	160 143
Struktura produkcji [%]			
Produkcja ogółem	100,0	100,0	100,0
Produkcja roślinna, w tym:	94,0	11,6	25,1
zboża	48,1	11,9	19,9
ziemniaki	6,3	1,4	0,5
buraki cukrowe	4,0	0,4	0,6
rośliny oleiste	19,1	0,4	2,6
warzywa	8,2	0,2	0,3
owoce	0,6	0,1	0,1
Produkcja zwierzęca, w tym:	4,2	87,8	74,3
mleko	0,7	70,4	0,1
żywiec wołowy	1,2	16,9	0,7
żywiec wieprzowy	1,9	0,5	73,2

Źródło: Jak w tabeli 1.

Odniesienie wyników produkcyjnych porównywanych typów gospodarstw do wkładu czynników wytwórczych zaangażowanych w ich uzyskanie pozwoliło obliczyć produktywność zasobów analizowanych gospodarstw (tab. 3). W związku z tym, że gospodarstwa specjalizujące się w produkcji żywca wieprzowego uzyskały znacznie wyższy poziom wyników produkcyjnych niż pozostałe gospodarstwa, to ich wskaźniki produktywności zasobów także ukształtowały się na znacznie wyższym poziomie, zwłaszcza produktywności ziemi, ale również wydatkowanej pracy i zaangażowanego kapitału. Efektywność produkcyjna zasobów ziemi w gospodarstwach trzodowych była prawie dwa razy większa niż w gospodarstwach mlecznych oraz ponad dwa i pół razy większa niż w gospodarstwach nastawionych na uprawy polowe.

Tabela 3

Produktywność zasobów badanych typów gospodarstw

Wyszczególnienie	Typ gospodarstwa		
	uprawy polowe	krowy mleczne	trzoda chlewna
Produktywność ziemi [zł/ha]	4 166	6 009	11 057
Ekonomiczna wydajność pracy [zł/AWU]	78 712	71 444	140 333
Produktywność [zł/100 zł aktywów ogółem]	14,1	14,1	22,6

Źródło: Jak w tabeli 1.

Wyniki ekonomiczne i dochodowość zasobów

Dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego⁷ stanowi opłatę zaangażowania czynników wytwórczych gospodarstw rolnych w ich procesy produkcyjne. Syntetyczny rachunek wyników ekonomicznych badanych typów gospodarstw rolnych przedstawiono w tabeli 4. Gospodarstwa nastawione na produkcję żywności wieprzowej uzyskały znacznie wyższy poziom wyników produkcyjnych niż pozostałe gospodarstwa, ale ich koszty produkcji były także znacznie większe. Koszty materiałowe działalności produkcyjnej gospodarstw trzodowych ukształtowały się na ponad dwa razy wyższym poziomie niż gospodarstw roślinnych oraz mlecznych, co wynikało przede wszystkim ze znacznie większych kosztów pasz w związku z utrzymywaniem większej liczby zwierząt oraz żywieniem trzody chlewnej paszami treściwymi. Pasje stosowane w tych gospodarstwach pochodziły w dużej mierze z zakupu. Koszty pasz w gospodarstwach trzodowych stanowiły 92% kosztów materiałowych i 77% kosztów ogółem (w gospodarstwach mlecznych odpowiednio 58 i 42%).

Koszty amortyzacji środków trwałych ukształtowały się na relatywnie niższym poziomie w gospodarstwach roślinnych, a na wyższym i zbliżonym w gospodarstwach mlecznych oraz trzodowych, a koszty zewnętrznych czynników produkcji, w tym koszty wynagrodzeń, były wyraźnie większe w gospodarstwach nastawionych na produkcję roślinną (dwukrotnie większe niż w gospodarstwach trzodowych i trzykrotnie większe niż w gospodarstwach mlecznych), co wiązało się z angażowaniem relatywnie większych nakładów pracy najmniej w tych gospodarstwach.

⁷Dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego to kategoria dochodowa według metodyki FADN, określana w niniejszym opracowaniu w skrócie jako dochód z gospodarstwa rolnego. Odpowiada ona dochodowi rolniczemu netto z uwzględnieniem dopłat do działalności gospodarstw rolnych. W celu określenia znaczenia dopłat w kształtowaniu poziomu dochodów badanych gospodarstw obliczono dochód z gospodarstwa rolnego bez dopłat oraz dochód z gospodarstwa rolnego z dopłatami.

Tabela 4
Rachunek wyników porównywanych typów gospodarstw [zł]

Wyszczególnienie	Typ gospodarstwa		
	uprawy polowe	krowy mleczne	trzoda chlewna
Produkcja ogółem	121 217	128 600	218 919
Koszty materiałowe	76 778	81 464	169 798
Koszty amortyzacji	21 968	25 197	26 390
Koszty zewnętrznych czynników produkcji	14 041	4 321	6 406
Podatki, opłaty	3 187	1 102	1 328
Saldo podatku VAT	-918	-887	-510
Koszty ogółem	116 892	112 968	204 432
Dochód z gospodarstwa rolnego bez dopłat	4 325	15 632	14 487
Dopłaty	33 034	35 489	23 812
Dochód z gospodarstwa rolnego z dopłatami	37 359	51 121	38 299

Źródło: Jak w tabeli 1.

W rezultacie, najlepsze wyniki ekonomiczne uzyskały gospodarstwa nastawione na produkcję mleka, co potwierdza wyniki wcześniejszych analiz [Orłowska 2010], a najniższy ich poziom (wielokrotnie niższy) ukształtował się w gospodarstwach nastawionych na uprawy polowe. Zarówno w gospodarstwach nastawionych na produkcję roślinną, jak i produkcję mleka oraz trzodowych o poziomie wyników końcowych zadecydował w dużym stopniu poziom dopłat do działalności produkcyjnej oraz inwestycyjnej uzyskiwany przez gospodarstwa rolne. Według metodyki FADN, dopłaty do działalności gospodarstw rolnych są ujmowane przy obliczaniu dochodu z gospodarstwa rolnego. W porównywanych gospodarstwach najwyższy poziom dopłat uzyskały gospodarstwa nastawione na produkcję mleka oraz produkcję roślinną, co znacząco (wielokrotnie) zwiększyło ich dochody.

Udział dopłat w dochodach badanych gospodarstw nastawionych na produkcję roślinną wyniósł aż 88,4%, 69,4%, w gospodarstwach produkujących mleko, 62,2% w hodujących trzodę. Wyniki te wskazują na znaczącą rolę dopłat w kształtowaniu poziomu dochodów analizowanych typów gospodarstw, zwłaszcza gospodarstw nastawionych na produkcję roślinną.

Dopłaty do działalności gospodarstw rolnych mają znaczący udział w dochodach wszystkich gospodarstw rolnych w Polsce, podobnie jak w innych krajach UE. W krajach UE-15 od 1995 roku udział dopłat w dochodach gospodarstw rolnych ogółem był przeważający (ponad 50%) i miał tendencję wzrostu, a w 2009 roku przekroczył nawet 100% dochodów [Runowski 2014]. W Polsce bardzo wysoki poziom wsparcia dochodów jest obserwowany w przypadku

gospodarstw wielokierunkowych oraz nastawionych na uprawy polowe [Goraj i Mańko 2013].

Efektywność ekonomiczną gospodarowania zasobami w badanych typach gospodarstw rolnych, czyli dochodowość zasobów ziemi, wydatkowanej pracy i zaangażowanego kapitału przedstawiono w tabeli 5. W związku z tym, że poziom uzyskanych dochodów był wyższy w gospodarstwach nastawionych na produkcję mleka, wskaźniki efektywności ekonomicznej gospodarowania zasobami były także wyższe w tych gospodarstwach, zwłaszcza dochodowości zasobów ziemi i kapitału.

Tabela 5

Dochodowość zasobów produkcyjnych badanych typów gospodarstw

Wyszczególnienie	Typ gospodarstwa		
	uprawy polowe	krowy mleczne	trzoda chlewna
Dochód z gospodarstwa rolnego [zł/ha UR]	1 283	2 389	1 934
Dochodowość pracy własnej [zł/osobę]	28 613	29 046	26 232
Dochodowość aktywów ogółem [%]	4,4	5,6	4,0

Źródło: Jak w tabeli 1.

Podsumowanie

Porównywane typy gospodarstw rolnych różniły się w zakresie posiadanych czynników wytwórczych. Gospodarstwa nastawione na produkcję roślinną gospodarowały relatywnie większą powierzchnią zasobów ziemi, a gospodarstwa nastawione na produkcję zwierzęcą dysponowały większym potencjałem zasobów pracy własnej, zwłaszcza te specjalizujące się w produkcji mleka. Najwyższy poziom wyników produkcyjnych uzyskały gospodarstwa nastawione na produkcję żywca wieprzowego, które w żywieniu trzody chlewnej w dużej mierze wykorzystywały zakupione pasze, co warunkowało dużą skalę produkcji, ale relatywnie duże koszty jej wytworzenia. W rezultacie takich działań, efektywność produkcyjna gospodarowania zasobami w gospodarstwach trzodowych ukształtowała się na znacznie wyższym poziomie, zwłaszcza produktywność ziemi. Efektywność ekonomiczna gospodarowania zasobami była największa w gospodarstwach nastawionych na produkcję mleka, ponieważ uzyskały one największe dochody.

Należy podkreślić, że najniższy poziom dochodów (wielokrotnie niższy) ukształtował się w gospodarstwach nastawionych na produkcję roślinną, dlatego dopłaty do działalności tego typu gospodarstw przesądziły o poziomie ich wyników końcowych oraz efektywności ekonomicznej gospodarowania zasobami.

Literatura

- CHLEBICKA A., JARKA S., 2015: *Produktywność pracy w gospodarstwach rolnych w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej*, [w:] A. Chlebicka (red.), *Ekonomiczne mechanizmy wspierania i ochrony rolnictwa rodzinnego w Polsce i innych państwach Unii Europejskiej*, MRiRW, FAPA, Warszawa, 213–222.
- DZUN W., 2011: *Przemiany strukturalne w rolnictwie polskim*, [w:] I. Nurzyńska, M. Drygas (red.), *Rozwój obszarów wiejskich w Polsce. Diagnozy, strategie, koncepcje polityki*, IRWiR, Warszawa, 125–153.
- FADN, 2016: *Wyniki standardowe 2015 uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w Polskim FADN*, Warszawa.
- GORAJ L., MAŃKO S., 2009: *Rachunkowość i analiza ekonomiczna w indywidualnym gospodarstwie rolnym*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa.
- GORAJ L., MAŃKO S., 2013: *Analiza sytuacji ekonomicznej towarowych gospodarstw rolnych w latach 2004–2010, Powszechny Spis Rolny 2010*, GUS, Warszawa.
- GUS, 2014: *Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2013 r.*, Warszawa.
- JÓZWIAK W., MIRKOWSKA Z., 2011: *Trendy w rolnictwie polskim (lata 1990–2009) i próba projekcji na 2013 rok*, [w:] W. Józwiak, W. Michna, Z. Mirkowska (red.), *Procesy zachodzące w rolnictwie polskim w latach 1990–2010, projekcja na rok 2013 i pożądana wizja rolnictwa w 2020 roku – zagadnienia wybrane*, Program wieloletni 2011–2014, IERiGŻ-PIB 21, Warszawa, 9–31.
- KOMOROWSKA D., 2014: *Changes in Polish agriculture in the period 2002–2010 in the light of Central Statistical Office census data*, Scientific Journal Warsaw University of Life Sciences – SGGW Problems of World Agriculture 14(4), 92–100.
- KOWALSKIA., FIGIEL S., HALAMSKA M., 2011: *Społeczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju sektora rolno-żywnościowego*, Polish Journal of Agronomy 7, 29–42.
- MAJEWSKI E., WAŚ A., 2015: *Wyniki ekonomiczne gospodarstw rodzinnych w Polsce po 2004 roku*, [w:] A. Chlebicka (red.), *Ekonomiczne mechanizmy wspierania i ochrony rolnictwa rodzinnego w Polsce i innych państwach Unii Europejskiej*, MRiRW, FAPA, Warszawa, 195–212.
- MICHNA W., 2011: *Wizja pożądanego rozwoju rolnictwa do 2020 roku*, [w:] W. Józwiak, W. Michna, Z. Mirkowska (red.), *Procesy zachodzące w rolnictwie polskim w latach 1990–2010, projekcja na rok 2013 i pożądana wizja rolnictwa w 2020 roku – zagadnienia wybrane*, Program wieloletni 2011–2014, IERiGŻ-PIB 21, 32–51.
- ORŁOWSKA M., 2010: *Sytuacja dochodowa gospodarstw o różnych kierunkach produkcji*, Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia 2(9), 121–139.
- RUNOWSKI H., 2014: *Ekonomika rolnictwa – przemiany w gospodarstwach rolnych*, [w:] N. Drejerska (red.), *Rolnictwo, gospodarka żywnościowa, obszary wiejskie – 10 lat w Unii Europejskiej*, SGGW, Warszawa, 31–48.
- SZYMAŃSKI W., 2013: *Racjonalność globalna a konkurencyjność ekonomiczno-społeczna rolnictwa*, [w:] J.St. Zegar (red.), *Z badań nad rolnictwem społecznie zrównoważonym*, Program wieloletni 2011–2014, IERiGŻ-PIB 68(19), 9–42.

Abstrakt

Celem opracowania jest ocena wyników gospodarowania zasobami produkcyjnymi w wybranych typach gospodarstw rolnych, które należą do najbardziej licznych grup gospodarstw specjalistycznych w Polsce, czyli gospodarstw nastawionych na produkcję roślinną, specjalizujących się w produkcji mleka oraz produkcji żywca wieprzowego. Zaprezentowane w opracowaniu wyniki analiz wskazują na znacznie wyższy poziom wyników produkcyjnych i produktywności zasobów w gospodarstwach nastawionych na produkcję żywca wieprzowego w związku z dużym udziałem pasz z zakupu w żywieniu zwierząt, co warunkowało relatywnie dużą skalę produkcji. Dochodowość zasobów ukształtowała się na najwyższym poziomie w gospodarstwach nastawionych na produkcję mleka, ponieważ gospodarstwa mleczne uzyskały największe dochody.

Słowa kluczowe: produkcja rolnicza, wyniki produkcji rolniczej, efektywność gospodarstw rolnych

Production and economic results of the selected types of farms in Poland**Abstract**

The aim of the study is to evaluate the results of management of production resources in selected types of farms, which belong to the most numerous specialized farms in Poland, ie farms oriented to plant production, specializing in milk production and pig production. The results of the analysis show that production results and resource productivity are significantly higher in pig production farms due to the large share of feed purchased, which enabled a relatively large scale of production. At the same time, the economic efficiency of the resources was at the highest level in farms aimed at milk production, as dairy farms had the highest income.

Key words: agricultural production, results of agricultural production, effectiveness of farms

Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej nr 118, 2017: 41–53
DOI 10.22630/EIOGZ.2017.118.15

Katarzyna Drabarczyk, Joanna Wrzeńska-Kowal

Wydział Nauk Ekonomicznych
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Aleksandra Jakubiec

Instytut Rynków i Konkurencji
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Spółdzielczość spóżywców w Polsce w latach 2006–2014 na przykładzie wybranej spółdzielni

Wstęp

Spółdzielczość spóżywców jest jedną z najstarszych branż spółdzielczości w Polsce. Badania naukowe dotyczące handlu wewnętrznego prowadzone są zazwyczaj na dużych sieciach handlowych lub skupiają się na indywidualnych przedsiębiorcach, a forma, jaką jest spółdzielczość spóżywców, pozostaje pomijana. Za narodziny powszechnego ruchu spółdzielczego uważa się powstanie w 1844 roku Stowarzyszenia Sprawiedliwych Pionierów w Rochdale koło Manchesteru (ang. *Rochdale Equitable Pioneers Society*) w Wielkiej Brytanii [Pudełkiewicz 2009]. Spółdzielczość powstała z powodu narastającego problemu lichwy i spekulacji w handlu. Jest także elementem ekonomii społecznej, ponieważ jej celem bezpośrednim nie jest maksymalizacja zysku a zaspokajanie potrzeb członków spółdzielni. Nadrzędnym organem ruchu spółdzielczego w Polsce jest Krajowa Rada Spółdzielcza (KRS), która jest członkiem Międzynarodowego Związku Spółdzielczego (ang. ICA – *International Co-operative Alliance*) [Florek-Paszkowska 2016]. Rola spółdzielczości spóżywców w Polsce jest niedoceniana. Spółdzielnie te dają pracę około 50 tys. osobom, przy czym utrzymują w długoletnim zatrudnieniu pracowników w wieku produkcyjnym niemobilnym, którzy mają małe szanse na zatrudnienie na rynku pracy.

W przypadku spółdzielczości spóżywców każdy może zostać członkiem spółdzielni i być równoprawnym jej współwłaścicielem, a w związku z tym partycypować w zyskach, jak również decydować o kierunkach jej rozwoju.

Cel i metodyka badań

Celem opracowania jest przedstawienie sytuacji spółdzielczości spożywców w Polsce na przykładzie wybranej spółdzielni zrzeszonej w Krajowym Związku Rewizyjnym Spółdzielni Spożywców „Społem”. Ze względu na poufność danych, w opracowaniu nie będzie podawana nazwa badanej spółdzielni. Dane pochodzą ze sprawozdań rady nadzorczej i zarządu spółdzielni. Mają one przybliżyć sytuację ekonomiczną w podmiotach gospodarczych działających jako spółdzielnie spożywców. Okres badawczy obejmuje lata 2006–2014. Wykorzystano miary dynamiki oraz struktury do przeprowadzenia analizy pionowej i poziomej poszczególnych składników sprawozdań.

Zasady i rozwój spółdzielczości

Spółdzielnia jest rodzajem podmiotu gospodarczego, którego działalność regulowana jest przepisami ustawy z 1982 roku Prawo spółdzielcze¹ (ustawa ta była nowelizowana ponad 40-krotnie). Według tej ustawy, spółdzielnia jest dobrowolnym zrzeszeniem nieograniczonej liczby osób, o zmiennym składzie osobowym i zmiennym funduszu udziałowym, które w interesie swoich członków prowadzi wspólną działalność gospodarczą. Według ICA, spółdzielnia jest autonomicznym zrzeszeniem osób, które zjednoczyły się dobrowolnie w celu zaspokojenia swoich wspólnych aspiracji i potrzeb ekonomicznych, społecznych i kulturalnych poprzez współposiadane i demokratycznie kontrolowane przedsiębiorstwo [Piechowski 2013]. W 1996 roku ICA uchwaliła deklarację spółdzielczej tożsamości, w której zawarł siedem zasad spółdzielczości [Mering 2013]:

- dobrowolne i otwarte członkostwo,
- demokratyczna kontrola członkowska – każdy członek spółdzielni ma wyłącznie jeden głos,
- ekonomiczne uczestnictwo członków – nadwyżka finansowa może być przekazana członkom proporcjonalnie do ich transakcji ze spółdzielnią lub też na rozwój spółdzielni, a także na wspieranie innych dziedzin działalności zaaprobowanych przez członków,
- autonomia i niezależność – porozumienia zawierane z innymi organizacjami lub pozyskiwanie kapitału z obcych źródeł są dokonywane na warunkach, które zapewniają demokratyczną kontrolę wszystkim członkom,
- edukacja, szkolenie i informacje – każdy członek powinien mieć do nich dostęp, a zadaniem spółdzielców jest informowanie społeczeństwa o istocie spółdzielczości i korzyściach z nią związanych,

¹Ustawa z dnia 16 września 1982 r. Prawo spółdzielcze (Dz.U. 1982, nr 30, poz. 210 z późn. zm.).

- współpraca między spółdzielniami – spółdzielnie powinny umacniać ruch spółdzielczy poprzez współpracę zarówno na szczeblu lokalnym czy regionalnym, jak i krajowym oraz międzynarodowym,
- troska o społeczność lokalną – spółdzielnia poprzez stworzenie swojej polityki ma pracować na rzecz rozwoju lokalnego.

Wyróżnia się kilkanaście rodzajów spółdzielni. Spółdzielnie spóżywców obok kilkunastu innych (np. banków spółdzielczych, spółdzielni socjalnych, spółdzielni rolniczych) są jednym z nich. Spółdzielnia spóżywców stanowi formę współpracy ekonomicznej, ma w teorii zapewniać wysokiej jakości produkty i usługi po stosunkowo niskiej cenie, a jej głównym celem nie jest zysk pieniężny. W praktyce towary są wyceniane po cenach rynkowych.

Na ziemiach polskich umowną datą powstania spółdzielczości spóżywców jest 1869 rok, kiedy powołano dwa pierwsze stowarzyszenia spóżywców – w Warszawie i Radomiu. Lokalne społeczności szybko zaczęły zakładać spółdzielnie po to, aby otrzymywać tanie towary o dobrej jakości. Spółdzielnie spóżywców zdominowały szczególnie spółdzielczość zaboru rosyjskiego. Spopularyzowanie zagadnień spółdzielczości i intensywny rozwój samego ruchu spowodowały, że w 1906 roku początkowo tajne Towarzystwo Kooperatystów, czyli organizacja propagująca idee spółdzielczości, zaczęło wydawać tygodnik „Społem”. Sama nazwa pisma została wymyślona przez Stefana Żeromskiego, a hasło to przetrwało do dziś. Ruch spółdzielczości spóżywców był rozproszony i wymagał szybkiego zjednoczenia, a także pomocy organizacyjnej, gospodarczej i finansowej, jak również centralnej organizacji zaopatrzenia i kontroli [Mroczek 2012]. W 1908 roku przy Towarzystwie Kooperatystów powołano Biuro Informacyjne składające się z działu gospodarczego i działu organizacyjno-propagandowego, które prowadziły działalność hurtową, lustracyjną i społeczno-wychowawczą na rzecz spółdzielni spóżywców. W 1911 roku zostało ono przekształcone w Warszawski Związek Stowarzyszeń Spóżywców, który po kilkukrotnej zmianie nazwy, ostatecznie w 1992 roku stał się Krajowym Związkiem Rewizyjnym Spółdzielni Spóżywców „Społem”². Pod tą nazwą funkcjonuje do dziś. Jest to dobrowolna organizacja zrzeszająca spółdzielnie spóżywców, która pełni funkcje rewizyjno-patronackie. Zajmuje się m.in. działalnością lustracyjną zrzeszonych spółdzielni oraz działalnością doradczą i szkoleniową, integracją zrzeszonych spółdzielni, reprezentacją ich przed organami państwowymi czy samorządowymi, a także nawiązywaniem współpracy z ośrodkami naukowo-badawczymi [Cioch 2011].

Wraz z pojawieniem się na polskim rynku zagranicznych sieci handlowych zaostrzyła się konkurencja. Polskie spółdzielnie w nowej sytuacji rynkowej mu-

²KZRSS „Społem”, <http://kzrss.spolem.org.pl/index.php/historia/kalendarium> (dostęp: 21.01.2017).

siały podjąć działalność dostosowawczą, która przypadła na lata 1990–1995. Podjęto działania mające na celu porządkowanie (racjonalizację) sieci własnych placówek oraz wzmacnianie ich pozycji na rynku. Spółdzielczość spóżywców rozwinęła sieć rozpoznawalnych sklepów „Lux” oraz dyskontowych [Chyra-Rolicz 2006]. W 2016 roku czynnie funkcjonowało 310 spółdzielni spóżywców, ale nie wszystkie były zrzeszone w KZRSS „Społem”. Spółdzielnie spóżywców zajmują się nie tylko handlem detalicznym i hurtowym. W 2014 roku posiadały one ok. 4 tys. sklepów detalicznych o łącznej powierzchni użytkowej ponad 700 tys. m², własne magazyny, ponad 200 piekarni, 230 lokali gastronomicznych, kilka masarni oraz własne hotele. W ostatnich latach sieć „Społem” poszerzała swoją ofertę o produkty marki własnej. Pod koniec 2014 roku w ofercie było 180 takich produktów. Rok później liczba ta wzrosła do ponad 200 i obejmowała już nie tylko produkty spóżywcze, ale także produkty AGD, chemiczne i kosmetyczne. Produkty marek własnych są zazwyczaj tańsze, ale marże są na nich wyższe. Sprzedaż pod znaną już nazwą „Społem” pozwala na pominięcie kosztów marketingu.

Badana spółdzielnia jest jedną z wielu funkcjonujących w Polsce, dlatego też wnioski z prowadzonych badań nie mogą być przekładane na cały sektor spółdzielczości spóżywców.

Spółdzielczość spóżywców w badaniach

Działalność spółdzielni spóżywców jest analizowana z perspektywy różnych dyscyplin naukowych, w tym ekonomii, finansów i zarządzania. W niektórych krajach nazywane są one kooperatywami handlowymi lub spółdzielniami konsumenckimi. W publikacjach krajowych zagadnienie spółdzielczości spóżywców jest na ogół traktowane marginalnie.

Sytuację spółdzielni działających w poprzednim systemie gospodarczym w Polsce badali m.in. Niestrój i Szumilak [1990], którzy analizowali warunki samofinansowania w 4 krakowskich spółdzielniach spóżywców w latach 1982–1987. Odnotowali bardzo duże wartości wskaźników dynamiki sprzedaży. Przyrost cen wyraźnie wyprzedzał ujęty wartościowo przyrost obrotów, a więc przyrost efektu rzeczowego albo w ogóle nie wystąpił, albo był niewielki. W wyniku urzędowo ustalanych marż na towary spółdzielnie charakteryzowały się małą dynamiką dochodu.

Nowacka [1999] badała podstawowe wskaźniki rentowności w 210 spółdzielniach spóżywców „Społem” w latach 1995–1997. Wykazała wzrost poziomu rentowności obrotu brutto i netto w tym okresie, ale mimo tego wskaźniki kształtowały się na niskim poziomie, nie zapewniając badanym spółdzielniom

możliwości rozwojowych. Rentowność majątku trwałego, rentowność majątku obrotowego i rentowność kapitału własnego, które w 1995 roku były ujemne, w latach 1996–1997 osiągnęły wartości dodatnie, jednak na bardzo niskim poziomie.

Wieszalka [2003] analizował infrastrukturę sieci „Społem” w 1999 roku na przypadku 14 wybranych spółdzielni (dużych, małych i średnich) zlokalizowanych w miastach w województwie śląskim o zaludnieniu powyżej 150 tys. mieszkańców. Z badań bezpośrednich, obejmujących m.in. szerokość i głębokość asortymentu, lokalizację, poziom innowacyjności i wyposażenia technicznego, wynikała potrzeba repozycjonowania znacznej części punktów sprzedaży detalicznej, będących własnością badanych spółdzielni.

Parszewski i Jakubiak [2011] rozpatrywali strategię zarządzania PSS „Społem” w Ostrołęce. Zwrócili uwagę na zagrożenia, jakie niesła konkurencja na rynku lokalnym, w szczególności ze strony największych sieci handlowych, takich jak: Lidl, Biedronka, Zielony Market, PoloMarket, E.Leclerc czy Stokrotka. Zaznaczyli również, że nakłady na modernizację sklepów powodują jedynie utrzymanie dotychczasowego poziomu sprzedaży, a nie rekompensują strat wynikających ze wzrostu kosztów utrzymania placówek w obiektach dzierżawionych.

Jeśli chodzi o zagraniczną literaturę, to przykładowo Katchova i Woods [2011] badali 350 spółdzielni działających na terenie USA w 2010 roku. Okazało się, że w porównaniu do innych sklepów spożywczych spółdzielnie miały wyraźne korzyści ze współpracy z lokalnymi producentami żywności. Produkty lokalne przynosiły średnio prawie 22% wartości brutto rocznej sprzedaży. Dzięki takiej współpracy okoliczni producenci zapewniali sobie rynek zbytu, a spółdzielnie przyciągały coraz więcej klientów.

W wielu krajach pozycja spółdzielni spożywców na rynku jest znaczna. Przykładowo we Włoszech spółdzielnia Coop Italian Food³ w 2014 roku miała 18,5% udziału w sprzedaży, wyprzedzając takie sieci jak Carrefour (7,4%) czy Auchan (9%). Dzięki 1100 sklepom i 100 hipermarketom zlokalizowanym w 893 miastach osiągnęła obrót równy 2,7 mld euro.

W USA spółdzielnia spożywców Puget Consumers Cooperative (PCC) Natural Markets, która działa od 1954 roku, uzyskała w 2015 roku przychody ze sprzedaży na poziomie ponad 250 mln USD, a zysk netto osiągnął ok. 5,5 mln USD. Spółdzielnia zatrudniała prawie 1400 osób, a także aktywnie realizowała misję społeczną, przekazując 55 t produktów spożywczych bankom żywności⁴.

W Finlandii pod koniec 2015 roku działały następujące sieci spożywców: Prisma (64 sklepy), S-Market (436 sklepów), Sale i Alepa (łącznie 384 sklepy).

³Coop Italian Food, <http://www.e-coop.it/CoopRepository/COOP/coop-italian-food> (dostęp: 23.01.2017).

⁴PCC, <http://www.pccnaturalmarkets.com> (dostęp: 23.01.2017).

Spółdzielnie te, obok innych, wchodzi w skład Suomen Osuuskappojen Keskuskuunta (określanej jako S-gruppen), czyli krajowej organizacji spółdzielczej. W 2015 roku zatrudniała ona 37 758 osób, wartość sprzedaży detalicznej wyniosła 10,8 mld euro, a udział w rynku stanowił ponad 45%⁵.

Charakterystyka wybranej spółdzielni

Badana spółdzielnia działa na terenie Warszawy od lat 30. XX wieku. Prowadzi działalność handlową oraz usługową w zakresie wynajmu wolnych powierzchni użytkowych i doładowań telefonów. Od 2011 roku prowadzi także usługę pośrednictwa finansowego polegającą na możliwości opłacania w kasie sklepów rachunków za media.

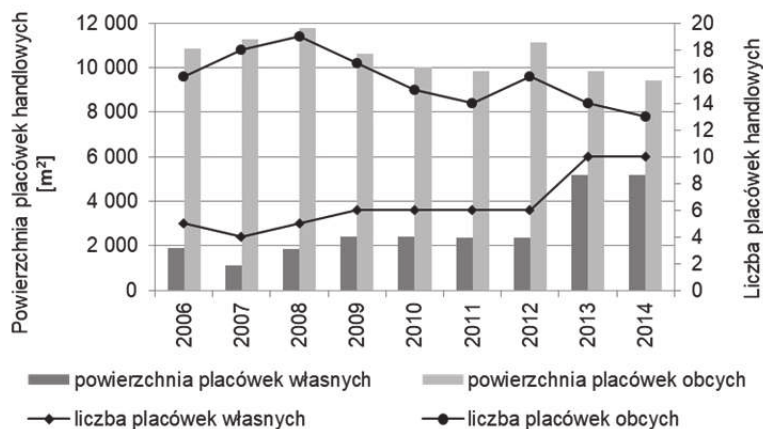
Liczba zrzeszonych członków w latach 2006–2014 zmniejszyła się z 558 do 338 osób, czyli prawie o 40%. Wartość jednego udziału w latach 2006–2007 wynosiła 200 zł, w kolejnych latach 400 zł.

W ciągu badanego okresu liczba placówek handlowych zmieniała się z roku na rok. Likwidacja sklepów w poszczególnych latach nie była spowodowana wyłącznie brakiem rokowań na zwiększenie sprzedaży i poprawę sytuacji ekonomicznej, ale też takimi czynnikami, jak: zalanie sklepów w wyniku powodzi, nie przedłużenie umowy najmu przez właściciela lokalu i podwyżka opłat za wynajem, rozpoczęcie procesu inwestycyjnego, sprzedaż budynku lub wydzierżawienie go podmiotom obcym.

W latach 2006–2014 spółdzielnia podwoiła (z 5 na 10) liczbę placówek własnych (rys. 1), co w perspektywie dalszej działalności pozwoliło uniknąć problemów związanych z obiektami wynajmowanymi (np. brak przedłużenia umowy może skutkować koniecznością likwidacji sklepu, w konsekwencji zmniejszeniem ogólnego obrotu i zysku spółdzielni). Jednostkowa powierzchnia placówek własnych wahała się od 284 do 518 m². W placówkach obcych wynosiła od 619 do 724 m² i była większa średnio o 69% od powierzchni placówek własnych. W obiektach zarówno własnych, jak i obcych spółdzielnia wynajmowała powierzchnię innym podmiotom. Średnia powierzchnia sprzedaży w badanych latach w placówkach własnych stanowiła 379 m², w placówkach obcych 613 m².

Liczba zatrudnionych w spółdzielni wahała się od 469 do 554 osób. Przeciętnie poza rynkiem detalicznym (w administracji, działalności pomocniczej) pracowało 13% ogółu zatrudnionych. Liczba pracujących w sklepach detalicznych (kadra kierownicza, sprzedawcy, obsługa komputerów, pracownicy gospodarczy) przypadająca na jeden sklep wynosiła przeciętnie od 18 do 21 osób

⁵S-kanava.fi, <https://www.s-kanava.fi/web/s/en/s-ryhma-lukuina> (dostęp: 23.01.2017).



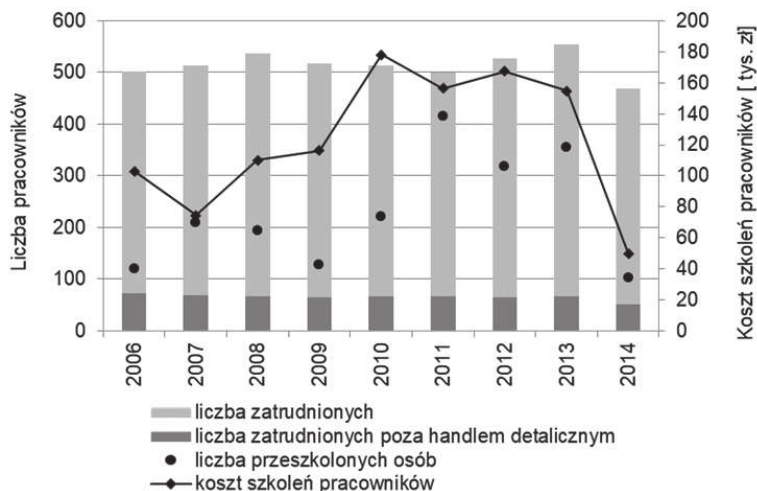
Rysunek 1

Liczba placówek handlowych spółdzielni i ich powierzchnia sprzedaży w latach 2006–2014
Źródło: Opracowanie własne.

w analizowanym okresie. Wielkość zatrudnienia w spółdzielni kształtowana była na podstawie rentowności placówek, organizacji pracy, dostosowywania form sprzedaży do potrzeb klienta, liczby stoisk serwisowych oraz wymogów formalnoprawnych dotyczących czasu pracy.

Spółdzielnia dbała o kapitał ludzki, szkoląc swoich pracowników. W 2011 roku przeszkolono ich stosunkowo najwięcej (83% ogółu). Największe koszty z tego tytułu poniesiono w 2010 roku (ponad 178 tys. zł). Przeciętny koszt przeszkolenia jednego pracownika wahał się od 357 zł (2007 r.) do 908 zł (2009 r.). Poza głównymi i koniecznymi tematami szkoleń, takimi jak BHP czy szkolenia dla pracowników administracji na temat bieżących zmian w prawie (np. zagadnienia podatkowe, kadrowo-płacowe, dotyczące czasu pracy, ochrony danych osobowych, sporządzania bilansu) organizowano szkolenia z zakresu: technik sprzedaży/marketingowych, budowania i motywowania zespołu, komunikacji w zespole, zarządzania zespołem czy podstawowych zasad ekspozycji towarowej i controllingu (rys. 2).

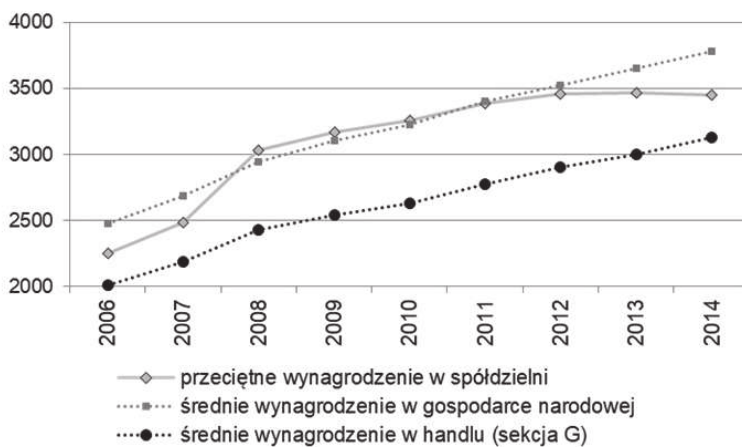
Przeciętne nominalne wynagrodzenie brutto w spółdzielni wzrosło w latach 2006–2014 o 53% (z 2255 do 3453 zł) W całym badanym okresie przewyższało ono średnią płacę w polskiej gospodarce. W odniesieniu do średniej płacy w handlu (w sekcji G) było podobne do 2010 roku, po czym tendencja ta odwróciła się. Wyłącznie w jednym roku (2014 r.) średnia płaca w badanej spółdzielni spadła w stosunku do roku poprzedniego. Było to wynikiem wprowadzenia grafików czasu pracy, co usprawniło organizację pracy i ograniczyło wielkość nadgodzin, a w efekcie skutkowało spadkiem wynagrodzeń (rys. 3). Badana spółdzielnia stosowała czasowo-premiowo-prowizyjny system wynagradzania.



Rysunek 2

Liczba zatrudnionych i przeszkolonych osób w spółdzielni oraz koszty szkoleń w latach 2006–2014

Źródło: Opracowanie własne.

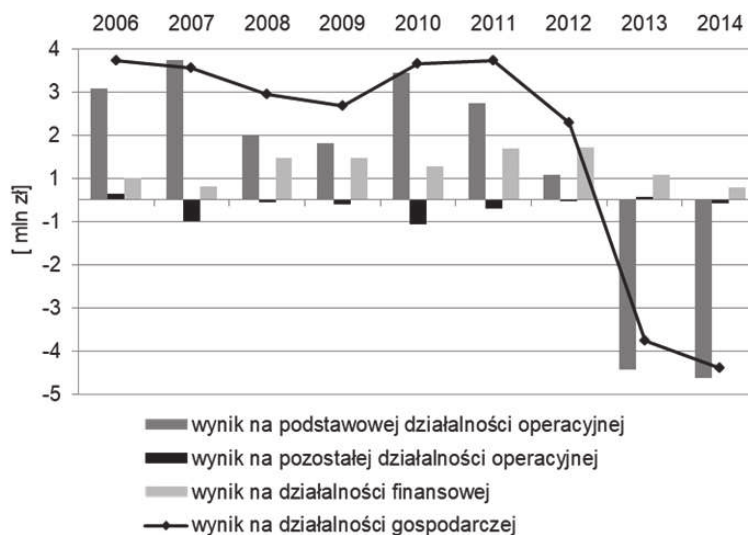


Rysunek 3

Przeciętne nominalne wynagrodzenie brutto w spółdzielni, gospodarce narodowej i handlu (sekcja G) w latach 2006–2014 [zł]

Źródło: Opracowanie własne.

Jeśli chodzi o sytuację ekonomiczno-finansową spółdzielni, to w całym okresie osiągała ona dodatni wynik wyłącznie na działalności finansowej (rys. 4). Przychody z działalności finansowej pochodziły głównie z odsetek od środków na rachunkach bankowych. Wynik na podstawowej działalności operacyjnej był ujemny w latach 2013–2014, co ostatecznie wpłynęło na stratę na



Rysunek 4

Wynik finansowy na działalności gospodarczej spółdzielni i jego składowe w latach 2006–2014 [mln zł]

Źródło: Opracowanie własne.

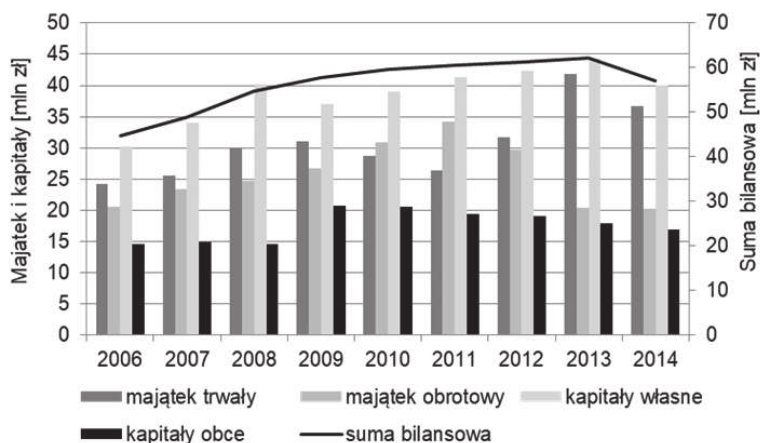
działalności gospodarczej. Ogółem na działalności gospodarczej w 2013 roku spółdzielnia osiągnęła stratę w wysokości 3,26 mln zł, na co decydujący wpływ miał wzrost kosztów handlowych (o ponad 5,2 mln zł) w podstawowej działalności operacyjnej, związany z uruchomieniem 4 nowych placówek oraz likwidacją 2 innych, w których nastąpiło zmniejszenie sprzedaży. Dodatkowo zmniejszyły się wpływy z promocji – marketingu w imieniu kontrahentów (o ponad 1,2 mln zł) i z działalności finansowej (o ponad 600 tys. zł). W 2014 roku strata na działalności gospodarczej sięgała prawie 3,9 mln zł, głównie w wyniku zmniejszenia wartości sprzedaży w placówkach przy relatywnie mniejszej dynamice spadku kosztów sprzedaży. Od 2012 roku koszty handlowe zaczęły przewyższać wypracowaną marżę. Należy zaznaczyć, że skutki spadku obrotu odczuwalne są natychmiast, a szybkie zmniejszenie kosztów, mimo podjętych działań, nie jest możliwe.

W celu poprawy wyniku finansowego na prowadzonej działalności spółdzielnia określiła następujące podstawowe kierunki działania na kolejne lata:

- poprawa rentowności sprzedaży przez: polepszenie warunków zakupowych, uatrakcyjnienie oferty handlowej, ograniczanie kosztów,
- zmiana organizacji pracy w sklepach,
- wdrożenie nowego systemu informatycznego do zarządzania sprzedażą w sklepach i centrali,

- rozwój sieci poprzez pozyskanie nowych sklepów,
- przyłączenie się do grupy zakupowej w celu osiągnięcia poprawy warunków handlowych.

Rysunek 5 prezentuje zmiany w strukturze bilansu spółdzielni w latach 2006–2014. W 2014 roku suma bilansowa wynosiła prawie 57 mln zł i była wyższa o ponad 12 mln (27%) w stosunku do 2006 roku. Majątek trwały w całym okresie zwiększył się o 12,5 mln zł, głównie za sprawą kategorii środki trwałe, co miało związek z podwojeniem się liczby placówek własnych. Istotny wzrost w kategorii aktywa obrotowe nastąpił w latach 2006–2011. Spowodowane było to zwiększeniem się środków pieniężnych z niespełna 15 mln do 26,4 mln zł. Suma kapitałów własnych wzrosła w badanych latach o blisko 10 mln zł. Wśród kapitałów własnych znacząco powiększył się kapitał zapasowy (z ok. 12,5 mln zł w 2006 r. do ponad 42 mln zł w 2014 r.) Oznaczało to, że spółdzielnia była przygotowana do pokrycia ewentualnych strat w kolejnych latach działania. Kapitały obce w 2014 roku wynosiły 16,9 mln zł i były o 2,3 mln zł większe niż w 2006 roku. Zwiększyły się zobowiązania długoterminowe spółdzielni (pobrane kaucje od najemców) i fundusze specjalne.



Rysunek 5

Suma bilansowa i struktura bilansu spółdzielni w latach 2006–2014

Źródło: Opracowanie własne.

Podsumowanie

Spółdzielczość spóżywców w Polsce nie jest tak znacząca pod względem gospodarczym i równie rozwinięta jak w innych krajach, przykładowo we Włoszech, Finlandii czy USA.

Na podstawie badań własnych dotyczących jednej z wielu spółdzielni zrzeszonych w KZRSS „Społem” stwierdzono jej rozwój pod względem ekonomiczno-finansowym w latach 2006–2014. Zwiększyła się liczba sklepów mieszczących się w placówkach własnych przy ich spadku w placówkach obcych. Nastąpił również wzrost przeciętnej powierzchni sklepów w obydwu rodzajach placówek. Liczba zatrudnionych w 2014 roku była jednak o ponad 6% mniejsza w stosunku do 2006 roku. W efekcie redukcji zatrudnienia i zwiększenia się liczby sklepów, zmniejszyła się przeciętna liczba osób pracujących w sprzedaży detalicznej w przeliczeniu na 1 sklep. Spółdzielnia inwestowała w kapitał ludzki. Łącznie w badanych latach poniosła koszty szkoleń pracowników sięgające ponad 1,1 mln zł. Przeciętne nominalne wynagrodzenie w tym czasie wzrosło o 53%. Mimo iż w latach 2013–2014 spółdzielnia wykazała stratę na działalności gospodarczej, nie stanowi to powodu do niepokoju, ponieważ podjęte działania w zakresie zmniejszenia kosztów nie dają zazwyczaj natychmiastowych efektów. Ponadto w tych latach suma kapitału zapasowego była kilkukrotnie większa niż poniesiona strata, a więc kontynuacja działania nie była zagrożona. Niepokojący jest jednak sukcesywny spadek liczby członków analizowanej spółdzielni.

Co do perspektyw rozwoju spółdzielczości spożywców w Polsce, to należy stwierdzić, że niestety wiele spółdzielni w przypadku małej rentowności nie poszukuje sposobów na wzmocnienie swojej pozycji poprzez kooperację lub fuzję, ale decyduje się na likwidację. Dochodzi wówczas do przejęcia dorobku wielu pokoleń spółdzielców przez konkurencyjne podmioty.

Mocną stroną spółdzielni spożywców w Polsce, w porównaniu do zagranicznych sieci handlowych dysponujących dużym kapitałem, jest dobra znajomość rynku lokalnego, wieloletnie doświadczenie w branży oraz lojalni klienci.

Literatura

- CHYRA-ROLICZ Z., 2006: *Polska spółdzielczość wobec problemów globalizacji: tezy do dyskusji*, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy. Problemy Globalizacji i Regionalizacji 9(2), 29–39.
- CIOCH H., 2011: *Prawo spółdzielcze*, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa.
- FLOREK-PASZKOWSKA A., 2016: *Współczesne spółdzielnie spożywców w Polsce na tle historycznym*, Zagadnienia Doradztwa Rolniczego 3(85), 61–75.
- KATCHOVA A.L., WOODS T.A., 2011: *The effectiveness of local food marketing strategies of food cooperatives*, Agricultural and Applied Economics Association's Annual Meeting, July 24–26, Pittsburgh, Pennsylvania.
- MERING T., 2013: *Spółdzielczość a polityka Unii Europejskiej w okresie kryzysu finansowego i gospodarczego*, Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje 20(1), 67–87.

- MROCZEK J., 2012: *Początki rozwoju spółdzielczości w Polsce*, Przegląd Prawniczy, Ekonomiczny i Społeczny 1, 29–40.
- NIESTRÓJ R., SZUMILAK J., 1990: *Warunki samofinansowania przedsiębiorstw handlowych (na przykładzie krakowskich spółdzielni spożywców)*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie 333, 53–65.
- NOWACKA B., 1999: *Rentowność Spółdzielni Spożywców Społem w latach 1995–1997*, Handel Wewnętrzny 45(3), 46–52.
- PARSZEWSKI K.K., JAKUBIAK K., 2011: *Strategia zarządzania spółdzielnią na przykładzie „Społem” PSS w Ostrołęce*, Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego 25, 107–115.
- PIECHOWSKI A., 2013: *Wartości i zasady spółdzielcze a społeczeństwo obywatelskie i gospodarka społeczna*, Ekonomia Społeczna 1, 34–47.
- PUDEŁKIEWICZ E., 2009: *Spółdzielcze formy gospodarowania w Polsce i w innych krajach Unii Europejskiej*, Zeszyty Naukowe SGGW, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing 2(51), 259–295.
- WIESZAŁKA O., 2003: *Infrastruktura sieci detalicznej dawnych liderów rynku detalicznego (wyniki badań w wybranych spółdzielniach „Społem”)*, Handel Wewnętrzny 6, 47–54.
- Ustawa z dnia 16 września 1982 r. Prawo spółdzielcze. Dz.U. 1982 nr 30, poz. 210.

Abstrakt

Celem opracowania jest przedstawienie spółdzielczości spożywców w Polsce w latach 2006–2014 na przykładzie wybranej spółdzielni zrzeszonej w Krajowym Związku Rewizyjnym Spółdzielni Spożywców „Społem”. Dokonano charakterystyki wybranej spółdzielni pod kątem liczby placówek, ich powierzchni, liczby zatrudnionych i wysokości płac. Zaprezentowano również finansowe wyniki działalności gospodarczej, sumę i strukturę bilansu oraz mocne strony dalszego rozwoju. Stwierdzono rozwój badanej spółdzielni pod względem ekonomiczno-finansowym.

Słowa kluczowe: spółdzielczość spożywców, handel detaliczny, spółdzielnie

Consumers cooperatives in Poland in the years 2006–2014: the case study of the selected cooperative

Abstract

The aim of this paper is to present the consumers cooperatives in Poland in the years 2006–2014 on the example of the selected cooperative being a member of the National Supervision Union of Społem Consumer Cooperatives. To characterise the chosen cooperative, the number and area size of their business

establishments were presented, as well as the number of employees and their wages. It was followed by the financial results of the business activity, the balance sheet and its components as well as the strengths leading to further development. Taking into account economic and financial performance of the cooperative, it was developing in the analyzed period.

Key words: consumers cooperatives, retail trade, cooperatives

Monika Wieczorek-Kosmala

Department of Corporate Finance and Insurance
University of Economics in Katowice

Risk financing choices of Polish companies – survey results

Introduction

The choice of appropriate risk control tools is essential in the risk management process. Physical risk control tools allow to reduce the probability of risk or reduce the scale of physical damage. Financial risk control tools are implemented with the aim to counterbalance the negative impact of financial consequences of risk. Thus, these tools are alternatively referred to as risk financing tools. Obviously, the corporate decisions on the application of financial risk control tools are related to financial management issues, as the choice of appropriate risk financing is relevant for the cost of capital and may enhance value creation. In this context, risk financing becomes an important element of a company's financial decision-making process and may influence the efficiency of its performance.

The paper presents and discusses the results of a survey which aimed at examining the problem of the choices of risk financing methods, as related to corporate finance decision-making. Taking into account the dilemmas of the use of risk retention, as well as the impact of the cost of insurance risk transfer, the study has asked several questions on the corporate preferences and financially-oriented constraints of each risk financing tool.

The study contributes to the existing debate by providing an insight into the motives behind the use of risk transfer or risk retention that are relevant in the real business environment. The motives behind the use of risk transfer are relatively well explored in the literature, both in the individual and corporate context. However, there are virtually no studies that address the risk retention decisions. In particular, the problem of corporate risk retention limits remains unexplored. The study focuses on Poland, where the risk management has just started to grow

on interest. Up to date, there were several risk management related researches, but of very diversified scope. These mostly focused on risk awareness, particular types of risk (e.g. exchange rate risk) or the use of risk transfer tools¹.

The paper is organized as follows. The first section outlines the conceptual framework of the study, by addressing the application of risk retention and insurance risk transfer and the consequences of their use from corporate finance theory point of view. The second section discusses the research design and methodology of the study, and develops the researched problems as given decisive situations. The third section presents and discusses the results. The fourth section concludes.

Conceptual framework

In the risk management process, risk analysis is followed by the choice of appropriate risk control tools. Financial risk control tools allow to counterbalance the negative financial impact of loss. There are two basic financial risk control tools – risk retention and risk transfer. Risk retention occurs if the company covers the financial burden of loss by itself. Risk transfer means that the negative financial consequences of risk are contractually transferred to a third party, which is obliged to ensure the inflow of capital in the case of risk occurrence [Rejda 2001, Vaughan and Vaughan 2003, Culp 2006].

A company retains the risk unconsciously if it failed to identify the risk or simply neglected the potential of risk outcomes and did not implemented any other risk financing method. From risk management point of view, however, the conscious risk retention is in focus. This refers to the situation when a company intentionally chooses to retain the risk, and this decision is based on appropriate computations. Conscious risk retention is followed by financing decisions which lead to (a) earmarked financial reserves (hold in liquid assets, formally or informally) and/or (b) the pre-negotiation of external financing inflow in the case

¹The problem of risk retention was signalised only in the study by Strupczewski and Thlon [2014], sample N = 386, in the context of the boundaries of risk tolerance. The managerial awareness of risk-management related issues was examined by Bizon-Górecka [2007] – sample of 254 companies; Tymoczko [2009] examined the foreign exchange risk management (N = 800, as an element of a questionnaire by the National Bank of Poland), risk management practices in SMEs were examined by Kasiewicz et al. [2012], sample N = 60 companies; Domański [2014] examined risk management in non-profit organisations (N = 235). Since 2009, Poland has been included in the biannual global risk management survey by AON; however the results were presented jointly for financial and non-financial companies (in 2009 on sample of N = 106, in 2011 on sample of N = 73 and in 2013 on sample of N = 234 [Słobosz and Ziomko 2009, Słobosz et al. 2011, Przywecki et al. 2013]).

of the negative impact of risk on company's financial situation (e.g. credit lines) [Vaughan and Vaughan 2003, Culp 2006].

Risk transfer is often presented as the alternative to risk retention. Accordingly, the benefits of risk transfer are explained by highlighting the shortcomings of risk retention. First of all, while a company decides to retain the risk, there is always a problem that the earmarked reserves will be insufficient to cover the financial consequences of risk on its occurrence. Further, it requires a discipline both in gathering the reserves, and in safeguarding their volume. These capital reserves might be perceived as the source of funds for the purposes other than risk coverage (the cookie jar effect). From financial theory point of view, there is also a quest on the efficiency of setting aside the cash which may be used for operating purposes and value creation. This is particularly questionable in the context of signaling theory (developed by Ross 1977). On one side, cash reserves may generate positive signals (as so-called financial slack), but on the other may be perceived negatively in the efficiency and transparency context. It is worth noting that from financial theory point of view, the retained risk is also the risk ultimately to be borne by the company's owners and thus may influence their expected rates of return (and the cost of capital).

In the insurance literature it is highlighted that risk transfer allows to avoid the above listed problems of risk retention. Instead, a company transfers the risk to third party and in exchange pays the premium. The risk transfer contract means the inflow of funds in the case of the financial consequences of risk occurrence. There are two main methods of risk transfer – the insurance risk transfer and the non-insurance risk transfer (the hedging with derivatives) [Rejda 2001, Vaughan and Vaughan 2003]. In this study, however, only the insurance risk transfer will be taken into account.

The literature relatively largely discusses the reasons behind the corporate decisions to insure or not to insure. In the individual dimension, the willingness to purchase insurance is usually explained by risk aversion. In other words, the risk-averse individuals are purchasing insurance to protect themselves. By doing so, they replace worries and fears with the reasonable cost of insurance premium. The traditional views explaining this phenomenon rely on the expected utility of insurance [Gollier 2000, Machina 2000, Schlessinger 2000, Outreville 2014]. Some recent views add to the discussion the behavioral context, by referring the impact of the possibility effect (as explained by the fourfold pattern, proposed by the prospect theory). In the event of negative risk outcomes and losses, the emotional effect of the fear of large losses causes risk aversion and leads to the acceptance of unfavourable settlements. This explains why many individuals are willing to pay much more for insurance than its expected value. For the insurance

business, the possibility effect produces favourable business conditions to make profits [Kahneman 2011].

The risk aversion, however, cannot fully explain the reasons why companies use insurance risk transfer. The separation of ownership and managerial control allows investors (company's owners) to manage the risk in a more effective way by portfolio diversification. In order to explain the motivations behind insurance risk transfer, the financial theory paradigms are often recalled. In general, it is highlighted that the implementation of insurance risk transfer helps a company to reduce certain costs: (a) the costs of corporate taxes (in the case of the convex taxation), (b) the financial distress costs, and (c) agency and information asymmetry costs [Mayers and Smith 1982], MacMinn [1987], MacMinn and Han [1990], Grace and Rebello [1993]. Generally speaking, from the corporate finance point of view, one of the core benefits of insurance risk transfer is the reduction of cash flow volatility due to the financial outcomes of risk. The financial outcomes of risk may lead to financial distress and increase the bankruptcy costs. Also, facing the financial consequences of risk, the company may be forced to postpone the planned investments (which refers to the underinvestment theory, as noted by Myers in 1977). As found by Smithson and Simkins [2005], the empirical studies usually address the cash flow volatility and the risk transfer by the use of derivatives (as an equivalent of risk transfer), in order to show the connection between value creation and risk transfer implementation.

As mentioned, risk retention and risk transfer are usually presented as two alternative risk financing techniques. The general recommendations on the use of retention or transfer are often matched with the possible burden of financial loss due to the height of risk frequency and risk severity. If the risk is not severe, but frequent, then retention is possible (in particular, the loss might be calculated as the cost of running the business, due to its high frequency). If the risk is severe, but not frequent, then the risk transfer is the recommended option [Ratliff and Hanks 1992, Borghesi and Gaudenzi 2013].

In practice, the particular risk financing tools implemented in a company are the combination of retention and transfer in certain proportions. There are many reasons behind these combinations. Some of these reasons are driven by external factors (e.g. the capacity of insurance market), whereas others by internal factors (e.g. the retention capability of the company, conscious and intentional decision of a company). There is also a growing number of innovations, which use the effectiveness of combining risk retention with risk transfer (the ARTs solutions, captives in particular). It is worth noting that the proponents of these innovations often encourage the implementation of risk retention with the potential of reducing insurance premium [Kloman and Rosenbaum 1982, Culp 2006].

Research design and methodology

Taking into account various (and sometimes contradicting) arguments for or against the use of risk retention and insurance risk transfer, this study examines the set of data referring some aspects of companies' choices between risk retention and risk transfer. The data were obtained in a survey dedicated to a wider range of issues within the relationship between corporate financial decision making and risk management issues. The survey was conducted in 2013 on a sample of non-financial companies operating in Poland (PAPI technique, conducted by professional research center). The questionnaire was directed to the sample of 250 companies which have formally implemented risk management procedure (in most of the cases with the help of consultants). The answers were given by the members of management boards responsible for managing risk or chief risk officers, if appointed. These assumptions helped to avoid two core limitations of the interview of a research method: (a) the artificiality of the interviewer and (b) wrong level of entry [Myers 2013]. Finally, 157 questionnaires were subject of further analysis (after the verification of completeness of answers and the legal and branch status of the company). Financial companies were excluded from the sample due to the impact of regulatory requirements on their risk management practices. It is particularly relevant while considering the risk-financing strategies (in this retention-transfer preferences).

Figures 1 and 2 present the basic characteristics of the interviewed companies. Taking into account the extent of risk management integration (Fig. 1), the majority of these companies were labelled as moderate. These companies declared that risk management accompanies most areas of their business operations. Accordingly, the companies with considerably low scale of risk management integration were labeled as low. These companies declared that risk management implementation is related only to several business activities. The holistic approach to risk management was declared by 18% of the interviewed companies (which were labelled as high), where risk management scheme was related to all business activities.

Other firm-specific characteristics taken into consideration were related to companies' size. According to Verbano and Venturini [2013], there is a problem of the specifics of risk management in SMEs, which has gained wide research attention recently. Usually, the size of a company is perceived by the number of employees or volume of annual revenues (or both). As it can be seen in Figure 2, more than a half of the interviewed companies were the small and medium-sized ones (and 72 fulfilled both criteria of SMEs).

As mentioned above, this study refers only to a chosen set of data obtained in the survey. In particular, it revises in depth three questions of the survey. Each

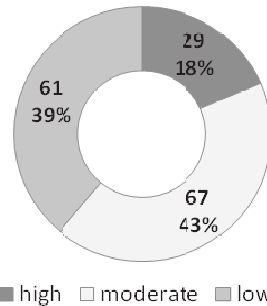


Figure 1

Sample characteristics – the scale of risk management integration in the surveyed companies

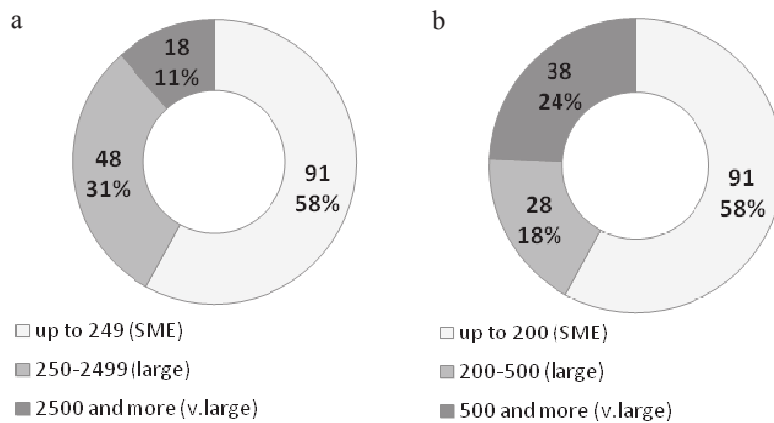


Figure 2

Sample characteristics – size of the surveyed companies: a – number of employees, b – annual revenues in million PLN

of these three questions referred to one given decisive situation, with a clearly outlined decisive context and a given number of decisive options. In this element, the construction of the questions was inspired by the examples of puzzles or paradoxes presented in the literature within the ambiguity of decision making under risk. These examples usually provide a clear information on the chance (probability) and reward and discover the bias of human cognition (e.g. Bernoulli paradox, or Allais paradox). In addition, the context of these decisions is also relevant (not winning, but loosing), and the difficult decisions are “in the middle” [Kahneman 2011].

The formula of the three questions in focus referred to the advice given by the respondents (hereafter – managers). In other words, managers were not asked

about their personal views and opinions, but on giving the recommendation of one of the given options. Accordingly, instead of asking “What would you do?”, there were questions asking “What should your company do?”. Obviously, to some extent these recommendations are preceded by the managers’ views, opinions or personal experience. However, the surveyed managers were in power of taking similar decision in their companies. By highlighting the advisory context of their responses, it can be assumed that their views influence the real choices of the represented company.

The first decisive situation (hereafter Situation 1) was related to the choice between risk retention and insurance risk transfer as the alternatives. As it was highlighted in the previous section of the paper, the literature often discusses the limitations of risk retention and in this context explains the benefits of insurance transfer. It is particularly visible in the insurance-related literature. Also, from corporate finance perspective, the risk retention is disputable (efficiency of reserves, risk ultimately to be borne by company’s owners). Thus, insurance transfer seems to be a more recommended tool as compared to risk retention. In this context, the two research questions were asked:

- Question 1: Have the managers’ recommendations shown the preference of insurance transfer to risk retention?
- Question 2: Were these recommendations related to the characteristics of the represented companies (level of risk management integration and size)?

The second decisive situation (hereafter Situation 2) referred to financially-oriented constraints of risk retention, whereas the third (hereafter Situation 3) – to financially-oriented constraints of risk transfer. Reasonable risk retention requires to set aside cash reserves (either in formal or informal way) or to ensure an external funding facility. Intuitively, the volume of cash reserves or external funding should correspond with the possible size of the loss, by providing the full coverage of the loss (as the optimum). Insurance risk transfer is judged as reasonable solution, depending on its price – the insurance premium, which simply shows the contribution of the insured in the insurance pool. This problem refers to the possibility effect, as defined in the “fourfold pattern” of prospect theory (addressed above). These reflections have led to the further two research questions:

- Question 3: Were the managers’ recommendations relatively consentaneous in the context of financially-oriented constraints of risk retention/insurance transfer?
- Question 4: Were these recommendations related to the characteristics of the represented companies (level of risk management integration and size)?

Results and discussion

Risk retention and insurance transfer as the alternatives (Situation 1)

In the first decisive situation the managers were asked about their recommendation on the choice of retention or insurance, provided that the company is exposed to risk which may result in a potential loss of PLN 5 million. Additionally, respondents were informed that the company is able to cover all these losses by itself (from the liquid assets reserves and within the pre-negotiated access to external funding). The given decisive options were:

- a) to insure the risk (with the insurance sum of PLN 5 million) – which means full insurance,
- b) to insure the risk, but with the insurance sum lower than PLN 5 million and the possible limitations of insurance cover – which means partial insurance,
- c) to not insure the risk – which means to retain the risk.

As it can be seen in Table 1, only five managers recommended to retain the risk. The remainder 152 were of the opinion that a company should purchase insurance, and the fraction of the managers who were for full or partial insurance was similar. These findings fully reflect the supposition that risk retention is less popular as compared to risk transfer. Also, these results may be regarded as some support for phenomenon of the possibility effect.

Table 1

The companies retention-transfer decisions, as recommended by the interviewed managers (N = 157)

Decisive options	Frequency	Percentage [%]
Full-insurance cover	74	47.13
Partial insurance cover	78	49.68
Retention	5	3.18
In total	157	100.00

Source: Own study based on questionnaire results.

Financially-oriented constraints of risk retention (Situation 2)

The second decisive situation was related to the managers' recommendations on the appropriate level of retention, as related to the possible loss. The context of the question clearly addressed the problem of the desired level of retention, by asking what should be the height of liquid assets set aside, relative to the value of the possible loss, to make the retention decision reasonable.

As it can be seen in Table 2, a relatively high fraction (more than a half) of managers indicated the level of 50 or 100%. These results seem surprising, taking into account that in the previous situation most of the managers were somehow against the retention. However, to some extent, it confirms the fact that retention is less popular than transfer. As a result, the managers recommend much lower levels of retention as supposed. One explanation of these results might be the managerial awareness of the negative signals generated by the cash set aside (and not involved in operating activity). Another explanation may be the unconscious treatment of retention as an element of risk management program, and thus 30% of respondents recommend to set aside cash enough for covering only the 50% of possible loss. The remainder managers (ca. 44%) indicated the relation of more than 100%. It is worth noting that ca. 20% recommended a very safe level of 300% or more, which may be, however, driven by their personal risk aversion.

Table 2

The level of liquid assets relative possible loss, as recommended by interviewed managers (N = 157)

Decisive options	Frequency	Percentage [%]
50%	48	30.57
100%	42	26.75
150%	22	14.01
200%	10	6.37
250%	1	0.64
300%	29	18.47
more than 300%	5	3.18
In total	157	100.00

Source: Own study based on questionnaire results.

Financially-oriented constraints of risk transfer (Situation 3)

In the third situation, the managers were asked about the maximum acceptable price for the possibility to insure the risk. The insurance price was reflected as a fraction of the possible loss. This situation revises also the problem of retention, but in a hidden context.

As presented in Table 3, ca. 15% of the managers recommended the lowest possible fraction of 0.01%, and the following 32% indicated the fraction of 1%. These answers might be perceived as the recommendation to retain the risk if the insurance premium is higher than 0.01% or 1% of the possible loss. Nearly a half of the respondents, however, indicated higher fractions. These judgements may

Table 3

The maximum payment for insurance transfer, as recommended by the interviewed managers (N = 157)

Decisive options	Frequency	Percentage [%]
Up to 0.01%	24	15.29
Up to 1%	51	32.48
Up to 5%	58	36.94
Up to 10%	24	15.29
More than 10%	0	0
In total	157	100.00

Source: Own study based on questionnaire results.

be of course influenced by the personal experience of the respondents, as regards the height of the insurance premiums paid by their companies. In particular, the companies which purchase non-standard coverage, or have a significant loss experience, may face (in practice) higher levels of insurance premiums. However, it may also be treated as another support of the phenomenon of the possibility effect (once again confirming the tendency to insure rather than retain the risk).

Relationship with firm-specific characteristics

As it can be seen in Table 4, the correlations between the recommended decisive options, in the given decisive situations, and the firm specific characteristics were weak to very weak. However, the application of Kruskal-Wallis test²

Table 4

Relationship between the analysed variables

Variables	Cramer's V coefficients			p-value; Kruskal-Wallis test		
	RM_I	E	R	RM_I	E	R
Retention-transfer choices	0.225	0.218	0.187	0.928	0.087*	0.172
Retention: financial constraints ^a	0.094	0.163	0.184	0.613	0.033**	0.001***
Insurance transfer: financial constraints	0.155	0.224	0.176	0.968	0.120	0.043**

RM_I – the scale of risk management integration, E – the size of companies measured by the number of employees, R – the size of companies measured by revenues; Statistical significance at * $\alpha = 0.1$, at ** $\alpha = 0.05$, at *** $\alpha = 0.01$. ^aObservations aggregated to four categories. Source: Own elaboration.

²Kruskal-Wallis test is a non-parametric method (called one-way ANOVA on ranks). The test is applicable for comparing two or more independent samples. The Pearson χ^2 test could not be used due to low number of observations in some categories.

revealed some statistically significant dependencies. The firm-specific characteristics were treated as the independent variables. Accordingly, it can be stated that the managers' recommendations (risk retention/transfer choices, the financial constraints of risk retention and financial constraints of risk transfer) were related to company's size. There were no dependencies in the case of the scale of risk management integration.

Conclusions

The study addressed three decisive situations faced by the respondents-managers, as regards selected issues of risk retention/transfer decisions. In this context, the four research questions were asked. In the situation addressing the choice between retention and transfer, the study has shown the preference given to insurance risk transfer (Question 1), as it was expected. It might be driven by the attention given to the insurance risk transfer in the literature, and the context of discussing its benefits over risk retention. The study has shown that the manager's recommendations cannot be judged as coinstantaneous facing the options of financially-oriented constraints of risk retention or insurance transfer (Question 3). The data has shown that there were relatively large fractions of the managers indicating both the edge and the middle options. The study has also found that the recommendations of the interviewed respondents were connected with the size of their company (Questions 2 and 4).

The study relies on the results of the questionnaire which is always related to the overall limitations of the interview and sample representativeness. Thus, the study was exposed to the risk of a bias due to the artificiality of the interviewer, level of entry or ambiguity of language (although the attention was paid to avoid these). Another important limitation is related to the constraints of the relatively lower familiarity, understanding and practice of risk management process in Poland, as one of the Eastern European countries. However, given the scarcity of risk management researches in these countries (as compared to western countries), this study contributes to filling in this research gap. Thus, the results may provide some insight into the risk management practice and its financially relevant consequences in Poland, as well as provide a comparative basis for similar studies in other post-transition countries.

References

- BIZON-GÓRECKA J., 2007: *Modelowanie struktury systemu zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwie – ujęcie holistyczne*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa, Bydgoszcz.

- BORGHESI A., GAUDENZI B., 2013: *Risk Management. How to Assess, Transfer and Communicate Critical Risks*, Springer, Milan.
- CULP C., 2006: *Structured Finance and Insurance. The ART of Managing Capital and Risk*, John Wiley & Sons, Hoboken.
- DOMAŃSKI J., 2014: *Zarządzanie ryzykiem w organizacjach non profit*, Oficyna Wydawnicza Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- GOLLIER CH., 2000: *Optimal Insurance Design: What Can We Do With and Without Expected Utility*, [in:] G. Dionne (ed.), *Handbook of Insurance*, Kluwer Academic Publishing, Boston, 91–115.
- GRACE M.F., REBELLO M.J., 1993: *Financing and the Demand for Corporate Insurance*, *The Geneva Papers on Risk and Insurance Theory* 18(2), 147–172, doi: 10.1007/BF01111467.
- KAHNEMAN D., 2011: *Thinking Fast and Slow*, Farrar, Straus and Giroux, New York.
- KASIEWICZ S., LEPCZYŃSKI B., GÓRSKI P., 2012: *Zarządzanie ryzykiem jako wyzwanie strategiczne przedsiębiorstw w okresie globalnego kryzysu*, [in:] S. Kasiewicz (ed.), *Strategie przedsiębiorstw i zarządzanie ryzykiem w warunkach kryzysu gospodarczego. Perspektywa sektora MSP*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, 93–139, http://www.pte.pl/pliki/2/1/IBnGR_Publikacja.pdf.
- KLOMAN H.F., ROSENBAUM D.H., 1982: *The Captive Insurance Phenomenon: A Cautionary Tale?*, *Geneva Papers on Risk and Insurance* 7(23), 129–151.
- MACHINA M.J., 2000: *Non-Expected Utility and the Robustness of the Classical Insurance Paradigm*, [in:] G. Dionne (ed.), *Handbook of Insurance*, Kluwer Academic Publishing, Boston, 38–90.
- MacMINN R.D., 1987: *Insurance and Corporate Risk Management*, *Journal of Risk and Insurance* 54(4), 658–677, doi: 10.2307/253115.
- MacMINN R., HAN L.M., 1990: *Limited Liability, Corporate Value and the Demand for Liability Insurance*, *Journal of Risk and Insurance* 57(4), 581–607, doi: 10.2307/252945.
- MAYERS D., SMITH C.W., 1982: *On the Corporate Demand for Insurance*, *Journal of Business* 55(2), 281–269, doi: 10.1007/978-94-015-7957-5_9.
- MYERS S.C., 1977: *The Determinants of Corporate Borrowings*, *Journal of Financial Economics* 5, 147–175.
- MYERS M.D., 2013: *Qualitative Research in Business and Management*, Sage Publications, London.
- OUTREVILLE J.F., 2014: *Risk Aversion, Risk Behavior, and Demand for Insurance: A Survey*, *Journal of Insurance Issues* 37(2), 158–186, <http://www.jstor.org/stable/43151298>.
- RATLIFF R., HANKS S., 1992: *Evaluating Risk*, *Managerial Auditing Journal* 7(5), doi: 10.1108/02686909210017883.
- REJDA G.E., 2001: *Principles of Risk Management and Insurance*, Addison Wesley, Longman, New York.
- ROSS S.A., 1977: *The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signaling Approach*, *Bell Journal of Economics* 8(1), 23–40.
- SCHLESINGER H., 2000: *The Theory of Insurance Demand*, [in:] G. Dionne (ed.), *Handbook of Insurance*, Kluwer Academic Publishing, Boston, 131–151.

- SŁOBOSZ J., ZIOMKO R., 2009: *Zarządzanie ryzykiem i ubezpieczeniami w firmach w Polsce. Raport Aon Polska*, http://www.polrisk.pl/wp-content/uploads/2013/05/AON-Polska_Zarządzanie-ryzykiem-i-ubezpieczeniami-2009.pdf.
- SŁOBOSZ J., ZIOMKO R., PRZYWECKI M., 2011: *Badanie zarządzania ryzykiem i ubezpieczeniami w firmach w Polsce. Raport Aon Polska 2011/2012*, <http://www.polrisk.pl/wp-content/uploads/2013/05/AON-raport-2011-end.pdf>.
- SMITHSON C., SIMKINS B.J., 2005: *Does Risk Management Add Value? A Survey of the Evidence*, *Journal of Applied Corporate Finance* 17(3), 8–17, doi: 10.1111/j.1745-6622.2005.00042.x.
- STRUPCZEWSKI G., THLON M., 2014: *Wykorzystanie techniki zatrzymania ryzyka przez średnie i duże przedsiębiorstwa w Polsce w świetle badań ankietowych*, *Wiadomości Ubezpieczeniowe* 59–84, <https://www.piu.org.pl/public/upload/ibrowser/Wiadomosci-%20Ubezpieczeniowe/WU%203-2014.pdf>.
- TYMOCZKO I., 2009: *Sposoby zabezpieczania się polskich przedsiębiorstw niefinansowych przed ryzykiem kursowym*, *Bank i Kredyt* 40(3), 71–92. http://bankikredyt.nbp.pl/home.aspx?f=/content/2009/03/bik_03_2009_pl.html.
- VAUGHAN E.J., VAUGHAN T., 2003: *Fundamentals of Risk and Insurance*, John Wiley & Sons, New York.
- VERBANO C., VENTURINI K., 2013: *Managing Risks in SMEs: A Literature Review and Research Agenda*, *Journal of Technology Management and Innovation* 8(3), 186–197, doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242013000400017>.

Abstract

The paper presents and discusses the results of the survey which aimed at examining the choices of risk financing methods in Polish non-financial companies. The basic alternatives in risk financing are risk retention and insurance risk transfer. Risk financing decisions remain related to corporate financial decision-making process (due to the impact on the cost of capital and value creation). The paper discusses the obtained survey results in three decisive contexts (situations): risk retention and transfer as the alternatives, financial constraints of risk retention and financial constraints of risk transfer. It was found that the surveyed companies have showed the preference of risk transfer and these preferences were related to their size.

Key words: risk management, risk financing, corporate finance, financial decision-making, retention, insurance

Wybór metod finansowania ryzyka w polskich przedsiębiorstwach – wyniki badań ankietowych

Abstrakt

Artykuł prezentuje wyniki badań ankietowych, których celem było zbadanie zastosowania metod finansowania ryzyka w przedsiębiorstwach. Retencja ryzyka i ubezpieczenie często są przedstawiane w literaturze jako skrajne alternatywy w obrębie możliwości finansowania ryzyka. Finansowanie ryzyka jest ważnym elementem decyzji finansowych przedsiębiorstwa, wpływającym również na efektywność jego działania (przez kategorię kosztu kapitału). Badania ankietowe przeprowadzono na próbie polskich przedsiębiorstw niefinansowych. Artykuł odnosi się do wyników tych badań w obszarze trzech sytuacji decyzyjnych: wyboru między retencją a ubezpieczeniem (jako alternatywami), finansowych ograniczeń dla zastosowania retencji oraz finansowych ograniczeń dla zastosowania transferu. Wyniki badań wskazują, że badane przedsiębiorstwa preferowały ubezpieczenie, co miało słaby (ale istotny statystycznie) związek z ich wielkością.

Słowa kluczowe: zarządzanie ryzykiem, finansowanie ryzyka, finanse przedsiębiorstw, podejmowanie decyzji finansowych, retencja, ubezpieczenie

Katarzyna Żak

Department of Enterprise Management
University of Economics in Katowice

Towards a green enterprise

Introduction

Since the 1980s we have been observing a change in the attitude to economic growth, including the growth of enterprises. This change involves recognizing that economic growth encompasses more than purely economic goals – it also embraces social and environmental goals. In macroeconomic terms, the sustainable development concept is accompanied by the idea of corporate social responsibility (CSR), which is defined as an enterprise's voluntary choice to include social and environmental aspects in its business activity and stakeholder management. In this meaning, social responsibility becomes an element in an enterprise's long-term development strategy as it reconciles business goals (growth, value maximization, long-term profitability) with purposeful activity aiming to comply with fundamental social and environmental principles.

It is no exaggeration that until recently ecological demands were perceived as a certain extravagance. Nowadays, the ideas of green economy or green enterprise are increasingly becoming part of the market economy. Ecologization is a process towards structural changes in the entire economy and transformations in its industries, aiming for lower energy, resource and water consumption, reduced production of pollutions and their burden to the environment and society. Ecologization affects all the sectors as well as underlying macro- and microeconomic phenomena.

The article aims to discuss the evolution of corporate attitudes towards environmental challenges and present two major business models of a modern enterprise, which recognizes ecological responsibility as one of priorities in business activity. It also contains the analysis and evaluation of the “Global Green Ranking 2016” leaders.

From traditional growth to sustainable development

The classic approach to developing an economy affirms free market principles, critiques government intervention, promotes the so-called invisible hand of the market, a weaker public sector, the necessity to increase the freedom of economic activity and reduce the role of trade unions, which often contribute to higher unemployment rates through their pay demands [Winiarski and Winiarska 2006, p. 133].¹ According to Friedman, only one form of social responsibility can be attributed to the business world – enterprises should use their resources and conduct their operations aiming to increase their profits to a degree that complies with the rules of the game. Accordingly, they should engage in open and free competition without deviation or deception [Friedman 1999, p. 260]. Neoliberalism proposes that a benefit for others emerges, first, as a result of the deliberate and purposeful activity by a firm's management, aiming to maximize shareholder value, second, as beneficial effect of a firm's operations, which assumes that a for-profit enterprise – in compliance with the invisible hand mechanism, in an unintentional way – contributes to proliferating material welfare in society [Sternberg 1998, pp. 60–61].

Neoliberal policies, accompanying globalization and expectations to raise universal social well-being, have not delivered expected results. The liberalization of global capital transformation processes led to weakened growth dynamics and subsequent socio-economic disparities, both internationally and on a domestic scale. The gap between rich and poor countries is not getting smaller, on the contrary, it is growing. The world is suffering from recurring financial crises, revealing new syndromes and unexpected consequences [Ładyka 2012, p. 21]. In addition, adverse effects on the environment are raising more and more concerns. Szyszkowska [2016] argues that there is no consideration for maintaining harmony in the natural world because decision makers place reason at the service of their desires. And the strongest desire is for material profit.

The critique of the neoliberal idea of growth led to the emergence of the concept of sustainable development, based on the lasting co-existence of three elements: economy, society and environment. The first document, published in 1987, that proposed a new, sustainable approach to the interplay between human activity and natural environment was "Our Common Future" [UN 1987]. This gave rise to a number of international initiatives aimed at sustainable development, such as Agenda 21 (1992), the UN Millennium Declaration (2000), the Earth Summit Rio +20 (2012), "Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development (2015), the EU Strategy for sustainable development

¹Main representatives of economic neoliberalism are, i.a. Friedman, Knight, Stigler, and Hayek.

(2001), reviewed in 2006 [EU 2002], the Lisbon Strategy and the Europe 2020 Strategy [GUS 2015].

Sustainable development involves stimulating socio-economic growth in a such a way that does not encroach upon the future of the coming generations and accounts for the needs and rights of the natural world. Its underlying principle is the pursuit to reconcile ecological, economic and social issues and it embraces three fundamental priorities [Machowski 2003, p. 101; Skowroński 2006, p. 51]:

- ecological – preventing environmental degradation and eliminating the threats to the environment;
- economic – satisfying the basic material needs of people by using technologies that do not destroy the natural environment;
- social and humanitarian – ensuring the social minimum (elimination of hunger and poverty), health care, spiritual development (culture), safety and education.

The ecologization of the economy seems to offer an effective way to implement the principles of sustainable development. Ecologization, in its appropriate meaning, accounts not only for ecological aspects (the necessity to protect the natural world), but also all social aspects relating to man. Accordingly, the category of so-called ecological economy emerges – the system that optimizes the flow of goods and services to ensure the maximum use of resources and the minimum production of waste [Kožuch 2015, p. 14].

From CSR to the green enterprise

On a microeconomic scale, the three fundamental components of sustainable development are also relevant to enterprises and their operations. The sustainable growth of enterprises is defined here as a process of reconciling economic, ecological and social goals [Grudzewski et al. 2010, p. 300]. The concept of an enterprise's sustainable growth is related with, or in some authors' opinion – equivalent to, the concept of CSR. Corporate social responsibility emphasizes the need for a more comprehensive formulation of company goals, going beyond mere economic profitability, the incorporation of social and ecological aspects into business activity, and the dialogue with stakeholders [Lewicka-Strzałecka 2006]. The opinion that an enterprise will not achieve success if it is not socially responsible, which involves staying in business and pursuing a long-term development strategy, is becoming increasingly common [Rybak 2004]. This approach complies with the idea of 3E (efficiency, effectiveness and ethicality) postulated by business ethics as mutually dependent values providing the axiological context that cannot be eliminated [Gasparski 2007]. Sometimes it is argued that run-

ning a business in a socially responsible way is one of the fundamental sources – in addition to organization and technology – of the competitive advantage of an enterprise in the market, and social commitment is considered as “a new economic indicator” and “a long-term investment” [Windorpska and Wróbel 2007].

Enterprises are aware of the fact that in order to be successful under global competition, economic competitiveness is not sufficient and they need to be more active in the areas that until recently remained outside the interest of the majority of societies [Żak 2015, p. 172]. Companies take steps to present their activity in positive light, indicating that ecological and social initiatives are the integral part of their prime goals. On the other hand, these aspects have an increasing impact on the decisions made by customers to choose the products of a particular company. Many enterprises (e.g. Reebok, Shell, Timberland), recognizing the importance of the issues related to sustainable development, submit relevant reports and implement internal codes of good practice, which record initiatives undertaken in the area of environmental protection and community involvement and open up dialogue with society [Halizak et al. 2004, pp. 283–291].

Moreover, opinions that the present times need something more than sustainable development are beginning to emerge, for example in the UNEP (ang. United Nations Environment Programme) documents. What is needed is a new, green economy and a green enterprise, which will ensure the preservation of natural capital for future economic growth.

The definition developed by the UNEP [2011, p. 16] says that a green economy is one that leads to improved human well-being and social equity, while significantly reducing environmental risks and ecological scarcities. A green economy should be low carbon, resource efficient and socially inclusive, while growth in income and employment should be driven by public and private investments that reduce CO₂ emissions and other pollution, enhance energy and resource efficiency, and prevent the loss of biodiversity and ecosystem services.

Accordingly, major attributes of a green economy comprise: uncoupling economic growth from the exploitation of natural resources, renewable energy sources, energy efficiency, clean manufacturing, biodiversity protection, sustainable consumption, equity between generations and regions, social responsibility of enterprises and investors [Ryszawska 2013, p. 19].

In terms of the attitude towards challenges involved in ecological responsibility, enterprises adopt either of the two approaches: reactive, which entails only the compliance with the legislation on environmental protection, and proactive, which means that an enterprise takes a long-term view on its growth by recognizing the significance of the ecological aspect and reaches beyond the scope and timeframe of the current arrangements by anticipating which will become new

legal regulations in the foreseeable future. Proactive behavior is increasingly driven by building connection between enterprises and stakeholders.

Strong commitment of enterprises to environmental issues has yielded a term green enterprise. According to Kassaye, the greening of an enterprise is a multi-faceted process involving the so-called 4R, i.e.: reduction, reuse, recycling, recovery, whereas each R may comprise different solutions, e.g. reduction means both the reduced consumption of resources (such as energy), but also a reduction in waste generation [Kassaye 2001, p. 444 and further]. A green enterprise can be defined as an organization committed to the principles of ecological responsibility, relying on renewable resources, and minimizing its negative impact on the natural environment [Čekanavičius et al. 2014, p. 76].

Proecological orientation of a modern enterprise has a significant influence on its business model, i.e. a coordinated plan of action aiming to develop a strategy consistent with customer expectations through the optimal use of resources and relations. According to Oblój, a business model is the combination of a firm's strategic concept and the technology involved in its practical implementation, defined as the building of a value chain allowing for the effective use and recovery of resources and skills. A business model provides information on what an organization will do, what its basic resources and competences are and how they are configured in day-to-day operations. The effective business model tends to be imitated by other enterprises [Oblój 2002, p. 98].

Two general proactive business models embracing ecological responsibility can be distinguished (Fig. 1).

Both models are based on similar assumptions, which include [Chodyński 2011, p. 207]:

- Incorporating the tenets of sustainable development.
- Creating the organizational culture of a socially responsible enterprise (including ecological aspects), respecting relevant values.
- Pursuing the concept of stakeholders, with the natural environment as a “silent” stakeholder, and, in some cases, identifying the natural environment as a major stakeholder.
- Recognizing a wide range of social needs and the expectations of all stakeholders, pursuing CSR values and the concept of ecological responsibility.
- Acting in accordance with the idea of the triple bottom line, with a clear identification of ecological goals among other goals of an enterprise.
- Incorporating CSR ideas and ecological responsibility in the business architecture.
- Perceiving CSR and ecological responsibility as growth and value creation factors in an enterprise.

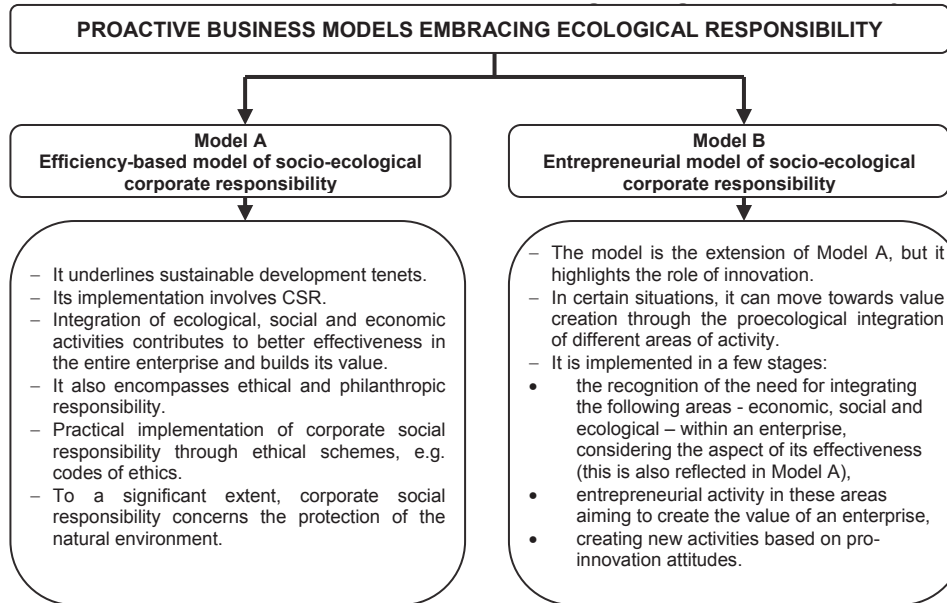


Figure 1

Proactive business models embracing ecological responsibility

Source: Own elaboration based on [Chodyński 2011].

The two business models – efficiency-based and entrepreneurial models of corporate socio-ecological responsibility – emphasize primarily ecological goals, but they also concern economic and social goals. It is noteworthy that it is of significant difficulty to differentiate between the two model in business practice.

Global leaders in the green revolution in an enterprise

The importance of the issues discussed in this article causes that it is worthwhile to present the enterprises, operating on a global scale, that report the greatest achievements in the area of proecological initiatives. The US editorial board of the *Newsweek* magazine, in cooperation with Corporate Knights and HIP Investor², published a global ranking of the greenest firms entitled “Global Green Ranking 2016”. They analyzed 500 listed companies³, which were assessed in

²Corporate Knights Inc. is a Canadian company operating in media and surveys focused on promoting corporate sustainable growth. HIP Investor is the world leader in the management of investments and investment portfolios yielding social, environmental and economic profits.

³The full version of the ranking comprises the total of 500 listed companies based outside of the USA and 500 largest US listed corporations. The article uses art of the “Full World Rankings” report.

terms of eight indicators of “green” effectiveness, namely: energy productivity (15%), carbon productivity (15%), water productivity (15%), waste productivity (15%), green revenue (20%), sustainability pay link (10%), themed committee (5%) and audit score (5%)⁴.

The comparison of the “Global Green Ranking” Top 10 in the years 2015 and 2016 reveals that five companies successfully maintained their position in this prestigious list and these were: Shire PLC, Reckitt Benckiser, BT Group PLC, Swisscom AG, and Unilever PLC. In 2016, they were joined by the following firms: Essilor International SA, Nike Inc. Sky PLC, Siemens AG, with Schneider Electric, a global specialist in energy management and automation, closing the top ten. The Top 10 global leaders in proecological policies in 2015 and 2016 are presented in Table 1.

Among the 500 green enterprises included in the ranking, the most discriminating criteria were: energy productivity, carbon productivity, water productivity, waste productivity, green revenue. The values of the remaining three criteria, i.e. sustainability pay link, themed committee, and audit score, stood at the similar levels.

The majority of green companies in the ranking were based in Northern America (45.6%) – 211 in the USA and 17 in Canada (Fig. 2).

As much as 25.6% green companies in the ranking represented Europe. Most of them were based in the UK (29), France (23), Germany (20), and Switzerland (15). The ranking also features enterprises from Sweden, Spain, Italy, the Netherlands, Ireland, Denmark, and Belgium. Another continent that had a considerable representation is Asia with 23.6% enterprises in the ranking. Most green companies there were based in China, Japan, and Hong Kong, but such countries as India, Singapore, South Korea, Indonesia, and Malaysia were also represented. Australia should be especially credited since, as a country-continent, it had 10 green companies in the ranking.

It is notable that the southern part of the world, often referred to as the poor South, was represented in the ranking by a small percentage of proecological firms (3.2%). In South America, two countries had green companies – Brazil and Columbia, while in Africa only one country – RSA – had three green companies in the ranking.

While analyzing the “Global Green Ranking 2016”, it is interesting to investigate the enterprises by sectors. Figure 3 shows that 27% operated in the financials sector, 12% represented the IT sector, while companies operating in the industrial and consumer discretionary sectors ranked third, with 11% representing each of the two sectors. The remaining green companies operated in such sectors as: health care, energy, consumer staples, telecommunication services, materials and utilities.

⁴Weights for particular indicators are given in brackets.

Table 1
World Top 10 green companies in 2015 and 2016

No	Company/sector	Country	Green score	Company/sector	Country	Green score
	2015			2016		
1	Biogen Inc./ health care	USA	89.20	Shire PLC/health care	Ireland	87.70
2	Shire PLC/ health care	Ireland	85.10	Reckitt Benckiser Group PLC/ consumer staples	UK	83.90
3	Allergan Inc./health care	USA	84.20	BT Group PLC/ telecommunication services	UK	83.20
4	Reckitt Benckiser Group PLC/ consumer staples	UK	84.10	Swisscom AG/ telecommunication services	Switzerland	82.90
5	Adobe Systems Incorporated/ information technology	USA	82.60	Esillor International SA/health care	France	82.00
6	Swisscom AG/ telecommunication services	Switzerland	81.60	NIKE Inc/consumer discretionary	USA	81.90
7	Unilever PLC/ consumer staples	UK	81.30	Unilever PLC/ consumer staples	UK	81.80
8	Broadcom Corporation/ information technology	USA	81.30	SkyPLC/ consumer discretionary	UK	81.80
9	Roche Holding AG/ health care	Switzerland	80.40	SIMENS AG/industrials	Germany	79.60
10	BT Group PLC/ telecommunication services	UK	80.40	Schneider Electric SE/industrials	France	78.80

Source: Compiled based on *Newsweek* rankings "Green 2015" and "Green 2016".

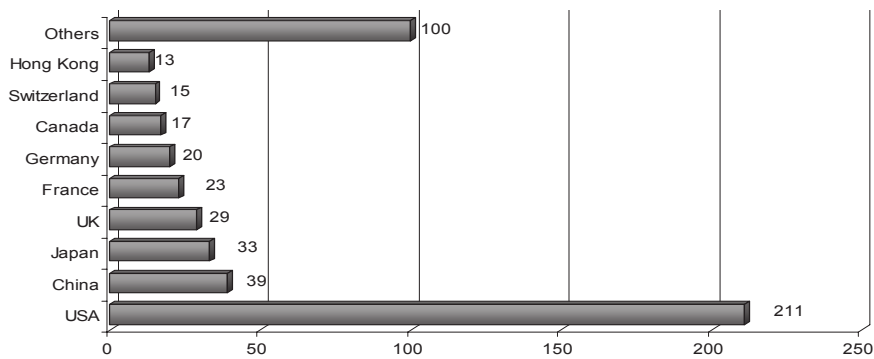


Figure 2
Five hundred greenest companies in the world by country of origin in 2016
Source: Own elaboration based on *Newsweek* ranking "Green 2016".

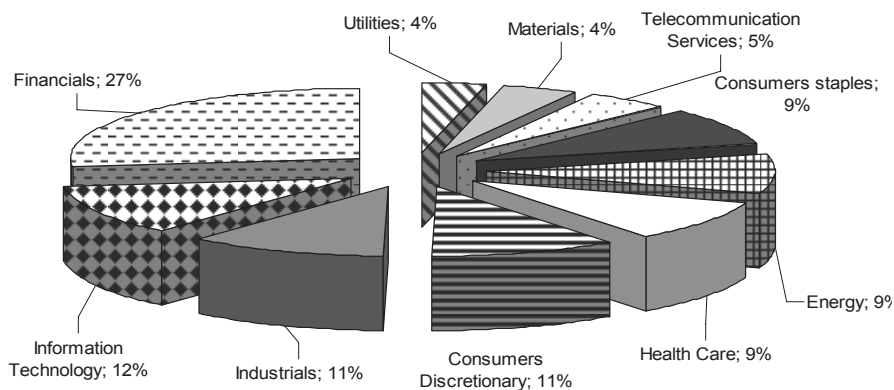


Figure 3

Five hundred greenest companies in the world by sector in 2016

Source: Own elaboration based on *Newsweek* ranking "Green 2016".

Conclusions

Fierce competition in the markets means that the planned process of building a business model for a modern enterprise must be based on the assumption that "green" orientation is a source of competitive advantage, a foundation of growth and a platform for developing an enterprise's development strategy, an opportunity to ensure social approval for an enterprise's growth path, an enterprise's distinguishing feature in the market (by building its positive image and reputation), a foundation of value creation, a basis of social dialogue, a comparative criterion in the process of evaluating an enterprise's competitiveness, and a point of equilibrium between shareholders and other stakeholders [Chodyński et al. 2008, pp. 63–71].

It should be taken into account, however, that many firms adopt a passive attitude towards the issues relating to ecology and environment. The reasons for this situation may be identified as [Bernaciak 2000, pp. 91–92]:

- Lack of commitment to environmental issues from the management, failure to recognise the relationship between an enterprise and the environment.
- Lack of the relationship between an enterprise's market position and its commitment to ecology.
- The actual, insignificant impact of an enterprise on the environment, stemming from, e.g.: the characteristics of the sector, technologies that the enterprise uses, the size of the plant. Incurring extra costs involved in environmental protection may seem irrational in terms of the enterprise's profitability.

- The financial standing of an enterprise, which allows for meeting only the basic requirements in terms of the environmental protection.
- Unprofitable investment in environmental protection initiatives, i.e. the costs incurred outweigh expected benefits.

The “Global Green Ranking 2016”, quoted in this article, identified the world leaders in terms of proecological practices. Based on such examples, the so-called ecological benchmarking can be applied, as it helps to modify company behavior to become more ecological. Despite being marked as reactive, ecological benchmarking, when applied effectively, can yield guidelines on how to achieve benchmark levels in organizations oriented towards a business model embracing ecological responsibility.

References

- BERNACIAK A., 2000: *Przedsiębiorstwo wobec wymagań ochrony środowiska*, PTOP „Salamandra”, Poznań.
- ČEKANA VIČIUS L., BAZYTĖ R., DIČMONAITĖ A., 2014: *Green business: challenges and practices*, *Ekonomica* 93(1), 74–88.
- CHODYŃSKI A., 2011: *Odpowiedzialność ekologiczna w proaktywnym rozwoju przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków.
- CHODYŃSKI A., JABŁOŃSKI A., JABŁOŃSKI M., 2008: *ECSR – koncepcja strategiczna oparta o ekologiczną i społeczną odpowiedzialność biznesu*, [in:] W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk (eds), *W poszukiwaniu nowych paradygmatów zarządzania*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- EU, 2002: *Towards a global partnership for sustainable development 2002: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions*, COM/2002/0082 final.
- FRIEDMAN M., 1999: *Spoleczna odpowiedzialność biznesu to zwiększanie zysków*, [in:] G.D. Chryssides, J. Kaler (eds), *Wprowadzenie do etyki biznesu*, PWN, Warszawa.
- GASPARSKI W., 2007: *Wykłady z etyki biznesu. Nowa edycja uzupełniona*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa.
- GRUDZEWSKI W.M., HEJDUK I.K., SANKOWSKA A., WAŃTUCHOWICZ M., 2010: *Sustainability w biznesie czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania*, Poltex, Warszawa.
- GUS, 2015: *Wskaźniki zrównoważonego rozwoju Polski*, Katowice.
- HALIŻAK E., KUŹNIAR R., SIMONIDES J. (eds), 2004: *Globalizacja a stosunki międzynarodowe*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz.
- KASSAYE W., 2001: *Green Dilemma*, *Marketing Intelligence and Planning* 19(6), 444–455.

- KOŻUCH M. (ed.), 2015: *Ekologizacja gospodarki*, Wydawnictwo Fundacji Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- LEWICKA-STRZAŁECKA A., 2006: *Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym*, Wyd. IFiS PAN, Warszawa.
- ŁADYKA S., 2012: *Liberalizm czy neoliberalizm w polityce gospodarczej państwa*, [in:] U. Mrzygłód (ed.), *Wyzwania gospodarki globalnej*, Prace i Materiały Instytutu Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego, 31/2, 11–23.
- MACHOWSKI J., 2003: *Ochrona środowiska. Prawo i zrównoważony rozwój (Stan prawny na dzień 1 stycznia 2003 r.)*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa.
- Newsweek, 2016: *Green 2015*, <http://www.newsweek.com/green-2015>.
- Newsweek, 2017: *Green 2016*, <http://www.newsweek.com/green-2016>.
- OBŁÓJ K., 2002: *Tworzywo skutecznych strategii*, PWE, Warszawa.
- RYBAK M., 2004: *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- RYSZAWSKA B., 2013: *Zielona gospodarka jako priorytet strategiczny Unii Europejskiej*. *Logistyka Odzysku* 4(9), 18–21.
- SKOWRONSKI A., 2006: *Zrównoważony rozwój perspektywą dalszego postępu cywilizacyjnego*, *Problemy Ekorozwoju* 1(2), 47–57.
- STERNBERG E., 1998: *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- SZYSZKOWSKA M., 2016: *Skutki neoliberalizmu gospodarczego*, *Myśl Polska*, 13–14.
- UN, 1987: *Report of the World Commission on Environment and Development*, A/RES/42/187.
- UNEP 2011: *Towards a Green Economy. Pathways to sustainable development and poverty eradication*.
- WINDORPSKA A. WRÓBEL A., 2007: *Społeczne zaangażowanie – nowy wskaźnik biznesowy?*, *Rzeczpospolita*, 23 August 2007.
- WINIARSKI B., WINIARSKA F., 2006: *Druga połowa XX stulecia. Polityka gospodarcza w podzielonym świecie*, [in:] B. Winiarski (Ed.), *Polityka gospodarcza*, PWN, Warszawa.
- ŻAK K., 2015: *Green economy – w drodze do nowego globalnego standardu biznesowego*, *Studia Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach* 226, 169–180.

Abstract

The article presents a brief outline of the evolution in pro-ecological attitudes both in macro- and microeconomic terms. As a result, two major business models of a modern enterprise that recognise ecological responsibility as a priority for business activity are identified. The discussion also contains the synthetic analysis of the “Global Green Ranking 2016” and the presentation of its leaders.

Key words: sustainable development, corporate social responsibility, green enterprise

W kierunku tworzenia zielonego przedsiębiorstwa

Abstrakt

W artykule przedstawiono krótki zarys ewolucji w postawach proekologicznych, zarówno w ujęciu makro-, jaki i mikroekonomicznym. Wskazano dwa główne modele biznesu współczesnego przedsiębiorstwa, które uznają odpowiedzialność ekologiczną za jeden z priorytetów działania na rynku. Uzupełnieniem tych rozważań jest syntetyczna analiza i ocena liderów „Global Green Ranking 2016”.

Słowa kluczowe: zrównoważony rozwój, społeczna odpowiedzialność biznesu, zielone przedsiębiorstwo

Ewa Jaska, Agnieszka Werenowska

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Narzędzia public relations wykorzystywane w kreowaniu wizerunku organizacji pozarządowej

Wstęp

Obecność coraz większej liczby organizacji pozarządowych w ostatnich latach staje się czynnikiem wzrostu poziomu konkurencyjności o zasoby dostępne w społeczeństwie. Organizacje dokładają wielu starań, aby zwrócić uwagę ludności na problemy będące przedmiotem ich działalności. Istotną rolę odgrywa zatem ich wizerunek oraz umiejętność komunikowania się z otoczeniem.

Komunikacja społeczna, w tym działania z obszaru public relations (PR), odgrywa istotną rolę w funkcjonowaniu organizacji. Poprzez wchodzenie w interakcje wpływa się na kształtowanie określonych postaw w społeczeństwie oraz postrzeganie organizacji. Jest to proces, który odbywa się stale, ponieważ „nawet brak informacji jest przecież informacją” [Rozwadowska 2002, s. 106–107]. Z tego powodu należy zadbać o jej świadome kształtowanie oraz systematyczną kontrolę, aby uzyskać zamierzone cele.

Z kolei pozytywny wizerunek jest bardzo ważny, ponieważ pozwala na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej nad obecnymi na rynku innymi organizacjami pozarządowymi. Taka sytuacja wpływa korzystnie na poprawę jakości relacji z otoczeniem i wzrost zaufania do organizacji.

Celem opracowania jest przedstawienie narzędzi PR wykorzystywanych przez organizacje pozarządowe w kontaktach z otoczeniem.

Podstawowe techniki i narzędzia public relations wykorzystywane w organizacji pozarządowej

Public relations jest sposobem komunikowania organizacji z otoczeniem, a tym samym formą docierania do otoczenia z informacją pochodzącą z wiarygodnych źródeł. Konieczne jest spełnienie warunku, że przedsięwzięcia tego typu będą realizowane w sposób ciągły oraz systematyczny [Wiktor 2013, s. 238]. Kotler [2012, s. 565] w obszarze public relations wskazuje na takie działania, jak: relacje z prasą, nagłaśnianie informacji o produktach, komunikację korporacyjną, lobbying i doradztwo.

Tworzenie tożsamości przedsiębiorstwa, zarządzanie sytuacją kryzysową oraz sponsoring to główne działania, na które zwraca uwagę Budzyński [2005, s. 11]. W związku z wielością definicji i szerokim zakresem pojęcia wymienia się także wiele funkcji PR. W podstawowej klasyfikacji Wiktor [2013, s. 233–235] wyróżnia funkcje: informacyjną, perswazyjną, konkurencyjności i stałej obecności rynkowej.

Podstawą skutecznego doboru narzędzi PR jest wykorzystanie różnych kryteriów. Są nimi między innymi cel, grupa odbiorców, zasoby finansowe.

W public relations najistotniejszą i jednocześnie pierwszą grupą zainteresowania są pracownicy, a w organizacji pozarządowej również wolontariusze. W literaturze przedmiotu znane jest powiedzenie, że PR zaczyna się w domu. Waga komunikacji wewnętrznej jest nie do przecenienia. Poczucie lojalności i zaangażowania grup otoczenia wewnętrznego stanowi o sukcesie bądź porażce organizacji.

Iwankiewicz-Rak [2006, s. 84] precyzuje cele, dla których są podejmowane działania z zakresu wewnętrznego PR i wyszczególnia następujące:

- tworzenie poczucia wspólnoty i lojalności,
- motywowanie do pracy,
- zachęcanie do innowacyjności i podejmowania inicjatywy,
- uzyskanie aprobaty dla przyjmowanych kierunków rozwoju,
- eliminowanie skutków kryzysu w organizacji,
- tworzenie instrumentów oraz kanałów komunikacji wewnętrznej.

Budowanie organizacji spójnej wewnątrznie jest gwarancją pozytywnego oddziaływania zarówno na obecnych, jak i potencjalnych członków. Istotne jest to szczególnie w organizacjach nienastawionych na zysk. Spójność organizacyjną można osiągnąć, stosując instrumenty wewnętrznego PR. Wśród nich można wymienić przykładowo: narady, gazetę zakładową, sprawozdania, biuletyny, szkolenia, pochwały, wyróżnienia, zebrania, dyskusje grupowe, spotkania inte-

gracyjne, uroczystości wewnętrzne, tablice informacyjne czy znaki identyfikacji wizualnej.

Jednym z najtańszych i najskuteczniejszych narzędzi są tablice informacyjne. Służą do przekazywania informacji pracownikom i komunikowania z nimi. Podstawowym warunkiem ich skuteczności jest systematyczna ich aktualizacja, atrakcyjność wizualna, przejrzystość i uporządkowana prezentacja informacji. Aby zrealizować drugi cel ich funkcjonowania związany z komunikacją, należy zadbać o stworzenie mechanizmów umożliwiających reakcję zwrotną na zamieszczane informacje. Przykładem może być pojemnik na pomysły, uwagi, ankiety [Rozwadowska 2002, s. 125–126].

Wśród tradycyjnych instrumentów znajduje się również gazeta zakładowa, która pełni dwie funkcje: informacyjną i integracyjną. Funkcja informacyjna dotyczy prezentowania najważniejszych wydarzeń dotyczących organizacji. Zaliczane są do nich zarówno aktualnie prowadzone działania, jak i cele oraz zamierzenia dotyczące przyszłości. Gazeta może być również źródłem bardziej ogólnych informacji na przykład o sektorze organizacji pozarządowych, rynku pracy czy zmianach w przepisach prawa. Funkcja integracyjna dotyczy zespolenia społeczności poprzez dostarczanie informacji o życiu socjalnym członków organizacji. Gazeta może zawierać między innymi zdjęcia oraz relacje ze spotkań integracyjnych, informacje o nowych członkach organizacji czy zdobytych wyróżnieniach. Oprócz treści gazety ważny jest również sposób jej dystrybucji. Powinna być ona dostępna dla każdego pracownika czy wolontariusza, dlatego należy dostosować jej format do warunków ich pracy. Osobom mającym stały dostęp do Internetu może być wysyłana w formie newslettera. Jest to zdecydowanie tańsze rozwiązanie. Gdy ktoś nie ma dostępu do urządzeń elektronicznych, należy dostarczać mu ją w formie papierowej. Ważną cechą tego narzędzia jest jego cykliczność, która z jednej strony zapewnia aktualność treści, a z drugiej staje się czynnikiem budowania lojalnej grupy czytelników¹.

Uroczystości wewnętrzne mogą mieć charakter zarówno oficjalnych wydarzeń, jak i mniej formalnych spotkań, mogą trwać kilka minut lub nawet cały dzień. Ich forma zależy przede wszystkim od wielkości organizacji oraz powodu, dla którego są organizowane. Głównym celem spotkań integracyjnych jest lepsze poznanie się członków organizacji oraz budowanie odpowiedniej atmosfery i poczucia wspólnoty.

Szkolenia, oprócz podstawowej funkcji, jaką jest zdobycie określonych umiejętności, odgrywają rolę informacyjną (poprzez prezentację organizacji, jej celów, misji i wyznawanych wartości) oraz integracyjną. Dają one możliwość

¹http://www.proto.pl/PR/Pdf/art_Zelazko.pdf.

nawiązania kontaktu wolontariuszy z pracownikami, zwiększają również wydajność pracy i zaangażowanie w nią pracowników [Rozwadowska 2002, s. 131].

Otoczenie zewnętrzne organizacji pozarządowej tworzą osoby korzystające ze świadczonych przez nią usług (klienci), wspomagający działania (fundatorzy) oraz społeczeństwo. Do tych grup podmiotów adresowane są działania zewnętrznego PR, którego głównym celem jest zachęcenie podmiotów spoza organizacji do podjęcia współpracy lub jej kontynuacji i budowanie zaufania, do czego niezbędne są odpowiedni wizerunek organizacji oraz jej reputacja.

Według Wójcika [2009, s. 817–818], celem działań PR w perspektywie środowisk społeczno-politycznych i branżowych powinno być:

- tworzenie pozytywnego wizerunku organizacji,
- pozyskiwanie poparcia dla działań, polityki,
- uzyskiwanie przejrzystości spraw organizacji oraz specyficznego wyprofilowania zasad działania,
- aktywizacja.

Narzędzia PR stosowane do realizacji wymienionych celów obejmują między innymi wysłuchiwanie opinii, ogłaszanie stanowisk, sprawozdań, propozycji współpracy, rozmowy bezpośrednie i telefoniczne, dni otwarte, listy indywidualne informacyjne oraz zwracające się o poparcie, a także imprezy i wydarzenia.

Liczniesze i rozproszone grupy otoczenia są powodem, dla którego należy w większym stopniu wykorzystywać komunikację medialną, czyli ogłoszenia i komunikaty prasowe, artykuły, a także własne media, ulotki, plakaty oraz informacje zamieszczone w Internecie, a także pozostałe media elektroniczne w kampaniach społecznych. Media są jedną z grup otoczenia, którą także za pośrednictwem PR należy zainteresować celami organizacji, zwrócić uwagę na jej potrzeby i problemy, tak dalece, aby same zaczęły komunikować szerokiej publiczności misję organizacji i kreować jej wizerunek.

Wybrane narzędzia public relations wykorzystywane przez Polską Akcję Humanitarną

Od 2004 roku Polska Akcja Humanitarna (PAH) ma status organizacji pożytku publicznego. Misją tej fundacji jest „uczynić świat lepszym przez zmniejszenie cierpienia i promowanie wartości humanitarnych” [PAH 2014]. Celem statutowym jest „organizowanie i niesienie pomocy humanitarnej i rozwojowej, dobroczynnej i charytatywnej, społecznie użytecznej i oświatowej oraz przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu” [Statut Fundacji...].

Polska Akcja Humanitarna działa w pięciu obszarach: głód i niedożywienie, woda i sanitariaty, pomoc uchodźcom, repatriantom i migrantom, pomoc

humanitarna, dostęp do edukacji. W ramach walki z głodem i niedożywieniem prowadzony jest od 1998 roku program „Pajacyk”, którego głównym zadaniem jest finansowanie posiłków w szkołach i placówkach środowiskowych oraz zapewnienie dostępu do żywności w regionach świata, gdzie panuje ubóstwo lub toczą się wojny oraz konflikty zbrojne. Do 2014 roku z tej pomocy skorzystały ponad 62 tysiące dzieci w polskich szkołach. Ponadto w Sudanie Południowym oraz Somalii wybudowano klinikę dożywiania dzieci i matki w stanie wygłodzenia².

Szczególnie trudna sytuacja żywnościowa w Sudanie Południowym wymaga interwencji organizacji humanitarnych. W lutym 2017 roku UNICEF (Fundusz Narodów Zjednoczony na rzecz Dzieci), WFP (Światowy Program Żywnościowy) i FAO (Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa) ogłosiły stan klęski głodu w niektórych regionach kraju, gdzie z powodu niedożywienia cierpi 100 tysięcy osób, a kolejny milion jest zagrożony niedożywieniem. Obecna interwencja PAH w regionie obejmuje ponad 30 tysięcy osób, w tym 3750 osobom udzielona jest bezpośrednia pomoc w zakresie dostępu do żywności, aby zapobiec eskalacji klęski głodu³.

Od 2004 roku jest prowadzona także „Kampania Wodna”. Jej główny cel to zwrócenie uwagi na kwestię niedoboru wody pitnej na świecie i zaangażowanie Polaków w pomoc ludziom, którzy nie mają możliwości korzystania z bezpiecznych źródeł wody. Uzyskiwane dzięki temu programowi środki finansowe umożliwiają tworzenie miejsc z dostępem do wody pitnej – studni, stacji uzdatniania wody, sieci kanalizacyjnych⁴.

W celu pomocy uchodźcom, repatriantom i migrantom realizowany jest między innymi program „Dobry start w zasięgu ręki!”, w ramach którego oferowana jest pomoc imigrantom polskiego pochodzenia oraz cudzoziemcom przybywającym ze Wschodu w adaptacji i integracji z polskim społeczeństwem. Program realizowany jest poprzez organizowanie szkoleń dotyczących wiedzy i umiejętności pożądaných na rynku pracy, zajęć językowych, kursów zawodowych, spotkań integracyjnych oraz zapewnienie pomocy prawnej i psychologicznej⁵.

W ramach pomocy humanitarnej podejmowane są działania kierowane do ludności cywilnej, która znajduje się w trudnej sytuacji życiowej, będącej skutkiem kataklizmów naturalnych lub konfliktów zbrojnych. W pierwszej kolejności zapewnia się pomoc medyczną oraz dostarcza żywność, wodę i schronienie,

²PAH, <http://www.pajacyk.pl/#dzialania> (dostęp: 19.11.2015).

³ PAH, (http://www.pah.org.pl/nasze-dzialania/218/5581/glod_w_sudanie_poludniowym_i_somalii_apelujemy_o_pomoc) (dostęp: 22.06.2017).

⁴ PAH, http://www.pah.org.pl/nasze-dzialania/178/kampania_wodna (dostęp: 19.11.2015).

⁵ PAH, http://www.pah.org.pl/nasze-dzialania/529/dobry_start (dostęp: 19.11.2015).

a następnie działania skoncentrowane są na przywróceniu do użytkowania najważniejszych elementów infrastruktury.

Polska Akcja Humanitarna realizuje projekty, poprzez które stara się zapewnić ludziom mieszkającym w najbiedniejszych bądź zniszczonych wojną lub klęskami żywiołowymi rejonach świata dostęp do edukacji. Swoją działalnością obejmuje również przebywające w Polsce dzieci uchodźców, umożliwiając im naukę języka polskiego. Wymienione przykłady programów i realizowanych w tym obszarze kampanii społecznych wpisują się niewątpliwie w szeroko rozumianą komunikację organizacji z otoczeniem.

Wśród wielu narzędzi PR wykorzystywanych w ramach komunikacji z wewnętrznymi grupami otoczenia jednym z bardziej rozpowszechnionych są znaki identyfikacji wizualnej. Jednym z podstawowych elementów tego systemu jest logo, między innymi na: wizytówkach, drukach firmowych, materiałach reklamowych, strojach, naklejkach czy identyfikatorach. Oznakowane są nim tablice informacyjne znajdujące się na fasadach budynków. Jest ono eksponowane również na stronie internetowej organizacji.

Ważnym narzędziem wykorzystywanym przez PAH są szkolenia. Organizacja zapewnia je swoim pracownikom oraz wolontariuszom zgodnie z zakresem obowiązków określonych przepisami wewnętrznymi i statutem.

Narzędzia wewnętrznego public relations stosowane są również w odniesieniu do osób indywidualnych oraz przedsiębiorstw będących członkami Klubu PAH SOS. Podmioty te otrzymują między innymi: legitymacje członkowskie, biuletyny informacyjne o działalności fundacji czy gadżety⁶.

Nie można zapomnieć o kontaktach zewnętrznych. Polska Akcja Humanitarna w ramach zewnętrznego PR organizuje wiele wydarzeń. Należą do nich przykładowo marsze po wodę z okazji obchodów światowego dnia wody. Ich celem jest zwrócenie uwagi na problem braku powszechnego dostępu do wody pitnej w niektórych rejonach świata oraz aktywizowanie społeczeństwa do wsparcia fundacji.

Ważnym aspektem funkcjonowania organizacji pozarządowej jest pozyskiwanie środków na swoją działalność. W trosce o transparentność prowadzonej działalności fundacja umieszcza na swojej stronie internetowej sprawozdania merytoryczne oraz finansowe, aby darczyńcy mieli pewność, że przeznaczone środki są wydatkowane w odpowiedni sposób.

Kolejnym narzędziem wykorzystywanym przez PAH jest korespondencja indywidualna wysyłana do podmiotów angażujących się w jej działalność, w tym podziękowania. Nieodłącznym elementem form drukowanych jest logo fundacji, całość jest zachowana w biało-niebieskiej kolorystyce. Fundacja przy-

⁶ PAH, <http://www.pah.org.pl/klub> (dostęp: 05.06.2015).

gotowuje również materiały w formie własnych wydawnictw. Są to krótkie analizy, raporty, jak również dłuższe publikacje. Materiały są dostępne w formie elektronicznej na stronie internetowej organizacji oraz w tradycyjnej formie papierowej, którą można nabyć bezpłatnie⁷.

W celu nawiązania współpracy z mediami przygotowywane są informacje prasowe dotyczące bieżących wydarzeń oraz akcji. Są one następnie umieszczane na stronie internetowej, w miejscu przeznaczonym dla mediów.

Wszystkie działania PR są przygotowywane oraz koordynowane przez członków zespołu do spraw komunikacji.

Metodologia badań

Celem opracowania jest przedstawienie narzędzi PR wykorzystywanych przez organizacje pozarządowe w kontaktach z otoczeniem. W czerwcu 2015 roku przeprowadzono badanie ankietowe, aby zdefiniować skuteczność instrumentarium PR stosowanego przez organizacje pozarządowe i znajomość wizerunku wybranej organizacji pozarządowej, tj. Polskiej Akcji Humanitarnej.

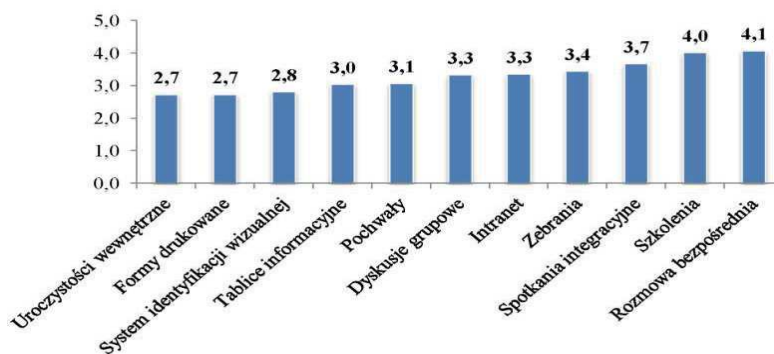
Kwestionariusz ankiety zawierał pytania dotyczące opinii respondentów na temat wpływu narzędzi PR na wizerunek organizacji pozarządowych oraz oceny wiarygodności przekazów medialnych dotyczących tych organizacji. Pytania dotyczące wizerunku PAH skierowane były jedynie do osób, które zadeklarowały jej znajomość (97 osób). Pytania miały charakter zamknięty. Wyniki badania zostały zaprezentowane w formie opisowej oraz graficznej.

W przeprowadzonym badaniu udział wzięło 141 osób, wśród których 58,6% stanowiły kobiety. Najwięcej było osób w przedziale wiekowym 18–25 lat (54,3%). Co piąty badany był reprezentantem grupy wiekowej 26–35 lat, a najmniej było osób w wieku powyżej 50 lat (8,6%). Ponad połowę stanowiły osoby, które ukończyły szkołę wyższą (55,7%). Posiadanie wykształcenia średniego zadeklarowało 32,9%, a podstawowego 8,6% respondentów. Najmniej liczną grupę stanowiły osoby z wykształceniem zawodowym (2,9%). Respondenci pochodzili głównie z miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców (61,4%). Licznie reprezentowani byli także mieszkańcy wsi, przynależność do tej kategorii zadeklarowało 28,6% respondentów.

⁷ PAH, http://www.pah.org.pl/nasze-dzialania/40/295/wydawnictwo_pah (dostęp: 05.06.2015).

Wyniki i wnioski z badań własnych

Celem przeprowadzonego badania ankietowego było między innymi poznanie opinii na temat narzędzi PR wykorzystywanych przez organizacje pozarządowe. Narzędzia te zostały podzielone według grup odbiorców. W pierwszej kolejności ankietowani zostali poproszeni o określenie w pięciostopniowej skali Likerta znaczenia poszczególnych narzędzi PR stosowanych wobec środowiska wewnętrznego (wolontariuszy, pracowników) w procesie kreowania wizerunku. Według respondentów, największe znaczenie miały rozmowy bezpośrednie (4,1) i szkolenia (4,0), a najmniejsze uroczystości wewnętrzne (2,7), formy drukowane



Rysunek 1

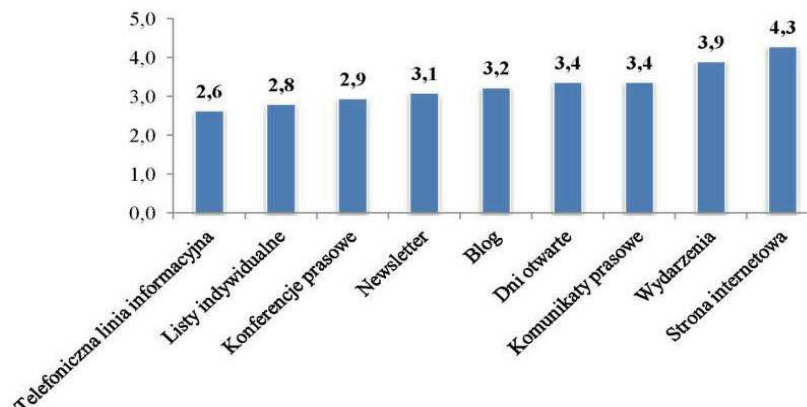
Ranking narzędzi wewnętrznego public relations stosowanych w kreowaniu wizerunku organizacji pozarządowej

Źródło: Badania własne.

ne (2,7) i system identyfikacji wizualnej (2,8). Szczegółowy ranking ocen przedstawiono na rysunku 1.

Zapytano również o narzędzia PR wykorzystywane wobec grup otoczenia zewnętrznego (fundatorzy, opinia publiczna). Według opinii badanych, największe znaczenie miała strona internetowa (4,3) oraz organizowane wydarzenia (3,9). Mniej istotne ich zdaniem były telefoniczne linie informacyjne (2,6), listy indywidualne (2,8) oraz konferencje prasowe (2,9). Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 2.

Respondenci zostali także poproszeni o ocenę relacji organizacji z mediami. W związku z tym zapytano, czy zgadzają się z twierdzeniem, że „Informacje o działalności organizacji pozarządowych często pojawiają się w mediach” i czy „Przekazy medialne są bardziej wiarygodne od innych kanałów komunikowania”. Niemal połowa respondentów nie zgodziła się z tym, że informacje o funkcjonowaniu organizacji pozarządowych pojawiają się często w mediach (48,5%), a tylko 14,5% badanych potwierdziło tę opinię. Około 37% respondentów nie po-



Rysunek 2

Ranking narzędzi zewnętrznego public relations stosowanych w kreowaniu wizerunku organizacji pozarządowej

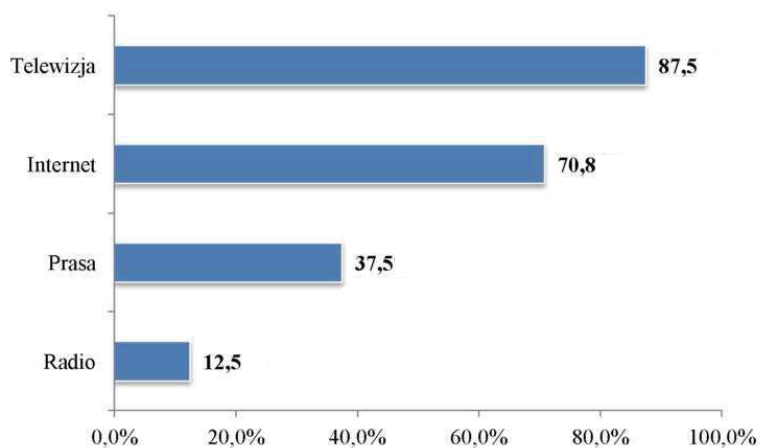
Źródło: Badania własne.

trafiło zająć jednoznacznego stanowiska. Ankietowani w większości negatywnie ocenili także wiarygodność przekazów medialnych (54,3%). Co piąty uczestnik badania uznał, że medialny kanał komunikowania jest bardziej wiarygodny niż inne, przy 25% udziale niezdecydowanych.

Kolejna część badania dotyczyła poznania opinii na temat wizerunku PAH. W pierwszej kolejności ankietowani zostali zapytani o znajomość tej organizacji. Niemal 69% znała organizację, w tym 9% respondentów zadeklarowało zaangażowanie się w jej działalność. Spośród osób znających PAH niewiele ponad połowa (52,1%) uważała, że jest to powszechnie znana i rozpoznawalna organizacja pozarządowa. Zdecydowana większość (95,8%) poprawnie wskazała także logo PAH spośród trzech znaków przedstawionych do wyboru. Ankietowani zadeklarowali, że najczęściej informacje na temat PAH pozyskują z telewizji, w drugiej kolejności z Internetu. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 3.

Zapytano również ankietowanych o dziedziny, z którymi łączą funkcjonowanie PAH. Najczęściej formułowaną odpowiedzią było niesienie pomocy (79,2%), a w drugiej i trzeciej kolejności kojarzono organizację z humanitaryzmem oraz wolontariatem, na co wskazało odpowiednio 66,7 i 58,3% respondentów (rys. 4).

Podczas badania zweryfikowano także stopień znajomości kampanii prowadzonych przez PAH (rys. 5). Respondentom przedstawiono przykłady kampanii prowadzonych przez organizacje pozarządowe, spośród których mieli wybrać te prowadzone przez PAH. Połowa osób wskazała na „Kampanię Wodną”, niewiele mniej (45,8%) na akcję „Pajacyk” oraz „SOS Syria”. Mniej rozpoznawalną i utożsamianą z fundacją jest „Szkoła humanitarna” (29,2%). Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 5.

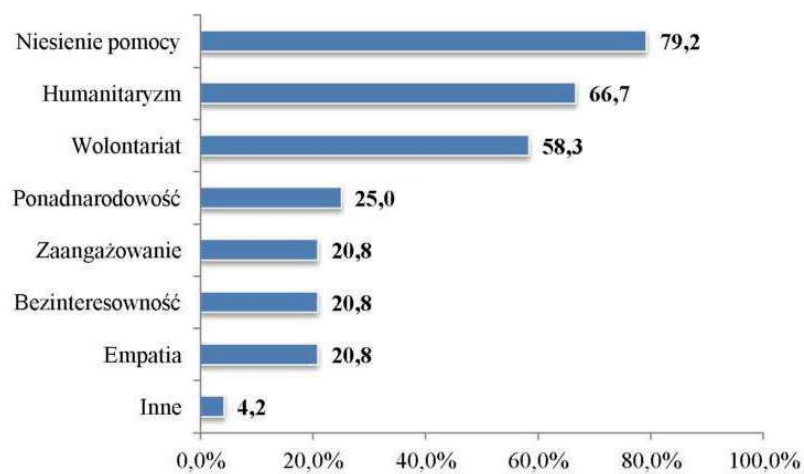


Badany mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Rysunek 3

Medialne źródła informacji na temat Polskiej Akcji Humanitarnej

Źródło: Badania własne.

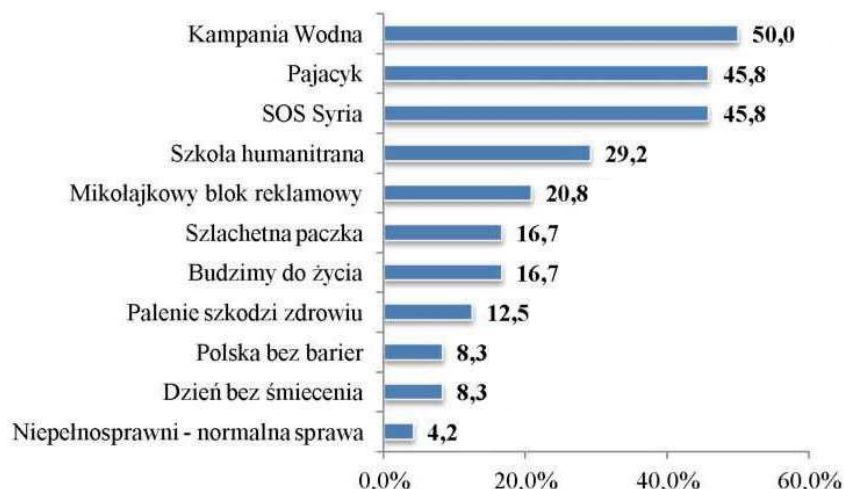


Badany mógł wskazać więcej niż jedna odpowiedź.

Rysunek 4

Skokarzenia respondentów związane z Polską Akcją Humanitarną

Źródło: Badania własne.



Rysunek 5

Znajomość kampanii prowadzonych przez Polską Akcję Humanitarną wśród badanych
Źródło: Badania własne.

Podsumowanie

Właściwy dobór narzędzi public relations jest bardzo ważny w procesie kształtowania wizerunku organizacji pozarządowej. Zgodnie z definicją, powinny to być działania planowe i długofalowe, a ich skuteczność zależy w dużym stopniu od uwzględnienia preferencji otoczenia oraz stworzenia odpowiedniej strategii.

Jak wynika z badania ankietowego, dla większości respondentów PAH jest znaną organizacją. Najczęściej kojarzona jest ona z pomocą humanitarną, co może wynikać bezpośrednio z jej nazwy. Aktualności na jej temat respondenci poznali głównie przez przekaz z Internetu, choć równocześnie niską ocenili wiarygodność wymienionych mediów. Można przypuszczać, że wynika to z charakteru tego rodzaju komunikacji, czyli braku informacji zwrotnej w przypadku mediów tradycyjnych, tak istotnej w komunikacji organizacji pozarządowej z otoczeniem.

Zdecydowana większość badanych (95,8%) potrafiła wskazać logo organizacji. Mniej rozpoznawalne były dla nich kampanie społeczne fundacji, takie jak „Kampania Wodna”, „Pajacyk”, „SOS Syria”, i to wśród osób, które zadeklarowały znajomość organizacji. Uprawnione zatem jest stwierdzenie, że dobrze byłoby zintensyfikować szeroko rozumiane działania komunikacyjne, aby zwiększyć stopień rozpoznawalności organizacji i identyfikacji prowadzonych aktywności.

W organizacjach pozarządowych istotnym elementem budowania wizerunku są sami pracownicy i wolontariusze. Respondenci uznali rozmowy bezpośrednie za najważniejszy element wewnętrznego PR. Można przypuszczać, że osoby związane z organizacjami pozarządowymi oczekują właśnie takiego rodzaju komunikacji. Wśród narzędzi zewnętrznego PR zwrócono uwagę na stronę internetową i organizowane wydarzenia. Współcześnie strona internetowa stanowi źródło wielu informacji dla osób niebędących bezpośrednio zaangażowanych w działalność danej organizacji. Jest ona również jej wizytówką, dlatego odgrywa tak ważną rolę w kreowaniu wizerunku. Uczestnictwo w wydarzeniach pozwala natomiast skonfrontować informacje przekazywane za pomocą Internetu z rzeczywistością, co wpływa na budowanie zaufania do organizacji i jej wiarygodności.

Literatura

- BUDZYŃSKI W., 2005: *Public relations: zarządzanie reputacją firmy*, Poltext, Warszawa.
- IWANKIEWICZ-RAK B., 2006: *Public relations w instytucjach publicznych i organizacjach pozarządowych*, [w:] J. Olędzki (red.), *Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 81–105.
- KOTLER Ph., KELLER K.L., 2012: *Marketing*, Rebis, Poznań.
- Polska Akcja Humanitarna (PAH), 2014: *Raport za rok 2013*, Warszawa, <http://www.pah.org.pl/rn/4414/PAH%20raport%20roczny%202013pl%20LR%20strony> (dostęp: 19.11.2015).
- ROZWADOWSKA B., 2002: *Public relations – teoria, praktyka, perspektywy*, Studio Emka, Warszawa.
- Statut Fundacji Polska Akcja Humanitarna*, <http://pah.org.pl>.
- WIKTOR J.W., 2013: *Komunikacja marketingowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- WOJCIK K., 2009: *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wolters Kluwer, Warszawa.

Abstrakt

Komunikacja społeczna, w tym działania z obszaru public relations (PR), odgrywa istotną rolę w funkcjonowaniu każdej organizacji, także pozarządowej. Poprzez wchodzenie w interakcje wpływa się na kształtowanie określonych postaw w społeczeństwie oraz postrzeganie organizacji. Celem opracowania jest przedstawienie narzędzi PR wykorzystywanych przez organizacje pozarządowe w kontaktach z otoczeniem. W czerwcu 2015 roku przeprowadzono badanie ankietowe (141 osób), aby zdefiniować instrumentarium PR stosowane przez organizacje pozarządowe i określić znajomość wizerunku wybranej organizacji po-

zarządowej, tj. Polskiej Akcji Humanitarnej (PAH). W artykule zaprezentowano narzędzia PR wykorzystywane przez PAH w procesie kreowania wizerunku.

Specyfika organizacji pozarządowej determinuje wybór narzędzi kreacji wizerunku. Spośród wielu dostępnych instrumentów, zarówno w kategorii tradycyjnych, jak i nowoczesnych, najistotniejszymi z perspektywy kształtowania wizerunku wewnętrznego były rozmowy bezpośrednie i szkolenia. Dla budowania zewnętrznego wizerunku największe znaczenie miała strona internetowa oraz organizowane wydarzenia.

Słowa kluczowe: organizacja pozarządowa, public relations, Polska Akcja Humanitarna, wizerunek

Public relations instruments in creating an image of the non-governmental organizations

Abstract

Social communication, including activities in the area of public relations (PR), plays an important role in the functioning of any organization, including non-governmental one. By interacting, it influences the development of certain attitudes in society and the perception of the organization. The aim of the study is to present PR tools used by the non-governmental organizations in dealing with the environment for building the image. In June 2015 a survey was carried out (141 people) to define the effectiveness of PR instruments used by the non-governmental organizations and knowledge of the image of the selected non-governmental organization, i.e. the Polish Humanitarian Organization (PHO). The article presents the PR tools used by the PHO in the process of creating an image. The specificity of the non-governmental organizations determines the choice of image creation tools. Out of many available instruments, both in traditional and modern terms, personal interviews and training were the most important in terms of shaping the image. For building the external image the most important were website and organized events.

Key words: non-governmental organizations, public relations, Polish Humanitarian Organization, image

Robert Nowacki, Katarzyna Wasilik
Zakład Rynku Usług
Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie

Znajomość i zaufanie wobec certyfikatów zrównoważonej konsumpcji a idea społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w perspektywie młodych konsumentów

Wstęp

Zainteresowanie społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw związane jest z przemianami zachodzącymi na współczesnych rynkach. Jedną z nich jest wzrost świadomości i ewolucja wymagań nabywców w zakresie użyteczności dóbr i usług służących zaspokajaniu coraz bardziej zróżnicowanych potrzeb. Przedsiębiorstwa zmuszone są do poszukiwania nowych dróg sprostania tym oczekiwaniom [Nowacki i Wasilik 2017]. Zachowania konsumentów stanowią bowiem podstawę wszelkich działań podejmowanych przez organizacje [Luo i Bhattacharya 2006] starające się sprostać presji wywieranej w zakresie pożądanых produktów [Wilburn i Wilburn 2014], a także odpowiedzialności ekonomicznej, prawnej, etycznej i filantropii [Griseri i Seppala 2010].

Szczególnie widoczne jest to w segmencie młodych konsumentów (przed 40. rokiem życia), co wynika z ich większej otwartości na zjawiska zachodzące we współczesnym świecie, w tym w konsumpcji. Nie w pełni obciążeni jeszcze obowiązkami dorosłego życia i przywiązaniem do określonych wzorców postępowania, wrażliwi na propagowane w środkach masowego przekazu idee stają się kreatorami nowych trendów, wśród których znaleźć mogą się również działania prospołeczne [OMG! Czyli jak mówić..., 2014]. Żyjąc aktywnie, wykazują większe zainteresowanie jakością życia, a tym samym jakością konsumowanych produktów i usług [Słaby 1990, Bergh i Behrer 2012]. Ich mobilność i otwartość na nowoczesne technologie informacyjne sprzyja ciągłemu poszukiwaniu informacji o składzie produktów, sposobie ich wytwarzania, konsekwencjach

stosowania dóbr materialnych i korzystania z usług, co wpływa na kształtowanie zjawiska tzw. konsumpcji etycznej [Humphery 2011].

Wychodząca naprzeciw tym trendom społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw znajduje swój wyraz między innymi w podejmowaniu działań wpisujących się w zrównoważoną produkcję. Z punktu widzenia oddziaływania na konsumentów kluczowe znaczenie ma w tym kontekście właściwe propagowanie tych działań związane z wykorzystywaniem odpowiednich certyfikatów. Na tym tle pojawia się pytanie o relacje między świadomością konsumentów w zakresie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw a postrzeganiem takich działań.

Celem artykułu jest identyfikacja zależności między deklarowaną znajomością i zainteresowaniem działaniami z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wśród młodych konsumentów a znajomością i zaufaniem wobec znaków i certyfikatów potwierdzających zrównoważoną produkcję. Dla potrzeb realizacji powyższego celu autorzy analizują wyniki badań przeprowadzonych metodą sondażu diagnostycznego na próbie 963 młodych konsumentów w 2015 roku.

Idea społecznej odpowiedzialności a jej implikacje dla zachowań konsumentów

Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. *corporate social responsibility* – CSR) definiowana jest jako koncepcja, wedle której „przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają aspekty społeczne i ekologiczne w swoich działaniach handlowych oraz w kontaktach ze swoimi interesariuszami” [CEC 2001]. Zgodnie z idącą dalej w kierunku społecznych zobowiązań przedsiębiorstw definicją, społeczna odpowiedzialność jest „zobowiązaniem biznesu do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju przy współpracy zatrudnionych, ich rodzin, lokalnej społeczności oraz całego społeczeństwa, zmierzającym do poprawy jakości życia, co służy zarówno biznesowi, jak i rozwojowi społecznemu” [World Bank 2005]. W różnych definicjach zwraca się uwagę na pięć kluczowych elementów: obowiązek wykraczania poza produkcję dóbr i usług z zyskiem, obowiązek pomocy w rozwiązywaniu różnych problemów społecznych, szeroki krąg interesariuszy obejmujący nie tylko akcjonariuszy, skutki działalności wykraczające poza transakcje rynkowe oraz powinność szerzenia wartości przekraczających ramy ekonomiczne [Buchholz 1991].

Budowanie strategii działania przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie wymusza uwzględnienie na zasadzie dobrowolności interesów społecznych, ochrony środowiska [Carroll 1991] oraz kształtowania odpowiednich relacji z różnymi grupami interesariuszy [Freeman 1984, Freeman i Evan 1990].

W aspekcie zachowań konsumentów należy zauważyć, że ich społeczne oczekiwania i zachowania wobec biznesu są siłą sprawczą wymuszającą na przedsiębiorstwach prospołeczne działania [Czubala 2011]. Z wielu badań wynika, że głównymi motywatorami i korzyściami tych działań są przede wszystkim chęć zdobycia zaufania, poprawa i budowa wizerunku organizacji, przychylność inwestorów i instytucji finansowych, osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynku oraz wzrost wartości przedsiębiorstwa [Chahal i Sharma, 2006, Economist Intelligence Unit 2009, Witek 2011, Zielińska 2014, Drapińska 2015]. Należy jednak pamiętać, aby nie skupiać się nadmiernie na idei społecznej odpowiedzialności, gdyż skutki tego niekoniecznie będą pozytywne zarówno dla przedsiębiorstw, jak i społeczeństwa [Levitt 1958].

Coraz lepiej poinformowani i bardziej świadomi swych praw konsumenci mają jasno sprecyzowane oczekiwania społeczne w stosunku do przedsiębiorstw. Dotyczą one nie tylko bezpieczeństwa proponowanych przez nie produktów, ale również uwzględniają stosowanie odpowiedzialnych praktyk, międzynarodowych standardów jakości czy deklarację stosowania ekologicznych i etycznych metod produkcji oraz ich dotrzymanie. Wybieranie produktów spełniających te kryteria jest przejawem zrównoważonych zachowań konsumpcyjnych, na które przedsiębiorstwa chcące utrzymać swoją pozycję rynkową muszą odpowiedzieć zrównoważoną produkcją.

Zrównoważona produkcja i jej certyfikaty

W literaturze pojawia się coraz więcej rozważań na temat zrównoważonego rozwoju (ang. *sustainable development*) definiowanego jako rozwój społeczno-gospodarczy, który zapewnia zaspokajanie potrzeb obecnego pokolenia bez zmniejszania szans zaspokajania potrzeb przyszłych pokoleń [WCED 1987]. Filarami zrównoważonego rozwoju są: wzrost gospodarczy, ochrona środowiska i odpowiedzialność społeczna, dzięki którym realizowane są jednocześnie cele ekonomiczne, społeczne oraz ekologiczne [Pilarczyk i Nestorowicz 2010, Nowacki 2014]. Elementem idei zrównoważonego rozwoju jest trwała i zrównoważona produkcja, definiowana jako „wykorzystanie towarów i usług, odpowiadające zaspokojeniu podstawowych potrzeb i prowadzące do lepszej jakości życia, przy jednoczesnej minimalizacji zużycia zasobów naturalnych i materiałów toksycznych oraz emisji odpadów i zanieczyszczeń, w całym cyklu życia produktu lub usługi, w taki sposób, aby nie zagrażać potrzebom przyszłych pokoleń oraz wspieranie konsumentów w dokonywaniu lepszych wyborów” [UNEP 2010].

W wyniku zrównoważonej produkcji, której podstawą jest respektowanie w stopniu większym niż przy produkcji konwencjonalnej wymogów ekologicz-

nych i społecznych, powstają produkty opatrzone certyfikatami, których symbole (pełniące funkcję gwarancji) umieszczane są na opakowaniach. Znakowanie produktów umożliwia komunikację z konsumentem poprzez jednoznaczne poinformowanie go o metodzie produkcji i spełnionych standardach [Adamowicz i Jasiulewicz 2003, Żakowska-Biemans i Gutkowska 2003]. Dzięki temu współcześni konsumenci coraz częściej świadomie podejmują decyzje zakupowe, wykorzystując w tym celu informacje umieszczane na opakowaniach produktów [Śmiechowska 2012].

Wśród funkcjonujących znaków i certyfikatów zrównoważonej produkcji do celów badawczych wybrano sześć, które zostały przedstawione w tabeli 1. Certyfikaty te były najczęściej wskazywane przez respondentów jako rozpoznawalne.

Metodyka badań własnych

Podstawą prezentowanych rozważań są wyniki badania przeprowadzonego w 2015 roku na kwotowej próbie 963 młodych konsumentów w wieku 19–35 lat (w większości studentów), zamieszkujących dziewięć dużych aglomeracji miejskich (Białystok, Trójmiasto, Katowice, Kraków, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Warszawa, Wrocław), zróżnicowanych pod względem płci, wieku oraz poziomu miesięcznego dochodu netto gospodarstwa domowego per capita. Rozkład badanej próby respondentów przedstawia tabela 2.

W badaniu zastosowano metodę sondażu diagnostycznego. Pomiary prowadzono z użyciem autorskiego kwestionariusza, zawierającego pytania poruszające między innymi problematykę wiedzy i zainteresowania młodych konsumentów CSR, pozwalające określić poziom ich zaufania wobec takich działań, a także znajomość znaków symbolizujących respektowanie zasad zrównoważonej produkcji artykułów żywnościowych i zaufanie wobec nich [Wasilik 2017]. Dla potrzeb realizacji celu artykułu skoncentrowano się na dwóch problemach badawczych:

- 1) Jaki jest i od czego zależy poziom znajomości certyfikatów zrównoważonej produkcji?
- 2) Jaki jest i od czego zależy poziom zaufania wobec certyfikatów zrównoważonej produkcji?

W analizie wykorzystano istotne statystycznie wskaźniki struktury (odsetki) oraz miary korelacji między zmiennymi. Zależności między zmiennymi niezależnymi (objaśniającymi) a zależnymi (objaśnianymi) określono na podstawie testu nieparametrycznego χ^2 , a siłę zidentyfikowanych zależności wyznaczono przy użyciu współczynnika V-Cramera.

Tabela 1
Logo i certyfikaty zrównoważonej produkcji

Logo	Charakterystyka certyfikatu
 Poznaj Dobrą Żywność	Znak jakości mający na celu informowanie konsumenta o wysokiej jakości produktów żywnościowych, zarówno pod względem surowców, jak i warunków produkcji. Program jest narzędziem służącym do realizowania polityki UE w zakresie żywności, polegającej na poszerzaniu obszaru wysokiej jakości i różnorodności żywności na wewnętrznym rynku UE.
 Euro-liść	Aktualnie obowiązujący znak certyfikacyjny rolnictwa ekologicznego, potwierdzający spełnienie wymagań rozporządzenia UE, działający na terytorium państw członkowskich, będący dla konsumenta gwarancją ekologicznego pochodzenia i wysokiej jakości produktów.
 Rolnictwo Ekologiczne	Wprowadzony pod koniec lat 90. XX wieku certyfikat rolnictwa ekologicznego mającego na celu wytwarzanie zdrowych i wysokiej jakości produktów żywności z zastosowaniem środków naturalnych, a także dbałość o żyzność gleb, dobrostan zwierząt i ochronę środowiska podczas produkcji rolniczej.
 Fairtrade International	Certyfikat gwarantujący wytwarzanie z zachowaniem zasad Fairtrade, obejmujących godne wynagradzanie zatrudnionych, przestrzeganie praw pracowniczych, wypłacanie premii rozwojowych dla lokalnych społeczności, udział w podejmowaniu decyzji, eliminowanie wpływu pośredników nadużywających pozycji przetargowej oraz dążenie do wzrostu niezależności producentów i zrównoważonego rozwoju.
 Rainforest Alliance	Certyfikat przyznawany produktom, których proces powstawania nie wpływa negatywnie na miejscowe lasy, gleby, rzeki czy zwierzęta. Ma na celu ochronę lasów deszczowych i bioróżnorodności. Przyznawany jest różnym grupom produktów oraz hodowli bydła i farmom przyjaznym klimatowi i zrównoważonej turystyce.
 UTZ	Certyfikat gwarantujący wytwarzanie produktów w sposób odpowiedzialny, z poszanowaniem ludzi zaangażowanych w produkcję, poprzez zapewnienie im odpowiednich warunków pracy oraz z uwzględnieniem aspektu środowiska poprzez optymalizację zużycia wody, wycinki drzew i ochronę zagrożonych gatunków.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: MRiRW <http://www.minrol.gov.pl/Jakosc-zywnosci/Poznaj-Dobra-Zywnosc> (dostęp: 10.07.2017), KE, https://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming_pl (dostęp: 10.07.2017), <http://www.fairtrade.net>, <http://www.rainforest-alliance.org> (dostęp: 10.07.2014), <https://utz.org> (dostęp: 10.07.2017).

Tabela 2

Charakterystyka badanej populacji

Wyszczególnienie		Liczba badanych	Procent badanych
Ogółem		963	100,0
Płeć	kobiety	638	66,3
	mężczyźni	325	33,7
Wiek [lata]	19–24	818	84,9
	25–35	145	15,1
Miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego [zł per capita]	≤700	143	14,8
	700–1000	159	16,5
	1001–1500	204	21,2
	1501–2000	139	14,4
	2001–3000	144	15,0
	≥3000	174	18,1

Źródło: Badanie własne (2015).

Wyniki analiz zostały zaprezentowane z uwzględnieniem zróżnicowania na dwie podstawowe kategorie demograficzne pokazujące największe zróżnicowanie postaw (płeć i wiek z rozbiciem na dwie grupy: młodszą z osobami w wieku 19–24 lata i starszą z osobami w wieku 25–35 lat), poziom zamożności mierzony wielkością miesięcznych dochodów netto w gospodarstwie domowym na osobę, a także zmienną określającą stosunek do CSR wyrażony trzema kategoriami: zainteresowanie działaniami CSR, brak takich zainteresowań i niezajomość problematyki CSR.

Wyniki badania własnego

Z przeprowadzonego badania wynika, że młodzi konsumenci w Polsce w niewielkim stopniu interesują się działaniami związanymi z CSR przedsiębiorstw, których produkty kupują. Jedynie 21,9% uczestników przyznało, że śledzi tego typu działania tylko znanych sobie firm. Prawie 60% badanych nie interesowało się tą problematyką, a co piąty o takich działaniach nigdy nie słyszał (tab. 3).

Odpowiedzi nie były istotnie zróżnicowane pod względem płci i wieku respondentów. W nieco większym stopniu uwidoczniły się różnice między poszczególnymi grupami dochodowymi. Nieznaczna przewaga twierdzących odpowiedzi odnotowana została wśród kobiet (22,3%), młodszej grupie wiekowej (22,0%) oraz wśród osób najbardziej zamożnych (25,9%). Wspomniane zależności między zainteresowaniem działalnością związaną z CSR

Tabela 3

Zainteresowanie działaniami związanymi ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw (N = 963)

Wyszczególnienie		Tak, jestem zainteresowany/a	Nie, nie jestem zainteresowany/a	Nie słyszałem/am o takich działaniach
		procent wskazań		
Ogółem		21,9	59,7	18,4
Płeć	kobiety	22,3	60,0	17,7
	mężczyźni	21,2	59,1	19,7
Wiek [lata]	19–24	22,0	59,5	18,5
	25–35	21,4	60,7	17,9
Dochód netto na osobę w gospodarstwie domowym [zł]	≤700	19,6	52,4	28,0
	700–1000	23,3	56,6	20,1
	1001–1500	20,6	63,2	16,2
	1501–2000	18,0	63,3	18,7
	2001–3000	23,6	63,9	12,5
	≥3000	25,9	58,0	16,1

Źródło: Badanie własne (2015).

a cechami respondentów nie są jednak istotne ze statystycznego punktu widzenia. W żadnej zmiennej opisującej respondentów nie zidentyfikowano zależności przy $\alpha = 0,05$.

Na tle zainteresowania CSR zbadano znajomość umieszczanych na produktach certyfikatów charakteryzujących zrównoważoną produkcję, a także zaufanie wobec tych znaków. Największą rozpoznawalnością cieszyło się logo Poznaj Dobrą Żywność (tab. 4). Jego znajomość zadeklarowało 62,4% respondentów. Częściej było ono znane kobietom, osobom w wieku 19–24 lata i pochodzącym z średnio zamożnych gospodarstw domowych oraz zarówno zainteresowanym działalnością CSR, jak i niemającym wiedzy na ten temat. Nieznacznie rzadziej deklarowano znajomość znaków Rolnictwa Ekologicznego oraz Fairtrade (po 59,7% wskazań). Ich znajomość również częściej deklarowały kobiety i osoby w wieku 19–24 lata. Biorąc pod uwagę dochody respondentów, rozpoznawalność Rolnictwa Ekologicznego była większa wśród osób o najniższym ich poziomie, a w przypadku Fairtrade wśród najbardziej zamożnych. Oba znaki były znacznie lepiej rozpoznawalne wśród osób zainteresowanych działaniami CSR niż wśród respondentów nieprzejawiających takiego zainteresowania lub nieposiadających wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności. Znaki Euro-liścia oraz Rainforest Alliance były kojarzone przez nieco ponad 40% badanych. Zdecydowanie najmniejszą rozpoznawalnością charakteryzował się natomiast symbol UTZ –

rozpoznało go jedynie 17,4% badanych. Wyraźnie można dostrzec większą znajomość tych trzech ostatnich symboli wśród osób deklarujących zainteresowanie działaniami CSR (różnica w stosunku do pozostałych respondentów sięgająca 20 p.p.).

Tabela 4

Znajomość certyfikatów zrównoważonej produkcji wśród respondentów (N = 963)

Wyszczególnienie		Poznaj Dobrą Żywność	Euro-liść	Rolnictwo Ekologiczne	Fairtrade	Rainforest Alliance	UTZ
		procent wskazań					
Ogółem		62,4	40,3	59,7	59,7	40,3	17,4
Płeć	kobiety	66,3	41,2	61,3	61,3	42,5	17,2
	mężczyźni	54,8	38,5	56,6	56,6	36,0	17,8
Wiek [lata]	19–24	63,0	40,5	60,0	60,4	41,1	12,8
	25–35	59,3	39,3	57,9	55,9	35,9	15,2
Dochód netto na osobę w gospodarstwie domowym [zł]	≤700	62,2	43,4	66,4	51,7	33,6	17,5
	700–1000	65,4	37,1	62,3	58,5	36,5	16,4
	1001–1500	55,9	39,7	60,8	54,9	35,8	15,2
	1501–2000	76,3	38,8	54,7	56,8	44,6	18,0
	2001–3000	60,4	41,0	55,6	66,7	44,4	16,0
	≥3000	58,0	42,0	58,0	69,5	47,7	21,8
Stosunek do CSR	zainteresowani	65,4	55,0	70,1	77,7	55,0	32,7
	niezainteresowani	59,7	35,7	56,7	55,0	36,3	13,9
	nieznający	67,8	37,9	57,1	53,7	35,6	10,7

Źródło: Badanie własne (2015).

Wskazane różnice są tylko w części istotne statystycznie. Spośród 24 możliwych zależności (sześć znaków razy cztery zmienne objaśniające) analiza z wykorzystaniem testu χ^2 wykazała istnienie statystycznie istotnej zależności na poziomie $\alpha = 0,05$ jedynie w dziewięciu przypadkach (tab. 5).

Cechą w największym stopniu wpływającą na znajomość certyfikatów jest stosunek do działań CSR. Statystycznie istotna współzależność między tą zmienną a rozpoznawalnością znaków wystąpiła w przypadku pięciu certyfikatów (Euro-liść, Rolnictwo Ekologiczne, Fairtrade, Rainforest Alliance i UTZ). W przypadku trzech znaków (Poznaj Dobrą Żywność, Fairtrade i Rainforest Alliance) korelacja dotyczyła miesięcznego dochodu netto gospodarstwa domowego per capita, a w jednym (Poznaj Dobrą Żywność) również płci. Nie stwierdzono natomiast żadnej zależności istotnej statystycznie między znajomością certy-

Tabela 5

Ocena zależności między znajomością certyfikatów zrównoważonej produkcji a zmiennymi opisującymi respondentów

Wyszczególnienie	χ^2	df	Istotność asymptotyczna (dwustronna)	Współczynnik V-Cramera	Decyzja o zależności przy $\alpha = 0,05$
Poznaj Dobrą Żywność					
Płeć	12,205	1	0,000	0,113	istotna, słaba
Wiek	0,699	1	0,403	0,027	nieistotna
Dochód	17,337	5	0,004	0,134	istotna, słaba
Stosunek do CSR	4,859	2	0,088	0,071	nieistotna
Euro-liść					
Płeć	0,682	1	0,409	0,027	nieistotna
Wiek	0,068	1	0,794	0,008	nieistotna
Dochód	1,606	5	0,901	0,041	nieistotna
Stosunek do CSR	24,495	2	0,000	0,159	istotna, słaba
Rolnictwo Ekologiczne					
Płeć	1,952	1	0,162	0,045	nieistotna
Wiek	0,224	1	0,636	0,015	nieistotna
Dochód	5,914	5	0,315	0,078	nieistotna
Stosunek do CSR	12,233	2	0,002	0,113	istotna, słaba
Fairtrade					
Płeć	1,952	1	0,162	0,045	nieistotna
Wiek	1,050	1	0,305	0,033	nieistotna
Dochód	16,190	5	0,006	0,130	istotna, słaba
Stosunek do CSR	36,548	2	0,000	0,195	istotna, słaba
Rainforest Alliance					
Płeć	3,754	1	0,053	0,062	nieistotna
Wiek	1,392	1	0,238	0,038	nieistotna
Dochód	11,450	5	0,043	0,109	istotna, słaba
Stosunek do CSR	24,255	2	0,000	0,159	istotna, słaba
UTZ					
Płeć	0,055	1	0,815	0,008	nieistotna
Wiek	0,612	1	0,434	0,025	nieistotna
Dochód	3,426	5	0,635	0,060	nieistotna
Stosunek do CSR	44,616	2	0,000	0,215	istotna, słaba

Źródło: Badanie własne (2015).

fikatów a wiekiem badanych. We wszystkich wykazanych zależnościach ich siła jest jednak niewielka. Współczynniki V-Cramera pokazujące siłę tych zależności wahają się w granicach od 0,109 do 0,215 – osiągając maksymalną wartość dla związku między znajomością certyfikatu UTZ a stosunkiem do CSR.

Nieco inaczej przedstawiały się deklaracje zaufania do analizowanych certyfikatów (tab. 6). Największy odsetek respondentów (42,1%) wskazał certyfikat Fairtrade. Trzech na dziesięciu respondentów oświadczyło, że ufa znakom Rolnictwa Ekologicznego i Poznaj Dobrą Żywność. Wyraźnie rzadsze wskazania uzyskały certyfikaty Rainforest Alliance oraz Euro-liść (odpowiednio 17,8 oraz 13,9%), a przede wszystkim UTZ (tylko 6,2%). Zaufanie do symboli generalnie nieco częściej (poza UTZ) deklarowały kobiety i osoby między 25. a 35. rokiem życia. Osoby o najniższych dochodach obdarzyły większym zaufaniem certyfikaty Poznaj Dobrą Żywność, Rolnictwo Ekologiczne oraz Euro-liść, a o najwyższych dochodach pozostałe znaki. Osoby aktywnie śledzące działalność CSR były generalnie znacznie bardziej skłonne do obdarzania zaufaniem wszystkich badanych certyfikatów.

Analiza zależności między zaufaniem wobec nich a cechami opisującymi respondentów pokazała, że stosunek do CSR ma duży wpływ na zaufanie wobec

Tabela 6

Zaufanie wobec certyfikatów zrównoważonej produkcji wśród respondentów (N = 963)

Wyszczególnienie		Poznaj Dobrą Żywność	Euro-liść	Rolnictwo Ekologiczne	Fair-trade	Rain-forest Alliance	UTZ
		procent wskazań					
Ogółem		27,1	13,9	30,5	42,1	17,8	6,2
Płeć	kobiety	29,2	15,2	32,6	44,8	19,0	5,8
	mężczyźni	23,1	11,4	26,5	36,6	15,4	7,1
Wiek [lata]	19–24	27,1	13,8	30,3	41,8	17,6	6,1
	25–35	26,9	14,5	31,7	43,4	18,6	6,9
Dochód netto na osobę w gospodarstwie domowym [zł]	≤700	31,5	12,6	34,3	32,9	9,1	3,5
	700–1000	30,8	17,6	33,3	43,4	13,8	5,7
	1001–1500	24,0	12,7	26,5	42,2	16,7	6,4
	1501–2000	29,5	13,7	30,9	40,3	18,7	5,8
	2001–3000	22,2	13,9	29,2	47,9	20,1	4,2
Stosunek do CSR	≥3000	25,9	13,2	31,6	44,8	27,0	10,9
	zainteresowani	35,1	25,1	37,4	59,2	27,0	14,2
	niezainteresowani	23,1	11,3	27,5	37,0	15,8	4,5
	nieznający	30,5	9,0	32,2	37,9	13,0	2,3

Źródło: Badanie własne (2015).

certyfikatów zrównoważonej produkcji (tab. 7). W przypadku wszystkich sześciu znaków stwierdzono statystycznie istotną zależność – osoby zainteresowane takimi działaniami wykazywały się wyższym poziomem zaufania, choć określona przy użyciu współczynnika V-Cramera siła zależności była mała (maksymalnie 0,185 w przypadku certyfikatu Fairtrade). W przypadku trzech znaków (Poznaj Dobrą Żywność, Rolnictwo Ekologiczne i Fairtrade) zależność wystąpiła w odniesieniu do cechy płeć respondenta, ale jej siła była jeszcze mniejsza (nie przekroczyła wartości 0,079). Dochód determinował zaufanie jedynie wobec znaku Rainforest Alliance (siła zależności wynosząca 0,144). Nie wystąpiły natomiast zależności między zaufaniem do certyfikatów a wiekiem badanych.

Tabela 7

Ocena zależności między zaufaniem wobec certyfikatów zrównoważonej produkcji a zmiennymi opisującymi respondentów

Wyszczególnienie	χ^2	df	Istotność asymptotyczna (dwustronna)	Współczynnik V-Cramera	Decyzja o zależności przy $\alpha = 0,05$
1	2	3	4	5	6
Poznaj Dobrą Żywność					
Płeć	4,024	1	0,045	0,065	istotna, słaba
Wiek	0,004	1	0,952	0,002	nieistotna
Dochód	5,746	5	0,332	0,077	nieistotna
Stosunek do CSR	12,412	2	0,002	0,114	istotna, słaba
Euro-liść					
Płeć	2,622	1	0,105	0,052	nieistotna
Wiek	0,046	1	0,830	0,007	nieistotna
Dochód	2,333	5	0,801	0,049	nieistotna
Stosunek do CSR	28,894	2	0,000	0,173	istotna, słaba
Rolnictwo Ekologiczne					
Płeć	3,828	1	0,050	0,063	istotna, słaba
Wiek	0,115	1	0,735	0,011	nieistotna
Dochód	4,206	5	0,520	0,066	nieistotna
Stosunek do CSR	7,510	2	0,023	0,088	istotna, słaba
Fairtrade					
Płeć	5,959	1	0,015	0,079	istotna, słaba
Wiek	0,136	1	0,713	0,012	nieistotna
Dochód	7,829	5	0,166	0,090	nieistotna

Tabela 7 cd.

1	2	3	4	5	6
Stosunek do CSR	32,784	2	0,000	0,185	istotna, słaba
Rainforest Alliance					
Płeć	1,891	1	0,169	0,044	nieistotna
Wiek	0,087	1	0,768	0,010	nieistotna
Dochód	20,043	5	0,001	0,144	istotna, słaba
Stosunek do CSR	16,599	2	0,000	0,131	istotna, słaba
UTZ					
Płeć	0,602	1	0,438	0,025	nieistotna
Wiek	0,130	1	0,719	0,012	nieistotna
Dochód	9,577	5	0,088	0,100	nieistotna
Stosunek do CSR	30,692	2	0,000	0,179	istotna, słaba

Źródło: Badanie własne (2015).

Podsumowanie

Przedstawione wyniki pokazują relatywnie niski poziom świadomości młodych konsumentów odnośnie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Jest to zasadniczo zbieżne z rezultatami innych badań prowadzonych w społeczeństwie polskim. Z badań dokonanych w ramach projektu „Barometr CSR” w 2016 roku wynika, że tylko 38% Polaków posiada znaczną wiedzę w tym zakresie i wyraża gotowość jej wykorzystywania w zachowaniach rynkowych, wybierając produkty przedsiębiorstw społecznie zaangażowanych i rekomendując je innym [Greszta i Maison 2016]. Z kolei badania w ramach projektu „CSR w praktyce” realizowane w 2017 roku wskazują, że tylko 35% respondentów dostrzega działania z CSR i łączy to z większym zaufaniem wobec tak zachowujących się przedsiębiorstw [*CSR w praktyce...*, 2017].

Małe wartości wskaźników zainteresowania taką aktywnością wśród młodych konsumentów z pewnością nie są satysfakcjonujące. Przekłada się to na rozpoznawalność i postrzeganie konkretnych działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością. Poziom znajomości certyfikatów charakteryzujących zrównoważoną produkcję również jest relatywnie wysoki (ponad połowa młodych konsumentów identyfikuje znaki Poznaj Dobrą Żywność, Fairtrade oraz Rolnictwo Ekologiczne, a dalsze 40% z nich zna również symbole Euro-liścia i Rainforest Alliance), ale odsetek wyrażających zaufanie wobec tych znaków jest znacznie niższy – poza Fairtrade sięga co najwyżej 30%.

Wyraźnie widać przy tym, że deklarowane zainteresowanie społeczną odpowiedzialnością dodatnio wpływa na znajomość i poziom zaufania wobec cer-

tyfikatów potwierdzających zaangażowanie przedsiębiorstw. Znacznie mniejszy wpływ mają cechy demograficzne respondentów (przede wszystkim płeć) oraz ekonomiczne (poziom zamożności gospodarstwa domowego).

Wynika z tego potrzeba prowadzenia działań edukacyjnych wśród młodych konsumentów – konieczność zaznajamiania ich z koncepcją społecznej odpowiedzialności i jej praktycznymi implikacjami, a także konieczność zwiększenia wiarygodności takich działań. Otwiera to dalsze możliwości badawcze. W takim kontekście należałoby rozwijać projekty diagnozujące przyczyny małego zaufania wobec CSR w celu wypracowania odpowiednich modeli komunikacji z konsumentami mogących zwiększyć nie tylko poziom świadomości, ale i zaufanie wobec tego typu inicjatyw.

Literatura

- ADAMOWICZ M., JASIULEWICZ A., 2003: *Znakowanie produktów spożywczych jako instrument marketingu i zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- BERGH J., van den BEHRER M., 2012: *Jak kreować marki, które pokocha pokolenie Y?*, Edgard, Warszawa.
- BUCHHOLZ R.A., 1991: *Corporate Responsibility and the Good Society: From Economics to Ecology*, Business Horizons 34(4), 19–31.
- CARROLL A.B., 1991: *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizons 34(4), 39–48.
- CHAHAL H., SHARMA R.D., 2012: *Implications of Corporate Social Responsibility on Marketing Performance: A Conceptual Framework*, Journal of Services Research 6(1), 205–216.
- Commission of the European Communities (CEC), 2001: *Green Paper. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, Brussels.
- CZUBAŁA A., 2011: *Rola konsumentów w realizacji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Konsumpcja i Rozwój 1(1), 58–66.
- CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej, 2017, [www.http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2017/06/CCIFP_broszura_CRS_2017_pl_v06.pdf](http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2017/06/CCIFP_broszura_CRS_2017_pl_v06.pdf) (dostęp: 10.07.2017).
- DRAPIŃSKA A., 2015: *Marketing a społeczna odpowiedzialność biznesu – sprzeczne idee?*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 785(41), 1, 277–287.
- Economist Intelligence Unit, 2009: *Management Magnified Sustainability and Corporate Growth*, London, http://graphics.eiu.com/upload/eb/SAS_Sustainability_WEB.pdf (dostęp: 05.07.2014).
- FREEMAN R.E., 1984: *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman Publishing, Boston.

- FREEMAN R.E., EVAN W.M., 1990: *Corporate Governance: A Stakeholder Interpretation*, Journal of Behavioral Economics 19(4), 337–359.
- GRESZTA M., MAISON D., 2016: *Konsument w Polsce wobec działań CSR*, <http://www.marketing-news.pl/message.php?art=47467> (dostęp: 10.07.2017).
- GRISERI P., SEPPALA N., 2010: *Business Ethics and Corporate Social Responsibility*, South-Western Cengage Learning, Lincoln.
- HUMPHERY K., 2011: *The Simple and the Good: Ethical Consumption as Anti-consumerism*, [w:] T. Lewis, E. Potter (red.), *Ethical Consumption – A Critical Introduction*, Routledge, London – New York, 40–53.
- LEVITT T., 1958: *The Dangers of Social Responsibility*, Harvard Business Review 36(5), 41–50.
- LUO X., BHATTACHARYA C.B., 2006: *Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value*, Journal of Marketing 70(4), 1–18.
- NOWACKI R., 2014: *Ekologiczne motywy w reklamie a idea zrównoważonej konsumpcji*, Konsumpcja i Rozwój 4(9), 24–39.
- NOWACKI R., WASILIK K., 2017: *Towards Responsible Consumption – Attitudes of Young Consumers to the Idea of Corporate Social Responsibility*, Handel Wewnętrzny 63(2), 280–293.
- OMG! *Czyli jak mówić do polskich mileniśców*, 2014, Odyseja Public Relations, Warszawa.
- PILARCZYK B., NESTOROWICZ R., 2010: *Marketing ekologicznych produktów żywnościowych*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- SŁABY T., 1990: *Poziom życia, jakość życia*, Wiadomości Statystyczne 6.
- ŚMIECHOWSKA M., 2012: *Znakowanie produktów żywnościowych*, Annales Academiae Medicae Gedanensis 42, 65–73.
- United Nations Environment Programme (UNEP) 2010: *ABC of SCP, Clarifying Concepts on Sustainable Consumption and Production*, https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/945ABC_ENGLISH.pdf (dostęp: 14.08.2017).
- WASILIK K., 2017: *Zachowania młodych konsumentów na rynku produktów Sprawiedliwego Handlu*, IBRKK, Warszawa.
- WITEK L., 2011: *Warunki skutecznych programów marketingowych zaangażowanych społecznie i ekologicznie*, Handel Wewnętrzny 2(2), 352–358.
- WILBURN K., WILBURN R., 2014: *The Double Bottom Line: Profit and Social Benefit*, Business Horizons 57(1), 11–20.
- World Bank, 2005: *What Does Business Think about Corporate Social Responsibility?*, Washington, DC.
- World Commission on Environment and Development (WCED), 1987: *Our Common Future*, United Nations.
- ZIELIŃSKA A., 2014: *Zachowania konsumentów wobec społecznie odpowiedzialnych i nieodpowiedzialnych działań przedsiębiorstwa*, Marketing i Rynek 11 (CD), 500–506.
- ŻAKOWSKA-BIEMANS S., GUTKOWSKA K., 2003: *Postawy konsumentów wobec żywności ekologicznej*, [w:] M. Adamowicz (red.), *Marketing w strategiach rozwoju sektora rolno-spożywczego*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.

Abstrakt

Funkcjonowanie w warunkach zrównoważonego rozwoju wymaga od przedsiębiorstw uwzględniania nie tylko własnych interesów ekonomicznych, ale też zwracania uwagi na kwestie ogólnogospodarcze i społeczne, w tym dotyczące zrównoważonej konsumpcji. Celem artykułu jest analiza zależności między deklarowaną znajomością i zainteresowaniem działaniami z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (CSR) wśród młodych konsumentów a znajomością i zaufaniem wobec znaków, a także certyfikatów potwierdzających zrównoważoną produkcję. Podstawą rozważań są wyniki badania ilościowego prowadzonego na ogólnopolskiej próbie konsumentów w wieku 19–35 lat. Uzyskane wyniki badania pozwalają stwierdzić, że znajomość idei CSR w znacznie większym stopniu determinuje znajomość certyfikatów i zaufanie wobec nich niż cechy demograficzno-ekonomiczne młodych konsumentów.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, zrównoważona produkcja i konsumpcja, młodzi konsumenci

Knowledge and confidence in sustainable production certificates and the idea of corporate social responsibility from the point of view of young consumers

Abstract

Functioning under the conditions of sustainable development requires companies to take into account not only their own economic interests but also to pay attention to general economic and social issues, including sustainable consumption. The aim of the article is to analyze the relationship between the declared awareness and interest in corporate social responsibility (CSR) activities among young consumers and the familiarity with and trust in the certificates confirming adherence to sustainable production principles. The results of quantitative research conducted on a sample of consumers aged 19–35 form the basis for this discussion. The findings of the study indicate that the knowledge of the CSR concept is determined by the knowledge of the certificates and trust in them to a much greater degree than by the demographic and economic characteristics of young consumers.

Key words: corporate social responsibility, sustainable production and consumption, young consumers

Krystyna Gutkowska, Agnieszka Batóg, Marta Sajdakowska
Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wybrane aspekty spożycia wołowiny w rejonie o niekorzystnych wskaźnikach makroekonomicznych

Wstęp

Dostępne dane statystyczne wskazują, że obecnie najczęściej spożywanym rodzajem mięsa w Polsce jest wieprzowina, stanowiąca 55–53% spożywanego mięsa w latach 2005–2015 (39,0–41,7 kg/osobę/rok). Konsumpcja mięsa wieprzowego w Polsce, na tle pozostałych krajów Unii Europejskiej, kształtuje się na poziomie zbliżonym do przeciętnego. Kolejnym gatunkiem mięsa jest mięso drobiowe, którego poziom spożycia w latach 2005–2015 stale wzrastał z 23,4 do 28,3 kg/osobę/rok. Przeciwny trend zaobserwować można w przypadku mięsa wołowego, którego konsumpcja systematycznie maleje – w latach 2005–2015 zanotowano spadek z 3,9 do 1,6 kg/osobę/rok [GUS 2010, 2016].

Głównym czynnikiem wzrostu spożycia mięsa ogółem jest obecnie globalny rozwój gospodarczy oraz wzrost liczby ludności na świecie. Przewidywane zwiększenie liczby ludności świata do ponad 9 miliardów w 2050 roku spowoduje dalszy wzrost zapotrzebowania na mięso i jego przetwory, a globalny popyt na mięso i przetwory mięsne wzrośnie do 2030 roku o 85% [Evans 2009]. Coraz większe znaczenie w globalnej konsumpcji mięsa będą odgrywać rynki azjatyckie – np. w Indiach zaobserwowano pojawienie się nowej klasy średniej, tzw. non-veg, która odrzuca na rzecz nowych wzorców kulturowych popularny w tym regionie świata wegetarianizm [Meat Atlas... 2014].

Jakkolwiek twierdzi się, że wraz ze wzrostem zamożności zarówno ogółu społeczeństwa, jak i poszczególnych gospodarstw domowych wzrasta popyt na produkty pochodzenia zwierzęcego, a w tym zwłaszcza mięso i wędliny, to warto zwrócić uwagę na zaskakujące niekiedy tendencje w spożyciu wołowi-

ny, a więc odnotowywany wyższy, niż można by się spodziewać, poziom jej konsumpcji w regionach o relatywnie niekorzystnych wskaźnikach makroekonomicznych, które powinny raczej wyzwać skłonności do redukcji spożycia droższych gatunków mięsa na rzecz jego tańszych substytutów [Gutkowska i Ozimek 2008, Gutkowska i in. 2012]. Sytuacja taka występuje w województwie świętokrzyskim, gdzie pomimo istnienia relatywnie niekorzystnych wskaźników makroekonomicznych, obserwuje się stosunkowo wysoki poziom spożycia wołowiny, podobny jak w gospodarstwach domowych w województwach o znacznie korzystniejszym ich wymiarze (np. mazowieckim, śląskim). Fakt ten skłania do rozpoznania przyczyn zaskakująco wyższego, niż można by się spodziewać, poziomu spożycia wołowiny w gospodarstwach domowych w województwie świętokrzyskim, co korespondowało też z założeniami jednego z zadań badawczych w projekcie „ProOptiBeef”¹, w ramach którego przeprowadzono badania, których wycinek prezentowany jest w niniejszym artykule.

Cel, metody i materiał badawczy

Celem podjętych badań było m.in. określenie specyfiki zachowań konsumpcyjnych mieszkańców województwa świętokrzyskiego wobec wołowiny, zarówno w odniesieniu do częstotliwości, wielkości i powodów jej spożywania, jak i innych aspektów zachowań żywieniowych konsumentów zamieszkujących ten region kraju.

Przyjęto hipotezę, że socjodemograficzna i ekonomiczna charakterystyka gospodarstw domowych z województwa świętokrzyskiego, charakteryzujących się najwyższym i najniższym poziomem spożycia wołowiny, wykazuje podobne cechy jak w ogólnej populacji gospodarstw domowych w Polsce.

Realizacja celu pracy oraz weryfikacja postawionej hipotezy została dokonana poprzez analizę danych ze źródeł wtórnych i pierwotnych. Wtórnymi źródłami były informacje pochodzące z polskich i zagranicznych publikacji naukowych oraz pozyskane w ramach analiz indywidualnych danych budżetów gospodarstw domowych. Pierwotne źródła stanowiły wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród mieszkańców województwa świętokrzyskiego w okresie od lutego 2013 do września 2014 roku. Zastosowany w badaniach autorski kwestionariusz zawierał 49 pytań, wśród których było 45 pytań zamkniętych

¹Badania zrealizowano w ramach projektu pt. „Optymalizacja produkcji wołowiny w Polsce zgodnie ze strategią od »widelca do zagrody«”, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007–2013 (umowa nr UDA-POIG.01.03.01-00-204/09); kierownik naukowy zadania nr 1 „Analiza popytu na mięso wołowe w Polsce” – prof. dr hab. Krystyna Gutkowska.

i 4 pytania otwarte. Pytania zawarte w kwestionariuszu miały na celu ocenę m.in. poziomu spożycia wołowiny oraz postaw i zachowań konsumentów na rynku mięsa wołowego. Badania przeprowadzono wśród 1206 konsumentów mieszkających w województwie świętokrzyskim. Po analizie kompletności wypełnionych kwestionariuszy do ostatecznych analiz statystycznych zakwalifikowano kwestionariusze pochodzące od 1004 osób. W celu określenia istotnych statystycznie różnic między zmiennymi zastosowano statystykę χ^2 (poziom istotności $p < 0,05$) oraz wykonano analizę częstości.

Zmiany w zachowaniach polskich konsumentów na rynku mięsa ze szczególnym uwzględnieniem rynku wołowiny

Perenc [2010] zauważa, że do zmian w ilości i jakości spożywanej żywności oraz do zmian zachowań konsumpcyjnych na rynku żywności w Polsce przyczyniły się przeobrażenia społeczno-gospodarcze, które rozpoczęły się od początkowych lat transformacji, a więc od 1989 roku. Zmiany nastąpiły zarówno w zwyczajach zakupowych konsumentów, jak i ich wymaganiach oraz preferencjach [Światowy 2006]. Podobne zmiany zauważono również u konsumentów mięsa i produktów mięsnych.

Silnie oddziałującymi determinantami na zachowania polskich konsumentów wołowiny są czynniki ekonomiczne. Gutkowska i inni [2012] w swoich badaniach dowodzą, że konsumenci przy podejmowaniu decyzji o zakupie wołowiny kierują się m.in. ceną, a także jakością, wygodą użycia i wartościami odżywczymi. Kosicka-Gębska [2013] zauważa, że konsumenci mięsa wołowego zwracają przede wszystkim uwagę na trzy elementy: cenę, wygląd ogólny mięsa oraz jego barwę, a Mroczek [2010] podkreśla, że czynniki wpływające na konsumpcję mięsa wołowego obejmują: poziom dochodów społeczeństwa, ceny mięsa i preferencje konsumentów. To ostatnie stwierdzenie, wskazujące na ogólnie rozumiane dochody społeczeństwa jako determinantę poziomu spożycia mięsa, uzasadnia dodatkowo przyjęty cel rozprawy i odnosi się do stwierdzanych w literaturze przedmiotu prawidłowości mówiących o tym, że wzrost PKB w przeliczeniu na 1 mieszkańca powoduje odpowiednie zwiększenie spożycia mięsa i przetworów, nie powodując jednocześnie zmian w spożyciu produktów pochodzenia roślinnego [Gutkowska i Ozimek 2005].

Duże znaczenie ceny jako czynnika wyboru wiąże się z dochodami konsumentów. Sytuacja dochodowa gospodarstw domowych w bezpośredni sposób wpływa na poziom i strukturę wydatków konsumpcyjnych, określając możliwo-

ści zaspokojenia ich potrzeb [Żelazna i in. 2002, Rudnicki 2004, Janoś-Kresło i Mróz 2006, Bywalec 2007, Woś i in. 2011, Gutkowska i in. 2012]. Wielkość dochodów pieniężnych wyznacza zakres swobody konsumpcyjnej, ograniczając lub zwiększając poziom zaspokojenia potrzeb.

W porównaniu z innymi rodzajami mięs to właśnie wołowina najbardziej zdrożała po akcesji Polski do UE, co było pochodną wysokiej ceny mięsa wołowego na rynku unijnym. Spowodowało to spadek popytu na ten rodzaj mięsa również w innych nowoprzyjętych do UE krajach [Štiková i in. 2009]. Cena skupu polskiej wołowiny wzrosła wówczas o 32% – z 2,5 do 3,3 zł/kg [Biuletyn statystyczny 2005, 2006], przy czym tendencje wzrostu cen skupu utrzymują się nadal i w IV kwartale 2015 roku określono ten wzrost na 5,1% w skali roku. Jednocześnie nastąpił wzrost cen detalicznych mięsa wołowego, które przykładowo na targowiskach wyniosły średnio 6,51 zł/kg i były wyższe w stosunku do 2014 roku o 2% [GUS 2015].

Spżycie wołowiny nigdy nie dominowało w strukturze konsumpcji mięsa w polskich gospodarstwach domowych, ale warto podkreślić, że o ile w 1990 roku stanowiło ono 23,83% udziału w całkowitym spżyciu mięsa, o tyle w 2015 roku spżycie wołowiny stanowiło zaledwie 2,09% całkowitego spżycia mięsa przeciętnie na 1 osobę (tab. 1).

Pewnym wytłumaczeniem spadku spżycia wołowiny może być znacznie bardziej widoczna zmiana cen mięsa wołowego w stosunku do cen mięsa drobiowego i wieprzowiny. W latach 2004–2012 wzrost cen detalicznych wołowiny był większy niż cen wieprzowiny i mięsa drobiowego. Ceny rostbefu rosły w tempie 7,1% rocznie, a ceny detaliczne tuszki kurcząt o 4,7% [Świetlik 2014].

Zachowania konsumentów wobec żywności, a w tym również mięsa i jego przetworów, uwarunkowane są jednak nie tylko determinantami ekonomicznymi, ale też wieloma innymi czynnikami działającymi z różną siłą i często w różnych kierunkach, czego egemplifikację prezentują dane w tabeli 2 przedstawiające stosunki korelacyjne (η) według komponentów wariacyjnych.

Z analizy danych dotyczących poziomu spżycia mięsa wołowego wynika, że determinantą najsilniej oddziałującą na poziom spżycia mięsa wołowego w gospodarstwie domowym jest usytuowanie w strukturze województw i regionu kraju oraz sytuacja dochodowa. Największe spżycie wołowiny odnotowano w miejscowościach liczących 500 tysięcy i więcej mieszkańców, a najmniejsze na wsiach. Najwięcej wołowiny spżycją również gospodarstwa domowe, które składają się z małej liczby osób (rodziny dwu- i jednoosobowe). Konsumpcja w tych rodzinach w przeliczeniu na 1 osobę wynosiła średnio trzy razy więcej niż w gospodarstwach liczących pięć i więcej osób. Stosunkowo duże spżycie mięsa wołowego odnotowano również w gospodarstwach domowych małżeństw

Tabela 1

Poziom spożycia mięsa w polskich gospodarstwach domowych w latach 1990–2015

Lata	Mięso łącznie z podrobami			
	ogółem	w tym mięso bez podrobów		
		wieprzowe	wołowe	drobiowe
	kg/osobę/miesiąc			
1990	68,8	37,7	16,4	7,6
1991	73,5	42,2	15,7	8,2
1992	70,7	42,4	12,7	9,1
1993	67,9	40,8	11,5	9,5
1994	63,1	37,5	9,1	10,7
1995	64,0	39,4	8,8	10,3
1996	65,2	40,4	8,6	10,3
1997	62,3	35,7	8,4	12,5
1998	65,3	38,0	8,2	13,2
1999	67,5	40,0	7,9	14,0
2000	66,1	39,0	7,1	14,7
2001	66,6	38,6	5,6	17,2
2002	69,5	39,2	5,2	19,8
2003	72,1	41,2	5,8	19,7
2004	71,8	39,1	5,3	22,2
2005	71,2	39,0	3,9	23,4
2006	74,3	41,4	4,5	23,7
2007	77,6	43,6	4,0	24,0
2008	75,3	42,7	3,8	24,1
2009	75,2	41,9	3,6	24,3
2010	73,7	42,2	2,4	24,6
2011	73,4	42,5	2,1	25,0
2012	71,0	39,2	1,6	26,1
2013	68,1	35,5	1,5	27,3
2014	73,6	39,1	1,6	28,2
2015	76,3	41,7	1,6	28,3

Źródło: Opracowanie na podstawie [Rynek mięsa... 2016].

Tabela 2

Znaczenie poszczególnych determinant w kształtowaniu poziomu spożycia wołowiny i cielęciny w gospodarstwach domowych w Polsce w wybranych latach (stosunki korelacyjne η)

Zmienne	2014	2010	2008	2000	1994
Województwo	0,15	0,18	0,20	0,27	0,30
Region	0,14	0,16	0,18	0,24	0,22
Poziom dochodu w gospodarstwie domowym (grupa decylowa)	0,17	0,16	0,16	0,21	0,26
Typ biologiczny w gospodarstwie domowym	0,14	0,12	0,14	0,16	0,24
Liczba osób w gospodarstwie domowym	0,13	0,12	0,13	0,18	0,25
Zawód respondenta	0,11	0,10	0,13	0,14	–
Główne źródło utrzymania	0,12	0,11	0,12	0,17	0,24
Faza cyklu rozwoju rodziny	0,12	0,10	0,12	0,16	–
Podgrupa społeczno-ekonomiczna	0,11	0,11	0,12	0,16	–
Wiek respondenta (przedziały)	0,10	0,10	0,11	0,13	0,18
Klasa miejscowości zamieszkania	0,10	0,10	0,11	0,18	0,23
Wykształcenie respondenta	0,09	0,08	0,10	0,11	0,15
Grupa społeczno-ekonomiczna	0,08	0,09	0,10	0,13	0,20
Miesiąc badania	0,04	0,03	0,04	0,05	0,03
Płeć respondenta	0,01	0,02	0,03	0,02	0,05

Źródło: Analiza wykonana przez dr. hab. Wacława Laskowskiego, prof. SGGW, na podstawie indywidualnych danych budżetów gospodarstw domowych pozyskanych z GUS.

bezdziwnych. Najczęściej były to osoby starsze, aktywne zawodowo, jak również młode małżeństwa bezdzietne [Gutkowska i in. 2012].

Poddając analizie poziom spożycia wołowiny i biorąc jednocześnie pod uwagę główne źródło utrzymania gospodarstwa domowego, najczęściej wołowiny spożywano w małych gospodarstwach domowych dysponujących relatywnie dużym dochodem rozporządzalnym przypadającym na 1 osobę. Rolnicy są grupą, która spożywała najmniej mięsa wołowego, ale jednocześnie charakteryzowała się największym spożyciem mięsa ogółem, a zwłaszcza mięsa wieprzowego. Poddając analizie wpływ wykształcenia głowy gospodarstwa domowego na poziom spożycia wołowiny, stwierdzono, że w większości konsumentami mięsa wołowego są osoby z wykształceniem wyższym oraz średnim ogólnokształcącym.

Ostatnimi zmiennymi uwzględnionymi we wspomnianych badaniach były czynniki demograficzne, a wśród nich wiek oraz płeć głównego decydenta

w gospodarstwie domowym. I tak, w większości konsumentami mięsa wołowego są osoby starsze (w wieku 60 lat i więcej), a czynnikiem mającym najmniejszy wpływ na poziom spożycia mięsa wołowego jest płeć. Miesiąc przeprowadzania badania nie wpłynął na poziom spożycia wołowiny, co zaskakuje, wzięwszy pod uwagę podkreślany przez uczestników pogłębionych dyskusji grupowych przeprowadzonych w ramach projektu „ProOptiBeef” „uroczysty charakter wołowiny w przeciwieństwie do drobiu czy wieprzowiny”, a zatem można by się spodziewać, że relatywnie więcej wołowiny konsumuje się przy okazji świąt, takich jak Boże Narodzenie czy Wielkanoc [Gutkowska i in. 2012].

Uwarunkowania częstotliwości spożycia wołowiny w województwie świętokrzyskim i ich specyfika – analiza danych pierwotnych i ich dyskusja

W świetle zgromadzonego materiału empirycznego stwierdzić można, że co piąty (21%) badany konsument mieszkający w województwie świętokrzyskim deklarował, że spożywa mięso wołowe raz w tygodniu, przy czym czynnikami mającymi na to istotny wpływ były: poziom wykształcenia, liczba osób w wieku do 18. roku życia tworzących gospodarstwo domowe, wykonywany zawód.

Przeprowadzone badania własne potwierdziły współzależność między częstotliwością spożywania mięsa wołowego przez konsumentów a liczbą członków ich gospodarstw domowych w wieku do 18. roku życia ($p = 0,02$). Niemal we wszystkich rodzajach „częstotliwości spożycia wołowiny” większość stanowili konsumenci reprezentujący gospodarstwa domowe bez dzieci do 18. roku życia (tab. 3).

Stwierdza się zatem, że spożycie mięsa wołowego zależy od liczby członków w wieku do 18. roku życia w gospodarstwach domowych, co potwierdza zauważone w innych badaniach (zarówno ilościowych, jak i jakościowych) prowadzonych w ramach projektu „ProOptiBeef” tendencje wskazujące na to, że dzieci (zwłaszcza najmłodsze) nie lubią wołowiny ze względu na trudności w jej pogryzieniu [niepublikowane raporty z badań konsumenckich realizowane w ramach zadania 1 projektu „ProOptiBeef”, Gutkowska i in. 2012].

Wśród konsumentów spożywających wołowinę raz w tygodniu i częściej dominowali pracownicy biurowi niższego szczebla (odpowiednio 40,16 oraz 14,96%) oraz pracownicy umysłowi średniego szczebla (odpowiednio 45,27 oraz 7,41%) – tabela 4, co potwierdzają też wyniki badań ogólnopolskich [Gutkowska i in. 2012, 2016, Kosicka-Gębska 2013].

Tabela 3

Współzależność między liczbą członków gospodarstwa domowego w wieku do 18. roku życia a częstotliwością spożycia wołowiny

Częstotliwość spożycia	Liczba członków gospodarstwa domowego w wieku do 18 lat													
	0		1		2		3		4		5		6	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kilka razy dziennie	3	43	2	29	1	14	1	14	0	0	0	0	0	0
Codziennie	3	60	1	20	0	0	0	0	1	20	0	0	0	0
6–4 razy w tygodniu	9	45	3	15	5	25	1	5	0	0	2	10	0	0
3–2 razy	42	72	7	12	7	12	1	2	1	2	0	0	0	0
Raz w tygodniu	124	62	35	18	29	15	9	5	3	2	0	0	0	0
2–3 razy w miesiącu	116	64	34	19	24	13	6	3	1	1	0	0	0	0
Raz w miesiącu	94	65	27	19	17	12	3	2	2	1	1	1	0	0
Raz na 2 miesiące	56	70	10	13	9	11	3	4	0	0	2	3	0	0
Rzadziej	99	62	28	18	19	12	8	5	5	3	0	0	1	1
Wcale	81	68	17	14	14	12	6	5	1	1	1	1	0	0

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych z projektu „ProOptibeeff”.

Tabela 4

Struktura badanych ze względu na częstotliwość spożycia wołowiny w zależności od ich statusu zawodowego

Częstotliwość spożycia	Zawód					
	pracownicy			uczeń/ /student	emeryci, renciści, bezrobotni	inny
	biurowi niższego szczebla, rolnicy	umysłowi średniego szczebla	umysłowi wyż- szego szczebla, specjaliści, pry- watni przedsię- biorcy			
	%					
Wcale	11,81	7,82	9,60	17,65	15,45	8,24
Raz w miesiącu i rzadziej	33,07	39,51	42,40	40,44	34,15	48,24
Raz w tygodniu, 2–3 razy w miesiącu	40,16	45,27	40,00	31,99	41,46	37,65
Przynajmniej 2–3 razy w tygodniu	14,96	7,41	8,00	9,93	8,94	5,88

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych z projektu „ProOptibeeff”.

Między badanymi grupami wyróżnionymi ze względu na przynależność do określonej grupy zawodowej zaobserwowano istotną różnicę w rozkładzie badanej zmiennej ($p < 0,05$), wskazująca na to, że:

- badani będący pracownikami biurowymi niższego szczebla i rolnicy częściej niż pozostałe osoby spożywali wołowinę przynajmniej 2–3 razy w tygodniu,
- uczniowie/studenci oraz emeryci, renciści i bezrobotni częściej niż pozostałe osoby deklarowali, że wcale nie jedzą wołowiny,
- osoby wykonujące inne zawody częściej niż pozostali respondenci spożywały wołowinę raz w miesiącu i rzadziej.

W kontekście uzyskanych wyników z badań własnych można wnioskować, że wykształcenie członków rodziny, liczba dzieci w wieku do 18. roku życia w gospodarstwie domowym i wykonywane przez domowników zawody są zmiennymi, które w statystycznie istotny sposób wpływały na częstotliwość spożycia wołowiny wśród badanych konsumentów z województwa świętokrzyskiego. Wiek, płeć oraz uzyskiwany poziom dochodu nie wpływały statystycznie istotnie na częstotliwość spożycia wołowiny (tab. 5 i 6).

Tabela 5

Współzależność między płcią, wykształceniem i dochodem miesięcznym konsumentów a częstotliwością spożycia mięsa wołowego

Zmienne socjodemograficzne		Kilka razy dziennie		Codziennie		6–4 razy w tygodniu		3–2 razy		Raz w tygodniu	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Płeć	kobiety	3	43	2	40	8	40	15	26	55	28
	mężczyźni	4	57	3	60	12	60	42	74	144	72
Wiek [lata]	<19	1	20	0	0	4	25		13	54	30
	19–25	0	0	0	0	1	6	9	18	14	8
	26–30	0	0	1	20	4	25	3	6	36	20
	31–35	2	40	2	40	3	19	5	10	24	13
	36–40	2	40	0	0	2	13	9	18	20	11
	41–45	0	0	1	20	0	0	5	10	15	8
	46–50	0	0	0	0	1	6	4	8	11	6
	51–55	0	0	1	20	0	0	1	2	5	3
	56–60	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
61–65	0	0	0	0	1	6	1	2	3	2	
Wykształcenie	podstawowe	0	0	1	20	5	25	0	0	3	2
	gimnazjalne	1	14	0	0	3	15	4	7	7	4
	zasadnicze	1	14	1	20	1	5	4	7	11	6
	średnie	2	29	3	60	5	25	25	43	82	41
	wyższe	3	43	0	0	6	30	25	43	97	49

Tabela 5 cd.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Dochody miesięczne [zł]	<1000	0	0	0	0	1	5	8	15	17	9
	1001–1500	0	0	1	20	4	20	8	15	30	15
	1501–3000	4	57	2	40	4	20	19	35	71	36
	3001–5000	1	14	1	20	9	45	14	25	61	31
	>5000	2	29	1	20	2	10	6	11	17	9

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych z projektu „ProOptibeeF”.

Tabela 6

Współzależność między płcią, wykształceniem i dochodem miesięcznym konsumentów a częstotliwością spożywanego mięsa wołowego; kontynuacja tabeli 5

Zmienne socio demo- graficzne	2–3 razy w miesiącu		1 raz miesiącu		Raz na 2 miesiące		Rzadziej		Wcale		p	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Płeć	kobiety	42	23	40	28	19	24	46	29	24	20	0,552
	męż- czyźni	138	77	102	72	61	76	113	71	95	80	
Wiek [lata]	<niż 19	38	23	30	24	19	27	43	31	34	34	0,585
	19–25	16	10	12	10	14	20	14	10	11	11	
	26–30	18	11	20	16	4	6	15	11	18	18	
	31–35	20	12	18	14	9	13	22	16	9	9	
	36–40	23	14	16	13	12	17	15	11	9	9	
	41–45	19	11	13	10	6	9	14	10	8	8	
	46–50	21	13	9	7	2	3	10	7	7	7	
	51–55	6	4	4	3	3	4	4	3	3	3	
56–60	4	2	2	2	1	1	1	1	1	1		
61–65	2	1	2	2	0	0	2	1	1	1		
Wykształcenie	podsta- wowe	2	1	2	1	2	3	4	3	2	2	0,000
	gimna- zjalne	10	6	7	5	4	5	8	5	14	12	
	zasad- nicze	7	4	8	6	2	3	14	9	11	9	
	średnie	79	44	56	39	32	40	71	44	52	43	
	wyższe	83	46	71	49	40	50	63	39	41	34	

Tabela 6 cd.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Dochody miesięczne [zł]	<1000	16	9	12	8	12	15	13	8	10	9	0,190
	1001–1500	38	21	21	15	10	13	26	16	23	20	
	1501–3000	70	39	58	41	30	38	79	50	57	49	
	3001–5000	35	20	37	26	17	22	29	18	19	16	
	>5000	19	11	15	10	10	13	12	8	8	7	

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych z projektu „ProOptibeef”.

Badanie ogólnopolskie Moskalik i Wielickiej [2006] potwierdziło, że głównie mężczyźni spożywają relatywnie dużo wołowiny. W większości jednak osoby te, podobnie jak konsumenci województwa świętokrzyskiego, mają wykształcenie średnie i wyższe oraz pochodzą z dużych miast. Wyniki te znalazły potwierdzenie w badaniu Piekut [2006] oraz w badaniach zrealizowanych w projekcie „ProOptiBeef” [Gutkowska i in. 2012].

Grupą wiekową, z której osoby częściej niż inne kupują mięso wołowe w województwie świętokrzyskim (raz w tygodniu), są osoby w wieku 26–30 lat (30%) oraz w wieku powyżej 61 lat (25%). Badania własne potwierdzają tendencję występującą w całej Polsce dotyczącą wieku konsumentów mięsa wołowego [Gutkowska i in. 2012, Kosicka-Gębska 2013].

Poddając analizie odpowiedzi respondentów z terenu województwa świętokrzyskiego, można zauważyć, że wśród konsumentów spożywających z większą częstotliwością wołowinę dominują konsumenci zarabiający miesięcznie od 1501 do 3000 zł, a wraz ze wzrostem częstotliwości spożycia tego rodzaju mięsa wzrastał udział w poszczególnych grupach konsumentów zarabiających ponad 3000 zł/miesiąc.

Zwrócono też uwagę w badaniach własnych na to, czy respondenci są zadowoleni z ilości konsumowanej wołowiny. Blisko połowa z nich (48%) uważała, że spożywa zdecydowanie za mało mięsa wołowego, przy czym wśród tej grupy respondentów dominowali konsumenci z wykształceniem wyższym, jak również mężczyźni, chociaż ta ostatnia zależność nie była statystycznie istotna (tab. 7).

Generalnie uważa się, że polscy konsumenci spożywają niewiele mięsa wołowego w porównaniu z innymi gatunkami mięsa. Tak też uważają konsumenci z województwa świętokrzyskiego, którzy w większości (46,2%) deklarują, że spożywają zdecydowanie za mało wołowiny; co czwarty (23,5%) badany ocenił, że spożywa odpowiednią ilość tego gatunku mięsa, a jedynie 2% badanych uważało, że spożywa jej za dużo. Tak duży odsetek badanych uznających poziom

Tabela 7

Zależność między płcią i wykształceniem a oceną ilości spożywanego mięsa wołowego

Zmienne socjodemograficzne		Zdecydowanie za mało		Odpowiednia ilość		Za dużo		Trudno powiedzieć		p
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Płeć	kobiety	102	40	71	28	9	4	75	29	0,021
	mężczyźni	337	49	153	22	10	1	193	28	
Wykształcenie	podstawowe	11	55	2	10	0	0	7	35	0,264
	gimnazjalne	18	31	18	31	2	3	21	36	
	zasadnicze	28	47	10	17	3	5	18	31	
	średnie	183	45	101	25	8	2	111	28	
	wyższe	202	48	97	23	6	1	112	27	

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych z projektu „ProOptibeef”.

spożycia wołowiny za zdecydowanie za niski, może wynikać z faktu, że od wielu lat obserwuje się stosunkowo wysoki poziom spożycia wołowiny wśród mieszkańców województwa świętokrzyskiego [Gutkowska i in. 2012], a w związku z tym konsumenci zamieszkali w tym rejonie kraju nawiązują do czasów, gdy cena wołowiny nie limitowała jej konsumpcji.

Wśród konsumentów w układzie ogólnoświatowym, za grupę, która spożywa stosunkowo dużą ilość mięsa wołowego, uznaje się Amerykanów. Badania pokazały, że są oni zadowoleni z obecnego poziomu konsumpcji tego gatunku mięsa, a prowadzona od ponad 30 lat polityka żywnościowa spowodowała, że amerykańscy konsumenci ograniczają spożycie wołowiny [O’Neil i in. 2011].

Badania dotyczące konsumpcji wołowiny w innych krajach dowiodły, że w rosyjskim społeczeństwie mężczyźni preferują spożywanie mięsa czerwonego w większych ilościach, co jest typowe również dla innych krajów, a zjawisko to tłumaczone jest tym, że kobiety bardziej dbają o niskokaloryczne posiłki, w związku z czym częściej rezygnują z posiłków mięsnych. Wzrost poziomu dochodów w danym społeczeństwie implikuje zwiększenie ilości spożywanego mięsa wołowego. W grupie o zwiększonej ilości spożycia mięsa czerwonego są także osoby w wieku 19–30 oraz 51–60 lat, pochodzące z dużych miast oraz legitymujące się średnim oraz wyższym wykształceniem, a także osoby uzyskujące większe niż przeciętne dochody [Honkanen 2010]. Jak wykazują różnorodne badania, Polacy w porównaniu z konsumentami z innych krajów spożywają małe ilości wołowiny [Wyness i in. 2011, McNeill 2012].

Porównując wyniki badań prowadzonych w Polsce z tymi z innych krajów byłego bloku wschodniego należy wskazać, że Czesi stosunkowo rzadko kupują, jak też rzadko spożywają mięso wołowe. Niespełna połowa (47%) badanych

osób przyznała, że zakupu tego typu dokonuje rzadziej niż raz w tygodniu, a 41% z nich, że w ogóle nie kupuje wołowiny [Kubickova i Šerhantova 2005].

Spadku spożycia mięsa wołowego w Polsce dowiodły też badania przeprowadzone przez CBOS, z których wynika, że ponad połowa biorących w nich udział osób deklaruwała, że jada mniej wołowiny niż 15 lat temu, przy czym co ósmy (13%) w ogóle przestał ją jeść [CBOS 2005].

Podsumowanie

Przeprowadzone analizy danych wtórnych oraz informacji pierwotnych potwierdziły słuszność przyjętej hipotezy, bowiem cechy socjodemograficzne charakteryzujące gospodarstwa domowe wykazujące skrajne częstotliwości spożycia mięsa wołowego, zarówno w skali ogólnopolskiej, jak i województwa świętokrzyskiego wykazują znaczne podobieństwo. Tym samym potwierdza się, że niezależnie od sytuacji makroekonomicznej regionu na poziom spożycia wołowiny w lokalnych gospodarstwach domowych wpływają statystycznie istotnie zmienne, takie jak: wiek domowników, wykształcenie, wykonywane przez nich zawody, liczba dzieci w wieku do 18 lat na utrzymaniu. Nie zaobserwowano zaś, aby w gospodarstwach domowych w województwie o niekorzystnych wskaźnikach makroekonomicznych (do jakich należy województwo świętokrzyskie) istniał statystycznie istotny wpływ sytuacji dochodowej gospodarstwa domowego na poziom, a więc i częstotliwość spożycia wołowiny. W skali ogólnopolskiej zaobserwowano zależność wskazującą na to, że im większy dochód gospodarstwa, tym większe spożycie wołowiny. Nie wystąpiła ona jednak w badaniach przeprowadzonych w województwie świętokrzyskim, co można wyjaśnić istnieniem żywszej tradycji spożycia wołowiny w tym rejonie kraju. Takie przypuszczenie potwierdzają również przedstawione w artykule spostrzeżenia dotyczące większego niż stwierdzono średnio w Polsce odsetka konsumentów niezadowolonych z aktualnego poziomu spożycia wołowiny w ich gospodarstwach domowych.

Literatura

Biuletyn statystyczny 2005, GUS, Warszawa 2006.

BYWALEC Cz., 2007: *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, PWN, Warszawa.

CBOS, 2005: Upodobania kulinarne, nawyki żywieniowe i zachowania konsumenckie Polaków, Komunikat z badań, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2005/K_173_05.PDF.

- EVANS A., 2009: *The Feeding of the Nine Billion. Global Food Security for the 21st Century*, Chatham House Report 7, London, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.170.1355&rep=rep1&type=pdf>.
- GUTKOWSKA K., KOSICKA-GĘBSKA M., BATÓG A., 2012: *Zachowania polskich konsumentów wobec wołowiny w świetle wyników badań CATI*, [w:] K. Gutkowska (red.), *Możliwości rozwoju rynku wołowiny w Polsce w kontekście zachowań konsumentów wobec mięsa – odniesienia międzynarodowe*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 54–67.
- GUTKOWSKA K., KOSICKA-GĘBSKA M., SAJDAKOWSKA M., ŻAKOWSKA-BIEMANS S., GUZEK D., 2016: *Poziom i uwarunkowania spożycia wołowiny w polskich gospodarstwach domowych na tle tendencji światowych*, [w:] J. Wierzbicki, A. Wierzbicka, K. Lenzion, A. Wierzbicka (red.), *Standardy mięsa wołowego*, wydanie rozszerzone, Wydawnictwo PZPBM, Warszawa, 2–26.
- GUTKOWSKA K., OZIMEK I., 2005: *Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności – kryteria zróżnicowania*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- GUTKOWSKA K., OZIMEK I., 2008: *Zachowania młodych konsumentów na rynku żywności – wybrane aspekty*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- HONKANEN P., 2010: *Food preference based segments in Russia*, *Food Quality and Preference* 21(1), 65–74.
- JANOŚ-KRESŁO M., MRÓZ B. (red.), 2006: *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- KOSICKA-GĘBSKA M., 2013: *Zachowania polskich konsumentów na rynku wołowiny*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- KUBICKOVA L., ŠERHANTOVA V., 2005: *Analysis of Changes in Meat and Meat Products Consumption in the Czech Republic in the Past Ten Years*, *Agricultural Economics of Czech* 51(9), 395–401.
- McNEILL S.H., HARRIS K.B., FIELD T.G., VAN ELSWYK M.E., 2012: *The evolution of lean beef: Identifying lean beef in today's U.S. marketplace*, *Meat Science* 90, 1–8.
- Meat Atlas. Facts and figures about the animals we eat, 2014: Heinrich Böll Foundation, https://www.foeurope.org/sites/default/files/publications/foe_hbf_meatatlans_jan2014.pdf.
- MROCZEK R., 2010: *Wyzwania i bariery produkcji mięsa w Polsce*, *Przemysł Spożywczy* 64(3), 2–6.
- MOSKALIK B., WIELICKA A., 2006: *Konsumpcja mięsa i produktów mięsnych*, *Rynek Wewnętrzny*, czerwiec, 238–234.
- Niepublikowane raporty z badań konsumenckich realizowane w zadaniu nr 1. „Analiza popytu na mięso wołowe w Polsce” w latach 2013–2014 w ramach projektu „ProOptiBeef”.*
- O’NEIL C.E., ZANOVEC M., KEAST D.R., FULGONI V.L., NICKLAS T.A., 2011: *Nutrient contribution of total and lean beef in diets of US children and adolescents: National Health and Nutrition Examination Survey 1999–2004*, *Meat Science* 87, 250–256.
- Opracowanie sygnałne GUS 2015*, Warszawa 2016.
- PERENC J., 2010: *Ekonomiczne determinanty zachowań współczesnych nabywców*, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego 609, Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu* 16, 289–308.
- PIEKUT M., 2008: *Spożycie mięsa i przetworów mięsnych w gospodarstwach domowych*, *Gospodarka Mięsna* 11, 14–17.

- RUDNICKI L., 2004: *Zachowania rynkowe nabywców. Mechanizmy i uwarunkowania*, Wydawnictwo AE w Krakowie, Kraków.
- Rocznik statystyczny rolnictwa*, GUS, Warszawa 2010, 2014, 2015, 2016.
- Rynek mięsa – stan i perspektywy. Analizy rynkowe*, IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW 50/2016.
- ŠTIKOVÁ O., SEKAVOVÁ H., MRHÁLKOVÁ I., 2009: *Vliv socio-ekonomických faktorů na spotřebu potravin*, Ústav zemědělské ekonomiky a informací, Praha.
- ŚWIATOWY G., 2006: *Zachowania konsumentów*, PWE, Warszawa.
- ŚWIETLIK K., 2014: *Dylematy rozwoju konsumpcji żywności w warunkach niestabilnej koniunktury*, *Konsumpcja i Rozwój* 3(8), 3–15.
- WOŚ J., RACHOCKA J., KASPEREK-HOPPE M., 2011: *Zachowania konsumentów – teoria i praktyka*, Wydawnictwo UE w Poznaniu, Poznań.
- WYNESS L., WEICHSELBAUM E., O'CONNOR A., WILLIAMS E.B., BENELAM B., RILEY H., STANNER S., 2011: *Red meat in the diet: an update*, *Nutrition Bulletin* 36, 34–77.
- ŻELAZNA K., KOWALCZUK I., MIKUTA B., 2002: *Ekonomika konsumpcji – elementy teorii*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.

Abstrakt

Celem podjętych badań było określenie specyfiki zachowań konsumentów wołowiny z województwa świętokrzyskiego zarówno w odniesieniu do częstotliwości, wielkości i powodów jej spożywania, jak i innych aspektów zachowań żywieniowych konsumentów zamieszkujących ten region kraju. Analiza danych wtórnych oraz badań ankietowych przeprowadzonych wśród mieszkańców województwa świętokrzyskiego w okresie od lutego 2013 do września 2014 roku potwierdziła, że niezależnie od sytuacji makroekonomicznej regionu na poziomie spożycia wołowiny w lokalnych gospodarstwach domowych wpływają statystycznie istotnie zmienne, takie jak: wiek członków rodziny, ich wykształcenie, wykonywane przez nich zawody, liczba dzieci w wieku do 18 lat na utrzymaniu. Nie zauważa się zaś, aby w gospodarstwach domowych w województwie o niekorzystnych wskaźnikach makroekonomicznych, istniał statystycznie istotny wpływ dochodu gospodarstwa na poziom, a więc i częstotliwość spożycia wołowiny. W skali ogólnopolskiej zaobserwowano zależność, że im większy dochód gospodarstwa, tym większe spożycie wołowiny. Nie udokumentowano tej zależności w badaniach przeprowadzonych w województwie świętokrzyskim, co można uzasadnić istnieniem w tym rejonie kraju żywszej tradycji konsumpcji wołowiny. Takie przypuszczenie potwierdzają również przedstawione w artykule spostrzeżenia dotyczące większego, niż stwierdzono średnio w Polsce odsetka konsumentów niezadowolonych z aktualnego poziomu spożycia wołowiny w ich gospodarstwach domowych.

Słowa kluczowe: konsument, spożycie wołowiny, niekorzystne wskaźniki makroekonomiczne, województwo świętokrzyskie

Selected aspects of beef consumption in the region with unfavourable macroeconomic indicators

Abstract

The purpose of the study was to determine the specific behaviour of consumers living in the Świętokrzyskie voivodeship towards beef, both in terms of frequency, the size and the reasons of its consumption and other aspects of the consumers' nutrition behaviour. The analysis of secondary data and the results of survey conducted in the period between February of 2013 and September of 2014 confirmed that irrespective of the macroeconomic situation of the region, the level of beef consumption in the households located in this region is influenced by statistically significant variables, such as: age, education, occupation, number of children under 18 years of age. However, it is not noticed that households in the voivodeship with unfavourable macroeconomic indicators had a statistically significant relationship of beef consumption frequency with the household income situation. Nevertheless, there is a nationwide presence of such correlation, indicating that the higher the household income is, the higher the consumption of beef. The lack of this relationship documented in studies conducted in the Świętokrzyskie voivodeship can be explained in this region of the country by the more clear tradition of beef eating. This assumption is also confirmed by the observations in the study referring to the higher than the average percentage of dissatisfied consumers with the current level of beef consumption in their households.

Key words: consumer, beef consumption, unfavourable macroeconomic indicators, Świętokrzyskie voivodeship

Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej nr 118, 2017: 127–138
DOI 10.22630/EIOGZ.2017.118.21

Magdalena Gantner, Klaudia Kopczyńska, Katarzyna Król

Katedra Techniki i Projektowania Żywności
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Eugenia Czernyszewicz

Katedra Zarządzania i Marketingu
Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

Konkurencyjność polskich odmian orzechów laskowych w zależności od ich jakości określonej właściwościami fizykochemicznymi

Wstęp

Wysoka jakość produktów żywnościowych stanowi jeden z ważniejszych czynników determinujących poziom konkurencyjności przemysłu spożywczego. Jest ona osiągana głównie dzięki podejmowaniu działań innowacyjnych z zastosowaniem nowości technologicznych. W ujęciu ekonomicznym jakość „jest to stopień zgodności produktu z wymaganiami odbiorcy, a te z kolei wynikają z jego potrzeb, dochodów i cen” [Oyrzanowski 1969]. Z punktu widzenia konsumenta i producenta jakość odzwierciedla „zdolność produktu do zaspokajania ludzkich potrzeb” [Kraszewski 2005]. Dla konsumenta ważne będzie zaspokojenie swoich potrzeb funkcjonalnych (komfort użytkowania, niezawodność, ekonomiczność) i niefunkcjonalnych (budowanie wizerunku, zaspokojenie potrzeb estetycznych), a według wymagań producenta produkt powinien być konkurencyjny, zyskowny oraz zaspokajać potrzebę technologiczności.

Konkurencja jest zjawiskiem, „którego uczestnicy rywalizują między sobą w dążeniach do analogicznych celów”. Konkurencyjność należy rozumieć jako cechę podmiotów działających w warunkach konkurencji [Stankiewicz 2005]. Na wielu rynkach konkurencja toczy się o szeroko rozumiane zasoby. Aby mogły one stanowić przedmiot konkurencji, muszą mieć charakter dóbr rzadkich, przy czym rzadkość można rozumieć zarówno w ujęciu ilościowym, jak i jakościowym. Wymiar ilościowy zasobów w połączeniu z cechami jakościowymi

może wpłynąć decydująco na ich rzadki charakter, a tym samym na możliwości konkurencyjne podmiotów, które takie zasoby posiadają. Można więc stwierdzić, że konkurencyjność jest cechą podmiotów, które posiadają zdolność do wytwarzania dóbr rzadkich akceptowanych na rynku. Stopień akceptacji dóbr jest uzależniony od postrzegania ich wartości użytkowej, na którą wpływ mają głównie cechy jakościowe. Z tego względu w artykule przeanalizowano cechy jakościowe orzechów laskowych uprawianych na terytorium Polski pod względem cech technologicznych predysponujących ten produkt dla przemysłu. Celem pracy jest porównanie jakości orzechów laskowych uprawianych w Polsce z jakością orzechów importowanych. Analizę przeprowadzono na podstawie oceny zmian ich właściwości fizykochemicznych w zależności od zastosowanych parametrów prażenia.

Produkcja i obrót orzechami laskowymi w Polsce i na świecie

Uprawa leszczyny jako źródła owoców będących zarówno cennym surowcem dla przemysłu żywnościowego, jak i przeznaczonych do bezpośredniej konsumpcji stanowi ważny kierunek rozwoju produkcji ogrodniczej w wielu krajach. Światowy areal uprawy leszczyny wynosi 915,55 tys. ha, z czego ponad 3/4 powierzchni znajduje się na terenie Turcji [FAOSTAT 2017]. Ocenia się, że w Polsce towarowe plantacje leszczyny (powyżej 1 ha) zajmują obecnie ponad 4,02 tys. ha. Produkcja na poziomie 5,53 tys. t plasuje obecnie Polskę na 10. miejscu wśród światowych producentów. W 2014 roku zbiory orzechów laskowych na świecie wyniosły 713,45 tys. t, z czego najwięcej pozyskano w Turcji (63% światowej produkcji), następnie we Włoszech (11%), Gruzji (5%), Stanach Zjednoczonych (5%), Azerbejdżanie (4%), Chinach (3%), Iranie (3%), Hiszpanii (2%), we Francji (2%) i w Polsce (1%) [FAOSTAT 2017].

Uprawa leszczyny w Polsce w latach 2004–2011 była objęta finansowym wsparciem w ramach UE. W tym czasie areal upraw powiększył się ponad dwukrotnie, z 1,65 tys. do 3,49 tys. ha [FAMU/FAPA 2017]. Do 2014 roku powierzchnia upraw uległa dalszemu zwiększeniu o ponad 2 tys. ha. Czynnikiem, który miał niewątpliwy wpływ na opłacalność uprawy leszczyny w Polsce (poza wsparciem unijnym), jest plonowanie na średnim poziomie 1,7 t/ha, co jest porównywalne z wydajnością plantacji włoskich czy hiszpańskich i znacznie przewyższa przeciętne plony uzyskiwane w Turcji, które wynoszą 0,9 t/ha [Gantner 2009]. Obserwacje plonowania towarowych plantacji leszczyny oraz analiza

kosztów produkcji, a także opinie producentów orzechów laskowych, pozwoliły już w 2004 roku na stwierdzenie, że produkcja ta jest opłacalna i może być istotnym źródłem dodatkowych dochodów w gospodarstwach sadowniczych lub rolnych [Czernyszewicz i Kolano 2004]. Wsparcie unijne po 2004 roku zwiększyło opłacalność i zmniejszyło ryzyko finansowe prowadzenia tego typu produkcji sadowniczej w Polsce.

Ważną determinantą rozwoju produkcji orzechów laskowych jest to, że zdecydowana większość tego surowca na rynku unijnym kierowana jest do przetwórstwa. Tylko 15 tys. przeznaczają się do bezpośredniej konsumpcji, co w zupełności zaspokaja potrzeby rynku. Największym światowym importerem orzechów laskowych są Niemcy, a około 80% całej światowej produkcji trafia do Europy [Gönenç i in. 2006]. Podaż orzechów zapewniana przez producentów unijnych, przy produkcji na poziomie 144,91 tys. ton orzechów w łupinach, nie jest w stanie zaspokoić popytu na ten surowiec w krajach UE. Import z krajów trzecich wyniósł w 2013 roku ponad 165 tys. t orzechów łuskanych i pochodził w zdecydowanej większości z Turcji (ponad 80%). Poza tym orzechy są kupowane w Gruzji, Azerbejdżanie oraz Chile. Unijny eksport tego surowca jest na niskim poziomie i w 2013 roku wyniósł 31,72 tys. t orzechów łuskanych. Biorąc pod uwagę możliwe zmiany w sytuacji społeczno-gospodarczej Turcji, głównego producenta tego surowca, związane ze zmianami politycznymi i możliwością ograniczeń w handlu z UE oraz to, że import orzechów laskowych z krajów trzecich przewyższa zdecydowanie obecną produkcję w krajach UE, należy uznać produkcję orzechów laskowych w Polsce za jeden z bardziej perspektywicznych kierunków rozwoju produkcji sadowniczej. Sukces polskich producentów uzależniony jest jednak od uznania polskich odmian orzechów laskowych za spełniające wymogi przemysłu żywnościowego, zarówno pod względem technologicznym, jak i żywieniowym. Rozwój tego sektora będzie zatem możliwy wyłącznie poprzez znaczące zwiększenie popytu na orzechy laskowe produkowane w krajach UE przez branżę przetwórstwa żywności w stosunku do konsumpcji indywidualnej [FAMMU/FAPA 2017, FAOSTAT 2017].

Polska jest zmuszona corocznie importować orzechy laskowe, a rodzimy surowiec przeznaczony jest wyłącznie do bezpośredniej konsumpcji. Skala importu orzechów laskowych jest zatem nieporównywalnie większa od eksportu. Po akcesji Polski do UE krajowy import orzechów łuskanych wzrósł z 5,23 tys. t w 2004 roku do 7,55 tys. t w 2007 roku. W tym przypadku surowiec głównie był przeznaczany do produkcji wszelkiego rodzaju słodczy. W kolejnych latach zaznaczył się nagły jego spadek do 2,38 tys. t w 2013 roku. Wolumen eksportu orzechów laskowych z Polski jest niski, osiągając w 2013 roku zaledwie 173 t [FAOSTAT 2017].

Material, metody badań

Materiałem badawczym były orzechy dwóch odmian leszczyny uprawianej w Polsce: ‘Olbrzym z Halle’ i ‘Cosford’, które zebrano we wrześniu 2016 roku na plantacji należącej do Wojewódzkiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Końskowoli (woj. lubelskie, 51°25’N 22°03’E). Wyselekcjonowane orzechy w łupinie o średnicy powyżej 16 mm, spełniające wymagania dotyczące klasy „Ekstra” zgodnie z wymogami zawartymi w rozporządzeniu Komisji (WE) 1284/2002, pozbawiono łupiny i poddano procesowi prażenia.

Prażenie przeprowadzono w komorowej suszarce konwekcyjnej Binder Model FD115 przy stałej prędkości przepływu powietrza. Zastosowano dziewięć kombinacji temperaturowo-czasowych (3 temperatury razy 3 czasy): 110°C przez 15, 30 i 60 min, 130°C przez 15, 30 i 60 min oraz 160°C przez 15, 30 i 60 min. W każdej kombinacji uwzględniono po 100 g orzechów badanych odmian.

W orzechach surowych i prażonych oznaczono: aktywność wody, barwę powierzchni łuski wewnętrznej (brązowej) i powierzchni czystego jądra orzecha oraz jego twardość. Aktywność wody zmierzono w trzech powtórzeniach za pomocą higrometru Aqualab® 3 TEV (Decagon Devices Inc., Pullman, WA., USA). Instrumentalny pomiar barwy orzechów laskowych wykonano w systemie przestrzeni barw CIE L*a*b* przy użyciu aparatu Konica Minolta model CR-400 (CR-400, Konica Minolta Inc., Tokyo, Japan). Określenie parametrów barwy przeprowadzono losowo na 10 próbach orzechów przed prażeniem i po nim oraz po ręcznym usunięciu łuski okrywającej jądra orzechów. Na podstawie uzyskanych wyników obliczono indeks brązowienia (BI – ang. *browning index*), używając następującego równania [Mexis i Kontominas 2010]:

$$BI = \frac{[100(x - 0,31)]}{0,17}$$

gdzie:

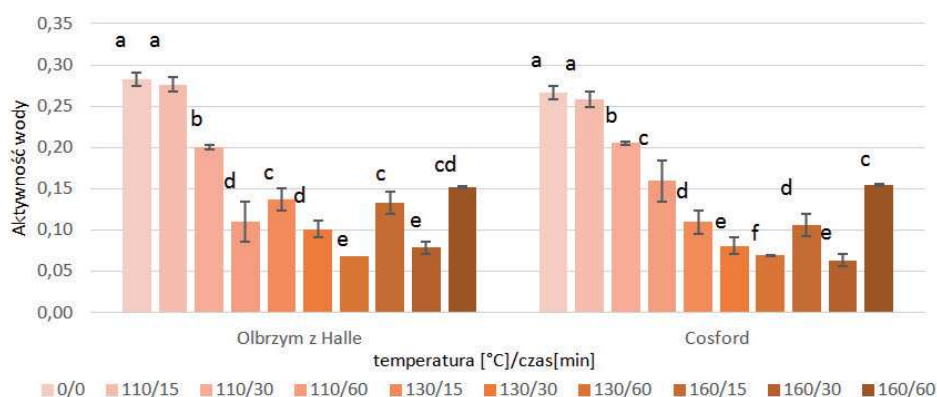
$$x = \frac{(a + 1,75L)}{5,64L + a - 3,012b}$$

Do pomiaru właściwości teksturalnych orzechów laskowych użyto Uniwersalnej Maszyny Testującej firmy Instron z głowicą w zakresie pomiarowym do 500 N (model 5965, Instron, Kanton, USA). Wykonano test pojedynczego ściskania przy prędkości przesuwu głowicy pomiarowej 10 mm/min, w sześciu powtórzeniach dla każdej kombinacji temperaturowo-czasowej. Jądro orzecha ściskano do 50% jego wysokości. Wyniki testów analizowano za pomocą komputera z oprogramowaniem Bluehill®2.

Do statystycznego opracowania danych, oceny różnic między wynikami wykorzystano jednoczynnikową analizę wariancji ANOVA przy użyciu programu Statistica 12.0. Istotność przyjęto na poziomie $p \leq 0,05$.

Wyniki i dyskusja

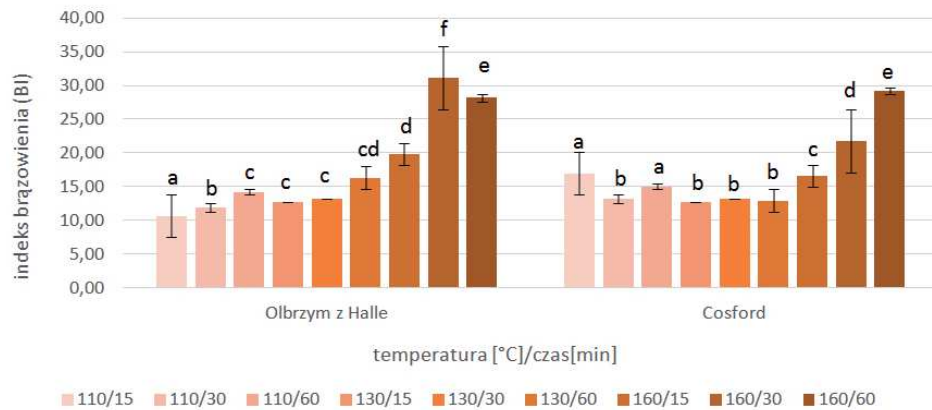
Orzechy przed prażeniem charakteryzowały się aktywnością wody na poziomie 0,28 (rys. 1). Dla wszystkich zastosowanych parametrów temperatury i czasu prażenia stwierdzono znaczny spadek aktywności wody, porównywalny dla orzechów obu odmian. Najmniejszą aktywność wody (na poziomie 0,07) uzyskano dla orzechów prażonych w temperaturze 130°C przez 60 min. Końcowa zawartość wody w orzechach prażonych w temperaturze 110, 130 i 160°C przez 30 min wyniosła dla odmiany ‘Olbrzym z Halle’ – 0,20; 0,10 i 0,08, a dla odmiany ‘Cosford’ – 0,21; 0,08 i 0,06. Dla orzechów każdej odmiany spadek aktywności wody był zbliżony, a różnice między odmianami nie były istotne statystycznie. Wyniki uzyskanych analiz są porównywalne z badaniami przeprowadzonymi na innych orzechach laskowych [Maskan 2001, Kulik i Waszkiewicz-Robak 2015]. Zawartość wody pełni kluczową rolę w zapewnieniu odpowiednich warunków do wzrostu i rozwoju mikroflory zanieczyszczającej żywność. Trwałość produktów spożywczych, których aktywność wody na poziomie poniżej 0,65, wynosi zazwyczaj więcej niż pół roku [Ćwiartniewski i in. 2005, Guine i in. 2015]. Prażenie stanowi ochronę nie tylko przed rozwojem mykotoksyn, ale także jełczeniem frakcji tłuszczowej orzecha [Amaral i in. 2006, Ciemniewska-Żytkiewicz i in. 2015, Moghaddam i in. 2016].



Rysunek 1

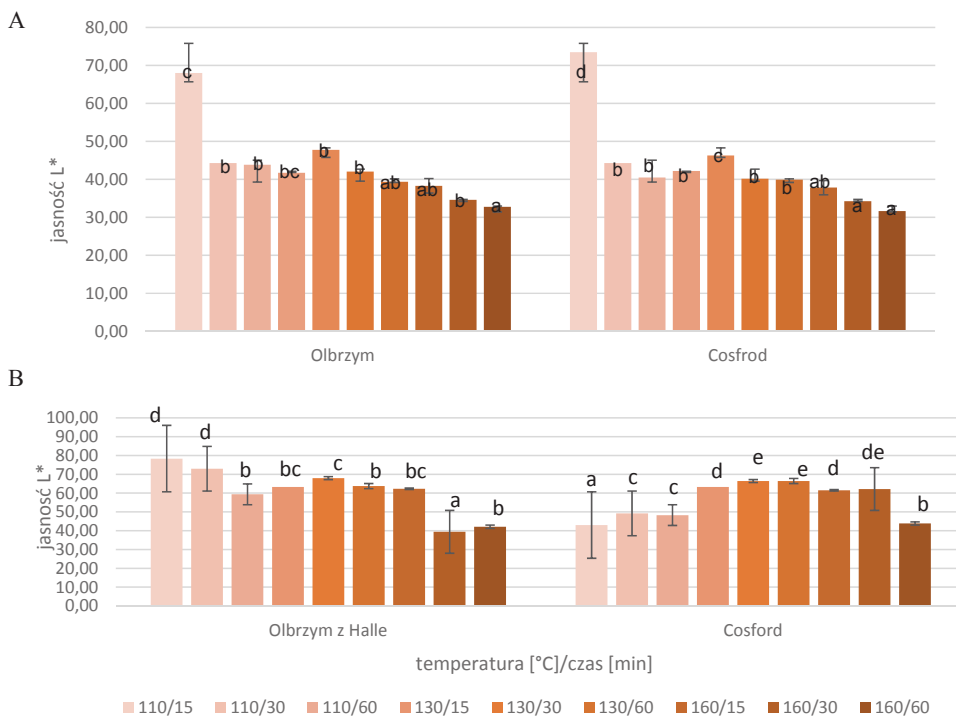
Zmiany aktywności wody w orzechach laskowych odmian ‘Olbrzym z Halle’ i ‘Cosford’ w zależności od zastosowanych parametrów prażenia. Wartości oznaczone tą samą literą nie różnią się istotnie statystycznie przy $p \leq 0,05$

Źródło: Opracowanie własne.

**Rysunek 2**

Zmiany wartości indeksu brązowienia (BI) orzechów laskowych odmian 'Olbrzym z Halle' i 'Cosford' w zależności od zastosowanych parametrów prażenia. Wartości oznaczone tą samą literą nie różnią się istotnie statystycznie przy $p \leq 0.05$

Źródło: Opracowanie własne.

**Rysunek 3**

Zmiany jasności jąder orzechów odmian 'Olbrzym z Halle' i 'Cosford' w skórce (A) oraz obrątku (B) w zależności od zastosowanych parametrów prażenia. Wartości oznaczone tą samą literą nie różnią się istotnie statystycznie przy $p \leq 0.05$.

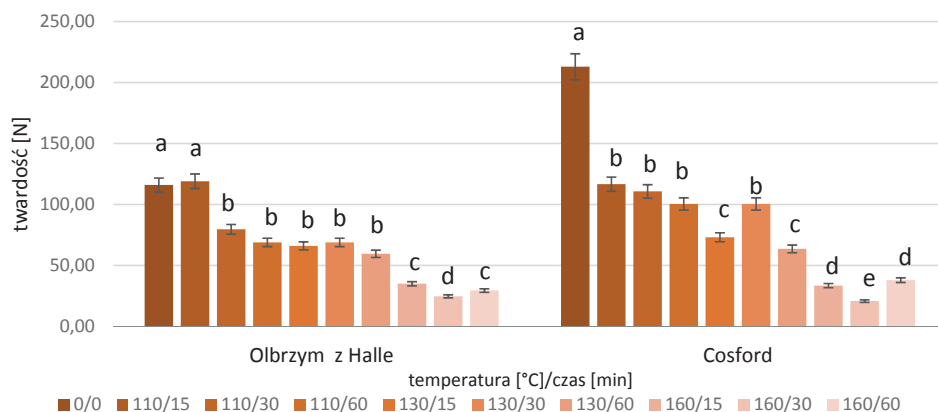
Źródło: Opracowanie własne.

Proces prażenia wpłynął istotnie na barwę zarówno orzechów prażonych w łusce wewnętrznej, jak i jej pozbawionych (rys. 2 i 3). Wraz ze zwiększeniem temperatury prażenia, niezależnie od odmiany, zaobserwowano pociemnienie barwy. Jasność (L^*) orzechów odmiany ‘Olbrzym z Halle’ w brązowej łusce zmniejszyła się istotnie pod wpływem prażenia we wszystkich zastosowanych zakresach czasu i temperatury, z wyjątkiem wariantu 130°C/15 min. Jasność orzechów tej odmiany pozbawionych zewnętrznej łuski zmniejszyła się istotnie po prażeniu we wszystkich zakresach temperatury i czasu, z wyjątkiem wariantu 110°C/30 min. Wartość parametru jasności (L^*) orzechów odmiany ‘Cosford’ zarówno tych w brązowej łusce, jak i jej pozbawionych zmniejszyła się istotnie w przypadku każdej z zastosowanych kombinacji.

Dodatkowo wyznaczono wartość indeksu brązowienia (BI), który był wykorzystywany w innych badaniach na różnych rodzajach orzechów [Ozdemir i Akinci 2004, Febrianto i in. 2016]. Parametr ten jest istotną miarą intensywności barwy brązowej, wynikającej z reakcji nieenzymatycznego brązowienia [Mohammadi 2008]. W przeprowadzonym doświadczeniu zaobserwowano, że wraz ze zwiększeniem temperatury prażenia i wydłużeniem procesu we wszystkich analizowanych próbach nastąpiło pociemnienie barwy i wzrost wartości indeksu brązowienia. Zmiany te były wynikiem reakcji Maillarda, w których szybkość tworzenia związków barwnych zwiększa się wraz ze wzrostem temperatury i prowadzi do powstania związków odpowiedzialnych za smak, zapach oraz atrakcyjność produktów spożywczych [Michalska i Zieliński 2007].

Analizując uzyskane wyniki, należy stwierdzić, że jądra prażonych orzechów laskowych, niezależnie od odmiany, wraz ze wzrostem temperatury prażenia charakteryzowały się obniżeniem jasności (L^*) i wzrostem indeksu brązowienia (BI), co potwierdzają badania przeprowadzone przez Donno i innych [2013]. Zastosowane prażenia przyczyniło się również do tego, że brązowa łuska zewnętrzna orzecha łatwiej odchodziła od jądra. Orzechy obu odmian po prażeniu w temperaturze 130°C przez 30 min charakteryzowały się porównywalną, dużą łatwością usuwania brązowej łuski wewnętrznej.

W badanych surowych i prażonych orzechach laskowych dwóch odmian określono teksturę, wyznaczając maksymalną siłę ściskającą, przy której następuje zniszczenie struktury. Analizując otrzymane wyniki (rys. 4) stwierdzono, że wraz z rosnącą temperaturą prażenia i upływem czasu procesu prażenia twardość jąder orzechów laskowych ulegała obniżeniu od 115,9 N w orzechach surowych do 23,6 N w orzechach prażonym w temperaturze 160°C przez 30 min (‘Olbrzym z Halle’) oraz od 212,9 do 20,9 N (‘Cosford’). Wraz z intensywnym odparowywaniem wody pod wpływem wzrastającej temperatury, orzechy stawały się coraz bardziej kruche. Stwierdzone różnice odmianowe w badanych parametrach wynikały z wielkości orzechów laskowych i wielkości wolnej przestrzeni,



Rysunek 4

Zmiany twardości jąder orzechów laskowych odmian ‘Olbrzym z Halle’ i ‘Cosford’ w zależności od zastosowanych parametrów prażenia. Wartości oznaczone tą samą literą nie różnią się istotnie statystycznie przy $p \leq 0.05$.

Źródło: Opracowanie własne.

obecnej w centrum jądra orzecha. Orzechy odmiany ‘Cosford’ charakteryzowały się większą twardością (212,9 N) w stanie surowym w porównaniu do orzechów odmiany ‘Olbrzym z Halle’ (115,9 N). W badaniach przeprowadzonych przez Giacosa i innych [2016] na orzechach laskowych odmian tureckich, odnotowano mniejszą twardość (97,2 N) surowych orzechów, ale większą uzyskano po prażeniu w temperaturze 160°C przez 30 min (85,1 N) w porównaniu do orzechów odmian polskich. Ozdemir i Akinci [2004] podają, że twardość surowych orzechów laskowych odmian tureckich oscylowała w granicach od 50 do 64 N. Według Belviso i innych [2017], twardość surowych orzechów włoskich wahała się od 93,2 do 96,4 N, a po prażeniu spadła do wartości od 57,7 do 83,4 N. W badaniach własnych wykazano, że temperatura procesu ma większy wpływ na teksturę orzechów niż czas obróbki termicznej. Również Kita i Figiel [2010] stwierdzili, że orzechy włoskie prażone w 100°C przez 17 min charakteryzowały się większą twardością w porównaniu z orzechami prażonymi w wyższej temperaturze, w tym samym czasie.

Podsumowanie i wnioski

Właściwości fizykochemiczne orzechów laskowych są częstym tematem analiz w aspekcie ich jakości, ale dotyczą one głównie orzechów laskowych odmian zagranicznych. Przywołane w niniejszym opracowaniu wyniki badań własnych dowodzą, że zmiany tych właściwości są porównywalne do wyników

uzyskanych na odmianach zagranicznych. Orzechy laskowe polskiej produkcji charakteryzują się równie dobrymi parametrami fizykochemicznymi jak odmiany zagraniczne, co czyni je konkurencyjnymi na globalnym rynku. W związku z tym możliwe jest wytypowanie odmian polskich o wysokiej jakości przetwórczej oraz przydzielenie ich do konkretnych branż przemysłu spożywczego. Za niezbędne zatem z punktu widzenia rozwoju polskiej produkcji orzechów laskowych, należy uznać dalsze prowadzenie badań właściwości fizykochemicznych orzechów laskowych odmian polskich, tak aby zwiększyć wykorzystanie tego surowca w produkcji krajowej i unijnej.

W kontekście przywołanych wyników badań należy podkreślić, że prażenie orzechów ma istotny wpływ na poprawę ich właściwości technologicznych. Proces prażenia powoduje obniżenie aktywności wody, zmniejszenie jasności (L^*) jąder orzechów laskowych, niezależnie od odmiany, i wzrost wartości indeksu brązowienia, a głównym parametrem decydującym o tych zmianach jest temperatura. Ponadto wraz ze zwiększaniem się temperatury procesu, twardość orzechów zmniejsza się, a ich tekstura staje się bardziej krucha. Orzechy odmiany 'Cosford' charakteryzowały się większą twardością w stanie surowym od orzechów odmiany 'Olbrzym z Halle'. Najlepszą jakość orzechów poddanych prażeniu, niezależnie od odmiany, zapewniała temperatura 130°C w czasie 30 min. Orzechy obu odmian poddane prażeniu w tych parametrach charakteryzowały się porównywalną, większą łatwością w usuwaniu brązowej łuski wewnętrznej.

Tym samym należy stwierdzić, że dobór optymalnych parametrów procesów technologicznych podczas prażenia może wpłynąć na wzrost jakości przetwórczej orzechów laskowych polskiej produkcji, co w konsekwencji umożliwi uzyskanie konkurencyjności względem odmian zagranicznych i zwiększy szansę ich eksportowania, a także wykorzystania w krajowej produkcji cukierniczej.

Literatura

- AMARAL J.S., CASAL S., SEABRA R.M., OLIVEIRA B.P., 2006: *Effects of roasting on hazelnut lipids*, Journal of Agricultural and Food Chemistry 54, 1315–1321.
- BELVISO S., BELLO DAL B., GIACOS S., BERTOLINO M., CHIRARDELLO D., GIORDANO M., ROLLE L., GERBI V., ZEPPA G., 2017: *Chemical, mechanical and sensory monitoring of hot air- and infrared roasted hazelnuts (Corylus avellana L.) during nine months of storage*, Food Chemistry 217, 398–408.
- CIEMNIEWSKA-ŻYTKIEWICZ H., VERARDO V., PASINI F., BRYŚ J., KOCZOŃ P., CABONI M.F., 2015: *Determination of lipid and phenolic fraction in two hazelnuts (Corylus avellana L.) cultivars grown in Poland*, Food Chemistry 168, 615–622.
- CZERNYSZEWICZ E., KOLANO A., 2004: *Leszczyna źródłem dodatkowych dochodów*, Hasło Ogrodnicze 6, 7.

- ĆWIERTNIEWSKI K., POLAK E., EGIERSKI K., 2005: *Aktywność wody – parametr trwałości produktów spożywczych*, Przemysł Spożywczy 5, 16–19.
- DONNOD., BECCAROG.L., MELLANOG.M., PRIMAS., CAVICHIOLIM., CERUTTIA.K., BOUNOUS G., 2013: *Setting a protocol for hazelnut roasting using sensory and colorimetric analysis: Influence of the roasting temperature on the quality of Tonda Gentile delle Lange cv. hazelnut*, Czech Journal of Food Science 31, 390–400.
- FAMMU/FAPA, 2017: *Dane handlu zagranicznego artykułami rolno-spożywczymi w 2017 roku*.
- FAOSTAT, 2017: *Food and Agriculture Organization of the United Nations*, <http://www.fao.org/faostat/en/#home>.
- FEBRIANTO N.A., YANG T.A., Wan ABDULLAH W.A., 2016: *Cocoa-like flavor compound development of rambutan seed fat as the effect of fermentation and roasting*, International Food Research Journal 23, 2166–2174.
- GANTNER M., 2009: *Koszty ochrony plantacji leszczyny przed szkodnikami i chorobami*, Progress in Plant Protection 49(1), 1610–1616.
- GIACOSA S., BELVISO S., BERTOLINO M., DAL BELLO B., GERBI V., GHIRARDELLO D., GIORDANO M., ZEPPA G., ROLLE Z. 2016: *Hazelnut kernels (Corylus avellana L.) mechanical and acoustic properties determination: Comparison of test speed, compression or shear axis, roasting, and storage condition effect*, Journal of Food Engineering 173, 59–68.
- GÖNENÇ S., TANRIVERMI H., BÜLBÜL M., 2006: *Economic assessment of hazelnut production and the importance of supply management approaches in Turkey*, Journal of Agriculture and Rural Development in the Tropics and Subtropics 107(1), 19–32.
- GUINE R.P.F., ALMEIDA C.F.F., CORREIA P.M.R., MENDES M., 2015: *Modeling the influence of origin, packing and storage on water activity, colour and texture of almond, hazelnuts and walnuts using artificial neural networks*, Food Bioprocess Technology 8, 1113–1125.
- KARASZEWSKI R., 2005: *Zarządzanie jakością. Koncepcje, metody i narzędzia stosowane przez liderów światowego biznesu*, Dom Organizatora 19.
- KITAA., FIGIEL A., 2010: *Wpływ temperatury prażenia na właściwości nasion słonecznika*, Rośliny Oleiste 31, 133–145.
- KULIK K., WASZKIEWICZ-ROBAK B., 2015: *Orzechy jadalne jako źródło składników bioaktywnych*, [w:] M. Karwowska, W. Gustaw (red.), *Trendy w żywieniu człowieka*, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków, 143–156.
- MASKAN M., 2001: *Kinetics of colour change of kiwifruits during hot air and microwave drying*, Journal of Food Engineering 48, 169–175.
- MEXIS S.F., KONTOMINAS M.G., 2010: *Effect of oxygen absorber, nitrogen flushing, packaging material oxygen transmission rate and storage conditions on quality retention of raw whole unpeeled almond kernels (Prunus dulcis)*, LWT – Food Science Technology 43, 1–11.
- MICHALSKA A., ZIELIŃSKI H., 2007: *Produkty reakcji Maillarda w żywności*, Żywność, Nauka. Technologia. Jakość 2(51), 5–16.
- MOGHADDAM M.T., RAZAVI M.A.S., TAGHIZADEH M., SAZGARNIA A., 2016: *Sensory and instrumental texture assessment of roasted pistachio nut/kernel by partial least square (PLS) regression analysis: effect of roasting conditions*, Food Science Technology 53(1), 370–380.

- MOHAMMADI A., TABATABAEEFAR A., SHAHIN S., RAFIEE S., KEYHANI A., 2008: *Energy use and economic analysis of potato production in Iran a case study: Ardabil province*, Energy Conversion and Management 49, 3566–3570.
- OZDEMIR F., AKINCI I., 2004: *Physical and nutritional properties of four major commercial Turkish hazelnut varieties*, Journal of Food Engineering 63, 341–347.
- OYRZANOWSKI B., 1969: *Ekonomiczne problemy jakości*, Ekonomista 2, 586–597.
- Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1284/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 lipca 2002 r. ustanawiające normę handlową w odniesieniu do orzechów laskowych w łupinach, Dz.U. L 187/14.
- STANKIEWICZ M.J., 2005: *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Dom Organizatora, Toruń.

Abstrakt

Celem pracy jest porównanie jakości orzechów laskowych uprawianych w Polsce do orzechów importowanych, dokonane na podstawie oceny zmian ich właściwości fizykochemicznych w zależności od zastosowanych parametrów prażenia. Materiałem badawczym były orzechy dwóch odmian leszczyny uprawianej w Polsce: ‘Olbrzym z Halle’ i ‘Cosford’. Próbkę poddano obróbce cieplnej w dziewięciu kombinacjach: w temperaturze 110°C, 130°C i 160°C, każda w czasie 15, 30 i 60 min. Badano takie parametry, jak: aktywność wody, barwa powierzchni łuski wewnętrznej (brązowej) i powierzchni czystego jądra orzecha oraz jego twardość. Proces prażenia spowodował obniżenie aktywności wody, zmniejszenie jasności (L^*) jąder orzechów laskowych niezależnie od odmiany i wzrost wartości indeksu brązowienia (BI). Głównym parametrem decydującym o tych zmianach była temperatura. Ponadto, wraz ze zwiększaniem się temperatury procesu, twardość orzechów zmniejszała się, a ich struktura stawała się bardziej krucha i delikatna. Orzechy odmiany ‘Cosford’ charakteryzowały się większą twardością w stanie surowym w porównaniu do orzechów odmiany ‘Olbrzym z Halle’. Najwyższą jakość orzechów niezależnie od odmiany zapewniało prażenie w 130°C przez 30 min. Orzechy obu odmian prażone w tych parametrach charakteryzowały się porównywalną, dużą łatwością w usuwaniu z nich brązowej łuski wewnętrznej.

Dobór optymalnych parametrów procesów technologicznych może wpłynąć na poprawę właściwości przetworzonych orzechów laskowych uprawianych w Polsce, co w konsekwencji umożliwi osiągnięcie konkurencyjności względem zagranicznych odmian i zwiększy szansę ich eksportu, a także wykorzystanie ich krajowej produkcji cukierniczej.

Słowa kluczowe: orzechy laskowe, konkurencyjność, jakość, prażenie, aktywność wody, tekstura, barwa

Competitiveness of Polish cultivars of hazelnuts depending on their quality determined by physicochemical properties

Abstract

The aim of the study is to compare the quality of hazelnuts grown in Poland in opposition to imported ones, based on their changes in physicochemical properties depending on the roasting parameters. The plant material was two hazelnuts cultivars grown in Poland: 'Olbrzym z Halle' and 'Cosford'. The samples were roasted at nine specific temperatures and time conditions: at 110°C, 130°C and 160°C, each at 15, 30 and 60 min. Parameters such as water activity, color of the inner (brown) skin of the husk and color of the pure kernel's surface and hardness were investigated.

The roasting process reduced water activity, decreased luminosity (L^*) of kernel hazelnuts irrespective of cultivar and increased browning index (BI) value. The main parameter determining these changes was temperature. In addition, as the process temperature increased the hardness of the nuts and their structure became more fragile and delicate. Nuts of 'Cosford' cultivar were characterized by higher hardness compared to the nuts of 'Olbrzym z Halle' cultivar. The temperature of 130° for 30 min provided the best quality of the roasted nuts, regardless of the cultivar. Nuts of both cultivars, roasted in these parameters were characterized by comparable, high ease of removal of the brown inner skin.

The selection of optimal parameters of technological process can improve the processing properties of Polish hazelnuts and, consequently, ensure their competitive advantage against nuts grown in other countries. This fact could increase both the chance of their export as well as the use in Polish confectionery production.

Key words: hazelnuts, competitiveness, quality, roasting, water activity, texture, color