

ZESZYTY NAUKOWE

**Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie**

**EKONOMIKA
i ORGANIZACJA
GOSPODARKI
ŻYWNOŚCIOWEJ**

NR 62 (2007)

**Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2007**

KOMITET REDAKCYJNY

Zbigniew Adamowski, Wojciech Ciechomski, Janusz Lewandowski, Henryk Runowski,
Janina Sawicka, Izabella Sikorska-Wolak, Maria Zajączkowska – redaktor naczelna, Hanna
Banasiuk, Ewa Mossakowska – sekretarze Komitetu Redakcyjnego

RECENZENCI

Jan Hybel, Bogdan Klepacki, Marian Podstawka, Wojciech Ziętara

Tłumaczenie streszczeń: Monika Utzig

Redaktor – Jan Kiryjow

Redaktor techniczny – Krystyna Piotrowska

Korekta – Jadwiga Rydzewska

ISBN 83-7244-844-2

Wydawnictwo SGGW

ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

tel. (0 22) 593 55 20 (-22 – sprzedaż), fax (0 22) 593 55 21

e-mail: wydawnictwo@sggw.pl

www.wydawnictwosggw.pl

Druk: Agencja Reklamowo-Wydawnicza A. Grzegorzcyk, www.grzeg.com.pl

Spis treści

Mirosław Wasilewski, Kinga Gruział

Koncepcja i skutki finansowe wprowadzenia podatku dochodowego
w gospodarstwach rolniczych 5

Monika Utzig

Podatek rolny jako źródło dochodów własnych gmin 17

Ewa Krawczyk

Zastosowanie strategii zabezpieczającej przed ryzykiem zmiany kursu
walutowego w kontraktach futures na Warszawskiej Giełdzie Towarowej 29

Małgorzata Raczkowska

Minimalne wynagrodzenie za pracę w Polsce i wybranych krajach świata 41

Piotr Adamczyk

Wydajność pracy a poziom wynagrodzeń osób zatrudnionych
w przemyśle mięsny 55

Ewa Wasilewska

Zastosowanie syntetycznych mierników dynamiki struktury w analizie zmian
aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej 67

Joanna Szwacka

Kierunki zmian na rynku żywnościowym w Polsce 81

Dorota Witkowska, Janusz Witkowski

Rozpoznawalność marek wybranych produktów (wyniki badań ankietowych) 97

Andrzej Parzonko

Formy i zakres współpracy mleczarni z dostawcami mleka 119

Joanna Baran

Czynniki sukcesu spółdzielni mleczarskich w Polsce w latach 1999–2002 131

Joanna Olga Paliszkiewicz

Dzielenie się wiedzą oraz zaufanie w małych i średnich przedsiębiorstwach 143

Mirosław Wasilewski

Katedra Ekonomiki i Organizacji Gospodarstw Rolniczych SGGW

Kinga Gruzziel

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej SGGW

Koncepcja i skutki finansowe wprowadzenia podatku dochodowego w gospodarstwach rolniczych

Wstęp

Systemy podatkowe w poszczególnych krajach Unii Europejskiej (UE) charakteryzują się znacznym zróżnicowaniem. Wspólną cechą unijnych systemów podatkowych jest występowanie konstrukcji podatków lokalnych. Podatki te powinny obciążać podmioty będące beneficjentami usług publicznych, dostarczanych przez samorządy lokalne [Wilkinson 1992]. System podatków lokalnych ma cechy właściwe tylko sobie, tzn. zapewnienie jednostkom samorządu terytorialnego samodzielności finansowej. Typowymi podatkami lokalnymi w krajach UE są podatki gminne, do których zalicza się podatek od nieruchomości i podatek rolny w Polsce oraz podatek komunalny w Danii [Wach 2005].

Cechą charakterystyczną współczesnych systemów podatkowych jest specjalne traktowanie rolnictwa za pośrednictwem podatków przychodowych, majątkowych i dochodowych [Gomułowicz, Małecki 2004]. Przy określaniu podstawy opodatkowania istotne znaczenie ma przychód, rozumiany jako wpływ brutto. Jednak w doktrynie prawa podatkowego rzadko postuluje się stosowanie podatków przychodowych, zwłaszcza gdy ustalenie przychodu (dochodu) byłoby zbyt kosztowne w stosunku do efektów opodatkowania [Mastalski 2004].

Przyjmując za kryterium podstawy opodatkowania, można wyróżnić cztery zasadnicze typy podatków rolnych: uzależnione od wielkości gruntu, ustalone na podstawie wartości gruntu, oparte na wysokości czynszu dzierżawnego oraz oparte na koncepcji dochodu. Pomimo zróżnicowania konstrukcji, struktura rolniczych systemów podatkowych w krajach UE jest stosunkowo zbliżona [Podstawka 1995]. We wszystkich państwach UE dochody pochodzące z produkcji rolniczej podlegają tym samym zasadom opodatkowania, co dochody z pracy z pozarolniczej działalności gospodarczej. Wszędzie rolnicy płacą podatek dochodowy i majątkowy oraz rozliczają podatek VAT. Na przykład w Belgii i we

Włoszech za podstawę opodatkowania przyjmuje się wielkość dochodu z użytków rolnych (UR). W Danii, Niemczech i Holandii opodatkowaniu podlegają dochody rolników z gospodarstw rolnych i leśnych. Z kolei we Francji, w Wielkiej Brytanii, Grecji i Hiszpanii podatek jest płacony od łącznych dochodów uzyskiwanych z gruntów i gospodarstw rolnych oraz leśnych. W przypadku rolników w Polsce powinny być przyjmowane proste i przejrzyste rozwiązania w kwestiach podatkowych. Z badań wynika, że np. obecny system podatku VAT jest uznawany przez rolników za zbyt skomplikowany. Występuje konieczność korzystania z pomocy doradców z ODR lub z biur rachunkowych. Rolnicy rozliczają się z podatku VAT głównie na zasadach ryczałtu [Wasilewski, Gruziel 2006].

W polskim systemie podatkowym głównym obciążeniem gospodarstw rolniczych jest podatek rolny. Podatek ten w niemal niezmiennym kształcie funkcjonuje od 1984 roku na mocy ustawy o podatku rolnym z dnia 15 listopada 1984 roku¹. Podstawą wymiaru podatku rolnego jest wartość gruntu tworzącego gospodarstwo rolnicze², a przedmiotem opodatkowania są grunty rolne sklasyfikowane w ewidencji gruntów i budynków jako UR lub jako grunty zadrzewione i zakrzewione na UR, z wyjątkiem gruntów zajętych na prowadzenie działalności gospodarczej innej niż działalność rolnicza. Podatnikami podatku rolnego mogą być osoby fizyczne, osoby prawne i jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej. Na mocy ustawy z dnia 16 listopada 2006³ roku o zmianie ustawy o podatku rolnym oraz ustawy o podatku leśnym, z dniem 1 stycznia 2007 roku rozszerzono tę kategorię o dzierżawców gruntów rolnych, jeśli grunty te zostały wydzierżawione na podstawie umowy zawartej stosownie do przepisów dotyczących uzyskiwania rent strukturalnych.

Z dniem 1 stycznia 2003 roku ustawodawca⁴ zróżnicował zakres przedmiotowy podatku (rozszerzono system ulg i zwolnień podatkowych) oraz wysokość podatku dla gruntów rolnych tworzących gospodarstwo i położonych poza gospodarstwem rolniczym. Grunty podlegające opodatkowaniu podatkiem rolnym, stanowiące gospodarstwo rolnicze, są obciążone stawką równoważną wartości 2,5 q żyta, a pozostałe grunty rolne podlegają podatkowi rolnemu w wysokości równowartości pieniężnej 5 q żyta. Cena żyta dla celów podatkowych w danym roku jest obliczana jako średnia cena skupu za pierwsze trzy kwartały roku poprzedzającego rok podatkowy. W 2006 roku stawki podatku rolnego z 1 ha wynosiły 69,7 zł dla gruntów tworzących gospodarstwo oraz 139,4 zł dla grun-

¹Tekst jednolity z dnia 2 sierpnia 1993 roku, DzU Nr 52.

²Jest to wartość użytkowa gruntu, którą reprezentują współczynniki przeliczeniowe o rozpiętości 0,05–1,95. Ich wielkości są zróżnicowane i uzależnione od klasy bonitacyjnej, rodzaju UR oraz położenia w okręgu podatkowym.

³DzU Nr 191, poz. 1412.

⁴Ustawa z dnia 10 października 2002 roku o zmianie ustawy o podatku rolnym. DzU Nr 200, poz. 1680.

tów rolnych niestanowiących gospodarstwa. Podatek rolny płacony od zasobów ziemi w ramach wydzielonych okręgów podatkowych nie wyrównuje dostatecznie różnic wynikających z położenia ekonomicznego gospodarstwa rolniczego. Rolnicy na ogół pozytywnie oceniają dotychczasowe obciążenia finansowe z tytułu podatku rolnego. Jedynie rolnicy z mniejszych gospodarstw obciążenie to uznają za zbyt duże w relacji do uzyskiwanych dochodów [Gruzziel 2006]. Polski system podatkowy, pomimo ciągłych jego nowelizacji, jest określany mianem dyskusyjnego i ułomnego. Opinie takie wynikają głównie z funkcjonowania rozwiązań zaprzeczających zasadom równości oraz sprawiedliwości poziomej względem podatników (np. wyłączenie z opodatkowania dochodów rolniczych) [Szcudrowski 2003].

Celem opracowania jest przedstawienie symulacji i konsekwencji finansowych zastąpienia podatku rolnego w gospodarstwach rolniczych podatkiem dochodowym. Obiektem wyjściowym do symulacji jest przeciętne (średnie)⁵ gospodarstwo rolnicze w danej grupie obszarowej, objęte systemem zbierania danych rachunkowych FADN⁶ o typie rolniczym „uprawy polowe”⁷. Gospodarstwo takie należy uznać za specjalistyczne w produkcji zbóż i innych upraw roślinnych. Z tej działalności rolniczej jest generowane ponad 2/3 Standardowej Nadwyżki Bezpośredniej⁸.

⁵Faktyczna liczba gospodarstw, z których wyodrębniono gospodarstwo przeciętne (średnie) w poszczególnych grupach obszarowych kształtowała się następująco: grupa 5–15 ha UR – 451 gospodarstw; grupa 15–25 ha UR – 254; grupa 25–75 ha UR – 205; grupa 75–125 ha UR – 26. Średnia powierzchnia UR przeciętnego gospodarstwa w wydzielonych grupach obszarowych kształtowała się odpowiednio następująco: 9,96 ha; 18,83 ha; 39,13 ha; 93,32 ha.

⁶FADN – Farm Accountancy Data Network – Sieć Danych Rachunkowych z Gospodarstw Rolnych. Podstawą prawną polskiego FADN jest ustawa o zbieraniu i wykorzystywaniu danych rachunkowych gospodarstw rolnych z 29 listopada 2000 roku, z późn. zm. (DzU Nr 3 z 2001 roku, poz. 20). Ustawa weszła w życie z dniem uzyskania przez Polskę statusu członka UE, tj. z dniem 1 maja 2004 roku. Systemem zbierania danych w Polsce objęto 12 000 gospodarstw indywidualnych oraz 100 gospodarstw mających osobowość prawną (łącznie 12 100 gospodarstw). Zbiorowość tych gospodarstw jest próbą reprezentatywną, a wnioski wynikające z analizy można uogólniać na całą populację rolniczych gospodarstw towarowych.

⁷Typ rolniczy jest określany udziałem Standardowej Nadwyżki Bezpośredniej (SGM) poszczególnych rodzajów działalności w ogólnej wartości SGM gospodarstwa. Odzwierciedla on system produkcji danego gospodarstwa. W zależności od pożądanego stopnia dokładności stosuje się różne poziomy ustalania typów rolniczych gospodarstw: ogólne, podstawowe, szczegółowe lub podtypy. Gospodarstwa, w których udział jednej z działalności przekracza 2/3 SGM – nazywane są gospodarstwami „specjalistycznymi”. Te, w których udział dwóch działalności zawiera się w przedziale od 1/3 do 2/3 SGM – noszą miano „dwukierunkowych”, natomiast te, w których żaden rodzaj działalności nie przekracza 1/3 całego SGM – określane są „gospodarstwami mieszanymi”.

⁸Standardowa Nadwyżka Bezpośrednia (SGM) jest różnicą między roczną wartością produkcji uzyskanej z jednego hektara lub od jednego zwierzęcia, pomniejszoną o koszty bezpośrednie poniesione na wytworzenie tej produkcji.

Analizie poddano gospodarstwa rolnicze z następujących grup obszarowych UR: 5–15 ha, 15–25 ha, 25–75 ha oraz 75–125 ha⁹. Badane gospodarstwa położone są w regionie FADN określonym jako „Mazowsze i Podlasie”, obejmującym województwa: mazowieckie, podlaskie, łódzkie i lubelskie. Dane wyjściowe pochodzą z 2004 roku. Przyjęto trzy warianty rozwiązań do obliczeń obciążenia gospodarstw rolniczych podatkiem dochodowym. Pierwszy wariant obejmuje dane rzeczywiste, a punktem wyjścia jest wartość produkcji. Pozostałe warianty mają charakter modeli, do których szczegółowe założenia przedstawiono w tabeli 1. Należy mieć na uwadze, że możliwość rozwiązań podatkowych w tym zakresie jest bardzo duża, natomiast przedstawiona propozycja wykorzystuje podstawowe założenia systemu podatkowego. W modelu pierwszym (I) przyjęto założenie, że gospodarstwa rolnicze będą opodatkowane na zasadach zbliżonych do podatku dochodowego od osób prawnych, natomiast w modelu drugim (II) przyjęto dodatkowo podstawowe rozwiązania w ramach podatku dochodowego od osób fizycznych. Argumentem uzasadniającym takie podejście jest fakt, że gospodarstwa rolników indywidualnych mają charakter czysto rodzinny i łączą w sobie działalność gospodarczą z jednoczesną pracą we własnym przedsiębiorstwie (gospodarstwie).

Wyniki badań

W tabeli 2 przedstawiono wyniki rozwiązań symulacyjnych zastąpienia podatku rolnego podatkiem dochodowym. Opodatkowanie dochodu z rodzinnego gospodarstwa rolnego (wyniku podatkowego), obliczonego według formuły w systemie FADN, w przypadku wszystkich grup obszarowych gospodarstw było rozwiązaniem najbardziej niekorzystnym. Obciążenia podatkowe byłyby wtedy znacznie wyższe niż wynikające z rozwiązania modeli (z wyjątkiem modelu pierwszego w gospodarstwach z grupy 5–15 ha UR), w których punktem wyjścia są przychody ze sprzedaży. Podkreślenia wymaga fakt, że we wszystkich grupach obszarowych gospodarstw analizowanego typu rolniczego stwierdzono dodatni wynik podatkowy, tzn. przed uwzględnieniem kwot ulg i zwolnień od dochodu. Oznacza to, że stworzenie systemu podatkowego w gospodarstwach rolniczych bez ulg i zwolnień podatkowych byłoby znacznie korzystniejsze dla

⁹Institut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy (IERiGŻ-PIB – Agencja Łącznikowa Polskiego FADN) w Warszawie, zgodnie z założeniami informacyjnymi systemu FADN, udostępnia dane jako wielkość średnią z co najmniej 15 gospodarstw rolniczych według danego kryterium ich klasyfikacji. Aby spełnić ten warunek dla wydzielonych grup obszarowych w poszczególnych typach rolniczych gospodarstw, konieczne było przyjęcie szerokich przedziałów powierzchni UR.

Tabela 1
Założenia modeli symulacyjnych podatku dochodowego

Przyjęte założenia	
Model I	Model II
1) Stopa podatku 19% 2) Podstawę opodatkowania stanowi: dochód do opodatkowania = przychody ze sprzedaży – koszty uzyskania przychodu 3) Przychody wyłączone z opodatkowania: <ul style="list-style-type: none"> • różnica stanu zapasów • dopłaty do działalności operacyjnej • saldo podatku VAT z działalności operacyjnej • dopłaty do inwestycji • saldo podatku VAT z działalności inwestycyjnej¹⁰ 4) Zwiększenie kosztów podatkowych: <ul style="list-style-type: none"> • składki na KRUS • podatek gruntowy¹¹ 5) Zmniejszenie kosztów podatkowych: <ul style="list-style-type: none"> • podatek rolny (został zastąpiony podatkiem gruntowym) 	1) Stopa podatku 19% 2) Podstawę opodatkowania stanowi: dochód do opodatkowania = przychody ze sprzedaży – koszty uzyskania przychodu 3) Przychody wyłączone z opodatkowania: <ul style="list-style-type: none"> • różnica stanu zapasów • przychody z produkcji nierolniczej • saldo podatku VAT z działalności operacyjnej • saldo podatku VAT z działalności inwestycyjnej 4) Zwiększenie kosztów podatkowych: <ul style="list-style-type: none"> • podatek gruntowy 5) Zmniejszenie kosztów podatkowych: <ul style="list-style-type: none"> • podatek rolny (został zastąpiony podatkiem gruntowym) 6) Ulgi i zwolnienia od dochodu do opodatkowania: <ul style="list-style-type: none"> • zwolnienie w wysokości limitu wpłat na IKE, stawka za 2004 rok – 3435 zł • składki na KRUS¹² • składki na dobrowolne ubezpieczenie na życie¹³ • składki na dobrowolne ubezpieczenia gospodarcze¹⁴ • ulga inwestycyjna o charakterze budowlanym w wysokości 5% wartości inwestycji od kwoty 100 tys. zł, rozłożonej na 5 lat • minimalny dochód na poziomie kwoty wolnej od podatku PIT w 2004 roku – 2789 zł

Źródło: Opracowanie własne.

¹⁰Saldo podatku VAT z działalności inwestycyjnej jest obliczane jako różnica pomiędzy podatkiem VAT należnym i naliczonym.

¹¹Przyjęto, że podatek gruntowy stanowi 10% kwoty dotychczasowego podatku rolnego. Rozwiązanie takie jest zbliżone w swojej konstrukcji do występującego w niemieckim systemie podatkowym, w którym gospodarstwa rolnicze podlegają opodatkowaniu podatkiem dochodowym, podatkiem gruntowym oraz podatkiem od nieruchomości rolnych. Podatek gruntowy w Niemczech jest podatkiem o charakterze majątkowym. W Polsce podatek ten przestał obowiązywać od 1.01.1985 roku.

¹²Kwota składek na KRUS: 672,2 zł × liczba pełnozatrudnionych w gospodarstwach w skali roku według informacji o stawkach publikowanych przez KRUS.

¹³Przeciętna składka dobrowolnego ubezpieczenia na życie według Rocznika Statystycznego GUS (2005 r.) wyniosła w 2004 roku 765 zł.

¹⁴Średnia składka majątkowych ubezpieczeń dobrowolnych według Rocznika Statystycznego GUS (2005 r.) wyniosła w 2004 roku 488 zł.

Tabela 2

Symulacja zastąpienia podatku rolnego podatkiem dochodowym w gospodarstwach o typie rolniczym „uprawy polowe” w regionie „Mazowsze i Podlasie” (zł)

Wyszczególnienie ¹⁵	Gospodarstwa według powierzchni													
	4,99–15 ha			15,01–25 ha			25,01–75 ha			75,01–125 ha				
	War- tości rzeczy- wiste ¹⁶	Model I ¹⁷	Model II ¹⁸	War- tości rzeczy- wiste	Model I	Model II	War- tości rzeczy- wiste	Model I	Model II	War- tości rzeczy- wiste	Model I	Model II		
I. Wartość produkcji	52 438	-	-	82 212	-	-	158 562	-	-	-	-	412 404	-	-
II. Przychody ze sprzedaży	47 697	47 024	47 024	71 719	70 510	70 506	142 735	136 751	136 743	384 884	365 347	365 343		
1. Przyrost/spadek wartości zapasów	673	-	-	1 210	-	-	5 985	-	-	-	-	19 537	-	-
2. Produkcja nierolnicza	0	0	0	4	4	-	7	7	-	4	4	-	-	-
III. Składki na KRUS	-	1325	-	-	1 382	-	-	1 639	-	-	2 120	-	-	-
IV. Saldo dopłat i podatków ¹⁹	1 693	-199	2 037	3 576	-298	3 913	4 965	-428	5 548	9 948	-371	5 417		
V. Podatki, w tym:	575	-	-	911	-	-	1 739	-	-	1 746	-	-	-	-
1. Podatek rolny	-	57	57	-	91	91	-	174	174	-	175	175		
2. Podatek gruntowy	-	-	-	4 211	-	411	5 976	-	5 976	-	-	5 788		
VI. Dopłaty do działalności operacyjnej	2 236	-	2 236	4 211	-	411	5 976	-	5 976	-	-	5 788		

¹⁵W tabeli 2 zamieszczono jedynie pozycje, które podlegały zmianom w wyniku założeń przyjętych w modelach. Szczegółowe obliczenia są w posiadaniu autorów opracowania.

¹⁶Według danych rzeczywistych przy obliczaniu dochodu do opodatkowania punktem wyjścia jest wartość produkcji.

¹⁷W modelu I punktem wyjścia są przychody ze sprzedaży, skorygowane o przyrost/spadek wartości zapasów.

¹⁸W modelu II punktem wyjścia są przychody ze sprzedaży, skorygowane o przyrost/spadek wartości zapasów, pomniejszone o wartość produkcji nierolniczej.

¹⁹Saldo dopłat i podatków jest określone jako różnica pomiędzy dopłatami do działalności operacyjnej a podatkami, powiększona o saldo podatku VAT z działalności operacyjnej.

VII. Saldo VAT z działalności operacyjnej	173	-	-	483	-	-	-	982	-	-	6 102	-	-
VIII. Dopłaty do inwestycji	0	-	0	0	-	0	0	0	-	0	0	-	0
IX. Saldo VAT z działalności inwestycyjnej	-636	-	-	-1 401	-	-	-	-2 313	-	-	-2 275	-	-
X. Dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego (wynik podatkowy)	12 080	6 736	7 647	24 610	11 817	14 641	21 778	45 031	26 108	26 108	136 483	83 503	87 166
XI. Łączna kwota ulg i zwolnień od wyniku podatkowego	9 802	-	9 802	9 859	-	9 859	-	10 116	10 116	10 116	10 597	-	10 597
XII. Dochód do opodatkowania (poz. X – poz. XI)	2 278	6 736	-2155	14 751	11 817	4 782	21 778	34 915	15 993	15 993	125 885	83 503	76 569
XIII. Kwota podatku dochodowego (poz. XII x 0,19)	433	1 280	-	2 803	2 245	909	4 138	6 634	3 039	3 039	23 918	15 865	14 548
XIV. Wskaźniki													
1. Dochód do opodatkowania (zł/ha UR)	229	677	-217	783	628	254	557	892	409	409	1 349	895	820
2. Podatek dochodowy/ha UR (zł)	43	129	-	149	119	48	106	170	78	78	256	170	156
3. Podatek rolny/podatek dochodowy (%)	132,8	44,9	-	32,5	40,6	100,3	42,0	26,2	57,2	57,2	7,3	11,0	12,0

Źródło: Opracowanie własne.

samorządów lokalnych niż dotychczasowe zasady opodatkowania podatkiem rolnym. Należy jednak mieć na uwadze, że w gospodarstwach rolniczych (indywidualnych) nakłady pracy własnej rolnika i jego rodziny nie są wyceniane i nie stanowią kosztu uzyskania przychodu. Stanowią one bowiem swoisty dochód z tytułu zaangażowania rolnika i jego rodziny w prowadzenie działalności w rodzinnym gospodarstwie rolniczym²⁰.

We wszystkich grupach obszarowych gospodarstw dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego (wynik podatkowy) był wyższy według założeń modelu drugiego, w stosunku do wyników modelu pierwszego. W pierwszej grupie obszarowej w modelu drugim wynik podatkowy wyniósł 7647 zł, natomiast w gospodarstwach z grupy obszarowej 75–125 ha UR kształtował się na poziomie 87 166 zł. Różnice w tym zakresie były zatem bardzo znaczące, co jest uzasadnione różnicami w powierzchni UR. Kwota ulg i odliczeń od dochodu do opodatkowania według założeń modelu drugiego kształtowała się od 9802 zł w gospodarstwach najmniejszych obszarowo do 10 597 zł w gospodarstwach największych. Różnice z tego tytułu między wydzielonymi grupami obszarowymi gospodarstw nie były zatem znaczące.

Pod względem wartości dochodu do opodatkowania zróżnicowanie między wydzielonymi grupami obszarowymi było duże. Korzystniejsze dla rolników były rozwiązania przyjęte w modelu drugim. W gospodarstwach najmniejszych dochód do opodatkowania w modelu pierwszym wyniósł 6736 zł, natomiast według modelu drugiego rolnicy z tych gospodarstw nie zapłaciliby podatku dochodowego. Największa różnica w tym zakresie między wynikami rozwiązań modeli wystąpiła w gospodarstwach z grupy obszarowej 15–25 ha UR i wynosiła 7035 zł, natomiast w gospodarstwach obszarowo największych była tylko nieznacznie mniejsza. W modelu pierwszym dochód do opodatkowania zmniejszył się w relacji do zasobów UR: z 677 zł/ha UR w gospodarstwach najmniejszych do 557 zł/ha UR w gospodarstwach z grupy 25–75 ha UR. W gospodarstwach największych obszarowo nastąpił natomiast zasadniczy wzrost tej wielkości – do 895 zł/ha UR, tj. o 338 zł/ha UR. Według założeń modelu drugiego stwierdzono zasadniczy wzrost poziomu dochodu do opodatkowania na jeden hektar UR wraz ze wzrostem powierzchni gospodarstwa. Wielkość ta zwiększyła się od straty podatkowej w grupie gospodarstw najmniejszych do wartości 820 zł/ha UR w gospodarstwach największych obszarowo. Zbliżone zależności stwierdzono w przypadku kształtowania się kwoty podatku dochodowego przypadającego

²⁰Koszty umowne pracy rolnika i członków jego rodziny określone przez IERiGŻ-PIB w 2004 roku kształtowały się w poszczególnych grupach obszarowych przeciętnego gospodarstwa następująco: grupa 5–15 ha UR – 29 752 zł; grupa 15–25 ha UR – 30 966 zł; grupa 25–75 ha UR – 32 024 zł; grupa 75–125 ha UR – 34 303 zł.

na jeden hektar UR. Można stwierdzić, że największe obciążenia podatkowe z tego tytułu dotyczą gospodarstw największych obszarowo. Obciążenia pod tym względem w modelu pierwszym są większe niż według założeń modelu drugiego. Według rozwiązania modelu pierwszego w najmniejszym stopniu podatkiem dochodowym byłyby obciążone gospodarstwa z grupy obszarowej 25–75 ha UR (o średniej powierzchni około 39 ha UR) – na poziomie 106 zł/ha UR. Największy podatek odnotowano w gospodarstwach największych obszarowo (średnia powierzchnia – około 93 ha UR), wynosił on 170 zł/ha UR, tj. był o 60,4% większy. Według założeń modelu drugiego rolnicy z gospodarstw najmniejszych (o średniej powierzchni około 10 ha UR) nie płaciliby podatku dochodowego, podczas gdy w gospodarstwach największych przy tych założeniach podatek ten wyniósłby 156 zł/ha UR.

W relacji do dotychczasowych, rzeczywistych obciążeń z tytułu podatku rolnego na wprowadzeniu podatku dochodowego z systemem ulg i odliczeń najbardziej zyskałyby gospodarstwa najmniejsze obszarowo, gdyż ich właściciele nie płaciliby podatku. Przeciętny podatek rolny w gospodarstwach najmniejszych obszarowo wynosił 575 zł, natomiast w gospodarstwach największych (75–125 ha UR) był ponad 3-krotnie wyższy. W przypadku pozostałych grup obszarowych gospodarstw obciążenie podatkiem dochodowym byłoby większe niż podatkiem rolnym, z wyjątkiem grupy 15–25 ha UR według założeń modelu drugiego. Według koncepcji modelu pierwszego w gospodarstwach o powierzchni do 75 ha UR relacja podatku rolnego do podatku dochodowego utrzymywała się na zbliżonym poziomie (40–45%), natomiast w gospodarstwach największych uległa wydatnemu zmniejszeniu do 11%. Oznacza to, że potencjalnie ta grupa gospodarstw najbardziej straciłaby na wprowadzeniu podatku dochodowego, gdyż ich obciążenia finansowe z tego tytułu w stosunku do dotychczas płaconego podatku rolnego byłyby zdecydowanie największe. W wyniku funkcjonowania dotychczasowego podatku rolnego od zasobów UR gospodarstwa największe obszarowo uzyskują dodatkowe korzyści finansowe z tytułu nieopodatkowania dodatkowego dochodu, wynikającego np. z efektu skali działalności. Uzyskane w ten sposób wolne środki finansowe mogą być w tych gospodarstwach dodatkowo inwestowane w środki trwałe lub przeznaczone na prowadzenie w większej skali bieżącej działalności operacyjnej. Kwota płaconego podatku dochodowego wynosiłaby w tej grupie gospodarstw przeciętnie 15 865 zł, podczas gdy podatek rolny kształtował się na poziomie jedynie 1746 zł. Według modelu drugiego wskaźnik relacji kwoty podatku rolnego do podatku dochodowego był większy niż w modelu pierwszym (z wyjątkiem grupy obszarowej 5–15 ha UR), a największa różnica pod tym względem dotyczyła gospodarstw z grupy obszarowej 15–25 ha UR (o 59,7 pkt. proc.), podczas gdy w gospodarstwach największych różnica ta wynosiła jedynie 1 pkt. proc.

Wnioski

W opracowaniu przedstawiono koncepcję zastąpienia podatku rolnego podatkiem dochodowym w gospodarstwach o typie rolniczym „uprawy polowe”. Na podstawie przeprowadzonych badań sformułowano następujące wnioski:

1. Podatek rolny płacony od zasobów UR odbiega pod względem założeń podatkowych od zasad przyjętych w branżach pozarolniczych, jak również od opodatkowania osób fizycznych. W obecnym kształcie podatek ten nie uwzględnia w dostatecznym stopniu różnic w efektywności działalności gospodarstw rolniczych. Rolnicy prowadzący gospodarstwa silnie ekonomicznie odnoszą dodatkowe korzyści z tytułu płacenia relatywnie niskiego podatku rolnego, w stosunku do uzyskiwanych dochodów. Jeżeli uwzględnić system dopłat bezpośrednich do powierzchni UR, to przy obecnym wymiarze podatku rolnego następuje odzyskiwanie środków pieniężnych wydatkowanych na ten cel, dodatkowo połączone z ich nadwyżką (premia pieniężna).
2. Objęcie rolników indywidualnych podatkiem dochodowym przyczyniłoby się do dodatkowego obciążenia ich gospodarstw zobowiązaniami z tego tytułu. Obciążenie to byłoby największe w gospodarstwach największych obszarowo. W gospodarstwach tych obciążenie podatkiem rolnym stanowiło jedynie około 11–12% kwoty ewentualnego podatku dochodowego. Wprowadzenie w rolnictwie pewnej kombinacji założeń podatku od osób prawnych, w połączeniu z wybranymi elementami ulg i odliczeń od dochodu, poprawiłoby sytuację w tym zakresie, w największym stopniu w gospodarstwach o powierzchni około 19 ha UR. W gospodarstwach największych rozwiązanie takie przynosiło niewielkie korzyści, zmniejszające kwotę podatku dochodowego. Przy uwzględnieniu w obliczeniach (symulacji) kosztów pracy własnej rolnika i jego rodziny jedynie w gospodarstwach o przeciętnej powierzchni wynoszącej około 93 ha UR wystąpi dochód do opodatkowania.
3. Podatek rolny jest obciążeniem gospodarstw rolniczych, które ma duże znaczenie w dochodach budżetowych gmin. W przypadku wprowadzenia podatku dochodowego w gospodarstwach rolniczych do rozważenia pozostaje kwestia uzyskania dochodów z tego tytułu na zbliżonym do dotychczasowego poziomie z podatku rolnego. Przedstawiona analiza dotyczyła jedynie typu rolniczego gospodarstwa „uprawy polowe”, w przypadku którego gospodarstwa uzyskiwałyby na ogół dochód podatkowy. Ważne zatem jest określenie tych zależności w przypadku pozostałych typów rolniczych gospodarstw. Można przyjąć rozwiązanie, że nadwyżka zapłaconego przez rolników podatku dochodowego nad dotychczasowym podatkiem rolnym pozostawałaby w gminie. Problem jest większy wtedy, gdy dochody z tytu-

łu podatku dochodowego będą niższe niż dotychczasowe z podatku rolnego, a sytuację pogarsza fakt dominacji w strukturze agrarnej gospodarstw mniejszych obszarowo. Należy wtedy podjąć intensywne działania w celu zwiększenia efektywności produkcji w gospodarstwach danego regionu, aby zwiększyć poziom ich dochodowości, np. przez poprawę struktury agrarnej gospodarstw.

Literatura

- ETEL L., 2006: Prawo podatkowe. Podręcznik w pytaniach i odpowiedziach. Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa.
- GOMUŁOWICZ A., MAŁECKI J., 2004: Podatki i prawo podatkowe. Wydanie II. Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa.
- GRUZIEL K., 2006: Opodatkowanie rolnictwa w ocenie rolników indywidualnych. Roczniki Naukowe SERiA, Tom VIII, zeszyt 4.
- MASTALSKI R., 2004: Prawo podatkowe. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- PODSTAWKA M., 1995: Opodatkowanie rolnictwa i perspektywy jego zmian. Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- PODSTAWKA M., 2000: System finansowy w rolnictwie na tle integracji Polski z Unią Europejską. Wydawnictwo FAPA, Warszawa.
- SZCZODROWSKI G., 2003: Polski system podatkowy. Strategia transformacji. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Ustawa z dnia 10 października 2002 roku o zmianie ustawy o podatku rolnym. DzU Nr 200, poz. 1680.
- Ustawa z dnia 16 listopada 2006 roku o zmianie ustawy o podatku rolnym oraz ustawy o podatku leśnym. DzU Nr 191, poz. 1412.
- WACH K., 2005: Systemy podatkowe krajów Unii Europejskiej. Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- WASILEWSKI M., GRUZIEL K., 2006: Funkcjonowanie podatku VAT w opiniach rolników indywidualnych. Roczniki Nauk Rolniczych, Seria G – Ekonomika Rolnictwa, tom 93, zeszyt 1.
- WILKINSON M., 1992: Taxation. Macmillan, London.

Concept and Financial Effects of the Income Tax Implementation in Farms

Abstract

The paper presents a concept of replacing the agricultural tax with the income tax in farms of agricultural type “field cultivation”. The agricultural tax has been regarded as insufficient concerning differences in farms’ effectiveness.

Implementation of the income tax in farms would result in a higher charge. The charge would be the highest in the largest farms, where the agricultural tax takes about 11–12% of the income tax amount. However, implementation of tax concessions and tax allowances would significantly decrease charges in farms. Including costs of a farmer's family employment, in large farms only (about 93 ha AL) would appear an income to be taxed. On the other hand, a problem of saving appropriate revenues from the income tax to a local government's budget has been still unsolved.

Monika Utzig

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej SGGW

Podatek rolny jako źródło dochodów własnych gmin

Wstęp

Zgodnie z postanowieniami przyjętej przez Polskę Europejskiej Karty Samorządu Terytorialnego, jednostki samorządu terytorialnego mają prawo do posiadania własnych zasobów finansowych, którymi mogą swobodnie dysponować w ramach swoich uprawnień. Jedną z kategorii dochodów własnych gmin są wpływy z podatku rolnego.

Celem opracowania jest analiza podatku rolnego jako źródła dochodów własnych gmin, z wyszczególnieniem gmin wiejskich, miejsko-wiejskich i miejskich oraz z uwzględnieniem zróżnicowania terytorialnego udziału wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin. Poddano weryfikacji tezę, że udział tych wpływów w dochodach własnych gmin jest różny dla poszczególnych województw.

Wykorzystano następujące metody badawcze: metodę porównawczo-opisową i analizę szeregów czasowych. Wyznaczono udziały dochodów własnych w dochodach ogółem oraz udziały wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin. Otrzymane wyniki przedstawiono w postaci tabel i wykresów.

W opracowaniu wykorzystano dane liczbowe pochodzące z Banku Danych Regionalnych Głównego Urzędu Statystycznego oraz zawarte w sprawozdaniach z wykonania budżetów gmin za lata 2000–2005, publikowanych przez Ministerstwo Finansów.

Konstrukcja podatku rolnego

Kwestie opodatkowania podatkiem rolnym reguluje ustawa z 15 listopada 1984 r. o podatku rolnym [tekst jednolity – DzU z 2006 r. Nr 136, poz. 969].

Przedmiotem opodatkowania podatkiem rolnym są grunty sklasyfikowane w ewidencji gruntów i budynków jako użytki rolne lub jako grunty zadrzewione i zakrzewione na użytkach rolnych, z wyjątkiem gruntów zajętych na prowadze-

nie działalności gospodarczej innej niż działalność rolnicza. Do użytków rolnych zaliczane są: grunty orne, sady, łąki trwałe, pastwiska trwałe, grunty rolne zabudowane, grunty pod stawami i grunty pod rowami. Gruntami zadrzewionymi i zakrzewionymi są grunty porośnięte roślinnością leśną, których powierzchnia jest mniejsza niż 0,1 ha [por. Brzeszczyńska, Kaźmierski 2007, s. 1002].

Podstawą opodatkowania dla gruntów gospodarstw rolnych jest liczba hektarów przeliczeniowych, a dla pozostałych gruntów liczba hektarów wynikająca z ewidencji gruntów i budynków.

Dla celów podatku rolnego gospodarstwem rolnym jest obszar gruntów sklasyfikowanych jako użytki rolne lub jako grunty zadrzewione i zakrzewione na użytkach rolnych o łącznej powierzchni przekraczającej 1 ha lub 1 ha przeliczeniowy, stanowiący własność lub znajdujący się w posiadaniu osoby fizycznej, osoby prawnej albo jednostki organizacyjnej [Ustawa o podatku rolnym, art. 2].

Liczba hektarów przeliczeniowych jest wyznaczona na podstawie trzech kryteriów: zaliczenia gruntu do okręgu podatkowego, rodzaju użytków rolnych (grunty orne, łąki, pastwiska, sady) oraz klasy użytków rolnych. Wyznaczanie należnego wymiaru podatku rolnego na podstawie liczby hektarów przeliczeniowych miało na celu uwzględnienie różnic w dochodowości rolnej poszczególnych gospodarstw, które to różnice wynikają z rodzaju użytków rolnych, ich jakości, odmiennych warunków ekonomicznych produkcji rolnej, jak też z warunków produkcyjno-klimatycznych [Hanusz, Czerski 2004, s. 58–59].

Ustawodawca wskazał dwie stawki podatku rolnego. Od gruntów gospodarstwa rolnego płacony jest niższy podatek, w wysokości równowartości pieniężnej 2,5 q żyta od 1 hektara przeliczeniowego. Wyższy podatek jest naliczany od pozostałych gruntów rolnych podlegających podatkowi rolnemu, w wysokości równowartości pieniężnej 5 q żyta od 1 ha. Przyjmowaną do obliczenia wymiaru podatku ceną żyta jest średnia cena jego skupu za pierwsze trzy kwartały poprzedzające rok podatkowy, przy czym rada gminy może, w drodze uchwały, obniżyć cenę skupu żyta przyjmowaną jako podstawa obliczenia podatku na obszarze gminy [Ustawa o podatku rolnym, art. 6].

W odniesieniu do podatku rolnego występuje wiele ulg i zwolnień.

Zwolnienia dotyczą gruntów niemających cech użytków rolnych, takich jak grunty położone w pasie drogi granicznej, grunty zajęte przez zbiorniki wody służące do zaopatrywania ludności w wodę czy grunty pod wałami przeciwpodziowymi.

Zwolnienia dotyczą również wspierania procesów zagospodarowywania użytków rolnych, w szczególności zwolnione z opodatkowania podatkiem rolnym są grunty niskiej jakości oraz grunty zadrzewione i zakrzewione na użytkach rolnych.

Kolejna grupa zwolnień to te, które mają przyczynić się do wzrostu produkcji rolnej, lepszego wykorzystania gruntów oraz poprawy struktury agrarnej gospodarstw rolnych, czyli zwolnienia z tytułu utworzenia lub powiększenia gospodarstwa rolnego, z tytułu nabycia oraz zagospodarowania gruntów dotychczas nieeksploatowanych bądź otrzymania ich w drodze wymiany lub scalenia. Zwolnienie z tego tytułu obowiązuje przez 5 lat, w 6. roku ulga wynosi 75% wartości podatku, a w 7. roku 50%. Z podatku rolnego zwolnione są również grunty objęte melioracją w roku, w którym na skutek prowadzonych robót zostały zniszczone uprawy [Hanusz, Czerski 2004, s. 64–70]. Zwolnienie dotyczy gruntów nabywanych lub obejmowanych w trwałe zagospodarowanie przez podatnika do łącznej powierzchni nieprzekraczającej 100 ha [Ustawa o podatku rolnym, art. 12].

Zwolnione z podatku rolnego są również podmioty prowadzące szeroko rozumianą działalność naukową, naukowo-dydaktyczną oraz dydaktyczną, a mianowicie: uczelnie, publiczne i niepubliczne szkoły, placówki, zakłady kształcenia i placówki doskonalenia nauczycieli, placówki naukowe Polskiej Akademii Nauk, jednostki badawczo-rozwojowe oraz przedsiębiorców o statusie centrum badawczo-rozwojowego [Ustawa o podatku rolnym, art. 12.1].

Katalog wprowadzonych w odniesieniu do podatku rolnego ulg obejmuje ulgi o charakterze podmiotowym i przedmiotowym.

Ulga inwestycyjna przysługuje podatnikom, którzy ponieśli wydatki na budowę lub modernizację budynków inwentarskich służących do chowu, hodowli i utrzymywania zwierząt gospodarskich oraz obiektów służących ochronie środowiska, a także tym, którzy ponieśli wydatki na zakup i zainstalowanie deszczowni, urządzeń melioracyjnych i urządzeń zaopatrzenia gospodarstwa w wodę oraz urządzeń do wykorzystywania na cele produkcyjne naturalnych źródeł energii. Z tytułu ulgi inwestycyjnej możliwe jest odliczenie od należnego podatku rolnego od gruntów położonych na terenie gminy, w której została dokonana inwestycja, 25% udokumentowanych nakładów inwestycyjnych przez maksymalnie 15 lat [Ustawa o podatku rolnym, art. 13.1–13.2]. Ulga inwestycyjna dotyczy zarówno inwestycji na modernizację gospodarstwa, jak i na instalację urządzeń do wykorzystywania na cele produkcyjne wiatru, biogazu, słońca i spadku wód, mających na celu ograniczenie negatywnego wpływu produkcji rolniczej na środowisko naturalne poprzez promowanie wykorzystywania bardziej proekologicznych, odnawialnych źródeł energii. W odniesieniu do ulgi inwestycyjnej kontrowersyjne jest jednak, dlaczego dotyczy ona tylko wybranych rodzajów inwestycji, co odbiega od zasad stosowania ulg inwestycyjnych w innych podatkach [por. Etel 2005, s. 444].

Wysokość podatku rolnego jest obniżana (w sposób uzależniony od rozmiarów strat, niekiedy nawet do zera), jeżeli na skutek klęski żywiołowej nastąpi-

ły szczególnie okoliczności osłabiające zdolność płatniczą podatnika [Hanusz, Czerski 2004, s. 71].

Ustawodawca uwzględnił również trudniejsze warunki produkcji rolniczej na terenach górskich i podgórskich, wprowadzając obniżoną stawkę podatku rolnego na tych terenach. Obniżka ta wynosi 30% dla gruntów klas I, II, IIIa, III i IIIb oraz 60% dla gruntów klas IVa, IV i IVb [Ustawa o podatku rolnym, art. 13b.1].

Ulga przysługuje również w odniesieniu do gospodarstw żołnierzy odbywających służbę wojskową lub przeszkolenie wojskowe, co związane jest z obniżonymi możliwościami produkcyjnymi takiego gospodarstwa [Hanusz, Czerski 2004, s. 72].

Dodatkowo, ustawodawca pozwolił również radzie gminy na wprowadzenie w drodze uchwały innych niż określone w ustawie o podatku rolnym ulg i zwolnień o charakterze szczególnym [Ustawa o podatku rolnym, art. 13e].

Większość z obowiązujących ulg i zwolnień stosowanych w odniesieniu do podatku rolnego została wprowadzona wraz z ustawą o podatku rolnym w 1984 r. i ma bardzo przestarzałą konstrukcję, niedostosowaną do aktualnych warunków prowadzenia działalności rolniczej. Kolejne próby modyfikowania przepisów regulujących ulgi i zwolnienia powodują jednak, że zasady ich stosowania stają się coraz bardziej niejasne [por. Etel 2005 s. 429].

Wpływy z podatku rolnego w całości zasilają budżety gmin.

Dochody własne gmin

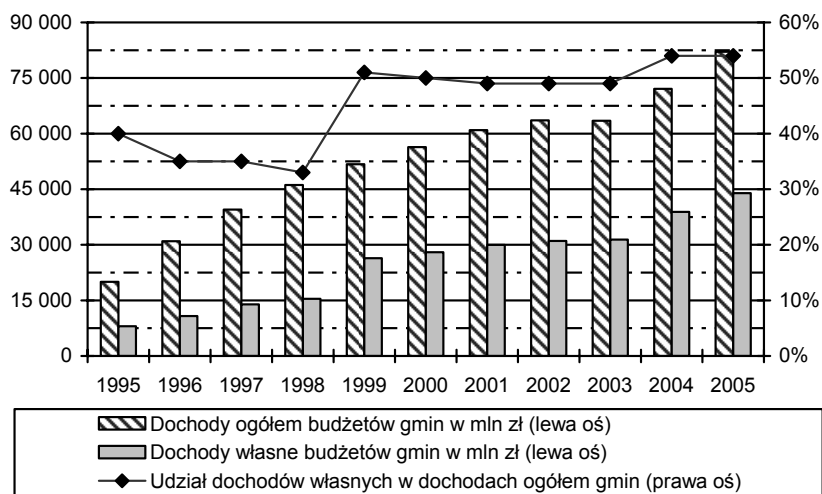
Zgodnie z postanowieniami przyjętej przez Polskę 1 marca 1994 r. Europejskiej Karty Samorządu Terytorialnego [art. 9], jednostki samorządu terytorialnego mają prawo do posiadania własnych zasobów finansowych, którymi mogą swobodnie dysponować w ramach swoich uprawnień. Wśród dochodów jednostek samorządu terytorialnego wyróżnia się dochody własne. Według ustawy z 13 listopada 2003 r. o dochodach jednostek samorządu terytorialnego, dochodami własnymi gmin są [Ustawa o dochodach jednostek samorządu terytorialnego, art. 4]:

- wpływy z podatków (od nieruchomości, rolnego, leśnego, od środków transportowych, dochodowego od osób fizycznych opłacanego w formie karty podatkowej, od spadków i darowizn, od czynności cywilnoprawnych),
- wpływy z opłat (skarbowej, targowej, miejscowej, uzdrowskiej i od posiadania psów, eksploatacyjnej – 60% udziału w opłacie pobieranej w związku z wydobywaniem kopalin i surowców mineralnych oraz innych opłat uiszczanych na podstawie odrębnych przepisów),

- dochody z majątku gminy,
- spadki, zapisy i darowizny na rzecz gminy,
- dochody z kar pieniężnych i grzywien określonych w odrębnych przepisach,
- 5% dochodów uzyskiwanych na rzecz budżetu państwa w związku z realizacją zadań z zakresu administracji rządowej oraz innych zadań zleconych ustawami,
- odsetki od pożyczek udzielonych przez gminę,
- odsetki od nieterminowo przekazywanych należności stanowiących dochody gminy,
- odsetki od środków finansowych gromadzonych na rachunkach bankowych gminy,
- dotacje z innych jednostek budżetu samorządu terytorialnego,
- inne dochody należne gminie na podstawie odrębnych przepisów.
- dochody z tytułu udziałów we wpływach od podatku dochodowego od osób fizycznych zamieszkałych na terenie gminy (udział 39,34%) oraz od osób prawnych i jednostek organizacyjnych niemających osobowości prawnej, posiadających siedzibę na terenie gminy (udział 6,71%).

Poza dochodami własnymi dochody ogółem gmin stanowią również dotacje celowe i subwencja ogólna.

Na wykresie 1 przedstawiono wysokość dochodów własnych i dochodów ogółem gmin w latach 1995–2005.



Wykres 1

Dochody własne i dochody ogółem budżetów gmin oraz udział dochodów własnych w dochodach ogółem w latach 1995–2005

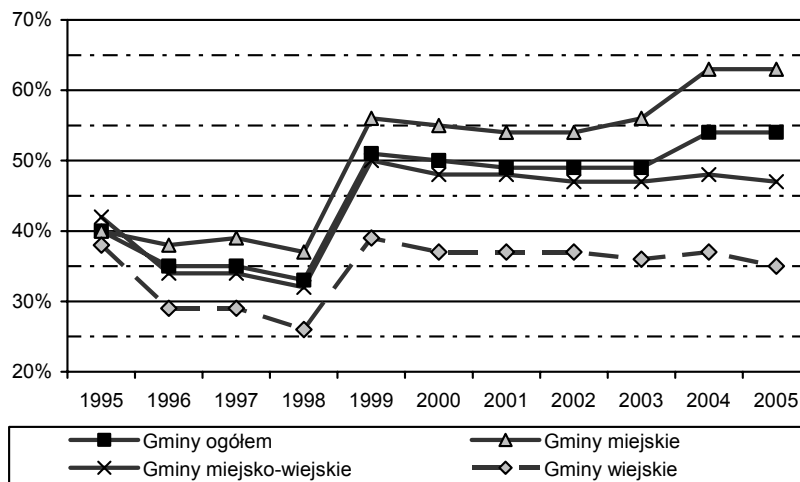
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego: Bank Danych Regionalnych www.stat.gov.pl/bdr

Określane w kwotach nominalnych dochody ogółem i dochody własne budżetów gmin zwiększały się w latach 1995–2005. Udział dochodów własnych w dochodach ogółem zmienił się znacznie w 1999 r., co spowodowane zostało reformą terytorialną i zmianami wprowadzonymi przez ustawę z 26 listopada 1998 r. o finansach publicznych, która zastąpiła ustawę z 5 stycznia 1991 r. Prawo budżetowe [Gilowska 1999, s. 79]. W latach 1995–1998 udział dochodów własnych w dochodach ogółem gmin nie przekraczał 40% i obniżał się. W latach 1999–2003 udział ten utrzymywał się na podobnym poziomie około 50% i uległ zwiększeniu w 2004 r., sięgając od tego momentu około 54%.

Wzrost udziału dochodów własnych w dochodach ogółem gmin w 2004 r. był spowodowany zmianami wprowadzonymi przez ustawę z 13 listopada 2003 r. o dochodach jednostek samorządu terytorialnego. W związku z likwidacją niektórych dotacji celowych z budżetu państwa (głównie przeznaczonych na finansowanie oświetlenia dróg publicznych), jednostki samorządu terytorialnego otrzymały zwiększone dochody w postaci dochodów własnych i subwencji ogólnej [Informacja... 2005, s. 42].

Na wykresie 2 przedstawiono udział dochodów własnych w dochodach ogółem gmin miejskich, miejsko-wiejskich i wiejskich.

Udział dochodów własnych w dochodach ogółem gmin był najwyższy w gminach miejskich i od 2004 r. przekraczał 62%. Dużo mniejszym udziałem dochodów własnych w dochodach ogółem charakteryzowały się gminy miej-



Wykres 2

Udział dochodów własnych w dochodach ogółem gmin miejskich, miejsko-wiejskich i wiejskich w latach 1995–2005

Źródło: Jak na wykresie 1.

sko-wiejskie. Najmniejszy udział dochodów własnych występował w gminach wiejskich i nie przekraczał 40%.

Jednym z największych źródeł dochodów budżetów gmin jest podatek od nieruchomości [por. Hanusz, Czernski 2004, s. 13]. W 2005 r. najważniejszym źródłem dochodów własnych gmin był podatek od nieruchomości (31,2%) oraz udział w podatku dochodowym od osób fizycznych (28,1%). Na kolejnych pozycjach znajdowały się: pozostałe dochody (19,3%), dochody z majątku (7,3%), podatek rolny (4,3%) oraz udział w podatku dochodowym od osób prawnych mających siedzibę na terenie gminy (2,0%) [Sprawozdanie... 2005].

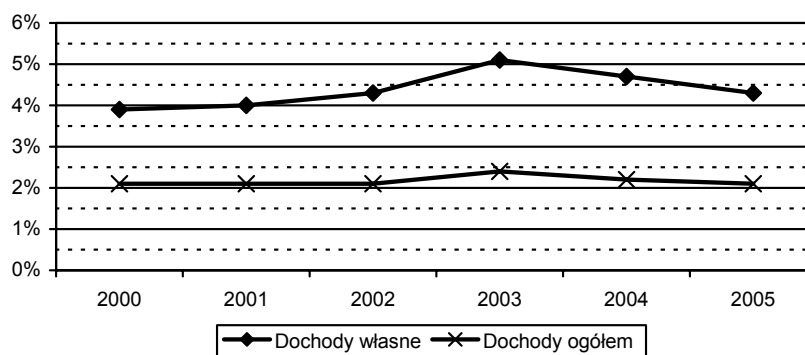
Podatek rolny w dochodach własnych gmin

Wpływy z podatku rolnego stanowią tylko niewielki udział w dochodach gmin: około 4–5% w dochodach własnych i około 2% w dochodach ogółem.

Na wykresie 3 przedstawiono udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych i w dochodach ogółem gmin w latach 2000–2005.

Udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin zwiększał się do 2003 r. osiągając wielkość 5,1%, a w kolejnych dwóch latach ulegał zmniejszeniu. Udział wpływów z podatku rolnego w dochodach ogółem gmin podlegał podobnym zmianom w czasie i zawierał się w przedziale od 2,1 do 2,4%.

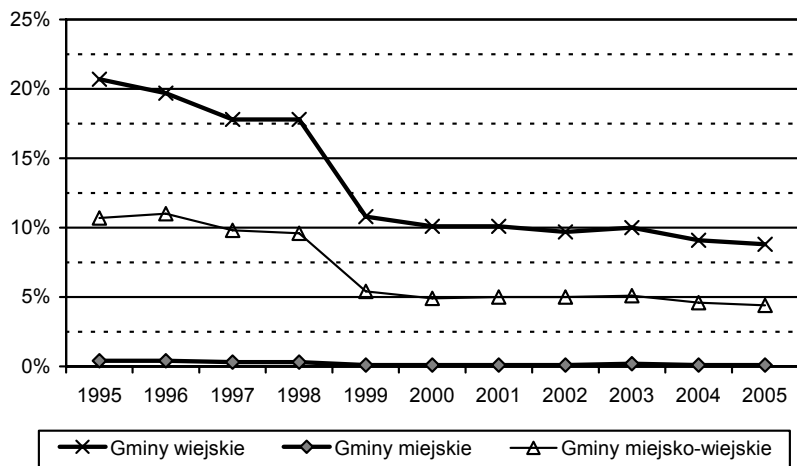
Udział wpływu z podatku rolnego w dochodach własnych jest istotny w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich, mając jednocześnie jedynie marginalne znaczenie w gminach miejskich. Na wykresie 4 przedstawiono udział podatku rolnego w dochodach własnych gmin miejskich, miejsko-wiejskich i wiejskich.



Wykres 3

Udział wpływów z podatku rolnego w dochodach gmin w latach 2000–2005

Źródło: Sprawozdania z wykonania budżetów gmin za lata 2000–2005, Ministerstwo Finansów RP.



Wykres 4

Udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin wiejskich, miejsko-wiejskich i miejskich w latach 1995–2005

Źródło: Jak na wykresie 1.

Znaczne zmniejszenie udziału wpływu z podatku rolnego w dochodach własnych gmin w 1999 r. spowodowane zostało wspomnianą wcześniej reformą terytorialną i zmianami wprowadzonymi przez ustawę z 26 listopada 1998 r. o finansach publicznych [Gilowska 1999, s. 79]. Nie było to jednak spowodowane znacznym obniżeniem wpływów z podatku rolnego, a prawie dwukrotnym wzrostem wysokości dochodów własnych gmin z około 15 mld zł w 1998 r. do około 26 mld zł w 1999 r.

Wpływy z podatku rolnego miały marginalny udział w kształtowaniu dochodów własnych gmin miejskich, stanowiąc poniżej 0,5%. Większe znaczenie miały w gminach miejsko-wiejskich – kształtowały się na poziomie około 10% dochodów własnych do 1998 r. i na poziomie około 5% od 1999 r. Zgodnie z oczekiwaniami, udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin jest największy dla gmin wiejskich. Kształtował się on na poziomie około 20% do 1998 r. i około 10% od 1999 r.

Udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin podlegał również zróżnicowaniu terytorialnemu. Odpowiednie dane dla województw zamieszczono w tabeli 1.

We wszystkich województwach udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych zmniejszył się znacznie w 1999 r. Od tego roku udział

Tabela 1

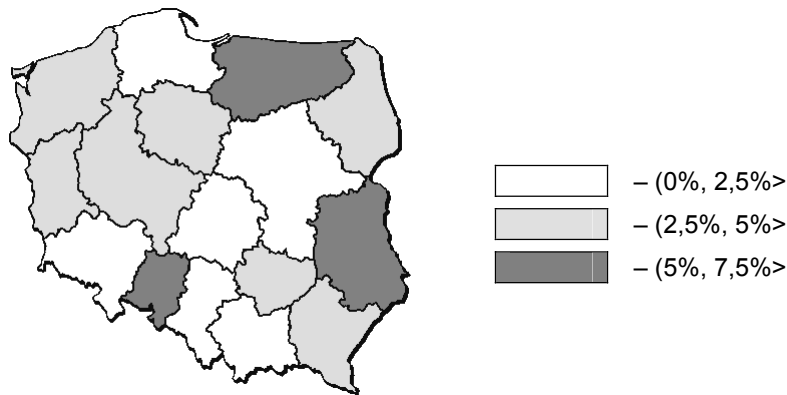
Udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin według województw w latach 1995–2005 (w %)

Województwo	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Dolnośląskie	6,0	5,5	4,8	4,1	2,6	2,3	2,4	2,5	2,4	2,2	2,0
Kujawsko-pomorskie	11,2	10,7	9,7	9,0	5,1	4,6	4,7	4,4	4,4	3,9	3,6
Lubelskie	15,2	14,6	13,1	13,6	7,9	7,4	7,6	7,5	7,8	6,7	6,3
Lubuskie	5,1	6,2	5,5	5,3	3,2	2,7	2,9	2,8	2,9	2,7	2,6
Łódzkie	6,5	6,9	5,8	5,6	2,9	2,5	2,5	2,5	2,5	2,2	2,1
Małopolskie	5,1	4,9	4,2	4,2	2,1	1,9	1,9	1,9	2,2	1,9	1,9
Mazowieckie	3,8	3,3	3,0	2,7	1,5	1,4	1,4	1,4	1,6	1,3	1,1
Opolskie	10,8	11,9	9,5	10,0	6,0	5,1	5,1	5,5	5,2	4,8	4,7
Podkarpackie	8,8	8,5	7,7	7,8	4,3	3,6	3,8	3,7	4,6	4,1	3,9
Podlaskie	10,8	10,3	8,9	8,9	5,3	4,7	4,9	4,8	4,7	3,7	3,5
Pomorskie	5,3	5,2	4,6	3,9	2,3	2,0	2,1	2,1	2,1	1,8	1,8
Śląskie	1,8	1,8	1,6	1,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,8	0,6	0,6
Świętokrzyskie	9,8	9,7	8,4	8,4	4,8	4,5	4,7	4,6	4,7	4,2	4,1
Warmińsko-mazurskie	11,5	12,0	11,0	10,4	6,2	5,4	5,8	5,9	6,0	5,1	5,1
Wielkopolskie	9,0	8,2	7,9	7,5	3,8	3,2	3,3	3,3	3,1	2,7	2,5
Zachodnio-pomorskie	6,4	6,9	6,8	5,8	3,6	3,4	3,7	3,7	3,7	3,3	3,0
POLSKA	6,5	6,2	5,6	5,3	2,9	2,6	2,6	2,6	2,8	2,4	2,2

Źródło: Jak na wykresie 1.

ten dla gmin każdego województwa utrzymywał się na zbliżonym poziomie w poszczególnych latach. Najmniejszym udziałem wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin charakteryzowały się silniej uprzemysłowione obszary, przede wszystkim województwo śląskie. Największy udział podatku rolnego w dochodach własnych odnotowały gminy województw: lubelskiego, warmińsko-mazurskiego oraz opolskiego. Na rysunku 1 przedstawiono zróżnicowanie przestrzenne udziału podatku rolnego w kształtowaniu dochodów własnych gmin według średniego udziału z lat 1999–2005.

Przeciętny udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin w latach 1999–2005 nie przekraczał 2,5% w województwach: śląskim, mazowieckim, małopolskim, pomorskim, dolnośląskim i łódzkim, natomiast przekraczał 5% w województwach: lubelskim, warmińsko-mazurskim i opolskim.



Rysunek 1

Średni udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin w latach 1999–2005

Źródło: Jak na wykresie 1.

Podsumowanie

W opracowaniu przedstawiono i przeanalizowano podatek rolny jako źródło dochodów własnych gmin. Udział dochodów własnych w dochodach ogółem gmin zwiększył się po 1999 r., co było spowodowane zmianami w prawie. Jednocześnie jednak ze wzrostem udziału dochodów własnych w dochodach ogółem zmniejszył się udział wpływów z podatku rolnego w dochodach własnych gmin.

Największym udziałem dochodów własnych charakteryzują się gminy miejskie, najmniejszym gminy wiejskie. Największym udziałem wpływu z podatku rolnego w dochodach własnych charakteryzowały się gminy województw: lubelskiego, warmińsko-mazurskiego oraz opolskiego.

Literatura

- Bank Danych Regionalnych, Główny Urząd Statystyczny, www.stat.gov.pl/bdr.
- BRZESZCZYŃSKA S., KAŹMIERSKI A., Podatek rolny. [w:] Podatki 2007, ABC a Wolter Kluwer business, Warszawa 2007, s. 1001–1013.
- ETEL L., Podatek od nieruchomości, rolny, leśny, Wydawnictwo C.H. BECK, Warszawa 2005.
- Europejska Karta Samorządu Terytorialnego, DzU z 1994 r. Nr 124, poz. 607 z dnia 25 listopada 1994 r., sporządzona w Strasburgu 15 października 1985 r.

- GILOWSKA Z., System finansowy jednostek samorządu terytorialnego. [w:] Gorzelak G. (red.): Decentralizacja terytorialnej organizacji kraju: założenia, przygotowanie, ustawodawstwo, Raporty CASE, nr 21, Warszawa 1999.
- HANUSZ A., CZERSKI P., Gminne podatki i opłaty budżetowe, Kantor Wydawniczy ZAKAMYCZE, Kraków 2004.
- Informacja o skutkach obowiązywania ustawy z 13 listopada 2003 roku o dochodach jednostek samorządu terytorialnego za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2004 r. Ministerstwo Finansów RP, Warszawa 2005.
- Sprawozdania z wykonania budżetów gmin za lata 2000–2005, Ministerstwo Finansów RP.
- Ustawa z 13 listopada 2003 roku o dochodach jednostek samorządu terytorialnego, DzU z 2003 r. Nr 203, poz. 1996.
- Ustawa z 15 listopada 1984 roku o podatku rolnym, tekst jednolity – DzU z 2006 r. Nr 136, poz. 969.

Agricultural Tax as a Source of Communal Own Revenue

Abstract

In the paper agricultural tax as a source of communal own revenue is presented. The share of agricultural tax in communal own revenue increased in 1999, when communal own revenues increased. Parish were characterized by higher share of agricultural tax in own revenue than municipality. The share was also territorially diverse.

Zastosowanie strategii zabezpieczającej przed ryzykiem zmiany kursu walutowego w kontraktach futures na Warszawskiej Giełdzie Towarowej

Wstęp

Na Warszawskiej Giełdzie Towarowej (WGT) występują dwa rodzaje rynków: rynek gotówkowy oraz rynek terminowy. Notowane są kontrakty terminowe na towary rolne i instrumenty finansowe. Kontrakty mogą być stosowane do zabezpieczania się przed niekorzystną zmianą cen na rynku gotówkowym.

Celem opracowania jest przedstawienie strategii zabezpieczających przed ryzykiem zmiany kursu walutowego przez kupno lub sprzedaż kontraktów futures na euro.

Przedmiotem obrotu na rynku terminowym są kontrakty opcyjne i kontrakty futures. Ze względu na instrument bazowy, na który są wystawiane, notowane są trzy grupy kontraktów futures¹:

- kontrakty oparte na kursach walut (USD, EUR, CHF, GBP),
- kontrakty na stopy procentowe,
- kontrakty na towary rolne.

Na warszawskim parkiecie handel odbywa się za pośrednictwem biur maklerskich, w obrocie mogą też uczestniczyć niezależni handlowcy po spełnieniu odpowiednich warunków. Na świecie są dwa sposoby zawierania transakcji: transakcje zawierane tradycyjnie na parkiecie i elektronicznie. Giełdy stosują trzy rodzaje technik zawierania transakcji. Najbardziej popularny jest system open outcry, stosowany również na WGT. W systemie open outcry transakcja terminowa może zostać zawarta jedynie za pośrednictwem brokera lub maklera zarejestrowanego przez członka giełdy, znajdującego się w obrębie pitu przeznaczanego do zawierania transakcji dotyczących danego rodzaju kontraktu terminowego. Makler lub broker stara się zrealizować zlecenie klienta, zgłaszając ofertę w picie lub przyjmując ofertę innego brokera. Transakcje terminowe są

¹WGT S.A., Przewodnik po futures, Warszawa 2002.

zawierane w trakcie sesji giełdowych. Przy wysokiej płynności kontrakty są instrumentem umożliwiającym spekulacje również na rynku zniżującym, kreują zyski przy spadkach cen na giełdzie.

Obrót kontraktami futures na WGT

W połowie 1997 roku został uruchomiony rynek kontraktów opcyjnych na towary rolne. Do obrotu wprowadzono opcje kupna i sprzedaży na pszenicę, żyto, kukurydzę, półtusze wieprzowe i ćwierci wołowe. Opcje gotówkowe zostały wybrane dla przygotowań do uruchomienia rynku kontraktów futures. Słabością tego rynku jest uzależnienie od jednego emitenta, wystawcą opcji pozostaje Agencja Rynku Rolnego. Aktywność rynku opcji pozostaje pochodną obecnej polityki ARR w zakresie działalności interwencyjnej. Podejmowane przez giełdę próby zdywersyfikowania grupy emitentów opcji nie doprowadziły do jej rozszerzenia.

W pierwszym okresie rozwoju kontraktów terminowych na WGT rozpoczęto również notowania walutowymi kontraktami futures, były to głównie kontrakty na USD i EUR. W styczniu 1999 roku uruchomiono obrót kontraktami futures na kurs dolara amerykańskiego, marki niemieckiej oraz notowań pszenicy konsumpcyjnej i paszowej. W tym samym roku giełda uruchomiła obrót kontraktami futures na stopy procentowe, stawki WIBOR jedno- i trzymiesięczne, a kontrakt na kurs marki niemieckiej został zastąpiony kontraktem na kurs euro.

WGT, na wzór innych zagranicznych giełd towarowych, wprowadziła do obrotu oprócz kontraktów towarowych również kontrakty na instrumenty finansowe. Wykorzystano podobieństwo systemu obrotu i gwarancji transakcji terminowych dla kontraktów towarowych i finansowych. Rynek towarowy, gdzie instrumentem bazowym są towary, jest w Polsce słabiej rozwinięty niż rynek finansowy. Większość obrotów koncentruje się na rynku finansowym, przede wszystkim na rynku kontraktów walutowych. Wśród przyczyn znikomego obrotu kontraktami terminowymi na giełdach towarowych należy wymienić²:

- brak wiedzy uczestników rynku na temat praktycznego zastosowania tych kontraktów,
- małą płynność rynku,
- małą aktywność animatorów rynku, market-makerów, którymi mogą być przedsiębiorstwa przetwórcze z branży zbożowej, mięsnej lub duże instytucje finansowe.

²Birski A., Stan i perspektywy rozwoju giełd towarowych w Polsce na tle doświadczeń zagranicznych. Rynek terminowy – część II, Olsztyn 2003, s. 90.

W latach 1999–2005 wolumen obrotu kontraktami walutowymi futures na WGT uległ zmniejszeniu o 40,3% (tab. 1).

Tabela 1

Wolumen obrotu kontraktami futures na WGT S.A. w latach 1999–2005

Rodzaje kontraktów	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
USD – 10 000	24 144	19 779	1 803	2 596	3 500	1 664	2 126
USD – 50 000	0	0	0	0	0	2 822	7 417
EUR – 10 000	9 817	9 685	426	866	4 464	5 031	1 169
EUR – 50 000	0	0	0	0	0	4 556	4 995
EUR – 10 000	0	349	42	937	11 000	10 500	325
EUR – 50 000	0	0	0	0	100	2 348	2 843
CHF – 50 000	0	0	100	2 677	615	94	390
USD/CHF	0	0	0	0	0	0	12
GBP/USD	0	0	0	0	0	0	6
GBP/PLN	0	0	0	0	0	0	40
EUR/PL	229	534	0	51	53	70	238
Obligacje 2-letnie	0	0	0	9	44	11	10
Obligacje 5-letnie	0	0	0	49	161	89	12
Obligacje 10-letnie	0	0	0	42	70	23	3
Opcje CHF	0	0	0	0	0	0	1
Opcje PP	0	0	0	0	0	0	8
Opcje EUR	0	0	0	78	139	566	190
Opcje EUR/ /USD	0	0	0	400	2	1 092	277
Opcje USD	0	0	350	17	86	273	355
Razem	34 190	30 347	2 721	7 722	20 234	29 149	20 417

Źródło : Obliczenia własne na podstawie danych WGT S.A.

Początkowe lata notowań (1999–2000) były udane, wolumen obrotu wynosił około 30 tys. rocznie. W następnych dwóch latach nastąpiło drastyczne obniżenie obrotów. Od 2003 roku wolumen obrotu kontraktami futures wzrósł ponownie i jest do dzisiaj na zbliżonym poziomie około 20 tys. rocznie.

Spadek obrotów w 2005 roku w porównaniu z 1999 rokiem jest spowodowany nie tyle przez wycofywanie się inwestorów z Warszawskiej Giełdy Towarowej, ile przez zwiększenie wartości pojedynczego kontraktu walutowego. Więk-

zość inwestorów zastąpiła kontrakty na 10 tys. euro i dolara amerykańskiego kontraktami futures na 50 tysięcy. Kontrakty cieszące się największym zainteresowaniem na WGT to w kolejności ich udziału w rynku: walutowe kontrakty futures, opcje na futures (USD/PLN, EUR/PLN, CHF/PLN, USD/EUR), futures na obligacje 2-, 5- i 10-letnie. Głównym celem inwestorów na terminowych rynkach walutowych jest zabezpieczenie swoich transakcji na rynku gotówkowym oraz spekulacja.

Zasady ustalania cen kontraktów terminowych

W odniesieniu do obrotu kontraktami finansowymi nie obowiązują limity dziennej zmiany ceny kontraktu. Jednak w przypadku, gdy zmiana ceny w ciągu sesji przekroczy poziom zabezpieczony zebranymi przez Izbę Rozliczeniową depozytami zabezpieczającymi, Izba może wezwać członków giełdy do uzupełnienia brakujących depozytów.

Przy ustalaniu cen kontraktów terminowych na towary rolne limity dziennej zmiany ceny są określone w specyfikacji kontraktu. Dotyczy to kontraktów terminowych zarówno na zboża, jak i żywiec wieprzowy. Wszystkie ceny zawieranych transakcji na zboża są cenami zboża załadowanego na wagony lub samochody ciężarowe w licencjonowanym magazynie giełdowym. W szczególnych przypadkach Zarząd Giełdy może podjąć decyzję o zwiększeniu lub zmniejszeniu dziennego limitu zmiany ceny. Niedopuszczalne jest składanie ofert kupna lub sprzedaży kontraktów, gdy oferowana cena nie mieści się w przedziale wyznaczonym przez przedział dziennej zmiany ceny określony w specyfikacji kontraktu.

Giełda prezentuje w trakcie sesji informacje o cenach zawieranych transakcji, dotyczą one:

- ceny ostatniej zawartej transakcji,
- ceny ostatniej oferty kupna,
- ceny ostatniej oferty sprzedaży,
- ceny otwarcia,
- ceny zamknięcia,
- dziennej i finalnej ceny rozliczeniowej.

Cena otwarcia jest ceną pierwszej transakcji na danej sesji. Gdy żadna transakcja nie zostanie zawarta w pierwszym przedziale czasowym danej sesji, ceną otwarcia jest cena zamknięcia z poprzedniej sesji, a w pierwszym dniu notowania kontraktu cenę ustala Zarząd Giełdy.

Dzienna cena rozliczeniowa kontraktu jest równa cenie zamknięcia na sesji danego dnia. Finalna cena rozliczeniowa kontraktu walutowego jest równa kur-

sowi średniemu danej waluty, ustalonemu przez NBP na fixingu w ostatnim dniu obrotu kontraktem.

Finalna cena kontraktów opartych na stopach procentowych jest równa stawkom 1- lub 3-miesięcznego WIBOR-u w ostatnim dniu obrotu miesiąca wykonania.

Finalna cena kontraktów na żywiec wieprzowy jest równa indeksowi cen skupu żywca wieprzowego WGT-Pekpol ogłaszanemu we wtorek następujący po ostatnim dniu obrotu.

Po zakończeniu sesji w ostatnim dniu obrotu danym kontraktem Izba ustala finalną cenę rozliczeniową, a następnie zamyka wszystkie otwarte na tym kontrakcie pozycje. Odpowiednie konta członków są obciążane lub uznawane wynikającymi z zamknięcia kwotami.

Na wielu giełdach światowych, gdzie handluje się kontraktami walutowymi, przewidywana jest faktyczna dostawa waluty; są to transakcje futures rzeczywiste. W takim przypadku, jeżeli inwestor nie zdecyduje się na wcześniejsze zamknięcie pozycji przez zajęcie pozycji odwrotnej, to w dniu wygaśnięcia kontraktu musi nabyć walutę (przy pozycji długiej) lub sprzedać walutę (przy pozycji krótkiej) i zapłacić za nią lub otrzymać kwotę równą iloczynowi ostatecznej ceny rozliczeniowej i wartości nominalnej kontraktu, gdy są to kontrakty nierzeczywiste futures.

Na WGT, wzorem światowych trendów, przyjęto model rozliczenia gotówkowego przy kontraktach futures nierzeczywistych. Nie ma fizycznej dostawy przedmiotu kontraktu, czyli waluty, a rozliczenie polega na wypłacie w walucie krajowej różnicy pomiędzy ceną (kurselem waluty) ustaloną w kontrakcie futures a ostateczną ceną rozliczeniową. Kontrakt walutowy jest w tym przypadku kontraktem na cenę waluty (kurs), a nie na nią samą.

Z ekonomicznego punktu widzenia obie formy rozliczania kontraktu doprowadzają do zabezpieczenia się przed ryzykiem walutowym. W pierwszym przypadku nabywca kontraktu otrzymuje walutę obcą po z góry ustalonej cenie, w drugim otrzymuje kwotę pieniędzy, która rekompensuje mu koszt nabycia waluty na rynku gotówkowym.

Strategie zabezpieczające z wykorzystaniem kontraktów futures

Kontrakty terminowe są instrumentem zabezpieczającym inwestorów przed różnymi rodzajami ryzyka. Wielu inwestorów wykorzystuje kontrakty futures jako zabezpieczenie przed konkretnym rodzajem ryzyka. Oprócz nich stosowane są również inne narzędzia:

- klauzule waloryzacyjne, przewidujące zmianę wartości transakcji w przypadku zmiany kursu waluty kontraktu,
- zawieranie kontraktów z partnerami zagranicznymi w walucie krajowej,
- matching, polegający na wewnętrznej kompensacie należności i zobowiązań denominowanych w jednej walucie; wówczas na ryzyko walutowe narażone jest saldo firmy (wartość netto),
- covering – zaciąganie pożyczki w walucie zagranicznej i jej sprzedaż w transakcji natychmiastowej na rynku kasowym,
- ubezpieczenie ryzyka kursowego w firmie ubezpieczeniowej,
- rządowe gwarancje rządowe.

Doskonała transakcja zabezpieczająca to taka, która całkowicie eliminuje ryzyko. W praktyce transakcje takie występują bardzo rzadko, jak bowiem stwierdził jeden z maklerów³: „The only perfect hedge is in a Japanese garden” – „Doskonałe żywopłoty można spotkać tylko w japońskich ogrodach”.

Analiza transakcji zabezpieczających jest oparta przede wszystkim na skonstruowaniu strategii zabezpieczającej jak najbardziej zbliżonej do doskonałej.

Argumenty za stosowaniem transakcji zabezpieczających są oczywiste. Większość przedsiębiorstw działających na rynku rolnym nie dysponuje metodami czy narzędziami, które umożliwiłyby dokładne prognozowanie kursów walutowych. W takim przypadku stosowane jest zabezpieczenie przed ryzykiem wynikającym z fluktuacji kursów walutowych i skoncentrowanie się na działalności podstawowej. Stosując strategie zabezpieczające, przedsiębiorstwa unikają niekorzystnych zmian, takich jak gwałtowna aprecjacja czy deprecjacja waluty.

Krótkie i długie pozycje zabezpieczające

Krótkie pozycje zabezpieczające⁴ to transakcje polegające na zajęciu pozycji krótkiej w kontraktach futures, czyli sprzedaży kontraktu na instrument bazowy. Transakcje takie powinien stosować inwestor-eksporter, który jest posiadaczem aktywów i spodziewa się sprzedać je w określonym momencie w przyszłości, np. rolnik hodujący nierogacizną lub uprawiający pszenicę, które zamierza sprzedać za kilka miesięcy.

Krótką pozycją zabezpieczającą może być również zastosowana przez inwestora, gdy nie jest jeszcze posiadaczem aktywów, ale oczekuje otrzymania ich w przyszłości.

³Hull J. Kontrakty terminowe i opcje. Wprowadzenie, WIG PRESS, Warszawa 1997 s. 91.

⁴Elton E., Gruber M., Nowoczesna teoria portfelową i analiza papierów wartościowych, WIG PRESS, Warszawa 1998, s. 778.

Krótką pozycją zabezpieczającą wiąże się ze stratą w sytuacji wzrostu kursu wymiany i daje zysk, gdy kurs ten spada. W ten sposób zostaje wyeliminowane ryzyko kursowe eksportera.

Transakcje związane z zajęciem długiej pozycji w kontraktach futures są zwane długimi pozycjami zabezpieczającymi. Strategie takie stosuje inwestor, gdy ma zamiar nabyć określone aktywa w przyszłości i chce aktualnie ustalić cenę zakupu. Długa pozycja zabezpieczająca wiąże się ze stratą w sytuacji spadku kursu wymiany i daje zysk, gdy kurs ten wzrasta. W ten sposób zostaje wyeliminowane ryzyko kursowe importera.

Model zastosowania strategii zabezpieczającej w kontraktach futures na euro

Inwestor działający na rynku zboża zamierza w okresie żniw skupić 50 tys. ton zboża od rolników, a następnie w listopadzie odsprzedać zakupione wcześniej zboże Agencji Rynku Rolnego. W czerwcu 2006 r. listopadowa interwencyjna cena kupna pszenicy Agencji Rynku Rolnego wynosiła 101,31 euro za tonę. Na zakup zboża inwestor zamierza zaciągnąć kredyt bankowy w maksymalnej wysokości 20 mln zł, który zostanie uruchomiony w sierpniu. Spłata kredytu będzie jednorazowa, w listopadzie, ze środków otrzymanych z ARR za 50 tys. ton pszenicy.

Prowizja za udzielony kredyt oraz za gotowość wynosi 0,15% nominału kredytu, tj. 30 tys. zł, płatna z góry, w momencie udzielania kredytu.

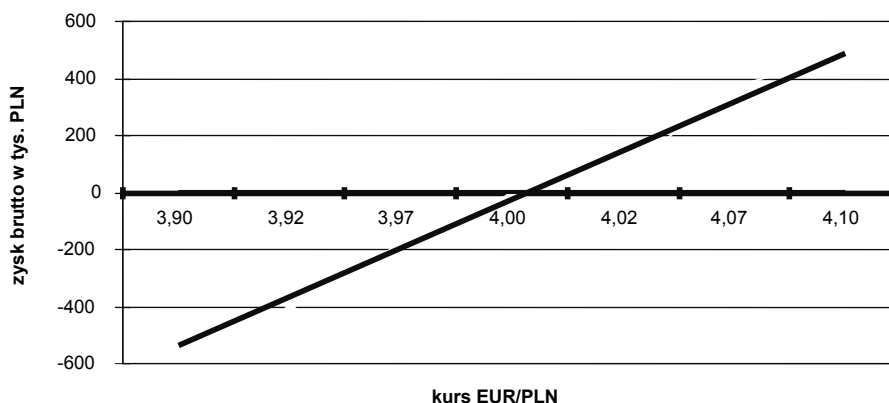
W momencie badania opłacalności przedsięwzięcia kurs EUR/PLN wynosił 4,0565. Przychód ze sprzedaży pszenicy przy takim kursie wynosiłby 20 548 200,75 PLN, a zysk brutto, po potrąceniu spłaty kredytu i kosztów jego obsługi, 261 200,75 PLN.

Analiza kosztów i zależności wyniku ekonomicznego całego przedsięwzięcia od ryzyka kursu walutowego została przeprowadzona poniżej.

Wynik analizy wrażliwości zysku brutto w zależności od kształtowania się kursu EUR/PLN przedstawiono na rysunku 1.

Z przedstawionego wykresu wynika, iż wynik ekonomiczny przedsięwzięcia inwestycyjnego zależy od poziomu kursu EUR/PLN w listopadzie, w momencie gdy inwestor otrzyma od ARR środki za dostarczone zboże w wysokości 101,31 euro/tonę. Gdy kurs EUR/PLN wzrośnie powyżej 4, przedsięwzięcie inwestycyjne przyniesie zysk, gdy spadnie poniżej 4 – stratę.

W celu minimalizacji negatywnego wpływu na wynik finansowy ryzyka spadku kursu walutowego (umocnienia się złotego) należy dokonać sprzedaży

**Rysunek 1**

Wrażliwość zysku brutto na zmianę kursu walutowego

Źródło: Obliczenia własne.

kontraktu futures na euro notowanego na WGT. Badanie efektywności zabezpieczenia obejmuje analizę dwóch scenariuszy: optymistycznego i pesymistycznego.

W scenariuszu optymistycznym zakładamy, iż kurs EUR/PLN wzrośnie do 4,25, co z punktu widzenia inwestora byłoby korzystne.

W scenariuszu pesymistycznym zakładamy, iż kurs EUR/PLN spadnie do 3,85, co z punktu widzenia inwestora byłoby niekorzystne.

Strategia hedge w scenariuszu optymistycznym (tab. 2)

W czerwcu zapadła decyzja inwestora o zabezpieczeniu kursu EUR/PLN na poziomie 4,0565. Dla realizacji takiego zabezpieczenia inwestor otwiera pozycję krótką w grudniowych kontraktach futures na kurs EUR/PLN, symbol EHDEC06. W razie wzrostu kursu powyżej poziomu 4,0565 inwestor poniosłby stratę na transakcji zabezpieczającej, wyrównaną zyskami na rynku gotówkowym pszenicy.

Liczba kontraktów sprzedanych – 101 sztuk, wyliczona następująco:

Wartość przychodów w euro:

$50\,000\text{ ton} \times 101,31\text{ euro/tonę} = 5\,065\,500,00$

1 kontrakt kurs EUR/PLN na 50 000 EUR

Prowizja domu maklerskiego: $101 \times 54\text{ PLN} = 5454\text{ PLN}$

Gdyby inwestor zastosował strategię hedge kursu waluty na poziomie 4,0565 PLN, a kurs wzrósłby do 4,25, to nie zarobiłby na wzroście kursu, ponieważ dodatkowy przyrwył powstał w wyniku korzystnej zmiany kursu walutowego na rynku kasowym zostałyby przeznaczony na zniwelowanie straty na rynku terminowym.

Tabela 2
Strategia hedge w scenariuszu optymistycznym

Wyszczególnienie	PLN
Przychód ze sprzedaży pszenicy	21 528 375,00
Splata kredytu, prowizji i odsetek	20 287 000,00
Prowizja domu maklerskiego	5 454,00
Strata na kontrakcie futures	-977 175,00
Zysk brutto	258 746,00

Źródło: Obliczenia własne.

Strategia hedge w scenariuszu pesymistycznym (tab. 3)

W czerwcu zapadła decyzja inwestora o zabezpieczeniu kursu EUR/PLN na poziomie 4,0565. Dla realizacji takiego zabezpieczenia inwestor otwiera pozycję krótką w grudniowych kontraktach futures na kurs EUR/PLN, symbol EHDEC06. W przypadku spadku kursu poniżej poziomu 4,0565 inwestor otrzymałby dodatkowy przepływ z transakcji zabezpieczającej, wyrównujący straty poniesione na rynku gotówkowym pszenicy.

Liczba kontraktów sprzedanych – 101 sztuk.

Gdyby inwestor zastosował strategię hedge kursu waluty na poziomie 4,0565 PLN, a kurs spadłby do 3,85, to zarobiłby na spadku kursu na rynku terminowym, natomiast na rynku kasowym poniósłby straty.

Tabela 3
Strategia hedge w scenariuszu pesymistycznym

Wyszczególnienie	PLN
Przychód ze sprzedaży pszenicy	19 502 175,00
Splata kredytu, prowizji i odsetek	20 287 000,00
Prowizja domu maklerskiego	5 454,00
Strata na kontrakcie futures	-1 042 825,00
Zysk brutto	252 546,00

Źródło: Obliczenia własne.

Podsumowanie

Efektywność zabezpieczenia przed ryzykiem walutowym przy dwóch scenariuszach przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4

Efektywność zabezpieczenia przed ryzykiem walutowym przy dwóch scenariuszach

Zysk brutto	Scenariusz optymistyczny kurs 4,25	Scenariusz pesymistyczny kurs 3,85
Z transakcji niezabezpieczonej	1 241 375,00	-784 825,00
Z transakcji zabezpieczonej	258 746,00	252 546,00

Źródło: Obliczenia własne.

Powyższa analiza wykazała, iż dzięki strategii hedge zminimalizowano negatywny wpływ ryzyka walutowego na ostateczny wynik finansowy przedsięwzięcia sprzedaży pszenicy. Zapewniono inwestorowi zysk z całej transakcji na poziomie około 260 tys. PLN. Różnica wynika z faktu niedoubezpieczenia kwoty 15 500 euro (przy wyznaczaniu liczby kontraktów dokonano zaokrąglenia w dół).

W niektórych przypadkach może nastąpić sytuacja, w której strategia zabezpieczająca może spowodować znaczne zmniejszenie przepływów pieniężnych przy korzystnych zmianach kursowych w wyniku straty na transakcjach futures. Tego rodzaju działanie wydaje się sprzeczne z celami strategii hedge, należy jednak zauważyć, iż podstawowym celem strategii zabezpieczających nie jest osiąganie zysków, lecz ograniczanie ryzyka.

Stosowanie strategii hedge powoduje, iż straty są minimalizowane, ale zyski również.

Literatura

- BIRSKI A., Stan i perspektywy rozwoju giełd towarowych w Polsce na tle doświadczeń zagranicznych. Rynek terminowy – część II, Olsztyn 2003.
- ELTON E., GRUBER M., Nowoczesna teoria portfelowa i analiza papierów wartościowych, WIG PRESS, Warszawa 1998.
- HULL J. Kontrakty terminowe i opcje. Wprowadzenie, WIG PRESS, Warszawa 1997.
- WGT S.A., Przewodnik po futures, Warszawa 2002.

The use of Hedging against Risk of Exchange Rate Changes in Futures Quoted on the Warsaw Commodity Exchange

Abstract

On the Warsaw Commodity Exchange there are quoted futures on agricultural goods and financial instruments. Futures can be used to hedge against unfavourable changes on the cash market.

In the paper the model of hedging use in futures on euro was presented. Two scenarios of hedging use were worked out: pessimistic and optimistic.

The analysis showed, that thanks to sale hedging, within both of the scenarios, a negative impact of foreign exchange risk on the financial result of wheat sale on the cash market was minimised. An investor was secured of profit from the transaction at the level of 260,000 zloty.

Minimalne wynagrodzenie za pracę w Polsce i wybranych krajach świata

Wstęp

Wynagrodzenie minimalne jest z jednej strony podstawową gwarancją ochrony pracownika przed wyzyskiem ze strony pracodawcy, z drugiej jednak strony stanowi istotną przeszkodę w zwalczaniu bezrobocia. Płaca minimalna stanowi wynagrodzenie, jakie może otrzymać pracownik zatrudniony w pełnym wymiarze czasu pracy, wykonujący prace najprostsze w kraju lub w grupie społeczno-zawodowej, dla której jest ono ustalone¹.

Płaca minimalna powinna być ustalona na poziomie pozwalającym na „godziwe” zaspokajanie potrzeb podstawowych. Próbę określenia poziomu płacy godziwej podjął Komitet Niezależnych Ekspertów Rady Europy. Komitet ten uznał, że punktem wyjścia do określenia poziomu tej płacy powinna być płaca przeciętna. Zdaniem ekspertów, wynagrodzenie godziwe powinno kształtować się na poziomie 68% płacy przeciętnej w danym kraju. Polska ratyfikowała artykuł 4 Europejskiej Karty Społecznej z pominięciem ustępu 1, dotyczącego właśnie prawa do wynagrodzenia godziwego – gwarancje polskiego ustawodawstwa skupiają się na określeniu wynagrodzenia minimalnego, co nie oznacza godziwego. Kategoria płacy minimalnej nie przyczynia się do ograniczenia ubóstwa (w odróżnieniu od kategorii płacy godziwej). Badania wskazują, że duża część wzrostu płacy minimalnej nie jest trafnie adresowana, gdyż przynosi raczej korzyści gospodarstwu o dochodach średnich i wysokich. Dzieje się tak dlatego, że jest punktem odniesienia systemów płacowych w firmach, określa wiele składników wynagrodzeń i świadczeń społecznych. Stąd wzrost płacy minimalnej pociąga za sobą ogólny wzrost płac w firmach. Z kolei poziom płacy minimalnej jest na tyle niski, że nie daje ona możliwości godziwego życia.

Artykuł ma na celu charakterystykę wynagrodzenia minimalnego w Polsce oraz w wybranych krajach europejskich i USA. W pierwszej części opracowania przedstawiono historię minimalnego wynagrodzenia w Polsce. Następnie przeanalizowano zmiany w jego wysokości oraz jego relację do wynagrodzenia przeciętnego.

¹Na podstawie ustawy z 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę.

Historia minimalnego wynagrodzenia za pracę w Polsce

Poziom najniższego wynagrodzenia ustalany jest w Polsce od 1956 r. Jego rola w systemie płac oraz przyznawaniu innych świadczeń w ciągu lat ulegała licznym zmianom. Zawsze jednak była to kategoria określająca minimalny gwarantowany przez państwo poziom całości lub części wynagrodzenia za pracę.

Do 1977 r. najniższe wynagrodzenie stanowiło gwarantowany wszystkim pracownikom poziom łącznego wynagrodzenia w pełnym wymiarze czasu pracy. W latach 1977–1981 poziom minimalnego wynagrodzenia służył głównie do budowy tabel stawek wynagrodzenia i był ustalany jako minimalna stawka wynagrodzenia zasadniczego w najniższej kategorii zaszeregowania. W latach 1982–1986 ustalano zarówno poziom najniższego wynagrodzenia, jak i wysokość najniższej stawki wynagrodzenia zasadniczego w najniższej kategorii zaszeregowania.

Od lipca 1986 r. do sierpnia 1990 r. wysokość najniższego wynagrodzenia stanowiła jednocześnie najniższą stawkę wynagrodzenia zasadniczego w najniższej kategorii zaszeregowania. Przyjęcie takiego założenia powodowało, że przy każdorazowym podnoszeniu minimalnej pensji rosły również wynagrodzenia pracowników lepiej zarabiających².

Od 1 września 1990 r. przyjęto nową zasadę ustalania najniższego wynagrodzenia, jako kwoty pełnego wynagrodzenia gwarantowanego pracownikom za pełny miesięczny wymiar czasu pracy, niezależnie od posiadanych przez nich kwalifikacji i zaszeregowień osobistych, a także niezależnie od liczby i rodzaju stosowanych w zakładach pracy składników wynagrodzenia.

Do 1990 r. wysokość najniższego wynagrodzenia ustalała Rada Ministrów w drodze uchwały. Od 1990 r. o jego wysokości stanowiły zarządzenia ministra pracy i polityki socjalnej. Od 1998 r. do końca 2002 r. poziom najniższego wynagrodzenia określany był w rozporządzeniach ministra pracy.

Wejście w życie ustawy z 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę zakończyło okres określania najniższego wynagrodzenia za pracę przez ministra pracy i polityki społecznej na podstawie art. 77 kodeksu pracy.

Należy zaznaczyć, że w prawie pracy funkcjonują nadal dwa pojęcia: wynagrodzenie minimalne i wynagrodzenie najniższe. W potocznym języku pojęcia te

²Działo się tak dlatego, ponieważ najniższa stawka służyła do budowy tabeli stawek wynagrodzenia dla wszystkich pracowników. Skutki takich regulacji musiały być pokrywane z zakładowego funduszu wynagrodzeń, co praktycznie uniemożliwiało prowadzenie przez przedsiębiorstwa własnej polityki płacowej.

używane są zamiennie na określenie wynagrodzenia minimalnego. Jednakże na gruncie prawa pojęcia te nie są jednoznaczne i różne też jest ich stosowanie.

Jak już wspomniano powyżej, ustawa o wynagrodzeniu minimalnym w przepisach przejściowych dokonała zmiany pojęcia wynagrodzenia najniższego na wynagrodzenie minimalne. Jednakże zastosowane ujednoczenie nie miało charakteru generalnego, pozostawiono bowiem wiele wyjątków.

W ustawie tej w art. 25 wskazano, że ilekroć w przepisach prawa jest mowa o najniższym wynagrodzeniu za pracę pracowników przez odwołanie się do odrębnych przepisów lub do kodeksu pracy albo przez wskazanie ministra pracy i polityki socjalnej, ministra pracy i polityki społecznej lub ministra właściwego do spraw pracy jako zobowiązanego do ustalania takiego wynagrodzenia na podstawie odrębnych przepisów lub kodeksu pracy, oznacza to kwotę 760 zł.

Ustawa o minimalnym wynagrodzeniu za pracę w Polsce

Od 1 stycznia 2003 r. weszła w życie ustawa z 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę³. Tym samym został zrealizowany przepis art. 65 ust. 4 Konstytucji RP, zgodnie z którym „wysokość minimalnego wynagrodzenia za pracę lub sposób ustalania tej wysokości określa ustawa”.

Ustawa gwarantuje coroczny wzrost wysokości minimalnego wynagrodzenia w stopniu nie niższym niż prognozowany na dany rok wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych ogółem. Jednocześnie, jeśli w pierwszym kwartale roku, w którym odbywają się negocjacje, wysokość minimalnego wynagrodzenia jest niższa od połowy wysokości przeciętnego wynagrodzenia w gospodarce narodowej, to gwarancja ta jest zwiększana dodatkowo o 2/3 prognozowanego wskaźnika realnego przyrostu PKB⁴.

Ustawa określa terminy podwyższania wysokości minimalnego wynagrodzenia, a mianowicie:

- od 1 stycznia, jeśli prognozowany na dany rok wzrost cen towarów i usług konsumpcyjnych jest niższy niż 5%,
- od 1 stycznia i 1 lipca, gdy prognozowany wzrost cen na dany rok wynosi 5% więcej.

Komisja Trójstronna ma czas na uzgodnienie wysokości minimalnego wynagrodzenia do 15 lipca. Uzgodniona wysokość minimalnego wynagrodzenia na

³DzU Nr 200, poz. 1679.

⁴Gdy rzeczywisty wzrost cen różni się od prognozowanego, ustawa przewiduje zastosowanie mechanizmu korygującego.

rok następny podlega ogłoszeniu w Monitorze Polskim, w drodze obwieszczenia Prezesa Rady Ministrów, do 15 września⁵.

Ustawa gwarantuje pracownikowi zatrudnionemu w pełnym miesięcznym wymiarze czasu pracy wysokość wynagrodzenia w każdym miesiącu nie niższą od wysokości minimalnego wynagrodzenia określonej ustawą. Do ustalenia wysokości wynagrodzenia przyjmowane są wypłacane w danym miesiącu przysługujące pracownikowi składniki wynagrodzenia i inne świadczenia wynikające ze stosunku pracy, zaliczone według zasad statystyki zatrudnienia i wynagrodzeń określonych przez Główny Urząd Statystyczny do wynagrodzeń osobowych, z wyłączeniem: nagrody jubileuszowej, odprawy pieniężnej przysługującej pracownikowi w związku z przejściem na emeryturę lub rentę z tytułu niezdolności do pracy oraz wynagrodzenia za pracę w godzinach nadliczbowych.

Jeżeli w danym miesiącu, z uwagi na terminy wypłat niektórych składników wynagrodzeń lub rozkład czasu pracy wynagrodzenie pracownika będzie niższe od obowiązującej wysokości minimalnego wynagrodzenia, to pracownikowi przysługuje uzupełnienie wynagrodzenia do tej wysokości w postaci wyrównania. Wypłata wyrównania następuje co miesiąc razem z wynagrodzeniem.

Ustawa dopuszcza ustalenie przez pracodawcę wynagrodzenia pracownika w wysokości niższej od ustalonej wysokości minimalnego wynagrodzenia. Wynagrodzenie to nie może być w pierwszym roku niższe niż 80% wysokości minimalnego wynagrodzenia. Do końca 2005 r. ustawa dopuszczała możliwość ustalenia wynagrodzenia pracownikowi w drugim roku pracy w wysokości nie niższej niż 90% minimalnego wynagrodzenia.

Wynagrodzenie minimalne ma zmienną wysokość (tab. 1). Od 1 stycznia 2007 r. wysokość tego wynagrodzenia to 936 zł. Zostało ono ustalone zgodnie z art. 2 ust. 5 ustawy o minimalnym wynagrodzeniu, czyli przez Radę Ministrów, i ogłoszone w rozporządzeniu w sprawie wysokości minimalnego wynagrodzenia za pracę w 2007 r. Wynagrodzenie najniższe ma stałą wysokość (nie podlega zmianie) i wynosi 760 zł⁶.

Istotne znaczenie w ocenie wysokości minimalnego wynagrodzenia może mieć również analiza jego relacji do przeciętnego wynagrodzenia czy do kategorii minimum socjalnego.

⁵Gdy Komisja Trójstronna nie uzgodni do 15 lipca wysokości minimalnego wynagrodzenia, wówczas decyzję o wysokości tego wynagrodzenia podejmuje Rada Ministrów i ogłasza, w drodze rozporządzenia, w Dzienniku Ustaw – w terminie do 15 września danego roku. Ustalona przez Radę Ministrów wysokość minimalnego wynagrodzenia nie może być niższa od wysokości, którą Rada Ministrów zaproponowała Komisji Trójstronnej do negocjacji.

⁶Ustawa z 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę (DzU Nr 200, poz. 1679 z późn. zm.). Rozporządzenie Rady Ministrów z 12 września 2006 r. (DzU Nr 171, poz. 1227) w sprawie wysokości minimalnego wynagrodzenia za pracę w 2007 r.

Tabela 1

Najniższe i minimalne wynagrodzenie za pracę w Polsce w latach 1999–2007

Data obowiązywania	Wysokość w zł
Najniższe wynagrodzenie	
Od 1 listopada 1999 r.	670
Od 1 marca 2000 r.	700
Od 1 stycznia 2001 r.	760
Minimalne wynagrodzenie	
Od 1 stycznia 2003 r.	800
Od 1 stycznia 2004 r.	824
Od 1 stycznia 2005 r.	849
Od 1 stycznia 2006 r.	899,10
Od 1 stycznia 2007 r.	936

Źródło: Dane Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej.

Z analizy danych wynika, że w latach objętych badaniem płaca minimalna stanowiła średnio 36% (w 1999 r. 39%) wynagrodzenia przeciętnego w gospodarce. Minimum socjalne w analizowanym okresie przewyższało płacę minimalną o ponad 30%⁷.

Minimalne wynagrodzenie w różnych krajach świata

W osiemnastu krajach członkowskich Unii Europejskiej (Belgii, Hiszpanii, Estonii, Grecji, Francji, Węgrzech, Irlandii, Łotwie, Litwie, Luksemburgu, Malcie, Holandii, Polsce, Portugalii, Słowacji, Słowenii, Republice Czeskiej i Wlk. Brytanii), w dwóch krajach akcesyjnych (Bułgarii, Rumunii) i w jednym kraju kandydującym (Turcji), negocjacje zbiorowe podlegają ustawowym krajowym wynagrodzeniom minimalnym (tab. 2)⁸. Pozostałe państwa członkowskie (Austria, Dania, Finlandia, Niemcy, Szwecja oraz Włochy) nie regulują płac minimalnych.

⁷W dyskusjach o sposobie kształtowania wysokości płacy minimalnej istnieje koncepcja, aby za punkt odniesienia najniższego wynagrodzenia uczynić poziom minimum socjalnego. Jeżeli wysokość najniższego wynagrodzenia kształtowałaby się na wyższym poziomie, jakim jest wartość minimum socjalnego, to skutki tego mogłyby okazać się społecznie negatywne. W warunkach słabnącego i dość niskiego wzrostu gospodarczego podwyższenie płacy minimalnej może zrodzić niepożądany efekt – wzmocnienie inflacji, a nawet jeśli chwilowo wzrosną dochody obecnie pracujących, to negatywnie wpłynie to na szanse zatrudniania osób młodych, wchodzących na rynek pracy, ponieważ pracodawcy ograniczą zatrudnienie.

⁸Dane na 1 stycznia 2006 r.

Poziom płacy minimalnej jest ustalany w krajach Unii Europejskiej i w krajach kandydujących w różny sposób: najczęściej przez rządy po konsultacjach z partnerami społecznymi, rzadziej przez sam rząd lub w drodze negocjacji trójstronnych.

Płaca minimalna jest w Europie (w tym w Polsce) określana miesięcznie (poza kilkoma wyjątkami, gdy ustala się także minimalną stawkę godzinową).

Tabela 2

Synteza płacy minimalnej w Unii Europejskiej oraz w USA (stan na 1 stycznia 2006 r.)

Kraj	Rok wprowadzenia	Zakres podmiotowy	Metoda ustalania metoda waloryzacji	Rodzaj stawki
1	2	3	4	5
KRAJE UE				
Belgia	1975	Pracownicy sektora prywatnego w wieku powyżej 21 lat	Negocjacje partnerów społecznych	Miesięczna
Czechy	1991	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd po negocjacji partnerów społecznych	Miesięczna i godzinowa
Estonia	1991	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd	Miesięczna i godzinowa
Grecja	1991	Wszyscy pracownicy w wieku powyżej 19 lat (niefizyczni) lub powyżej 18 lat (fizyczni)	Coroczne negocjacje partnerów społecznych	Miesięczna (pracownicy niefizyczni) i dzienna (pracownicy fizyczni)
Hiszpania	1980	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd	Miesięczna i dzienna
Francja	1970	Wszyscy pracownicy powyżej 18 lat	Ustanawiana przez rząd	Godzinowa
Irlandia	2000	Dorośli doświadczeni pracownicy	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych lub sądu pracy	Godzinowa
Litwa	1991	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd	Miesięczna i godzinowa
Łotwa	1991	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych	Miesięczna i godzinowa

Tabela 2 cd.

1	2	3	4	5
Luksemburg	1973	Wszyscy pracownicy w wieku powyżej 18 lat	Ustanawiana przez rząd	Miesięczna
Węgry	1988	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych	Miesięczna
Malta	1974	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd	Tygodniowa
Holandia	1969	Wszyscy pracownicy w wieku powyżej 23 lat	Ustanawiana przez rząd	Miesięczna
Polska	1990	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych	Miesięczna
Portugalia	1974	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd	Miesięczna
Słowenia	1995	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych	Miesięczna
Słowacja	1991	Wszyscy pracownicy w wieku powyżej 16 lat	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych	Miesięczna lub godzinowa
Wielka Brytania	1999	Wszyscy pracownicy w wieku powyżej 16 lat	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych	Godzinowa
KRAJE AKCESYJNE				
Bułgaria	1990	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych biorąc pod uwagę ograniczenia budżetowe kraju	Miesięczna lub godzinowa
Rumunia	1990	Wszyscy pracownicy	Ustanawiana przez rząd na podstawie rekomendacji partnerów społecznych	Miesięczna

Tabela 2 cd.

Kraj	Rok wprowadzenia	Zakres podmiotowy	Metoda ustalania metoda waloryzacji	Rodzaj stawki
KRAJ KANDYDUJĄCY				
Turcja	1936	Wszyscy pracownicy w wieku powyżej 16 lat	Ustalana przez komitet ds. płacy minimalnej składający się z przedstawicieli rządu, pracowników i pracodawców	Miesięczna
INNE KRAJE				
USA	1938	Pracownicy sektora prywatnego w przedsiębiorstwach o obrotach > 500 000 USD rocznie lub w mniejszych firmach zaangażowanych w handel międzystanowy lub w samorządzie federalnym, stanowym lub lokalnym	Ustanawiana przez rząd	Godzinowa

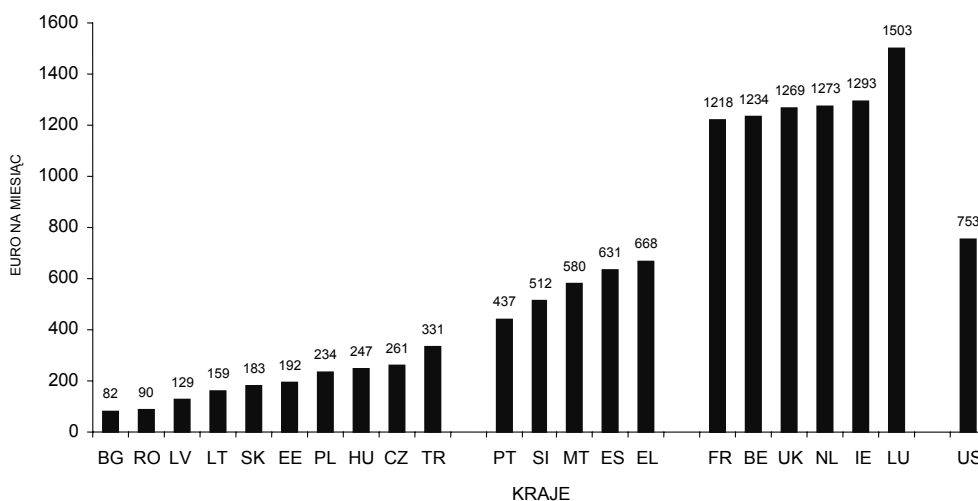
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Eurostat – Statistics in focus, Theme 3 – 9/2006.

Kraje europejskie można podzielić na trzy grupy oparte na poziomie płacy minimalnej. Pierwszą grupę stanowią Bułgaria, Rumunia i Turcja oraz 7 z 18 krajów członkowskich (Łotwa, Litwa, Słowacja, Estonia, Polska, Węgry, Republika Czeska). Płaca minimalna w tej grupie wyniosła między 82 i 331 EUR w styczniu 2006 r. Druga grupa obejmuje pięć krajów członkowskich (Portugalia, Słowenia, Malta, Hiszpania, Grecja) z płacą minimalną od 437 do 668 EUR. Trzecia grupa obejmuje 6 krajów członkowskich (Francja, Belgia, Wlk. Brytania, Holandia, Irlandia i Luksemburg), gdzie płaca minimalna wyniosła ponad 1200 EUR. Oznacza to, że poziom płacy minimalnej w Bułgarii jest 25-krotnie niższy niż w Luksemburgu. W USA federalna płaca minimalna wynosi 753 EUR.

Odniesienie do parytetów siły nabywczej dzieli na pół różnice w poziomach płacy minimalnej pomiędzy krajami członkowskimi.

Wykres 2 porównuje płace minimalne po zniwelowaniu efektu różnicy w poziomie cen przez odniesienie parytetów siły nabywczej (PPS⁹) do krańcowych wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych.

⁹PPS (purchasing power standard) – „sztuczna waluta uwzględniająca różnice w poziomie cen, które nie są brane pod uwagę w kursach wymiany walut poszczególnych państw.



BG – Bułgaria, RO – Rumunia, LV – Łotwa, LT – Litwa, SK – Słowacja, EE – Estonia, PL – Polska, HU – Węgry, CZ – Rep. Czeska, TR – Turcja, PT – Portugalia, SI – Słowenia, MT – Malta, ES – Hiszpania, EL – Grecja, FR – Francja, BE – Belgia, UK – Wlk. Brytania, NL – Holandia, IE – Irlandia, LU – Luksemburg, US – USA

Wykres 1

Wysokość płacy minimalnej w wybranych krajach członkowskich Unii Europejskiej, krajach kandydujących oraz USA w styczniu 2006 r. (w euro)

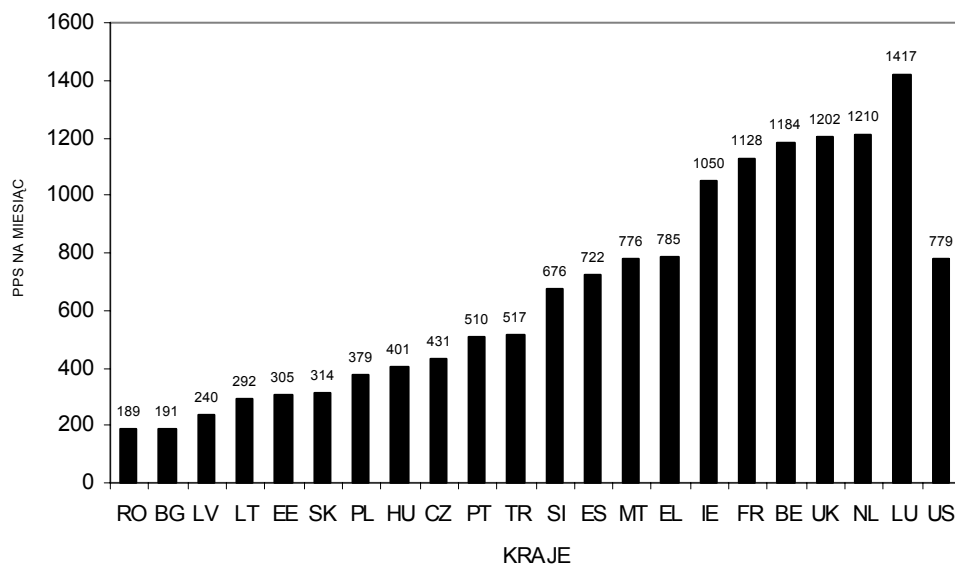
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Eurostat – Statistics in focus, Theme 3–9/2006.

Różnice w poziomach miesięcznej płacy minimalnej pomiędzy poszczególnymi krajami są znacznie mniejsze, kiedy wyrazimy je w PPS, a nie w euro. Zniwelowanie różnicy w poziomie cen w poszczególnych krajach pokazuje w szczególności zwiększenie siły nabywczej płacy minimalnej we wszystkich krajach członkowskich poza tymi z grupy 3. (wysoka płaca minimalna). W krajach członkowskich płaca minimalna w euro (wykres 1) sięgała od 129 do 1503 euro, co prezentuje wskaźnik około 1:12. W odróżnieniu od tego, płaca minimalna wyrażona w PPS (wykres 2) sięgała od 240 do 1417, a współczynnik 1:6.

Podsumowując, ranking krajów pozostaje niezmienny, wyłączając Irlandię, która spada o 4 miejsca w grupie wysokich płac (3. grupa).

W latach 2003–2006 średni roczny wzrost płacy minimalnej w euro wynosił od 1 do 12% w krajach członkowskich¹⁰. Na podstawie danych w euro roczny wzrost minimalnej płacy sięga od 1% w Holandii do 12% w Estonii. Na podstawie danych w PPS roczny wzrost minimalnej płacy sięga od 3% w Portugalii do 6% w Hiszpanii i w Wlk. Brytanii. Dla wszystkich krajów, z wyjątkiem Luksemburga (wzrost oparty na euro 2%, wzrost oparty na PPS 5%), Wlk. Brytanii

¹⁰Eurostat – Statistics in focus, Theme 3 – 9/2006.



BG – Bułgaria, RO – Rumunia, LV – Łotwa, LT – Litwa, SK – Słowacja, EE – Estonia, PL – Polska, HU – Węgry, CZ – Rep. Czeska, TR – Turcja, PT – Portugalia, SI – Słowenia, MT – Malta, ES – Hiszpania, EL – Grecja, FR – Francja, BE – Belgia, UK – Wlk. Brytania, NL – Holandia, IE – Irlandia, LU – Luksemburg, US – USA

Wykres 2

Wysokość płacy minimalnej w wybranych krajach członkowskich Unii Europejskiej, krajach kandydujących oraz USA w styczniu 2006 r. (w PPS)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Eurostat – Statistics in focus, Theme 3–9/2006.

(wzrost w euro 5%, wzrost w PPS 6%) oraz USA (wzrost w euro 5%, wzrost w PPS 1%), roczny wzrost oparty na euro jest wyższy niż oparty na PPS.

Udział pracowników zatrudnionych w pełnym wymiarze jest znacząco zróżnicowany w poszczególnych krajach i jest wyższy wśród kobiet. W Hiszpanii, Wlk. Brytanii, na Malcie, Słowacji, w Rep. Czeskiej, Słowenii i w Holandii odsetek ten wynosił poniżej 3%. W Irlandii, Polsce, Portugalii, Estonii i na Węgrzech odsetek ten wynosił między 3 i 8%. W Rumunii, na Litwie, we Francji i w Luksemburgu odsetek ten wynosił powyżej 12%. W USA odsetek pracowników otrzymujących płacę minimalną wyniósł 1,4%. Odsetek ten rósł pomiędzy 2003 i 2004 rokiem w 6 krajach: Hiszpanii (+0,13%), Słowenii (+0,7%), Holandii (+0,13%), Estonii (+0,68%), na Węgrzech (+0,1%) i w Rumunii (+0,2%). W innych krajach pozostał niezmienny (Rep. Czeska, Irlandia, USA) lub spadł (Wlk. Brytania, Malta, Słowacja, Litwa, Francja, Luksemburg). Odsetek kobiet otrzymujących płacę minimalną jest większy

w porównaniu do odsetka mężczyzn we wszystkich krajach, z wyjątkiem dwóch: Malty i Węgier.

W większości krajów miesięczna płaca minimalna wynosi mniej niż 50% średniej płacy brutto. Jedynymi wyjątkami są Luksemburg i Irlandia, gdzie miesięczna płaca minimalna wynosi 50% średnich zarobków brutto. Tutaj także kraje można podzielić na trzy grupy: Słowacja, Rumunia, Estonia i Polska tworzą pierwszą grupę, gdzie miesięczna płaca minimalna wynosi poniżej 35% średnich zarobków brutto. Druga grupa składa się z Hiszpanii, Wlk. Brytanii, Litwy, Rep. Czeskiej, Łotwy, Portugalii i Węgier, gdzie płaca minimalna wynosi pomiędzy 38 a 41% średniej miesięcznej płacy brutto. Trzecia grupa składa się z Bułgarii, Słowenii, Holandii, Malty, Luksemburga i Irlandii, gdzie płaca minimalna jest powyżej 43% średniej miesięcznej płacy brutto.

Zarówno w Unii Europejskiej, jak i w Polsce istnieją pewne inwarianty w strukturze płac: więcej zarabia się w przemyśle wydobywczym czy w chemii, mniej w przemyśle lekkim (przemysł spożywczy, włókienniczy). Są jednak także znaczące różnice. W Unii Europejskiej więcej zarabia się w budownictwie niż w przemyśle przetwórczym, w Polsce odwrotnie. Mimo generalnie dużych rozpiętości płac między zawodami w Unii, w kilku przypadkach są one jednak zbliżone i zarazem odmienne niż w Polsce. Dla przykładu płaca inżyniera górnika w Austrii stanowi 290,2% płacy robotnika niewykwalifikowanego w przemyśle włókienniczym, w Niemczech 251,1%, podczas gdy w Polsce 384,4%. Rzeźnik zarabia w Austrii 135%, w Belgii 141%, w Niemczech 132%, a w Polsce 98% płacy niewykwalifikowanego robotnika.

Wnioski

1. Ustawa z 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę wprowadziła zasadnicze zmiany w przepisach odwołujących się do najniższego wynagrodzenia za pracę. Zmiany te można podzielić na trzy grupy:

- I grupa – obejmuje ustawy, w których dotychczasowe najniższe wynagrodzenie za pracę zastąpiono minimalnym wynagrodzeniem za pracę. Są to następujące ustawy: kodeks pracy, o zatrudnieniu i przeciwdziałaniu bezrobociu, o systemie ubezpieczeń społecznych, kodeks karny wykonawczy;
- II grupa – obejmuje ustawy, w których dotychczasowe najniższe wynagrodzenie za pracę zastąpiono minimalnym wynagrodzeniem za pracę z grudnia roku poprzedniego. Są to ustawy: o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych, o powszechnym obowiązku obrony Rzeczypospolitej Polskiej, o uposażeniu żołnierzy, o szczególnych zasadach

rozwiązywania z pracownikami stosunków pracy z przyczyn dotyczących zakładu pracy, o systemie ubezpieczeń społecznych;

- III grupa – obejmuje ustawy, w których dotychczasowe najniższe wynagrodzenie za pracę zastąpiono kwotą waloryzowaną corocznie od 2004 r. wskaźnikiem cen towarów i usług konsumpcyjnych. Są to ustawy: o postępowaniu egzekucyjnym, o podatku dochodowym od osób fizycznych, o pomocy państwa w spłacie niektórych kredytów mieszkaniowych, udzielaniu premii gwarancyjnych oraz refundacji bankom wypłaconych premii gwarancyjnych, o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne.

2. Poziom wynagrodzenia minimalnego w Polsce dalece odbiega od założeń Rady Europy, wynagrodzenie to stanowi bowiem jedynie około 39% płacy przeciętnej.

3. Pod względem poziomu minimalnego wynagrodzenia kraje należące do Unii Europejskiej można podzielić na trzy grupy:

- w grupie pierwszej poziom wynagrodzeń przekracza 331 euro,
- w drugiej grupie minimalne zarobki wahają się w granicach od 437 do 668 euro,
- w grupie trzeciej mieszczą się kraje o poziomie płacy minimalnej powyżej 1200 euro.

4. Zróżnicowanie wynagrodzeń jest naturalną konsekwencją różnic w poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego, których syntetycznym wskaźnikiem jest wielkość PKB na jednego mieszkańca.

Literatura

Eurostat – Statistics in focus, Theme 3 – 9/2006.

Komunikat Kancelarii Prezesa Rady Ministrów – 12 września 2006 r.

RAKOWSKA-BOROŃ I., 2006: Minimalna płaca – 936 zł – www.gazetaprawna.pl, 13 września 2006 r.

RACZKOWSKA M., 2006: Minimum socjalne i minimum egzystencji – wzorce warunków bytu ludności żyjącej w sferze ubóstwa. [w:] Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie – Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej Nr 58(2006), Wydawnictwo SGGW, Warszawa,

Rozporządzenie Rady Ministrów z 12 września 2006 r. (DzU nr 171, poz. 1227) w sprawie wysokości minimalnego wynagrodzenia za pracę w 2007 r.

ZALEWSKI T., 2006: Rząd ustali minimum – www.gazetaprawna.pl, 31 lipca 2006 r.

Ustawa z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę.

Minimal Salary in Poland and in Chosen World Countries

Abstract

The aim of the article is the characteristics of the minimal salary in Poland and in chosen European countries and in the United States of America. The first part presents history of the minimal salary in Poland. The rest of the article shows the analysis of changes in the minimal salary level in Poland and its relation to the average salary.

Piotr Adamczyk

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej SGGW

Wydajność pracy a poziom wynagrodzeń osób zatrudnionych w przemyśle mięsnym

Wstęp

Na rynku pracy w Polsce coraz częściej można zaobserwować sytuację, kiedy pracodawcy sygnalizują problemy ze znalezieniem pracowników, podczas gdy oficjalne statystyki wskazują, że liczba osób bezrobotnych przekracza 2 mln. To pozornie dziwne zjawisko próbuje się tłumaczyć na dwa sposoby. Po pierwsze, część bezrobotnych w ogóle nie jest zainteresowana podjęciem pracy lub też nie może odpowiedzieć na pojawiające się oferty ze względu na zbyt niskie kwalifikacje. Po drugie zaś, osoby o pożądanym przez pracodawców kwalifikacjach, głównie ze względu na wyższe płace, wolą podejmować pracę w krajach, które otworzyły swoje rynki pracy po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Problem ten dotyczy wielu gałęzi gospodarki, w tym także przemysłu mięsnego. Pracodawcy argumentują, że wynagrodzenia nie mogą gwałtownie wzrastać, gdyż wydajność pracy jest zdecydowanie niższa niż w krajach Europy Zachodniej. Należy jednak pamiętać, że zależność ta ma charakter dwukierunkowy, a wzrost wynagrodzenia ma zachęcać pracowników do bardziej intensywnej pracy.

W opracowaniu, na przykładzie jednej z branż przemysłu spożywczego, podjęto próbę zbadania zależności pomiędzy zmianami wydajności pracy wyrażonej produkcją sprzedaną na 1 zatrudnionego a zmianami poziomu wynagrodzeń. Badania przeprowadzono, opierając się na danych Głównego Urzędu Statystycznego odnoszących się do grupy 15.1 w systemie Europejskiej Klasyfikacji Działalności (produkcja, przetwórstwo i konserwowanie mięsa), w rozbiciu na poszczególne klasy EKD. Jako okres badawczy, ze względu na dostępność odpowiednich danych, przyjęto lata 1997–2005, a siłę związku pomiędzy zmianami badanych kategorii określono przy wykorzystaniu współczynnika korelacji. Prezentowane dane dotyczą podmiotów, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

Wydajność pracy a wynagrodzenie osób zatrudnionych

Wydajność pracy jest najczęściej definiowana jako wielkość produkcji przypadająca na zatrudnionego lub na jednostkę czasu pracy, ukształtowana pod wpływem technologii, kwalifikacji i stosunków społeczno-ekonomicznych wyznaczających organizację i warunki pracy¹.

Badanie związków pomiędzy zmianami wydajności pracy a poziomem wynagrodzeń osób zatrudnionych w przedsiębiorstwie musi uwzględniać fakt, że wynagrodzenie jest kategorią ekonomiczną, która może być postrzegana dwojako. Z punktu widzenia pracodawcy stanowi ono cenę nabycia czynnika wytwórczego „praca” i jest częścią składową całkowitych kosztów produkcji. Z kolei z punktu widzenia pracownika jest dochodem z pracy, będącym zarazem głównym, a niekiedy jedynym źródłem utrzymania. W pierwszym przypadku pracę traktuje się jako szczególny towar oferowany na nietypowym rynku, jakim jest rynek pracy. W ujęciu dochodowym uwzględnia się natomiast zarówno ekonomiczne, jak i społeczne aspekty pracy.

Wynagrodzenie jest na ogół definiowane jako zapłata za pracę podporządkowaną i wykonywaną na rzecz pracodawcy². Obejmuje ono kilka składników: płacę stałą (na którą składa się płaca zasadnicza, dodatki do płacy oraz wynagrodzenia za czas nieprzepracowany, w tym urlop wypoczynkowy lub macierzyński), bodźce krótkoterminowe (premie i nagrody), bodźce długoterminowe (są to głównie bodźce własnościowe, np. akcje lub opcje na akcje, udział w zyskach) oraz świadczenia dodatkowe (mające z reguły charakter rzeczowy, np. świadczenia mieszkaniowe, transportowe, rekreacyjne, zdrowotne, szkoleniowe). Według tego ujęcia, terminy „płaca” i „wynagrodzenie” nie są synonimami, a określenie „płaca” jest zarezerwowane raczej dla płacy stałej.

W literaturze przyjmuje się jednak, że płaca i wynagrodzenie pełnią podobne funkcje, wśród których za najważniejsze, z punktu widzenia założonego celu badawczego, należy uznać: funkcję dochodową (wynagrodzenie jest głównym źródłem utrzymania pracownika i jego rodziny), kosztową (wynagrodzenie stanowi koszt, a jego wysokość wpływa na konkurencyjność firmy na rynku) oraz motywacyjną (wynagrodzenie ma zachęcać pracowników do większego wysiłku, osiągania coraz lepszych wyników, podnoszenia kwalifikacji oraz kształtowania pożądanых postaw i zachowań)³.

¹Jagas, J., 1999: Czynniki i metody warunkujące produktywność i wydajność w okresie integracji z Unią Europejską. Wyd. WSP w Opolu, Opole, s. 9.

²Borkowska, S., 2004: Wynagrodzenia – rozwiązywanie problemów w praktyce. Oficyna Ekonomiczna, Kraków, s. 11.

³Sekuła, Z., 2003: Uwarunkowania i instrumenty polityki płac w firmie. Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław, s. 18 i nast.

Dla pracodawcy wynagrodzenie stanowi najważniejszy składnik kosztów pracy, w związku z tym jest on zainteresowany osiągnięciem jak największej produktywności, czyli maksymalizacją efektu w stosunku do poniesionych kosztów. Chodzi tu przede wszystkim o maksymalizację zwrotu z jednostki kosztu pracy, czyli o minimalizację tzw. jednostkowego kosztu pracy. Dlatego też wskaźnik dynamiki zmian wydajności pracy powinien stanowić podstawę przy ustalaniu poziomu wynagrodzeń. Ich wzrost w tempie przekraczającym zmiany wydajności pracy przyczynia się do zwiększenia kosztów jednostkowych. Jednak z drugiej strony bieżący poziom wynagrodzeń musi uwzględniać zmiany cen dóbr i usług konsumpcyjnych, tak aby płace co najmniej zachowywały swoją siłę nabywczą. Za najbardziej pożądaną należy uznać sytuację, gdy wynagrodzenia wzrastają w tempie przekraczającym zmiany cen mierzone wskaźnikiem CPI, ale jednocześnie nie wyższym niż wynikałoby to z tempa wzrostu wydajności pracy. Nie zawsze jest to możliwe, ale w dłuższej perspektywie opisana prawidłowość powinna zostać zachowana.

Wydajność pracy w przemyśle mięsnym

Wydajność pracy powszechnie uważa się za wskaźnik, który w sposób syntetyczny obrazuje efektywność wykorzystania zasobów pracy. W badaniach empirycznych najczęściej wykorzystuje się konstrukcję wskaźnika opartą na relacji produkcji sprzedanej do liczby osób zatrudnionych. Ze względu na fakt, że tuż po urynkowaniu gospodarki w wielu przedsiębiorstwach występował problem przerostu zatrudnienia, wspomniany wskaźnik w początkowej fazie przemian przyjmował relatywnie niskie wartości. W kolejnych latach w następstwie przeprowadzanej restrukturyzacji, polegającej m.in. na racjonalizacji zatrudnienia, obserwowano proces systematycznego wzrostu wydajności pracy. Z ekonomicznego punktu widzenia zjawisko to należy uznać za korzystne, gdyż przyczynia się do poprawy konkurencyjności przemysłu przez obniżenie przeciętnych kosztów produkcji.

Na tle innych gałęzi przemysłu spożywczego wydajność pracy w przemyśle mięsnym jest niska. W 1997 r. stanowiła ona ponad 92% poziomu wydajności pracy w przemyśle spożywczym, podczas gdy w 2005 r. niespełna 81%⁴. W całym badanym okresie relacja ta wykazywała tendencję malejącą. Dosyć wyraźne zróżnicowanie wydajności pracy występuje także pomiędzy poszczególnymi segmentami przemysłu mięsnego (tab. 1). Najwyższym jej poziomem,

⁴Obliczenia własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 1998 i 2006.

Tabela 1

Wydajność pracy w przemyśle mięsnym (w tys. zł na zatrudnionego)

Rok	Produkcja i przetwórstwo mięsa (15.1)	Produkcja i przetwórstwo mięsa czerwonego (15.11)	Produkcja i przetwórstwo mięsa drobiowego (15.12)	Produkcja wyrobów z mięsa (15.13)
1997	140,4	132,8	159,7	146,7
1998	149,1	144,4	165,5	150,0
1999	153,2	147,1	167,7	158,2
2000	181,6	172,9	206,9	186,2
2001	213,6	208,2	238,7	209,1
2002	212,7	210,3	236,6	201,1
2003	211,6	205,9	259,5	194,3
2004	241,4	241,6	290,5	212,8
2005	252,3	254,2	294,8	225,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 1998–2006.

zbliżonym do obserwowanego w całym przemyśle spożywczym, odznaczają się zakłady drobiarskie. W badanym okresie wspomniane dysproporcje nie uległy istotnemu zmniejszeniu.

Do 2001 r. włącznie najniższą wydajność pracy osiągały zakłady produkujące mięso czerwone. W kolejnych latach sytuacja ta uległa zmianie i obecnie najmniej wydajne są podmioty zajmujące się produkcją wyrobów z mięsa. W latach 1997–2005 wydajność pracy w całym przemyśle mięsnym (grupa EKD 15.1) mierzona produkcją sprzedaną w przeliczeniu na 1 zatrudnionego w cenach stałych⁵ wzrosła o ponad 37% (tab. 2). Oznacza to, że średnioroczny wzrost wyniósł około 4%, co można oceniać pozytywnie. Jednak z drugiej strony należy mieć świadomość, że nie jest to tempo wzrostu, które pozwoliłoby na szybkie osiągnięcie poziomu wydajności pracy obserwowanego w krajach Europy Zachodniej.

W latach 1997–2005 nastąpił wzrost wydajności pracy we wszystkich segmentach przemysłu mięsnego. W przedsiębiorstwach prowadzących produkcję mięsa czerwonego wyniósł on ponad 45%, natomiast w podmiotach wytwarzających wyroby z mięsa 16,6%, co oznacza, że średnie roczne tempo wzrostu wynosiło odpowiednio około 4,8% oraz 1,9%. Relatywnie niskie tempo wzro-

⁵Urealnienia wartości produkcji sprzedanej dokonano na podstawie wskaźników cen produkcji sprzedanej dla grupy EKD 15.1. Stosowano ceny z 1997 r.

Tabela 2Dynamika zmian^a wydajności pracy w przemyśle mięsny (rok poprzedni = 100)

Rok	Produkcja i przetwórstwo mięsa (15.1)	Produkcja i przetwórstwo mięsa czerwonego (15.11)	Produkcja i przetwórstwo mięsa drobiowego (15.12)	Produkcja wyrobów z mięsa (15.13)
1998	100,3	102,7	97,9	96,6
1999	104,5	103,6	103,1	107,3
2000	106,6	104,8	110,0	104,9
2001	109,4	112,0	107,3	104,5
2002	103,7	105,2	103,3	100,2
2003	102,8	101,1	113,3	99,8
2004	102,0	104,9	100,0	97,9
2005	103,5	104,2	100,5	104,8

^a w cenach stałych z 1997 r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 1998–2006.

stu wydajności pracy, a nawet jej przejściowy spadek w drugim z wymienionych segmentów przemysłu mięsnego, wynikało ze szczególnie trudnej sytuacji, w jakiej znalazły się te przedsiębiorstwa w następstwie kryzysu gospodarczego w Rosji. Należy przypomnieć, że pomiędzy 1997 a 2001 r. produkcja przetworów mięsnych systematycznie zmniejszała się, a w latach 2001–2002 zaobserwowano ujemną dynamikę zmian produkcji sprzedanej, co może wskazywać, że nie udało się w pełni odbudować rynków zbytu. W tych warunkach uzyskanie wysokiego tempa wzrostu wydajności pracy nie było możliwe, nawet biorąc pod uwagę znaczną redukcję zatrudnienia obserwowaną w latach 1999–2002. Z kolei spadkowi wydajności pracy w latach 2003–2004 towarzyszył wzrost zatrudnienia. W zakładach zaliczanych do klasy EKD 15.11 wydajność pracy zwiększała się dzięki systematycznemu wzrostowi wartości produkcji sprzedanej, a obniżenie poziomu zatrudnienia w tych przedsiębiorstwach jedynie powiększało skalę tego zjawiska. Relatywnie najkorzystniejszą sytuację można było zaobserwować w zakładach drobiarskich, gdzie wzrost wydajności odbywał się równolegle ze wzrostem poziomu zatrudnienia. Ogółem w latach 1997–2005 wydajność pracy w ujęciu realnym wzrosła w tym segmencie o ponad 40%, co oznacza, że średnioroczne tempo wzrostu wynosiło 4,3%.

Poziom i dynamika zmian wynagrodzeń w przemyśle mięsnym

Wynagrodzenie, rozumiane jako ogół wydatków pieniężnych i w naturze wypłacanych pracownikom z tytułu zatrudnienia w organizacji, jest jednym z najważniejszych motywów podejmowania pracy oraz stanowi kryterium oceny pracodawcy przez pracobiorcę⁶.

W badanym okresie, w przemyśle mięsnym, w ślad za poprawiającą się wydajnością pracy wzrastały również wynagrodzenia, chociaż w dalszym ciągu są one wyraźnie niższe niż w innych gałęziach przemysłu spożywczego. W 1997 r. przeciętna miesięczna płaca stanowiła 80% średniej płacy w przemyśle spożywczym. W 2005 r. relacja ta uległa obniżeniu do 73% pomimo tego, że w okresie objętym badaniem wydajność pracy wzrastała szybciej niż w całym przemyśle spożywczym. W latach 1997–2005, uwzględniając zmiany w sposobie naliczania wynagrodzeń⁷, przeciętna płaca nominalna w przedsiębiorstwach produkujących mięso i przetwory mięsne wzrosła o 48,5%, a wydajność pracy w cenach bieżących o 79,7% (tab. 3). Sytuacja ta świadczy o kontroli dynamiki zmian wynagrodzeń w przedsiębiorstwach i przyczynia się do poprawy ich konkurencyjności. Relatywnie najgorsza sytuacja wystąpiła w segmencie przedsiębiorstw wytwarzających wyroby z mięsa, gdzie wydajność pracy wzrosła o 53,4%, natomiast wynagrodzenia o około 52%. Utrzymywanie się takiego stanu rzeczy w dłuższym okresie może prowadzić do pogorszenia ich kondycji ekonomicznej. W grupie przedsiębiorstw zajmujących się przemysłową produkcją i przetwórstwem mięsa czerwonego pomiędzy 1997 a 2005 r. odnotowano wzrost płac o 48%, ale przy wzroście wydajności pracy o ponad 91% nie jest to zjawisko niepokojące. Podobnie sytuacja przedstawiała się w zakładach drobiarskich, gdyż w tym okresie wydajność pracy wzrosła o 84,6%, natomiast przeciętne wynagrodzenie brutto o 43,3%. Warto również podkreślić, że w latach 2002–2003 w tym segmencie przemysłu mięsnego nastąpił nieznaczny spadek płacy nominalnej.

Jak wspomniano wcześniej, z punktu widzenia pracowników większe znaczenie ma siła nabywcza otrzymywanego wynagrodzenia, czyli płaca realna. W ostatnich latach zauważalne są niepokojące tendencje w tym zakresie, gdyż w badanym okresie wzrost przeciętnej płacy nominalnej w przedsiębiorstwach zaliczanych do grupy EKD 15.1 był mniejszy niż wzrost cen dóbr i usług konsumpcyjnych (wyrażony za pomocą wskaźnika CPI). Oznacza to, że płaca realna w badanym okresie zmniejszyła się (łącznie o 0,6%), co może prowadzić do po-

⁶Klepacki, B., 1999: Podstawy organizacji i zarządzania. SnRRWSBiP, Ostrowiec Św., s. 211.

⁷Od 1 stycznia 1999 r. część składki na ubezpieczenie społeczne jest płaconą przez pracownika, wskutek czego wzrasta wynagrodzenie brutto.

Tabela 3

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w przemyśle mięsnym (w zł)

Rok	Produkcja i przetwórstwo mięsa (15.1)	Produkcja i przetwórstwo mięsa czerwonego (15.11)	Produkcja i przetwórstwo mięsa drobiowego (15.12)	Produkcja wyrobów z mięsa (15.13)
1997	873,36	872,25	934,32	841,94
1998	995,42	999,39	1066,99	947,59
1999	1313,66	1303,97	1391,68	1290,67
2000	1407,72	1384,79	1540,96	1384,28
2001	1489,76	1492,87	1630,62	1390,79
2002	1517,28	1527,72	1616,94	1422,85
2003	1537,56	1523,35	1603,24	1524,11
2004	1559,66	1571,43	1615,81	1507,85
2005	1595,54	1588,19	1646,59	1575,27

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 1998–2006.

wstawania u pracowników poczucia niesprawiedliwości i zmniejszać motywację do pracy, gdyż korzyści ze wzrostu wydajności pracy czerpią właściwie tylko przedsiębiorstwa.

Analiza sytuacji osób zatrudnionych w przedsiębiorstwach zaliczanych do poszczególnych segmentów przemysłu mięsnego prowadzi do wniosku, iż w relatywnie najmniej korzystnym położeniu znaleźli się pracownicy zakładów drobiarskich. Pomimo wysokiego tempa wzrostu wydajności pracy, we wspomnianym okresie nastąpił spadek płacy realnej o blisko 4% (tab. 4). W zakładach prowadzących produkcję i przetwórstwo mięsa czerwonego spadek ten był mniejszy i wyniósł około 0,6%. Z kolei w segmencie przedsiębiorstw produkujących wyroby z mięsa, charakteryzującym się najniższym tempem wzrostu wydajności pracy, nastąpił wzrost płacy realnej o około 2%.

Przeprowadzone obliczenia wskazują, że w badanym okresie we wszystkich segmentach przemysłu mięsnego przeciętne roczne tempo zmian wynagrodzenia realnego było niższe od tempa zmian wydajności pracy. Dodatkowo, w przypadku zakładów zajmujących się produkcją i przetwórstwem mięsa można zaobserwować spadek siły nabywczej przeciętnego wynagrodzenia otrzymywanego przez pracowników. Utrzymywanie się opisanych relacji w dłuższej perspektywie tylko pozornie wydaje się korzystne dla przedsiębiorstw. Zaniżanie indywidualnych wynagrodzeń pracowników prowadzi do sprzeczności pomiędzy kosz-

Tabela 4

Dynamika zmian^a przeciętnego wynagrodzenia w przemyśle mięsnym (rok poprzedni = 100)

Rok	Produkcja i przetwórstwo mięsa (15.1)	Produkcja i przetwórstwo mięsa czerwonego (15.11)	Produkcja i przetwórstwo mięsa drobiowego (15.12)	Produkcja wyrobów z mięsa (15.13)
1998	101,9	102,5	102,1	100,7
1999	100,0	98,9	98,8	103,2
2000	97,3	96,5	100,6	97,4
2001	100,3	102,2	100,3	95,2
2002	99,9	100,4	97,3	100,4
2003	100,5	98,9	98,4	106,3
2004	98,0	99,7	97,4	95,6
2005	101,6	100,4	101,2	103,7

^adynamikę zmian obliczono w odniesieniu do wynagrodzenia realnego, urealnienia dokonano za pomocą wskaźnika CPI

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, Warszawa 1998–2006.

tową a dochodową i motywacyjną funkcją wynagrodzenia⁸, co w praktyce może przyczyniać się do emigracji zarobkowej pracowników lub powodować odpływ siły roboczej do gałęzi przemysłu, w których poziom wynagrodzeń jest wyższy.

Statystyczna weryfikacja zależności pomiędzy zmianami wydajności pracy i poziomu wynagrodzeń

Statystyczną weryfikację związku pomiędzy zmianami wydajności pracy a zmianami poziomu wynagrodzeń przeprowadzono przy wykorzystaniu współczynnika korelacji liniowej wyprowadzonego z kowariancji, obliczanego według wzoru:

$$r_{xy} = \frac{\text{cov}(x, y)}{S(x) \cdot S(y)} \quad (1)$$

gdzie:

$S(x)$ – odchylenie standardowe zmiennej X ,

$S(y)$ – odchylenie standardowe zmiennej Y .

⁸Sekuła, Z., 2003: Uwarunkowania i instrumenty polityki płac w firmie. Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław, s. 21.

Badanie przeprowadzono porównując względne przyrosty obu zmiennych, wykorzystując obliczone wcześniej indeksy dynamiki zmian. Obliczenia wykonano najpierw dla całej grupy EKD 15.1, a następnie w rozbięciu na poszczególne klasy. Badanie istotności współczynnika korelacji przeprowadzono na poziomie $\alpha = 0,05$ przy wykorzystaniu testu t , którego sprawdzianem jest statystyka t obliczona według wzoru⁹ ($n = 8$):

$$t = r_{xy} \sqrt{\frac{n-2}{1-r_{xy}^2}} \quad (2)$$

Weryfikacji poddano hipotezę $H_0: \rho_{xy} = 0$ (zmiennie X i Y nie są skorelowane) wobec hipotezy alternatywnej $H_1: \rho_{xy} \neq 0$ (zmiennie X i Y są skorelowane). Wyniki obliczeń zamieszczono w tabeli 5.

Tabela 5

Współczynniki korelacji pomiędzy zmianami wydajności pracy a zmianami przeciętnego realnego wynagrodzenia brutto w przemyśle mięsnym

Wyszczególnienie	Współczynnik korelacji ΔX i ΔY	Wartość statystyki t	Wynik testu
Produkcja i przetwórstwo mięsa (15.1)	-0,31	-0,799	Nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0
Produkcja i przetwórstwo mięsa czerwonego (15.11)	0,37	0,976	Nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0
Produkcja i przetwórstwo mięsa drobiowego (15.12)	-0,18	-0,448	Nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0
Produkcja wyrobów z mięsa (15.13)	0,07	0,172	Nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy H_0

Źródło: Obliczenia własne.

Obliczone wartości współczynnika korelacji liniowej wskazują, że w przemyśle mięsnym korelacja pomiędzy zmianami wydajności pracy a zmianami przeciętnego realnego wynagrodzenia brutto jest słaba lub umiarkowana. Dodatkowo w dwóch przypadkach stwierdzono korelację ujemną. Otrzymane wartości współczynnika korelacji w świetle przeprowadzonego testu okazały się statystycznie nieistotne. Oznacza to, że nie można odrzucić hipotezy, że pomiędzy badanymi wielkościami nie występuje związek korelacyjny.

⁹Starzyńska W., 2002: Statystyka praktyczna. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, s. 310.

Podsumowanie

Wzrost wynagrodzeń może wywoływać zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki dla gospodarki. Z jednej strony, może on powodować zwiększenie wydatków konsumpcyjnych, pobudzając tym samym wzrost gospodarczy, z drugiej zaś, może przyczyniać się do powstawania presji inflacyjnej. Najkorzystniejsza dla gospodarki sytuacja ma miejsce wówczas, gdy wzrost wynagrodzeń nie powoduje wzrostu jednostkowego kosztu produkcji prowadzącego do osłabienia konkurencyjności przedsiębiorstw. Spełnienie tego warunku wymaga jednak wzrostu wydajności pracy w tempie przewyższającym wzrost wynagrodzeń.

Poddany analizie przypadek przemysłu mięsnego dowodzi, że korzyści płynące ze wzrostu wydajności pracy nie zawsze muszą być w jednakowym stopniu odczuwalne przez pracodawców i pracowników. Zaistniała sytuacja przynajmniej częściowo może wynikać z faktu, że w badanym okresie przedsiębiorstwa przemysłu mięsnego poniosły znaczne wydatki na dostosowanie warunków produkcji do wymagań stawianych producentom żywności w krajach Unii Europejskiej, co mogło ograniczyć możliwości sfinansowania podwyżek wynagrodzeń dla pracowników. Jednak w dłuższej perspektywie konieczne jest, aby wzrostowi wydajności pracy towarzyszył wzrost siły nabywczej wynagrodzeń otrzymywanych przez pracowników, gdyż przedłużanie się obecnego stanu będzie skutkowało tym, że problemy pracodawców ze znalezieniem odpowiednio wykwalifikowanych pracowników ulegną pogłębieniu.

Literatura

- BORKOWSKA S., 2004: Wynagrodzenia – rozwiązywanie problemów w praktyce. Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- JAGAS J., 1999: Czynniki i metody warunkujące produktywność i wydajność w okresie integracji z Unią Europejską. Wyd. WSP w Opolu, Opole.
- KLEPACKI B., 1999: Podstawy organizacji i zarządzania. SnRRWSBiP, Ostrowiec Św.
- Rocznik Statystyczny Przemysłu. GUS, 1997–2003, Warszawa.
- SEKUŁA Z., 2003: Uwarunkowania i instrumenty polityki płac w firmie. Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław.
- STARZYŃSKA W., 2002: Statystyka praktyczna. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.

The Labour Productivity Versus the Level of Salary in Meat Industry

Abstract

The thesis examines the dependency between the dynamics of changes regarding labour productivity and the level of salary. The research was delved on the basis of data of meat industry in the period 1997–2005. It was stated that labour productivity in meat industry in Poland increases faster than the salaries. Moreover, it was observed in the studied period that the salary growth rate was lower than the inflation rate.

The statistical verification of the mentioned relation was conducted on the basis of correlation coefficient. The results come to conclusion that there is no correlation between the changes of labour productivity and the changes of salaries.

Ewa Wasilewska

Katedra Ekonometrii i Statystyki SGGW

Zastosowanie syntetycznych mierników dynamiki struktury w analizie zmian aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej

Wstęp

Przeobrażenia gospodarki polskiej po 1989 roku spowodowały daleko idące zmiany na rynku pracy, w tym w rolnictwie. W stosunkowo krótkim czasie pojawiła się nadwyżka siły roboczej i w konsekwencji tego jawne bezrobocie. Urynkowanie gospodarki spowodowało zmiany sytuacji zawodowej polskiego społeczeństwa. Dotychczas wyodrębniane dwie grupy osób: pracujących i biernych zawodowo, zostały uzupełnione o niebadaną wcześniej zbiorowość – bezrobotnych. W ramach tych trzech grup ludności zachodzą nieustanne zmiany w czasie zarówno wielkości, jak i struktury, przy czym zmiany te przebiegają niejednakowo w poszczególnych grupach. Analiza tych zmian ma znaczenie w kształtowaniu polityki społeczno-gospodarczej, co dotyczy również obszarów wiejskich¹. Powoduje to, że problematyka aktywności ekonomicznej ludności nabrała szczególnego znaczenia i stała się przedmiotem zainteresowań przedstawicieli wielu dyscyplin. Zgodnie z międzynarodowymi standardami, przez aktywność ekonomiczną rozumie się aktywność zawodową lub bierność zawodową². A zatem, w badaniach aktywności ekonomicznej ludności, wśród osób w wieku 15 lat i więcej wyodrębnia się dwie podstawowe grupy: aktywnych (tworzoną przez pracujących i bezrobotnych) oraz biernych zawodowo. Z kolei w kategorii pracujących wydziela się osoby pracujące w pełnym wymiarze godzin pracy oraz niepełnozatrudnionych.

Celem opracowania jest syntetyczne określenie dynamiki struktury aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej. Wyodrębnionymi składnikami tej struk-

¹Szczegółowa analiza danych empirycznych, na podstawie których dokonano analizy struktury aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej z podziałem na ludność rolniczą i bezrolną przedstawiono w opracowaniu Wasilewska E., 2006: Tendencje zmian w strukturze aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej. Zeszyty Naukowe SGGW, Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, nr 61, Warszawa.

²Definicja Urzędu Statystycznego Wspólnot Europejskich (EUROSTAT-u).

tury są następujące kategorie osób: osoby pracujące w pełnym wymiarze godzin pracy, osoby niepełnozatrudnione, bezrobotne oraz bierne zawodowo. Do bezrobotnych zalicza się osoby, które nie są pracujące oraz aktywnie poszukują pracy, a ponadto są gotowe podjąć pracę w ciągu dwóch tygodni. Ludność bierną zawodowo stanowią osoby, które nie zostały zaklasyfikowane jako pracujące lub bezrobotne. Ocena zmian struktury badanego zjawiska polega na określeniu intensywności tych zmian w czasie (w kolejnych latach).

W opracowaniu analizowana jest zbiorowość ludności wiejskiej w wieku 15 lat i więcej. W populacji tej wyodrębniono dwie grupy. Jedną stanowi ludność wiejska związana z gospodarstwem rolnym (tzw. ludność rolnicza), drugą natomiast ludność wiejska niezwiązana z gospodarstwem rolnym (ludność bezrolna). Według definicji podanej przez GUS, ludność wiejską związaną z gospodarstwem rolnym stanowią osoby mieszkające na wsi, będące członkami gospodarstwa domowego z użytkowaniem gospodarstwa rolnego lub działki rolnej. Wiejską ludnością bezrolną są mieszkańcy wsi będący członkami gospodarstwa domowego, w którym żadna osoba nie jest użytkownikiem gospodarstwa rolnego lub działki rolnej [Aktywność... 1999–2006]. Odrębnie potraktowano analizę przemian struktury aktywności ekonomicznej w odniesieniu do populacji mieszkańców wsi związanych i niezwiązanych z gospodarstwem rolnym.

Analizę przemian w strukturze aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej w Polsce oparto na danych uzyskanych z reprezentacyjnego Badania Aktywności Ekonomicznej (BAEL). Okres przedstawiony w opracowaniu obejmuje lata 1999–2006, przy czym dane charakteryzujące badane zjawisko pochodzą z pierwszych kwartałów poszczególnych lat.

Całościowe przedstawienie dynamiki struktury badanego zjawiska wymaga nie tylko ilościowego określenia zmian i ich kierunku, ale również oceny intensywności tych zmian w ujęciu dynamicznym. Możliwość taką dają m.in. wskaźniki zmian struktury, zaproponowane przez Linnemana [Linneman 1966, Kukuła 1975]. Punktem wyjścia przy wszelkich analizach strukturalnych jest miara zgodności, pozwalająca określić stopień podobieństwa lub zróżnicowania obiektów. Dzięki odpowiedniemu miernikowi można zaobserwować zmiany struktury w czasie oraz kierunki tych zmian. Możliwa przy tym jest ocena, kiedy zmiany struktury analizowanego zjawiska przybierają na sile, a w jakich są relatywnie mniejsze. Można także stwierdzić, czy stopień natężenia zmian struktury ma charakter stały. Na uwagę zasługuje fakt, iż miary wykorzystane w opracowaniu mają tę zaletę, że charakteryzuje je prostota konstrukcji i łatwość interpretacji.

Metoda badań

Problematyka badań struktury jest od dawna obecna w wielu dziedzinach nauki. Porównania struktur oraz określenie stopnia zmian struktur w czasie znajduje zastosowanie m.in. w naukach ekonomicznych i społecznych. W dosłownym znaczeniu „struktura” oznacza układ i wzajemne relacje elementów stanowiących całość, czyli budowę tejże całości. Porównania struktur można dokonywać zarówno w aspekcie przestrzennym, porównując struktury dwóch lub więcej obiektów, jak i czasowym, gdzie bada się strukturę zjawiska w dwóch lub więcej okresach. Jednakże, mimo swojego znaczenia, pojęcie struktury nie jest jednoznacznie rozumiane, co sprawia, iż problematyka badań w tym zakresie jest podejmowana do dziś [Kukuła 1996, Żwirbła 2006].

Na potrzeby opracowania przyjęto za Stawickim [Stawicki 2004], iż pojęcie struktury może być zdefiniowane dwojako:

1. Struktura liczebności pewnej populacji rozumiana jako wektor, którego składowe oznaczają liczbę jednostek populacji, należących do poszczególnych klas (stanów) utworzonych w wyniku podziału zbiorowości według określonego kryterium. Suma składowych tego wektora daje ogólną liczebność populacji.
2. Struktura udziałów w pewnej populacji rozumiana jako wektor, którego składowe przedstawiają udział liczebności poszczególnych klas (stanów), utworzonych w wyniku podziału zbiorowości według określonego kryterium, w ogólnej liczebności populacji. Suma składowych tego wektora równa się jeden.

Drugiemu pojęciu struktury przedstawionemu powyżej odpowiada tradycyjne rozumienie wektorów struktury. W podejściu tym k składników struktury w okresie t tworzy wektor kolumnowy:

$$U_t = \begin{bmatrix} w_{1t} \\ w_{2t} \\ \vdots \\ w_{kt} \end{bmatrix},$$

gdzie $w_{it} = \frac{n_{it}}{\sum_{i=1}^k n_{it}}$ jest udziałem i -tego składnika struktury w strukturze ogólnym

rozpatrywanej w okresie t , przy czym n_{it} oznacza wielkość i -tego składnika struktury w okresie t .

Zachodzą przy tym relacje: $0 \leq w_{it} \leq 1$ (tj. wszystkie wskaźniki struktury są liczbami z przedziału $\langle 0; 1 \rangle$) oraz $\sum_{i=1}^k w_{it} = 1$ (suma wskaźników struktury w okresie t równa jest 1).

Kompletne dane o składnikach struktury za okres równy n jednostkom czasowym tworzą zatem macierz $\mathbf{W} = [w_{it}]$ o wymiarach $k \times n$:

$$\mathbf{W} = \begin{bmatrix} w_{11} & w_{12} & \cdots & w_{1n} \\ w_{21} & w_{22} & \cdots & w_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ w_{k1} & w_{k2} & \cdots & w_{kn} \end{bmatrix}$$

W sposób nieformalny można powiedzieć, iż dwa wektory tym bardziej różnią się od siebie, im mniej zbliżone są składowe obu wektorów [Żwirbła 2006]. A zatem im większe różnice w składowych wektorów, tym bardziej różnią się porównywane struktury. Jedną z koncepcji, według której odbywa się pomiar intensywności zmian struktury, jest ta, że jeżeli struktura w dwu porównywanych okresach różni się, wówczas wnioskuje się o zajściu zmian struktury, przy czym im rozbieżność struktur w obu porównywanych okresach jest większa, tym bardziej intensywne były przeobrażenia [Rutkowski 1981].

Oznaczmy przez \mathbf{U}_{t_1} i \mathbf{U}_{t_2} wektory charakteryzujące stan struktury w okresach odpowiednio t_1 i t_2 . Przyjmijmy ponadto, że wektory te tworzą kąt α . Można w prosty sposób określić wartość funkcji sinus (bądź cosinus) kąta α zawartego między tymi wektorami. Za miarę natężenia zmian struktury w czasie przyjmuje się wartość funkcji $\sin \alpha$. Wybór taki ma przejrzystą interpretację: duży kąt rozwarcia α między wektorami \mathbf{U}_{t_1} i \mathbf{U}_{t_2} sygnalizuje znaczne zmiany w strukturze w okresie t_2 w porównaniu ze strukturą w okresie t_1 (wówczas $\sin \alpha$ przyjmuje wartości bliższe 1) i na odwrót: mały kąt rozwarcia α między tymi wektorami świadczy o niewielkich zmianach struktury w porównywanych okresach (wówczas $\sin \alpha$ przyjmuje wartości bliższe 0). W szczególnym przypadku, gdy porównywane struktury są identyczne, wówczas kąt między wektorami struktury wynosi 0° i $\sin \alpha = 0$. Należy zauważyć, że maksymalny kąt, jaki mogą tworzyć dwa wektory struktury wynosi 90° . Tak więc $\sin \alpha \in \langle 0; 1 \rangle$, co odpowiada relacji spełnianej przez składniki struktury: $0 \leq w_{it} \leq 1$. Podkreślić należy, że w przedziale $\langle 0^\circ, 90^\circ \rangle$ funkcja $\sin \alpha$ jest rosnąca, stąd też uzasadniony jest wybór tej właśnie funkcji trygonometrycznej, jako miary natężenia zróżnicowania struktur w czasie.

Miarę natężenia zmian struktury w czasie definiuje się następująco:

$$s_{t_2/t_1} = \sin \alpha = \sqrt{1 - \frac{\left(\sum_{i=1}^k w_{it_1} w_{it_2} \right)^2}{\sum_{i=1}^k w_{it_1}^2 \cdot \sum_{i=1}^k w_{it_2}^2}}$$

Gdy wartość s_{t_2/t_1} jest bliska zeru, wówczas przyjmuje się, że w rozpatrywanych okresach nastąpiły nieznaczne zmiany badanej struktury (tzn. w okresach t_1 i t_2 struktury są zbliżone), natomiast s_{t_2/t_1} bliskie jedności oznacza, że w rozpatrywanych okresach nastąpiły bardzo duże zmiany struktury (tzn. struktura w okresie t_1 znacznie odbiega od struktury w okresie t_2). Należy przy tym podkreślić, że jeżeli chcemy ustalić umowne przedziały, które określałyby małe, średnie lub duże podobieństwo, to należy za końce takich przedziałów przyjąć wartości funkcji sinus odpowiadające podziałowi kąta 90° na trzy równe części. A zatem, gdy $s_{t_2/t_1} \in \left(0; \frac{1}{2}\right)$, to powiemy o małym podobieństwie, gdy $s_{t_2/t_1} \in \left(\frac{1}{2}; \frac{\sqrt{3}}{2}\right)$ – o umiarkowanym, natomiast gdy $s_{t_2/t_1} \in \left(\frac{\sqrt{3}}{2}; 1\right)$ – o dużym podobieństwie porównywanych struktur. Ponadto, jak wiadomo, funkcja sinus nie jest liniowa względem kąta, tak więc należy być ostrożnym przy interpretacji wielkości zmian struktury w ujęciu procentowym. Posługiwanie się pojęciem zmian procentowych należy traktować tylko jako informację przybliżoną i mieć na uwadze fakt, że taka interpretacja powiększa faktyczny stopień zmian.

Jako miarę przeciętnego zróżnicowania wskaźników struktury z okresu t_1 na okres t_2 przyjmuje się:

$$d_{t_2/t_1} = \frac{\sum_{i=1}^k |w_{it_1} - w_{it_2}|}{k}$$

Wartości miary d_{t_2/t_1} mieszczą się w zamkniętym przedziale liczbowym $\left\langle 0, \frac{2}{k} \right\rangle$ i interpretacja tej miary jest następująca: gdy d_{t_2/t_1} przyjmuje wartości bliskie zeru, należy stwierdzić, że przeciętne zróżnicowanie wskaźników struktury z okresu t_1 na okres t_2 było niewielkie, natomiast większe wartości d_{t_2/t_1} (bliższe $\frac{2}{k}$) oznaczają większe przeciętne zróżnicowanie.

Na podstawie rozważań przedstawionych powyżej można wprowadzić jednopodstawowe i łańcuchowe mierniki zmian struktury. Biorąc pod uwagę strukturę w okresie t , można ją porównywać ze strukturą w okresie bazowym, np. pierwszym ($t = 1$), otrzymamy wówczas jednopodstawowe mierniki zmian

struktury. Można również strukturę w okresie t porównywać ze strukturą w okresie poprzednim ($t - 1$), otrzymując mierniki łańcuchowe. Mierniki te wyrażają następujące relacje:

$$s_{t/1} = \sqrt{1 - \frac{\left(\sum_{i=1}^k w_{it} w_{i1}\right)^2}{\sum_{i=1}^k w_{it}^2 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i1}^2}}, \quad s_{t/t-1} = \sqrt{1 - \frac{\left(\sum_{i=1}^k w_{it} w_{i,t-1}\right)^2}{\sum_{i=1}^k w_{it}^2 \cdot \sum_{i=1}^k w_{i,t-1}^2}}$$

Pierwszy z nich $s_{t/1}$ (jednostawowy) pokazuje natężenie zmian struktury badanego zjawiska w okresie t w stosunku do okresu początkowego (pierwszego), natomiast drugi $s_{t/t-1}$ obrazuje natężenie tych zmian w okresie t w stosunku do okresu $t - 1$. Interpretacja tych wielkości jest analogiczna jak przy s_{t_2/t_1} . Wartości bliskie zeru świadczą o nieznacznych zmianach struktury w porównywanych okresach i na odwrót.

Miary (jednostawowe i łańcuchowe) przeciętnego zróżnicowania wskaźników struktury w porównywanych okresach można przedstawić następująco:

$$d_{t/1} = \frac{\sum_{i=1}^k |w_{it} - w_{i1}|}{k}, \quad d_{t/t-1} = \frac{\sum_{i=1}^k |w_{it} - w_{i,t-1}|}{k}$$

Jednostawowy $d_{t/1}$ wyraża przeciętne zmiany wskaźników struktury w okresie t w porównaniu z okresem początkowym, natomiast łańcuchowy $d_{t/t-1}$ daje obraz tych zmian w okresie t i okresie $t - 1$. Wartości tych mierników bliskie zeru świadczą o znikomym przeciętnym zróżnicowaniu wskaźników struktury porównywanych okresów.

W celu kompleksowego opisu zmian struktury w czasie można znaleźć średnią wartość łańcuchowych mierników $s_{t/t-1}$ oraz $d_{t/t-1}$. Otrzymujemy w ten sposób mierniki o następującej postaci:

$$\bar{s} = \frac{\sum_{t=2}^n s_{t/t-1}}{n-1} \quad \text{oraz} \quad \bar{d} = \frac{\sum_{t=2}^n d_{t/t-1}}{n-1}$$

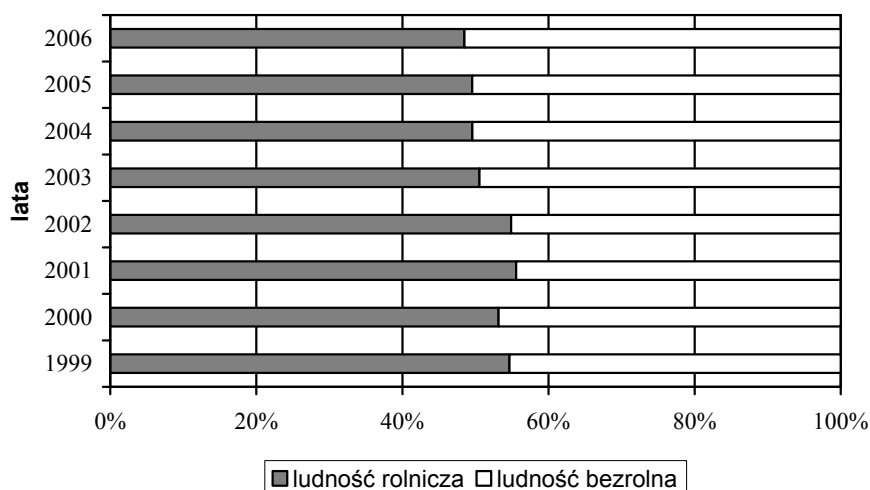
Miara średnia \bar{s} reprezentuje przeciętne natężenie zmian struktury z okresu na okres w całym rozpatrywanym przedziale czasu (czyli złożonym z n okresów), natomiast \bar{d} wskazuje na przeciętne zmiany wskaźników struktury z okresu na

okres w całym rozpatrywanym przedziale czasu. Należy zauważyć, że interpretacja miar \bar{s} i \bar{d} jest analogiczna jak $s_{t/t-1}$ i $d_{t/t-1}$, z tą różnicą, że pierwsze z nich reprezentują przeciętne zmiany struktury w odniesieniu do całego rozpatrywanego okresu, drugie natomiast odnoszą się tylko do dwóch porównywalnych okresów (w tym przypadku dwóch kolejnych okresów).

Wyniki badań

Zbiorowość ludności wiejskiej w 1999 roku liczyła 11,2 mln osób, w tym 54,6% stanowiła ludność związana z gospodarstwem rolnym, 45,4% – ludność bezrolna. W okresie 1999–2006 zaznaczył się stopniowy wzrost liczby osób mieszkających na wsi, przy czym liczba ludności wiejskiej rolniczej (a także jej udział) zmniejszyła się, natomiast ludności bezrolnej (a także jej udział) wzrosła. W 2006 roku na wsi mieszkało 11,8 mln osób, w tym ludności rolniczej 48,5%, ludności bezrolnej 51,5%. Strukturę badanej zbiorowości z podziałem na ludność wiejską rolniczą i bezrolną przedstawia wykres 1.

Na potrzeby oceny intensywności zmian struktury aktywności ekonomicznej obliczono mierniki $s_{t/1}$ i $s_{t/t-1}$ natężenia zmian struktury w wersji jednopodstawowej i łańcuchowej oraz mierniki $d_{t/1}$ i $d_{t/t-1}$ informujące o przeciętnych zmianach wskaźników struktury (jednopodstawowe i łańcuchowe). Obliczono również wartości średnie odpowiednich mierników (\bar{s} i \bar{d}). Miary te, charakteryzujące w syntetyczny sposób dynamikę struktury aktywności ekonomicznej w odniesieniu do ludności rolniczej, przedstawiono w tabeli 1.



Wykres 1

Struktura ludności wiejskiej według powiązania z gospodarstwem rolnym

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 1

Syntetyczne mierniki zmian struktury aktywności ekonomicznej ludności rolniczej

Wyszczególnienie	Lata							
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ogółem (aktywni i bierni w tys.)	6093	6000	6330	6305	5868	5724	5772	5712
s_{it1} (jednopodstawowy)	0	0,039	0,065	0,084	0,087	0,089	0,097	0,070
s_{it-1} (łańcuchowy)	–	0,039	0,032	0,060	0,007	0,012	0,017	0,035
d_{it1} (jednopodstawowy)	0	0,012	0,018	0,025	0,026	0,025	0,025	0,020
d_{it-1} (łańcuchowy)	–	0,012	0,009	0,017	0,002	0,0035	0,005	0,01
s średnie	0,029							
d średnie	0,008							

Źródło: Opracowanie własne.

Stwierdzono stosunkowo małe zmiany struktury aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej rolnej w badanym okresie zarówno w ujęciu jednopodstawowym, jak i łańcuchowym. Porównując strukturę w 2006 roku do struktury w 1999 roku stwierdza się, że natężenie zmian struktury wyniosło około 7%, natomiast przeciętne zmiany wskaźników struktury wyniosły zaledwie 0,02. Bardziej szczegółową analizę można przeprowadzić opierając się na miernikach łańcuchowych. Obserwuje się niewielkie zmiany wartości z roku na rok zarówno w przypadku łańcuchowych mierników natężenia zmian struktury, jak i mierników przeciętnych zmian wskaźników struktury. Lata 2003–2006 charakteryzowała względna stabilizacja struktury. W tym okresie miernik natężenia zmian struktury zmieniał się w granicach od 0,007 (w 2003 r.) do 0,035 (w 2006 r.) systematycznie wzrastając, natomiast miernik przeciętnych zmian wskaźników struktury wzrastał od 0,002 (w 2003 r.) do zaledwie 0,01 (w 2006 r.). Stwierdzić należy, że największe zmiany struktury w stosunku do roku poprzedniego, zarówno co do natężenia, jak i przeciętnych zmian wartości wskaźników struktury, wystąpiły w 2002 roku (natężenie 0,06, przeciętne zmiany 0,017), natomiast najmniejsze w 2003 roku. Różnica w tym zakresie nie była jednak znacząca, co odzwierciedla stabilność zjawiska w ujęciu dynamicznym.

Miary charakteryzujące średnioroczne zmiany struktury w całym badanym okresie \bar{s} (s średnie) i \bar{d} (d średnie) potwierdzają niewielki zakres przeobrażeń struktury aktywności ekonomicznej ludności rolniczej w ujęciu dynamicznym. Przeciętne roczne natężenie zmian struktury było nieznaczne i wynosiło 0,029, natomiast współczynniki struktury w badanym okresie zmieniały się średnio z roku na rok zaledwie o 0,008.

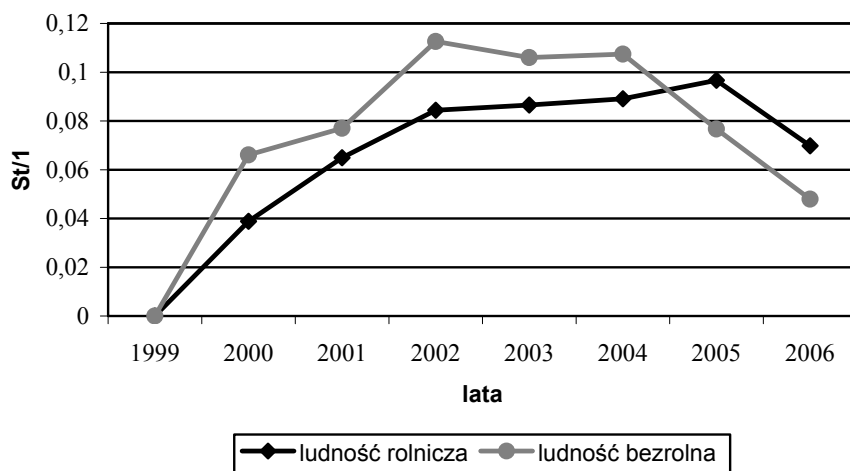
W tabeli 2 podano syntetyczne miary dynamiki struktury aktywności ekonomicznej ludności bezrolnej. Obliczone wielkości wskazują, że w przypadku ludności bezrolnej wystąpiły w badanym okresie, podobnie jak dla ludności rolnej, stosunkowo małe zmiany struktury aktywności ekonomicznej. Nieco większe wartości przyjmował jednopodstawowy wskaźnik zmian natężenia struktury, zmieniając się w zakresie od 0,048 (w 2006 r.) do 0,113 (w 2002 r.). A zatem w 2002 roku struktura aktywności ekonomicznej zmieniła się o około 11,3% w stosunku do 1999 roku.

Tabela 2
Syntetyczne mierniki zmian struktury aktywności ekonomicznej ludności bezrolnej

Wyszczególnienie	Lata							
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ogółem (aktywni i bierni w tys.)	5058	5285	5062	5183	5741	5822	5878	6068
$S_{t/1}$ (jednopodstawowy)	0	0,066	0,077	0,113	0,106	0,107	0,077	0,048
$S_{t/t-1}$ (łańcuchowy)	–	0,066	0,013	0,037	0,022	0,018	0,033	0,033
$d_{t/1}$ (jednopodstawowy)	0	0,016	0,019	0,029	0,026	0,029	0,020	0,013
$d_{t/t-1}$ (łańcuchowy)	–	0,016	0,004	0,010	0,006	0,005	0,010	0,010
s średnie				0,032				
d średnie				0,009				

Źródło: Opracowanie własne.

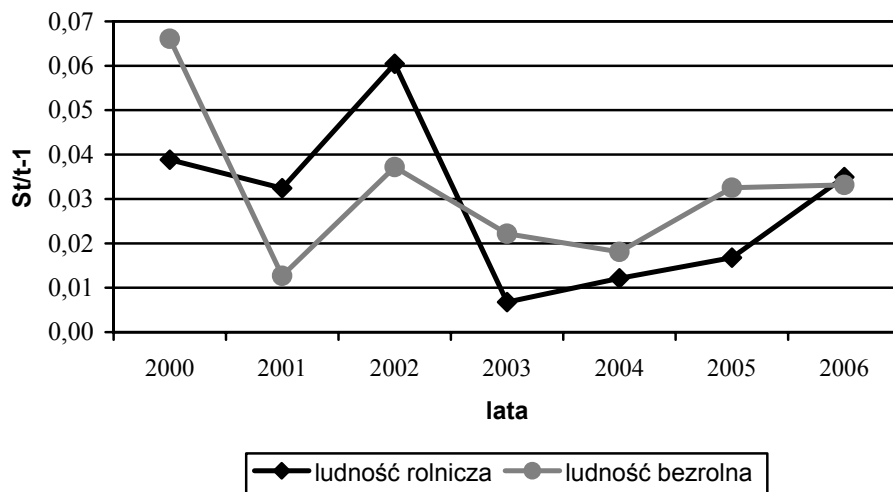
Porównując strukturę w 2006 roku do struktury w 1999 roku można stwierdzić, że przeciętne zmiany wskaźników struktury wyniosły 0,013, natomiast natężenie tych zmian kształtowało się na poziomie około 4,8%. Analizując łańcuchowe mierniki natężenia zmian struktury i łańcuchowe mierniki przeciętnych zmian wskaźników struktury stwierdzono stosunkowo niewielkie i równomierne (z wyjątkiem 2000 r.) zmiany ich wartości w kolejnych latach. Największe zmiany zarówno co do natężenia, jak i przeciętnych zmian wartości wskaźników struktury wystąpiły w 2000 roku (natężenie 6,6%, przeciętne zmiany 0,016), natomiast najmniejsze w 2001 roku (natężenie 1,3%, przeciętne zmiany 0,004). Można zatem stwierdzić, że w okresie 2001–2006 struktura aktywności ekonomicznej ludności bezrolnej mieszkającej na wsi była stosunkowo stabilna (wykresy 2–5).



Wykres 2

Jednopoziomowe mierniki natężenia zmian struktury ($s_{t/1}$) aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej

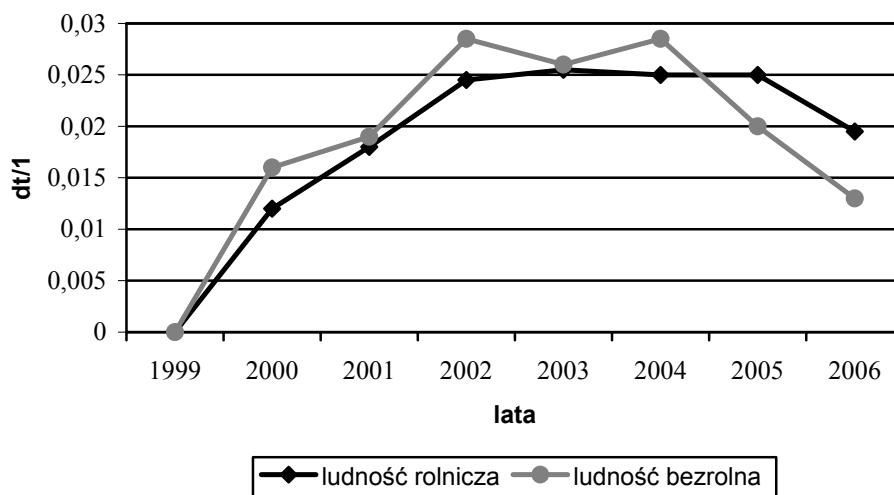
Źródło: Opracowanie własne.



Wykres 3

Łańcuchowe mierniki natężenia zmian struktury ($s_{t/t-1}$) aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej

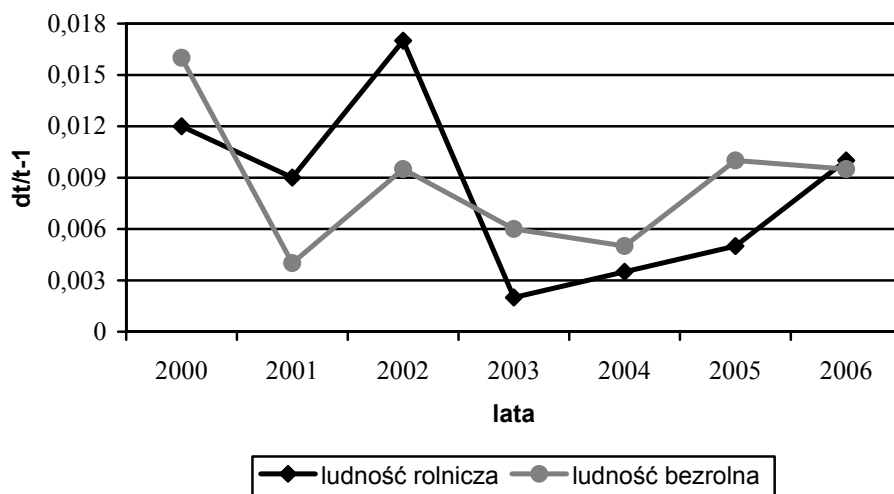
Źródło: Opracowanie własne.



Wykres 4

Jednopoziomowe mierniki przeciętnych zmian wskaźników struktury ($d_{t/1}$) aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej

Źródło: Opracowanie własne.



Wykres 5

Łańcuchowe mierniki przeciętnych zmian wskaźników struktury ($d_{t/t-1}$) aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej

Źródło: Opracowanie własne.

Miary średnioroczne zmian struktury \bar{s} i \bar{d} (s średnie i d średnie) w przypadku ludności bezrolnej przyjmują wartości zbliżone, aczkolwiek nieco wyższe niż odpowiadające im mierniki dla ludności rolniczej. Przeciętne roczne natężenie zmian struktury wynosiło 0,032, natomiast przeciętna roczna zmiana wskaźników struktury w całym badanym okresie była równa 0,009. Wartości te potwierdzają niewielki zakres zmian struktury analizowanego zjawiska w ujęciu dynamicznym i są nieznacznie większe niż w przypadku ludności rolniczej.

Wnioski

W opracowaniu przedstawiono syntetyczną analizę dynamiki struktury aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej, z podziałem na ludność wiejską związaną z gospodarstwem rolnym (ludność rolną) i ludność bezrolną. Na podstawie przeprowadzonych badań sformułowano następujące wnioski:

1. W badanym okresie wystąpiły niewielkie, a zarazem dość równomierne zmiany struktury aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej. Bardziej znaczące zmiany struktury aktywności ekonomicznej, zarówno ludności wiejskiej rolniczej, jak i bezrolnej, wystąpiły jedynie w latach 2000 i 2002. Okres 2003–2006 charakteryzował się względną stabilnością struktury. Przeciętne zmiany struktury aktywności ekonomicznej na przestrzeni całego rozpatrywanego okresu są nieznacznie większe w przypadku ludności bezrolnej. Świadczy to o ugruntowanej stabilności badanego zjawiska w ujęciu dynamicznym.
2. Nieznacznie większe zmiany struktury ludności bezrolnej wynikają z większej mobilności tej grupy osób z powodu braku ziemi i mniejszego przywiązania do miejsca zamieszkania. Z kolei ludność rolnicza charakteryzuje się przywiązaniem do ziemi, ewentualne zmiany w tym zakresie wymagają dłuższego czasu. Wiązą się one na ogół z koniecznością przemiany struktury agrarnej gospodarstw i zmiany pokoleniowej wśród właścicieli gospodarstw rolniczych. Przemiany te wymagają ponadto wsparcia państwa poprzez odpowiednie kształtowanie polityki rolnej w tym zakresie.
3. Zastosowane w badaniach mierniki syntetyczne charakteryzuje duże podobieństwo kształtowania się ich wartości w czasie. Istotną zaletą prezentowanych mierników jest prostota konstrukcji i jasna interpretacja. Wykorzystanie syntetycznych miar dynamiki struktury jest uzupełnieniem tradycyjnej analizy współczynników struktury, która umożliwia jedynie obserwację zmian struktury oraz kierunku tych zmian. W całościowej ocenie zmian struktury badanego zjawiska szczególne znaczenie mają syntetyczne mier-

niki łańcuchowe, charakteryzujące coroczne zmiany struktury. Szczegółowa analiza ciągów tych mierników pozwala stwierdzić stabilizację struktury w czasie lub wskazać momenty gwałtownych zmian i przyczynić się w ten sposób do poznania pewnych przełomowych okresów, mających znaczenie w badaniach rozwoju analizowanych zjawisk ekonomicznych i społecznych. Mierniki jednopodstawowe nie zawsze oddają właściwy charakter zmian struktury, gdyż dają informację jedynie o zmianach struktury w danym okresie w stosunku do okresu bazowego, nie informując o przebiegu zmian w międzyokresie.

Literatura

- Aktywność ekonomiczna ludności Polski I kwartał lat 1999–2006. GUS. Warszawa.
- KUKUŁA K., 1975: Propozycja w zakresie pewnych miar dynamiki struktury. *Przegląd Statystyczny*, z. 3.
- KUKUŁA K., 1984: Jeszcze o miarach odległości struktur udziałowych. *Przegląd Statystyczny*, z. 9.
- KUKUŁA K., 1986: Przegląd wybranych miar zgodności struktur. *Przegląd Statystyczny*, z. 4.
- KUKUŁA K., 1996: *Statystyczne metody analizy struktur ekonomicznych*. Wydawnictwo Edukacyjne. Kraków.
- LINNEMANN H., 1966: *An Econometric Study of International Trade Floks*. North Holland Publ. Co. Amsterdam.
- RUTKOWSKI J., 1981: Podobieństwo struktur i zmiany strukturalne – zagadnienia kwantyfikacji. *Wiadomości Statystyczne*, nr 8.
- SOCHA M., SZTANDERSKA U., 2000: *Strukturalne podstawy bezrobocia w Polsce*. PWN, Warszawa.
- STAWICKI J., 2004: *Wykorzystanie łańcuchów Markowa w analizie rynku kapitałowego*. Wydawnictwo UMK, Toruń.
- SZUMAN A., 1999: Przeobrażenia struktury społeczno-zawodowej ludności Polski w XX wieku. *Ruch Prawniczy Ekonomiczny i Socjologiczny*, z. 3–4.
- SZUMAN A., 2004: *Przeobrażenia w strukturze zatrudnienia kobiet w Polsce w latach 1992–2001*, [w:] *Prace Statystyczne i Demograficzne*. Wydawnictwo AE, Poznań.
- WALESIAK M., 1983: Propozycja rodziny miar odległości struktur udziałowych. *Wiadomości Statystyczne*, nr 10.
- WASILEWSKA E., 2006: Tendencje zmian w strukturze aktywności ekonomicznej ludności wiejskiej. *Zeszyty Naukowe SGGW, Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, nr 61, Warszawa.
- WITKOWSKI M., 1991: Propozycja badania tendencji zmian w strukturze kosztów przedsiębiorstwa handlu detalicznego. *Zeszyty Naukowe* nr 176, Wydawnictwo AE. Poznań.
- ŻWIRBLA A., 2006: Próba konstrukcji mierników struktury oraz zmian strukturalnych. *Wiadomości Statystyczne*, nr 10.

The Use of Synthetic Measures of Structure Dynamism in the Analysis of Economic Activity Changes of Rural Population

Abstract

In the paper the synthetic analysis of changes in the economic activity structure was presented with classification into agricultural rural population and landless rural population. The measures of structure changes intensity and measures of average structure changes in the depiction of fixed base index and chain index were used. The use of synthetic measures of the structure dynamism is an essential supplementation of the traditional methodology in the scope of structure analysis.

Not large changes in the structure of economic activity of agricultural and landless people were stated, what reflects stability in this scope, while insignificantly larger changes were observed in the group of landless population. The tendency resulting from higher mobility of that group of people because of land and lower attachment to the place of living was stated. Agricultural people were characterised by higher attachment to the place of living, so possible changes needs more time.

Joanna Szwacka

Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu SGGW

Kierunki zmian na rynku żywnościowym w Polsce

Wstęp

Istnieje dość bogaty dorobek publikacyjny dotyczący problematyki zachowań konsumentekich i ich wpływu na działania segmentacyjne. Przeprowadzone przez badaczy europejskich typologie konsumentów [Komor 2000, Solomov, Bamossy, Askegaard 1999] opierają się na koncepcji stylu ich życia, stanowią rozwinięcie różnych metodologii. Najczęściej stosowana metodologia na rynku europejskim to Eurostyle, 4C (Cross Culture Consumer Characteristics) czy też Global Scan. Typologie te służą do wyróżnienia grup docelowych poprzez poznanie motywacji i systemu wartości wyznawanych przez konsumentów. Prowadzone w Polsce badania [Szwacka-Salmonowicz, Zielińska 1996] koncentrują się głównie na analizie trendów demograficznych czy społeczno-ekonomicznych, mniej uwagi poświęcając sferze stylu życia, niezbędnej do właściwego opisu konsumenta, jego preferencji i prognozowania potencjalnych zachowań na rynku. Począwszy od 1998 roku, na polskim rynku są też prowadzone badania [SMG/KRC 2000], które opierają się na segmentacji psychograficznej, uwzględniającej style życia, opinie, zainteresowania, wzorce zachowań konsumentów. Prezentowana typologia jest zbliżona do segmentacji 4C. Wykorzystując tę zbieżność można ustalić, jakie są specyficzne polskie elementy ogólnych typów psychograficznych.

Jeśli chodzi o polski dorobek publikacyjny obejmujący analizę uwarunkowań zachowań konsumentekich na rynku konsumpcyjnym, to jest on dość bogaty zarówno pod względem teoretycznym, jak i badawczym [Gajewski 1994, Garbarski 2001, Zielińska 1989, Żelazna, Kowalczyk, Mikuta 2002, Szulce 2006]. Szczególnie miejsce wśród badań poświęconych rynkowi konsumpcyjnemu zajmuje problematyka wpływu różnorodnych czynników na kształtowanie zachowań konsumentekich oraz segmentacja na rynku żywnościowym poruszana w licznych pracach badawczych, [Kos, Szwacka-Salmonowicz 1997, Szwacka-Salmonowicz 2003].

W prezentowanym artykule podjęto analizę determinant zachowań konsumentów oraz głównych kierunków zmian na rynku żywnościowym w Polsce na tle pozostałych krajów Unii. Stanowi on jednocześnie próbę odpowiedzi na pytanie, czy współcześnie, na skutek oddziaływania podobnych trendów w Europie i na świecie, można mówić o wykształcaniu się zbliżonych zachowań konsumentów, a w efekcie o zjawisku „eurokonsumenta”. Szczególna uwaga zostanie zwrócona na uwarunkowania zachowań konsumentów i główne kierunki zmian na światowym rynku żywnościowym i ich implikacje dla modelowania polskiego rynku. Przedstawione zostaną ponadto dwa scenariusze rozwojowe, opierające się na koncepcji unifikacji i dywersyfikacji zachowań konsumentów na rynku europejskim.

Uwarunkowania zachowań nabywców żywności

Zachowania konsumentów stanowią kompleks działań i czynności mających na celu zaspokojenie potrzeb człowieka przez zdobywanie dóbr i usług według odczuwanego systemu preferencji. Potrzeby wynikają z trzech źródeł: fizjologicznych, psychologicznych i socjologicznych. Realizacja potrzeb zależy od człowieka, od hierarchizowania owych potrzeb oraz warunków ekonomicznych, które umożliwiają bądź utrudniają ich zaspokojenie. Jednakże hierarchia potrzeb nie jest pojęciem jednoznacznym. Zmienia się wraz z rozwojem gospodarczym, ze wzrostem zamożności społeczeństwa czy wzrostem dochodów konsumenta. Potrzeby żywnościowe należą do potrzeb podstawowych, których źródłem są biologiczne wymogi organizmu, stawiane zawsze na pierwszym miejscu jako potrzeby obiektywne, najpilniejsze do zaspokojenia. Jednocześnie między potrzebami biologicznymi a psychicznymi i społecznymi istnieje ścisły związek i zależność. Fizjologiczne potrzeby organizmu zaspokajane są w określony sposób, który ma społeczny i kulturowy wymiar, do czego niezbędne są określone produkty jako wytwory pracy i kultury ludzkiej. Człowiek jako istota żywa jest jednocześnie istotą społeczną i tę samą potrzebę żywnościową zaspokaja w sposób zdeterminowany socjospołecznie, ale jednocześnie według indywidualnych, subiektywnych preferencji.

Istnieje wiele czynników warunkujących zmiany zachowań konsumentów żywności. Jako priorytetowe należy tu wymienić ekonomiczne, społeczne, psychologiczne i marketingowe.

Waga i znaczenie poszczególnych z nich są ściśle powiązane z charakterem produktów zaspokajających potrzeby żywnościowe konsumentów [Szwacka-Salmonowicz 2003]. I tak: na rynku produktów żywnościowych o charakterze podstawowym wiodące znaczenie mają czynniki ekonomiczne i społeczne. Na

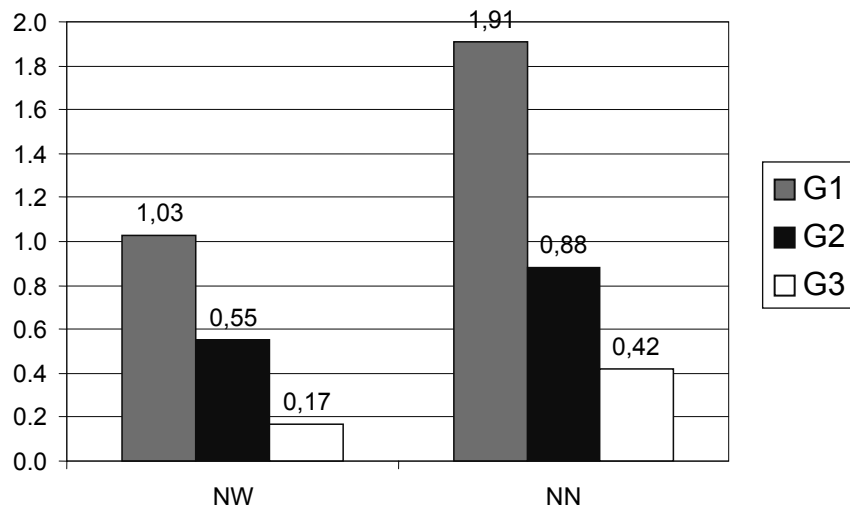
rynku produktów żywnościowych o charakterze luksusowym coraz większego znaczenia nabierają czynniki psychologiczne i marketingowe. Jednocześnie należy nadmienić, iż wprowadzony podział jest raczej sztuczny z uwagi na złożoność zachowań konsumenckich i co się z tym wiąże – potrzebę komplementarnego oddziaływania różnorodnych czynników na decyzje rynkowe konsumenta żywności.

Uwarunkowania ekonomiczne

Spośród różnych czynników ekonomicznych podstawową rolę spełniają dochody i ceny oraz ich wzajemne relacje. Podaż jest bowiem ważnym czynnikiem ekonomicznym, ale w warunkach gospodarki rynkowej nie stanowi żadnego ograniczenia dla swobodnego kształtowania się relacji cenowo-dochodowych. Dochody, ceny i podaż tworzą materialne warunki podejmowania określonych decyzji konsumpcyjnych i wyznaczają ramy, w których przejawia się działanie czynników psychosocjospołecznych. Wśród czynników ekonomicznych szczególne znaczenie ma dochód, określający poziom zamożności społeczeństwa i poszczególnych gospodarstw domowych. Jednocześnie dochody gospodarstw domowych są głównym wyznacznikiem zaspokojenia potrzeb żywnościowych w wymiarze ilościowym i jakościowym. Pomimo iż w Polsce dochody i ceny wciąż określają poziom i strukturę konsumpcji żywności, to na przestrzeni lat 1993–2005 należy zauważyć istotny spadek udziału wydatków konsumentów na żywność w ogólnej wartości wydatków gospodarstwa domowego – z 42% w 1993 r. do 30% w 2005 r. [GUS 2006]. Jednocześnie występuje duże zróżnicowanie w kształtowaniu tego udziału w zależności od poziomu zamożności gospodarstwa domowego. I tak, w gospodarstwach o relatywnie najniższych dochodach udział wydatków na żywność w wydatkach ogółem osiąga nawet 50%, natomiast w gospodarstwach najzamożniejszych nie przekracza 25%.

Potwierdzeniem istotnego wpływu dochodów na kształtowanie poziomu i struktury konsumpcji żywności w przekroju typów gospodarstw domowych są wyniki elastyczności dochodowej popytu. Przeprowadzona analiza kształtowania się popytu na żywność pozwala na wyodrębnienie trzech podstawowych kierunków zmian. Obejmują one stopień nasycenia potrzeb, przemiany jakościowe oraz procesy substytucyjne w obrębie analizowanych grup żywności i poszczególnych kategorii [Szwacka-Salmonowicz 2003].

Dokonując oceny w zakresie stopnia nasycenia potrzeb żywnościowych w 2001 roku w relacji do 1993 roku, należy zauważyć, iż w analizowanym okresie wystąpiło obniżenie współczynników elastyczności dochodowej wydatków i spożycia żywności, przy czym istota hierarchizacji pozostała bez zmian (por. wykresy 1–2).

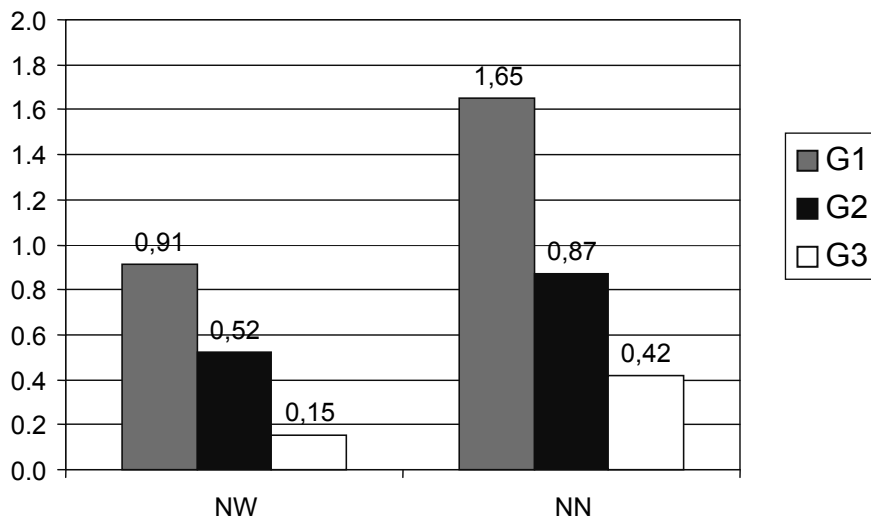


G1 – współczynnik elastyczności dochodowej popytu $> 1,0$
 G2 – współczynnik elastyczności dochodowej popytu $0,5-1,0$
 G3 – współczynnik elastyczności dochodowej popytu $< 0,5$
 NW – wysoki poziom nasycenia potrzeb
 NN – niski poziom nasycenia potrzeb

Wykres 1

Hierarchizacja wydatków na żywność w 1993 r.

Źródło: Opracowanie własne.



Wykres 2

Hierarchizacja wydatków na żywność w 2001 r.

Źródło: Opracowanie własne.

Relatywnie największe obniżenie współczynników w analizowanym okresie wystąpiło w grupie wydatków odpowiadających zaspokojeniu potrzeb niższego rzędu. Świadczy to o wzrastającym nasyceniu potrzeb żywnościowych na przestrzeni lat 1993–2001. Zaobserwowano ponadto wyraźną dywersyfikację wzorców spożycia żywności. Odmienność ta dotyczyła zwłaszcza gospodarstw pracujących na własny rachunek i pracowników z jednej strony, a z drugiej strony utrzymujących się z niezarobkowych źródeł, pracowników użytkujących gospodarstwo rolne i rolników. W pierwszej grupie gospodarstw w latach 1993–2001 wystąpiły relatywnie niskie współczynniki elastyczności. Z kolei w drugiej grupie gospodarstw zaobserwowano relatywnie wysokie współczynniki elastyczności dochodowej wydatków i spożycia. Drugim kierunkiem zmian wynikającym z przeprowadzonej analizy porównawczej jest skala przemian jakościowych w spożyciu żywności. Szczególnie dynamiczny charakter miały przemiany jakościowe w grupie III – produktów niższego rzędu. W odniesieniu do produktów luksusowych i podstawowych (grupy I i II) skala przemian była znacznie mniejsza niż w grupie produktów zaspokajających potrzeby niższego rzędu. Należy jednocześnie podkreślić, iż przemiany jakościowe są w dużym stopniu rezultatem intensyfikacji procesów substytucyjnych między grupami produktów żywnościowych i wewnątrz tych grup. Świadczy o tym relatywne obniżenie zróżnicowania współczynników elastyczności dochodowej wydatków i spożycia. Stanowi ono, z jednej strony, rezultat dokonujących się procesów substytucyjnych między żywnością a innymi dobrami konsumpcyjnymi, z drugiej zaś – w obrębie grup produktów żywnościowych. Wyrazem dokonującej się substytucji jest przesunięcie wielu produktów żywnościowych z grupy I (luksusowych) do II (podstawowych) oraz przejście wielu pozycji z grupy II do III – niższego rzędu. O intensyfikacji procesów substytucyjnych może świadczyć też przesunięcie niektórych pozycji produktowych z grupy II do III, jak również przegrupowanie niektórych kategorii w obrębie grup. Dotyczy to zwłaszcza takich produktów, jak tłuszcze zwierzęce, roślinne, mleko, przetwory mleczne, chleb, przetwory zbożowe, dla których w ciągu analizowanego okresu zaznaczył się w sposób istotny efekt substytucyjny.

Przedstawiony kierunek zmian jest kontynuowany w kolejnych latach zarówno w zakresie wzrostu poziomu nasycenia potrzeb żywnościowych, przemian jakościowych, jak i intensyfikacji procesów substytucyjnych [Gulbicka 2005].

Uwarunkowania socjologiczne

Konsumpcja żywności (i innych dóbr) to nie tylko pozyskiwanie określonych składników odżywczych (wartości użytkowych), lecz także konsumpcja „znaków społecznych” [Świętochowska 1988]. Poszukiwanie określonych rodzajów

produktów, związane z ich znaczeniem symbolicznym, pozwala na realizację potrzeb niepokarmowych, a mianowicie potrzeby przynależności i wyróżnienia się. Obie potrzeby występują w różnych proporcjach (z różną intensywnością) u poszczególnych konsumentów, co związane jest z różnymi typami ich osobowości. Różnorodne cechy produktu (ekonomiczne i pozaekonomiczne) oraz sposób uczestnictwa w konsumpcji i jej czas pozwalają na wskazanie (podkreślenie) przynależności do:

- określonej warstwy (klasy) społecznej,
- miejsca zajmowanego przez jednostkę w grupie społecznej,
- określonego kręgu kulturowego.

Istotnego znaczenia w analizie uwarunkowań socjologicznych nabierają zwyczaje żywieniowe. Należy tu wyodrębnić dwie formy ich oddziaływania na decyzje konsumpcyjne. Pierwsza związana jest z nakazem spożywania określonych produktów w określonym czasie (i ewentualnie formie), druga zaś z zakazem spożycia (produkty tabu). Powstanie tych zakazów i nakazów jest związane z systemem wartości cenionych w danych grupach społecznych (kręgach kulturowych) oraz ze sposobem postrzegania związków człowieka z otaczającym go światem.

Źródłem nakazów i zakazów żywieniowych może być zarówno nadmiar, jak i niedobór surowców pokarmowych. Innym źródłem zwyczajów może być przedmiot czy forma konsumpcji, która towarzyszy szczególnie doniosłym wydarzeniom w życiu danego społeczeństwa. Warto zwrócić uwagę na fakt, że współcześnie zakazy i nakazy mogą przybierać postać norm, a dotyczyć mogą nie tylko produktów żywnościowych – np. zakaz palenia papierosów, picia alkoholu, nakaz szczepień ochronnych.

Zwyczaje i obyczaje żywieniowe są elementem kultury. Wśród dorobku kulturowego można wyróżnić elementy materialne i wartości symboliczne, w tym także normy moralne i pojęcia dobra i zła, sprawiedliwości i niesprawiedliwości. System norm moralnych porządkuje świat wartości, do osiągnięcia których należy dążyć, i tych, które należy odrzucić. Reguluje on także percepcję różnych doznań zmysłowych i sposób reakcji na bodźce tego typu. Dotyczy to także intensywności, z jaką pozytywne doznania emocjonalne wpłyną na ilość i strukturę spożywanej żywności.

W kulturze zawarte są nie tylko normy „ilościowe”, lecz także „jakościowe”, tzn. regulujące strukturę doznań zmysłowych. Każdy spożywany produkt ma określony kolor, smak, zapach, konsystencję. Doznania związane z tego typu wrażeniami nie mają jednakowej struktury w różnych społecznościach. Reasumując należy dodać, iż elementem kultury jest także stosunek do własnego ciała i zdrowia. Kształtować się on może na podstawie różnych elementów – z jednej strony dorobku wiedzy naukowej, a z drugiej – norm (poglądów) estetycznych.

Uwarunkowania psychologiczne

Uwarunkowania psychologiczne wynikają z indywidualnego sposobu odbierania bodźców pokarmowych i reagowania na nie. Różnice istniejące między ludźmi w tym zakresie uwarunkowane są odmiennością budowy receptorów oraz procesami uczenia się i przetwarzania informacji. Podkreślić należy, że u poszczególnych konsumentów sposób reagowania na bodźce nie jest jednako- wy [Świętochowska 1988]. Wiąże się to, z jednej strony, z kumulacją wyników uczenia się, a z drugiej – ze zmianami zachodzącymi w organizmie wskutek upływu czasu (proces starzenia się). Generalną zasadą doboru produktów do konsumpcji jest poszukiwanie pozytywnych stanów emocjonalnych związanych z samą konsumpcją, jako procesem zaspokajania potrzeby pokarmowej. Zestawy produktów umożliwiających realizację tej zasady zmieniają się pod wpływem dążenia do uniknięcia stanu znudzenia. Zmienność ta dyktowana jest także koniecznością dostarczenia organizmowi różnorodnych składników. Potrzeba zmian zestawów spożywanych produktów u poszczególnych konsumentów nie jest taka sama. Jej przeciwstawieniem jest potrzeba bezpieczeństwa, realizująca się przez wierność znanemu zestawowi. Potrzebę zmian wspiera dodatkowo potrzeba poznania i zrozumienia. Mamy więc zestaw bodźców skłaniających do modyfikacji zachowania, jak i utrzymania jego stałości. Różne proporcje, w których te motywy występują, stanowią podstawę podziału konsumentów na grupy ze względu na szybkość akceptacji przez nich nowości rynkowych.

Odbieranie bodźców wewnętrznych, wytwarzanych przez stan braku, oraz zewnętrznych, związanych z produktami (ich właściwościami), jest różne u poszczególnych konsumentów. Jest to m.in. uwarunkowane temperamentem czy raczej osobowością. Typy temperamentu wskazują na zachowania w dziedzinie konsumpcji żywności. Niezależnie od temperamentu, intensywność odbioru zewnętrznych i wewnętrznych bodźców pokarmowych zależy również od czasu, który upłynął od ostatniego aktu konsumpcji. Im jest on dłuższy, tym napięcie potrzeby jest większe.

Szerszą kategorią niż temperament jest osobowość, rozumiana bądź jako system względnie stałych cech, bądź jako centralny system regulacji zachowań. Jednym z elementów osobowości jest poziom samooceny. Jak wykazują badania Maslova, różnice w poziomie samooceny wpływają na konsumpcję produktów żywnościowych. „Osoba silniejsza ujawnia się w doborze pokarmów bardziej słonych, kwaśnych, gorzkich, ostrych i o wyraźniejszym smaku” [Maslov 1954]. Obraz własnego „ja” ma znaczenie nie tylko dla wyboru produktów o określonych cechach, lecz także dla sposobu podejmowania decyzji. Niski poziom samooceny oznacza brak zaufania do trafności własnych decyzji, a tym samym dużą skłonność do ulegania wpływom otoczenia.

Należy zwrócić uwagę, że również status społeczny skłania ludzi do ubiegania się o określone miejsce w ramach różnych grup. Miejsce, do którego jednostka aspiruje, uwarunkowane jest intensywnością potrzeby dominacji i szacunku, jaki się chce uzyskać. Wielkość grup, do których się równocześnie należy, może powodować konflikty w zachowaniach konsumpcyjnych. Procesy żywienia mogą być płaszczyzną osiągania sukcesu dla tych osób, którym zajmowanie się innymi jest „przypisane” z racji ról społecznych. Chodzi tu głównie o kobiety – gospodynie domowe, przygotowujące posiłki zarówno dla członków gospodarstwa domowego, jak i na spotkania – uroczystości towarzyskie.

Na zakończenie należy nadmienić, iż w zachowaniach związanych z zaspokajaniem potrzeb niektóre decyzje mają charakter nawykowy. Nawyki te, wykształcone w życiu jednostki, pełnią ważne funkcje. Pozwalają one na:

- uniknięcie dodatkowego wysiłku (kosztów) związanego z podjęciem nowych decyzji – gromadzenia i przetwarzania informacji,
- uniknięcie ryzyka związanego z nowymi decyzjami,
- przeznaczenie więcej czasu na zaspokojenie potrzeb niepokarmowych.

Te „ekonomiczne” funkcje nawyków są realizowane wówczas, gdy sam nawyk powstał w wyniku optymalizacji decyzji pierwotnych. Obok nich może występować konsumpcja nawykowa o charakterze patologicznym. Na potrzeby pokarmowe wpływają również procesy zachodzące w zakresie innych potrzeb. Brak gratyfikacji potrzeb pokarmowych wywołuje ich intensyfikację.

Uwarunkowania marketingowe

Ważną determinantą zmian zachodzących we wzorcach konsumpcji żywności są działania marketingowe, stosowane zarówno przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego, jak też handlowe. Szczególne znaczenie mają umiejętna polityka produktowa (kształtowanie zróżnicowanej oferty, strategie marki, opakowanie produktu), polityka cenowa oraz działania promocyjne przedsiębiorstw. Istotnym czynnikiem popytotwórczym na przestrzeni ostatnich piętnastu lat w Polsce stała się polityka produktu. Z uwagi na coraz wyższy poziom orientacji klientów na jakość i markę produktu istotnego znaczenia nabierają działania o charakterze proinnowacyjnym [Szwacka 2006]. Obejmują one swoim zakresem wprowadzanie nowych technologii i technik wytwarzania produktu, jak też udoskonalanie zawartości sensorycznej oraz opakowania produktu. Coraz większego znaczenia w wyborze produktu na rynku żywności nabiera opakowanie, jego funkcjonalność, trwałość, kolorystyka, stąd też około 70% innowacji produktowych dotyczy opakowania. Waga i znaczenie innowacji produktowych są znacznie większe na rynku drogich marek niż w przypadku produktów stan-

dardowych, gdzie przemawia do konsumenta niska cena, a produkt jest z reguły przeciętnej jakości. Na przestrzeni ostatnich lat istotne zmiany nastąpiły w zakresie prowadzonej przez przedsiębiorstwa polityki promocji. Podczas gdy jeszcze w pierwszej połowie lat 90. najskuteczniejszym narzędziem aktywizacji sprzedaży na badanym rynku była reklama w mediach, to w ostatnich latach wyraźny jest zwrot w kierunku reklamy w punktach sprzedaży, tzw. techniki below the line. Fakt ten ma uzasadnienie w rozwoju sprzedaży preselekcyjnej w Polsce, a tym samym rozwoju technik promocyjnych mogących mieć zastosowanie w dużych sieciach detalicznych. Sytuacja ta stwarza więcej możliwości w zakresie doboru różnych, zindywidualizowanych technik promocyjnych (promocja cenowa, degustacje, konkursy).

Osobnego omówienia wymaga znaczenie marki w podejmowaniu przez konsumenta decyzji zakupowych. Wrażliwość konsumenta na markę jest ściśle powiązana z jej wizerunkiem. Budowanie wizerunku marki zależy od adekwatności doboru narzędzi promocyjnych w komunikacji z docelowym odbiorcą. Na etapie lansowania marki na rynku spektakularnym czynnikiem budowania jej wizerunku jest niewątpliwie reklama. Na etapie utrwalania jej wizerunku istotnego znaczenia nabierają działania z obszaru promocji dodatkowej, programy lojalnościowe, działania typu publicity, a także sponsoring. O znaczeniu marki jako instrumentu oddziaływania na decyzje zakupowe konsumentów mogą świadczyć przykłady silnych marek produktowych, uplasowanych na rynku zarówno produktów tradycyjnych, jak i nowej generacji [Szwacka 2006]. Szczególne znaczenie ma plasowanie marki w segmencie drogich produktów, gdzie konsumenci wykazują wyższy poziom jej identyfikacji i utożsamiają ją z wysoką jakością. Na rynku tanich marek, gdzie konsumenci kierują się głównie atrakcyjnością cenową produktu, występuje znacznie niższy poziom lojalności nabywców, a zatem w szerszym zakresie zjawisko substytuowania marek produktowych.

Tendencje zmian w konsumpcji żywności na rynku światowym

Dokonujące się zmiany w polskim wzorcu konsumpcji stanowią pewne odzworowanie ogólnych tendencji światowych zachodzących na rynku żywnościowym. Dotyczą one przede wszystkim:

- wzrostu zapotrzebowania na żywność „wygodną”,
- priorytetowego traktowania przez konsumenta świeżej żywności,
- wzrostu zapotrzebowania na usługi gastronomiczne,

- małego relatywnie zainteresowania żywnością modyfikowaną genetycznie oraz zawierającą różne dodatki,
- wzrostu zaufania do żywności ekologicznej.

Wiodącym kierunkiem rozwoju w skali światowej jest niewątpliwie segment żywności „wygodnej”. Największą dynamiką wzrostu charakteryzuje się rynek produktów „wygodnych” w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Holandii i USA. Decydującymi wyznacznikami rozwoju tego rynku są przede wszystkim: dążenie do wprowadzania kolejnych ułatwień w gospodarstwie domowym, wzrost zapotrzebowania na czas wolny, rosnąca świadomość zdrowotna wśród konsumentów. W wyniku wzrostu świadomości zdrowotnej społeczeństw w istotny sposób wzrasta zapotrzebowanie na produkty „wygodne” w postaci chłodzonej, tzw. chilled food, uważane powszechnie za wysokiej jakości. Żywność chłodzona osiągnęła trwałą pozycję wśród produktów sprzedawanych w supermarketach, głównie w USA, Anglii i we Francji, [www.tradepress 2006].

Dynamicznie rozwija się także europejski rynek usług gastronomicznych (szacowany na około 300 mld euro), W jego strukturze pierwsze miejsce zajmuje catering – 38%, następne są restauracje z przewagą sieci typu „fast food”, sprzedaż detaliczna (rozwijająca się głównie w restauracjach sklepowych), sprzedaż przez automaty dystrybucyjne (7%). Występuje jednocześnie istotne zróżnicowanie wzorców konsumpcyjnych nabywców europejskich. I tak, w Niemczech, we Francji i w Wielkiej Brytanii żywność najczęściej kupowana jest w kanałach sprzedaży detalicznej, podczas gdy w Hiszpanii i we Włoszech wciąż preferowane są restauracje.

Przedstawione trendy rynku żywności „wygodnej” na świecie znajdują swoje odbicie w Polsce. Polski rynek żywności „wygodnej”, szacowany w 2006 roku na około 260 mln złotych, obejmuje następujące tendencje:

- wzrost sprzedaży dań gotowych w słoikach i puszkach z tradycyjnej polskiej kuchni,
- rozszerzenie produkcji potraw warzywnych, typowo wegetariańskich,
- wzrost sprzedaży dań chłodzonych na foliowych tackach wymagających tylko podgrzania,
- produkcja dań gotowych o przedłużonym terminie ważności do 12 miesięcy w nowych opakowaniach, tj. z folii polipropylenowej z warstwą aluminiową,
- produkcja gotowych dań obiadowych, stanowiących kompozycje warzyw z mięsem, grzybami i dodatkami uzupełniającymi w nowoczesnych opakowaniach,
- rozwój gotowych dań etnicznych: greckich, francuskich, meksykańskich, azjatyckich itp.

Na zakończenie należy nadmienić, iż coraz większego znaczenia wśród konsumentów nabiera segment żywności ekologicznej, szczególnie intensywnie rozwijający się w krajach skandynawskich oraz w Niemczech i Wielkiej Brytanii. Pewne symptomy wzrostu zapotrzebowania na żywność ekologiczną obserwujemy również w Polsce.

Analiza porównawcza wzorców zachowań w Polsce na tle pozostałych krajów Unii

Pomimo postępującej tendencji zbliżania się wzorców zachowań konsumenckich w Polsce do pozostałych krajów Unii, występują wciąż istotne różnice. Przyczyn tego zróżnicowania należy poszukiwać przede wszystkim w:

- poziomie rozwoju gospodarczego,
- poziomie doświadczeń w zakresie wdrażania reguł gospodarki rynkowej,
- różnicach kulturowych.

Poziom rozwoju kraju i siły nabywczej konsumentów jest istotnym czynnikiem różnicującym zachowania konsumentów żywności. W krajach o relatywnie niskim poziomie rozwoju gospodarczego, do których wciąż należy Polska, wiodące znaczenie mają uwarunkowania ekonomiczne, a w szczególności dochody konsumenta i ceny produktów żywnościowych. Sytuacja ta w dużym stopniu tłumaczy znacznie wyższy popyt na dobra żywnościowe w Polsce niż w pozostałych krajach Unii, przy zdecydowanie niższym poziomie nasycenia potrzeb w tym zakresie. Dotyczy to zwłaszcza produktów żywnościowych o charakterze luksusowym, dla których elastyczność dochodowa wydatków w przekroju typów gospodarstw domowych wciąż kształtuje się na relatywnie wysokim poziomie, o czym już była mowa wcześniej.

Istnieje wciąż duża luka w zakresie marketingu między Polską a pozostałymi krajami Unii z uwagi na znacznie niższy poziom doświadczeń Polski odnośnie funkcjonowania w ramach gospodarki rynkowej. Sytuacja ta ma istotny wpływ na poziom świadomości konsumenckiej, wynikającej z edukacji marketingowej i rozwijających się aspiracji konsumentów. Stąd też coraz większego znaczenia w kształtowaniu zachowań konsumenckich w gospodarce rynkowej nabierają czynniki socjopsychologiczne. Dotyczy to zwłaszcza produktów żywnościowych o charakterze luksusowym. Na rynku tych produktów występują pewne symptomy zbliżania się wzorców zachowań nabywców z Polski do nabywców z pozostałych krajów Unii. Potwierdzeniem tego są wyniki badań dotyczące wpływu czynników psychologicznych i marketingowych na podejmowanie decyzji rynkowych w krajach Unii [Europe at the Gates of Union 2002]. Wzięto tu-

taj pod uwagę następujące czynniki: 1) poziom oczekiwanych korzyści względem produktu, 2) poziom lojalności względem marki, 3) otwartość na nowości rynkowe, 4) preferowanie rodzimych marek produktowych oraz 5) wpływ reklamy na podejmowanie decyzji zakupowych. W wynikach przeprowadzonych badań należy zauważyć istotne zróżnicowanie ocen konsumenckich w zakresie oczekiwanych korzyści względem produktu. Wśród konsumentów Europy Wschodniej relatywnie najwyższy poziom ukierunkowania na markowe produkty identyfikowane z wysoką jakością występuje wśród Polaków. Potwierdzenie tego faktu stanowią badania własne autorki, prowadzone w latach 1998–2002 [Szwacka-Salmonowicz 2003] i kolejnych, po przystąpieniu Polski do Unii, tj. 2003–2005 [SMG/KRC 2005]. Zatem występuje zbieżność zachowań rynkowych Polaków i pozostałych konsumentów Unii, demonstrowana wysokim poziomem lojalności względem droższych ofert markowych. Generalnie rzecz ujmując, w większości krajów Europy Wschodniej poziom lojalności nabywców względem marki jest wciąż niższy niż w pozostałych krajach Unii, co wynika z faktu, iż proces budowania więzi z marką jest długotrwały i wymaga konsekwencji w zakresie realizacji przyjętej strategii.

Reklama jest istotnym czynnikiem wpływającym na kształtowanie postaw rynkowych konsumentów z krajów Europy Wschodniej i Unii. Występuje wyraźna zbieżność poglądów na ten temat. Postępuje również proces przewartościowania reklamy, którą powoli zastępuje dialog z klientem, opierający się na budowaniu dobrych z nim relacji. Konsumenty stają się coraz bardziej świadomi potrzeby uzyskiwania odpowiedniej jakości i rzetelnej informacji o produkcie.

Argumentacja przedstawiona powyżej wskazuje jednoznacznie, iż głównym czynnikiem sprawczym dywersyfikacji wzorców zachowań konsumentów polskich i pozostałych krajów Unii są wciąż istotne różnice w dochodach, co stanowi główną przesłankę zaspokojenia potrzeb i aspiracji konsumentów, szczególnie w odniesieniu do drogich produktów żywnościowych. Zatem, czy można uznać, iż powolne niwelowanie dysproporcji w poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego poszczególnych krajów będzie sprzyjać unifikacji wzorców zachowań na rynku produktów żywnościowych? Odpowiedź jest trudna, jeśli uświadomimy sobie, jak istotnego znaczenia w kształtowaniu zachowań konsumenckich nabierają czynniki kulturowe, a zwłaszcza hołdowanie rodzimej tradycji, kulturze, nawykom żywieniowym. Należy zauważyć, iż pomimo demonstrowanej przez polskich nabywców skłonności do zakupu renomowanych marek zagranicznych, szczególnie wśród starszego pokolenia „tradycjonalistów” przeważa swoisty etnocentryzm, wyrażający się w hołdowaniu rodzimym produktom. Różnice kulturowe występujące między narodami nie wyrównują się w miarę upływu czasu i wzrostu podaży o charakterze globalnym oraz internacjonalizacji handlu detalicznego w Europie. Kontekst, w jakim produkty są nabywane i użytkowane

powoduje, iż ich rola i znaczenie w kształtowaniu wzorców zachowań konsumenckich nabierają innego wymiaru.

Jednocześnie należy zauważyć, iż postępująca liberalizacja gospodarcza i promocja wolnych sił rynkowych w Europie i na świecie sprzyja rozwojowi koncepcji wyrastającej na podłożu unifikacji wzorców zachowań konsumentów. Unifikacja związana jest nierozdzielnie z homogenicznością gustów i upodobań konsumentów na rynku światowym i stanowi podstawę kształtowania globalnych strategii. Odnosząc powyższe stwierdzenia do rynku żywnościowego, należy zauważyć, iż ogólne tendencje światowe są ściśle powiązane z globalną komunikacją, co sprzyja wykształceniu podobnych zachowań konsumenckich. Można zatem przyjąć dwa scenariusze rozwojowe w zakresie kształtowania wzorców zachowań konsumentów żywności [Szwacka 2006]:

- pierwszy – opierający się na koncepcji unifikacji zachowań konsumenckich na rynku europejskim,
- drugi – wskazujący na rozłączność społeczeństwa polskiego, gdzie głównie młoda, bardziej aktywna i zamożniejsza część społeczeństwa będzie się dostosowywać do europejskiego modelu konsumpcji, a mniej aktywna będzie odnajdywać się w modelu ograniczonej konsumpcji tanich produktów rodzimych, manifestując swoją odrębność kulturową.

Podsumowanie

Kształtowanie się wzorców zachowań konsumenckich na rynku żywności w Polsce pozostaje pod wpływem różnorodnych czynników, choć wiodące znaczenie wciąż przypisuje się dochodom i cenom. Dokonujące się w polskim wzorcu konsumpcji zmiany stanowią pewne odwzorowanie ogólnych tendencji światowych zachodzących na rynku żywnościowym i obejmują przede wszystkim wzrost zapotrzebowania na żywność „wygodną” i ekologiczną, jak też na usługi gastronomiczne.

Występują wciąż istotne różnice związane z poziomem rozwoju gospodarczego, doświadczeniem w zakresie wdrażania reguł gospodarki rynkowej i różnicami kulturowymi, mimo postępującej tendencji zbliżania się wzorców zachowań konsumentów w Polsce do pozostałych krajów Unii. Można przyjąć dwa scenariusze rozwojowe w zakresie kształtowania wzorców zachowań konsumenckich w Polsce. Pierwszy – opierający się na koncepcji unifikacji zachowań konsumenckich na rynku europejskim, drugi zaś wskazujący na brak spójności społeczeństwa polskiego, wynikający z odrębności kulturowej. Różnice i podobieństwa kulturowe stanowią ważną przesłankę do podejmowania decyzji marketingowych przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego stosujące strategie globalne.

Literatura

- GAJEWSKI S., 1994: Zachowanie się konsumenta a współczesny marketing. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- GARBARSKI L., 2001: Zachowania nabywców. PWE, Warszawa.
- GULBICKA B., 2005: Wyżywienie – poziom i zróżnicowanie. [w:] Analiza produkcyjno-ekonomiczna sytuacji rolnictwa i gospodarki żywnościowej w 2004 roku. IERiGŻ-PIB, Warszawa.
- KOMOR M., 2000: Euromarketing. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na eurorynku. PWN, Warszawa.
- KOS CZ., SZWACKA-SALMONOWICZ J., 1997: Marketing produktów żywnościowych. PWRiL, Warszawa.
- MASLOV A.M., 1954: Motivation and Personality. New York.
- Roczniki Statystyczne GUS 1993–2006. GUS, Warszawa.
- SMG/KRC A Millward Company, 2005. Warszawa.
- SOLOMOW M., BAMOSSY G., ASKEGAARD S., 1999: Consumer Behaviour. A European Perspective. Prentice Hall, Europe.
- SZULCE H., 2006: Wpływ działań marketingowych na konsumpcję żywności. Handel Wewnętrzny. Numer specjalny, czerwiec. Warszawa.
- SZWACKA-SALMONOWICZ J., ZIELIŃSKA Z., 1996: Hierarchia potrzeb żywnościowych w 1993 roku na tle potrzeb 1986 roku. IRWiR PAN, Warszawa.
- SZWACKA-SALMONOWICZ J., 2003: Zmiany zachowań nabywców jako determinanta kształtowania strategii segmentacyjnych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce.
- SZWACKA J., 2006: Determinants of differentiation marketing strategies of food industry companies in Poland. 2nd Int. Conf. On Business, Management and Economics; Izmir University, 14–18 June.
- SZWACKA J., 2006: Uwarunkowania zachowań konsumenckich na rynku żywnościowym w stadium globalizacji. Roczniki Naukowe SERiA, VIII(3), Poznań, 140–145.
- TUCEK M., FRIEDLAENDEROVA H., 2002: Europe at the Gates of Union. Czechy: Median KMR. TGI SMG/KRC.
- ŻELAZNA K, KOWALCZUK I., 2002: Uwarunkowania zachowań nabywczych polskich konsumentów – wyniki badań. Acta Scientiarum Polonorum – Oeconomia 1–2. Warszawa.

The Tendencies on the Food Market in Poland

Abstract

The article contains the analysis of the changes occurring in the patterns of human behaviour on food market in Poland. The hierarchy of the factors influencing demand and the most important tendencies on the world market have been established, as well as their implications for modelling Polish food market. Furthermore the proposals of the patterns of human behaviour (basing on unification and diversification) on European food market have been described.

Dorota Witkowska

Katedra Ekonometrii i Statystyki SGGW

Janusz Witkowski

Katedra Marketingu

Wyższa Szkoła Kupiecka, Łódź

Rozpoznawalność marek wybranych produktów (wyniki badań ankietowych)

Wstęp

Jak wynika z doświadczeń krajów o rozwiniętej gospodarce rynkowej, kreowanie lojalności nabywców względem marki produktu jest bardzo ważnym obszarem działalności firmy¹. Następująca globalizacja rynków oraz rozwój w dziedzinie komunikacji wymagają głębokich zmian organizacyjnych i precyzyjnego dostosowania się przez przedsiębiorstwa do warunków rynkowych i otoczenia firmy. Przyczynia się to do skracania cykli życia produktów, powodując konieczność wprowadzania nowych i udoskonalonych wyrobów na różnych rynkach. Ich poziom sprzedaży zależy nie tylko od stosunku nabywców do nowych produktów, ale przede wszystkim od ich lojalności względem marki produktu i firmy². Stąd też jednym z podstawowych zadań jest kreowanie silnej marki w celu osiągnięcia wszystkich możliwych korzyści z faktu jej posiadania³.

Marka ma duże znaczenie dla konsumenta, jest siłą napędową konkurencyjności oraz kluczowym elementem polityki każdej firmy. Wielkie koncerny rywalizują między sobą nie produktami lecz markami, gdyż najbardziej popularne marki warte są miliardy dolarów⁴. Są one symbolami jakości, silnej pozycji na rynku, prestiżu oraz uznania.

Rola marki w globalnej gospodarce systematycznie wzrasta, gdyż konsumenci chętniej wybierają produkty markowe, wiedząc, że dobry „brand” to jakość, gwarancja satysfakcji oraz oryginalności. Z kolei z punktu widzenia firmy stabilna i silna marka przekłada się na lojalność klientów oraz wzrost sprzedaży,

¹Por. pracę: M. Goławska [1999], s. 31–33.

²Por. J. Witkowski [2001].

³H. Mruk, J.P. Rutkowski [1984], s. 55–73.

⁴Np. Coca-Cola – 70 mld dolarów (por.: B. Chaciński [2006]), Microsoft – 65,17 mld \$; Nokia – 29,44 mld \$; Mercedes – 21,37 mld \$ (por.: www.smb.pl/aktualnosci).

a co za tym idzie – zysków. Siła danej marki zależy od tego, w jakim stopniu jest ona obecna w świadomości konsumentów. Wielkie koncerny prowadzą między sobą „wojnę na marki”, jest to wojna psychologiczna, w której firmy walczą o miejsce w umysłach konsumentów.

Celem opracowania jest zaprezentowanie wyników badań znajomości wybranych marek produktów oraz analiza oceny jakości i pozycji rynkowej tych marek. Badania przeprowadzono na podstawie ankiety internetowej rozesłanej do studentów Wydziału Ekonomiczno-Rolniczego Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Efektem badań jest uzyskanie opinii studentów na temat rozpoznawalności wybranych 67 marek produktów. Analizę przeprowadzono na podstawie 50 ankiet, w których studenci odpowiadali na pytania dotyczące znajomości marek, oceny ich pozycji rynkowej, oceny jakości oraz częstotliwości zakupu produktów wybranych marek.

Istota i funkcje marki

Marka stanowi obiekt badań wielu dyscyplin naukowych i z tego powodu jest interpretowana na rozmaite sposoby. Najczęściej marka jest definiowana jako „...nazwa, symbol, wzór lub kombinacja tych elementów, nadawana przez sprzedawcę lub grupę sprzedawców w celu identyfikacji dobra lub usługi oraz ich wyróżnienia na tle produktów konkurencyjnych”⁵. W tym rozumieniu marka służy jedynie identyfikacji produktu oraz jego producenta lub dostawcy, dlatego szerzej określa się markę jako „...kombinację produktu fizycznego, nazwy marki, opakowania, reklamy oraz towarzyszących im działań z zakresu dystrybucji i ceny, kombinację, która odróżniając ofertę danego marketera od ofert konkurencyjnych, dostarcza konsumentowi wyróżniających korzyści funkcjonalnych i/lub symbolicznych, dzięki czemu tworzy lojalne grono nabywców i umożliwia tym samym osiągnięcie wiodącej pozycji na rynku”⁶.

Według J. Altkorna, termin „marka” występuje co najmniej w trzech znaczeniach⁷:

- marka jako oznaczenie całego asortymentu produktów oferowanych przez daną firmę,
- marka rozumiana jako znak towarowy,
- marka oznaczająca rynkowy wizerunek produktów i/lub firmy, która je oferuje na rynku.

⁵Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong [2002], s. 626.

⁶J. Kall [2001], s. 12.

⁷J. Altkorn [1999], s. 11.

Z kolei Jean-Noël Kapferer wymienia cztery elementy marki⁸, do których zalicza:

- 1) cechy (marka przynosi skojarzenia z cechami produktów, np. Mercedes kojarzy się z prestiżem, trwałością i solidną konstrukcją),
- 2) korzyści (klienci chcą nabyć korzyści a nie cechy, tak więc cechy muszą być przedstawiane jako funkcjonalne lub emocjonalne korzyści dla nabywców; np. cechę „solidna konstrukcja” można przetłumaczyć jako korzyść funkcjonalną i emocjonalną w postaci bezpieczeństwa na drodze),
- 3) wartości (marka może wytwarzać wartości wyznawane przez nabywców, np. nabywcy Mercedesa cenią sobie prestiż, wysoką jakość oraz bezpieczeństwo),
- 4) osobowość (marka wyraża również osobowość, np. gdy w badaniach motywacyjnych respondentom zadawane jest pytanie: „Gdyby marka X mogła być osobą, to kim powinna być?”).

Marka jest postrzegana jako najtrwalszy i zarazem najcenniejszy rodzaj aktywów przedsiębiorstwa, który przynosi wiele korzyści. Marka nie tylko pozwala na skuteczną identyfikację oferty produktowej przez klientów, ale również ma znaczący wpływ na wartość firmy oraz jej wizerunek w otoczeniu. Na znaczenie marki składają się takie atrybuty, jak: postrzegana jakość, lojalność wobec marki oraz znajomość marki⁹.

Lojalność wobec marki

Lojalność wobec marki¹⁰ jest funkcją procesów psychologicznych (podejmowanie decyzji) i oznacza stroniczą (czyli nieprzypadkową) reakcję behawioralną (zakup), wyrażaną przez daną jednostkę decyzyjną, w dłuższym okresie, wobec jednej lub większej liczby możliwości ze zbioru kilku marek. Inaczej mówiąc, lojalność wobec marki to „skłonność konsumentów do stałego nabywania produktów danej marki, dzięki czemu mogą oni uzyskiwać istotne korzyści. Postawa taka może wynikać z przekonania o zasadności zakupu produktów danej marki (np. określonych kosmetyków, papierosów) lub traktowania marki

⁸Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, [2002], s. 626. Inne ujęcie marki, oparte na koncepcji struktury produktu, zostało przedstawione przez Lesliego de Chernatony'ego i Malcolma McDonalda (J. Kall [2001], s. 12).

⁹Z. Kędzior [2003], s. 73.

¹⁰Lojalność stanowi bardzo istotny składnik wartości marki, jest ściśle związana z doświadczeniami wynikającymi z bezpośredniego użytkowania produktu i nie może istnieć bez wcześniejszego zakupu oraz użytkowania produktów tej marki. Por. J. Kall [2001], s. 98, za G.R. Foxal, R.E. Goldsmith [1998], s. 32.

jako wyróżnika pozycji społecznej (wizerunek marki). Lojalność wobec marki przejawia się w gotowości zapłacenia wyższej ceny za produkt opatrzonej daną marką, w powtarzalności jego zakupów i powstrzymywania się od zakupu produktów substytucyjnych”¹¹.

Lojalność wobec marki pojawia się z reguły w sytuacji, kiedy klient, zadowolony z zakupionej marki, podjął decyzję o ponownym zakupie. Może być ona zatem efektem:

- nauczenia się przez konsumenta, że określona marka jest tą, która w największym stopniu zaspokaja jego potrzeby, a więc przynosi pożądane przez niego korzyści,
- wytworzenia się emocjonalnej więzi (pomiędzy konsumentem a marką), wynikającej z oddziaływania marki na konsumenta,
- zgodności wizerunku oraz osobowości marki z osobowością oraz stylem życia konsumenta¹².

W literaturze przedmiotu wyróżnia się pięć poziomów lojalności wobec marki¹³.

1. Nabywca nielojalny, to taki któremu odpowiadają wszystkie marki, a dostępność lub cena stanowią kryterium wyboru produktów.
2. Nabywca nawykowy, w miarę zadowolony z marki. Jest to tzw. lojalność pozorna, która występuje w sytuacji, gdy u nabywcy nie pojawia się poczucie zobowiązania do ponownego zakupu danego produktu.
3. Nabywca zadowolony z marki przy wysokich kosztach zmiany na inną. Do kosztów tych zalicza się czas, pieniądze lub ryzyko związane z użytkowaniem nowego, nieznanego produktu.
4. Nabywca lubiący markę, traktujący ją jako przyjaciela. Preferencje tego konsumenta są oparte na związkach emocjonalnych z marką wynikających z asocjacji, doświadczeń lub wysoko postrzeganej jakości.
5. Konsument „zagorzali”, czyli tacy, którzy odczuwają dumę z bycia użytkownikami marki oraz dla których marka jest ważna z punktu widzenia funkcjonalnego lub emocjonalnego.

Lojalność wobec marki może być definiowana za pomocą poniższych przesłanek¹⁴:

1. Kolejność wyboru marki. Lojalność konsumentów może mieć charakter niepodzielny lub podzielny. Lojalność niepodzielna oznacza, że konsument dokonuje stale zakupów oraz wiąże się wyłącznie z jedną marką. Lojalność

¹¹Leksykon marketingu [1998], s. 135.

¹²J. Kall [2001], s. 94, za G.R. Foxal, R.E. Goldsmith [1998], s. 31.

¹³J. Kall [2001], s. 95, za D.A. Aaker [1991], s. 39–41.

¹⁴Z. Kędzior [2003], s. 86.

podzielna cechuje się tym, że nabywca kupuje dwie różne marki równolegle bądź na przemian.

2. Proporcje dokonywanych zakupów. Większe przywiązanie konsumenta do danej marki jest wynikiem większego udziału danej marki w określonej grupie produktów.
3. Preferencje danej marki. Przychylny stosunek do danej marki oraz pozytywna postawa wobec niej, w wyniku których dokonywany jest zakup tej marki.

Kolejnym istotnym zagadnieniem są źródła lojalności wobec marki, do których zalicza się inercję konsumentką oraz wartość marki dla konsumenta. Inercja konsumentka, czyli ogół czynników utrudniających zmianę marki, jest tworzona za pomocą następujących czynników¹⁵:

- 1) cech psychologicznych, które różnicują konsumentów, np. skłonność do zakupów rutynowych, konserwatyzm konsumentki („lepiej kupować to, co sprawdzone”), zamiłowanie do nowości i poszukiwanie odmian, waga, jaką konsumenci przywiązują do właściwego wyrobu (im ta waga jest większa, tym trudniejsze jest podjęcie decyzji o zmianie, a więc tym większa jest inercja),
- 2) postaw wobec produktów, które są kształtowane przez wiedzę oraz rozumienie kategorii produktów, czyli jakie marki są w niej oferowane i czym się od siebie różnią,
- 3) barier przejścia, czyli ogółu obiektywnych czynników utrudniających zmianę marki oraz sposób ich subiektywnego postrzegania przez konsumenta, np. niedostępność produktu w sklepie, umowy obowiązujące przez czas określony, programy lojalnościowe, formalności związane ze zmianą marki.

Wartość marki dla konsumenta to „ogół korzyści funkcjonalnych i emocjonalnych, jakie odczuwa konsument używając określonej marki”¹⁶. W sytuacji, gdy oferowana cena produktu wydaje się konsumentowi atrakcyjna w stosunku do oferowanej przez markę sumy korzyści, wtedy wartość tej marki również jest wysoka. Efektem tego jest zadowolenie nabywcy, co ma bezpośredni wpływ na lojalność konsumenta w stosunku do marki.

Znajomość marki

Na znajomość marki¹⁷ składają się świadomość nazwy oraz skojarzenia z marką. Świadomość marki, czyli zdolność potencjalnego nabywcy do rozpoznania, że dana marka należy do określonej kategorii produktów, zależy od takich czynników, jak:

¹⁵K. Siekierski [2006].

¹⁶Z. Kędzior [2003], s. 89.

¹⁷Z. Kędzior [2003], s. 75.

- rozpoznawalność marki, rozumiana jako prawidłowe wyróżnianie marki, którą konsument uprzednio widział bądź słyszał o niej,
- pamięć marki, która polega na zdolności konsumenta do przypominania sobie nazwy marki w momencie, gdy podana jest kategoria produktów lub potrzeba zaspokojenia przez daną kategorię produktów.

Świadomość marki nie jest zjawiskiem jednolitym i może cechować się różnym poziomem natężenia. Wyróżnia się następujące poziomy natężenia świadomości marki¹⁸:

- 1) odrzucenie marki – konsument nie decyduje się na zakup marki, gdyż nie odpowiada mu image produktu (sam produkt bądź jego wizerunek),
- 2) nierozpoznanie marki – konsument nie zauważa obecności marki na rynku,
- 3) rozpoznanie marki – nabywca jest w stanie odróżnić daną markę od marek konkurencyjnych, co oznacza, że ją rozpoznaje i pamięta,
- 4) preferowanie marki – nabywca decyduje się na zakup danej marki ze względu na wcześniejsze doświadczenia rynkowe z tą marką bądź z powodu przyzwyczajenia,
- 5) priorytet w świadomości – dana marka jest najbardziej preferowana i wybierana spośród określonego asortymentu wyrobów.

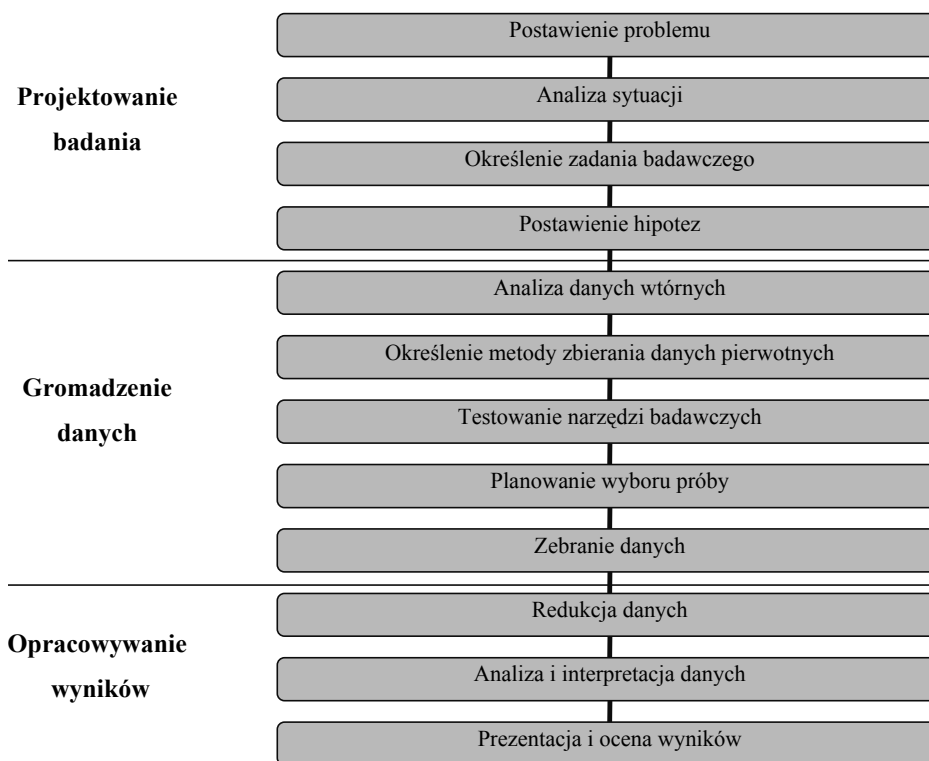
Skojarzenia związane z marką są drugim czynnikiem kształtującym znajomość marki. Przez pojęcie skojarzeń rozumie się takie cechy marki lub dostarczane przez nią korzyści, które odróżniają daną markę od marek konkurencyjnych. Skojarzenia te nie zawsze są pozytywne. Postawa nabywcy wobec marki może być zdecydowanie negatywna, co jest niekorzystne dla przedsiębiorstwa. Dlatego też firmy starają się budować pozytywne skojarzenia za pomocą różnorodnych instrumentów komunikacji marketingowej. Pozytywna percepcja marki wśród konsumentów jest jednym z najważniejszych czynników sukcesu firmy.

Badania marketingowe

Proces badań marketingowych składa się z wielu etapów, które można pogrupować na trzy podstawowe fazy¹⁹: projektowanie badania, gromadzenie danych i opracowywanie wyników. W każdej z wymienionych faz jest określany problem badawczy (rys. 1).

¹⁸G. Urbanek [2000], s. 20.

¹⁹S. Mynarski [2000], s. 11–15.

**Rysunek 1**

Kolejność faz i etapów procesu badawczego

Źródło: S. Mynarski [2000], s. 11–12.

W każdym badaniu podstawowym problemem jest pozyskanie odpowiednich danych. Istnieje wiele metod pozyskiwania informacji statystycznych do badań marketingowych. Informacje gromadzone w toku badań statystycznych można podzielić ze względu na dostępność źródeł informacji na źródła wtórne oraz źródła pierwotne. W ramach pierwotnych źródeł informacji wyróżnia się przede wszystkim studia empiryczne, do których zalicza się obserwacje, badania wykorzystujące kwestionariusze²⁰ (badania ankietowe) oraz eksperymenty.

Zbieranie danych w badaniu marketingowym zależy od sposobu dotarcia do respondentów, z których najważniejsze to poczta, telefon, wywiady osobiste oraz Internet. Wybór najlepszego sposobu dotarcia do respondenta zależy od tego, ja-

²⁰Por.: D. Witkowska [1999], s. 56. Badania statystyczne mogą obejmować wszystkie jednostki danej zbiorowości statystycznej (tzw. badanie pełne) lub tylko jednostki wybrane (badanie częściowe). Najbardziej prawidłową formą badania częściowego jest metoda reprezentacyjna, która polega na wyborze jedynie pewnej liczby jednostek (próby statystycznej) reprezentujących badaną zbiorowość.

kiego rodzaju dane chce uzyskać badacz oraz od liczby i rodzaju respondentów, którzy powinni wziąć udział w badaniu. Zbieranie danych przez Internet, dzięki dynamicznie rozwijającej się komunikacji online, staje się łatwą w użyciu, szybką oraz niedrogą metodą pozyskiwania informacji. W stosunku do tradycyjnych metod koszty są relatywnie niskie, a zasięg badań (krajowe, zagraniczne) nie ma wpływu na szybkość i koszt badania. Jedną z ważniejszych zalet Internetu jest możliwość zachowania pełnej anonimowości przez respondenta, co jest bardzo pomocne przy uzyskiwaniu szczerych odpowiedzi. Internet jako medium badawcze ma także kilka znaczących wad. Pierwszą z nich jest fakt, iż użytkownicy sieci nie są reprezentatywni dla całej populacji, gdyż są to przeważnie osoby lepiej wykształcone, zamożniejsze i młodsze od „przeciętnego konsumenta”. Istnieje także problem identyfikacji respondentów w próbie, a więc wnioskowanie na podstawie danych uzyskanych od przypadkowych osób, które natknęły się na kwestionariusz, może nie dawać wiarygodnych informacji. Trzecią wadą jest utrata elementu bezpośredniej, osobistej interakcji między uczestnikami badania, co jest istotne np. w wywiadzie zogniskowanym²¹.

Organizacja badania

Badanie rozpoznawalności marki zostało przeprowadzone w okresie od początku października do połowy grudnia 2005 roku wśród studentów Wydziału Ekonomiczno-Rolniczego Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Materiał statystyczny został zebrany za pomocą specjalnie opracowanej ankiety internetowej, która była wypełniana przez respondentów drogą elektroniczną²². Ankieta zawiera cztery zamknięte pytania (tab. 1) odnośnie 67 marek produktów²³.

Dobór respondentów był celowy i przeprowadzony na zasadzie łatwości dostępu. Badanie zostało przeprowadzone wśród studentów studiów dziennych piątego roku kierunków zarządzanie i marketing, ekonomia oraz socjologia. Na podstawie opracowanej listy adresów e-mailowych respondentom dostarczono 70 ankiet, z których prawidłowo wypełniono i zwrócono 56. Ostatecznie do obliczeń i analizy przyjęto 50 ankiet prawidłowo wypełnionych, które stanowiły 71,43% ogółu kwestionariuszy przekazanych respondentom.

²¹Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong [2002], s. 369–372.

²²Wypełnione przez respondentów ankiety były zwrótnie przekazywane za pośrednictwem poczty elektronicznej. Pogrupowania danych dokonano za pomocą programów napisanych w języku Java specjalnie do opracowania uzyskanych w wyniku przeprowadzonej ankiety danych. Praca: K. Kalińska [2006].

²³Marki wybrane do badania pochodzą z opracowania: J. Witkowski [2006].

Tabela 1
Pytania zawarte w ankiecie

Zagadnienie	Warianty odpowiedzi				
1. Znajomość marki	tak		nie		
2. Ocena pozycji marki	lider rynku	silna pozycja rynkowa	umiarkowana pozycja rynkowa	słaba pozycja rynkowa	marka nie odgrywa roli na rynku
3. Częstotliwość zakupów	nigdy		czasami		często
4. Jakość produktów	bardzo wysoka	wysoka	średnia	niska	bardzo niska

Ankiety przyjęte do analizy zostały dobrane na podstawie struktury studentów według liczebności poszczególnych kierunków oraz rozkładu płci w ogólnej liczbie studentów. Do badania przyjęto czternaście ankiet studentów kierunku zarządzanie i marketing i po osiemnaście ankiet studentów ekonomii oraz socjologii (tab. 2).

Tabela 2
Porównanie liczby studentów według poszczególnych kierunków i płci z liczbą ankiet przyjętych do analiz

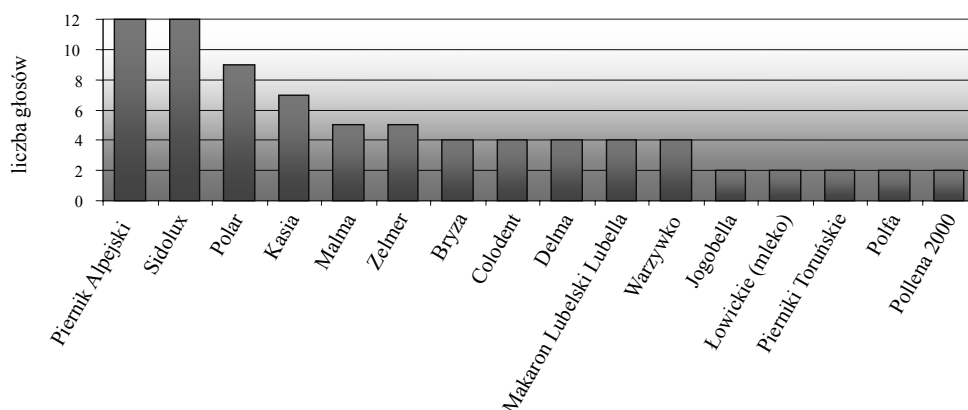
Kierunek studiów	Liczba studentów	Liczba ankiet	Liczba studentów		Liczba ankiet	
			kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
Zarządzanie i marketing	90 (27,2%)	14 (28%)	55 (61%)	35 (39%)	9 (64%)	5 (36%)
Ekonomia	120 (36,4%)	18 (36%)	70 (58%)	50 (42%)	9 (50%)	9 (50%)
Socjologia	120 (36,4%)	18 (36%)	80 (67%)	40 (33%)	13 (72%)	5 (28%)
Suma	330 (100%)	50 (100%)	205 (62%)	125 (38%)	31 (62%)	19 (38%)

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 2, struktura respondentów jest zbliżona do struktury studentów trzech analizowanych kierunków studiów, tak więc można uogólniać wyniki badania na całą zbiorowość.

Wyniki badania

Spośród analizowanych marek osiemnaście z nich zostało uznanych za marki nieznane, co stanowi 26,86% marek poddanych ocenie. Kobiety wykazały się większą znajomością marek niż mężczyźni. Uznały one bowiem za nieznane 10 marek, czyli 14,93% wszystkich badanych, natomiast mężczyźni wymienili aż 17 z nich, co stanowi 25,37% wszystkich marek.

Grupa 50 ankietowanych wypowiedziała się na temat 67 produktów, co daje łącznie 3350 odpowiedzi o rozpoznawalności poszczególnych marek. 84 wskazania stanowią opinie o braku znajomości marki, czyli zaledwie 2,5%. Marki, które były najczęściej wymieniane jako nieznane to: Sidolux (12 wskazań), Pierniki Alpejskie (12), Polar (9), Kasia (7), Malma (5) oraz Zelmer (5). Po cztery wskazania uzyskały: Bryza, Colodent, Delma, Makaron Lubelski „Lubella” i Warzywko, natomiast po dwa wskazania marki: Jogobella, mleko Łowickie, Pierniki Toruńskie, Polfa, Pollena 2000 i Winiary. Liczbę wskazań marek nieznanymi wśród ogółu respondentów przedstawia rysunek 2.



Rysunek 2
Marki nieznane wśród ogółu respondentów

Wśród 31 ankietowanych kobiet brak znajomości marek stwierdzono w stosunku do 10 marek, z których najczęściej wymieniane to: Sidolux (9), Polar (7), Pierniki Alpejskie (5), Warzywko (3). Po dwa wskazania otrzymały Colodent, Kasia, Makaron Lubelski „Lubella”, Pierniki Toruńskie, a po jednym Malma i Winiary. Wśród 29 ankietowanych mężczyzn najczęściej wymieniane jako nieznane są: Pierniki Alpejskie (7), Kasia (5) i Zelmer (5). Po cztery wskazania uzyskały: Bryza, Delma i Malma, a trzy wskazania Sidolux. Dwa razy stwierdzono nieznajomość marek: Colodent, Jogobella, mleko Łowickie, Makaron Lubelski

„Lubella”, Polfa, Pollena 2000, Polar i Wawel. Warzywko oraz Winiary wymieniono zaledwie jeden raz.

Wśród 14 ankietowanych studentów kierunku zarządzanie i marketing 13 spośród 67 marek zostało uznanych za nieznane. Brak znajomości stwierdzono 21 razy, co stanowi 0,62% opinii o nieznaności marek. Najczęściej wymienianą marką były Pierniki Alpejskie, które uzyskały 4 wskazania, natomiast pozostałe marki po jednym lub dwa wskazania. Wśród 18 studentów kierunku ekonomia brak znajomości marek stwierdzono 35 razy, co stanowi 1,04% ogółu opinii o nieznaności marek. Wskazania dotyczyły 14 marek, wśród których siedmiokrotnie wymieniano Sidolux, a trzykrotnie marki: Kasia, Pierniki Alpejskie, Polar i Zelmer. U 18 studentów kierunku socjologia brak znajomości marki potwierdzono 28 razy, co stanowi 0,83% wszystkich opinii. Wymieniono 13 marek, z których 5 razy wskazano Pierniki Alpejskie i Polar, 4 razy Sidolux, a trzy Colodent.

Marki określone przez respondentów jako znane przeanalizowano z punktu widzenia częstotliwości zakupu produktów tych marek. Ze względu na dużą różnorodność produkty podzielono na kupowane często, czasami bądź nigdy. Klasyfikacji do poszczególnych grup dokonano na podstawie liczebności dominującej (dominanty) wskazań respondentów.

Spośród 67 badanych marek za nabywane często uznano 6 z nich, czyli zaledwie 8,96% wszystkich marek. Według opinii respondentów, najczęściej kupowane marki to: Coca-Cola, Danone, E. Wedel, Rutinoscorbin, Tymbark, Tyskie. Do grupy produktów, które nigdy nie są nabywane zaliczono 19 marek, co stanowi 28,36%. Pozostałe 42 marki (62,69%) ogólnej liczby produktów respondenci kupują czasami.

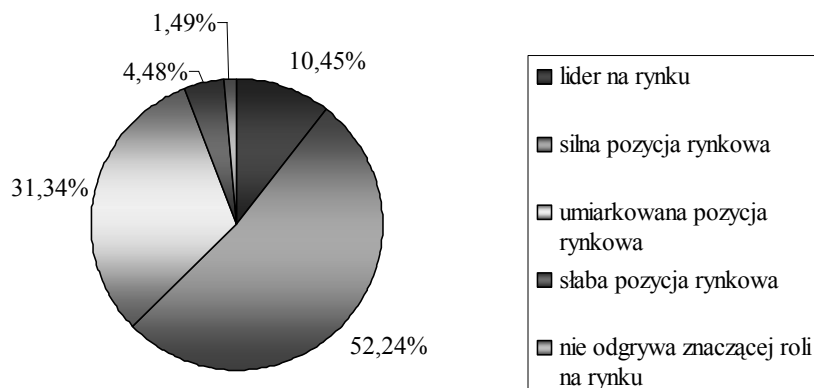
Przeprowadzono również ocenę rynkowej pozycji poszczególnych marek, przeprowadzając ich klasyfikację do 5 wyróżnionych grup na podstawie dominanty wskazań respondentów. Za liderów na rynku uznano 7 marek (co stanowi 10,46% wszystkich marek poddanych ocenie respondentów): Coca-Cola, Danone, E. Wedel, Milka, Pepsi-Cola, Ptasia Mleczko i Żywiec.

W opinii respondentów silną pozycję rynkową posiada 35 marek, czyli 52,24% ogółu badanych. Do grupy tej należą: Apap, Bakoma, Danone Fantasia, Delicje Szampańskie, Danio, Fortuna, Gripex, Grzeński, Hortex, Ibuprom, Jogobella, Karotka, Kubuś, Lajkonik, Ludwik, Lech, Łaciate, Makaron Lubelski „Lubella”, Nałęczowianka, Olej Kujawski, Pierniki Alpejskie, Pudliszki, Polfa, Polopiryna, Prince Polo, Rutinoscorbin, Tymbark, Tyskie, Warzywko, Wólczan-ka, Winiary, Warka, Zielona Budka, Zelmer, Żywiec Zdrój (woda).

Umiarkowaną pozycję na rynku posiada 21 (31,34%) badanych marek i do tej grupy zaliczono takie jak: Bryza, Colodent, Cin&Cin, Dr Witt, Frugo, Goplana, Hop, Hellena, mleko Łowickie, Malma, Masmix, Mocate, Okocim, Pierniki

Toruńskie, Princessa, Pollena 2000, Pieguski, Sidolux, Terravita, Wawel, Vibovit.

Do grupy marek o słabej pozycji rynkowej zaklasyfikowano tylko 3 marki: Biedronka, Delma, Kasia, co stanowi 4,47% ogólnej liczby badanych marek. Tylko marka Polar została uznana za markę, która nie odgrywa znaczącej roli na rynku. Podział marek ze względu na pozycję rynkową przedstawia rysunek 3.



Rysunek 3

Procentowy rozkład marek ze względu na pozycję rynkową

Analizie poddano również ocenę pozycji poszczególnych marek na rynku z podziałem na grupy produktów. W tym celu wyodrębniono pięć następujących grup produktów:

- 1) woda, soki i napoje, do których zaliczono marki: Coca-Cola, Dr Witt, Fru-go, Fortuna, Hop, Hellena, Hortex, Karotka, Kubuś, Nałęczowianka, Pepsi-Cola, Tymbark, woda Żywiec Zdrój;
- 2) słodycze, czyli: Delicje Szampańskie, E. Wedel, Grzeński, Goplana, Lajkonik, Milka, Pierniki Alpejskie, Pierniki Toruńskie, Princessa, Ptasie Mleczko, Prince Polo, Pieguski, Terravita, Wawel;
- 3) mleko i przetwory mleczne, z których w badaniu analizowano takie marki, jak: Bakoma, Danone Fantasta, Danone, Danio, Jogobella, Łaciate, mleko Łowickie, Zielona Budka;
- 4) piwo: Lech, Okocim, Tyskie, Warka, Żywiec;
- 5) produkty farmaceutyczne, z których badano marki: Apap, Griplex, Ibuprom, Polfa, Polopiryna, Rutinoscorbin, Vibovit.

W pierwszej grupie (woda, soki i napoje) można wyróżnić dwóch liderów rynkowych, którymi są Coca-Cola i Pepsi-Cola. Wysoką pozycją charakteryzują się 7 innych marek: Fortuna, Hortex, Karotka, Kubuś, Nałęczowianka, Tymbark oraz Żywiec Zdrój (woda). Umiarkowaną pozycję rynkową posiadają Dr Witt, Frugo, Hoop i Hellena (tab. 3).

Tabela 3
Pozycja marek na rynku w grupie woda, soki i napoje

Marka	Pozycja marki na rynku (wg liczby wskazań)				
	nie odgrywa roli	słaba	umiarkowana	silna	lider
Coca-Cola	3	0	2	4	41
Dr Witt	4	14	25	6	1
Fruugo	7	18	18	6	1
Fortuna	3	6	17	23	1
Hoop	10	14	20	6	0
Hellena	15	15	16	4	0
Hortex	5	0	8	27	10
Karotka	6	5	16	20	3
Kubuś	2	4	13	20	11
Nałęczowianka	3	5	6	25	11
Pepsi-Cola	5	0	3	16	26
Tymbark	6	0	6	23	15
Żywiec Zdrój (woda)	4	8	6	24	8

W grupie słodczy marki, które były najczęściej wymieniane jako liderzy to: E. Wedel, Milka oraz Ptasie Mleczko. Silną pozycję rynkową posiadają: Delicje Szampańskie, Grzeški, Lajkonik, Pierniki Alpejskie oraz Prince Polo. Pozostałe 6 marek zostało ocenione jako marki o umiarkowanej pozycji rynkowej (tab. 4).

Marka Danone została uznana za zdecydowanego lidera w grupie przetworów mlecznych. Mleko Łowickie zaklasyfikowano jako markę o umiarkowanej pozycji rynkowej, a pozostałe 6 marek jako marki o silnej pozycji rynkowej (tab. 5).

Za lidera wyróżnionych marek piw uznano markę Żywiec. Marki Lech, Tyskie i Warka określono jako silne na rynku, a Okocim uznano za markę o umiarkowanej pozycji (tab. 6).

Wśród produktów farmaceutycznych nie wskazano lidera, wszystkie marki oprócz Vibovitu, któremu przyznano pozycję umiarkowaną na rynku, zostały ocenione jako marki o silnej pozycji rynkowej (tab. 7).

Marki znane respondentom poddano ocenie jakości. Według opinii 50 respondentów, 8 spośród 67 marek cechuje się bardzo wysoką jakością, stanowi to 11,94% ogólnej liczby marek poddanych badaniu. Wysoką jakością charakteryzuje się 36 marek, czyli 53,73%, średnią – 19 (28,36%), niską – 3 (4,48%) i bardzo niską jedna marka. Oceny jakości produktów poszczególnych marek przedstawiono na rysunku 4.

Tabela 4

Pozycja marek na rynku w grupie słodczy

Marka	Pozycja marki na rynku (wg liczby wskazań)				
	nie odgrywa roli	słaba	umiarkowana	silna	lider
Delicje Szampańskie	2	4	8	26	10
E. Wedel	1	2	1	20	26
Grzeński	4	11	17	18	0
Goplana	6	16	21	7	0
Lajkonik	9	5	8	19	9
Milka	1	0	6	21	22
Pierniki Alpejskie	4	7	9	15	3
Pierniki Toruńskie	7	9	15	10	7
Princessa	6	5	22	15	2
Ptasie Mleczko	3	2	13	13	19
Prince Polo	6	0	14	19	11
Pieguski	5	7	19	15	4
Terravita	11	14	25	0	0
Wawel	3	5	27	11	2

Tabela 5

Pozycja marek na rynku w grupie mleko i przetwory mleczne

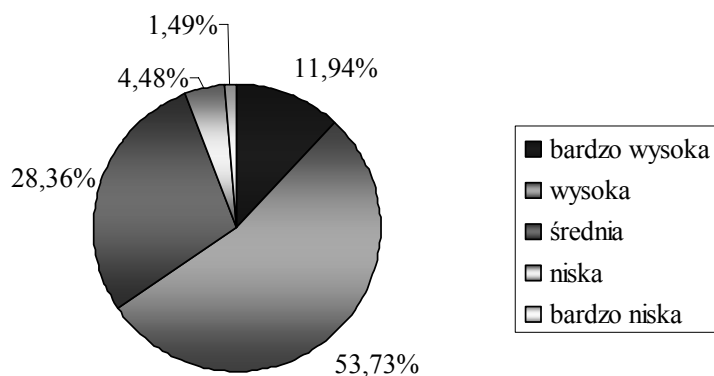
Marka	Pozycja marki na rynku (wg liczby wskazań)				
	nie odgrywa roli	słaba	umiarkowana	silna	lider
Bakoma	0	3	11	31	5
Danone Fantasia	1	4	14	25	6
Danone	0	0	2	15	33
Danio	0	9	12	16	13
Jogobella	4	2	13	24	5
Łaciate	2	3	9	20	16
Łowickie (mleko)	5	9	16	13	5
Zielona Budka	4	4	16	19	7

Tabela 6
Pozycja marek na rynku w grupie piwo

Marka	Pozycja marki na rynku (wg liczby wskazań)				
	nie odgrywa roli	słaba	umiarkowana	silna	lider
Lech	4	2	13	22	9
Okocim	3	0	22	17	8
Tyskie	5	0	7	22	16
Warka	8	0	17	22	3
Żywiec	2	0	10	18	20

Tabela 7
Pozycja marek na rynku w grupie produktów farmaceutycznych

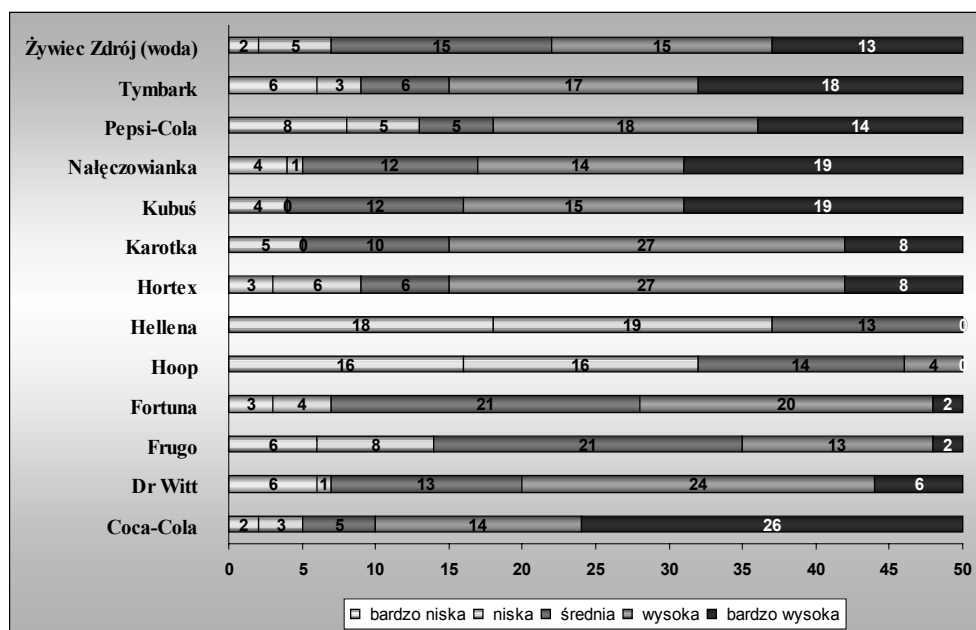
Marka	Pozycja marki na rynku (wg liczby wskazań)				
	nie odgrywa roli	słaba	umiarkowana	silna	lider
Apap	0	4	7	32	7
Gripex	3	3	15	22	7
Ibuprom	6	3	14	23	4
Polfa	5	4	15	20	4
Polopiryna	8	14	13	15	0
Rutinoscorbin	9	2	8	21	10
Vibovit	9	2	23	10	6



Rysunek 4
Procentowy udział ocen jakości produktów danych marek

Za produkty bardzo wysokiej jakości zostały uznane następujące marki: Coca-Cola, Danone Fantasia, Danone, E. Wedel, Kubuś, Milka, Nałęczowianka, Tymbark. Marka Hoop została jako jedyna zaliczona do grupy produktów o bardzo niskiej jakości. Marki: Biedronka, Hellena i Masmix zostały uznane za marki o niskiej jakości. Pozostałe marki charakteryzują się, w opinii respondentów, wysoką jakością.

Oceny jakości produktów danych marek dokonano także w grupach produktów. W grupie woda, soki i napoje cztery marki charakteryzują się bardzo wysoką jakością (por. rys. 5), są to: Coca-Cola – 26 wskazań, Kubuś i Nałęczowianka – po 19 wskazań, Tymbark – 18 wskazań. Marki Hoop i Hellena zaliczono do produktów o niskiej jakości na podstawie wskazań odpowiednio 16 i 18 respondentów.



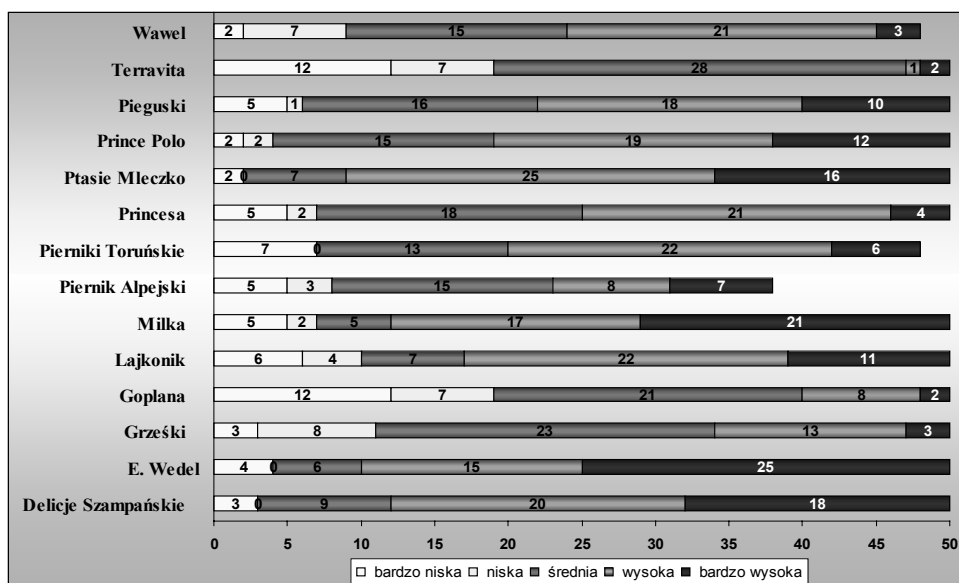
Uwaga: liczby na wążach oznaczają liczbę odpowiedzi danego typu.

Rysunek 5

Jakość produktów w grupie woda, soki i napoje

Wśród słodczy marki E. Wedel (25 wskazań) i Milka (21 wskazań) zostały ocenione najwyżej (por. rys. 6), a pozostałe marki jako charakteryzujące się wysoką (np. Delicje Szampańskie, Ptasie Mleczko) i średnią jakością (np. Terravita).

W grupie produktów mlecznych oceniono, że bardzo wysoką jakością odznaczają się produkty Danone i Danone Fantasia, odpowiednio 21 i 18 wskazań,



Uwaga: liczby na wążach oznaczają liczbę odpowiedzi danego typu; w niektórych przypadkach wąż są krótsze (np. Pierniki Alpejskie), co wynika z tego, że dana marka była uznana przez część respondentów za nieznaną, a co za tym idzie – nie oceniali oni jej jakości.

Rysunek 6

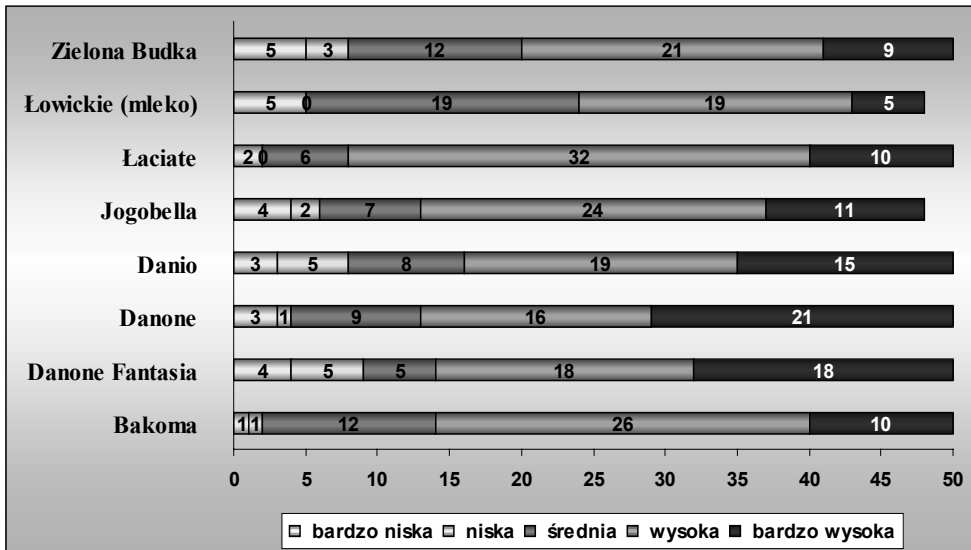
Jakość produktów w grupie słodycze

a wszystkie pozostałe marki produktów oceniono jako posiadające wysoką jakość (rys. 7).

Wśród marek piw jedynie Tyskie jest oceniane jako produkt bardzo wysokiej jakości, przy czym opinię taką wyraziło szesnastu ankietowanych. Lech oraz Żywiec są piwami wysokiej jakości, na co wskazywało odpowiednio 20 i 24 respondentów, a Okocim i Warka – średniej (rys. 8).

Według ankietowanych (rys. 9), produkty farmaceutyczne takie jak: Apap (27), Gripex (15), Polfa (23), Rutinoscorbin (20) charakteryzują się wysoką jakością, natomiast średnią: Ibuprom (15), Polopiryna (17), Vibovit (18).

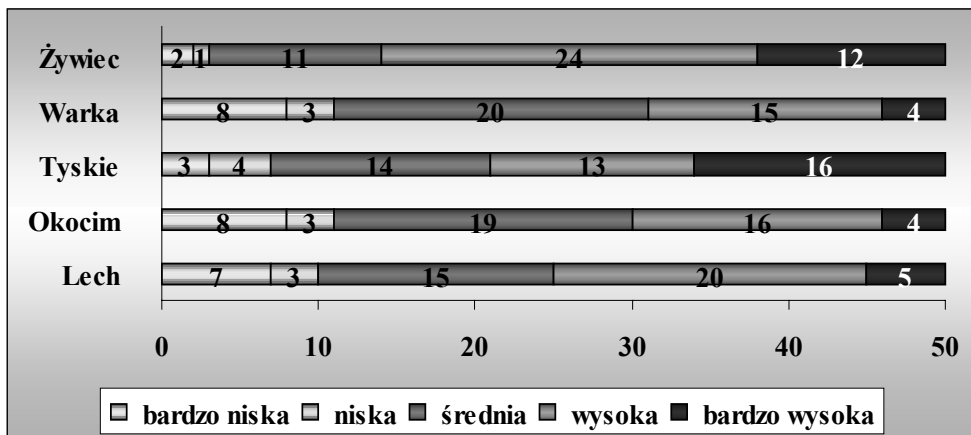
W celu zbadania występowania zależności pomiędzy częstotliwością zakupu produktów danych marek a oceną jakości zastosowano test niezależności chi-kwadrat. Wyniki uzyskane na podstawie 50-elementowej próby pogrupowano w tabelach według obu cech. Spośród 67 marek wyselekcjonowano do badania zależności marki uważane przez respondentów za liderów pod względem pozycji danej marki na rynku, czyli: Coca-Cola, Danone, Wedel, Milka, Pepsi-Cola, Ptasie Mleczko, Żywiec, oraz marki o słabej pozycji rynkowej, takie jak: Biedronka, Delma, Kasia.



Uwaga: liczby na wążach oznaczają liczbę odpowiedzi danego typu; w niektórych przypadkach wąż są krótsze (np. Jogobella), co wynika z tego, że dana marka była uznana przez część respondentów za nieznaną, a co za tym idzie – nie oceniali oni jej jakości.

Rysunek 7

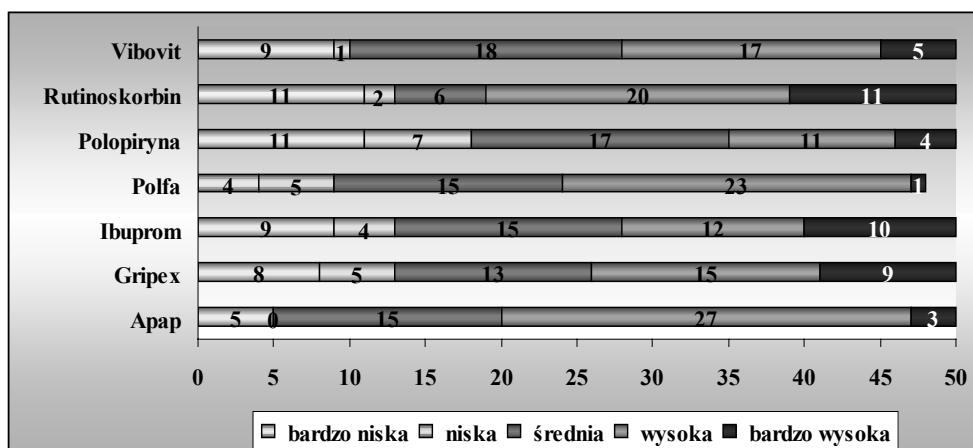
Jakość produktów w grupie mleko i przetwory mleczne



Uwaga: liczby na wążach oznaczają liczbę odpowiedzi danego typu.

Rysunek 8

Jakość produktów w grupie piwo



Uwaga: liczby na wąsach oznaczają liczbę odpowiedzi danego typu; w niektórych przypadkach wąsy są krótsze (np. Polfa), co wynika z tego, że dana marka była uznana przez część respondentów za nieznaną, a co za tym idzie – nie oceniali oni jej jakości

Rysunek 9

Jakość produktów farmaceutycznych

Z przedstawionych w tabeli 8 wartości współczynnika χ^2 wynika, iż częstotliwość zakupu jest ściśle powiązana z oceną jakości produktów danej marki. Jeżeli jakość jest oceniana jako wysoka bądź bardzo wysoka, to produkty danej marki są często kupowane przez respondentów. Z kolei jeżeli jakość jest niska, to badane osoby deklarują, iż nie kupują produktów

Tabela 8

Obliczone wartości statystyki chi-kwadrat (χ^2)

Typ marki	Marka	χ^2
Liderzy rynku	Coca-Cola	44,97
	Danone	38,56
	Wedel	20,05
	Milka	21,25
	Pepsi-Cola	29,25
	Ptasie Mleczko	11,66
	Żywiec	35,69
Słaba pozycja rynkowa	Biedronka	10,85
	Delma	39,75
	Kasia	30,98

Uwaga: pogrubioną czcionką oznaczono statystycznie istotną na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ zależność.

danej marki. Wyjątek stanowi Ptasia Mleczko, dla którego nie potwierdzono zależności oceny jakości i częstotliwości zakupu²⁴.

Podsumowanie

Na podstawie wyników ankiety stwierdzono, że jedna czwarta spośród 67 marek poddanych ocenie została uznana przez niektórych respondentów za marki nieznane, przy czym kobiety wykazały się mniejszym brakiem znajomości marek niż mężczyźni. Należy jednak podkreślić, iż opinie o braku znajomości marki stanowiły zaledwie 2,5% wszystkich opinii. Marki, które były najczęściej wymieniane przez kobiety jako nieznane to: Sidolux, Polar oraz Pierniki Alpejskie, które najczęściej pojawiały się także we wskazaniach mężczyzn.

Brak znajomości marek wśród studentów poszczególnych kierunków nie wykazywał znacznego zróżnicowania. We wszystkich trzech grupach studenci uznali za nieznane około 20% prezentowanych marek. Najwięcej opinii o braku znajomości marek pojawiło się wśród studentów ekonomii i najczęściej dotyczyły marki Sidolux. Studenci socjologii wskazywali najczęściej jako nieznane Pierniki Alpejskie oraz Polar. Największą znajomością marek wykazali się studenci zarządzania i marketingu, którzy również wymieniali Pierniki Alpejskie jako te nieznane.

Na podstawie przeprowadzonych analiz można wnioskować, iż badane marki charakteryzują się dużą rozpoznawalnością wśród studentów Wydziału Ekonomiczno-Rolniczego. Większość tych marek uznawana jest za liderów na rynku lub za marki o silnej pozycji rynkowej. Ponad połowa ankietowanych ocenia jakość produktów tych marek jako wysoką, jednak tylko niespełna dziewięć procent respondentów deklaruje częste zakupy. W zasadzie jedynie produkty marek, które są uważane za rynkowych liderów są często kupowane.

Literatura

- AAKER D.A., *Managing Brand Equity – Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press, New York 1991.
- ALTKORN J., *Strategia marki*, PWE, Warszawa 1999.
- CHACIŃSKI B., *Pod znakiem znaków*, Przekrój, 19/2006.
- FOXAL G.R., GOLDSMITH R.E., *Psychologia konsumenta dla menedżera marketingu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 32.

²⁴Dla marki Ptasia Mleczko wartość statystyki chi-kwadrat jest mniejsza od wartości krytycznej, nie ma więc podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej o braku zależności między analizowanymi cechami na poziomie istotności $\alpha = 0,05$.

- GOŁAWSKA M., *Zarządzanie lojalnością klientów*, „Marketing i Rynek”, 1999, s. 31–33.
- KALIŃSKA K., *Badanie rozpoznawalności marki wśród studentów Wydziału Ekonomiczno-Rolniczego*, praca magisterska przygotowana pod kierunkiem D. Witkowskiej, obroniona na Wydziale Ekonomiczno-Rolniczym, SGGW, Warszawa 2006.
- KALL J., *Silna marka. Istota i kreowanie*, PWE, Warszawa 2001.
- KĘDZIOR Z., KARCZ K., *Badania marketingowe w praktyce*, PWE, Warszawa 1996.
- KĘDZIOR Z. (red.), *Konsument na rynku. Postawy wobec produktów*, Katowice 2003.
- KOTLER PH., ARMSTRONG G., SAUNDERS J., WONG V. (red.), *Marketing. Podręcznik europejski*, PWE, Warszawa 2002.
- KOWALCZUK I., *Rola marki w sferze usług gastronomicznych*, [w:] www.hotelarze.pl/rest/marka-w-gastronomii.php, 17.04.2006.
- Leksykon marketingu*, PWE, Warszawa 1998.
- MRUK H., RUTKOWSKI J.P., *Strategia produktu*, PWE, Warszawa 1984.
- MYNARSKI M., *Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych*, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków 2000.
- SIEKIERSKI K., *Badanie źródeł lojalności. Marketing w praktyce*, [w:] www.pentor.pl/17604.xml, 15.04.06.
- URBANEK G., *Składniki kapitału marki*, „Marketing i Rynek”, 6/2000.
- WITKOWSKA D. (red.), *Metody statystyczne w zarządzaniu*, Seria Wydawnictw Dydaktycznych Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Łódzkiej, Firma Księgarsko-Wydawnicza „Menadżer”, Łódź 1999.
- WITKOWSKI J., *Znaczenie marki i produktu w kształtowaniu lojalności nabywców względem firmy*, VII Kongres Ekonomistów Polskich. Przedsiębiorczość i konkurencyjność, t. IV, PTE, Dom Wydawniczy Bellona, Warszawa, styczeń 2001, s. 343–358.
- WITKOWSKI J., *Wyniki badania znajomości marek produktów wśród studentów Wyższej Szkoły Kupieckiej w Łodzi w roku akademickim 2004/2005*, Wyższa Szkoła Kupiecka, Łódź 2006 (w druku).
- www.smb.pl/aktualnosc.xml?id=198, 15.05.2006.

Recognition of the Selected Brands of Products (the Results of Inquiry)

Abstract

In the paper we present the results of the inquiry concerning 67 selected brands of products. The respondents were asked to evaluate the recognition and the frequency of purchasing products belonging to the analyzed brands, as well as the market position of selected brands and the quality of products. The analysis of questionnaires is provided applying relative frequency measures and correlation analysis.

Formy i zakres współpracy mleczarni z dostawcami mleka¹

Wstęp

Literatura przedmiotu oraz praktyka wskazuje, że w dobie narastającego postępu technicznego i technologicznego pogłębia się integracja pomiędzy poszczególnymi ogniwami produkcji rolnej a przetwórstwem i dystrybucją produktów żywnościowych [Encyklopedia agrobiznesu, 1998]. Gospodarstwa rolnicze zmuszane są do zwiększania skali produkcji, poprawiania jakości swoich produktów, co z kolei zmusza producentów rolnych do ponoszenia nakładów inwestycyjnych i specjalizacji produkcji. Wysoka wartość majątku zaangażowanego w produkcję (często finansowanego kredytami, pożyczkami) oraz specjalizacja produkcji zwiększa ryzyko prowadzonej działalności. Chcąc ograniczyć ryzyko prowadzonej działalności, rolnicy wiążą się z zakładami przetwórczymi. Przedsiębiorstwa przetwórcze także chcą mieć pewność ilości i jakości dostarczanego surowca w dłuższym okresie, stąd muszą współpracować z rolnikami. W literaturze przedmiotu mówi się o koordynacji pionowej bądź integracji pionowej. „Encyklopedia agrobiznesu” definiuje integrację pionową jako *formę więzi ekonomicznej i produkcyjnej pomiędzy jednostkami wytwarzającymi dany produkt od surowca do produktu finalnego. Integrator, którym jest przedsiębiorstwo, stara się kontrolować, względnie panować nad częścią lub całym łańcuchem produkcyjnym, od surowca rolnego, poprzez przetwórstwo, do zbytu żywności.*

Według Martineza i innych, można mówić o koordynacji pionowej lub integracji pionowej [Martinez 2002]. Różnica wynika ze ścisłości więzi między podmiotami gospodarczymi. Koordynacja pionowa może być oparta na kontraktach handlowych lub produkcyjnych, natomiast integracja pionowa występuje w momencie nabycia własności lub powstania związków strategicznych między poszczególnymi ogniwami łańcucha marketingowego. W niniejszym artyku-

¹Artykuł opracowany w ramach projektu badawczego pt. „Strategie rozwoju gospodarstw ukierunkowanych na produkcję mleka” finansowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

le będzie używane pojęcie integracji pionowej w ujęciu według „Encyklopedii agrobiznesu” (szerszym).

Celem artykułu jest przedstawienie sposobów oddziaływania przedsiębiorstw mleczarskich, zróżnicowanych skalą produkcji oraz formą prawną, na gospodarstwa rolnicze zajmujące się produkcją mleka. Podstawą analizy są trzy przedsiębiorstwa mleczarskie, zlokalizowane w województwie mazowieckim.

Ogólna charakterystyka analizowanych mleczarni

W Polsce w maju 2005 roku, według Głównego Inspektoratu Weterynaryjnego, funkcjonowały 383 przedsiębiorstwa zajmujące się przerobem mleka i obrotem produktami mleczarskimi. Według GUS, w 2004 roku takich przedsiębiorstw, zatrudniających powyżej 9 osób, było 292, z tego 265 to były mleczarnie [Seremak-Bulge, 2005]. Prezentowane dane wyraźnie różnią się od siebie, co może m.in. świadczyć o dużej dynamice zmian w tym sektorze. Mleczarnie są bardzo zróżnicowane pod względem skali prowadzonej produkcji, rodzaju wytwarzanych produktów, wartości majątku zaangażowanego w funkcjonowanie przedsiębiorstwa produkcyjnego, formy prawnej przedsiębiorstw itp. Z danych prezentowanych przez Seremak-Bulge wynika, że w 2004 roku przedsiębiorstw przerabiających rocznie powyżej 180 mln litrów mleka było tylko 6, skupujących od 75 do 180 mln litrów – 26, skupujących od 50 do 75 mln litrów – 13, natomiast mleczarni przerabiających rocznie poniżej 50 mln litrów mleka było aż 220. Niezależnie od wszystkich różnic między mleczarniami, wszystkie muszą zaopatrywać się w surowiec, czyli współpracować z rolnikami.

Poddane analizie trzy mleczarnie (A, B, C) różniły się skalą prowadzonej produkcji (tab. 1). Przedsiębiorstwo „B” w 2005 roku przetwarzało prawie dwukrotnie większą ilość (190%) mleka niż przedsiębiorstwo „A”, natomiast przedsiębiorstwo „C” przetwarzało prawie dwa razy więcej (171%) mleka niż mleczarnia „B”. Dwie z analizowanych mleczarni mają charakter spółdzielni, a jedna (mleczarnia B) – spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z dominującym udziałem kapitału zagranicznego. Asortyment wytwarzanych produktów w tych trzech mleczarniach jest zbliżony.

Od 2003 do 2005 roku skup mleka w analizowanych mleczarniach zwiększył się od 9,5 do 19,8%. Najwyraźniejsze zwiększenie miało miejsce w przedsiębiorstwie „B”, natomiast najmniejsze zanotowano w przedsiębiorstwie „C”. Mleczarnie różniły się także liczbą dostawców mleka. W 2005 roku liczba dostawców mleka w przedsiębiorstwach A, B oraz C wynosiła odpowiednio 1400, 738, 7312. Pomimo rosnącego skupu mleka, liczba dostawców w latach 2003–2005 we wszystkich analizowanych mleczarniach zmniejszyła się. Największe

Tabela 1

Podstawowe cechy opisujące analizowane mleczarnie w 2005 roku

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwo „A”	Przedsiębiorstwo „B”	Przedsiębiorstwo „C”
Roczny skup mleka [tys. kg]	45 762	86 749	148 384
Liczba dostawców	1400	738	7312
Forma prawna	spółdzielnia	spółka z o.o. z kapitałem zagranicznym	spółdzielnia
Główne produkty	sery twarogowe, galanteria mleczna, sery żółte	sery twarogowe, sery żółte	sery twarogowe, galanteria mleczna, sery żółte
Główne rynki zbytu produktów	krajowy	krajowy, UE	krajowy, UE

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań kwestionariuszowych.

zmniejszenie (32%) wystąpiło w mleczarni oznaczonej jako B, w dwóch pozostałych wynosiło od 22 do 24%. Zaznaczyć należy, że zmniejszenie liczby dostawców dotyczyło głównie producentów charakteryzujących się najmniejszą wielkością produkcji (tab. 2). W przedsiębiorstwach A oraz C zmniejszyła się liczba dostawców dostarczających rocznie do 25 000 litrów mleka, natomiast w przedsiębiorstwie B zmniejszeniu uległa znacznie szersza grupa producentów, dostarczających do 120 000 litrów mleka.

We wszystkich analizowanych mleczarniach w latach 2003–2005 zwiększeniu uległ przeciętny roczny skup mleka z gospodarstwa rolniczego. Wynosił on w 2005 roku w mleczarniach A, B, C odpowiednio 32 687, 117 546 i 20 262 litrów mleka z gospodarstwa. Podkreślić należy, że w mleczarni oznaczonej jako B przeciętny skup mleka z gospodarstwa w 2005 roku zwiększył się o 76% w stosunku do 2003 roku.

System kształtowania cen skupu w badanych mleczarniach

Jednym z elementów decydujących o jakości współpracy między rolnikiem (dostawcą mleka) a mleczarnią jest oferowana przez mleczarnię cena za dostarczane przez rolnika mleko. Im wyższa cena mleka w skupie, tym więcej rolników zainteresowanych jest współpracą z zakładem mleczarskim. Mleczarnie chcąc oddziaływać na zachowania rolników ustalają cząstkowe elementy sumarycznej ceny za mleko (tab. 3). Do najważniejszych składników kalkulowanej ceny za

Tabela 2

Liczba dostawców i skup mleka w zależności od wielkości rocznych dostaw do mleczarni w latach 2003 i 2005

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwo „A”		Przedsiębiorstwo „B”		Przedsiębiorstwo „C”	
	2003	2005	2003	2005	2003	2005
Liczba dostawców						
Łączna liczba dostawców	1 800	1 400	1 084	738	9 601	7 312
Do 25 000 litrów	1 197	644	337	6	8 214	5 630
Od 25 001 do 60 000	480	580	211	127	1 098	1 185
Od 60 001 do 120 000	90	120	376	357	243	378
Od 120 001 do 250 000	32	50	143	208	44	109
Od 250 001 do 500 000		5	15	35	2	9
Powyżej 500 001	1	1	2	5	–	1
Skup mleka [tys. litrów]						
Do 25 000 litrów	8 155,0	3 062,0	2 291,8	99 480,0	68 132,4	51 374,0
Od 25 001 do 60 000	16 800,0	20 300,0	9 933,0	6 163,2	40 478,8	45 470,8
Od 60 001 do 120 000	8 100,0	10 800,0	31 665,4	31 528,0	19 234,2	30 660,8
Od 120 001 do 250 000	5 700,0	9 300,0	22 622,6	34 125,7	6 779,3	17 237,5
Od 250 001 do 500 000		1 300,0	4 815,9	11 287,3	673,8	2 891,2
Powyżej 500 001	1 000,0	1 000,0	1 066,3	3 545,3	–	523,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań kwestionariuszowych.

mleko mleczarnie przyjmują: cenę za jednostkę białka, cenę za jednostkę tłuszczu, dopłatę do klasy jakościowej (powinno być skupowane mleko wyłącznie mleko klasy ekstra, ale zdarzają się odstępstwa od tej zasady), dopłata za schłodzenie mleka do temperatury 4°C, dopłata za posiadanie przez gospodarstwo certyfikatu weterynaryjnego, dopłata do ilości produkowanego mleka, dopłata za posiadanie krów pod kontrolą użyteczności mlecznej, kurs złotego.

W Polsce większość mleczarni ma odmienny sposób ustalania ceny końcowej za surowiec. Najważniejszymi czynnikami wpływającymi na różny sposób ustalania ceny za mleko w skupie między mleczarniami są: rodzaj prowadzonej przez mleczarnię produkcji, liczba gospodarstw dostarczających mleko do zakładu mleczarskiego oraz wielkość oferowanej przez nie produkcji, forma prawna mleczarni, stopień dostosowania gospodarstw do warunków rolnośrodowiskowych stawianych gospodarstwom w Unii Europejskiej.

W analizowanych mleczarniach elementy składowe ceny za mleko wyraźnie się różniły. Zawartość białka i tłuszczu w mleku była premiowana we wszystkich przedsiębiorstwach. W 2005 roku za jednostkę białka płacono od 0,12 do 0,19 zł.

Tabela 3

Składniki ceny za surowiec uwzględniane przez analizowane mleczarnie w latach 2003 i 2005

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwo „A”		Przedsiębiorstwo „B”		Przedsiębiorstwo „C”	
	2003	2005	2003	2005	2003	2005
Za jednostkę białka [zł/jednostkę]	0,09	0,12	0,14	0,19	0,12	0,14
Za jednostkę tłuszczu [zł/jednostkę]	0,04	0,06	0,04	0,09	0,03	0,04
Za schłodzenie mleka do +4°C [zł/litr]	–	–	0,01	–	0,03	–
Za certyfikat weterynaryjny	0,10	0,12	0,08	–	0,15	0,25
Potrącenia za brak certyfikatu weterynaryjnego [zł/litr]			–	0,10		
Dla dostawców posiadających krowy pod kontrolą użytkowości [zł/litr]	0,03	0,02	–	–	0,01	0,01
Za kontrakty wieloletnie	–	od 0,03 do 0,18 zł do litra mleka	–	–	–	–

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań kwestionariuszowych.

Nastąpiło zwiększenie w stosunku do 2003 roku od 3 do 5 groszy za jednostkę białka. Tłuszcz w mleku premiowano w mniejszym zakresie – od 4 do 9 groszy za jednostkę. Analizowane mleczarnie premiowały rolników za posiadanie certyfikatu weterynaryjnego przez ich gospodarstwa. Premia ta wynosiła w 2003 roku od 0,08 zł do 0,15 zł za liter skupowanego mleka. W 2005 roku w przedsiębiorstwie B wprowadzono obowiązek posiadania przez gospodarstwa certyfikatu weterynaryjnego. Ta decyzja spowodowała wycofanie z elementów składowych ceny bonifikaty za posiadanie certyfikatu weterynaryjnego, natomiast pojawiła się kara pieniężna za niespełnianie wymogów weterynaryjnych. Dodatkowo rolnicy byli premiowani za schładzanie mleka do 4°C oraz posiadanie stada krów pod kontrolą użytkowości mlecznej. W mleczarni A wprowadzono dopłatę do litra skupowanego mleka od rolników posiadających kontrakty wieloletnie. Dopłata ta była zróżnicowana w zależności od rocznych dostaw mleka do przedsiębiorstwa, wahała się od 3 do 18 groszy do 1 litra. Trzy grosze otrzymywali dostawcy dostarczający do 20 000 litrów mleka rocznie, natomiast 18 groszy pobierali rolnicy dostarczający powyżej 400 000 litrów mleka rocznie.

Bardzo ważnym elementem sumarycznej ceny płaconej dostawcom za skupowane przez mleczarnie mleko, była wielkość miesięcznych dostaw z gospodarstwa (tab. 4). W przedsiębiorstwach A oraz C (spółdzielnie mleczarskie) minimalną wielkość miesięcznych dostaw, premiowanych bonifikatą cenową, ustalono na poziomie odpowiednio 1500 i 2000 litrów. W przedsiębiorstwie B (spółka z o.o. z dominującym udziałem kapitału zagranicznego) minimalny poziom miesięcznych dostaw z gospodarstwa, premiowanych dodatkiem do ceny, wynosił 5000 litrów. Maksymalny dodatek za ilość dostarczanego mleka z gospodarstwa kalkulowany był w mleczarniach A oraz C (spółdzielnie mleczarskie) przy dostawach miesięcznych minimum 10 000 litrów mleka z gospodarstwa. W przedsiębiorstwie B pułap ten był przesunięty na poziom 40 000 litrów.

Tabela 4

Składniki ceny za surowiec uwzględniane przez analizowane mleczarnie w latach 2003 i 2005

Wyszczególnienie	Lata		
	2003	2004	2005
Przedsiębiorstwo „A”			
Dostawy od 1 500 do 3 000 litrów	0,03	0,03	0,02
Dostawy od 3 001 do 5 000	0,05	0,04	0,03
Dostawy od 5 001 do 7 500	0,08	0,07	0,04
Dostawy od 7 501 do 10 000	0,10	0,08	0,06
Dostawy powyżej 10 001	0,12	0,10	0,07
Przedsiębiorstwo „B”			
Dostawy od 5000 do 10 000 litrów	0,06	0,01	0,01
Dostawy od 10 001 do 15 000	0,08	0,02	0,02
Dostawy od 15 001 do 20 000	0,10	0,03	0,03
Dostawy od 20 001 do 25 000	0,12	0,05	0,05
Dostawy od 25 001 do 30 000	0,14	0,07	0,07
Dostawy od 30 001 do 40 000	0,17	0,09	0,09
Dostawy powyżej 40 001	0,19	0,11	0,11
Przedsiębiorstwo „C”			
Dostawy do 2000 litrów	0,03	0,03	
Dostawy od 2 001 do 3 000	0,04	0,04	0,01
Dostawy od 3 001 do 4 000	0,05	0,05	0,02
Dostawy od 4 001 do 5 000	0,06	0,06	0,03
Dostawy od 5 001 do 6 000	0,07	0,07	0,04
Dostawy od 6 001 do 8 000	0,08	0,08	0,05
Dostawy od 8 001 do 10 000	–	0,10	0,12
Dostawy powyżej 10 001	–	0,13	0,17

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań kwestionariuszowych.

W analizowanym okresie zachodziły zmiany w sposobie naliczania premii cenowej za ilość dostarczanego z gospodarstwa mleka. Najwyraźniej zmiany te występowały w mleczarni B. W 2003 roku dodatek cenowy do litra skupowanego mleka dla producentów dostarczających od 5000 do 10 000 litrów mleka miesięcznie wynosił 0,06 zł, natomiast w latach następnych zmniejszył się do 1 grosza. Producenci dostarczający do przedsiębiorstwa B powyżej 40 000 litrów mleka miesięcznie w 2003 roku otrzymywali premię cenową do 1 litra w wysokości 0,19 zł, natomiast w latach następnych 0,11 zł. Zaznaczyć należy, że w analizowanych spółdzielniach mleczarskich (przedsiębiorstwa A oraz C) zmniejszono premię cenową za najmniejsze dostawy.

Z przedstawionych danych wynika, że rolnicy nawet w obrębie jednej mleczarni otrzymywali i w dalszym ciągu otrzymują różną cenę za dostarczone mleko. W tabeli 5 przedstawiono cenę za mleko w analizowanych mleczarniach w latach 2003 i 2005. Mleko dostarczone do mleczarni zawierało 3,2% białka oraz 3,9% tłuszczu. Spełniało parametry jakościowe klasy ekstra. Rolnicy otrzymywali wszystkie premie cenowe przyznawane w analizowanych mleczarniach. Różnica w porównaniach polegała na przyjęciu różnej wielkości miesięcznych dostaw. Jak wynika z obliczeń przedstawionych w tabeli 5, w 2005 roku rolnicy dostarczający miesięcznie 2000 litrów mleka otrzymywali cenę od 0,73 zł w przedsiębiorstwie C do 0,96 zł w przedsiębiorstwie B. Przy poziomie 35 000 litrów mleka kalkulowana cena wynosiła od 1,00 do 1,05 zł za litr.

Tabela 5

Cena mleka w analizowanych mleczarniach oferowana rolnikom w zależności od skali dostaw w latach 2003 i 2005

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwo „A”		Przedsiębiorstwo „B”		Przedsiębiorstwo „C”	
	2003	2005	2003	2005	2003	2005
Gospodarstwo Q – wielkość miesięcznych dostaw 2 000 litrów	0,64	0,81	0,69	0,96	0,73	0,87
Gospodarstwo X – wielkość miesięcznych dostaw 5 000 litrów	0,69	0,85	0,70	0,97	0,76	0,90
Gospodarstwo Y – wielkość miesięcznych dostaw 21 500 litrów	0,73	0,99	0,81	1,01	0,77	1,03
Gospodarstwo Z – wielkość miesięcznych dostaw 35 000 litrów	0,78	1,00	0,86	1,05	0,77	1,03

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań kwestionariuszowych.

Formy i zakres usług doradczych i finansowych stosowanych w badanych mleczarniach

Mleczarnie, oprócz oddziaływania na rolników ceną oferowaną za surowiec, prowadzą działalność doradczą. We wszystkich analizowanych mleczarniach (niezależnie od formy prawnej oraz wielkości produkcji) była prowadzona działalność doradcza. Przejawiała się, w głównej mierze, organizowaniem szkoleń dla rolników. Przybierały one najczęściej formę wykładów i prelekcji prowadzonych przez znanych ekspertów z określonych dziedzin. Prelekcje i wykłady, jako forma doradcza, mają swoje wady i zalety. Do głównych zalet można zaliczyć spotkanie rolników w określonym gronie i wymianę doświadczeń z innymi rolnikami oraz doradcą. Doradca może dostosować treść wykładu do potrzeb i zainteresowania konkretnych odbiorców oraz poziomu ich wykształcenia. Główne wady tej formy doradztwa: słowo mówione zapominane jest szybciej niż słowo pisane, trudno jest utrzymać zainteresowanie słuchaczy tematem dłuższej niż 15 minut, myśli słuchaczy często zbaczają na inne, niezwiązane z tematem sprawy [van den Ban, Hawkins 1997].

Tematyka szkoleń w analizowanych mleczarniach była dostosowana do potrzeb rolników (tab. 6). W 2003 roku dominowały tematy technologiczne, takie jak: żywienie bydła mlecznego, zdrowotność krów mlecznych, produkcja pasz objętościowych, uprawa kukurydzy na kiszonkę. W 2005 roku pojawił się dodatkowo temat zasad kwotowania produkcji mleka w Polsce. Z informacji przedstawionych przez pracowników zakładów mleczarskich wynika, że rolnicy bardzo chętnie uczestniczyli w spotkaniach szkoleniowych. W kolejnych latach mleczarnie planują kontynuowanie takich spotkań. Szkolenia prowadzili głównie pracownicy placówek naukowych oraz przedstawiciele firm handlowych zajmujących się dystrybucją pasz dla bydła.

Analizowane mleczarnie (niezależnie od formy prawnej), chcąc pomóc gospodarstwom w szybkim rozwoju lub poprawie warunków higienicznych pozyskiwania mleka, udzielają rolnikom pożyczek. Najczęściej pożyczki udzielane są na ściśle określone cele, takie jak: zakup krów lub jałówek cielnych, zakup urządzeń chłodniczych do przechowywania mleka, zakup pasz, modernizacja budynków inwentarskich. Udzielane pożyczki mają najczęściej charakter krótkoterminowy, maksymalny okres spłat wynosi dwa lata. Mleczarnie potrącają raty pożyczek z wypłat za sprzedane przez rolników mleko. Kwoty udzielonych pożyczek są zróżnicowane i wahają się od kilkuset do kilku tysięcy złotych. Fundusze przeznaczone na ten cel pochodzą w spółdzielniach mleczarskich ze składek dostawców mleka w wysokości 1 grosza od litra dostarczanego mleka. W analizowanej spółce środki przeznaczone na pożyczki pochodziły z własnych funduszy spółki.

Tabela 6

Tematyka organizowanych szkoleń w analizowanych mleczarniach w latach 2003 i 2005

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwo „A”		Przedsiębiorstwo „B”		Przedsiębiorstwo „C”	
	2003	2005	2003	2005	2003	2005
Zdrowotność krów mlecznych	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Żywienie bydła mlecznego	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Produkcja pasz objętościowych	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Uprawa kukurydzy i UZ	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Kwotowanie produkcji mleka	Tak	Tak	–	Tak	Tak	Tak
Fundusze strukturalne	–	–	–	–	–	Tak
Ekonomika produkcji mleka	Tak	Tak	–	–	–	–

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań kwestionariuszowych.

Jak wynika z informacji prezentowanych w tabeli 7, najczęściej niskooprocentowane pożyczki udzielane były rolnikom na zakup urządzeń chłodniczych, modernizację budynków inwentarskich i zakup zwierząt.

Tabela 7

Cele udzielania niskooprocentowanych pożyczek w latach 2003 i 2005

Wyszczególnienie	Przedsiębiorstwo „A”		Przedsiębiorstwo „B”		Przedsiębiorstwo „C”	
	2003	2005	2003	2005	2003	2005
Zakup urządzeń chłodniczych	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Zakup krów i jałówek hodowlanych	Tak	Tak	Tak	Tak	–	–
Zakup pasz	Tak	Tak	–	–	–	–
Modernizacja obór	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań kwestionariuszowych.

Podsumowanie i wnioski

1. W sektorze mleczarskim, zarówno na poziomie przedsiębiorstw mleczarskich, jak i gospodarstw ukierunkowanych na produkcję mleka, dokonał się (w latach 2003–2006) znaczący postęp w jakości wytwarzanych produktów, koncentracji produkcji oraz technologii produkcji.
2. Przedsiębiorstwa mleczarskie stawiają gospodarstwom rolniczym coraz wyższe wymagania w zakresie produkowanego mleka.
3. Gospodarstwa dostarczające mleko do spółek z udziałem kapitału zagranicznego charakteryzują się przeciętnie większą skalą produkcji oraz spełnieniem w większym zakresie wymogów rolnośrodowiskowych w stosunku do spółdzielni mleczarskich.
4. Czynnikiem najbardziej stymulującym zachodzące zmiany w gospodarstwach rolniczych jest sposób kalkulowania ceny za mleko w przedsiębiorstwach mleczarskich.
5. Bardzo ważnym elementem sumarycznej ceny, płaconej dostawcom za mleko skupowane przez mleczarnie, jest wielkość miesięcznych dostaw z gospodarstwa. Dopłaty do ilości dostarczanego mleka wahały się w analizowanych mleczarniach w 2005 roku od 0 do 0,19 zł za litr.
6. Mleczarnie, oprócz oddziaływania na rolników ceną oferowaną za surowiec, prowadzą działalność doradczą. We wszystkich analizowanych mleczarniach (niezależnie od formy prawnej oraz wielkości produkcji) była prowadzona działalność doradcza. Przejawiała się, w głównej mierze, organizowaniem szkoleń dla rolników.
7. Analizowane mleczarnie (niezależnie od formy prawnej), chcąc pomóc gospodarstwom w szybkim rozwoju lub poprawie warunków higienicznych pozyskiwania mleka, udzielają rolnikom pożyczek. Najczęściej pożyczki udzielane są na ściśle określone cele, takie jak: zakup krów lub jałówek cielnych, zakup urządzeń chłodniczych do przechowywania mleka, zakup pasz, modernizacja budynków inwentarskich.

Literatura

- van den BAN A.W., HAWKINS H.S.: Doradztwo rolnicze, Kraków 1997.
- MARTINEZ S., BERING K.: Vertical coordination of marketing systems; Agriculture Economic Rapport, USDA, April 2002.
- Praca zbiorowa pod redakcją J. Seremak-Bulge: Rozwój rynku mleczarskiego i zmiany jego funkcjonowania w latach 1990, Warszawa 2005.
- Praca zbiorowa pod redakcją A. Wosia: Encyklopedia agrobiznesu, Warszawa 1998.

Types and Scope of Cooperation between Dairy Processors and Milk Suppliers

Abstract

The main purpose of publication is to present the influence of dairy processing companies with different production scale and legal status, on dairy farms supplying them. The object of an analysis is three companies situated in Mazowieckie Region.

Examined dairies during the period 2003–2005 significantly increased their milk purchase and processing volumes while decreased the number of suppliers. The main factor stimulating the farmers to increase the farm production scale and adjust to the agro-environmental requirements is the way of calculation the milk price by dairies. Analysed dairies additionally were providing the traineeships for farmers and supporting them by the low-charged loans.

Czynniki sukcesu spółdzielni mleczarskich w Polsce w latach 1999–2002

Wstęp

W teorii zarządzania pojawia się wiele definicji sukcesu przedsiębiorstwa oraz koncepcji na temat jego źródeł – żadna z nich nie stanowi jednak uniwersalnej recepty dla wszystkich firm, niezależnie od kontekstu ich funkcjonowania. W związku z tym, aby można było zidentyfikować źródła sukcesu liderów rynkowych, przyjęto założenie, że: *sukces przedsiębiorstwa to pozytywnie oceniany poziom realizacji celów uprzednio zamierzonych (skuteczność)*¹. Problematyka celów przedsiębiorstwa to ważny przedmiot analiz teoretycznych, którym zajmowano się od początku ekonomicznej refleksji i który do dziś nie utracił swojej ważności, aktualności, ale także kontrowersyjności.

Zgodnie z klasyczną teorią ekonomii – celem działania każdego przedsiębiorstwa jest maksymalizacja zysku [Begg 2000, s. 184]. Odmienną od klasycznej teorii ekonomii „filozofią” biznesu jest koncepcja marketingowa, opierająca się na założeniu, że klucz do osiągnięcia sukcesu organizacji leży w określeniu potrzeb i wymagań rynków docelowych oraz dostarczeniu pożądanego zadowolenia klientowi w sposób bardziej wydajny i skuteczny niż konkurenci.

Przyjmując, że sukcesem przedsiębiorstwa jest osiągnięcie wyznaczonego celu, trzeba także pamiętać, że przedsiębiorstwo w gospodarce wolnorynkowej jest nośnikiem różnych interesów. Oznacza to uwzględnienie przy formułowaniu celów wszystkich stron w przedsiębiorstwie i w jego otoczeniu. Cele przedsiębiorstwa według tej koncepcji zależne są zatem od oczekiwań poszczególnych grup interesu (stakeholders)² oraz od siły ich wpływów.

Inny pogląd wiąże cel i co za tym idzie – sukces przedsiębiorstwa z maksymalizacją jego wartości rynkowej, co oznacza wzrost bieżącej wartości akcji

¹Definicja własna.

²Do grup interesów (stakeholders) zalicza się: właścicieli, inwestorów, kadre kierowniczą, pracowników firmy, pracowników organizacji społecznych, związkowych, instytucji finansowych, organów administracji terenowej, klientów, dostawców bezpośrednich i pośrednich [Urbanowska-Sojkin, 1999, s. 13–14].

lub udziałów właścicieli przedsiębiorstwa [Rapaport 1999, s. 15]. Koncepcja ta wiąże się z podstawowym celem działania spółdzielni mleczarskich, które dążą do maksymalizacji korzyści swoich członków. Przedsiębiorstwa pragnące maksymalizować korzyści osiągane przez właścicieli powinny mierzyć własną efektywność ekonomiczną³. Pomiar efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa jest uwarunkowany jego misją (podstawowym celem działalności). W przypadku spółek kapitałowych miernikiem może być EVA (ekonomiczna wartość dodana)⁴. W odniesieniu do spółdzielni mleczarskich odpowiednikiem EVA może być miernik Spółdzielczej Wartości Dodatkowej⁵ (Cooperative Additional Value – CAV) [Pietrzak, 2004, s. 46]. Konstrukcja CAV jest następująca:

$$\text{CAV} = \text{zysk} + (\text{ premia cenowa} \cdot \text{ wielkość skupu}),$$

gdzie premia cenowa oznacza różnicę między ceną skupu mleka w danej spółdzielni a najniższą ceną rynkową [Pietrzak 2004, s. 46].

Obserwując działalność spółdzielni mleczarskich w Polsce można dostrzec, że przetrwały one trudny okres przemian gospodarczych na początku lat 90. z różnymi efektami ekonomicznymi – jedne z nich dobrze prosperują, a inne przeżywają kryzys lub bankrutują. Uzasadnione wydaje się więc bliższe zbadanie źródeł sukcesu liderów spółdzielczości mleczarskiej – szczególnie z punktu widzenia słabszych podmiotów krajowej gospodarki mleczarskiej i potrzeby ich przystosowania do wymogów konkurencyjnego rynku.

Cel i hipotezy

Głównym celem niniejszego artykułu jest rozstrzygnięcie problemu badawczego zawartego w pytaniu: „Jakie są czynniki wyróżniające przodujące spółdzielnie mleczarskie – czynniki sukcesu?”.

³Efektywność ekonomiczna to rezultat działalności podmiotu gospodarczego, będący wynikiem relacji uzyskiwanych efektów do poniesionych nakładów [Penc 1997, s. 99].

⁴EVA = EBIT · (1 – T) – K · WACC, gdzie: K – kapitał zainwestowany w przedsiębiorstwie, T – stopa podatku dochodowego od przedsiębiorstw (podatku dochodowego od osób prawnych), EBIT – zysk operacyjny (przed opodatkowaniem i zapłaceniem odsetek), WACC – średni ważony koszt kapitału [Siudak 2001, s. 66–67].

⁵M. Pietrzak wprowadził rozróżnienie pomiędzy określeniem „wartość dodatkowa” a „wartość dodana”. Wartość dodana to: „ (...) wytworzona w danym okresie przez przedsiębiorstwa nowa wartość, stanowiąca różnicę między utargiem każdej jednostki gospodarczej (...) a wartością zakupionych (...) materiałów i usług obcych”. Z kolei wartość dodatkowa pokazuje, jaka część z wartości dodanej trafia do właścicieli jako rekompensata za ich zaangażowanie w działalność przedsiębiorstwa [Pietrzak 2004, s. 44–55].

Sformułowano następujące hipotezy badawcze:

- H₁: Sukces spółdzielni mleczarskiej uwarunkowany jest skalą działalności spółdzielni.
- H₂: Sukces spółdzielni mleczarskiej uwarunkowany jest produktywnością zasobów spółdzielni.
- H₃: Sukces spółdzielni mleczarskiej uwarunkowany jest głębokością specjalizacji spółdzielni.
- H₄: Sukces spółdzielni mleczarskiej uwarunkowany jest atrakcyjnością rynkowego pola działania spółdzielni.
- H₅: Sukces spółdzielni mleczarskiej uwarunkowany jest siłą rynkową spółdzielni.

Założono przy tym, że:

- **skala działalności** jest mierzona wielkością skupu mleka; wielkością przychodów ze sprzedaży; wielkością majątku spółdzielni;
- **produktywność zasobów to**:
 - **wydajność ekonomiczna pracy** – przychody ze sprzedaży w tys. zł na jednego zatrudnionego,
 - **wydajność techniczna pracy** – przerób mleka w tonach na jednego zatrudnionego,
 - **produktywność aktywów** – przychody ze sprzedaży w tys. zł na wartość majątku ogółem w tys. zł;
- **specjalizacja** jest mierzona sumą udziału procentowego w strukturze sprzedaży najważniejszego produktu i udziału procentowego w strukturze sprzedaży kolejnego kluczowego produktu. Jeśli przekracza 50% przychodów ze sprzedaży produktów, to przyjęto, że firma jest wyspecjalizowana;
- **atrakcyjność rynkowego pola działania** jest mierzona jako średnia ważona atrakcyjności (w skali 1–3 pkt.) portfela asortymentowego danej spółdzielni [np.: atrakcyjność rynku produktowego 1 (np. masło) · udział w strukturze przychodów + ... + atrakcyjność rynku produktowego n (np. jogurt) · udział w strukturze przychodów] [Pietrzak 2004, s. 50];
- **siła rynkowa** (wypadkowa skali działalności i specjalizacji) jest mierzona jako [udział procentowy w strukturze sprzedaży najważniejszego produktu + udział procentowy w strukturze sprzedaży kolejnego kluczowego produktu) · przychody ze sprzedaży produktów w mln zł] [Pietrzak 2004, s. 50].

Material i metody

Podstawowym źródłem danych do badań były sprawozdania finansowe spółdzielni mleczarskich za lata 1999–2002 publikowane w „Monitorach Spółdzielczych – B” oraz materiały źródłowe z badań M. Pietrzaka.

Wybierając obiekty badawcze zastosowano metodę doboru celowego. Do badań wybrano spółdzielnie mleczarskie, które w latach 1999–2002 zamieściły co najmniej trzy sprawozdania finansowe w Monitorze Spółdzielczym – B⁶ oraz spełniły dodatkowy warunek: udział sprzedaży towarów i materiałów w przychodach ze sprzedaży i zrównanych z nimi tych spółdzielni nie przekraczał 30%⁷. Z tak ustalonej próby badawczej liczącej łącznie 195 obiektów (w tym: 50 z 1999 r., 51 z 2000 r., 48 z 2001 r. i 46 z 2002 r.) wyodrębniono za pomocą przyjętego kryterium trzy grupy firm: „Liderów”, „Średniaków” i „Słabeuszy”. Kryterium doboru spółdzielni do odpowiedniej grupy była ocena efektywności za pomocą omówionego wyżej wskaźnika Spółdzielczej Wartości Dodatkowej przypadającej na litr skupionego mleka (CAV/l)⁸.

W zakresie opracowywania i prezentacji wyników zastosowano następujące metody: metody statystyczne (opis statystyczny, w tym: średnia arytmetyczna i mediana), metodę graficzną oraz metodę analizy porównawczej.

Wyniki

Do **grupy 1 („Liderów”)** zakwalifikowano pięć spółdzielni (górne ok. 10% badanej próby), które wykazały najwyższą średnią wartość wskaźnika CAV/litr skupu z okresu 1999–2002. Spółdzielnie z grupy 1 wypracowywały dla swoich członków przeciętnie 0,32 zł wartości dodatkowej na każdym litrze skupionego mleka i było to 2,5-krotnie więcej niż w grupie 2 i ponad 6-krotnie więcej niż w grupie 3.

Do **grupy 2 („Średniaków”)** zaliczono dziesięć spółdzielni (środkowe ok. 20% badanej próby), dla których wielkości średniego wskaźnika CAV/litr skupu odchyłały się +/-10% od wielkości mediany dla badanej zbiorowości i należały do przedziału (0,11–0,14).

Z kolei do **grupy 3 („Słabeuszy”)** zakwalifikowano pięć spółdzielni (dolne ok. 10% badanej próby) o najniższej średniej wielkości wskaźnika CAV/litr skupu.

⁶Sprawozdania w „Monitorze Spółdzielczym – B” publikują spółdzielnie, które spełniają co najmniej dwa z następujących warunków: średnioroczne zatrudnienie w przeliczeniu na pełne etaty wyniosło co najmniej 50 osób; suma aktywów bilansu na koniec roku obrotowego stanowiła równowartość w walucie polskiej co najmniej 2,5 mln EUR; przychody netto ze sprzedaży towarów i produktów oraz operacji finansowych za rok obrotowy stanowiły równowartość w walucie polskiej co najmniej 5 mln EUR [Ustawa z dnia 29.09.1994 r. o rachunkowości (tekst jednolity – DzU z 2001 r. Nr 31, poz. 359)]

⁷Uwzględnienie mleczarni osiągających 30% i więcej przychodów z działalności typowo handlowej zakłóciłoby rzeczywiste zależności dotyczące przetwórstwa mleka.

⁸W celu porównań spółdzielni zastosowano zamiast miernika absolutnego miernik względny, tj. odniesiono CAV do wielkości skupu.

Uwzględniając specyfikę działalności spółdzielni mleczarskich, określono zestaw mierników⁹ pozwalających na weryfikację przyjętych hipotez badawczych. Pierwszy etap przeprowadzonej analizy porównawczej polegał na obliczeniu średniej wartości mierników dla całej grupy „Liderów”, „Średniaków” i „Słabeuszy” (średnia z lat 1999–2002). Kolejny krok polegał na porównaniu wartości wyliczonych w ten sposób mierników. Następnie w formie wykresu radarowego przedstawiono syntetyczne porównanie trzech grup spółdzielni w przekroju wybranych mierników. W przygotowaniu wykresu wykorzystano siedmiopunktową skalę – zgodnie z kluczem przedstawionym w tabeli 1.

Tabela 1

Klucz do punktowej oceny odchylenia wartości mierników pomiędzy „Liderami” a „Średniakami”

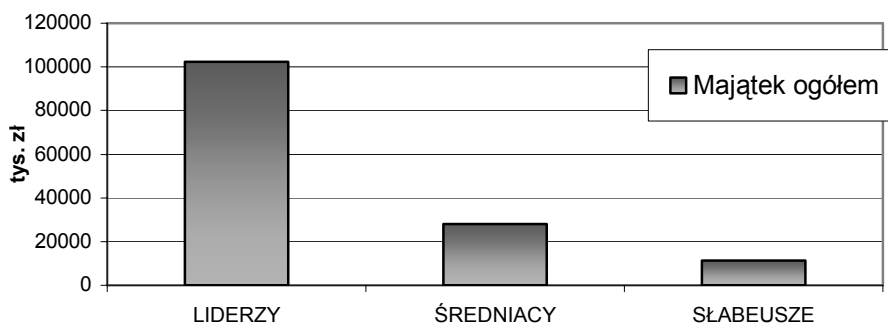
Kategoria odchylenia	Skala odchylenia wyników „Liderów” i „Słabeuszy” od wyników „Średniaków” (przedziały w %)	Punkty
Bardzo duże dodatnie	> 60	7
Duże dodatnie	(35; 60>	6
Umiarkowane dodatnie	(10; 3 >	5
Niewielkie odchylenie lub brak odchylenia	<-10; 10>	4
Umiarkowane ujemne	(-10; -35>	3
Duże ujemne	(-35; -60>	2
Bardzo duże ujemne	> -60	1

Źródło: Opracowanie własne.

Skala działalności

Analizowane grupy spółdzielni charakteryzowały się znacznym zróżnicowaniem pod względem rozmiarów prowadzonej działalności. W latach 1999–2002 średnia wartość majątku ogółem w grupie „Liderów” wynosiła 103 mln zł i była ona ponad 3,5-krotnie większa niż w grupie „Średniaków” i około 9-krotnie większa niż w grupie „Słabeuszy” (rys. 1). Ponadto, średnia wartość aktywów ogółem spółdzielni mleczarskich z grupy 1 w omawianym okresie wzrosła o 78%, z grupy 2 o 18%, a w grupie 3 odnotowano 5-procentowy spadek.

⁹Mierniki są to miary absolutne i wskaźniki, które pozwalają skwantyfikować stopień realizacji celów przedsiębiorstwa (określają, czy przedsiębiorstwo zmierza we właściwym kierunku) [Pietrzak 2006, s. 16]

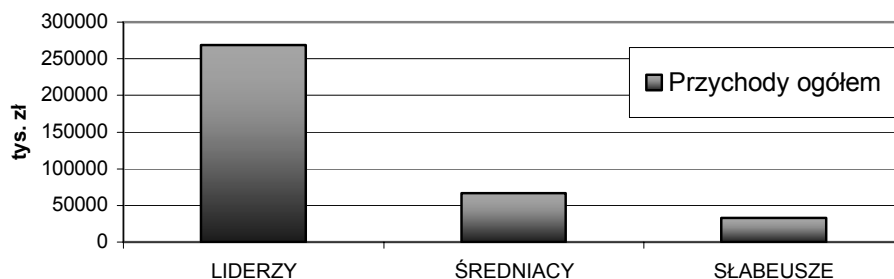


Rysunek 1

Wartość majątku ogółem (wartości średnie dla grupy z okresu 1999–2002)

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Monitora Spółdzielczego – B.

Badane grupy spółdzielni były zróżnicowane pod względem średniego poziomu przychodów. Przeciętne przychody w grupie „Liderów” zwiększyły się ze 180 mln zł w 1999 r. do 318 mln zł w 2002 r., tj. o 77%, natomiast w grupie „Średniaków” wzrosły o 22%, a w grupie „Słabeuszy” spadły o 23%. Przeciętne przychody uzyskane w grupie „Liderów” były wyższe niż w grupie „Średniaków” i „Słabeuszy” odpowiednio 4-krotnie i 8-krotnie (rys. 2).



Rysunek 2

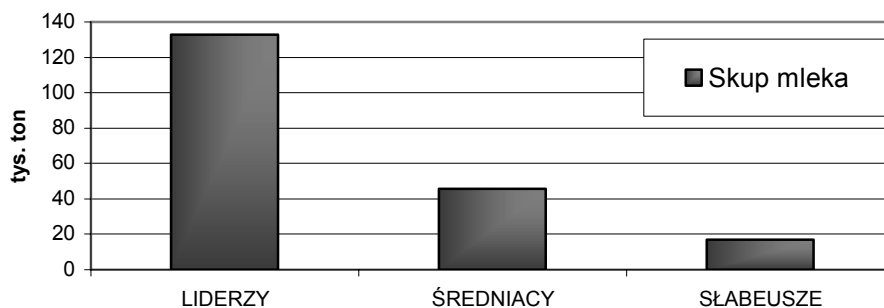
Przychody ogółem (wartości średnie dla grupy z okresu 1999–2002)

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Monitora Spółdzielczego – B.

Średni skup surowca w latach 1999–2002 w grupie „Liderów” kształtował się na poziomie 133 mln kg/rok i był 3 razy większy niż w grupie „Średniaków” i 8 razy większy niż w grupie „Słabeuszy” (rys. 3).

Produktywność zasobów

Badane spółdzielnie różnią się pod względem wskaźników gospodarowania zasobami – zwłaszcza potencjałem ludzkim. Spółdzielnie z grupy „Liderów” w latach 1999–2002 dysponowały około 2-krotną przewagą w zakresie technicz-

**Rysunek 3**

Skup mleka (wartości średnie dla grupy z okresu 1999–2002)

Źródło: Obliczenia własne na podstawie: M. Pietrzak, materiały źródłowe z badań, 2005 (maszynopis).

nej i ekonomicznej wydajności pracy w porównaniu do grupy „Średniaków”¹⁰. Analizując dodatkowo wskaźnik efektywności płacy, zauważymy, że w latach 1999–2002 w grupie „Liderów” był on najwyższy – 1 zł przeznaczona na pokrycie kosztów pracy dawała 13 zł przychodów ogółem (tab. 2). Wielkość tego wskaźnika w badanym czterolecium w grupach 2 i 3 uległa nieznacznemu pogorszeniu.

Tabela 2

Wydajność pracy (wartości średnie dla grupy z okresu 1999–2002)

Grupy	Wydajność ekonomiczna pracy tys. zł/osobę	Wydajność techniczna pracy tys. l/osobę	Efektywność płacy
Liderzy	424	259	13
Średniacy	174	132	9
Słabeusze	185*	110*	7

*na podstawie danych jednej spółdzielni (brak danych dla pozostałych)

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Monitora Spółdzielczego – B oraz M. Pietrzak, materiały źródłowe z badań, 2005 (maszynopis).

Przeciętna produktywność aktywów w latach 1999–2002 w grupie „Liderów” wyniosła 3,1, co znaczy, że każda złotówka zaangażowana w majątek spółdzielni przyniosła średnio 3,1 zł sprzedaży. Średnia produktywność aktywów w grupach 2 i 3 wyniosła odpowiednio 2,7 i 2,6. Należy tutaj podkreślić, że spółdzielnie z grupy 1 odnotowały wyższą produktywność majątku trwałego niż majątku obrotowego, w przeciwieństwie do pozostałych grup, gdzie zaobserwowano relację odwrotną (tab. 3).

¹⁰Na wzrost wydajności pracy w grupie „Liderów” miał wpływ wysoki poziom uzbrojenia pracy, który był około 1,7 razy wyższy w grupie 1 niż w grupie 2.

Tabela 3

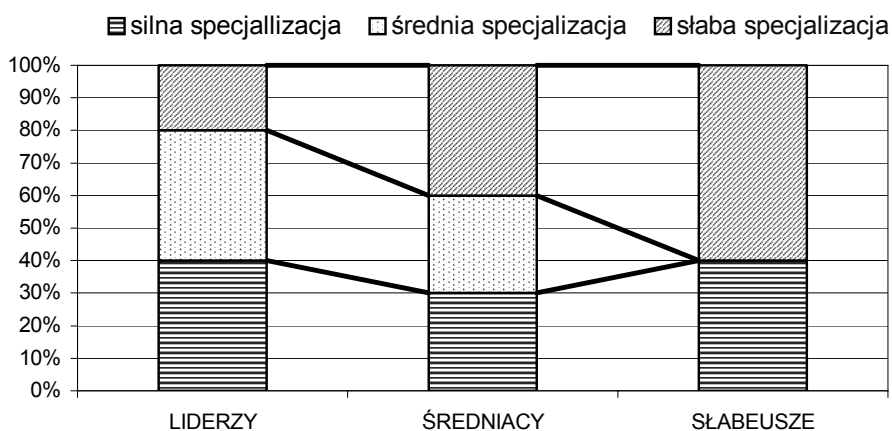
Produktywność aktywów (wartości średnie dla grupy z okresu 1999–2002)

Grupy	Produktywność		
	aktywów ogółem	aktywów trwałych	aktywów obrotowych
Liderzy	3,1	6,8	5,9
Średniacy	2,7	5,6	6,4
Słabeusze	2,6	4,5	7,1

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Monitora Spółdzielczego – B.

Specjalizacja¹¹

„Liderzy” na tle pozostałych spółdzielni wyróżniają się pod względem specjalizacji – 80% spółdzielni zaliczonych do grupy 1 wykazało pogłębioną specjalizację, a 20% – słabą specjalizację. W grupie 2 około 60% spółdzielni charakteryzowało się wysokim poziomem specjalizacji. Z kolei w grupie 3 około 60% spółdzielni cechowało się brakiem specjalizacji lub jedynie słabą specjalizacją (rys. 4).

**Rysunek 4**

Struktura poszczególnych grup spółdzielni pod względem stopnia specjalizacji

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Monitora Spółdzielczego – B oraz M. Pietrzak, materiały źródłowe z badań, 2005 (maszynopis).

¹¹Jeżeli suma udziału procentowego w strukturze sprzedaży najważniejszego produktu i udziału procentowego w strukturze sprzedaży kolejnego kluczowego produktu:

- stanowi mniej niż 50% – przyjęto, że oznacza to brak specjalizacji,
- zawiera się między 50 a 60% – przyjęto, że oznacza to lekką specjalizację,
- zawiera się między 60 a 70% – przyjęto, że oznacza to średnią specjalizację,
- stanowi więcej niż 70% – przyjęto, że oznacza to silną specjalizację.

Atrakcyjność domeny

Wskaźnik atrakcyjności portfela asortymentowego we wszystkich badanych grupach spółdzielni jest ograniczony, pomimo tego jego najwyższą wartość odnotowała grupa „Liderów” (tab. 4). Wskazuje to na koncentrowanie się „Liderów” na produkcji atrakcyjniejszych wyrobów w porównaniu do pozostałych grup.

Tabela 4

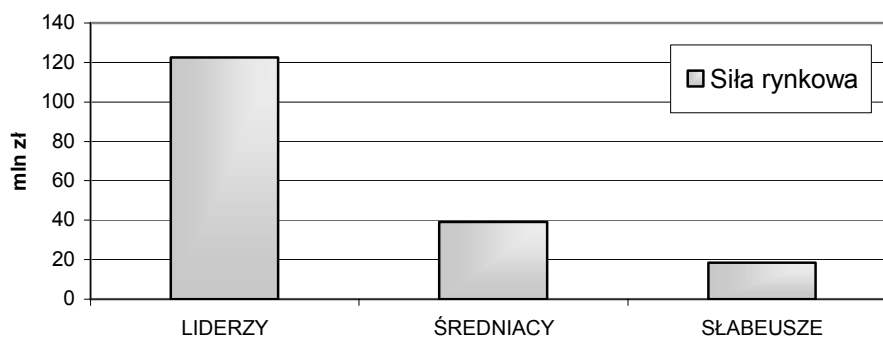
Atrakcyjność domeny (wartości średnie dla grupy z okresu 1999–2002)

Grupy	Atrakcyjność domeny
Liderzy	1,9
Średniacy	1,4
Słabeusze	1,7

Źródło: Badania własne na podstawie M. Pietrzak, materiały źródłowe z badań, 2005 (maszynopis).

Siła rynkowa

Analizowane grupy spółdzielni mleczarskich są zróżnicowane pod względem wskaźnika siły rynkowej. Najwyższe wartości tego wskaźnika można zaobserwować w grupie „Liderów”, w której jest on ponad 3-krotnie wyższy niż w grupie „Średniaków” i ponad 6,5-krotnie wyższy niż w grupie „Słabeuszy” (rys. 5). Wysoki wskaźnik siły rynkowej w grupie „Liderów” wynika z tego, że spółdzielnie z tej grupy charakteryzują się – jak już zauważono – dużą skalą przerobu i pogłębioną specjalizacją.



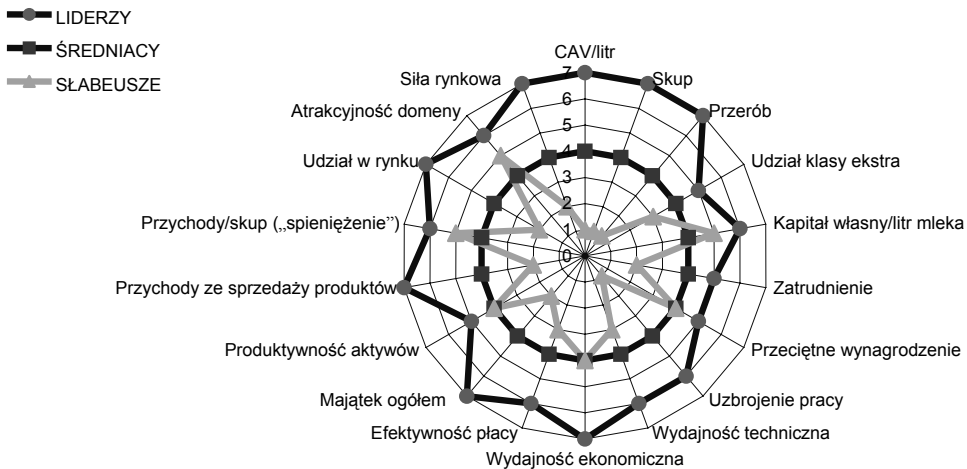
Rysunek 5

Siła rynkowa (wartości średnie dla grupy z okresu 1999–2002)

Źródło: obliczenia własne na podstawie M. Pietrzak, materiały źródłowe z badań, 2005 (maszynopis).

Synteza wyników

Na podstawie przeprowadzonej analizy porównawczej i rysunku 6 przedstawiającego syntetyczną ocenę najlepszych spółdzielni na tle spółdzielni przeciętnych i słabych zidentyfikowano następujące źródła sukcesu liderów spółdzielczości mleczarskiej.



Rysunek 6

Pozycja „Liderów” w porównaniu do grupy „Średniaków” i „Słabeuszy” na podstawie wybranych mierników

Źródło: Badania własne.

Analizowana grupa liderów spółdzielczości mleczarskiej charakteryzuje się dużą skalą prowadzonej działalności zarówno pod względem wielkości skupu, wartości majątku, jak i wielkości przychodów ze sprzedaży. Konkluzja ta stanowi potwierdzenie hipotezy H_1 . Ponadto, „Liderzy” charakteryzują się wyższym niż przeciętne i słabe mleczarnie udziałem klasy ekstra w skupie, co świadczy o ich większej dbałości o jakość pozyskiwanego surowca. Dodatkowo „Liderzy” dążą także do umocnienia więzi spółdzielczych poprzez wzrost kapitałów finansowanych przez członków na każdy liter skupionego mleka. Zacieśnianie więzi spółdzielczych umożliwia „Liderom” wzrost inwestycji. Inwestując więcej przodujące spółdzielnie rozbudowują majątek trwały i osiągają tym samym zdecydowanie wyższy poziom uzbrojenia pracy oraz dysponują kadrami, która jest kilkakrotnie bardziej wydajna niż w pozostałych spółdzielniach. Potwierdza to hipotezę H_2 , że osiągnięciu sukcesu sprzyja wysoka produktywność zasobów spółdzielni.

Należy podkreślić, że „Liderzy” charakteryzują się około 3-krotnie wyższym skupem, a jedynie 1,4-krotnie większym zatrudnieniem w stosunku do „Średniaków”, co może świadczyć o przerostach zatrudnienia w przeciętnych spółdzielniach. Poza tym przodujące spółdzielnie mleczarskie stosują wyższy poziom wynagrodzeń niż przeciętny w branży.

Spółdzielnie z badanej grupy „Liderów” ograniczają pole swojej działalności do węższego asortymentu, co pozwala koncentrować potencjał i w połączeniu z większą skalą przerobu przekłada się na wyższą siłę rynkową. Potwierdzają się zatem hipotezy H_3 i H_5 , wskazujące na źródło sukcesu, jakim jest specjalizacja i siła rynkowa.

Domę przodujących spółdzielni mleczarskich, w odniesieniu do pozostałych grup, charakteryzuje wyższy udział atrakcyjnych rynków, co w połączeniu z bardzo dużą siłą rynkową powoduje, że najlepsze spółdzielnie zajmują mocną pozycję liderów na atrakcyjnych rynkach. Potwierdza to hipotezę H_4 , że źródłem sukcesu spółdzielni jest koncentrowanie się na produkcji atrakcyjniejszych wyrobów, co z kolei w połączeniu ze wzrostem produktywności ich zasobów przyczynia się do wzrostu sprzedaży. W rezultacie wzrostu sprzedaży najlepsze spółdzielnie zwiększają swój udział w rynku oraz poprawiają „spieniężenie”, czyli wartość sprzedaży przypadającą na litr skupionego mleka.

W konsekwencji „Liderzy” cechują się znacznie wyższym wskaźnikiem CAV/l w porównaniu do „Średniaków” i „Słabeuszy”. Tym samym rekompensują swoim członkom ich zaangażowanie w działalność spółdzielni i osiągają sukces, gdyż zapewniają członkom dużo wyższe korzyści niż pozostałe spółdzielnie.

Wnioski

W myśl zasady, że należy się uczyć od najlepszych, analiza liderów spółdzielczości mleczarskiej pozwala wskazać przedsiębiorstwom mleczarskim pragnącym poprawić swoje wyniki następujące kierunki, w których należy podjąć działania:

- zwiększać skalę działalności, co przy istniejących limitach skupu oznacza przyrost koncentracji produkcji poprzez fuzje i przejęcia;
- umacniać więzi spółdzielcze, co umożliwi spółdzielniom wzrost inwestycji;
- poprawiać sprawność przetwórstwa – dążyć do wzrostu wydajności pracy przez realny wzrost wynagrodzeń pracowników (czyli czynnik motywacyjny) lub przez redukcję przerostów zatrudnienia;
- koncentrować się na produkcji atrakcyjniejszych wyrobów, co w połączeniu ze wzrostem produktywności zasobów przyczyni się do wzrostu sprzedaży.

Literatura

- BARAN J.: *Czynniki sukcesu spółdzielni mleczarskich w Polsce w latach 1999–2002*, SGGW (niepublikowana praca magisterska), Warszawa 2006.
- BEGG D.: *Mikroekonomia*, PWN, Warszawa 2000.
- PENC J.: *Leksykon biznesu*, Placet, Warszawa 1997.
- PIETRZAK M.: *Efektywność ekonomiczna spółdzielni mleczarskich*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej”, 2004 nr 3.
- PIETRZAK M.: *Koncentracja produkcji jako czynnik wzrostu efektywności spółdzielni mleczarskich – w świetle doświadczeń holenderskich i polskich*, Przegląd Mleczarski, 2006 nr 4.
- SIUDAK M.: *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2001.
- RAPAPORT A.: *Wartość dla akcjonariuszy. Poradnik menedżera i inwestora*, WIG-Press, Warszawa 1999.
- URBANOWSKA-SOJKIN E.: *Zarządzanie przedsiębiorstwem. Od kryzysu do sukcesu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 1999.

Success Factors of Leading Dairy Cooperatives in Poland 1999–2002

Abstract

This paper explain, why a few cooperatives in Polish dairy sector are prospering well, while many others, on the same dairy market, are suffering heavy recession or going bankrupt.

By the comparison of three groups of dairy cooperatives: leaders, average cooperatives and the weakest cooperatives source of the superiority of leaders have been identified. The research results show that dairy cooperatives success was connected with production scale, specialization and market power. This study allows to draw final conclusions, which may be useful for improving market position of other cooperatives – according to the benchmarking.

Dzielenie się wiedzą oraz zaufanie w małych i średnich przedsiębiorstwach

Wstęp

Najważniejszym aspektem związanym z zarządzaniem wiedzą jest konieczność dzielenia się nią i dotyczy to wszystkich pracowników przedsiębiorstwa. Wiedza w swej naturze ma charakter społeczny, w tym sensie, że powstaje w wyniku procesu ciągłej komunikacji między ludźmi. Zachęcanie ludzi do dzielenia się wiedzą, a nie biernego jej gromadzenia jest uznawane za pierwszy krok w kierunku efektywnego, prorozwojowego zarządzania w nowoczesnym przedsiębiorstwie. Trudno mówić o wiedzy, jeśli nie bierze się pod uwagę współpracy między ludźmi i istnienia warunków kooperacji.

Celem artykułu jest prezentacja wyników badań dotyczących dzielenia się wiedzą i zaufania wśród pracowników. Materiał empiryczny został zebrany w drodze badań ankietowych.

Dzielenie się wiedzą

Obecnie dzielenie się wiedzą nie powinno być traktowane tylko jako postulat etyczny czy kulturowy, ale jako warunek skuteczności strategii działań. Menedżer ma w tej strategii pełnić ważną rolę integratora wiedzy, który koordynuje działania wszystkich uczestników procesów zdobywania i transferu informacji sprzyjających realizacji organizacyjnych celów.

Jeżeli wiadomo, że wiedza indywidualna lub zespołowa istnieje i że została zlokalizowana przez potencjalnego użytkownika, to możemy uznać, że istnieją warunki do dzielenia się wiedzą. Dzielenie się wiedzą oznacza centralnie kierowany proces rozpowszechniania wiedzy w obrębie określonej grupy pracowników albo transfer wiedzy między osobami lub zespołami pracowników¹.

¹Probst G., Raub S., Romhardt K., *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002, s. 177.

Transfer wiedzy obejmuje dwa rodzaje działań: transmisję i absorpcję. Transmisja polega na pobraniu wiedzy z jej bazy lub innego źródła i przekazaniu odbiorcy. Następnie musi nastąpić akceptacja, przyswojenie i wykorzystanie otrzymanej wiedzy. Aby wiedza została właściwie zaabsorbowana, musi mieć wiarygodne źródło i odpowiednią postać.

E.K. Sveiby uważa, że umiejętność transferu wiedzy dotyczy szeroko rozumianych aspektów komunikacji organizacji z otoczeniem i komunikacji wewnętrznej. Przedstawia dziewięć strumieni przepływu wiedzy w przedsiębiorstwie.

W komunikacji wewnętrznej ważne są następujące transfery wiedzy²:

- między pracownikami,
- od pracowników do struktury wewnętrznej,
- ze struktury wewnętrznej do kompetencji indywidualnych,
- w strukturze wewnętrznej (budowa zintegrowanych systemów IT).

W komunikacji organizacji z otoczeniem strumienie przepływu wiedzy dotyczą transferu:

- od pracowników na zewnątrz,
- z otoczenia do pracowników,
- z otoczenia do struktury wewnętrznej,
- od struktury wewnętrznej do struktury zewnętrznej (np. bazy danych o klientach),
- pomiędzy organizacjami z otoczenia, z którymi przedsiębiorstwo współpracuje (np. jak sprawić, aby nasi klienci kontaktowali się między sobą).

Oznacza to, że jest konieczne stworzenie warunków sprzyjających upowszechnianiu wiedzy w organizacji. Wyszukiwanie, zbieranie, przetwarzanie, upowszechnianie i prezentowanie informacji ma służyć konkretnym celom, np. poprawie wyników funkcjonowania przedsiębiorstwa, a zarządzanie wiedzą osiągnięciu przewagi konkurencyjnej na rynku.

W procesie transferu wiedzy przekazywana jest zarówno nowa wiedza, jak również już istniejąca w organizacji, ale niedostępna dla wszystkich. G. Von Krogh, I. Nonaka i M. Aben³ zwracają uwagę, że transfer wiedzy powinien być prowadzony selektywnie, nie wszystkim bowiem dana wiedza potrzebna jest w danym miejscu i czasie. Wskazują oni na trzy warunki, jakie są niezbędne dla udanego transferu wiedzy:

²Za Gierszewska G., *Budowanie strategii zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach*, [w:] J. Kisielnicki (red.), *Zarządzanie wiedzą we współczesnych organizacjach*, Monografie i Opracowania nr 4, Oficyna Wydawnicza Wyższej Szkoły Handlu i Prawa im. Ryszarda Łazarskiego, Warszawa 2003, s. 80.

³Krogh G., Nonaka I., Aben M., *Making the Most of your Company's Knowledge: A Strategic Framework*, Long Range Planning, nr 4, 2001, s. 425.

- uczestnicy transferu wiedzy muszą być świadomi okoliczności wymiany wiedzy,
- oczekując na transfer wiedzy muszą badać jego opłacalność,
- muszą być odpowiednio motywowani do prowadzenia transferu wiedzy.

Istota etapu procesu dzielenia się wiedzą polega na prezentowaniu, publikowaniu i przekazywaniu wiedzy z wykorzystaniem różnych metod jej rozpowszechniania. Badania dowodzą, że nowe metody wykorzystuje się skutecznie tylko tam, gdzie trafiają na sprzyjającą kulturę organizacyjną. Firmy, które wykazują cechy organizacji uczących się i są silnie nastawione na dzielenie się wiedzą i rozpowszechnianie jej, wdrażają oprogramowanie do pracy zespołowej szybciej i z większym rozmachem niż firmy, w których takiego nastawienia nie ma.

Kultura organizacyjna sprzyjająca dzieleniu się wiedzą

Pełne wykorzystanie wiedzy jest możliwe tylko wtedy, gdy ludzie cenią sobie pomysły innych i dzielenie się własnymi przemyśleniami. Takie zachowania są kreowane przez odpowiednią kulturę organizacyjną.

Kulturę organizacyjną sprzyjającą dzieleniu się wiedzą – generowaniu nowej wiedzy można budować przez wypełnianie poniższych warunków⁴.

Tworzenie wewnętrznego rynku dla kreowania pomysłów

Istnieje potrzeba wskazania uzasadnienia i znalezienia potencjalnego „zbyt” pomysłów w organizacji. Dzięki takiemu podejściu wzrośnie zmobilizowanie, zaangażowanie i zainteresowanie pracowników tworzeniem nowych pomysłów. Jeśli pracownik poczuje się ważny i doceniany, to łatwiej będzie się godził na pewne wyrzeczenia związane z rozwojem organizacji – w tym przypadku z kosztami tworzenia nowego pomysłu (tzn. poddaniu się krytyce, zastanowieniu się).

Inwestowanie w edukację

Poprzez ciągłe szkolenie i stwarzanie szans na podnoszenie kwalifikacji przez pracowników można utworzyć kulturę organizacji, w której generowanie pomysłów będzie postrzegane jako kolejna okazja do zdobycia nowego doświadczenia.

Zaangażowanie się pracowników w sprawy organizacji

Pracownicy muszą czuć, co dzieje się w organizacji i w jakim kierunku ona zmierza. Dzięki szybkim i pełnym kanałom informacyjnym kultura organizacyjna musi umożliwiać ludziom zrozumienie strategicznych działań organizacji.

⁴Na podstawie Clark L., *Zarządzanie zmianą*, Gebethner i S-ka, Warszawa 1997, s. 120–127; Banasiak J., *Najważniejsza jest skuteczność. Praktyczne zarządzanie wiedzą w zespole*, „Personel i Zarządzanie” 2003, nr 9(150), s. 16.

Wspólna wizja wszystkich pracowników

Wizja przedsiębiorstwa powinna stanowić własność wszystkich, aby stać się prawdziwym czynnikiem motywującym do twórczego myślenia.

Wspólna diagnoza problemów organizacji

Poprzez wspieranie ludzi w ich wysiłkach mających na celu zdiagnozowanie problemów organizacji oraz określenie tego, co można i należy poprawić, menedżerowie mobilizują swoich podwładnych i kształtują ich zaangażowanie w procesie zmian.

Odpowiedni system oceny pracownika

Gdy pracownik jest oceniany – powinien być oceniany także z tego, na ile korzysta z dostępnej wiedzy, na ile sam poszerza zasoby wiedzy, na ile dzieli się swą wiedzą i doświadczeniami z innymi.

Umacnianie stylu kierowania stawiającego na ludzi

Kultura organizacyjna musi gwarantować pracownikom bezpieczeństwo oraz umacniać w nich poczucie własnej wartości, mimo błędów, które czasami się im przydarzają. Na pierwszym miejscu musi być człowiek, a nie zadanie.

Zaufanie jako element wpływający na proces dzielenia się wiedzą

Zespoły o wysokiej efektywności charakteryzują się dużym stopniem wzajemnego zaufania między członkami. Oznacza to, że każdy z nich wierzy w prawość charakteru i zdolności pozostałych. Zaufanie jest rzeczą kruchą. Trzeba je długo budować, łatwo zniszczyć i trudno odzyskać. A skoro zaufanie budzi zaufanie, a nieufność budzi nieufność, to utrzymanie zaufania wymaga starannej troski ze strony kierownictwa. Zaufanie umożliwia kontrolę wiedzy ukrytej, niemożliwej do kontrolowania poprzez mechanizmy formalne ze względu na jej unikalność i mały stopień skodyfikowania. Zaufanie stymuluje także procesy uczenia poprzez generowanie więzi społecznych stanowiących nieformalne kanały komunikacji, rozszerzanie zakresu postrzeganej odpowiedzialności czy powiększanie obszaru potencjalnych okazji do uczenia się.

Według definicji A. Nieściora, „zaufanie to stosunek zachodzący pomiędzy trzema elementami: obdarzonym zaufaniem Z, obdarzającym zaufaniem U oraz przestrzenią, w której ta relacja zachodzi Q”. Autor zaznacza, że zaufanie można rozpatrywać w różnych wymiarach, począwszy od zaufania do samego siebie, a skończywszy na zaufaniu pomiędzy odrębnymi społecznościami⁵.

⁵Nieścior A., *Zaufanie w normach ISO serii 9000*, „Problemy Jakości”, nr 9, 1999, s. 23–34.

Współczesne okoliczności prowadzenia biznesu skłaniają do aktywnego budowania poziomu zaufania oraz oddziaływań zachodzących pomiędzy nimi. Podstawą do takich działań jest dokładne zrozumienie poszczególnych elementów procesu budowania zaufania oraz oddziaływań zachodzących pomiędzy nimi. Według D. Harrison, L.L. Cummings i N.L. Chervany, zaufanie kształtuje się na podstawie wzajemnego oddziaływania pięciu sił, które można opisać w pięciu wymiarach: osobowościowym, kalkulacyjnym, instytucjonalnym, percepcyjnym oraz opartym na wiedzy. Wymiary te po uwzględnieniu elementu czasu tworzą całościowy proces budowania zaufania w organizacji⁶. Zawartość poszczególnych wymiarów przedstawia się następująco:

1. Zaufanie kalkulacyjne rozumiane jako zaufanie oparte na prostej kalkulacji kosztów i korzyści płynących z danej relacji. Dominacja tego wymiaru świadczy o dobrym systemie motywacyjnym, tożsamości organizacyjnej, zaangażowaniu jednostek w sprawę organizacji.

2. Zaufanie osobowościowe oparte na strukturze osobowości człowieka. Skupione jest wokół wrodzonych oraz nabytych cech osobowości jednostek wchodzących w skład organizacji. Zdolność do wczuwania się w sytuację innych, wrażliwość, odpowiedzialność oraz emocjonalna powściągliwość, to przykłady cech świadczących o dużej osobistej skłonności do zaufania.

3. Zaufanie instytucjonalne oparte na formalnych regulacjach. Polega na kształtowaniu poczucia bezpieczeństwa na podstawie zabezpieczeń formalnych.

4. Zaufanie percepcyjne rozumiane jako proces postrzegania zachowań innych osób. Wymiar ten nawiązuje do poznawczych cech jednostek i opisuje zaufanie w kategoriach obserwacji wzajemnych zachowań, reakcji, sposobów postępowania.

5. Zaufanie oparte na wiedzy. Jest to najbardziej trwała kategoria zaufania, wymagająca jednak dość długiego czasu inicjacji. Rozwija się na podstawie zdobywanych oraz gromadzonych doświadczeń⁷.

Wszystkie wymiary zaufania układają się w złożony proces jego budowania, począwszy od wymiaru kalkulacyjnego i osobowościowego poprzez wymiar percepcyjny i instytucjonalny, a skończywszy na zaufaniu opartym na wiedzy. Proces ten ma charakter wielowymiarowy, a poszczególne wymiary wzajemnie się przeplatają.

Zaufanie powinno być budowane w całej organizacji, w tym stale należy pokonywać bariery ustalone przez tradycyjne struktury organizacyjne. Sugestie dotyczące budowania zaufania przedstawione przez E.M. Awada i H.M. Gha-

⁶Harrison McKnight D., Cummings L.L., Chervany N.L.: *Initial Trust Formation in New Organizational Relationship*, „Academy of Management Review”, nr 3, 1998, s. 473–490.

⁷Bratnicki M., Strużyna J., *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2001, s. 158–162.

ziriego są następujące: decentralizacja i spłaszczanie struktur organizacyjnych, aby umożliwić zespołom wpływ na podejmowane decyzje, redukcja kontroli na rzecz zwiększenia zaufania do zespołów, zachęcanie pracowników do brania udziału np. w sesjach twórczego myślenia, docenianie pracowników i wyróżnianie ich np. tytułem pracownik miesiąca, szkolenia pracowników dotyczące dzielenia się wiedzą⁸.

Z badań wynika, że zaufanie jest kluczowym czynnikiem procesu zarządzania wiedzą. Zaufanie jest bardzo trudne do zbudowania i utrzymania, dlatego ogromną rolę odgrywa tu polityka przedsiębiorstwa dotycząca tej problematyki.

Analiza wyników badań dotyczących dzielenia się wiedzą i zaufania w małych i średnich przedsiębiorstwach

Badania na ten temat przeprowadzono w 368 małych i 143 średnich przedsiębiorstwach z terenu województwa śląskiego w 2006 r. Kwestionariusz ankiety został skierowany do kadry kierowniczej.

W badanych przedsiębiorstwach pracownicy dzielą się wiedzą (16,83% – zawsze, 66,14% – często). Niestety, dzielenie się wiedzą nie jest wynagradzane (43,84% – odpowiedź rzadko, 31,90% – nigdy). Dlatego główne powody dzielenia się wiedzą to: dobra wola pracowników (58,71%), sympatia do współpracowników (47,75%), poczucie udziału w rozwijaniu organizacji (45,21%), uznanie przełożonych (39,33%), satysfakcja z posiadanej wiedzy większej niż u innych (28,18%). Korzyści finansowe i awans znalazły się na końcu tej listy, potwierdzając wcześniejsze badanie, że dzielenie się wiedzą nie przynosi takich korzyści.

Również odpowiedzi na pytanie o pomoc w rozwiązywaniu problemów zawodowych współpracowników pokazały, że nie przynosi to korzyści finansowych, tylko zwiększa efektywność przedsiębiorstwa (60,86%), wpływa na atmosferę w pracy (86,11%) oraz podnosi prestiż własny danej osoby (33,46%). Tylko w 13,89% badanych jednostek pojawiła się odpowiedź, że przynosi korzyści finansowe.

Analizując odpowiedzi można stwierdzić, że pracownicy szukają wiedzy głównie wewnątrz przedsiębiorstwa, korzystając z dostępnych materiałów (64,58%). Istotna tutaj jest także wiedza zdobyta w procesie edukacji (59,30%). Część pracowników (44,03%) korzysta z literatury fachowej. Wiele osób

⁸Awad E.M., Ghaziri H.M., *Knowledge management*, Pearson Education International, New Jersey 2004, s. 25.

(40,90%) wykorzystuje wiedzę zdobytą w poprzednich organizacjach, 27,98% pozyskuje wiedzę z gazet i czasopism, 25% korzysta z wiedzy innych współpracowników, 1,57% respondentów nie szuka informacji.

Według przeprowadzonych badań, 38,55% przedsiębiorstw stosuje różne inicjatywy promujące zatrzymanie wiedzy w firmie, tylko 15,46% stosuje aplikacje informatyczne umożliwiające dzielenie się wiedzą, tylko 12% wprowadziło systemy wspierające zachowywanie wiedzy.

Większość badanych (81,60%) wyraża opinię, że w przedsiębiorstwie istnieje możliwość zrealizowania i zaproponowania swoich pomysłów, tylko 5,48% respondentów odpowiedziało, że nie, a pozostali udzielili odpowiedzi nie wiem.

Nagrody są przyznawane za: efektywność (58,12%), jakość (31,31%), pomysłowość (24,07%), własne inicjatywy (22,70%), kreatywność (22,31%), wysiłek (21,53%), wykonywanie zadań w terminie (17,81%), samodzielność (18%), posiadane umiejętności (12,33%), wykonanie zadania przed terminem (11,15%). Tylko w 17% badanych podmiotów premia uzależniona była od pracy w zespole.

Formy nagród w badanych przedsiębiorstwach są następujące: pieniądze (79,45%), pochwała ustna (41,1%), podwyżka pensji (21,72%), awans (12,72%), świadczenia socjalne (12,13%), rzeczowa (10,96%), finansowanie kształcenia (5,87%), pochwała pisemna (4,5%), wycieczki (5,48%), udział w zyskach (1,37%).

Na pytania dotyczące zaufania respondenci odpowiadali w skali od 1 do 5, gdzie jeden oznaczało odpowiedź negatywną, a pięć – pozytywną. Wyniki zaprezentowano w tabeli 1.

Z badań wynika, że pracownicy są bardziej ufni w małych przedsiębiorstwach 21,47% niż w średnich (19,58%). Wpływa na to na pewno fakt szybszego przepływu informacji w małych firmach. Pracownicy mają również większe zaufanie do umiejętności współpracowników w małych przedsiębiorstwach (29,35%), niż w średnich (23,08%). W 42,12% małych przedsiębiorstwach oraz w 41,26% średnich pracownicy dążą do realizacji celów firmy. W 21,68% średnich podmiotów oraz w 19,02% małych interesy przedsiębiorstwa są dla pracowników ważniejsze od interesów jednostki. W 31,79 małych podmiotów oraz 30,77% średnich relacje pracowników polegają na obustronnym zaufaniu.

Tabela 1

Podejście do zaufania w małych i średnich przedsiębiorstwach (dane w %)

Wyszczególnienie		1	2	3	4	5	Suma
Członkowie przedsiębiorstwa są ufni	małe przedsiębiorstwa	1,63	6,52	20,92	49,46	21,47	100
	średnie przedsiębiorstwa	2,10	4,90	23,08	50,35	19,58	100
Pracownicy mają zaufanie do umiejętności współpracowników	małe przedsiębiorstwa	0,82	2,72	13,59	53,53	29,35	100
	średnie przedsiębiorstwa	0,00	2,80	16,08	58,04	23,08	100
Pracownicy wspólnie dążą do realizacji celów przedsiębiorstwa	małe przedsiębiorstwa	1,36	2,17	8,70	45,65	42,12	100
	średnie przedsiębiorstwa	0,70	2,10	11,89	44,06	41,26	100
Interesy przedsiębiorstwa są dla pracowników ważniejsze od interesów jednostki	małe przedsiębiorstwa	3,80	12,77	25,27	39,13	19,02	100
	średnie przedsiębiorstwa	5,59	7,69	23,08	41,96	21,68	100
Relacje pracowników polegają na obustronnym zaufaniu	małe przedsiębiorstwa	1,36	5,16	14,13	47,55	31,79	100
	średnie przedsiębiorstwa	1,40	5,59	17,48	44,76	30,77	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań przeprowadzonych w małych i średnich przedsiębiorstwach.

Wnioski

Na podstawie przeanalizowanych wyników można stwierdzić, że rozkład odpowiedzi zarówno w małych, jak i średnich przedsiębiorstwach wygląda podobnie, można zatem wnioskować, że zaufanie podobnie kształtuje się w obu rodzajach podmiotów. Otrzymane rezultaty nie są zadowalające, kierownicy powinni położyć większy nacisk na kształtowanie zaufania, dzięki któremu możliwe jest dzielenie się wiedzą.

Jedną z zasadniczych przeszkód przy korzystaniu z zespołów roboczych są opory indywidualne. Sukcesów pracownika nie określa się już w kategoriach indywidualnych wyników. Aby skutecznie działać jako członkowie zespołu, poszczególne osoby muszą umieć otwarcie i szczerze się komunikować, dostrzegać różnice i rozstrzygać konflikty, wychodzić poza osobiste cele dla dobra zespołu. Dla wielu pracowników zdobycie takich umiejętności jest sprawą trudną. Kluczową rolę w tworzeniu pracy zespołowej opartej na dzieleniu się wiedzą odgry-

wają postawy, normy i zachowania podzielane przez kadrę kierowniczą. Najlepszym sposobem byłoby stworzenie kultury organizacji, która ceni i wynagradza: pracę zespołową, dzielenie się wiedzą, zdobywanie nowej wiedzy wewnątrz i na zewnątrz organizacji, rozszerzanie zdobytej wiedzy oraz twórcze rozwiązywanie problemów i zapobieganie im. W takich organizacjach nie powinno się nagradzać: pasywności, wewnętrznej konkurencji, biurokracji i kontrolowanych zachowań, chęci władzy i walki o nią. Tworzenie takich nowych, prorozwojowych kultur organizacyjnych wymaga nowych kwalifikacji kadr kierowniczych i ich wieloletniej współpracy z pracownikami.

Literatura

- AWAD E.M., GHAZIRI H.M., *Knowledge management*, Pearson Education International, New Jersey 2004.
- BANASIAK J., *Najważniejsza jest skuteczność. Praktyczne zarządzanie wiedzą w zespole*, „Personel i Zarządzanie” 2003, nr 9(150).
- BRATNICKI M., STRUŻYNA J., *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2001.
- CLARK L., *Zarządzanie zmianą*, Gebethner i S-ka, Warszawa 1997.
- GIERSZEWSKA G., *Budowanie strategii zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach*, [w:] J. Kisielnicki (red.), *Zarządzanie wiedzą we współczesnych organizacjach*, Monografie i Opracowania nr 4, Oficyna Wydawnicza Wyższej Szkoły Handlu i Prawa im. Ryszarda Łazarskiego, Warszawa 2003.
- HARRISON McKNIGHT D., CUMMINGS L.L., CHERVANY N.L.: *Initial Trust Formation in New Organizational Relationship*, „Academy of Management Review”, nr 3, 1998.
- KROGH G., NONAKA I., ABEN M., *Making the Most of Your Company's Knowledge: A Strategic Framework*, Long Range Planning, nr 4, 2001, s. 425.
- NIEŚCIOR A., *Zaufanie w normach ISO serii 9000*, „Problemy Jakości”, nr 9, 1999.
- PROBST G., RAUB S., ROMHARDT K., *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.

Sharing of Knowledge and Trust in Small and Medium Enterprises

Abstract

In this article problems connected with sharing of knowledge and trust have been presented. The authors have also described researches connected with this problem in polish small and medium enterprises. The research was done in Silesian Province in 2006. The questionnaire was administered to managers. The research showed that trust among employees is similar in small and medium enterprises.