

12/61

Zeszyty Naukowe
Szkoły Głównej
Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie

Polityki Europejskie, Finanse i Marketing



Polityki Europejskie, Finanse i Marketing

nr 12 /61/ 2014

Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2014

ZESZYTY NAUKOWE
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie

SCIENTIFIC JOURNALS
Warsaw University of Life Sciences – SGGW

POLITYKI EUROPEJSKIE,
FINANSE i MARKETING
NR 12 (61) 2014

EUROPEAN POLICIES,
FINANCE AND MARKETING
NO 12 (61) 2014

Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2014

Warsaw University of Life Sciences – SGGW Press
Warsaw 2014

RADA PROGRAMOWA

Bogdan Klepacki (SGGW) – prof. dr hab., Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
– Przewodniczący
Mieczysław Adamowicz – prof. dr hab. dr h.c., Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
– Wiceprzewodniczący
Marian Podstawka – prof. dr hab., Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Janusz Żmija – prof. dr hab. dr h.c., Uniwersytet Rolniczy w Krakowie
Andrzej P. Wiatrak – prof. dr hab., Uniwersytet Warszawski
Lubica Bartova – prof., Slovak Agricultural University in Nitra, Słowacja
Anton Kretter, PhD. – doc. ing., Department of Marketing, Faculty of Economics
and Management, Slovak University of Agriculture in Nitra
Eudmila Nagyová, PhD. – prof. ing., Department of Marketing, Faculty of Economics
and Management, Slovak University of Agriculture in Nitra
Julian Briz – prof., Universidad Politecnica de Madrid, Hiszpania
Francesco Sotte – prof., Università Politecnica delle Marche Ancona, Włochy
Sandra Krtalic, Full Professor – Academic Unit for Finance, Department of Economics and Tourism,
Juraj Dobrila University of Pula, Chorwacja

KOMITET REDAKCYJNY

Marian Podstawka, prof. dr hab. – Redaktor Naczelny
Aleksandra Wicka, dr inż. – Redaktor Prowadzący

Janina Sawicka, prof. dr hab.
Agnieszka Biernat-Jarka, dr
Marzena Lemanowicz, dr
Halina Powęska, dr
Eugeniusz Pudelkiewicz, prof. SGGW dr hab., redaktor tematyczny (marketing)
Aleksandra Wicka, dr inż. – redaktor tematyczny (ubezpieczenia)
Agnieszka Parlińska, dr inż. – redaktor tematyczny (finanse)
Agata Kropiwek, mgr – redaktor językowy, język polski
Christian Richter, dr – redaktor językowy, język angielski
Wiesław Szczesny – prof. SGGW dr hab., redaktor statystyczny

Monika Narojek, mgr – sekretarz redakcji

PROJEKT OKŁADKI – Tomasz Tabor

REDAKCJA TECHNICZNA – Krystyna Piotrowska

ADRES KORESPONDENCYJNY

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk Ekonomicznych
Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa
tel./fax: 22 593 40 77; e-mail: kpam@sggw.pl

ISSN 2081-3430

Wydawnictwo SGGW
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa
tel. (22) 593 55 20 (-22, -25 – sprzedaż), fax (22) 593 55 21
e-mail: wydawnictwo@sggw.pl, www.wydawnictwosggw.pl

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

SPIS TREŚCI

Bąk-Filipek Ewa Przemiany na rynku mięsa w Polsce CHANGES IN THE MEAT MARKET IN POLAND	7
Biernat-Jarka Agnieszka, Planutis Ewa THE EVOLUTION OF THE SUPPORT FOR THE SMALL AND MEDIUM SIZE ENTERPRISES SINCE THE POLAND ENTRANCE TO THE EUROPEAN UNION	17
Golaś Zbigniew, Bieniasz Anna Zróżnicowanie terminów płatności w wybranych krajach Europy DIFFERENTIATION OF PAYMENT PERIODS IN SELECTED EUROPEAN COUNTRIES	31
Holienčinová Mária, Nagyová Eudmila, Sedliaková Ingrida SOLUTION OF THE QUESTION OF CSR AND MARKETING CHALLENGES	43
Kacprzak Marzena Lokalne inicjatywy na rzecz przeciwdziałania bezrobociu w woj. Mazowieckim	55
Kisiel Roman, Idżkowska Katarzyna System opodatkowania rolnictwa w Polsce oraz w wybranych krajach Unii Europejskiej THE SYSTEM OF AGRICULTURE TAXATION IN POLAND AND CHOSEN COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION	64
Kozak Sylwester THE IMPACT OF THE ADDITIONAL CREDIT ON THE ECONOMIC GROWTH AND PERSONAL INCOME. IS IT ALWAYS POSITIVE?	79
Kubicová Ľubica, Kádeková Zdenka, Dobák Dušan TRENDS IN CONSUMPTION OF MILK AND DAIRY PRODUCTS IN SLOVAKIA AFTER EU ACCESSION	90
Laskowska Elwira Ekonomiczne aspekty przekształcania prawa użytkowania wieczystego w prawo własności ECONOMIC ASPECTS OF THE CONVERSION RIGHT OF PERPETUAL USUFRUCT RIGHT OF OWNERSHIP	98
Lemanowicz Marzena, Szwacka-Mokrzycka Joanna INNOVATION ACTIVITIES OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES	110
Agata Marcysiak, Adam Marcysiak Zakres zróżnicowania poziomu dochodów z gospodarstwa rolnego w układzie regionalnym RANGE OF DIFFERENTIATION INCOMES LEVEL OF AN AGRICULTURAL FARM IN REGIONAL SCHEME	122

Misztal Piotr

Hipoteza bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego w krajach o różnym poziomie rozwoju gospodarczego THE HYPOTHESIS OF JOBLESS ECONOMIC GROWTH IN COUNTRIES WITH DIFFERENT LEVELS OF ECONOMIC DEVELOPMENT	129
---	-----

Nagyová Ľudmila , Sedliaková Ingrida , Holienčinová Mária

BEHAVIOURAL STUDIES OF EXTERNAL ATTRIBUTES OF BREAD AND PASTRY IN SLOVAK REPUBLIC	142
--	-----

Nowotarska-Romaniak Beata

IMPLEMENTATION OF THE MARKETING ORIENTATION IN POLAND BY LIFE INSURANCE COMPANIES	154
--	-----

Paluch Łukasz

Studium uwarunkowań rozwoju rolnictwa i organizacji produkcji rolniczej w Regionie Małopolska DETERMINANTS OF AGRICULTURAL DEVELOPMENT AND ORGANIZATION OF THE AGRICULTURAL PRODUCTION IN THE MAŁOPOLSKA PROVINCE	165
---	-----

Powęska Halina

UNREGISTERED CROSS-BORDER USE OF SERVICES ON THE POLISH SECTION OF THE EXTERNAL BORDER OF THE EU AND THE LOCATION OF THE SERVICE SECTOR IN THE POLISH TRADE TURNOVER WITH ITS EASTERN NEIGHBORS	178
---	-----

Rytko Anna

COMPETITIVENESS OF POLISH AND SLOVAK AGRI-FOOD PRODUCTS ON THE EUROPEAN MARKET	187
---	-----

Szalonka Katarzyna

Pożądane zachowania zdrowotne polskich gospodarstw domowych DESIRABLE HEALTH BEHAVIORS POLISH HOUSEHOLDS	199
---	-----

Tomaszewski Marek, Brelik Agnieszka

Presja ze strony konkurentów a aktywność innowacyjna przedsiębiorstw w państwach rozwijających się	209
--	-----

LISTA RECENZENTÓW (NR 11 i 12)

prof. dr hab. dr h.c. Mieczysław Adamowicz
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
dr hab. Bazyli Czyżewski, prof. nadzw. UEP
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
dr.h.c.prof. h.c. doc.Ing.Mária Kadlečíková, CSc
Slovak University of Agriculture in Nitra
prof. dr hab. Janusz Toruński
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
dr hab. Mariola Łaguna, prof. KUL
Katolicki Uniwersytet Lubelski
dr hab. Joanna Szwacka - Mokrzycka prof. SGGW
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
doc. Ing Anton Kretter, PhD
Slovak University of Agriculture in Nitra
dr hab. Katarzyna Szalonka
Uniwersytet Wrocławski
dr Beata Domańska –Szaruga
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
Dr Artur Malinowski
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
dr Wiktor Razmus
Katolicki Uniwersytet Lubelski
dr Marzena Wójcik- Augustyniak
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
dr Anna Świrska
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

Ewa Bąk-Filipek
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Przemiany na rynku mięsa w Polsce

CHANGES IN THE MEAT MARKET IN POLAND

W niniejszym opracowaniu omówiono uwarunkowania rynku mięsa w Polsce oraz ukazano na tle rynku mięsa funkcjonowanie rynku wołowiny. Rynek wołowiny w ostatnich latach staje się powoli rynkiem zmarginalizowanym na rynku wewnętrznym m.in. ze względu na malejące znaczenie spożycia wołowiny w całym bilansie mięsa w Polsce. Coraz większe znaczenie odgrywa rynek drobiu, zarówno po stronie podaży, jak i popytu. W opracowaniu zwrócono także uwagę na fakt, że rynki rolne, w tym zwłaszcza rynek mięsa, są podatne na wahania koniunkturalne na rynku krajowym i rynkach międzynarodowych. Dlatego istotną rolę odgrywa polityka państwa wobec poszczególnych rynków. Na rynku mięsa zarówno czerwonego, jak i drobiowego, państwo polskie poprzez Agencję Rynku Rolnego podejmuje działania interwencyjne, które mają za zadanie wspieranie tego rynku i stabilizację sytuacji na tym rynku.

Materiałem źródłowym do badań były dane GUS opublikowane w różnorodnych opracowaniach statystycznych, w tym w rocznikach branżowych rolnictwa oraz Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowego Instytutu Badawczego opublikowane w formie raportów rynkowych (rynek mięsa i rynek drobiu). Zastosowano wskaźniki dynamiki oraz średnie statystyczne, a także elementy analizy opisowej danych.

Słowa kluczowe: funkcjonowanie, uwarunkowania, rynek wołowiny, rynek mięsa.

Wstęp

Rynek mięsa w Polsce jest jednym z ważniejszych rynków rolnych. Produkcja mięsa ulega w czasie pewnym wahaniom, które zależą m.in. od wielkości i struktury spożycia mięsa oraz od wysokości cen skupu żywca i poziomu cen detalicznych mięsa i jego przetworów. Istotnym elementem rynku mięsa jest saldo handlu zagranicznego. Rynek mięsa w Polsce jest niejednorodny. Zmiany gospodarcze zachodzące w ciągu ostatnich dwudziestu pięciu lat doprowadziły do wyraźnego wyodrębnienia się rynku żywca i mięsa, a w jego obrębie kilku subrynków: żywca wieprzowego, żywca wołowego i cielęcego, drobiu i innych. Państwo polskie ma obowiązek zapewnić bezpieczeństwo żywnościowe swoich obywateli. Ma też do wykonania zadania związane z realizacją postanowień wynikających z integracji z Unią Europejską. Jednym z obszarów, jakimi musi się zajmować, jest realizacja zadań wobec rolnictwa krajowego zgodnie z wymogami Wspólnej Polityki Rolnej UE.

Przemiany dokonujące się na rynku mięsa związane są ze zmianami w konsumpcji produktów pochodzenia zwierzęcego. Ze względu na wielkość spożycia dominującym rynkiem mięsa jest rynek wieprzowiny. W ciągu ostatnich lat na znaczeniu zyskał rynek drobiu. Natomiast spożycie wołowiny drastycznie spadło i osiągnęło poziom poniżej 2 kg na jednego mieszkańca. Podejmowane są różnorodne próby wspierane przez państwo w celu ożywienia popytu wewnętrznego na ten rodzaj mięsa:

poczynając od propagowania chowu bydła ras mięsnych, po intensywne działania na poziomie konsumenta. Zarówno producenci pierwotni, jak i przetwórcy mają nadzieję na pozytywne zmiany w popycie na wołowinę.

Pogłowie zwierząt gospodarskich i produkcja mięsa w Polsce

Mięso stanowi istotny produkt żywnościowy w diecie obecnych konsumentów. Spożycie mięsa jest m.in. wskaźnikiem zamożności społeczeństwa poszczególnych krajów.

Produkcja mięsa zależy w dużej mierze od wielkości pogłowia zwierząt gospodarskich oraz poziomu cen, który powinien zapewniać opłacalność produkcji.

Po wejściu Polski do Unii Europejskiej zanotowano wzrost pogłowia zarówno bydła i trzody chlewnej, jak i wzrost liczby owiec i drobiu kurzego. Wzrost był obserwowany w początkowym okresie akcesji i dotyczył głównie lat 2005-2008. Od roku 2009 zaczęto notować spadek pogłowia trzody chlewnej i drobiu oraz jednorazowy spadek pogłowia bydła. Od 2010 roku pogłowie bydła znów rosło w latach 2010-2012, natomiast pogłowie pozostałych zwierząt ulegało wahaniom.

Tabela 1. Liczba zwierząt gospodarskich w latach 2005-2012 (w tys. sztuk) stan w czerwcu

Lata	Bydło		Trzoda chlewna		Owce	Drób kurzy	Konie
	ogółem	w tym krowy	Ogółem	w tym lochy			
2005	5483,3	2795,0	18112,4	1813,2	316,0	134424	312,1
2006	5606,4	2823,8	18880,5	1856,4	300,8	124870	307,0
2007	5696,2	2786,7	18128,5	1767,4	331,9	133072	329,2
2008	5756,7	2806,5	15425,3	1366,8	323,6	128788	325,3
2009	5700,0	2687,9	14278,6	1373,8	286,4	124129	297,9
2010	5724,0	2656,0	15278,0	1427,6	267,7	130959	264,2
2011	5762,0	2626,0	13508,7	1177,3	251,0	139964	254,4
2012	5777,0	2578,0	11581,3	1081,7	266,8	112477	222,2

Źródło: Rocznik statystyczny rolnictwa 2013. Wyd. GUS, Warszawa 2013

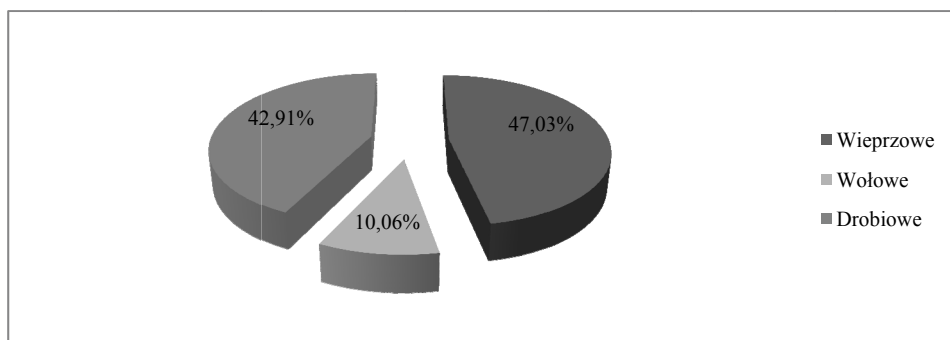
Wahania i spadki w liczbie zwierząt gospodarskich odbiły się na wielkości produkcji mięsa ogółem. Ogólnie produkcja mięsa spadła i w 2009 roku była o blisko 10% mniejsza niż w 2007 roku. Następnie następował powolny wzrost i w dwóch ostatnich analizowanych latach 2011 i 2012 nastąpiła stagnacja – produkcja mięsa ogółem utrzymuje się na tym samym poziomie.

Tabela 2. Produkcja mięsa w Polsce w latach 2005-2012 (w tys. ton)

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Produkcja mięsa ogółem	3316	3667	3704	3478	3351	3627	3687	3687
w tym:								
Wieprzowe	1981	2165	2165	1936	1717	1863	1876	1734
Wołowe	313	363	369	377	387	390	385	371
Drobiowe	1017	1037	1116	1165	1247	1374	1426	1582

Źródło: Rocznik statystyczny rolnictwa 2013, Wyd. GUS, Warszawa 2013.

Sytuacja w produkcji poszczególnych rodzajów mięsa była różna w analizowanym okresie: mięsa wołowego spadła o 3,6%, spadła znacząco produkcja mięsa wieprzowego – o 7,6%, natomiast wzrosła mięsa drobiowego – o blisko 11%.



Wykres 1. Struktura produkcji mięsa w 2012 roku
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Należy zwrócić uwagę na fakt, że produkcja mięsa wołowego stanowiła w ogólnym bilansie produkcji mięsa tylko 10%. Największe znaczenie ma nadal mięso wieprzowe, chociaż w ostatnim okresie zanotowano spadek produkcji w wartościach bezwzględnych. Najwyższy poziom produkcji mięsa wieprzowego miał miejsce w latach 2006-2007, a następnie ulegał nieznacznym wahaniom aż osiągnął poziom 1,7 mln ton w 2012 roku. Produkcja mięsa wieprzowego w tym roku stanowiła 47% produkcji mięsa ogółem.

W analizowanym okresie istotnie wzrosła produkcja mięsa drobiowego i w 2012 roku osiągnęła poziom prawie 1,6 mln ton. Oznacza to, że w ogólnym bilansie mięsa produkcja drobiu stanowi już prawie 43%. W omawianym okresie produkcja mięsa drobiowego wzrosła o 55,6%.

Zmiany cen na rynku mięsa w Polsce

Jednym z najważniejszych elementów rynku, który w sposób istotny wpływa na warunki jego rozwoju, są ceny na nim występujące. Ceny skupu są na rynku rolnym czynnikiem warunkującym utrzymywanie odpowiedniego pogłowia zwierząt, a ich zmiany powodują zmiany w podaży i produkcji mięsa w poszczególnych okresach.

Ceny skupu na rynku żywca wzrosły w momencie wejścia Polski do Unii Europejskiej w sposób gwałtowny, co nazwano nawet „szokiem cenowym”. W latach następnych uległy obniżeniu, jednakże są nadal na poziomie wyższym niż był notowany w okresie przedakcesyjnym.

W 2012 roku zanotowano kolejny wzrost cen w przypadku wszystkich rodzajów żywca rzeźnego. Ceny skupu trzody chlewnej wzrosły o 19,5%, ceny bydła o 14,7%, ceny cielęciny o 18,2%, cen drobiu o 2,5%.

W wartościach bezwzględnych najwyższy poziom wykazują ceny cielęciny. Przeciętny poziom ceny w analizowanym okresie na żywca cielęcy wyniósł 9,2 zł za kg. Przeciętna cena skupu żywca wieprzowego w tym okresie wyniosła 4,2 zł za kg, a

drobiu 3,5 zł. Średni poziom ceny skupu żywca wołowego ukształtowały się na poziomie 4,6 zł.

Na podstawie przeciętnych cen skupu można stwierdzić, że najbardziej opłacalna była produkcja żywca cielecego. Jednakże biorąc pod uwagę strukturę produkcji mięsa oraz cykl produkcyjny w przypadku poszczególnych rodzajów mięsa widać wyraźnie, że żywiec drobiowy ma potencjał do rozwoju nieporównywalny z pozostałymi gatunkami mięsa. Krótki okres produkcji i relatywnie wysokie ceny skupu oraz relatywnie niskie ceny detaliczne drobiu na rynku finalnego nabywcy powodują wzrost jego produkcji na tak dużą skalę.

Tabela 3. Przeciętne ceny skupu produktów zwierzęcych w latach 2005-2012 (w zł/kg)

Żywiec rzeźny	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Bydło	4,05	4,04	3,94	4,03	4,52	4,56	5,58	6,40
Cielęta	9,77	10,21	8,59	7,60	9,21	8,82	8,92	10,54
Trzoda chlewna	3,82	3,56	3,46	4,01	4,56	3,89	4,52	5,40
Owce	6,83	6,35	6,09	5,82	6,70	6,66	7,51	7,51
Konie	6,04	6,15	6,14	5,90	5,90	5,76	6,21	7,19
Drób	3,14	2,76	3,52	3,46	3,64	3,44	4,08	4,18

Źródło: Rocznik statystyczny rolnictwa 2013, Wyd. GUS, Warszawa 2013.

Wartość skupu jest wypadkową dwóch wielkości: ilości skupionych produktów i ich cen skupu. W związku ze zmieniającym się pogłowiem zwierząt i wzrostem ich cen, zwiększyła się także wartość skupu wyrażona w milionach złotych. Dotyczyło to wszystkich liczących się rodzajów żywca z wyjątkiem żywca cielecego, którego wartość skupu w roku 2012 nieznacznie spadła - o 1,2% w stosunku do wartości odnotowanej w roku poprzednim.

Tabela 4. Wartość skupu produktów zwierzęcych (w mln zł)

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ogółem	30948,0	31296,0	35951,6	35416,5	37142,7	41324,5	49180,4	55499,4
Produkty zwierzęce	22386,0	22293,1	24437,1	24681,5	25464,7	27546,5	32332,5	34942,4
W tym:								
Bydło	1983,8	2451,9	2387,8	2166,1	2557,3	2797,4	3092,7	3379,6
Cielęta	157,6	171,7	140,0	110,7	132,7	119,0	107,8	106,5
Trzoda chlewna	7429,0	7747,2	7719,0	7777,5	8060,4	7731,9	9429,8	10015,8
Owce	14,2	13,3	14,3	10,3	12,7	10,0	10,4	9,4
Konie	125,5	110,9	100,6	86,4	107,2	102,1	102,4	106,6
Drób	4109,5	3505,5	4591,5	5140,1	5941,7	6245,8	7826,5	8781,5

Źródło: Rocznik statystyczny rolnictwa 2012, 2013, Wyd. GUS, Warszawa 2012 i 2013.

Innym elementem cenowym oddziałującym w sposób znaczący na przemiany na rynku mięsa w Polsce są również ceny detaliczne produktów pochodzenia zwierzęcego.

Udział producenta wołowiny w cenach detalicznych produktów z żywca wołowego informuje o tym, jak długość kanałów dystrybucji, różnych ich rodzajów oraz występowanie różnych rodzajów pośredników, wpływa na cenę końcową produktu. Relacje cen detalicznych artykułów żywnościowych do cen skupu produktów rolnych

informują, jaką ilość produktu rolnego trzeba było sprzedać w skupie, w celu nabycia po cenie detalicznej danego artykułu.

Tabela 5. Ceny detaliczne wybranych produktów pochodzenia zwierzęcego (w zł)

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Mięso wołowe z kością (rostbef)	16,32	17,13	17,47	18,16	19,74	20,43	22,23	25,45
Mięso wołowe bez kości (z udźca)	20,93	21,92	22,67	23,65	25,98	26,67	29,14	33,08
Mięso wieprzowe z kością (schab środkowy)	13,54	13,10	13,43	14,49	15,20	13,79	14,44	15,62
Kurczęta patroszone	5,63	4,90	6,31	6,21	6,86	6,36	7,25	7,57

Źródło: Ceny w gospodarce narodowej w 2013. Wyd. GUS, Warszawa 2014.

Z analizy danych zawartych w tabelach 3 i 5 wynika, że ceny skupu żywca poszczególnych rodzajów w analizowanym okresie rosły wolniej (lub spadały) w stosunku do cen detalicznych produktów pochodzenia zwierzęcego. W związku z tym na zakup 1 kg mięsnych produktów gotowych trzeba było przeznaczyć coraz więcej żywca. Oznacza to, że zmniejszał się udział ceny producenta w cenie detalicznej żywności.

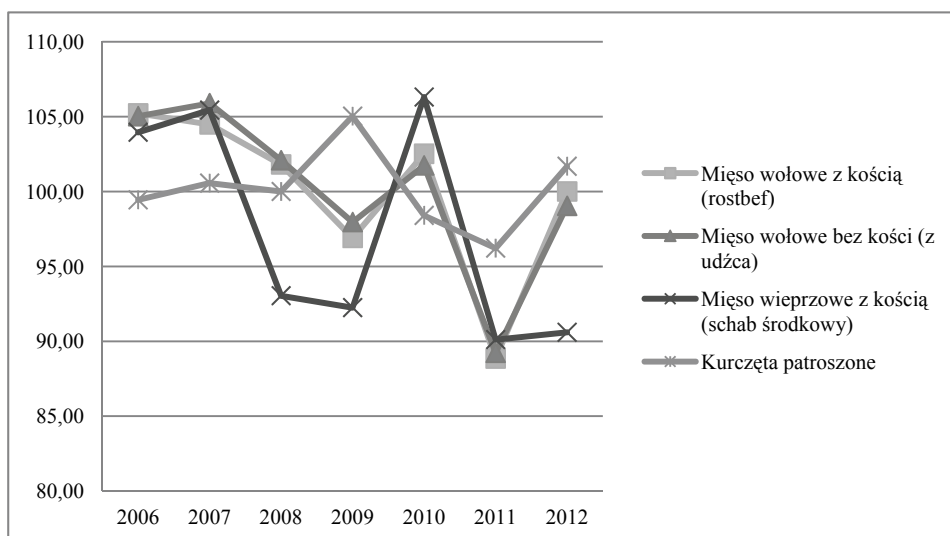
Tabela 6. Relacje cen detalicznych wybranych produktów pochodzenia zwierzęcego do cen skupu poszczególnych rodzajów żywca

Wyszczególnienie	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Mięso wołowe z kością (rostbef)	4,03	4,24	4,43	4,51	4,37	4,48	3,98	3,98
Mięso wołowe bez kości (z udźca)	5,17	5,43	5,75	5,87	5,75	5,85	5,22	5,17
Mięso wieprzowe z kością (schab środkowy)	3,54	3,68	3,88	3,61	3,33	3,54	3,19	2,89
Kurczęta patroszone	1,79	1,78	1,79	1,79	1,88	1,85	1,78	1,81

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W tabeli 6 przedstawione są relacje cen detalicznych poszczególnych produktów pochodzenia zwierzęcego do cen skupu żywca poszczególnych rodzajów.

Z analizy tych danych wynika, że w przypadku relacji cen wołowiny odnotowano poprawę relacji na korzyść producenta w dwóch ostatnich analizowanych latach. Podobne tendencje jak w przypadku relacji cen wołowiny odnotowano także w przypadku wieprzowiny. W przypadku drobiu relacje wahają się, ale także z tendencją na korzyść cen producenta.



Wykres 2. Dynamika relacji cen detalicznych wybranych produktów pochodzenia zwierzęcego do cen skupu poszczególnych rodzajów żywca

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Dynamika relacji cen detalicznych wybranych rodzajów mięsa do cen skupu określonego żywca wykazywała wahania w analizowanym okresie. W roku 2011 uległa znacznemu obniżeniu, co wskazuje na poprawę relacji w przypadku wszystkich rodzajów mięsa. W roku 2012 dalsze obniżenie dynamiki miało miejsce w przypadku przetworów z wołowiny i wieprzowiny, przy wzroście cen detalicznych mięsa drobiowego.

Przemiany w spożyciu poszczególnych rodzajów mięsa

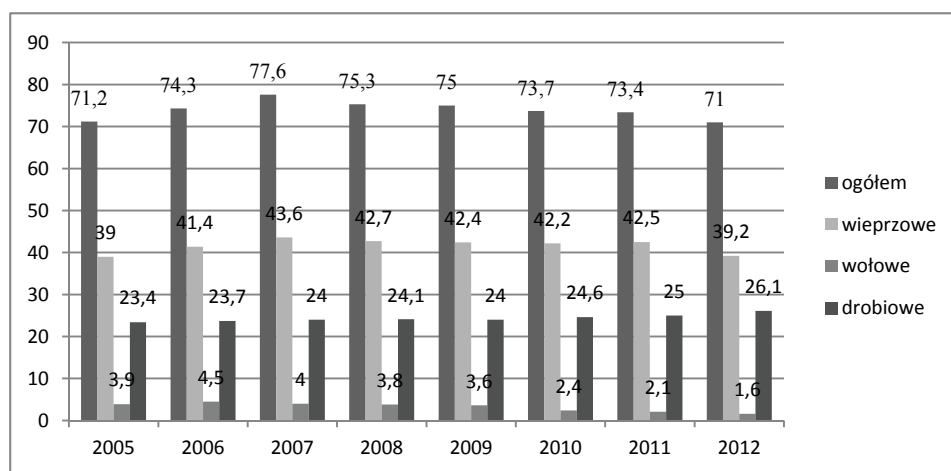
Bardzo istotnym elementem rynku mięsa jest poza popytem strona podaży. Bez istnienia popytu w gospodarce rynkowej nie ma sensu produkcja. Popyt został wyrażony w niniejszym opracowaniu poprzez wielkość i strukturę spożycia mięsa ogółem oraz poprzez poszczególne, najbardziej znaczące dla konsumentów w Polsce segmenty rynku mięsa.

Analizując dane na temat spożycia mięsa w latach 2005-2012 można zauważyć dwa okresy: okres wzrostowy w latach 2005-2007, gdy spożycie mięsa ogółem wzrosło o prawie 9%. Następnie rozpoczął się okres systematycznego, chociaż niewielkiego spadku spożycia mięsa, który w okresie 2008-2012 wyniósł łącznie 8,5%.

Należy zwrócić uwagę na bardzo niepokojący z punktu widzenia subryнку wołowiny trend, który się w tych latach wyodrębnił: spożycie wieprzowiny było w całym analizowanym okresie 2005-2012 dosyć stabilne i nie odbiegało od normy z okresów przeszłych – wynosiło od 39 w 2005 roku do 43,6 kg na osobę w 2007 roku. Na koniec analizowanego okresu ukształtowało się na poziomie 39,2 kg/osobę. W przypadku spożycia mięsa drobiowego była obserwowana tendencja wzrostowa, która po nieznacznym zahamowaniu w roku 2009 nabrała tempa i w 2012 roku poziom

spożycia wynosił 26,1 kg/osobę (wzrost w 2012 roku w stosunku do 2005 roku wyniósł 11,5%). Natomiast niepokojący jest trend w przypadku spożycia mięsa wołowego – jego spożycie spadło z poziomu 4,5 kg/osobę w 2006 roku do poziomu 1,6 kg/osobę w 2012 roku, co stanowi około 2,3% ogólnego spożycia mięsa, i według prognoz ten niski poziom utrzyma się także w latach następnych.

W 2012 roku bilans spożycia mięsa ogółem wyniósł 71 kg na 1 mieszkańca. Największy udział w spożyciu mięsa miało mięso wieprzowe – ponad 55%. Znacznie zwiększył się udział mięsa drobiowego – 36,8%. Prognozy wskazują, że taki trend utrzyma się w przyszłości.



Wykres 3. Spożycie mięsa i podrobów w przeliczeniu na 1 mieszkańca w Polsce w latach 2005-2012
Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Rynek mięsa. Stan i perspektywy”. Analizy rynkowe. Wyd. IERiGŻ – PIB, ARR. Warszawa 2013.

Obroty handlu zagranicznego

Ważnym czynnikiem rynkowym, zapewniającym w miarę stabilną sytuację na rynku mięsa, są obroty w handlu zagranicznym. Jest to element wpływający w sposób zasadniczy na warunki opłacalności na rynku mięsa w Polsce.

Co jest istotne to należy zauważyć, że w całym analizowanym okresie 2007-2012 saldo obrotów w handlu zagranicznym było ujemne. Natomiast saldo obrotów w handlu zagranicznym zwierzętami żywymi i produktami pochodzenia zwierzęcego w tym okresie było dodatnie. Było to spowodowane znaczną i systematycznie rosnącą wartością eksportu, przy relatywnie niewielkiej, chociaż też rosnącej, wartości importu.

Tabela 7. Obroty handlu zagranicznego wyrobami przemysłu spożywczego (w mln zł)

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Import	456828,4	497028,3	463382,6	536220,6	623372,7	648127,6
W tym:						
Zwierzęta żywe i produkty pochodzenia	6601,0	8827,0	11035,3	11856,0	13469,0	15296,2

zwierzęcego Eksport	386555,6	405383,1	423242,0	481058,2	558739,0	603418,6
W tym: Zwierzęta żywe i produkty pochodzenia zwierzęcego	13526,0	14239,9	15666,8	18033,1	21239,0	24523,0
Saldo obrotów w handlu zagranicznym	-70272,8	-91645,2	-40140,6	-55162,4	-64633,7	-44709,0
Saldo obrotów w handlu zagranicznym zwierzętami żywymi i produktami pochodzenia zwierzęcego	+6925	+5412,9	+4631,5	+6177,1	+7770,0	+9226,8

Zródło: Opracowanie własne na podstawie „Rynek mięsa. Stan i perspektywy”. Analizy rynkowe. Wyd. IERiGŻ – PIB, ARR. Warszawa 2013 oraz Rocznika Statystycznego Rolnictwa 2009, 2010, 2013. Wyd. GUS, Warszawa 2010, 2011 i 2013.

Ze względu na dynamicznie zmieniające się warunki na rynku mięsa państwo w celu zachowania bezpieczeństwa żywności oraz w miarę stabilnej sytuacji, prowadzi działania zarówno na rynku mięsa czerwonego, jak i mięsa drobiowego.

W zakresie wspierania rynku mięsa czerwonego Agencja Rynku Rolnego administruje obrotem towarowym z zagranicą, wypłaca refundacje do eksportu, administruje działaniami promocyjnymi i informacyjnymi oraz obsługuje fundusze promocji produktów rolno-spożywczych, w tym Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego, Fundusz Promocji Mięsa Wołowego, Fundusz Promocji Mięsa Końskiego i Fundusz Promocji Mięsa Owczego.

Środki finansowe z funduszy wydatkowane są przede wszystkim na promocję spożycia mięsa czerwonego i jego przetworów, informowanie o jakości i zaletach tego rodzaju mięsa, udział w wystawach i związanych z chowem i hodowlą oraz produkcja i przetwórstwem. Promocja mięsa i jego przetworów była realizowana w ramach akcji i cyklicznych imprez połączonych np. Świętomięs Polski, Festiwal podkarpackiej wołowiny, Tradycja, jakość, smak – polska wołowina, Polska wołowina na polskim stole, Jakość jest sztuką – spotkania z QAFP, Piknik wieprzowy, Piknik wołowy.

W ramach kampanii Smaki polskie – wieprzowina – polska tradycja prowadzony jest również portal internetowy z przepisami kulinarnymi, poradami dla rolników oraz informacjami na temat systemów jakości, produktów regionalnych i tradycyjnych oraz bazą firm, a także portal społecznościowy dla producentów wołowiny.

Od 2012 roku Agencja Rynku Rolnego uczestniczy w programie oferującym przedsiębiorcom działającym w sektorze rolno-żywnościowym, w tym m.in. mięsa czerwonego, możliwości kompleksowej i usystematyzowanej promocji ich produktów za granicą. Objęte projektem działania mają na celu kreowanie nowych, silnych Marek, rozpoznawalnych na świecie i kojarzonych z Polską.

Realizacja programu planowana jest do 2015 roku i obejmuje takie kraje, jak: Rosja, Niemcy, Chiny oraz Francja, a także Ukraina i Zjednoczone Emiraty Arabskie.

W ramach promocji branży mięsnej ARR organizuje udział polskich przedsiębiorców w międzynarodowych i krajowych targach, a także w szkoleniach marketingowych i rynkowych. Opracowuje również katalogi promocyjne, ulotki informacyjne i filmy reklamowe.

Ponadto w ramach realizacji funkcji informacyjnej ARR przygotowuje cykliczne raporty tygodniowe i miesięczne o sytuacji na rynku mięsa. Przy udziale ekspertów opracowywane są prognozy cen skupu podstawowych produktów rolnościowych, w tym trzody chlewnej i bydła.

W zakresie wspierania rynku drobiu Agencja również administruje obrotem towarowym z zagranicą oraz wspiera promocję mięsa i przetworów drobiowych.

Podsumowanie

Polski rynek mięsa w ostatnich latach wykazuje tendencję malejącą w zakresie produkcji mięsa, z wyjątkiem produkcji mięsa drobiowego. Jest to odzwierciedleniem popytu wewnętrznego, który także wykazuje wzrost spożycia tylko w przypadku mięsa drobiowego.

Zmiany w produkcji mięsa znajdują swoje odzwierciedlenie w handlu zagranicznym i spożyciu. Dynamiczny wzrost produkcji drobiu powoduje systematyczny wzrost dodatniego salda w obrotach zagranicznych, przy zmniejszeniu salda w obrotach wołową i wieprzową.

Niepokojąca jest wzrastająca marginalizacja rynku wołowiny. Wprawdzie pogłowie bydła utrzymuje się na niezmiennym poziomie, ale zarówno nieznaczna produkcja mięsa w ogólnym bilansie (10%), jak też niewielkie spożycie (niecałe 2 kg/osobę, co stanowi trochę ponad 2% spożycia mięsa ogółem) jest powodem podejmowania różnorodnych akcji w celu pobudzenia popytu wewnętrznego. Niestety z analizowanych danych wynika, że akcje te, mające na celu pobudzenie konsumpcji, nie dają zadowalających wyników. Dlatego bez ingerencji państwa rynek wołowiny w Polsce nie mógłby funkcjonować.

Spadek produkcji wywołuje zazwyczaj wzrost cen. Od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej ceny w kraju zależą nie tylko od popytu i podaży na rynku wewnętrznym, ale od poziomu cen w całej Unii i kursów walut, zwłaszcza kursu złotego względem euro. Dlatego też zmiany cen nie są zawsze adekwatne do zmian produkcji.

Na rynku mięsa występują wahania cen zarówno skupu, jak i detaliczne. Zmiany te prowadzą do wahań relacji cen detalicznych do cen skupu i wskazują na udział producenta mięsa w cenie detalicznej. Relacje te przez kilka lat wskazywały na niekorzystny dla producenta mięsa udział w cenie detalicznej, natomiast w ostatnich analizowanych latach uległy poprawie na rzecz producentów.

Podsumowując przemiany na rynku mięsa mają charakter tendencji malejących w przypadku podaży i popytu na różne rodzaje mięsa. Najbardziej niepokojącym zjawiskiem jest marginalizacja rynku wołowiny.

Literatura

Analizy rynkowe: Rynek mięsa. Stan i perspektywy. IERiGŻ-PIB, ARR i Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Warszawa, październik 2013.

Analizy rynkowe: Rynek drobiu. Stan i perspektywy. IERiGŻ-PIB, ARR i Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Warszawa, październik 2013.

Ceny w gospodarce narodowej w 2013 r. Wyd. GUS, Warszawa 2014.

Skup i ceny produktów rolnych w 2012 r.. Wyd. GUS, Warszawa 2012.

Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2013. Wyd. GUS. Warszawa 2013.

Summary

This paper discusses the determinants of the meat market in Poland and shown on the background of the meat market functioning of the beef market. Beef market in recent years, the market is slowly becoming marginalized in the internal market, inter alia, because of the decreasing importance of beef consumption in the entire balance of the meat in Poland. Increasingly important to the poultry market, on both the supply and demand. The study also highlights the fact that agricultural markets, especially the meat market, are susceptible to fluctuations in the domestic and international markets. Therefore, the important role played by government policy to individual markets. On the market for both red meat and poultry, the Polish state by the Agricultural Market Agency takes action intervention Their goal is to support the market and the stabilization of the situation on the market.

The source material for the study were published CSO data in a variety of statistical studies, including in the annals of the industry of agriculture and the Institute of Agricultural and Food Economics - National Research Institute published in the form of reports market (the market of meat and poultry market). Used momentum indicators and statistical averages, as well as a descriptive analysis of the data elements.

Key words: functioning, conditions, beef market, meat market.

Informacja o autorze:

dr inż. Ewa Bąk-Filipek

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu

ul Nowoursynowska 166

02-787 Warszawa

tel. 0-22 593 40 80

email: ewa.ba.filipek@wp.pl

Agnieszka Biernat-Jarka
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Ewa Planutis

THE EVOLUTION OF THE FORMS OF SUPPORT FOR SMALL TO MEDIUM SIZE ENTERPRISES IN POLAND AFTER ACCESSION TO THE EUROPEAN UNION

This article presents the types, scale and importance of supporting small and medium size enterprises from the structural funds in Poland since the accession to the European Union to the present time. The article presents the definition of small and medium size enterprises and the types of non-refundable and refundable financial support from the EU. The study also shows the amount of support received by Poland in the framework of individual operating programs in the financial perspective of 2004-2006 and 2007-2013 and the possibilities of supporting the sector in the current perspective of 2014-2020. Based on the analysis of data obtained from the Polish Agency for Enterprise Development, the evolution of existing forms of support for the SME sector in the context of solutions offered by the current financial perspective was presented.

Keywords: small and medium size enterprises, grants, structural funds, financial perspective of 2014-2020

Introduction

The small and medium size enterprises (SMEs) play a big role in the employment and the economic growth of the state. SMEs have a big share in the main economic indicators and therefore the economic policies of individual countries as well as in the European Union pay more and more attention to the promotion of this sector. The public support for SMEs should be treated as a planned and organized action to develop and improve the competitiveness of companies using public funds. An important place of the SME sector in the EU policies, programs and the strategies of the Member States means that the share of this sector in the spendings under the Community and national programs is growing rapidly¹. At the same time this support has changed significantly in recent years. Until recently, the most common form of assistance to the SME sector was subsidies (grants), in the current financial perspective the bigger share goes to refundable forms of support such as preferential loans, advances or guarantees as well as advisory support and training. The authority playing a special role in supporting the SME sector is the Polish Agency for Enterprise Development (PARP). The task of PARP is to manage funds from the state budget and from the European Union destined for the support of entrepreneurship and innovation as well as human resources

¹ M. Gancarczyk: Wsparcie publiczne dla MŚP. Podstawy teoretyczne a praktyka gospodarcza. Publisher C.H. Beck, Warsaw 2010, p. 9-12

development. All activities of PARP are performed with particular attention paid to the needs of this sector² and this is why the article presented the support for SMEs given by this institution since Polish accession to the EU, taking into account the proposed changes in the financial perspective of 2014-2020.

The purpose of the article was to present various forms of support for the sector of small and medium size enterprises in Poland from the EU funds and the evolution of this aid in the next financial perspectives. Another aim of the study was to discuss the assumptions of the current financial perspective and to show the possibilities of supporting the operations of small to medium size enterprises in the years 2014-2020. The study is based on information and data from the secondary sources. The article uses foreign and domestic secondary sources, including literature, legislation, results of the studies and reports as well as the information obtained from the Polish Agency for Enterprise Development and the Ministry of Infrastructure and Development.

Characteristics of the SME sector

Micro, small and medium size enterprises (SMEs) are the driving force of the economic development of the European Union. This sector is of particular importance for the economy due to³:

- generating new jobs, which has an impact on solving the problems of unemployment,
- rationalization of the allocation of resources,
- innovation and modernisation of the industrial structure.

In the enlarged European Union comprised of 25 countries, there are some 23 million SMEs, which account for 99% of all businesses and create 75 million jobs. But, there are many barriers to the development of this sector, such as difficulties in obtaining external financing, which hinder the access to innovation and new technology. The support for SMEs is for the European Commission one of the priorities for economic growth, job creation and the development of innovation⁴.

A common definition of small and medium size enterprises in the European Union was adopted in the second half of the nineties. Currently, that definition has been included in the annex to the Commission Recommendation 2003/361/EC of the 6th May 2003 (Journal of Laws L 124 of the 20th May 2003). It entered into force on the 1st January 2005 and applies to all policies and activities of the Commission towards SMEs. For Member States the application of this definition is voluntary and can be included in their legislation. In Poland, the Legal Act of the 2nd July 2004 is in force (Journal of Laws of 2004 No. 173, item 1807), in which the definition of small to medium size

² Obtained on 27.03.2014 from the website at the address: <http://www.parp.gov.pl/index/index/1389>

³ B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Publisher, University of Łódź, Łódź 1997, p. 101

⁴ Nowa definicja MŚP, *Poradnik dla użytkowników i wzór oświadczenia*, Komisja Europejska, Wspólnoty Europejskie, 2006, s. 5

enterprises is consistent with the definition included in the Regulation of the European Commission.

The definition of an entrepreneur is contained in Art. 4 of the Act on freedom of economic activity. The Act defines an entrepreneur as "a natural person, legal person and organizational entity which is not a legal person, of which the legal capacity is granted under the separate legal act - performing the economic activity on their own behalf. The entrepreneurs are also the partners of civil partnerships within the scope of their business activities"⁵.

nd

According to Legal Act of the 2 July 2004 on freedom of economic activity, the small businesses are the enterprises which:

- employ on average less than 50 employees annually,
- an annual net turnover from the sale of goods, products, services and financial transactions exceeds the PLN equivalent of EUR 10 million,
- annual balance sheet totals do not exceed the PLN equivalent of EUR 10 million.

In contrast, the medium size enterprise is an enterprise which:

- employs on average less than 250 employees annually,
- achieves the annual net turnover from the sale of goods, products, services and financial transactions exceeding the PLN equivalent of EUR 50 million,
- annual balance sheet totals do not exceed the PLN equivalent of EUR 43 million.

In the Act, there is also the definition of micro enterprises which are characterized by the following features:

- employ on average less than 10 employees annually,
- an annual net turnover from the sale of goods, products, services and financial transactions exceeds the PLN equivalent of EUR 2 million,
- annual balance sheet totals do not exceed the PLN equivalent of EUR 2 million.

The above specified thresholds must be met jointly. This means that if one of the thresholds is not fulfilled, the given entrepreneur changes the classification. However, it should be emphasized that the criteria were established after many years' observations conducted by the European Commission in the EU-15 companies. Thus, the financial limits are mostly inadequate to the situation of Polish entrepreneurs. The most important criterion is the number of employees as well as the criterion of independence. The introduction of the criterion of independence allows the identification of entrepreneurs who meet all other criteria, however, they cannot benefit from the privileges intended for SMEs since they belong to big capital groups. For this purpose the concepts were defined of a capital linked enterprise, an independent enterprise or a partner enterprise.

nd

The Legal Act of the 2 July 2004 on freedom of economic activity determines the division of enterprises by the structure of shareholding. According to this division, they are:

⁵ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 , Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807, as amended.

- independent enterprises (other company which holds less than 25 % of shares),
- the partner companies (the shares of other company shall not exceed 50 %),
- associated companies (50 % of the shares or of the equivalent control is held by other enterprise).

The sector of small to medium size enterprises plays a big role in the employment and economic growth, it is a major source of jobs and has a big share in the GDP of a given country. According to the data from the Central Statistical Office in the year 2011, 1.78 million businesses operated, including small to medium size enterprises which accounted for 99.8 %⁶. The same percentage of SMEs stood for all companies in the EU. But, compared with the EU average the SME sector in Poland is increasingly dominated by micro enterprises. The percentage of micro enterprises in the total number of enterprises in Poland stands at 95.9 % (in the EU - 92.5 %). The dynamics of the growth rate of the number of SMEs in the years 2010-2011 amounted to 3.3%⁷ on average annually.

In the year 2011, the number of the employed in the Polish enterprises accounted for 9 million, with more than 70 %, i.e., 6.3 million people working in the SME sector, including 5.7 million in micro enterprises, which are the biggest employer in Poland. In turn, the number of people employed in SMEs was 3.9 million which accounted for 60.5 % of the total employment in the enterprises.

An important aspect of the significance of the SME sector for the economies is its share in the creation of gross domestic product. According to Eurostat data, the sector of small to medium size enterprises in Poland in the year 2010 generated 46.9 % of GDP, which compared to the EU average is by 1.4 % points a weaker outcome. According to data from the Central Statistical Office the enterprises in Poland generated in total 71.6 % and 71.8 % of GDP respectively in the year 2010 and in the year 2011. As compared to the EU average, Polish micro and small enterprises have a lower share in the creation of GDP. According to Eurostat data, micro enterprises in Poland make up 15.9% of GDP and the small enterprises - 13.2% while in the EU micro enterprises generate 21.2% and small enterprises - 18.2%⁸.

Remembering these data and the barriers to SME development in Poland the support to this sector from the EU is very important. There are two main ways to support the development of SMEs: financial and non-financial. The financial support includes the preferential loans, tax credits, loan guarantees, accelerated depreciation and EU funds. The non-financial support is primarily the co-financing of training and consulting as well as the use of infrastructure, the support parks and the incubators of entrepreneurship.

An especially serious barrier to development, in particular to micro and small enterprises is a limited access to external financing. The survey conducted in the year 2012 by PARP⁹ shows that the vast majority of the Polish companies finance the

⁶ A. Tarnawa, P. Zadura-Lichota. (scientific editorship), Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012, Publisher PARP, Warsaw 2013, p. 18

⁷ Op. cit., p. 19-20

⁸ Op. cit., p. 15-16

⁹ W. Załęski, Badanie rynku wybranych usług wspierających rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności w Polsce „Finansowanie zwrotne”, PARP, August 2012, p. 28-29

investments from their own resources. Approximately 80% of the surveyed group of 1100 entrepreneurs asked to identify three sources of financing of business activities, first indicated their own funds, 12% bank loan and 7% leasing, 3% grants and 1% loan from various crediting institution. In addition, the survey reveals that 65 % of the surveyed entrepreneurs have not applied for refundable funding over the past five years while 16% applied for such support more than once. The most common banking instrument used by entrepreneurs is credit in open account (39%), followed by working capital loan (17%) and investment loan (12 %).

Financing SMEs using bank loans is difficult due to the high requirements of the banks in the process of granting loans, no credit history, the high costs of preparing the loan application and the lack of collaterals required by the bank. Therefore, for SMEs the financial support plays a significant role. A significant impact on this sector had the possibility of support under the EU Structural Funds and Community Initiatives. The European Union provides funding to SMEs in the form of grants, loans and guarantees, and regardless of the funding of the specific projects. EU funding is provided under two categories: direct financing in the form of grants and indirect funding through national and local institutions¹⁰. The most common form of aid is grants although in the current financial perspective the preferential loans and guarantees will have an increasing share.

In contrast to the loans and advances which in due time should be repaid, the grant is non-repayable aid allocated for a specific purpose. Such purpose may be an investment in real estate or in movable property, the purchase of know-how or conducting the trainings. However, the grant obtained from the Structural Funds is characterised by, exceptions aside, the need to make contribution by the beneficiary. The beneficiary under the agreement agrees to use the grant for its intended purpose.

An important form of support for the SME sector on the side of PARP is the guarantee of credit or loan. The European Commission defines the guarantee as a legal obligation of the third party to pay the outstanding portion of the credit or loan, including the outstanding interest, in the event of default by the primary borrower¹¹. The importance of this instrument is increasing among entrepreneurs due to the lack of adequate security for the applied credits and loans.

The funding opportunities in the SME sector in particular financial perspective

The financial perspective of 2004-2006 was the first which allowed Poland to benefit from the structural funds. During that period Poland had more than 8 billion euro of structural funds and 5,478 billion from the Cohesion Fund, a total of over 13.5 billion euro.

¹⁰ Wsparcie finansowe dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) ze środków krajowych I Unii Europejskiej, Kancelaria Senatu, Warszawa 2012 r., p. 7

¹¹ J. Próchniak: Ocena działalności funduszy poręczeń kredytowych w Polsce, *Oeconomia Copernicana*, No 1. p. 7 Toruń 2010, p. 122-123

Table 1. Allocation of EU structural funds under the various operating programs for the years 2004-2006 in billion euro

Name of the operating programme	Value of allocation in billion euro
Integrated Operating Programme - the Regional Development (ZPORR)	2,968
Sectoral Operating Programme – Increase of the Competitiveness of Enterprises (SPO WKP)	1,251
Sectoral Operating Programme – Development of Human Resources (SPO RZL)	1,470
Sectoral Operating Programme - Transport (SPOT)	1,163
Sectoral Operating Programme – Restructuring and modernisation of the food sector and the development of the rural areas (SPO ROL)	1,193
Sectoral Operating Programme – Technical Support Program (PO PT)	0,028
Total	8,073

Source: Own study based on data from the Final Report of the National Development Plan for the years 2004-2006, obtained from the website at the address:

http://www.mir.gov.pl/fundusze/fundusze_europejskie/wykorzystanie_funduszy/sprawozdania_roczne/Documents/Sprawozdanie_koncowe_z_realizacji_NPR_2004_2006_071013.pdf

PARP is pursuing a number of projects financed from the state budget and the structural funds. In the financial perspective of the years 2004-2006 it was responsible for the implementation of some of the activities of the Sectoral Operating Programme - Increase of Economic Competitiveness of the Enterprises (SPO WKP) and the Sectoral Operating Programme - Human Resources Development (SPO RZL).

The funds under programme SPO WKP within the framework of activities implemented by PARP were intended to finance the projects in the following activities¹²:

- SPO WKP 1.1.2 - Support for business environment institutions and the network of business environment institutions
- SPO WKP 1.2.1 - The recapitalization of loan funds,
- SPO WKP 1.2.2 - The recapitalization of guarantee funds,
- SPO WKP 1.2.3 - Support for the links of the seed capital funds,
- SPO WKP 2.1 - Increase the competitiveness of small and medium size enterprises through consultancy,
- SPO WKP 2.2.1 - Support for the enterprises making new investments,
- SPO WKP 2.3 - Increase of the competitiveness of small to medium size enterprises through investments.

For the direct support to SMEs, PARP had a budget of EUR 33.07 million for the activity 2.1, for the activity 2.3 – EUR 359.03 million and subactivity 2.2.1 – EUR 264.3 million, which gave a total of EUR 656.4 million and accounted for almost 53% of the allocation for the above mentioned operating program. The program was also attended by business environment institutions through which it was possible to support

¹² Obtained on 27.03.2014 from the website at the address <http://www.parp.gov.pl/index/index/87>

SMEs in an indirect way and the loan and guarantee funds were recapitalised, which still continue to provide loans and guarantees from the funds received under this program. The efficiency of this support was reflected in the allocation of the resources planned in the new perspective and giving special significance to refundable financing.

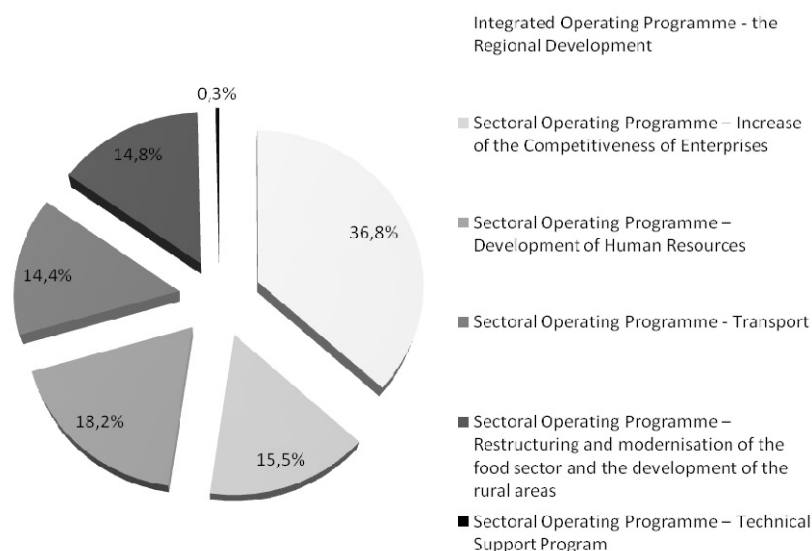


Figure 1. Percentage share of allocation of EU structural funds within the individual operating programs for the years 2004-2006

Source: Own study based on data from the Final Report of the National Development Plan for 2004-2006, obtained from the website at the address: http://www.mir.gov.pl/fundusze/fundusze_europejskie/wykorzystanie_funduszy/sprawozdania_roczne/Documents/Sprawozdanie_koncowe_z_realizacji_NPR_2004_2006_071013.pdf

In the years 2004-2008 PARP was also responsible for the implementation of Activity 2.3. "Development of the human resources of the modern economy" funded from the SPO RZL programme. However, that was indirect support for the entrepreneurs. The implementation of the activity required close cooperation between training institutions and enterprises and the preparation of the training offer by these institutions which corresponds with the needs of businesses and their employees.

Table 2. Allocation of the Structural Funds and the Cohesion Fund under various operating programs for the years 2007-2013 in billion euro.

Name of the operating programme	Value of allocation in billion EUR
Infrastructure and Environment Programme	28,38

Innovative Economy Programme	8,66
Human Capital Programme	10,00
Development of Eastern Programme Poland	2,39
Programme of European Regional Co-operation	0,73
16 Regional Operating Programmes	17,27
Technical Assistance Programme	0,52
Total	67,95

Source: Own study based on data obtained from the website at the address: http://www.pomorskie.eu/pl/bip/puw/urzed_wojewodzki/wydzialy_puw/wipwc/alokacja_srodkow

In the years 2007-2013, Poland benefited and continues to benefit from the structural funds distributed through the national operating programs (Innovative Economy, Human Capital and Development of Eastern Poland, Infrastructure and Environment, Technical Support) (KPO) and 16 Regional Operating Programmes (RPO).

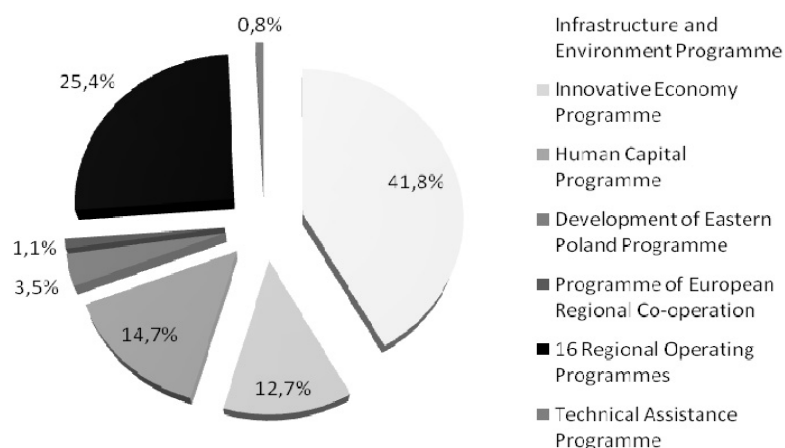


Figure 2. Percentage share of the allocation of the structural funds and the Cohesion Fund under various operating programs for the years 2007-2013

Source: Own study based on data obtained from the website at the address: http://www.pomorskie.eu/pl/bip/puw/urzed_wojewodzki/wydzialy_puw/wipwc/alokacja_srodkow

The allocation of EU funds under cohesion policy for those periods was fixed at 67.9 billion euro, including national operating programs (KPO) - 49.9 billion and 17.3

billion euro for RPO¹³. The allocation of funds in the 2007-2013 perspective was 5 times higher than in the 2004-2006 perspective, it should also be emphasized that Poland within the framework of that financial perspective was the biggest beneficiary of the structural funds.

In the financial perspective for the years 2007-2013 PARP was responsible for the implementation of the activities under three operating programs: Innovative Economy, Human Capital and Development of Eastern Poland. The Agency had a total budget for the implementation of the above mentioned operating programs of more than 7 billion euro, which accounted for over 10 % of the total allocation of funds. Within that amount most funds were spent on the implementation of the Operating Programme Innovative Economy (POIG) - 3.9 billion, followed by the Operating Programme Development of Eastern Poland (PO RPW) - 2.67 billion euro and Operating Programme Human Capital (POKL) - 672 million euro¹⁴.

The 2007-2013 perspective brought many changes, both in terms of the method of financing and the implementation of the structural funds. The first change was the reduction from four to two structural funds, namely, the European Regional Development Fund and the European Social Fund. Another very important change was the partial decentralization of the implementation of the programs through 16 regional programs (RPO). The local authorities of the region who had the biggest awareness of the needs of their region were responsible for the implementation of the Regional Operating Programme (RPO). POIG replaced OPIE, focusing on the increase of competitiveness through innovation. A popular activity 2.3 SPO WKP had its continuation, but through regional programs. POKL replaced SPO-RZL. An important change was that POKL consisted of two components: the central and regional. The significant changes also happened in the area of initiatives. The initiatives INTERREG III, URBAN II, Equal and Leader+ ceased to exist and the programmes such as Jeremie, Jessica and Jaspers came into being.

Jeremie is an initiative of support from other sources than grants (in the form of credits, loans, guarantees and other equity instruments) aimed at facilitating access to finance for SMEs, including also entities which are in the early stages of their development¹⁵. In contrast, Jessica is an initiative which, through financial engineering instruments supports investments in urban areas starting from revitalization through education, culture, tourism, transport and ending with renewable energy sources¹⁶. These initiatives are a significant contribution to the development of non-grant support. The impact assessment of Jeremie initiative will be an important indication for the implementation of the financial engineering instruments for SMEs in future.

Polish experience of the past few years has led to the introduction in the 2007-2013 programming period, of a number of simplifications for entities applying for financing their projects from EU funds, such as reducing the number of necessary documents submitted by the entrepreneurs at the stage of applying for funds.

¹³ Report on the implementation of the National Strategic Reference Framework for the years 2007-2013.

Realisation of the implementation in the year 2012, the Ministry of Regional Development, 2013 p. 97

¹⁴ Obtained on 27.03.2014 from the website at the address: <http://www.parp.gov.pl/index/more/303>

¹⁵ Obtained on 12.04.2014 from the website at the address: <http://www.jeremie.com.pl/mazowieckie/o-jeremie/>

¹⁶ Obtained on 12.04.2014 from the website at the address:

https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/RPO/Aktualnosci/Strony/Jessica_240310.aspx

In the years 2004-2006, the maximum level of co-financing from structural funds was 75%. In the 2007-2013 perspective, this level increased to 85%. Moreover, the funds from the 2004-2006 perspective had to be used by the end of the year 2008 in accordance with the so-called the n+2 rule. In another perspective for the years 2007-2010 the possibility of using the funds was extended by one year, which meant that in line with the so-called the n+3 rule the funds could be used until the year 2013. The funds for the years 2011-2013 could be reused under the n+2 rule. In addition, in the years 2004-2006 the rule of multifunding was prevailing, that is, within one program the projects under more than one fund could be financed. In order to simplify the use of funds in the 2007-2013 perspective the possibility of financing the program was restricted to one fund, in the same time introducing the principle of cross-financing meaning the possibility of financing under the project the activities from the European Regional Development Fund and also from the European Social Fund (usually up to 10 % eligible costs) and vice versa.

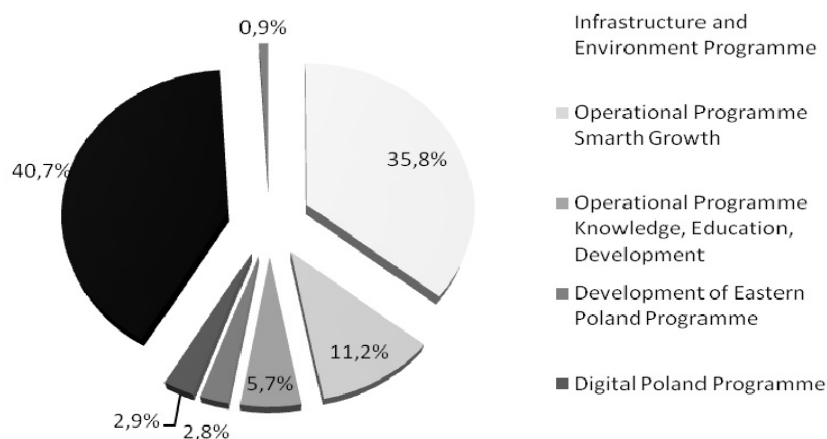


Figure 3. Percentage share of the proposed allocation of the structural funds and the Cohesion Fund under various operating programs for the years 2014-2020

Source: Own study based on data obtained from the website at the address: http://www.mir.gov.pl/fundusze/fundusze_europejskie_2014_2020/strony/start.aspx

Poland can receive 82.5 billion euro from the cohesion policy budget for the years 2014-2020, this is an increase of more than 20% as compared to the previous financial perspective. The support will still be available through 6 national and 16 regional operational programs. The chart above shows the allocation proposed by Poland. Due to the ongoing negotiations with the European Commission, these arrangements can be changed. In January 2014 the Council of Ministers adopted the individual operating programs, which will be subject to negotiations with the European

Commission after the approval of the partnership agreement. The entrepreneurs can count on the first competitions more towards the end of 2014¹⁷.

The current perspective 2014-2020 does not bring so many changes as the 2007-2013 perspective, especially when it comes to formal issues. The co-financing of the projects will be at the level of 85%, with the exception of the province of Mazovia, for which the level will be 80%. The division into national programmes and 16 regional operating programs will be maintained. In addition, it is planned to create the computerised central information system, thanks to which it will be possible to communicate with the beneficiaries electronically. Given the positive experience with the implementation of the regional programs further decentralization of the management of the operating programs will take place. In case of regional programs the system of two-fund financing will be brought back, which was eliminated in the previous financial perspective.

A very important change in the new financial perspective will be how to dispose the funds from the European funds. The non-repayable grants will give way to preferential loans and guarantees. This shall lead to bigger added value of the EU money which will be "re-circulated" many times, supporting in this way much bigger number of entrepreneurs. In the financial perspective 2007-2013, a big part of the budget was allocated to grants, i.e. 8.68 billion euro was earmarked to the non-refundable aid, while the amount of only 173 million euro was allocated to refundable aid, this is almost 50 times less¹⁸. In the current perspective, up to 80 % of the funds for entrepreneurs could be put on the market in the form of repayable instruments.

From the perspective of the economy, such solution is much more favourable because the same money can fund several or even a dozen projects. For entrepreneurs more favourable was non-refundable financing, which, however, due to the strong investment impulse, distorted competition. Limited resources allowed for supporting only a small group of companies, which, thanks to the implementation of their projects gained a competitive advantage.

At present, it is still too early to assess and compare the impact of grants and repayable financing on the companies which benefited from that support in the 2007-2013 perspective. Such attempt was undertaken in Western Pomerania by carrying out a study aiming at assessing the direct and indirect support for the SME sector in the framework of the RPO and Jeremie initiative¹⁹. The study shows that grants have a big impact on the competitiveness of enterprises. As compared to unsuccessful applicants, the grant beneficiaries reported an increase in the number of customers and revenues by 20 percentage points. The advantages of this instrument in addition to an unquestionable impact on the competitiveness between the companies include: significant impact on innovation, job creation, the multiplier effect. On the other hand, the disadvantages are mainly the interference with the free market forces.

¹⁷ Obtained on 27.03.2014 from the website at the address:

http://www.mir.gov.pl/fundusze/fundusze_europejskie_2014_2020/strony/start.aspx

¹⁸ Obtained on 10.04.2014 from the website at the address:

http://wyborcza.pl/Polityka/1,103835,8398296,Koniec_dotacji_Euro_ma_pracowac.html

¹⁹ Klimczak T., Ocena bezpośredniego i pośredniego wsparcia sektora MŚP w ramach RPO WZ oraz uzyskanie rekomendacji z zakresu wsparcia MŚP na przyszłą finansową na lata 2014-2020, PSDB, Warsaw 2013, p. 89, 93

With regard to the indirect support, such as in the case of study of Jeremie Initiative, more companies backed by loan and guarantee funds reported an increase in the indicators of competitiveness than companies - banks' customers. 57% of companies that benefited from the support offered by loan and guarantee funds and only 25% of bank customers stated that they increased the number of customers. Also, the revenues and profits are higher in the group of the fund customers. The advantages of this instrument in addition to an unquestionable impact on the competitiveness of companies include: significant impact on job creation, positive relation of costs to effects, the ability to assist companies with no operating history on the market and no credit history or the repeated use of the same funds. On the other hand, the disadvantages are mainly: relatively low impact on innovation, the exclusion of high-risk projects, the need for providing security.

Conclusions

SMEs are the driving force of the economic development of the EU so the support for this sector is an integral part of the economic policy of the EU and its individual Member States. Until 2004, the Polish SMEs could benefit from the funds allocated to the countries applying for EU membership, the so-called pre-accession funds. The 2007-2013 perspective is the next programming period, in which Poland received support for the development of various regions and the whole country, including the development of entrepreneurship.

The support for SMEs from the EU funds is constantly changing. One of them is to change the way in which the EU funds are spent. So far, the most common form of support for the SME sector was non-refundable aid and in the current 2014-2020 perspective the refundable aid becomes more and more important. The main advantages of the change in the allocation of resources in the form of repayable financing include: improved efficiency of granted public aid (the multiplier effect), much greater access to capital for SMEs, including companies with a short credit history or which want to pursue risky venture on more favourable terms. Better conditions for entrepreneurs are a lower interest loan, no commission, no extra fees, long lending term and grace period in the repayment of the principal and short time needed for obtaining financing. One of the drawbacks is the question of security, which like in the commercial financing requires a guarantee or collateral for the loan. However, when in the 2014-2020 perspective the grant support will be available only for the implementation of the most innovative ventures before the phase of commercialization (R&D projects), the alternative for businesses to finance investment projects will be loans and guarantees with the support from EU, which is much more favourable as compared to the market offer.

References

1. Gancarczyk M.: Wsparcie publiczne dla MŚP. Podstawy teoretyczne a praktyka gospodarcza. wyd. C.H. Beck, Warszawa 2010
2. Huczek M.: Wspieranie rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw przez Unię Europejską na przykładzie Małopolski, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas, Zeszyt 2/2008, Sosnowiec 2008

3. Klimczak T., Ocena bezpośredniego i pośredniego wsparcia sektora MŚP w ramach RPO WZ oraz uzyskanie rekomendacji z zakresu wsparcia MŚP na przyszłą finansową na lata 2014-2020, PSDB, Warszawa 2013
4. Nowa definicja MŚP, Poradnik dla użytkowników i wzór oświadczenia, Komisja Europejska, Wspólnoty Europejskie, 2006,
5. Piasecki B.: Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka, wyd. Uniwersytet Łódzki, Łódź 1997
6. Próchniak J.: Ocena działalności funduszy poręczeń kredytowych w Polsce, Oeconomia Copernicana, nr 1. p. 7, Toruń 2010
7. Sprawozdanie końcowe z realizacji Narodowego Planu Rozwoju na lata 2004-2006, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2013
8. Sprawozdanie z realizacji narodowych Strategicznych Ram Odniesienia na lata 2007-2013. Przebieg realizacji w 2012 r., Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2013
9. Tarnawa A., Zadura-Lichota P. (red. nauk.): Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012, wyd. PARP, Warszawa 2013
10. Wsparcie finansowe dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) ze środków krajowych i Unii Europejskiej, Kancelaria Senatu, Warszawa 2012 r.
11. Ustawa z dnia 2 lipca 2004 , Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807
12. Załęski W., Badanie rynku wybranych usług wspierających rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności w Polsce „Finansowanie zwrotne”, PARP, Warszawa 2012

Websites:

<http://www.jeremie.com.pl/mazowieckie/o-jeremie/>
<http://www.parp.gov.pl/index/>
http://www.pomorskie.eu/pl/bip/puw/urzed_wojewodzki/wydzialy_puw/wipwc/alokacja_srodkow
http://www.mir.gov.pl/fundusze/fundusze_europejskie/wykorzystanie_funduszy/sprowozdania_roczne/Documents/Sprawozdanie_koncowe_z_realizacji_NPR_2004_2006_071013.pdf
http://www.mir.gov.pl/fundusze/fundusze_europejskie_2014_2020/strony/start.aspx
http://wyborcza.pl/Polityka/1,103835,8398296,Koniec_dotacji_Euro_ma_pracowac.html
https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/RPO/Aktualnosci/Strony/Jessica_240310.aspx

Artykuł prezentuje rodzaje, skalę i znaczenie wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw z funduszy strukturalnych w Polsce, od momentu przystąpienia do Unii Europejskiej do chwili obecnej. W artykule przedstawiono definicję małych i średnich przedsiębiorstw oraz rodzaje bezzwrotnego oraz zwrotnego wsparcia finansowego z UE. W opracowaniu pokazano także wysokość wsparcia uzyskanego przez Polskę w ramach poszczególnych programów operacyjnych, w perspektywach finansowych 2004-2006 i 2007-2013 a także możliwości wsparcia tego sektora w bieżącej perspektywie 2014-2020. Na podstawie analizy danych otrzymanych z Polskiej Agencji Rozwoju

Przedsiębiorczości przedstawiono ewolucję dotychczasowych form wsparcia sektora MSP w kontekście rozwiązań bieżącej perspektywy finansowej.

Słowa kluczowe: małe i średnie przedsiębiorstwa, dotacje, fundusze strukturalne, perspektywa finansowa 2014-2020

Informacja o Autorach:

Dr inż. Agnieszka Biernat-Jarka

Katedra Polityki Europejskiej,
Finansów Publicznych i Marketingu
Wydział Nauk Ekonomicznych
Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa
e-mail: biernat-jarka.agnieszka@wp.pl

Ewa Planutis

Zbigniew Golaś
Anna Bieniasz
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Zróżnicowanie terminów płatności w wybranych krajach Europy

DIFFERENTIATION OF PAYMENT PERIODS IN SELECTED EUROPEAN COUNTRIES

W opracowaniu przedstawiono wyniki analizy zróżnicowania struktury oraz cykli należności według sektorów w wybranych krajach Europy w latach 2007-2012. Analizę oparto na danych pochodzących z raportów międzynarodowej wywiadowni gospodarczej Intrum Justitia – „European Payment Index”. Badania wykazały, że struktura terminowa należności w krajach Europy jest silnie zróżnicowana. Najkorzystniejszą strukturą należności cechowały się kraje skandynawskie oraz Finlandia, Austria, Estonia, Niemcy, Islandia i Szwajcaria. Z kolei znaczący udział należności płatnych po 3 miesiącach występował w Hiszpanii, Portugalii, Włoszech, Grecji i na Cyprze. W 2012 roku w stosunku do 2008 roku, w większości krajów Europy, ryzyko płatnicze, mierzone indeksem płatności wzrosło. Najniższe ryzyko płatności także dotyczyło krajów skandynawskich oraz Finlandii i Islandii. Z kolei krytyczny poziom ryzyka i jego duży wzrost, w stosunku do 2008 roku, wystąpił w Portugalii, Grecji oraz Hiszpanii, a więc tych krajach, które najbardziej odczuły skutki kryzysu finansowego.

Wprowadzenie

Kryzys finansowy, który wystąpił pod koniec 2008 roku, spowodował znaczące osłabienie dynamiki gospodarczej i pogorszenie kondycji finansowej przedsiębiorstw. Spadek koniunktury powoduje problemy przedsiębiorstw z regulowaniem zobowiązań, co prowadzi w konsekwencji do pogorszenia płynności finansowej u sprzedawców towarów i usług, którzy wprawdzie znajdują nabywców na swoje produkty, ale nie wypracowali skutecznych rozwiązań w zakresie zarządzania należnościami. Przedsiębiorstwa te nie mogą z kolei terminowo regulować swoich zobowiązań, co obniża ich wiarygodność kredytową i często zmusza do ograniczania inwestycji. Dlatego też problem nieterminowego spływu należności przyczynia się do powstawania zatorów płatniczych, rozumianych jako kumulacja zadłużeń i ich przechodzenie na kolejnych powiązanych ze sobą kontrahentów¹. W konsekwencji mogą one prowadzić do upadłości przedsiębiorstw². W 2012 roku opóźnienia w regulowaniu należności, w ocenie ponad 50% badanych przedsiębiorstw, przyczyniały się do utraty dochodów i płynności

¹ T. Ciecirk: Możliwości ograniczania zatorów płatniczych poprzez system podatkowy, Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej 272/ 2010, Zarządzanie i Marketing, z. 17, s. 73.

² K. Czepukojć: Zatory płatnicze mogą prowadzić do upadłości, <http://www.prawo.egospodarka.pl/85186,Zatory-pлатnicze-moga-prowadzic-do-upadlosci,1,82,1.html> [dostęp: 04.04.2014].

finansowej, z kolei około 40% ankietowanych przedsiębiorstw wskazywało na zahamowanie wzrostu, obniżenie reputacji i ryzyko bankructwa³. Problemy przedsiębiorstw, zwłaszcza małych i średnich, przyczyniły się do uregulowania kwestii zwalczania opóźnień w płatnościach w transakcjach handlowych w Dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 lutego 2011 roku⁴. Dyrektywa ta ma zastosowanie do wszystkich płatności, które stanowią wynagrodzenie w transakcjach handlowych między organami publicznymi i przedsiębiorstwami oraz między przedsiębiorstwami. Termin transpozycji dyrektywy przez państwa członkowskie został wyznaczony do marca 2013 roku⁵.

Celem artykułu jest analiza zróżnicowania struktury oraz cykli należności według sektorów w wybranych krajach Europy w latach 2007-2012. Analizę porównawczą oparto na danych pochodzących z raportów międzynarodowej wywiadowni gospodarczej Intrum Justitia – „European Payment Index”.

Zróżnicowanie terminów płatności w Europie

W tabeli 1 przedstawiono strukturę terminową należności w gospodarce narodowej w wybranych krajach Europy w latach 2007-2012.

Tabela 1. Struktura należności w gospodarce narodowej wybranych krajów Europy w latach 2007-2012
Table 1. Structure of the receivables in the national economy of selected countries of Europe in 2007-2012

Kraj	Dni	2007	2008	2009	2010	2011	2012
		%					
Austria	< 31	-	65	64	62	61	63
	31-90	-	21	34	33	30	25
	> 90	-	14	2	5	9	12
Belgia	< 31	51	50	55	50	50	50
	31-90	37	34	33	40	40	39
	> 90	12	11	12	10	10	11
Cypr	< 31	21	25	30	29	21	21
	31-90	42	38	37	31	33	33
	> 90	37	37	33	40	46	48
Czechy	< 31	47	60	60	60	55	57
	31-90	32	24	30	22	28	24
	> 90	21	16	10	18	17	19
Dania	< 31	70	67	63	59	60	63

³ Wskaźnik ryzyka 2012 Polska, Intrum Justitia Sp. z o.o.

⁴ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/7/UE z dnia 16 lutego 2011 r. w sprawie zwalczania opóźnień w płatnościach w transakcjach handlowych.

⁵ W transakcjach handlowych między przedsiębiorcami dyrektywa stanowi, że przy poszanowaniu swobody zawierania umów, muszą oni opłacać faktury w terminie 60 dni, chyba że wyraźnie ustalono inaczej i jeśli inne warunki nie są rażąco nieuczciwe wobec wierzyciela. Jeżeli umowa nie określa żadnego terminu płatności, wierzyciel ma prawo do odsetek w przypadku, gdy po upływie 30 dni kalendarzowych od daty otrzymania przez dłużnika faktury lub równoważnego wezwania do zapłaty wierzyciel nie otrzymał jeszcze należności.

W przypadku gdy dłużnik jest organem publicznym, data otrzymania faktury nie powinna być przedmiotem porozumienia umownego. Termin płatności faktury nie może w szczególności przekraczać: 30 dni od daty otrzymania faktury lub 30 dni od daty otrzymania towarów lub usług, jeżeli data otrzymania faktury nie jest pewna.

	31-90	25	25	27	28	26	26
	> 90	5	7	10	13	14	11
Estonia	< 31	61	68	66	63	65	65
	31-90	33	21	25	22	22	22
	> 90	6	11	9	15	13	13
Finlandia	< 31	71	74	74	77	76	75
	31-90	25	22	22	20	20	19
	> 90	4	4	4	3	4	6
Francja	< 31	35	39	42	44	45	47
	31-90	50	45	36	36	36	35
	> 90	15	16	22	20	19	18
Niemcy	< 31	57	60	60	69	68	72
	31-90	30	29	24	23	24	20
	> 90	15	11	16	8	8	8
Grecja	< 31	16	20	15	19	20	22
	31-90	36	39	20	23	30	33
	> 90	48	41	65	58	50	45
Węgry	< 31	53	54	55	52	50	51
	31-90	30	34	27	35	31	27
	> 90	17	12	18	13	19	22
Islandia	< 31	66	62	59	60	63	64
	31-90	26	27	24	23	24	24
	> 90	7	11	17	17	13	12
raj	Dni	2007	2008	2009	2010	2011	2012
		%					
Irlandia	< 31	47	45	36	35	35	35
	31-90	41	43	44	41	44	42
	> 90	12	12	20	24	21	22
Włochy	< 31	17	25	25	29	33	34
	31-90	50	40	40	39	35	34
	> 90	33	35	35	32	32	32
Łotwa	< 31	66	60	48	50	52	52
	31-90	25	30	34	40	36	29
	> 90	9	10	18	10	12	19
Litwa	< 31	57	59	51	45	46	50
	31-90	33	30	33	32	34	30
	> 90	10	11	16	23	20	20
Holandia	< 31	58	61	57	60	55	55
	31-90	33	30	30	32	35	34
	> 90	9	9	13	8	10	11
Norwegia	< 31	69	69	63	70	67	70
	31-90	24	22	25	23	26	24
	> 90	7	9	12	7	7	6
Polska	< 31	59	61	53	53	53	54
	31-90	29	28	30	32	38	39
	> 90	12	11	17	15	9	7

Portugalia	< 31	21	25	32	32	28	32
	31-90	52	50	39	47	41	37
	> 90	27	25	29	21	31	31
Słowacja	< 31	51	52	52	50	52	52
	31-90	32	30	33	29	31	31
	> 90	17	18	15	21	17	17
Hiszpania	< 31	28	29	19	25	26	26
	31-90	52	47	48	46	47	47
	> 90	20	24	33	29	27	27
Szwecja	< 31	77	75	67	70	70	72
	31-90	19	19	24	21	25	23
	> 90	4	6	9	9	5	5
Szwajcaria	< 31	64	60	60	63	66	64
	31-90	30	30	29	29	27	28
	> 90	6	10	11	8	7	8
W. Brytania	< 31	49	44	50	45	40	44
	31-90	44	45	30	39	33	38
	> 90	7	11	20	16	27	18

Źródło: opracowanie własne na podstawie European Payment... [European Payment..... 2007-2012].
Source: own elaboration based on European Payment... [European Payment..... 2007-2012].

Analiza danych zawartych w tabeli 1 wskazuje, że struktura terminowa należności w krajach Europy jest silnie zróżnicowana, niemniej jednak można wskazać kilka grup państw, o podobnej „moralności płatniczej”.

W Europie najlepszymi płatnikami jest Finlandia i Szwecja, w których w analizowanym okresie, średnio ponad 70% należności regulowanych było w terminie do 31 dni. W Szwecji tylko w 2009 roku wskaźnik ten był niższy od 70% (67%), co mogło wynikać ze spowolnienia gospodarczego. W konsekwencji wzrósł wówczas o 5 p.p. udział należności regulowanych w terminie 31-90 dni oraz o 3 p.p. udział należności z terminem płatności ponad 3 miesiące. Z kolei w Finlandii od 2008 roku zauważalny jest nieznaczny wzrost udziału należności o najkrótszym terminie ich realizacji (do 31 dni), co wskazuje, że nie w każdym kraju globalny kryzys finansowy przełożył się na powstawanie zatorów płatniczych.

Drugą grupę tworzą kraje, w których w latach 2007-2012 średni udział należności regulowanych w terminie miesiąca jest wyższy od 60%. Do tego grona należą: Austria, Dania, Estonia, Niemcy, Islandia, Norwegia i Szwajcaria. Należy podkreślić, że w tych krajach, z wyjątkiem Niemiec i Szwajcarii, zauważalny jest spadek udziału należności regulowanych w terminie miesiąca w 2009 roku, w stosunku do wcześniejszych lat, co może potwierdzać problemy z płatnościami nasilone przez kryzys finansowy. Szczególnie widoczny był on w Danii (spadek z 70% w 2007 r. do 63% w 2009 r.), Islandii (spadek z 66% w 2007 r. do 59% w 2009 r.) oraz Norwegii (spadek z 69% w 2007 r. do 63% w 2009 r.). Jednocześnie w krajach tych, w latach 2007-2009, wzrósł udział należności regulowanych po terminie 3 miesięcy, przy relatywnie marginalnych zmianach udziału należności regulowanych w przedziale 31-90 dni. Może to wskazywać na fakt, że przedsiębiorstwa popadły w duże problemy z dokonywaniem płatności, zagrażające ich przetrwaniu. Z kolei w Niemczech odsetek należności regulowanych w

ciągu 31 dni sukcesywnie wzrastał z 57% w 2007 r. do 72% w 2012 r. Taka poprawa nastąpiła w wyniku długoletniej współpracy rządu niemieckiego, instytucji pozarządowych oraz samych przedsiębiorców. W Niemczech najlepszymi płatnikami są najmniejsze firmy. W sektorze małych i średnich przedsiębiorstw 2/3 faktur płaconych jest w terminie, a przedsiębiorstwa mikro ponad 77 proc. płatności dokonują w ustalonym terminie⁶. W Szwajcarii udział należności regulowanych do miesiąca utrzymywał się na dość stabilnym poziomie, choć niewielki spadek tego udziału w latach 2008-2009 (o 4 p.p.) wskazuje, że spowolnienie gospodarcze dotknęło także najbardziej rozwinięte kraje.

Do trzeciej grupy można zaliczyć kraje, w których w latach 2007-2012 średni udział należności regulowanych w terminie miesiąca mieści się w przedziale 50-60%. Należą do niej: Belgia, Czechy, Węgry, Łotwa, Litwa, Holandia, Polska i Słowacja. W krajach tych jednak daje się zauważyć odmienne kształtowanie się struktury należności w reakcji na kryzys gospodarczy. W latach 2007-2009 znaczący spadek udziału należności regulowanych do miesiąca był zauważalny na Łotwie, Litwie i w Polsce, z tym, że na Łotwie zmniejszeniu udziału o 18 p.p. towarzyszył jednocześnie wzrost udziału należności regulowanych w terminach 31-90 dni i powyżej 90 dni, a na Litwie i w Polsce zauważalny jest przede wszystkim relatywnie duży wzrost udziału należności regulowanych po 3 miesiącach. Może to świadczyć o skali zjawiska zatorów płatniczych. Na koniec 2012 roku, w krajach zaklasyfikowanych do trzeciej grupy, około 20% udziałem należności z terminem płatności powyżej 90 dni cechowały się: Czechy, Węgry, Litwa i Łotwa. W Polsce udział tych należności zmniejszył się o 5 p.p. w stosunku do 2007 roku, co może wskazywać na nieznaczną poprawę zdolności płatniczych przedsiębiorstw. Największe zaległości płatnicze w Polsce notuje się w branży spożywczej i budowlanej⁷.

Zbliżoną strukturę należności, w stosunku do poprzedniej grupy krajów, posiadają: Irlandia, Francja oraz Wielka Brytania. Kraje te cechuje około 40% udział należności z terminem płatności do 1 miesiąca oraz około 20% udział należności płatnych po 3 miesiącach, z tym, że udział ten w latach 2007-2012 wzrastał, szczególnie znacząco w Irlandii i Wielkiej Brytanii (odpowiednio o 10 i 13 p.p.).

Ostatnią grupę krajów tworzą: Hiszpania, Portugalia, Włochy, Grecja i Cypr. W latach 2007-2012 wyróżnia je niższy od 30% udział należności regulowanych do 31 dni oraz znaczący (średnio 25-50%) udział należności powyżej 3 miesięcy, który tuż po kryzysie gospodarczym silnie wzrósł w Grecji i Hiszpanii.

W tabeli 2 zaprezentowano kształtowanie się długości cyklu należności w układzie sektorów, udział strat z tytułu należności oraz indeks płatności w gospodarce narodowej wybranych krajów Europy w latach 2008 i 2012. W zestawieniu uwzględniono sektor biznes-biznes (Business-to-Business - B2B), biznes-konsument (Business-to-Consumer - B2C) oraz sektor administracji publicznej (Public Administration – PA)⁸. Z kolei

⁶ T. Starzyk: Moralność płatnicza na świecie, <http://www.dnb.com.pl/wiadomosci,290,moralnosc-platnicza-na-swiecie,2012-05-31.aspx> [dostęp 17.06.2014].

⁷ T. Starzyk: W Polsce poczekasz na zapłatę, *Gazeta Bankowa*, 7-8/2012, s. 138-142.

⁸ Sektor B2B obejmuje ogół relacji między przedsiębiorstwem a partnerami, pośrednikami, dostawcami, dystrybutorami oraz punktami sprzedaży i świadczenia usług. Sektor B2C obejmuje relacje między przedsiębiorstwem a klientem końcowym – konsumentem, natomiast sektor PA obejmuje płatności pomiędzy instytucjami publicznymi [D. Zawadzka: Regionalne ujęcie terminów wzajemnych rozliczeń przedsiębiorstw

indeks płatności jest wykorzystywany do porównywania różnych gospodarek, regionów i sektorów. Wskaźnik ten, publikowany przez Intrum Justitia, tworzony jest w oparciu o dane finansowe oraz wyniki badań ankietowych przedsiębiorstw⁹.

Analiza danych tabeli 2, a zwłaszcza kształtowania się indeksu płatności wskazuje, że w 2012 roku w stosunku do 2008 roku ryzyko płatnicze w większości analizowanych krajów wzrosło. Wyjątkiem są Niemcy i Szwajcaria, w których indeks ten nieznacznie obniżył się (odpowiednio o 3 pkt i 1 pkt) oraz Norwegia, w której indeks ten utrzymał się na niezmiennym poziomie.

Biorąc pod uwagę indeks płatności w 2012 roku można wyróżnić 4 grupy krajów o podobnym ryzyku płynności. Należy podkreślić, że skład tych grup jest dość zbliżony do tych wyszczególnionych ze względu na strukturę terminów regulowania należności.

Tabela 2. Cykle należności według sektorów, straty z tytułu należności oraz indeks płatności w gospodarce narodowej wybranych krajów Europy w latach 2008 i 2012

Table 2. Cycles of receivables according to sectors, payment loss and payment index in the national economy of selected countries of Europe in years 2008 and 2012

Kraj	Dni ¹	2008					2012				
		Sektor ²			Straty w (%) ³	Indeks w pkt	Sektor ²			Straty w (%) ³	Indeks w pkt
		B2C	B2B	PA			B2C	B2B	PA		
Austria	1	24	27	27	2,1	152	18	25	30	2,1	153
	2	44	35	47			29	36	44		
	3	20	8	20			11	11	14		
Belgia	1	27	37	49	2,4	154	20	35	45	2,7	157
	2	33	50	75			36	54	73		
	3	6	13	26			16	19	28		
Cypr	1	48	67	55	2,2	172	30	60	60	3,3	175
	2	73	96	72			56	90	83		
	3	25	29	17			26	30	23		
Czechy	1	22	30	23	3,0	171	20	30	30	3,0	174
	2	36	49	33			31	46	42		
	3	14	19	10			11	16	12		
Dania	1	19	29	27	1,2	132	15	25	25	2,6	137
	2	26	35	36			25	37	37		
	3	7	6	9			10	12	12		
Estonia	1	11	21	15	2,9	150	10	20	15	3,0	153
	2	16	36	20			17	35	25		
	3	5	15	5			7	15	10		
Finlandia	1	14	21	20	0,6	123	10	20	20	1,6	126
	2	18	27	24			15	27	24		
	3	4	6	4			5	7	4		
Francja	1	30	49	57	1,9	146	25	40	44	2,0	149

w Europie – analiza porównawcza, *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 89/2011, s. 149; H. Żukowska, M. Żukowski: *Obrót bezgotówkowy w Polsce*, Wyd. KUL, Lublin 2013, s. 24].

⁹ W badaniach przedsiębiorstw bierze się pod uwagę m.in.: umowny termin płatności, faktyczny czas płatności, „strukturę wiekową” należności, odsetek należności spisanych na straty, prognozy ryzyka płatności, przyczyny i skutki opóźnień w płatnościach. Wskaźnik osiągający wartość: do 100 pkt oznacza brak ryzyka płatniczego, 101-129 pkt - niski profil ryzyka, 130-149 pkt - średni profil ryzyka, 150-169 pkt - wysoki profil ryzyka, 170-200 pkt - krytyczny profil ryzyka [European Payment Index 2012].

	2	40	65	71			42	57	65		
	3	10	16	14			17	17	21		
	1	20	30	25			15	25	25		
Niemcy	2	32	46	40	2,0	150	24	35	36	2,0	147
	3	12	16	15			9	10	11		
	1	40	84	95			20	40	60		
Grecja	2	72	110	157	2,2	174	59	80	17	5,9	190
	3	32	26	62			39	40	11		
	1	14	26	30			16	25	30		
Węgry	2	22	45	55	2,5	161	30	45	57	3,5	170
	3	8	19	25			14	20	27		
	1	24	26	29			20	25	25		
Islandia	2	29	33	34	1,6	134	32	37	34	2,6	137
	3	5	7	5			12	12	9		
	1	37	39	36			25	35	35		
Irlandia	2	54	57	51	1,4	142	40	66	48	2,8	154
	3	17	18	15			15	31	13		
	1	37	68	95			45	65	90		
Włochy	2	57	88	135	1,6	158	75	96	18	2,6	164
	3	20	20	40			30	31	90		
	1	19	21	20			10	20	20		
Łotwa	2	33	41	31	2,8	149	30	41	38	4,0	160
	3	14	20	11			20	21	18		

cd. tabeli 2

Tab. 1a/ben 2

Kraj	Dni ¹	2008				Straty w (%) ³	Indeks w pkt	2012				Straty w (%) ³	Indeks w pkt
		Sektor ²			Sektor ²								
		B2C	B2B	PA	B2C			B2B	PA				
Litwa	1	24	30	30	3,0	157	21	30	30	3,0	159		
	2	37	46	40			38	50	56				
	3	13	16	10			17	20	26				
Holandia	1	23	26	27	2,4	149	20	25	25	2,5	153		
	2	30	40	46			32	43	44				
	3	7	14	19			12	18	19				
Norwegia	1	16	23	27	1,3	130	15	25	25	2,0	130		
	2	23	30	31			23	34	34				
	3	7	7	4			8	9	9				
Polska	1	17	30	28	2,9	159	20	20	20	3,2	164		
	2	33	47	48			40	41	39				
	3	16	17	20			20	21	19				
Portugalia	1	34	47	57	2,7	183	30	50	60	3,6	190		
	2	53	80	137			60	90	13				
	3	19	33	80			30	40	79				
Słowacja	1	25	31	28	2,8	157	17	26	30	3,6	162		
	2	33	39	35			30	47	62				
	3	8	8	7			13	21	32				
Hiszpania	1	41	73	103	2,2	159	40	70	80	2,7	170		
	2	56	89	144			60	97	16				
	3	15	16	41			20	27	80				
Szwecja	1	22	27	28	1,1	126	20	28	28	2,1	129		
	2	28	34	35			26	35	35				
	3	6	7	7			6	7	7				
Szwajcaria	1	27	31	32	1,8	143	25	30	30	1,8	142		

	2	35	43	47			37	40	42		
	3	8	12	15			12	10	12		
	1	29	33	30			20	25	25		
Wielka	2	47	51	48	1,9	151	37	44	43	3,5	161
Brytania	3	18	18	18			17	19	18		

¹1 – ustalony termin płatności (dni) , 2 – faktyczny termin płatności (dni), 3 – opóźnienie terminu płatności (dni), ² B2C – sektor biznes-konsument, B2B – sektor biznes-biznes, PA – sektor administracji publicznej,

³Straty w % przychodów ogółem

¹1- established payment deadline (days), 2 - actual payment deadline (days), 3 - delaying the payment deadline (days), B2C - sector business-consumant, B2B - sector business-business, PA - public administration sector,

³Losses in % of total turnover

Źródło: opracowanie własne na podstawie European Payment... [European Payment..... 2007-2012].

Source: own elaboration based on European Payment... [European Payment..... 2007-2012].

Do pierwszej grupy krajów, o niskim profilu ryzyka płatności (indeks 101-129 pkt), należy Finlandia i Szwecja. W krajach tych wartość indeksu wzrosła o 3 pkt w stosunku do 2008 roku, cechuje je ponadto, najniższy z pośród analizowanych krajów, odsetek należności straconych, choć w 2012 roku odsetek ten wzrósł o 1 p.p., co może wskazywać na wzrost ryzyka płatności. Ponadto w krajach tych, ustalony i faktyczny termin płatności we wszystkich sektorach w 2012 roku był krótki i w stosunku do 2008 roku utrzymywał się na nieco niższym lub prawie takim samym poziomie, a opóźnienie terminu płatności także należało do najkrótszych i we wszystkich sektorach nie przekraczało 7 dni.

Drugą grupę krajów, o średnim profilu ryzyka płatności (indeks 130-149 pkt), tworzą: Norwegia, Dania, Islandia, Szwajcaria, Niemcy i Francja. W tej grupie, są te kraje, w których indeks płatności nieznacznie poprawił się (Niemcy i Szwajcaria) lub pozostał na niezmiennym poziomie (Norwegia). W pozostałych krajach analizowanej grupy państw indeks płatności w 2012 roku, w stosunku do 2008 roku, wzrósł o 3-5 pkt., co jednak nie zmieniło przynależności tych krajów do grupy o średnim profilu ryzyka. Pomimo zbliżonego poziomu indeksu płatności w tych krajach zauważalne są duże różnice w terminach i opóźnieniach płatności. Dla wszystkich krajów charakterystyczne jest skrócenie w 2012 roku, w stosunku do 2008 roku, ustalonego terminu płatności we wszystkich sektorach (wyjątkiem jest sektor B2B w Norwegii), jednak już faktyczne kształtowanie się terminów płatności nie wykazywało takich jednoznacznych tendencji, raczej terminy te ulegały wydłużeniu, z wyjątkiem sektorów B2B i PA w Szwajcarii, Niemczech i Francji. Kraje o średnim profilu ryzyka płatności cechowała także zróżnicowana i zwiększająca się we wszystkich sektorach w 2012 roku liczba dni opóźnienia terminu płatności, z wyjątkiem Niemiec i Szwajcarii. W krajach tych liczba dni opóźnienia płatności zmniejszała się (z wyjątkiem sektora B2C w Szwajcarii), co w efekcie przełożyło się na poprawę indeksu płatności, choć niewątpliwie na jego kształtowanie się wpływ miał także odsetek utraconych należności. Można bowiem zauważyć, że krajach, w których odsetek ten pozostał na niezmiennym poziomie indeks płatności nieznacznie poprawił się.

Liczną i zróżnicowaną grupę (trzecią), tworzą kraje, których indeks płatności w 2012 roku wskazuje na wysokie ryzyko (indeks 150-169 pkt), choć należy zauważyć, że w gronie tych państw znalazły się i te, które jeszcze w 2008 roku zaliczone zostałyby do grupy o średnim ryzyku płatności. Należą do nich: Irlandia (142 pkt), Holandia (149 pkt) i Łotwa (149 pkt). Ponadto grupę tę tworzą: Austria, Estonia, Belgia, Litwa, Wielka

Brytania, Słowacja, Polska i Włochy. Wszystkie kraje trzeciej grupy cechuje wzrost indeksu płatności w 2012 roku w stosunku do 2008 roku, w przedziale od 1 do 12 pkt oraz w zdecydowanej większości krajów (z wyjątkiem Austrii i Litwy) wzrost udziału należności spisanych w straty w odniesieniu do przychodów ogółem, przy czym największa skala tego wzrostu wystąpiła w Wielkiej Brytanii (1,6 p.p.), Irlandii (1,4 p.p.), na Łotwie (1,2 p.p.) i we Włoszech (1 p.p.). W krajach tych jednocześnie odnotowano największy wzrost indeksu płatności (odpowiednio o 10, 12, 11 i 6 pkt), co wskazuje na jego dużą korelację z utraconymi należnościami.

W zdecydowanej większości krajów trzeciej grupy w 2012 roku daje się również zauważyć skrócenie, we wszystkich sektorach, ustalonego terminu płatności, co może wskazywać na dyscyplinowanie dłużników. Wyjątkiem są Polska i Włochy, w których skrócenie terminu płatności nie dotyczyło sektora B2C, natomiast w pozostałych sektorach było ono wyraźne, zwłaszcza w Polsce (8-10 dni). Jednak zmiany (2012 rok w stosunku do 2008 roku) w faktycznych terminach płatności nie kreśliły już tak wyraźnej tendencji. W odniesieniu do sektora B2C wydłużanie faktycznych terminów płatności dotyczyło 6 krajów: Estonii, Holandii, Belgii, Litwy, Polski i Włoch. Były to jednak zmiany marginalne – 1-3 dniowe, z wyjątkiem Polski i Włoch, w których termin wydłużenia wynosił odpowiednio 7 i 18 dni. W pozostałych krajach grupy trzeciej, faktyczne terminy płatności uległy skróceniu, szczególnie wyraźnie w: Wielkiej Brytanii (10 dni), Irlandii (14 dni) i Austrii (15 dni). Wypadkową zmian w terminach ustalonych i faktycznych jest liczba dni opóźnienia w płatnościach. Należy podkreślić, że w 2012 roku w stosunku do 2008 roku w zdecydowanej większości krajów trzeciej grupy liczba dni opóźnienia w płatnościach wyraźnie zmniejszyła się. Tylko w Polsce, Włoszech i na Słowacji sytuacja kształtowała się odmiennie. W Polsce i we Włoszech, pomimo wyraźnego wydłużenia terminu ustalonego, faktyczny termin płatności także ulegał wydłużeniu, co może wskazywać na rosnące problemy sektora biznesu w wywiązywaniu się ze zobowiązań w stosunku do konsumentów.

W 2012 roku, w krajach trzeciej grupy, w sektorze B2B w ponad połowie krajów dominowało wydłużanie faktycznych terminów płatności, choć było ono nieznaczne – nie przekraczało kilku dni. Na tym tle wyróżniała się Polska i Wielka Brytania, w których terminy płatności w 2012 roku uległy skróceniu odpowiednio o 6 i 7 dni, choć należy podkreślić, że były one w tych krajach i w tym sektorze i tak relatywnie długie (ponad 40 dni). Dłuższe, faktyczne terminy płatności w 2012 roku w sektorze B2B wystąpiły ponadto we Włoszech (96 dni), Irlandii (66 dni), Belgii (54 dni), na Litwie (50 dni) i Słowacji (47 dni).

W krajach należących do trzeciej grupy, w sektorze administracji publicznej (PA) nie zarysowała się jednoznaczna tendencja w odniesieniu do ustalonych terminów płatności. W stosunku do 2008 roku następowało zarówno ich wydłużanie, jak i skracanie, choć należy zaznaczyć, że zmiany te miały wymiar kilkudniowy. W odniesieniu do faktycznych terminów płatności trudno też wskazać na jeden kierunek zmian. W 6 krajach wystąpiło bowiem skrócenie tych terminów o kilka dni, natomiast w krajach, w których terminy te wydłużyły się zmiany były bardziej widoczne. We Włoszech i tak długi termin płatności w 2008 roku – 135 dni został wydłużony do 180 dni, stąd opóźnienie w płatnościach z ponad 1 miesiąca w 2008 roku wzrosło do 3 miesięcy w 2012 roku. W Słowacji – faktyczny termin płatności wzrósł o 27 dni, powodując prawie miesięczne opóźnienie w płatnościach. Wydłużenie faktycznego

terminu płatności w sektorze PA wystąpiło ponadto w krajach nadbałtyckich: Litwie, Łotwie i Estonii.

Ostatnią, czwartą grupę krajów, o krytycznym poziomie ryzyka płatności (170-200 pkt) w 2012 roku, tworzą: Węgry, Hiszpania, Czechy, Cypr, Grecja i Portugalia. Należy podkreślić, że Węgry i Hiszpania w 2008 roku osiągały indeks płatności w granicach 160 pkt, co plasowało je wówczas w grupie krajów o wysokim ryzyku. We wszystkich krajach tej grupy wystąpił wzrost indeksu płatności, największy odnotowano w Grecji (o 16 pkt), Hiszpanii (o 11 pkt) oraz na Węgrzech (o 9 pkt). Ponadto, za wyjątkiem Czech, we wszystkich krajach wystąpił wzrost udziału należności straconych, przy czym największa skala tego wzrostu wystąpiła w Grecji, na Cyprze i Węgrzech (odpowiednio 3,7 p.p., 1,1 p.p. oraz 1,0 p.p.). W sektorze B2C we wszystkich krajach, z wyjątkiem Czech, charakterystyczne jest skrócenie w 2012 roku, w stosunku do 2008 roku, ustalonego terminu płatności, przy czym największe zaostrzenie warunków płatności wystąpiło w Grecji (20 dni) i na Cyprze (18 dni). W pozostałych krajach skrócenie terminu płatności było nieznaczne (1-4 dni). Faktyczne terminy płatności w tym sektorze uległy skróceniu w Grecji, na Cyprze i w Czechach, w pozostałych krajach nieznacznie wydłużyły się (4-8 dni), choć należy zaznaczyć, że we wszystkich krajach czwartej grupy były one i tak relatywnie długie – powyżej 1 miesiąca, a w Hiszpanii, Grecji Portugalii i na Cyprze – wynosiły około 2 miesięcy.

W sektorze B2B najbardziej znaczące zmiany w terminach płatności – ustalonym i faktycznym - dotyczyły Grecji, gdzie uległy one skróceniu – odpowiednio o 44 i 30 dni. W pozostałych krajach w 2012 roku zmiany w stosunku do 2008 roku były kilkudniowe i różnokierunkowe.

W 2012 roku w sektorze administracji publicznej (PA) zmiany (2012 rok w stosunku do 2008 roku) w ustalonych i faktycznych terminach płatności nie były znaczące, z wyjątkiem Hiszpanii i Grecji. W tych krajach nastąpiło znaczne skrócenie i tak długich ustalonych terminów płatności (odpowiednio z 103 do 80 dni oraz z 95 do 60 dni), czemu niestety nie towarzyszyło skrócenie faktycznych terminów płatności. Ostatecznie ukształtowały się one na poziomie 160 dni w Hiszpanii 139 dni w Grecji, co w konsekwencji wydłużyło liczbę dni opóźnienia w płatnościach o 39 i 52 dni.

Podsumowanie

Nieterminowe regulowanie płatności przez kontrahentów stanowi poważną przeszkodę w prowadzeniu działalności gospodarczej, powoduje bowiem pogorszenie płynności finansowej oraz utratę wiarygodności kredytowej zarówno przedsiębiorstw, jak i jednostek administracji publicznej.

Przeprowadzone w artykule analizy pozwoliły na sformułowanie następujących spostrzeżeń końcowych:

- Struktura terminowa należności w krajach Europy jest silnie zróżnicowana. Najkorzystniejszą strukturą należności, wyznaczoną przez udział należności regulowanych w terminie do 1 miesiąca, cechowały się kraje skandynawskie oraz Finlandia, Austria, Estonia, Niemcy, Islandia i Szwajcaria. Z kolei najgorsza „moralność płatnicza”, mierzona udziałem należności płatnych po 3 miesiącach, występowała w Hiszpanii, Portugalii, Włoszech, Grecji i na Cyprze.

- Kryzys gospodarczy w 2008 roku przyczynił się do pogorszenia struktury należności, zauważalnego zwłaszcza w 2009 roku, jednak nie można uznać tego za zjawisko powszechne i dotyczące wszystkich gospodarek. Wskazuje to, że „moralność płatnicza” jest uzależniona także od innych czynników, ich określenie wymagałoby przeprowadzenia szerszych badań.
- Kształtowanie się indeksu płatności wskazuje, że w 2012 roku w stosunku do 2008 roku ryzyko płatnicze w większości analizowanych krajów wzrosło. Wyjątkiem są Niemcy i Szwajcaria, w których indeks ten nieznacznie obniżył się, co wskazuje na zmniejszenie ryzyka płatności. Ponadto w Norwegii, w analizowanym przedziale czasowym, profil ryzyka pozostał niezmienny. Najniższe ryzyko, mierzone indeksem płatności, także dotyczyło krajów skandynawskich oraz Finlandii i Islandii. Z kolei krytyczny poziom ryzyka i jego duży wzrost w stosunku do 2008 roku wystąpił w Portugalii, Grecji oraz Hiszpanii, a więc w tych, które najbardziej odczuły skutki kryzysu finansowego.

Literatura

- T. Cicirko: Możliwości ograniczania zatorów płatniczych poprzez system podatkowy. Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej 272/2010, Zarządzanie i Marketing, z. 17.
- K. Czepukojć: Zatory płatnicze mogą prowadzić do upadłości, <http://www.prawo.egospodarka.pl/85186,Zatory-platnicze-moga-prowadzic-do-upadlosci,1,82,1.html> [dostęp: 04.04.2014].
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/7/UE z dnia 16 lutego 2011 r. w sprawie zwalczania opóźnień w płatnościach w transakcjach handlowych.
- European Payment Index 2007, Intrum Justitia Sp. z o.o. 2007.
- European Payment Index 2008, Intrum Justitia Sp. z o.o. 2008.
- European Payment Index 2009, Intrum Justitia Sp. z o.o. 2009.
- European Payment Index 2010, Intrum Justitia Sp. z o.o. 2010.
- European Payment Index 2011, Intrum Justitia Sp. z o.o. 2011.
- European Payment Index 2012, Intrum Justitia Sp. z o.o. 2012.
- T. Starzyk: Moralność płatnicza na świecie, <http://www.dnb.com.pl/wiadomosci,290,moralnosc-platnicza-na-swiecie,2012-05-31.aspx> [dostęp 17.06.2014].
- T. Starzyk: W Polsce poczekasz na zapłatę, Gazeta Bankowa 7-8/2012, s. 138-142.
- Wskaźnik ryzyka 2012 Polska, Intrum Justitia Sp. z o.o. 2012.
- D. Zawadzka: Regionalne ujęcie terminów wzajemnych rozliczeń przedsiębiorstw w Europie – analiza porównawcza, *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 89/2011.
- H. Żukowska, M. Żukowski: Obrót bezgotówkowy w Polsce, Wyd. KUL, Lublin 2013.

Summary

The paper presents the results of the analysis of differentiate the structure and cycles of receivables by sector in selected European countries in 2007-2012. The analysis was based on data from the international credit reference agency reports Intrum Justitia - "European Payment Index". Studies have shown that the term structure of receivables in European countries varies greatly. The most favorable structure of receivables were characterized by the Scandinavian countries and Finland, Austria, Estonia, Germany, Iceland and Switzerland. On the other hand a significant share of receivables paid after 3 months occurred in Spain, Portugal, Italy, Greece and Cyprus. In 2012 compared to 2008, in most European countries, the risk of payment, as measured by the payment index, increased. The lowest risk of payment also include the Scandinavian countries and Finland

and Iceland. In turn, the critical level of risk and its large increase compared to 2008, occurred in Portugal, Greece and Spain, so those countries that are most affected by the financial crisis.

Key words: delays in payment, receivable cycles, payment index, Europe

Informacja o Autorach:

dr hab. Zbigniew Gołaś

dr Anna Bieniasz

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Wydział Ekonomiczno-Społeczny

ul. Wojska Polskiego 28

60-637 Poznań

e-mail: zbyszekg@up.poznan.pl

bieniasz@up.poznan.pl

**Mária Holienčinová,
Eudmila Nagyová,
Ingrida Sedliaková**
Slovak University of Agriculture in Nitra

SOLUTION OF THE QUESTION OF CSR AND MARKETING CHALLENGES

The topic of sustainability has taken center stage around the world and has driven the attention and focus of a growing number of powerful voices and interests around the world. Constantly increasing competitive and social tension forces companies to find new approaches in business behaviour. Increasing needs force companies to support these demands sustainably. Initiatives of corporate social responsibility (CSR) should be incorporated into strategy in every business entity. The purpose of this paper is to determine the importance of CSR and new marketing approaches through sustainable marketing in business activities. In order to fulfill defined objectives of the paper were collected and used primary and secondary sources of information, as well as the method of interview using a questionnaire (total number of respondents was 120 agrifood entities).

Keywords: *Corporate social responsibility, sustainability, sustainable marketing*

Introduction

Over the years, companies have started to recognise that they are responsible for their actions, which has developed into having a positive impact on stakeholders, the environment and society.¹ CSR is a concept whereby companies voluntarily decide to respect and protect the interests of a broad range of stakeholders with contributing to a cleaner environment and a better society through an active interaction with all.² This concept also poses important questions still difficult to resolve (International Chamber of Commerce). As a strategy considers social, economic, ethical and ecological aspects of business operations, but also exposes the issues involved in creating the right work relationships.³ Current definitions about CSR are more about integrating social and environmental behaviour into the business, instead of just taking responsibility for their actions.⁴ Many companies see CSR as an easy way to improve sales, enhancing a

¹E. Horská – E. Nagyová: *Marketingové prístupy k udržateľnosti agrosektora na Slovensku*. SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA, Nitra 2013.

² R. Mullerat: *Corporate Social Responsibility: The Corporate Governance of the 21st Century*. KLUWER LAW INTERNATIONAL, The Netherlands 2011. p. 4.

³ W. Trela – A. Krasnodębski – E. Kornalska – J. Gálová: *The Synergies Between Corporate Social Responsibility and Employer Branding: best practice from Poland*. In: *Sustainability in business and society: global challenges - local solutions*. WYDAWNICTWO EPISTEME, Kraków 2013. p. 41-59.

⁴ European Commission. 2011. A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. European Union. Available at: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>

company's image and attracting investors.⁵ Coombs & Holladay claim that corporation's CSR initiatives should be driven by the organization's vision and purpose.⁶

It is important to acknowledge that sustainability is no way an objective, scientific or neutral concept, but rather a normative or subjective topic, which always contains a set of implicit or explicit values.⁷ Sustainability is an development that meets the needs of present generations without compromising the ability of future generations to meet their needs.

The term of sustainable marketing is not new in the world, marketing began focus on sustainable development in 90s of the 20th century. Sustainable marketing by creating ecological and social value creates also added value for customers.⁸ CSR concept as we understand is the concept of implementation 3P to thinking and doing business, and therefore we can say that is closely related to the concept of sustainable marketing but we find a difference in that is not specifically focused on customers and marketing.⁹

Aims and Methods

The aim of this paper is to determine the importance of CSR and new marketing approaches through sustainable marketing in business activities and to highlight to the application of CSR activities in agrifood entities in Slovakia. In order to fulfill the defined objective of the paper were collected and used primary and secondary sources of information. The theoretical part is divided into CSR, sustainability and sustainable marketing. Sustainable marketing includes a definition of the concept, as well as benefits of sustainable marketing. Underlying data for the theoretical part were gained from published sources, such as books and articles, as well as the internet. When processing of individual underlying data and formulating conclusions of paper were used methods of analysis, synthesis, induction, deduction and the comparative method.

For the purpose of the present paper marketing research was conducted. Marketing research was realized in 2014 by the method of interview using a questionnaire. The research was focused directly on agrifood companies in Slovakia. The research involved 120 chosen companies. The questions were asked concerning on the implementation CSR in agrifood entities.

For deeper analysis of the obtained results, there were set out assumptions about the correlation between the reasons for the introduction of social responsibility and the place where the agrifood company is situated (city, village), as well as between the most frequent orientation of the agrifood company and the place where it is situated (city,

⁵ B. Emery: *Sustainable Marketing*. PEARSON, Harlow 2012.

⁶ W. T. Coombs – S. J. Holladay: *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*. WILEY-BLACKWELL MALDEN, MA: 2011

⁷ W. Visser – D. Matten – M. Pohl – N. Tolhurst: *The A to Z of Corporate Social Responsibility: A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organisations*. JOHN WILEY & SONS, West Sussex 2009.

⁸ R. Donovan – N. Henley: *Principles and Practice of Social Marketing*. CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, Cambridge 2010.

⁹ J. Paluchová - R.B. Prokeínová: *Udržateľné tendencie v spotrebiteľskom správaní : asociačné pravidlá, udržateľný marketing a zodpovedná spotreba*. SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA, Nitra 2013

village). To test the dependence were used Pearson's chi-square test and Cramer's contingency coefficient.

Research results and discussion

CSR from Viewpoint of Sustainability

Corporates have to grapple with an ever-growing list of key issues that cover the three pillars of sustainability - social, environmental and economic. A sustainable business acts to achieve short, medium and long term success. Sustainable means successful today and tomorrow.

Continual population growth, technology progress in form of the Industrial Revolution, the creation of mass production made continuous economic growth and growth in consumption possible. This came at a high price. Climate change, loss of biodiversity, a rapid depletion of non-renewable resources and even on resources, which are deemed renewable, to name only a few of the environmental issues the world is facing.

Consumers are aware of and worried about these issues. Besides environmental impacts, consumers also express their concerns about the social impacts of products they purchase and more than ever demand 'green' products.

Nevertheless, consumers expect companies to be socially responsible and operate in an environmentally friendly way, and do more than just comply with legal regulations. At the same time, marketers are confronted with unsustainable consumer behaviour and have to lead consumers towards more sustainable consumption.

These challenges, which marketers have to face, cannot be solved by means of conventional marketing. Instead there has to be a change in conventional marketing practices.

Nevertheless, CSR approaches are often end-of-pipe solutions instead of changing processes within the company. Overall, CSR has to be practiced carefully.

There are, however, certain tools companies can utilize, which help to implement CSR or sustainability into business operations and communicate those efforts to stakeholders:

- Standards - can help companies to integrate social and environmental responsibilities into their operations.
- Sustainability reporting - a sustainability report should inform readers about an organization's environmental, social and economic performance (GRI 2012). However, there is no general standard which is used by all organizations reporting on sustainability, which is why reports vary greatly in quantity and quality. Reports can be utilized to present just the goals a company sets itself or to indicate positive performance, which then lacks evidence. Thus, sustainability reports are still regarded with suspicion by some because there are still companies which use these reports to improve their image. Nevertheless, there are standards for sustainability reporting, such as the guidelines of the Global Reporting Initiative (GRI). The aim is

that companies keep track of their performance and impacts, while reporting in an accountable and transparent way to stakeholders.¹⁰

- Labelling - labels enable companies to communicate sustainability to consumers at the point of sale, which is often where the ultimate purchase decision is made. Typical consumer products which carry labels are food, household appliances, wood- and paper-based products and cleaning supplies. Labels can be divided into environmental and social labels, which focus on either single or multiple attributes, which can concern characteristics of the product, the whole life-cycle or how a business operates.¹¹ Labelling can also be used to indicate recycled content and how to recycle or dispose of products.¹²

Why to apply CSR into business

More companies than ever before are investing in corporate social responsibility activities such as cause-related marketing, minority support programs and socially responsible manufacturing practices. Consumers patronize these companies because they see personal benefits from the CSR initiatives and because the initiatives resonate with their own values.

At present the principles of responsible business acquires more and more companies. There is a direct proportion in increasing demand for evidence of benefits in this enterprise. These questions are asked by customers, employees, government, community and the shareholders of course. They are most interested in the financial effect of such an approach to business. None of the defenders CSR claim that the company should give up its primary legitimate objective of making a profit instead of devote charity.

They try to show that if firms attempt to generate profits also added interest in the overall functioning of society and the environment will benefit not only themselves, but also society.

CSR advocates argue that "being good is good from financial reasons" that the enhancement of society and environment brings to companies financial gain through increased reputation and employee productivity.

Benefits that the implementation of CSR brings are shown in Figure 1.

¹⁰ D. Martin – J. Schouten: *Sustainable Marketing*. PEARSON PRENTICE HALL, Upper Saddle River 2012.

¹¹ J.A. Ottman: *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. SHEFFIELD, Greenleaf 2011.

¹² F.M. Belz – K. Peattie: *Sustainability Marketing: A Global Perspective*. WILEY 2009.



Figure 1: Benefits of CSR

Source: Adapted and elaborated based on Münstermann (2007) ¹³

The existence of social responsibility offers companies a number of advantages. However, the problem still remains detection, quantification and evaluation of these benefits.

New Approaches- Marketing Challenges and Implications

At present, marketing management needs to be adapted to new conditions periodically. This leads to the development of modern approaches. The biggest difference between the modern approaches and the approaches from the past is that nowadays companies do not only consider its own profits and customers' needs and wants, but they also take into account the society at large. There are more approaches which deal with this aspect.

A strategic approach to CSR is increasingly important to the competitiveness of enterprises. It can bring benefits in terms of risk management, cost savings, access to capital, customer relationships, human resource management, and innovation capacity.¹⁴

Marketers, as communicators and influencers of culture, are in a privileged position to make a difference to their companies' 'triple bottom line'. However, marketing departments have traditionally been quite reluctant to integrate CSR and sustainability agendas into their work.

CSR concept as we understand is the concept of implementation 3P to thinking and doing business, and therefore we can say that is closely related to the concept of sustainable marketing but we find a difference in that is not specifically focused on customers and marketing.

¹³ M. Münstermann: *Corporate Social Responsibility – Ausgestaltung und Steuerung von CSR – Aktivitäten*. Wiesbaden 2007.

¹⁴ O.S. Idowu – L.W. Filho: *Global Practices of Corporate Social Responsibility*. SPRINGER, Berlin 2008.

Sustainable marketing

Sustainable marketing embraces the idea of sustainable development, which requires a change in the behaviour of virtually everyone, including both producers (responsible business) and consumers (responsible consumers).¹⁵ Considering all specific features of agrifood business and food market, we can think about the possibilities how to implement sustainability features into marketing practice in those areas. Figure 2 can help to understand the concept of combining traditional marketing with new approaches in the area of relation of combining traditional marketing with new approaches in the area of relation and triple dimensions (market/society/planet). It is evident an important role of eco-marketing, ethical marketing and in generally, modern approach, considering the aspect of proper and long-lasting professional relations (Figure 2).

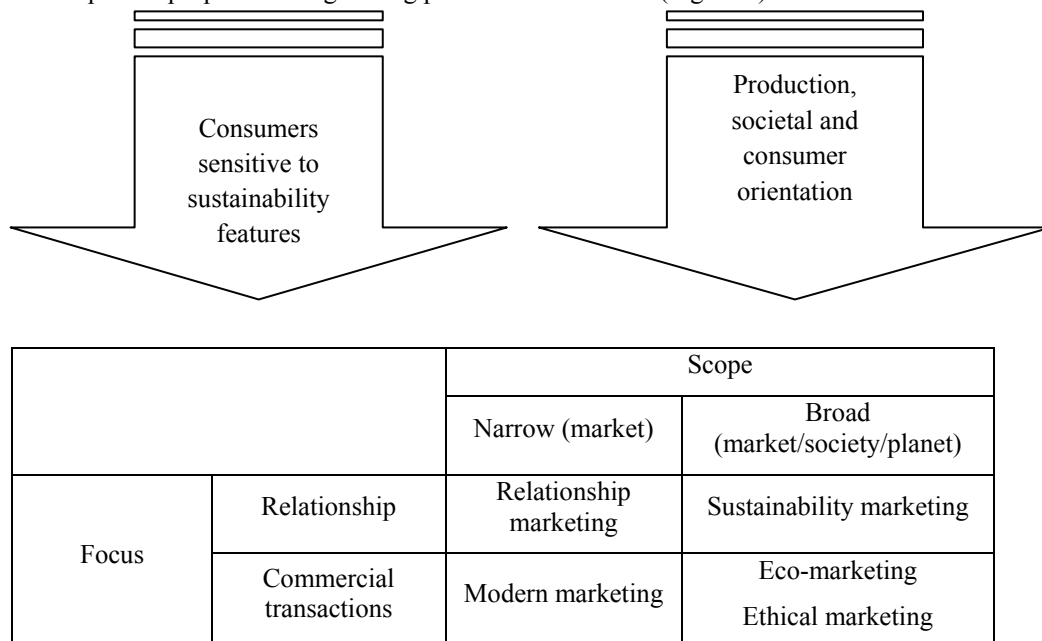


Figure 2 Towards sustainability marketing
Source: Adapted and elaborated based on Belz and Peattie (2009)¹⁶

Sustainable marketing is a tool of improving competitive ability and position in the market as well as the necessity for more sustainability. Sustainable marketing is concerned with sustainable development and offers marketers a holistic approach to make the products and the companies themselves more sustainable.

The concept of sustainable marketing is based on the following steps: the analysis of socio - environmental problems, the analysis of customer behavior, the values and

¹⁵ E. Horská – Ľ. Nagyová. Marketingové prístupy k udržateľnosti agrosektora na Slovensku. SPU, Nitra 2013.

¹⁶ F.M. Belz – K. Peattie: *Sustainability Marketing: A Global Perspective*. WILEY 2009.

objectives, as well as sustainable marketing strategy, sustainable development of the marketing mix and on marketing sustainable transformation.

Application of the concept of sustainable marketing means:

- new business opportunities,
- improve corporate reputation,
- motivated and productive employees,
- better relationship with society and stakeholders,
- cost savings,
- environmental responsibility,
- quality products and services,
- profitability of the company.

Sustainable marketing is finding a long-term or short-term relationship between the organization and customers, where sustainable marketing is moving towards to creating long-term goals in the area of obtaining resources from nature and their return back, whether in the form of environmental and ecological benefit or sales promotion of green products and their impact on consumers, the environment and future generation of companies and consumers.^{17,18}

Results of the research

Primary data for meet the objectives of the paper were obtained through marketing research, which was attended by 120 agrifood companies. The aim of the first question was to determine if chosen companies apply corporate social responsibility into their business practise. Research results indicate that 104 entities incorporated CSR into their strategy to achieving sustainable positive results. The next table (Table 1) shows the difference between companies which are situated in city and in village and apply or don't apply CSR.

Table 1: Difference between village and city

POSSIBLE ANSWER	VILLAGE	CITY	SUM
Yes	55	49	104
No	10	6	16
			120

Source: Results of the research

We can see that 84,6 % of all companies situated in village practice CSR and there are 89,1 % companies from city with a positive access to CSR. We can conclude that business entities from city are more aware of importance corporate responsibility and its benefits as well.

¹⁷ G. Wells: *Sustainable Business: Theory and Practise of Business under Sustainability Principles*. EDWARD ELGAR PUBLISHING LIMITED, UK 2013.

¹⁸ E. Smutka – M. Mansoor. 2010. EU, Visegrad Countries and External Relations with Ukraine, p. 54-96. In BIELIK, Peter et.al. *Economics, Social Policy and Citizenship in the European Union: Evidence of V4 Countries and Perspectives for Ukraine*.

A healthy environment and healthy style of living goes hand in hand with a healthy and valuable survival of everyone's life. The next chart shows the most targeted area of CSR in agrifood companies (Figure 3). The research found, that the most targeted area of CSR is environment protection which accounts for 27 % of all answers. Almost one-fifth (19 %) of companies indicated health and safety of employees as an important area. The third biggest area with 16 % share is communication. Next targeted areas are development and human resource management with 15 % share, innovation with 12 % share and finally, sport and healthy lifestyle with 11 % share. From the chart follows that organizations are the most focused on environment, health and safety of employees and communication.

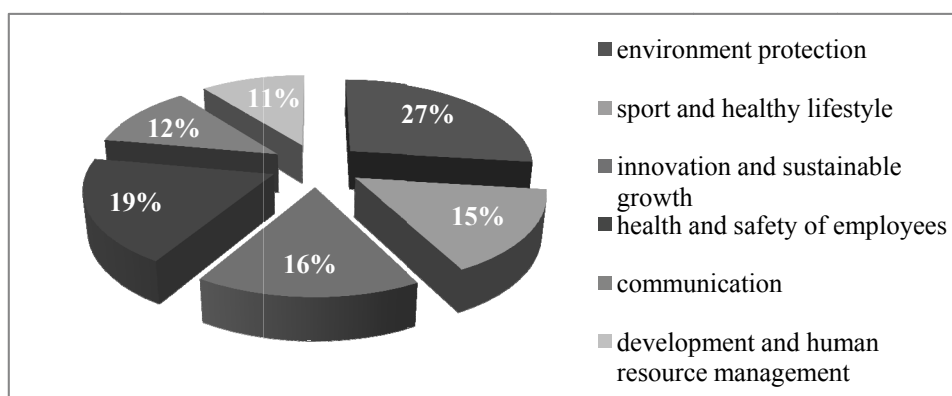


Figure 3: The most targeted area of CSR in agrifood companies
Source: Results of the research

In connection with the issue of the most targeted area of CSR in agrifood entities, there has also occurred the question relating to the relationship between the most frequent orientation of the agrifood entity and the place where it is situated (city, village). For the evaluation of the interdependence, respectively the independence between the mentioned variables have been used the methods of Pearson's chi-square test (Table 2) and Cramer's contingency coefficient (the result of Cramer's contingency coefficient were equal to 0.052836, what can be interpreted as a weak relationship between tested variables) based on which results the null hypothesis cannot be on the level of significance 5 % adopted and adopted must be the H_1 hypothesis talking about the interdependence between tested variables. From the Figure can be seen, that while companies which are situated in the village as the most frequent orientation the environmental protection, companies situated in the city state the innovation and sustainable growth.

Table 2: The relationship between the most frequent orientation of the agrifood company and the place where it is situated (city, village)

The most frequent orientation of food stores	Place where the food store is situated		Together
	City	Village	
Environment protection	7	21	28
Sport and healthy lifestyle	10	6	16
Innovation and sustainable growth	12	5	17
Health and safety of employees	9	11	20
Communication	3	9	12
Development and human resource management	9	3	12

$$TC = 16.054 \quad CV = 11.07$$

Source: Results of the research

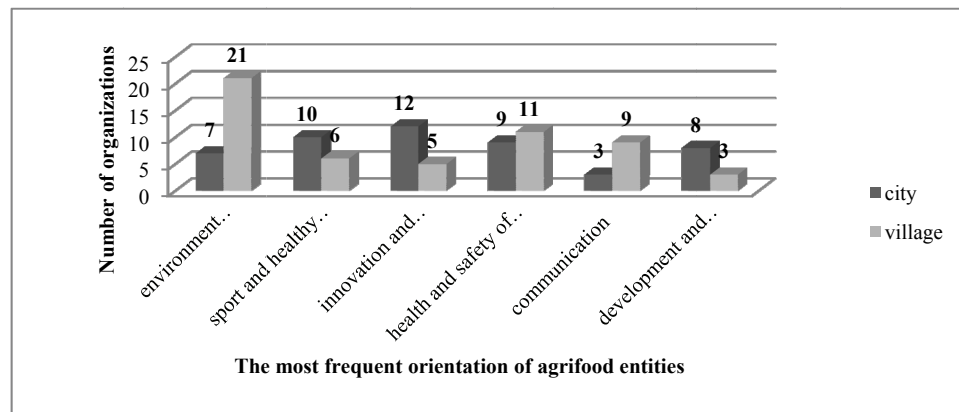


Figure 4: The relationship between the most frequent orientation of the agrifood company and the place where it is situated (city, village)

Source: Results of the research

In response to the evaluation of the question regarding to reasons for the introduction of social responsibility in agrifood entities, was subsequently verified the interdependence, respectively the independence between the choosen answer and the size of food store's sales area, which has been evaluated with the use of Pearson's chi-square test (Table) and Cramer's contingency coefficient (the result of Cramer's contingency coefficient was equal to 0.05215501, what can be interpreted as a weak relationship between tested variables). Based on the results of both mentioned tests, it can be stated, that the H_0 hypothesis must be on the level of significance 5 % rejected and adopted must be the H_1 hypothesis talking about the interdependence between tested variables. The relationship between tested variables is also reflected in the Figure , from which it can be seen, that while companies which are situated in the village mostly state as the reason for the introduction of CSR the increase of customers' satisfaction and concern for the

environment, companies which are situated in the city state the concern for the environment, increase of customers' satisfaction and the reduction of costs.

Table 3: The relationship between the reasons for the introduction of social responsibility and the place where the agrifood company is situated (city, village)

The most frequent orientation of food stores	Place where the food store is situated		Together
	City	Village	
Cost reduction	10	7	17
Public education	0	1	1
Increase customer satisfaction	14	21	35
Concern for the environment	19	26	35
Increase in reputation	6	0	11
TC = 9.685 □ CV = 9.488			

Source: Results of the research

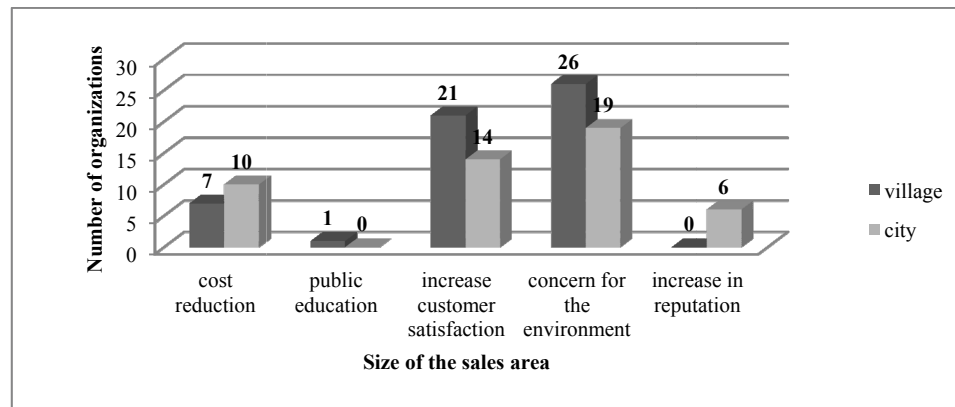


Figure 5: The relationship between the reasons for the introduction of social responsibility and the place where the agrifood company is situated (city, village)

Source: Results of the research

Conclusion

New approaches bring great benefits to companies, of which the most important is the overall competitive advantage. Undoubtedly CSR is clearly inspiring corporate governance and management at the dawn of the twenty-first century. The new approach to sustainable business is a commercial opportunity. The alternative is a business risk. In practice, this means that companies that have adopted the concept of CSR deliberately set high ethical standards. They also try to minimize negative impacts on the environment, maintain and care about their employees. For entity this brings opportunity to differentiate it from the competitors, become a requested business partner and attractive employer.

The research found that the most targeted area of CSR is environment protection followed by health and safety of employees and on the third important place is sport and healthy lifestyle. We can confirm that consumers patronize the company because they

see personal benefits from the CSR initiatives and because the initiatives resonate with their own values.

We can formulate one important recommendation for the practice in the area of CSR - in future, public pressure will be so strong that all companies will be forced to respect and apply all the principles arising from the concept of CSR. It can be stated that consumers are becoming more sophisticated and they buy product when expecting more than functional benefits. In addition to factors such as price and quality, they take also ethical, social and environmental criteria into account.

References

1. Belz, F. M. – Peattie, K.: *Sustainability Marketing: A Global Perspective*, WILEY, Chichester 2009
2. Coombs, W. Timothy – Holladay Sherry J.: *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach.*, WILEY-BLACKWELL, Malden 2011
3. Donovan R. – Henley N.: *Principles and Practice of Social Marketing*. CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS, Cambridge 2010.
4. European Commission. (2011). *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>
5. Horská, E. – Nagyová, E.: Marketingové prístupy k udržateľnosti agrosektora na Slovensku, SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA, Nitra 2013
6. Idowu, O. Samuel – Filho Leal Walter.: *Global Practices of Corporate Social Responsibility*, SPRINGER, Berlin 2008
7. Kotler, P. – Jain, D. C. – Maesincee, S.: *Marketing Moves: A New Approach to Profits, Growth and Renewal*, HARVARD BUSINESS SCHOOL PUBLISHING CORPORATION, Cambridge 2002
8. Martin, D. & Schouten, J.: *Sustainable Marketing*, PEARSON PRENTICE HALL, Upper Saddle River 2012
9. Mullerat, Ramon.: *Corporate Social Responsibility: The Corporate Governance of the 21st Century*. KLUWER LAW INTERNATIONAL, The Netherlands, 2011
10. Münstermann, M.: *Corporate Social Responsibility – Ausstellung und Steuerung von CSR – Aktivitäten*. Wiesbaden 2007
11. Ottman, J.A.: *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. SHEFFIELD, Greenleaf 2011
12. Paluchova, J. – R.B. Prokeínová.: *Udržateľné tendencie v spotrebiteľskom správaní : asociačné pravidlá, udržateľný marketing a zodpovedná spotreba*. Slovenská poľnohospodárska univerzita, Nitra 2013
13. Smutka, Ľuboš – Maitah, Mansoor. 2010. EU, Visegrad Countries and External Relations with Ukraine. p. 54-96. In BIELIK, Peter et.al. Economics, Social Policy and Citizenship in the European Union: Evidence of V4 Countries and Perspectives for Ukraine.
14. Trela, W. – Krasnodębski, A. – Kornalska, E. – Gálová, J. *The synergies between corporate social responsibility and employer branding: best practice from Poland: chapter 3*. In: *Sustainability in business and society: global challenges - local solutions*. Kraków: Wydawnictwo Episteme, 2013.s. 41-59.
15. Visser, W. – Matten, D. – Pohl, M. – Tolhurst, N.: *The A to Z of Corporate Social Responsibility: A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organisations*. JOHN WILEY & SONS, West Sussex 2009

16. Wells, G.: *Sustainable Business: Theory and Practise of Business under Sustainability Principles*. EDWARD ELGAR PUBLISHING LIMITED, UK 2013.

Informacia o Autorach:

Ing. Mária Holienčinová

maria.holencinova@gmail.com

Department of Marketing

Faculty of Economics and Management

Slovak University of Agriculture in Nitra

Tr. Andreja Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak Republic

prof. Ing. Ľudmila Nagyova, PhD.

ludmila.nagyova@uniag.sk

Department of Marketing

Faculty of Economics and Management

Slovak University of Agriculture in Nitra

Tr. Andreja Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak Republic

Ing. Ingrida Sedliaková, PhD.

ingrida.sedliakova@gmail.com

Department of Marketing

Faculty of Economics and Management

Slovak University of Agriculture in Nitra

Tr. Andreja Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak Republic

Marzena Kacprzak
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

LOCAL INITIATIVES FOR THE UNEMPLOYMENT COUNTERACTION IN THE MAZOVIA PROVINCE

Lokalne inicjatywy na rzecz przeciwdziałania bezrobociu w woj. mazowieckim

In the dynamically developing market economy there is a variability in the intensity of the processes associated with the occurrence of imbalances in the labor market, which leads to unemployment. Unemployment shows the inefficiency of the labour supply and labour demand adjustment. Sizes and multiple consequences of unemployment justify its recognition as a kind of twenty-first century plague.¹

Mazovia Province is both one of the most actively developing regions and one of the largest regional labor markets in Poland. However, the region is characterized by a high degree of diversity in terms of development. On the one hand, there is highly developed capital city Warsaw and on the other - peripheral areas with worse parameters. This is why it should be aimed to perform the activities supporting local initiatives to avoid unemployment.

The main thesis of this paper is to show that the local initiatives aimed at counterparting unemployment and entrepreneurship promotion, are modern instruments used to monitor and predict changes in the labor market, skills of employees, creation of new jobs, gain work experience.

Introduction

The labor market is a place of workforce allocation and employment decision-making, where at the same time the economic and social consequences of the functioning of the economy become exposed. It is strongly associated with the various areas of socio-economic development, which affect both the labor supply and labor demand². Major changes in labor supply are generated through population migrations, decrease of population or population growth, activation and deactivation of the workforce. On the demand side, however, we can distinguish factors determining the number and structure of jobs within the economy: economic growth, structural

¹ Mączyńska E., Rynek pracy – kwestia preferencji (Labour market – a question of preferences) [in:] Rajkiewicz A., Orczyk J. (red.), Rynek pracy i wykorzystanie potencjału pracy w Polsce, Księga jubileuszowa z okazji 80-lecia Prof. Mieczysława Kabaja (Labour market and utilization of labour potential in Poland. A jubilee book for 80th anniversary of professor Mieczysław Kabaj – In Polish), Wyd. IPiSS, Warszawa 2014, p. 23

² Prasznik U.K., Wpływ globalizacji i integracji na zmiany rynku pracy (Influence of gobalization and integration on chan ges on labour market) [w:] Noga M., M. K. Stawicka (ed.), Rynek pracy w Polsce w dobie integracji europejskiej i globalizacji (Labour market in Poland in the period od European Integration and globalization), Wyd. CeDeWu.pl, Warszawa 2009, pp. 7

transformation in the economy, characteristics of economic growth, availability of employees, and internal changes in enterprises, eg. labor costs³..

According to the Act on employment promotion and labor market institutions, state tasks in the promotion of employment, mitigating the effects of unemployment and occupational activation are based on National Action Plan for Employment enacted by the Council of Ministers which contains rules for the implementation of the European Employment Strategy, and is prepared on the basis of local municipalities, county, state and social partners initiatives⁴.

National Action Plan for Employment 2012-2014 is the starting point for searching for new, more efficient, effective and efficient instruments and solutions in the management of the labor market. It stipulates greater involvement of private social partners in the implementation of labor market policies, as well as greater involvement of the private and the third sector in activating and supporting the unemployed⁵.

Characteristics of the labor market in the Mazovia province

In May, 2014 unemployment rate decreased both in Poland and Mazovia province. The unemployment rate in Mazovia region stood at 10.5%, while the national average was 12.5%.

The largest decrease in the ratio was observed in the Warmia and Mazury province - the unemployment in this region was 0.9 percentage points lower. Despite this, it was still located on the last position in the ranking of regions by the rate of unemployment (May 2014 - 19.6%). Still the best situation seems to be in Wielkopolska province, where the rate in May 2014 stood at 8.7%. The 2nd position was maintained by Mazovia province, the 3rd location was granted to Silesia (10.6%) and the 4th one to Małopolska province (10.8%).

Positive trend on the labor market persisted throughout the Mazovia province. The unemployment rate decreased in 42 counties of the region, the most significant decrease was noted in counties: szydłowiecki (1.3 percentage points) and gostyniński (1.1 percentage points).

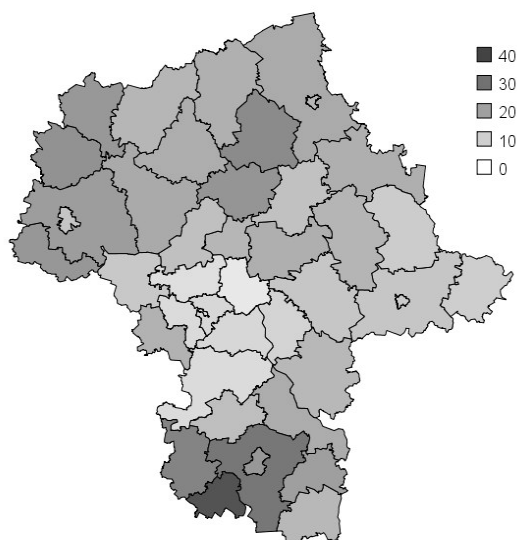
According to the spatial order of the region, there were no changes in the intensity of unemployment. Consistently, the best situation is observed in a district of the City of Warsaw - 4.6%. In the group of counties with an unemployment rate below 10% there were also warszawski zachodni (Warsaw West - 6.6%), grojecki (7.3%), grodziski (7.7%), piaseczyński (8.3%), pruszkowski (8, 4%), otwocki (9.1%). The highest unemployment rates were registered in the following counties: szydłowiecki (36.4%), radomski (28.8%), przysuski (25.9%) and makowski (24.4%).⁶

³ Witkowski J., Przebudowa statystyki rynku pracy w okresie transformacji (Reconstruction of labour market statistics)[w:] Wiadomości Statystyczne nr 9/2008, s. 4-7

⁴ Act on employment promotion and labor market institutions

⁵ National Action Plan for Employment 2012-2014

⁶ Bezrobocie w województwie mazowieckim (Unemployment in Mazovia Province), maj 2014, nr 5 [w:] <http://wup.mazowsze.pl> [Access: 2014.06.29]



Map 1. The intensity of the unemployment rate in the counties of Mazovia province at the end of May 2014.

Source: Lotocka M. The labor market in the Mazovia region in May 2014 [in:] obserwatorium.mazowsze.pl [access: 2014.07.03]

At the end of May, the number of registered unemployed in the labor offices Mazovia labor offices reached 268.3 thousands persons and decreased by 8.5 thousand (ca. 3.1%), and during the year by 19.3 thousand. (ca. 6.7%). In the reported month labor offices registered 19.9 thousands unemployed, which was 2.3% less than in April 2014 and 4.7% than in May 2013. Those registering again were still the largest group of unemployed, and their share in the total number of newly registered increased during the year (by 2.2 percentage points and reached 71.9% of newly registered).

In the structure of registered unemployed share of women at the end of May 2014 increased by 0.3 percentage points to 46.9% comparing to the same month a year before. Despite the noted deterioration, the situation of women on Mazovian labour market is better than on the Polish scale, where the share of women in the total amount of registered unemployed in May 2014 reached 50.4%. In the analyzed period labor offices gained 12.3 thousands offers of employment (4.6 thousands less than in April 2014). At the end of the month the number of persons per 1 job offer was 36 (a month before - 35, and the year before - 65) ⁷. The largest share of unemployed women characterized mainly cities: Płock - 54.1% and Ostrołęka - 51.3%, and the counties: płocki - 53.0%, sierpecki - 52.7%, ostrowski - 52.4% and mławski - 50, 2%⁸.

⁷ Lotocka M., Rynek pracy na Mazowszu w maju 2014r (Labour market in Mazovia province in May 2014[w:] obserwatorium.mazowsze.pl [Access: 2014.07.03]

⁸ Bezrobocie w województwie mazowieckim (Unemployment in Mazovia Province), maj 2014, nr 5 [w:] <http://wup.mazowsze.pl> [Access: 2014.06.29]

At the end of May 2014, 113 961 unemployed (42.5% of all unemployed people) including 52,693 women lived in rural areas. Compared to April 2014, the number of unemployed living in rural areas decreased by 4,101 persons (3.5%). Unemployed living in rural areas dominated in 29 counties, while in 13 counties they accounted for 70.0% and more. Outside the cities with county rights share of unemployed persons living in rural areas in the total number of unemployed ranged from 33.9% in Otwock County to 96.5% in Siedlce district⁹.

Thanks to the reform of labor offices, since May 2014 unemployed can benefit from new forms of support. These include: vouchers for training and internships, financial aid for people who change residence due to the employment, or loans and grants to start a business. They are available for job seekers throughout the country. The new law also supports entrepreneurs who employ parents returning on the labour market or persons at the age over 50 years.

Local partnership and its impact on the labor market

Local partnership institutions are institutions implementing initiatives of labour market partners, established in order to fulfill the tasks defined by law and supported by the local government. Their objective is to activate all local communities and encourage them to cooperate in defining local problems and solving them at the level of the commune or district. The experience of different countries prove that public authorities are not able to plan by themselves and implement development programs, due to their complicated characteristics. Good preparation of programs followed by their implementation require a combination of knowledge and experiences collected by different social groups and institutions¹⁰.

On one hand, creating local partnerships we can reduce the negative effects of change and increase the capacity of members of local communities to adapt and flexibly respond to changes. On the other hand, the partnership can create the conditions for the existence of a socially inclusive labor market, that is, one that would ensure professional development opportunities for all citizens, regardless of their condition of life, employment history and ability to perform certain work¹¹.

Activities undertaken include partnerships lead to reintegrate long-term unemployed, improving the skills of workers and adapt them to the requirements of the local labor market, increasing the employability of local workers, the prevention of threats faced by low-skilled workers to improve work efficiency¹². Local partnerships have been focused on the promotion of social cohesion and building local identity

⁹ As above

¹⁰ Arendt Ł., Hryniewicka A., Kukulak-Dolata I., Rokicki B., Bezrobocie – między diagnozą a działaniem. Poradnik dla pracowników służb społecznych. Publikacja powstała w ramach projektu „Koordynacja na rzecz aktywnej integracji” w ramach Działania 1.2 „Wsparcie systemowe instytucji pomocy i integracji społecznej” Program Operacyjny Kapitał Ludzki, współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, p. 66

¹¹ Arendt Ł., Kukulak-Dolata I., Działania instytucji rynku pracy na rzecz łagodzenia skutków bezrobocia [w:] Bezrobocie i bezrobotni – pomoc społeczna – urzędy pracy, Raport w ramach projektu „Modelowy system na rzecz integracji społecznej”, Warszawa 2011, p. 88

¹² Arendt Ł., Hryniewicka A., Kukulak-Dolata I., Rokicki B., Bezrobocie – między diagnozą a działaniem ... op. cit., s. 66

among the members of local communities, while the principle of partnership has become one of the key rules governing the implementation of pro-development initiatives supported by the EU¹³.

According to the OECD definition, local development is a process in which both the institutions and citizens mobilize each other in order to strengthen their communities through the use of owned resources; it is a grassroots attempt at improving the availability of gaining income, employment opportunities and quality of life¹⁴. The role of the partnership is to redeem problems arising from changes in the labor market; currently employer must quickly obtain a number of skills that change the way organizations work and the need for competition¹⁵.

Implementing initiatives for the local community

Nowadays more and more frequently and intensively new solutions to support the labor market, which will offset the economic and social problems are searched. These new ways of acting arise from the exploration of new forms of support for people at risk of unemployment and who can not effectively compete in the open labor market. One of such initiatives implemented by the Center for Human Resources Development is the project: ***Complex forms of socio-professional reintegration in the local environment***¹⁶. The main objective of the project is to achieve synergies of the institutions responsible for the tasks of social and professional reintegration of socially excluded groups in the municipalities, enhancing the quality and efficiency of services provided, through the creation of the Model of Local Cooperation (MLW) and Certification System KIS (SC). Detailed objectives are based on three main pillars:

- Increase of the services coordination, socio-professional reintegration and raise of the level of cooperation between the entities responsible for assistance and social reintegration and public employment services in the municipal area, by creating MLW with the formation of Regional Cooperation Platform (RPW), which would become partners (consultants) for local governments at district and province level in fulfilling the tasks connected with issues of socio-professional reintegration.
- Empowering KIS system of socio-professional reintegration, to ensure high quality services addressed to people at risk of social exclusion, through the development of a system of certification.
- Increase of public awareness of the synergistic action of all institutions responsible for social and professional activation in the area of the commune, district and province by promoting best practices, activities of Group on RPW,

¹³ Przez współpracę do sukcesu. Partnerstwo lokalne na rynku pracy, Praca zbiorowa. Departament Rynku Pracy, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2007, s. 10

¹⁴ Best Practices in Local Development, OECD LEED, s. 22

¹⁵ Arendt Ł., Hryniewicka A., Kukulak-Dolata I., Rokicki B., Bezrobocie – między diagnozą a działaniem. Poradnik dla pracowników służb społecznych. Publikacja powstała w ramach projektu „Koordynacja na rzecz aktywnej integracji” w ramach Działania 1.2 „Wsparcie systemowe instytucji pomocy i integracji społecznej” Program Operacyjny Kapitał Ludzki, współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, p. 66

¹⁶ Realizacja i wdrażanie projektów przez Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich w Priorytecie I POKL. Przegląd projektów (stan na koniec 2013 roku).

Consulting and Certification Team, and the organization of the promotion and information campaign.

Target groups of the project: 500 officials employed in public administration (the level of province, district and commune); 200 NGO workers, 500 key employees of assistance and social integration. Expected duration of this project is: 01.08.2009-31.12.2014.

Another very interesting example is a system project ***Together for Mazowsze - Education in action***. The project is implemented under the Operational Programme Human Capital 2007-2013, Priority VII Promotion of social integration, Measure 7.1 Development and dissemination of active integration, Measure 7.1.3 Raising the qualifications of social assistance and integration¹⁷.

The executor of the project is the Mazovia Centre of Social Policy. The project was being implemented since 2007 until 31.12.2013. The supported project covered 4576 employees and volunteers of social assistance and social integration directly involved in the process of active integration of the Mazovia province.

The main objective of the project is to strengthen and improve the personnel of social assistance and social integration for the development of active forms of support for people at risk of social exclusion. Project activities are focused on the following aspects¹⁸:

- **training courses** for the staff of social assistance and social integration,
- **professional consultancy** for social welfare centers and district centers of support for family,
- **development of dialogue, partnership and cooperation** in order to avoid social exclusion. The purpose of this task is to ensure the exchange of knowledge and examined solutions in the field of counteracting social exclusion, which would be favourable to the implementation of joint projects in this area in the context of local and regional partnerships,
- **promotional and information campaign titled. "The child and the family in the active integration - the role of social worker, family assistant and foster care coordinator in counteracting social exclusion"**. The aim of the campaign is to strengthen child and family in order to avoid social exclusion and to activate through this action JOPS employees, including a family assistant, foster care coordinator and local communities, as well as promotion of the project, promotion of good practices on Active Inclusion in Mazovia and education on measures of social assistance.
- **research and analysis of social policy** in the region,
- **development of social economy**. The aim of the task is the preparation, implementation and coordination of the "Development Plan for Social Economy in the Mazovia region for 2013-2020", monitoring of the social economy in Mazovia.

The project area covers the Mazovia Province, project participants are employees and volunteers of social assistance and social integration involved in implementing activities

¹⁷ Informacje o projekcie [w:] <http://www.mcps-efs.pl/pl> [dostęp 2014.06.30]

¹⁸ Informacje o projekcie [w:] <http://www.mcps-efs.pl/pl> [dostęp 2014.06.30]

in the field of active integration, employees of public services for employment (OPS cooperation and PCPRs of the PLO and the tasks of cooperation and building partnerships to solve social problems), representatives of other social services in the region (in terms of skills needed for providing comprehensive support to people facing social exclusion to their professional activation and the tasks of cooperation and building partnerships for solving social problems). Duration of the project: 01.01.2013. - 31.12.2014.

Another project "Warsaw the capital of ambitious business", concerns the promotion of entrepreneurship and self-employment among the inhabitants of Warsaw. It was addressed to individuals planning to start a business. Project activities included two modular scopes:

- **support for those aimed at starting ambitious economic activities** through training, individual and group counseling as well as granting funds for the development of entrepreneurship and bridging support,
- **promotion of entrepreneurship and self-employment** by carrying out two information points where inhabitants could obtain free-of-charge information about starting and running a business, as well as by conducting two promotion campaigns.

The training on setting up and running the company was attended by more than 357 people. But to get something more, participants had to reveal creativity and innovation and the ability to design a dynamic business. The authors of 72 best business ideas, besides the 40 000 PLN grants for start up, were receiving bridging support 1 100 PLN granted for a period of 6 or 12 months. In addition, to verify progress in the development of businesses specialized tool - called My Business Barometer has been prepared. It allowed the company to monitor start-up phase until it reaches the level of maturity in key functional areas called stable business platform (ie. products, market leadership and customer relationships). Project implementation period: 04.05.2009 - 30.06.2011.

Project which fits in local support was also the project *"Entrepreneurship in the creative industries"*. Development of industries based on the exploitation of copyright is an important goal of the European Commission, it was also recognized as one of the strategic directions of development of Mazovia region. The "Entrepreneurship in the creative industries", implemented by ALK¹⁹ was addressed to people who have not led business so far, were living in the Metropolitan Area of Warsaw (capital city of Warsaw and 71 surrounding municipalities) and who wanted to start business in the creative industries, such as architecture, antiques, art market, computer games, handicraft, industrial design, fashion design, film and video, music, theater, publishing. Factor that distinguishes a project from the other is people who have proven that the real recipe for success is not training, counseling and receiving a grant, but the passion, commitment and friendship. The project participants have accessed nearly 3,000 hours of workshops, seminars, individual and group meetings, during which they were developing knowledge and skills in the field of copyright, patent and tax law regulations, finance, marketing, strategy, entrepreneurship, business contacts (networking), coaching

¹⁹ Akademia Leona Koźmińskiego

on advertising in the social media and business self-training. Among project beneficiaries, 81 ones received both 40 000 PLN grants devoted to the foundation of the company, as well as bridge support for the first year of its operations²⁰.

The most important achievement of the project was the creation of the great companies cooperating with each other, business and artists community very knitted together who have founded a ProKreatywni association in order to continue the work began in the project. What is important - the association also includes the companies founded by project beneficiaries who have completed training, but did not receive grants. A kind of cluster combining talents, knowledge and skills has been established by people involved in the project who have a chance to meet. An additional outcome of the project was the creation of excellent team of experts specialized in supporting the development of businesses in this sector. On the basis of their experience there was a handbook of creative entrepreneurship titled "Faces of creativity" prepared and illustrated by one of the participants of the project. Project implementation period: 01.09.2011 - 31.08.2013²¹.

Summary

In order to ensure effective functioning on today's labour market and skillful implementation of projects the real problems and needs of the local community have to be recognized. Effectively working partnership has a significant impact on the local labor market and socio-economic environment by creating new networks and channels of communication, innovative projects and models of work, as well as on the activities directly addressed to the inhabitants of the region. Developed ideas can be used for other projects implemented in the region or even nationwide.

European funds allow direct investment so as to be productive and contributive to smart, sustainable and inclusive economic growth. Objectives on which the EU funds are allocated are as follows:

- more work places and their improving quality,
- development of new technologies,
- innovative research,
- common access to broadband Internet,
- intelligent transport and energy infrastructure,
- energy efficiency and renewable energy sources,
- development of entrepreneurship,
- training and skills.

Projects presented in the following paper fitting into local initiatives to counterpart unemployment and promote entrepreneurship, are modern instruments useful for monitoring and predicting changes in the labor market, skills of employees, creation of new jobs, as well as gain work experience.

²⁰ Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych [w:] <http://www.kozminski.edu.pl/> [dostęp 2014.06.30]

²¹ Zaprojektować sukces, Wyd. Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych, Warszawa 2013.

Literature/references

1. Arendt Ł., Hryniewicka A., Kukulak-Dolata I., Rokicki B., Bezrobocie – między diagnozą a działaniem. Poradnik dla pracowników służb społecznych. Publikacja powstała w ramach projektu „Koordynacja na rzecz aktywnej integracji” w ramach Działania 1.2 „Wsparcie systemowe instytucji pomocy i integracji społecznej” Program Operacyjny Kapitał Ludzki, współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, p. 66
2. Arendt Ł., Kukulak-Dolata I., Działania instytucji rynku pracy na rzecz łagodzenia skutków bezrobocia [w:] Bezrobocie i bezrobotni – pomoc społeczna – urzędy pracy, Raport w ramach projektu „Modelowy system na rzecz integracji społecznej”, Warszawa 2011, s. 88
3. Bezrobocie w województwie mazowieckim, maj 2014, nr 5 [w:] <http://wup.mazowsze.pl> [Access: 2014.06.29]
4. Bezrobocie w województwie mazowieckim, maj 2014, nr 5 [w:] <http://wup.mazowsze.pl> [Access: 2014.06.29]
5. <http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/eu-tools-for-growth-and-jobs> [access: 2014.07.02]
6. Krajowy Plan Działań na rzecz Zatrudnienia na lata 2012-2014 [w:] mpips.gov.pl [Access: 2014.04.17]
7. Łotocka M., Rynek pracy na Mazowszu w maju 2014r [w:] obserwatorium.mazowsze.pl [Access: 2014.07.03]
8. Mączynska E., Rynek pracy – kwestia preferencji [w:] Rajkiewicz A., Orczyk J. (red.), Rynek pracy i wykorzystanie potencjału pracy w Polsce, Księga Jubileuszowa z okazji 80-lecia Prof. Mieczysława Kabaja, Wyd. IPiSS, Warszawa 2014, s. 23
9. Prasznik U.K., Wpływ globalizacji i integracji na zmiany rynku pracy [w:] Noga M., M. K. Stawicka (red.), Rynek pracy w Polsce w dobie integracji europejskiej i globalizacji, Wyd. CeDeWu.pl, Warszawa 2009, s. 7
10. Przedsiębiorczość w sektorach kreatywnych [w:] <http://www.kozminski.edu.pl/> [Access: 2014.06.30]
11. Przez współpracę do sukcesu. Partnerstwo lokalne na rynku pracy, Praca zbiorowa. Departament Rynku Pracy, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2007, s. 10
12. Ustawa o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy z 2004 roku z późn. zmianami
13. Witkowski J., Przebudowa statystyki rynku pracy w okresie transformacji [w:] Wiadomości Statystyczne nr 9/2008, s. 4-7
14. Zaprojektować sukces, Wyd. Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych, Warszawa 2013.
15. Zybala A., Siła partnerstwa. Jak partnerstwa społeczne pomagają lokalnym środowiskom pokonywać problemy i sprostać wyzwaniom przyszłości, Wyd. Centrum Partnerstwa Społecznego „Dialog”, Warszawa 2007, s. 40-41

Informacje o autorze:

Dr inż. Marzena Kacprzak

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Polityki Europejskiej Finansów Publicznych i Marketingu

Ul. Nowoursynowska 166

02-787 Warszawa

e-mail: marzena_kacprzak@sggw.pl

Roman Kisiel,
Katarzyna Idżkowska
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

System opodatkowania rolnictwa w Polsce oraz w wybranych krajach Unii Europejskiej

THE SYSTEM OF AGRICULTURE TAXATION IN POLAND AND CHOSEN COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION

Harmonizacja systemów podatkowych w krajach członkowskich Unii Europejskiej jest jednym z najważniejszych zadań, które stoją przed władzami Wspólnoty na drodze do zacieśnienia współpracy międzynarodowej i przejścia na kolejny etap integracji, którym jest unia gospodarcza. W związku z powyższym, celem badań własnych była analiza systemów podatkowych istniejących w polskim i europejskim rolnictwie. Bardzo ważne było także poznanie opinii polskich i zagranicznych rolników dotyczących systemu opodatkowania, jego wad i zalet, a także poglądów na temat harmonizacji podatków i proponowanych rozwiązań mających ułatwić władzom ujednolicenie prawa podatkowego we wszystkich krajach. Unii.

Badanie ankietowe przeprowadzono w II połowie 2013 r. w grupie 230 właścicieli gospodarstw rolnych (140 polskich, 90 zagranicznych). Polska i Niemcy to kraje, w których – wg opinii rolników – system opodatkowania jest nieuporządkowany, niesprawiedliwy i nieefektywny. Średnia ocena systemu oraz poszczególnych jego komponentów w skali 1–5 (1 – bardzo słabo, 5 – bardzo dobrze) kształtuje się na poziomie dostatecznym (3). Taka sytuacja spowodowana jest głównie brakiem stabilności przepisów, a także licznymi reformami, które – choć zapowiadane – dotychczas nie weszły w życie. Nieco lepiej rozwiązania w zakresie opodatkowania oceniają Francuzi, Grecy oraz Szwedzi (4). Należy również zaznaczyć, że aż 60% badanych w Polsce popiera likwidację podatku rolnego i wprowadzenie dochodowego.

Słowa kluczowe: podatek rolny, podatek dochodowy, system opodatkowania rolnictwa, harmonizacja

Cel i metodyka badań

Wielopłaszczyznowe przekształcenia, będące następstwem transformacji ustrojowej, objęły wszystkie działy polskiej gospodarki, w tym także sektor rolny. Wzrosło znaczenie pozacenowych instrumentów kształtowania poziomu dochodów ludności rolniczej, które determinują poziom jej życia oraz w dużym stopniu wpływają na możliwości produkcyjne całej branży¹. Rolnictwo, mimo swej specyfiki polegającej m.in. na uzależnieniu od warunków klimatycznych czy sezonowości, tak jak i inne działy gospodarki narodowej zostało zobowiązane do ponoszenia wielu obciążeń o charakterze podatkowym oraz quasi-podatkowym, tworzących spójny system opodatkowania. Najważniejszymi składowymi systemu są opłaty paropodatkowe

¹ R. Kisiel, K. Idżkowska: Agricultural Tax – Condition and Prospects. Olsztyn Economic Journal, nr 8(2)/2013, s. 110.

(składki na ubezpieczenia społeczne i majątkowe rolników), podatki (od dochodów rolniczych, gruntów rolnych, leśnych), opłaty (sądowa, skarbowe), a także pożyczki o dobrowolnym lub przymusowym charakterze².

Cechą charakterystyczną opodatkowania działalności rolniczej w Polsce jest swoiste wyodrębnienie go z powszechnego systemu podatkowego. Znamienne jest stosowanie podatku rolnego jako podstawowego rodzaju obciążenia, którego istota polega na obciążeniu obowiązkiem podatkowym majątku, czyli składających się na gospodarstwo hektarów przeliczeniowych. Jest on szczególnym rodzajem opłaty, której wysokość w dużym stopniu zależy od warunków prowadzenia działalności rolniczej, takich jak warunki ekonomiczno-przyrodnicze, przy jednoczesnym pominięciu rodzaju i stopnia efektywności gospodarowania, jak również istotnych czynników infrastrukturalnych. Rozwiązania stosowane w prawie krajowym nie zawsze są zgodne z zasadami obowiązującymi w UE. Dotyczy to głównie wyłączenia dochodów rolniczych z opodatkowania, co stanowi zaprzeczenie równego traktowania podatników³.

W krajach Unii Europejskiej charakteryzujących się wysokim stopniem rozwoju działalność rolnicza podlega zasadom ogólnego systemu podatkowego, dlatego też główna opłata obciążająca rolnictwo ma charakter dochodowy. Mimo że zasady opodatkowania w poszczególnych krajach Wspólnoty nie są jednolite i różnią się m.in. wysokością stawek czy rodzajem ulg, istnieje jedna wspólna zasada dla wszystkich członków – dochody uzyskiwane z działalności rolniczej nie są wyłączone z systemu podatkowego. Osoby fizyczne pracujące w omawianym sektorze gospodarki traktuje się na równi z pozostałymi podatnikami, dlatego też mają one obowiązek uiszczania opłat z tytułu podatku dochodowego o progresywnej skali.

System opodatkowania indywidualnych gospodarstw rolnych jest jednym z najbardziej zróżnicowanych w całej Unii, dlatego też za cel pracy obrano analizę jego uwarunkowań oraz funkcjonowania na przykładzie wybranych krajów UE. Ważne było także porównanie uwarunkowań z systemem obowiązującym w Polsce z uwagi na to, że jest Ona państwem, w którym nadal obowiązuje podatek rolny o charakterze majątkowym.

Celem badań prowadzonych w Polsce było poznanie opinii rolników na temat poszczególnych konstrukcji podatkowych ich obciążających („Jak ocenia Pan/Pani funkcjonowanie podatku rolnego, leśnego?”), a także zapowiadanej przez rząd reformy, której skutkiem ma być likwidacja obowiązującego dotychczas podatku rolnego i zastąpienie go podatkiem dochodowym („Jak ocenia Pan/Pani zapowiadaną reformę opodatkowania dochodów rolniczych?”, „Proszę wskazać największe wg Pana/Pani obawy polskich rolników związane z planowanym wprowadzeniem opodatkowania dochodów.”). Pytania zawarte w kwestionariuszu dotyczyły także m.in. preferowanej przez rolników podstawy opodatkowania ich działalności („Co wg Pana/Pani stanowić powinno podstawę opodatkowania gospodarstw rolniczych w Polsce?”) oraz proponowanych przez rolników zmian, mających na celu usprawnienie systemu opodatkowania. Ważną częścią badania było zasięgnięcie subiektywnej opinii polskich

² M. Podstawka: *Opodatkowanie rolnictwa i perspektywy jego zmian w Polsce*. Wyd. SGGW, Warszawa 1995, s. 24.

³ K. Gruzziel: *Stan i kierunki zmian w opodatkowaniu gospodarstw rolniczych*. Wyd. SGGW, Warszawa 2008, s. 56.

rolników na temat ośmiu wybranych komponentów systemu opodatkowania, a mianowicie:

- liczby podatków (liczba regulowanych przez rolników opłat podatkowych),
- wysokości obciążeń podatkowych (łączna kwota naliczonych podatków),
- systemu ulg i zwolnień (rodzaj i liczba ulg oraz zwolnień, z których korzystają rolnicy),
- stabilności przepisów podatkowych (częstotliwość oraz zakres zmian przepisów prawnych w zakresie opodatkowania),
- przejrzystości przepisów podatkowych (łatwość w przyswajaniu i rozumieniu przepisów dotyczących opodatkowania),
- nastawienia urzędników administracji podatkowej (skłonność do pomocy, kultura osobista urzędników oraz poziom ich kwalifikacji),
- długości terminów podatkowych (okres, jaki przysługuje podatnikowi na regulację wszystkich obciążających go zobowiązań),
- poziomowi doradztwa podatkowego (wiedza, umiejętności oraz kwalifikacje doradców podatkowych).

Próba badawcza objęła 140 właścicieli indywidualnych gospodarstw rolnych w Polsce, z dwóch regionów FADN – Mazowsza i Podlasia oraz Pomorza i Mazur. Badania miały w dużym stopniu charakter spotkań indywidualnych (88 kwestionariuszy), część danych (52 kwestionariusze) została uzyskana dzięki nawiązaniu współpracy z lokalnymi jednostkami Ośrodków Doradztwa Rolniczego bądź samymi doradcami rolniczymi. Powodem, dla którego dokonano geograficznego zróżnicowania podmiotów, były przede wszystkim odmienne warunki gospodarowania na tych terenach (np. w zakresie jakości gleb czy długości okresu wegetacyjnego).

Celem badań prowadzonych w krajach Unii Europejskiej było poznanie opinii rolników na temat systemów opodatkowania funkcjonujących w ich krajach. Uzyskano ich subiektywne opinie na temat systemu jako całości („Czy system opodatkowania rolnictwa w Pana/Pani kraju jest efektywny u realizuje podstawowe zasady i funkcje podatkowe? Proszę uzasadnić odpowiedź.”), a także ich stanowisko wobec wymienionych wcześniej komponentów systemu podatkowego (ocena w skali 1–5, 1 – komponent oceniam bardzo słabo, 5 – komponent oceniam bardzo dobrze).

Część badań obejmująca swym zasięgiem gospodarstwa zagraniczne przeprowadzono drogą elektroniczną. Kwestionariusz przesłano do instytucji zrzeszających rolników na terenie kilku wybranych krajów UE, a stamtąd do gospodarstw indywidualnych. Z 400 (po 100 na każdy wybrany kraj) wysłanych kwestionariuszy autorzy otrzymali 90 wypełnionych ankiet: 32 z Niemiec, 24 z Grecji, 19 z Francji oraz 15 ze Szwecji. W doborze krajów, na obszarze których prowadzono badania, kierowano się w głównej mierze stopniem wsparcia sektora rolnego pod względem opodatkowania oraz warunkami gospodarowania (np. klimat, okres wegetacyjny).

Opodatkowanie działalności rolniczej w Polsce oraz w wybranych krajach Wspólnoty

Opodatkowanie polskich gospodarstw rolnych obejmuje różnego rodzaju opłaty, a także podatki o charakterze dochodowym, majątkowym lub przychodowym,

wśród których wylicza się: podatek rolny od gruntów, podatek leśny, podatek dochodowy od osób fizycznych z działów specjalnych produkcji rolniczej, podatek od środków transportu, podatek od nieruchomości, podatek od towarów i usług (VAT), podatek akcyzowy, podatek od posiadania psów (od 2008 r. funkcjonuje jako opłata od posiadania psów), podatek od spadków i darowizn⁴.

Polskie rolnictwo jest jedynym działem gospodarki, w którym w miejsce powszechnie stosowanego podatku dochodowego funkcjonującego na ogólnych zasadach stosuje się podatek rolny od gruntów o charakterze majątkowym, regulowany w ratach kwartalnych do 15 marca, 15 maja, 15 września oraz do 15 listopada każdego roku podatkowego. Wraz z wejściem w życie ustawy o podatku rolnym z 1984 r. opłata ta przestała mieć charakter przychodowy⁵. Cechą charakterystyczną tego obciążenia jest prosta konstrukcja oraz silne jej powiązanie z działalnością samorządu terytorialnego i realizacją zadań nadanych władzom lokalnym przez organy państwowe. Podatek rolny w całości zasila budżety najmniejszych jednostek samorządu terytorialnego, jakimi są gminy i jest dla nich ważnym źródłem dochodów własnych. Jedną z właściwości podatku rolnego jest także rozbudowany system ulg oraz zwolnień podatkowych, które stanowią jeden z elementów konstrukcji podatków. Korygują one wysokość wyznaczonego przez władze podatkowe obciążenia na korzyść podatnika

W wielu wysoko rozwiniętych krajach Unii Europejskiej system opodatkowania rolnictwa stanowi integralną część powszechnego systemu podatkowego i podlega tym samym zasadom, które obowiązują podatników prowadzących działalność przemysłową oraz usługową. Konstruując ramy instytucjonalne, pamiętano jednak, aby uwzględnić specyfikę rolnictwa, na którą składa się m.in. sezonowość, uzależnienie od warunków klimatycznych, niższa efektywność czy też konieczność utrzymania i wyrównywania dochodów w nim uzyskiwanych z innymi działami gospodarki⁶.

Konsekwencją decyzji podjętych przez władze ustawodawcze krajów UE było stworzenie systemu ulg podatkowych stosowanych w rolnictwie. Liczono się bowiem z tym, że wysokie stawki podatku dochodowego w tym sektorze mogłyby wpływać na zahamowanie, a nawet na likwidację gospodarstw i prowadzić do powiększenia szarej strefy gospodarki. Członkowie Wspólnoty mają zapewnioną suwerenność w ustaleniu zakresu oddziaływania na rolnictwo, dlatego też w całej Unii w różnym stopniu zachowywane są ulgi podatkowe. Biorąc pod uwagę stopień ingerencji państw w działalność rolniczą, kraje członkowskie można podzielić na dwie grupy:

- państwa, w których w konstrukcji podatków stosuje się szereg ulg i zwolnień łagodzących fiskalizm tych opłat,
- państwa, w których katalog ulg ograniczony został do niezbędnego minimum.

Jednym z państw członkowskich Unii Europejskiej, w którym powszechny system opodatkowania pozwala na osiągnięcie specjalnych korzyści z prowadzenia

⁴ R. Rosiński: Polski system podatkowy, Poszukiwanie optymalnych rozwiązań. Wyd. Difin, Warszawa 2008, s. 48.

⁵ M. Podstawka, E. Rudowicz: Wykorzystanie wybranych podatków lokalnych w kreowaniu polityki fiskalnej gmin. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, nr 4 (53)/2010, s. 81.

⁶ R. I. Dziemianowicz: Efektywność systemu opodatkowania rolnictwa. Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2007, s. 193.

działalności w sektorze rolnictwa, na terenie którego przeprowadzone zostały badania ankietowe, są Niemcy. Jednocześnie system podatkowy w tym kraju uważany jest za jeden z najbardziej skomplikowanych w Europie, stawki podatkowe zaś – za najwyższe w całej Unii. Ustawodawstwo niemieckie określa 7 kategorii dochodów, które podlegają obowiązkowi podatkowemu w zakresie podatku dochodowego od osób fizycznych: handel lub biznes (działalność gospodarcza), rolnictwo i leśnictwo, niezależne prywatne usługi (wolny zawód), praca najemna, inwestycje kapitałowe, wynajem, honoraria oraz tantiemy, inne dochody. Każda z ww. kategorii podlega innym zasadom, odnoszącym się do wyznaczania podstawy opodatkowania i naliczania realnego obciążenia z tytułu podatku dochodowego. W przypadku działalności w sektorze rolno-leśnym do dochodów włączone są również środki finansowe uzyskane ze sprzedaży części lub całości gospodarstwa. Rok podatkowy dla ludności pracującej w rolnictwie trwa od 1 lipca do 30 czerwca następnego roku, a dochody w nim osiągnięte są rozliczane proporcjonalnie w roku kalendarzowym. Skala podatkowa ma charakter progresywny, natomiast stawki mieszczą się w przedziale 15–42% (4 progi podatkowe, w tym 2 z elastycznymi stawkami PIT powiększonymi o podatek solidarnościowy: 0, 15,83–25,17, 25,17–44,31 i 44,31%)⁷.

System podatkowy obowiązujący rolników w Grecji, gdzie także przeprowadzone zostały badania ankietowe, nie odbiega znacznie od rozwiązań stosowanych w innych krajach Wspólnoty. Właściciele gospodarstw rolnych są zobowiązani opłacać podatek dochodowy, którego wysokość oraz rodzaj uzależniona jest nie tylko od wysokości osiąganych w danym roku podatkowym dochodów, ale także w dużej mierze od źródła ich uzyskania. W greckim ustawodawstwie wymienia się sześć kategorii (A–G) dochodów uwzględnianych przy ustalaniu podstawy opodatkowania: dochody z nieruchomości (A, B), z inwestycji w majątek ruchomy (C), z działalności gospodarczej (D), z działalności rolniczej i leśnej (E), z zatrudnienia (F) oraz z wykonywania wolnych zawodów i inne (G). Podatnicy osiągający przychody z rolnictwa bądź leśnictwa opodatkowani są wg progresywnych stawek podatku, wynoszących odpowiednio 0% (dochód do 11 tys. EUR), 15% (11–13 tys. EUR), 30% (13–23 tys. EUR) oraz 40% (dochód powyżej 23 tys. EUR). Kwota wolna od podatku wynosiła w roku 2005 8400 EUR. Rolnikom przysługują również standardowe odliczenia, jak choćby ulga na pierwsze i drugie dziecko wynosząca po 1 tys. EUR.

W Grecji nie ma podatku majątkowego (od wartości majątku netto/bogactwa). Są tam natomiast dwa podatki od nieruchomości: lokalny (w zależności od prefektury, w której znajduje się nieruchomość, wynosi on od 0,025 do 0,035% jej wartości fiskalnej) oraz ogólnokrajowy (nakładany na osoby prawne – 0,7% wartości). Właściciele posiadłości ziemskich zobowiązani są opłacać podatek gruntowy. W grudniu 2013 r. grecki rząd uchwalił ustawę, na mocy której dotychczasowy podatek od nieruchomości ma objąć także rolników opłacających tej pory jedynie podatek dochodowy. Zgodnie z nowymi przepisami opodatkowana zostanie każda parcela, której powierzchnia przekracza 1 tys. m². Zwolnienia mają objąć osoby uzyskujące niskie dochody oraz zamieszkujące małe wyspy⁸.

⁷ K. Wach: Systemy podatkowe krajów Unii Europejskiej. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s. 253.

⁸ <http://www.lewica.pl/?id=28981&tytul=Grecja:-Parlament-zatwierdzi%B3-podatki-od-nieruchomom%B6ci-rolnych> z 10.02.2013 r.

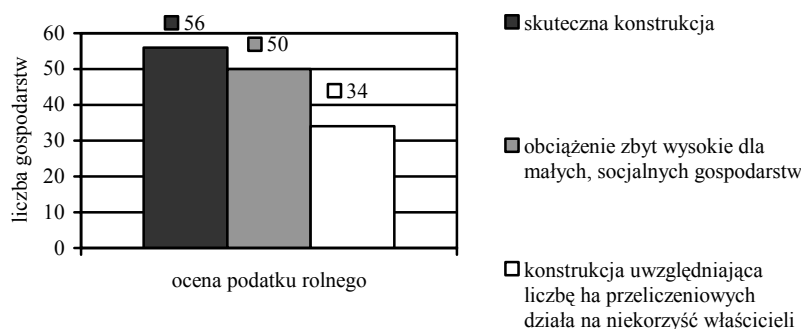
Zarówno niemiecki, jak i grecki system opodatkowania rolnictwa nakłada na rolników obowiązek regulacji podatku o charakterze dochodowym, przy wyliczaniu którego bierze się pod uwagę nie tylko wysokość dochodu, ale także źródło jego pochodzenia. Dochód uzyskiwany z działalności rolniczej zaszeregowuje się do jednej z kilku wyodrębnionych kategorii dochodów (Niemcy – 7, Grecja – 6), przy czym każda charakteryzuje się innymi zasadami wyliczania podstawy opodatkowania. Podatek dochodowy w tych krajach ma charakter progresywny z 4 stawkami uzależnionymi od wysokości dochodu.

Zasadnicza różnica między wymienionymi państwami wynika ze stopnia ingerencji władz państwowych w funkcjonujący system opodatkowania rolnictwa oraz jego łagodniejszym traktowaniu rolnictwa w porównaniu do pozostałych działów gospodarki. Grecy rolnicy traktowani są bowiem na równi z innymi podatnikami, przysługują im standardowe ulgi i odliczenia, dostępne także dla tych, którzy osiągają dochody z pracy w przemyśle czy usługach. Rolnicy w Niemczech, oprócz standardowych odliczeń, mogą liczyć na dodatkowe ulgi i zwolnienia, które mają na celu łagodzenie fiskalizmu obciążających ich opłat.

Ocena systemu opodatkowania rolnictwa w Polsce oraz w wybranych krajach Unii Europejskiej

Celem badań przeprowadzonych w II połowie 2013 r. było poznanie opinii rolników na temat poszczególnych opłat podatkowych ich obciążających, a także systemów opodatkowania działalności rolniczej funkcjonujących w krajach Wspólnoty. Ważne było również poznanie nastrojów polskich rolników związanych z reformą zapowiadaną przez rząd, której skutkiem ma być likwidacja obowiązującego dotychczas podatku rolnego i zastąpienie go dochodowym.

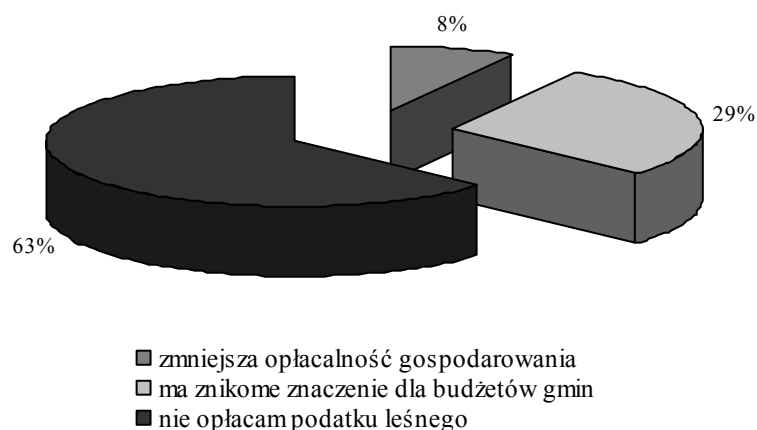
Wśród 140 respondentów prowadzących działalność rolniczą w Polsce na pytanie dotyczące praktycznego funkcjonowania podatku rolnego 56 było zdania, że obowiązujący obecnie podatek rolny stanowi skuteczną konstrukcję, uwzględniającą różnice w warunkach prowadzenia działalności rolniczej, natomiast 50 rolników było zdania, że obciąża on małe i niskodochodowe gospodarstwa w zbyt dużym stopniu. Zgodnie ze stanowiskiem 34 respondentów konstrukcja podatku rolnego sprawia, że właściciele dużych gospodarstw rolnych muszą odprowadzać do budżetu gminy zbyt wysokie kwoty (rys. 1).



Rysunek 1. Ocena podatku rolnego

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

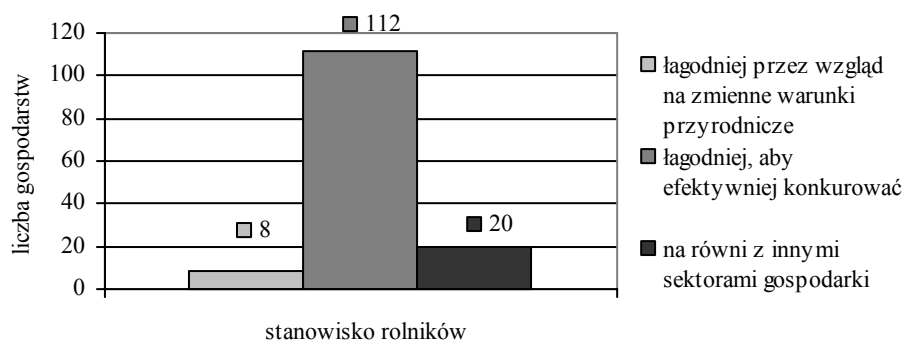
Podatek leśny jest obciążeniem, które zostało ocenione przez badanych rolników jako najmniej efektywne i tym samym zbędne w systemie podatkowym. Wśród 140 gospodarstw aż 88 (63%) nie podlega obowiązkowi uiszczania opłat z jego tytułu. Rolnicy, którzy płacą podatek leśny, uważają go za dodatkowe obciążenie, hamujące tempo rozwoju rolnictwa przez zmniejszanie opłacalności gospodarowania (8%) lub za konstrukcję zbędną, mającą znikome znaczenie dla budżetów gmin (29%) (rys. 2).



Rysunek 2. Ocena podatku leśnego

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

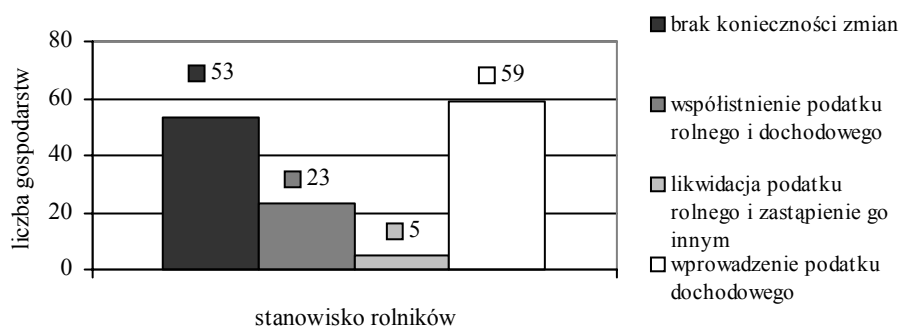
Rolnictwo jest działem gospodarki, które w kwestii opodatkowania jest traktowane łagodniej niż przemysł czy usługi. Polskiemu systemowi opodatkowania rolnictwa często zarzuca się łamanie konstytucyjnej zasady równego traktowania obywateli. Należy jednak zaznaczyć, że charakterystyczne dla działalności rolniczej jest uzależnienie dochodów uzyskiwanych z jej prowadzenia od czynników zewnętrznych, na które pracujący w rolnictwie nie mają wpływu. Biorąc pod uwagę poziom rozwoju, na jakim obecnie znajduje się polskie rolnictwo, właściciele aż 112 gospodarstw stwierdzili, że ten dział gospodarki powinien być traktowany łagodniej pod względem podatkowym, aby mógł konkurować z krajami UE. Kolejnych 8 respondentów opowiedziało się za łagodniejszym traktowaniem rolnictwa ze względu na zmienne warunki przyrodnicze będące jedną z głównych determinant tej działalności. Jedynie 20 właścicieli gospodarstw popiera rozwiązanie, w którym rolnicy będą traktowani na równi z pozostałymi podatnikami (rys. 3).



Rysunek 3. Traktowanie opodatkowania rolnictwa w odniesieniu do pozostałych działów gospodarki

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

Rolnictwo w Polsce jest działem gospodarki wymagającym modernizacji i wielopłaszczyznowych zmian, aby móc konkurować z rolnictwem w krajach UE. Natychmiastowych przeobrażeń i dostosowania ich do rozwiązań wspólnotowych wymaga system opodatkowania działalności rolnej. Właściciele gospodarstw rolnych wśród kilku proponowanych i rozważanych przez władze rozwiązań wskazali te, które mogłyby w znacznym stopniu wpłynąć na usprawnienie systemu podatkowego.



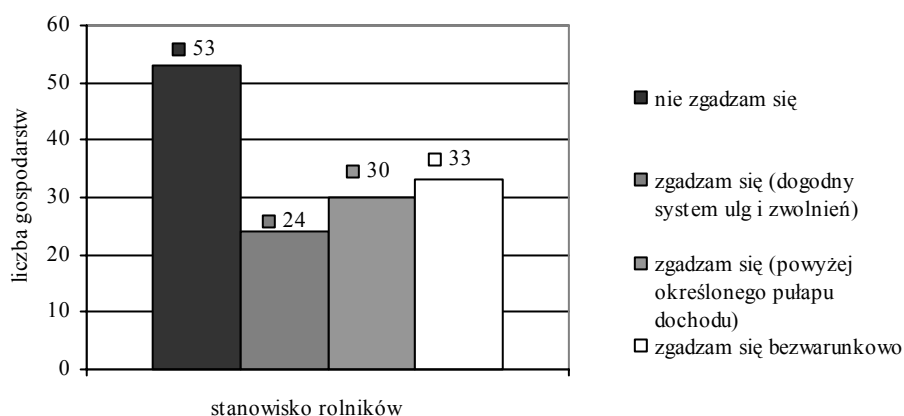
Rysunek 4. Ocena proponowanych reform w systemie opodatkowania rolnictwa

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

Wśród 140 respondentów aż 53 nie widzi potrzeby wprowadzania jakichkolwiek zmian. Pozostali ankietowani są zgodni – należy poczynić niezbędne kroki w celu poprawy funkcjonowania rolniczego systemu finansowego. Za wprowadzeniem podatku dochodowego w rolnictwie jest 59 rolników, 5 zaproponowało likwidację podatku rolnego i zastąpienie go inną opłatą, natomiast 23 opowiedziało się za jednoczesnym funkcjonowaniem podatku rolnego i dochodowego (rys. 4).

Na rysunku 5 przedstawiono stosunek polskich rolników do propozycji opodatkowania ich dochodów. Zdaniem 53 respondentów zastąpienie podatku rolnego o

charakterze majątkowym opłatą obciążającą dochody jest rozwiązaniem niedopuszczalnym na obecnym etapie rozwoju polskiego rolnictwa. Wśród 33 rolników panuje przekonanie, że podatek dochodowy to jedyne możliwe rozwiązanie w sytuacji dostosowywania się polskich realiów do rozwiązań z powodzeniem funkcjonujących w krajach UE. Znaczna część badanych opowiedziałaby się za wprowadzeniem podatku dochodowego w rolnictwie w przypadku opodatkowania dochodów powyżej określonego pułapu (30 os.) bądź przy zastosowaniu dogodnego systemu ulg i zwolnień (24 os.).



Rys. 5. Stanowisko rolników nt. wprowadzenia podatku dochodowego
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych

Każda przeprowadzana przez władze reforma wiąże się z obawami obywateli. W przypadku polskich rolników, którzy opłacają podatek rolny od 30 lat w niemal niezmiennym kształcie, dominuje przekonanie, że wprowadzenie opodatkowania dochodów przyniesie ze sobą wiele niedogodności dla prowadzenia działalności w tym dziale gospodarki. Właściciele gospodarstw rolnych w Polsce obawiają się głównie wzrostu biurokracji i skomplikowanych zasad rozliczania (70 wskazań), wzrostu ciężaru podatkowego (wyższa niż dotychczas kwota opłacanego podatku) (62 wskazania) oraz spadku dochodów rolniczych i ograniczenia rozwój gospodarstw (54 wskazania). Mniejsze obawy budzi natomiast większa liczba kontroli skarbowych (7 wskazań) oraz problemy z samodzielnym rozliczaniem podatku (8 wskazań) (rys. 6).

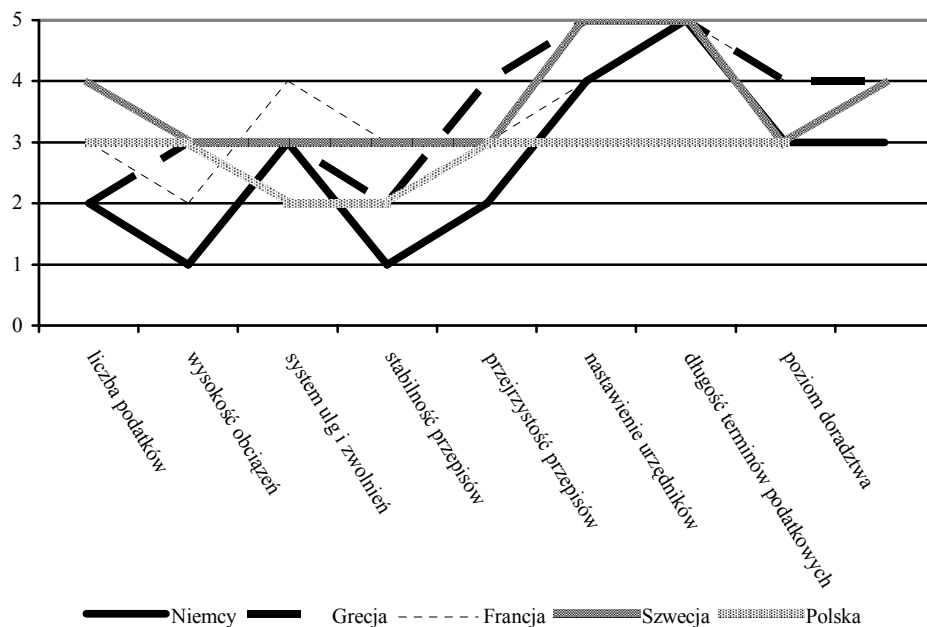


Rysunek 6. Obawy polskich rolników związane z zapowiadanymi reformami (wielokrotność odpowiedzi)
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

Ważną częścią badań było poznanie opinii zagranicznych właścicieli gospodarstw dotyczących systemów opodatkowania działalności rolniczej funkcjonujących w ich krajach, ale bez wyodrębniania poszczególnych ich komponentów („Czy system opodatkowania rolnictwa w Pana/Pani kraju jest efektywny u realizuje podstawowe zasady i funkcje podatkowe? Proszę uzasadnić odpowiedź.”). Miało to na celu także wskazanie potencjalnych dróg przyszłych zmian, reform i usprawnień.

Badani z 49 gospodarstw (na 90) oceniają system podatkowy jako sprawiedliwy, nienaruszający podstawowych zasad podatkowych. Działa on efektywnie, zawiera niezbędne regulacje, jest jasny. Dzięki opodatkowaniu dochodów rolniczych realizuje on także podstawowe funkcje (zwłaszcza fiskalną), dostarczając do budżetu niezbędne środki finansowe. Takie traktowanie osób pracujących w rolnictwie nie powoduje napięć społecznych, gdyż obywatele nie zarzucają władzom prowadzenia łagodniejszej polityki podatkowej wobec właścicieli gospodarstw. Pozostali ankietowani (41 z 90) jako główne zarzuty wobec źle funkcjonującego systemu opodatkowania działalności rolniczej wyliczają niestabilność systemu, na którą zasadniczy wpływ mają zapowiadane, lecz nie wprowadzane przez władze, reformy. Wśród wad tego systemu rolnicy wymieniają także brak pomocy skierowanej do określonych działów produkcji (zwłaszcza podatnej na zmienne warunki przyrodnicze) oraz zbyt dużą liczbę podatków i opłat (np. opodatkowanie Greków podatkiem od nieruchomości, któremu dotychczas nie podlegali).

Ankietowani prowadzący działalność rolniczą w wybranych krajach Unii, podobnie jak polscy rolnicy, mieli możliwość oceny w skali 1–5 (1 – bardzo słabo, 5 – bardzo dobrze) 8 elementów systemu opodatkowania: liczbę podatków, wysokość obciążeń podatkowych, system ulg i zwolnień, stabilność przepisów podatkowych, przejrzystość przepisów podatkowych, nastawienie urzędników administracji podatkowej, długość terminów podatkowych oraz poziom doradztwa podatkowego. W celu podkreślenia różnic między poszczególnymi państwami wyniki zostały uśrednione i przeanalizowane dla każdego z nich oddzielnie. Zobrazowano je na rysunku 7.



Rysunek 7. Ocena systemów opodatkowania rolnictwa w Polsce oraz w wybranych krajach UE
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

Respondenci prowadzący działalność na terenie Szwecji są grupą, która w stosunku do rolników z innych krajów jest zadowolona ze stosowanych rozwiązań w zakresie opodatkowania rolnictwa. Wśród składników, które otrzymały średnio najwięcej ocen bardzo dobrych (5) znalazło się „nastawienie urzędników administracji podatkowej” oraz „długość terminów podatkowych”. Na ocenę dobrą (4) oceniono „liczbę podatków”. Zgodnie z opiniami szwedzkich rolników pozostałe komponenty, tj. „wysokość obciążeń podatkowych”, „system ulg i zwolnień”, „stabilność, przejrzystość przepisów podatkowych” oraz „poziom doradztwa”, funkcjonują w sposób dostateczny (3).

W związku z obserwowanymi w Grecji nastrojami społecznymi wokół złej kondycji finansowej państwa oraz coraz bardziej restrykcyjnymi przepisami prawnymi, wynik badania przeprowadzonego wśród niewielkiej grupy rolników jest w rzeczywistości lepszy, niż można się było spodziewać. Najslabiej (2) oceniono tam „liczbę podatków” i „stabilność przepisów”. Pozostałe oceny kształtują się następująco: dostatecznie (3) w odczuciu Greków funkcjonuje „wysokość obciążeń” oraz „system ulg i zwolnień”, dobrze (4) – „przejrzystość przepisów” i „poziom doradztwa”. Dobrze przygotowani, uprzejmi urzędnicy państwowi oraz dogodne terminy podatkowe znacznie podnoszą w tym kraju efektywność systemu podatkowego (oceny bardzo dobre).

Francuscy rolnicy, którzy wzięli udział w badaniu, bardzo dobrze ocenili komponent „długość terminów podatkowych” (5), a także „system”, „nastawienie urzędników administracji podatkowej” oraz „poziom doradztwa” (4).

Dostatecznie (3) oceniono „liczbę podatków”, „stabilność przepisów”, jak również ich „przejrzystość”. Efektywność systemu we Francji, zgodnie z ocenami rolników, jest w dużym stopniu zakłócana przez zbyt wysokie kwoty obciążeń (2).

Bardzo słabo (1), zdaniem grupy kilkudziesięciu respondentów pochodzących z Niemiec, funkcjonują aż dwa z ośmiu komponentów – „wysokość obciążeń” oraz „stabilność przepisów”, co jest wynikiem zaskakującym, biorąc pod uwagę funkcjonujący w świadomości społeczeństwa europejskiego obraz tego państwa jako kraju o stabilnych i jasnych zasadach. Kolejnym dwu elementom – „liczbie podatków” oraz „przejrzystości przepisów” przyznano tylko 2 punkty. Dostatecznie (3) działa „system ulg i zwolnień”. Na takim samym poziomie rolnicy usytuowali „poziom doradztwa”. Działalność urzędników państwowych oceniono dobrze (4), a bardzo dobrze (5) – „długość terminów podatkowych”.

Średnia ocena systemu opodatkowania rolnictwa w Polsce, na tle wybranych krajów UE, sytuuje nasz kraj w grupie państw, w których podatnicy nie są zadowoleni z funkcjonujących rozwiązań. Wśród ocen przyznanych przez 140-osobową grupę polskich rolników przeważają oceny dostateczne, przyznane następującym komponentom: „liczba podatków”, „wysokość obciążeń”, „przejrzystość przepisów”, „długość terminów podatkowych”, „nastawienie urzędników administracji podatkowej” oraz „poziom doradztwa”. Słabo (2) oceniono „stabilność przepisów” oraz „system ulg i zwolnień”, co jest niezwykle zaskakujące, zważywszy na fakt, że w Polsce ustawodawstwo określa wiele zarówno przedmiotowych, jak i podmiotowych zwolnień od podatków obciążających gospodarstwa rolne.

Podsumowanie i wnioski

Polski system podatkowy w rolnictwie jest nieuporządkowany, co znajduje odzwierciedlenie w ocenie, jaką wystawili mu badani rolnicy. Szczególnie słabo ocenione zostały dwa komponenty – „stabilność przepisów podatkowych” oraz „system ulg i zwolnień”, które otrzymały jedynie 2 punkty. W przypadku pierwszego elementu niska ocena spowodowana jest niewątpliwie brakiem działań nad reformą opodatkowania rolników indywidualnych w Polsce, zapowiedzianą przez premiera już na początku jego kadencji, w listopadzie 2011 r., jak również zawartą w Wieloletnim Planie Finansowym Państwa na lata 2012–2015. Słaba ocena systemu ulg podatkowych może natomiast dziwić, ponieważ w naszym kraju istnieje bardzo rozbudowany katalog zwolnień, podczas gdy w wielu krajach UE nie ma takich rozwiązań.

Polscy rolnicy, którzy podlegają obowiązkowi regulacji należności z tytułu podatku leśnego, określają go jako opłatę hamującą tempo rozwoju rolnictwa przez zmniejszanie opłacalności gospodarowania (8%) lub za konstrukcję zbędną, mającą znikome znaczenie dla budżetów gmin (29%). Co ciekawe, aż 60% ankietowanych uważa, że podatek rolny jest konstrukcją nieskuteczną. Niemal połowa badanych zgodnie wskazała dochód netto gospodarstwa jako optymalną podstawę opodatkowania. Jedynie 38% rolników z 140-osobowej grupy nie chce wprowadzenia opodatkowania dochodów, gdyż obawia się wzrostu ciężaru podatkowego i związanego z nim spadku dochodów oraz wzrostu biurokracji. Pozostała część badanych widzi w takim rozwiązaniu możliwość poprawy funkcjonowania całego systemu oraz zwiększenia wpływów do budżetu państwa.

Kraje Wspólnoty znajdują się na wyższym poziomie rozwoju niż Polska, nie oznacza to jednak, że rozwiązania stosowane w tych państwach spotykają się z przychylną subiektywną oceną systemu oraz brakiem sprzeciwu podatników. Ponad połowa z nich ocenia krajowy system opodatkowania jako nieefektywny i wymagający niezwłocznej reformy. Grupa niemieckich rolników zajęła dosyć nieprzychylnie stanowisko wobec wybranych komponentów systemu opodatkowania, nawet mimo tego, że prowadzą działalność w kraju, gdzie stosowane są szczególne przepisy mające stanowić wsparcie dla rolnictwa (subiektywna uśredniona ocena na podstawie grupy kilkudziesięciu rolników niemieckich – dostateczna). Zaskakującym może być fakt, że w krajach, w których takie wsparcie nie występuje bądź jest ograniczone do minimum, sami rolnicy zaś są traktowani na równi z podatnikami pracującymi w pozostałych działach gospodarki (Szwecja, Grecja), respondenci, którzy wzięli udział w badaniu, ocenili funkcjonowanie systemu nieco przychylniej (subiektywna uśredniona ocena na podstawie grupy kilkudziesięciu rolników szwedzkich i greckich – dobra).

Rolnicy, często uważani za grupę społeczną o niedostatecznym wykształceniu, dobrze wiedzą jakie zmiany należałoby wprowadzić, aby system opodatkowania ich działalności został usprawniony. Wymieniają wśród nich m.in.: zmniejszenie liczby podatków tworzących system, opodatkowanie dochodów z działalności rolniczej czy wprowadzenie dodatkowych kontroli kompetencji urzędników państwowych.

Literatura

- Andersen F.G., Asheim F.J., Mittenzwei K., Veggeland F.: *Taxation of Agriculture in Selected Countries*, Norwegian Agricultural Economics Research Institute, Oslo 2002
- Bird R. M.: *Taxing agricultural Land in Developing Countries*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts 1974
- Encyklopedia ekonomiczno-rolnicza*. Red. Manteuffel R., Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne, Warszawa 1984
- Dolata S.: *Podstawy wiedzy o podatkach i polskim systemie podatkowym*. Studia i Monografie, 247: 50, Wyd. Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2000
- Duczkowska-Małysz K.: *Wieś i rolnictwo wobec reformy finansów publicznych – dylematy wokół rozwoju gospodarczego*. W: Tomkiewicz J. (Red.) *Finanse publiczne a wzrost gospodarczy*. Wyd. Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2005
- Dziemianowicz R. I.: *Efektywność systemu opodatkowania rolnictwa*. Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2007
- Gaudemet P.M.: *Finanse publiczne*. PWE, Warszawa 1990
- Gruziel K.: *Stan i kierunki zmian w opodatkowaniu gospodarstw rolniczych*. Wyd. SGGW, Warszawa 2008
- Kesti J.: *Taxation of Individuals in Europe*. International Bureau of Fiscal Documentation, 2004
- Kisiel R., Idzkowska K.: *Agricultural Tax – Condition and Prospects*. Olsztyn Economic Journal 8(2):109–120. Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2013
- Podstawka M.: *Opodatkowanie rolnictwa i perspektywy jego zmian w Polsce*. Wyd. SGGW, Warszawa 1995
- Podstawka M., Rudowicz E.: *Wykorzystanie wybranych podatków lokalnych w kreowaniu polityki fiskalnej gmin*. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, nr 4 (53):79–87. Wyd. SGGW, Warszawa 2010
- Rosiński R.: *Polski system podatkowy, Poszukiwanie optymalnych rozwiązań*. Wyd. Difin, Warszawa 2008
- Shipwright A., Keeling E.: *Textbook on Revenue Law*, Blackstone Press Limited, Londyn 1998

Wach K.: *Systemy podatkowe krajów Unii Europejskiej*. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005
Zmiany systemu podatkowego w rolnictwie. Red. Pawłowska-Tyszko J., Wyd. Instytutu
Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej Państwowego Instytutu Badawczego,
Warszawa 2012
<http://www.hmrc.gov.uk/> [dostęp 08.02.2014 r.]

Summary

Harmonisation of tax systems in the European Union member states is one of the most important tasks faced by the authorities of the Union on the path to tightening the international cooperation and transition to the next stage of integration that the economic union is. Thus, the analysis of the tax systems functioning in the Polish and European agriculture was the objective of own studies. Obtaining knowledge concerning the opinions of Polish farmers and those operating abroad on the taxation system, its strengths and weaknesses as well as the opinions on the issue of harmonisation of taxes in the Community and the proposed solutions aimed at facilitating standardisation of the tax law to the authorities of all the Union countries was also very important.

Questionnaire based surveys were conducted during the second half of 2013 among 230 owners of agricultural farms (140 in Poland and 90 foreign). Poland and Germany are the countries where according to the farmers' opinions the tax system is unorganised, unjust and ineffective. The average rating of the system and its individual components according to the 1 – 5 scale (1 – very poor, 5 – very good) was at the satisfactory (3) level. That situation is caused mainly by lack of stability of the regulations as well as numerous reforms which, although announced, have not been implemented so far. The taxation solutions were ranked slightly better ((good) by the French, Greeks and Swedes. It should also be pointed out that as many as 60% of the Polish farmers covered support liquidation of the agricultural tax and implementation of the income tax.

Key words: agricultural tax, income tax, agriculture taxation system, harmonisation

Informacja o autorach:

prof. dr hab. Roman Kisiel, mgr Katarzyna Idźkowska

Katedra Polityki Gospodarczej i Regionalnej

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

ul. Oczapowskiego 4/200

10-718 Olsztyn

e-mail: kisiel@uwm.edu.pl, katarzyna.izkowska@wp.pl

Sylwester Kozak
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

THE IMPACT OF THE ADDITIONAL CREDIT ON THE ECONOMIC GROWTH AND PERSONAL INCOME. IS IT ALWAYS POSITIVE?

Wpływ dodatkowego kredytu na rozwój gospodarczy i dochody ludności. Czy zawsze jest pozytywny?

Before the financial crisis, most studies indicated a positive impact of the credit growth on economic development. The experience of recent years significantly changed this view. The paper presents results of the analysis on relationship between credit growth and the GDP growth and growth of personal income (GDP per capita) in 2004-2011. The test was based on a panel regression model using data from the World Bank. It shows that the credit growth accelerates economic growth and personal income in countries with a moderate level of income. In case of high income euro countries, especially highly indebted economies credit growth is not favorable for the growth of GDP or GDP per capita, what could be explained by creation of the asset bubble and saturation of the economy with credit. In addition, dynamic of economic growth is mitigated by increasing inflation.

Keywords: credit, economic growth, individual incomes.

Introduction

The bank loan is one of the main instruments for financing the economy. Up to the early 2000s in the literature prevailed the view that loans raise capacity of the economy to develop. According to such rules in periods of economic downturn monetary authorities generally stimulate economic growth through monetary easing and reduction of funding costs, and in the consequence increasing the amount of credit granted. So supply of additional loans usually contributes to the improvement of economic situation¹.

This mechanism, however, began to change in the late 1990s. In an environment of low interest rates, the volume of lending increased sharply. Additionally the structure of loans changed, as banks granted a large portion of them to households, including mortgage loans financing purchase of real estate. Experienced loan growth in the medium term did not always bring an economic growth. On the contrary, in some cases it became the cause of the crisis, including the recent global financial crisis.

At this time it began to be noticed that the mechanism of stimulating the economy with credit no longer have a unitary character throughout the global economy. Greater benefits from the credit recorded in the less developed economies, while highly developed economies felt the saturation of credit and did not use it effectively. The

¹ T. Beck, R. Levine, N. Loayza, Finance and the sources of growth. Journal of Financial Economics, vol. 58, Issues 1-2, 2000, p. 261-300.

impact of credit on the economy became irregular in nature and varied not only in terms of the country's economic development, but also the type of the sector to which it was delivered.

The purpose of this paper is to analyze the relationship between the growth of bank credit granted to the private sector and the growth of GDP and GDP per capita. Data from the World Bank were used. The analysis was carried out for groups of countries divided by the value of personal income. Additionally two groups of high income countries were introduced: the euro area and the highly indebted euro countries. The study covers the period 2004-2011 and is based on a panel regression with fixed effects. Estimations were conducted with the statistical program STATA version 11

The results indicate that increase in the growth of bank credit had a positive impact on the growth of GDP and GDP per capita in low and middle income countries (up to 12 746 USD). In the euro area, especially in most indebted (Greece, Spain, Ireland and Portugal) countries the credit growth weakened economic development. This means that the credit in these countries created asset bubble or was spent inefficiently due to over lending. In addition, in all countries the economic growth was weakened by rising inflation.

The remaining part of the paper is structured as follow. The first part presents the literature review, the second the changes in GDP and volume of credit granted in selected regions of the global economy, and the third the results of the research on the relationship between credit growth and economic growth. The whole analysis is summarized in the conclusions.

1. Literature review

Empirical studies on the impact of the banking sector on the economy indicate that the increase of its size could be a source of long-term economic growth². Larger scale of financial intermediation enables more efficient and profitable investment of funds and stimulation technological development of enterprises. However these interactions are not uniform and linear. Additional loans accelerate mainly processing industries that use external financing to improve the technological level of production³. In addition, the stimulative function of credit is most effectively realized in economies characterized by moderate inflation⁴, or possessing rather developed financial sector⁵.

² V. Bencivenga, B. Smith, Financial intermediation and endogenous growth. *The Review of Economic Studies*, vol. 58(2), 1991, p. 195-209; J. Greenwood, B. Jovanovich, Financial Development, growth and the distribution of income. *Journal of Political Economy*, vol. 98(5), 1990, p. 1076-1108.; R.G. King, R. Levine, Finance and growth: Schumpeter might be right. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 108(3), 1993, p. 717-37.

³ P. Arestis, P. Demetriades, Financial Development and Economic Growth: Assessing the Evidence. *Economic Journal*, vol. 107, 1997, p. 83-99; R. Rajan, L. Zingales, Financial dependence and growth. *American Economic Review*, vol. 88(3), 1998, p. 559-86.

⁴ P. Rousseau, P. Wachtel, Inflation thresholds and the finance-growth nexus. *Journal of International Money and Finance*, vol. 21(6), 2002, p. 777-793.

⁵ P. Demetriades, S. Law, Finance, institutions and economic development. *International Journal of Finance and Economics*, vol. 11(3), 2006, p. 245-260.

The impact of additional funding weakens with the saturation of the economy with credit, when additional funds do not have opportunity to generate higher production⁶. Analyses indicate that the over-developed banking sector may even adversely affect the state of the economy by raising the probability of banking and currency crises, increasing the volatility of asset prices or reducing the effectiveness of the allocation of funds and human capital⁷. In periods of growth in the capital markets financial institutions become weaker monitor credit risk deriving from funded companies and excessively engage in their lending. This action leads to an inefficient allocation of funds and high financial losses what aggravate the development of the whole economy⁸.

Research on the optimal size of the banking sector which allows efficiently supply the economy in credit leads to the conclusion that the banking size should depend on, inter alia, the economic potential of the state and conditions of its public finances. It is believed that the value of the credit to the private sector should not exceed 100% of the country GDP. In such conditions, the economy of the country has sufficient potential to absorb losses incurred by banks and designate public funds for the restructuring⁹.

It is recognized that the range of 80 to 100% of GDP is the most optimal size of the banks' lending to private sector, although the fastest economic growth can be achieved by lending at the level of 90% of GDP. Too low level of lending does not provide capacity to generate in enterprises improvement of efficiency and economies of scale. In banking system small savings accumulated in banks are not able to finance large economic projects, which provide high profits, reduction of fixed costs and economy of scale¹⁰. On the other hand the excessively developed banking sector comparing to the size of the economy prevents from the effective use of all loans and thus reduces the overall efficiency of the stimulating function of credit on the economy¹¹.

Positive evaluation of the size of credit at the level lower than 100% of GDP comes from the need to maintain a balance between banking and real sectors, which mutually compete for resources and human capital. The existing relationship between productivity growth, represented by a value of GDP per 1 employee, and the amount of the loan has the shape of an inverted U, and its maximum falls in the value of the loan equal to 90% of GDP. This means that the reduction of credit by banks weakens the chances of raising the technological level of the economy, while the excess takes away investment capital and human resources from the real sector and weakens their effectiveness¹². A similar relationship exists between the value of the credit to the private sector and annual GDP

⁶ J. De Gregorio, P. Guidotti, Financial development and economic growth. *World Development*, vol. 23(3), 1995, p. 433–448.

⁷ P. Rousseau, P. Wachtel, What is Happening to The Impact of Financial Deepening on Economic Growth?. *Economic Inquiry*, vol. 49, 2011, p. 276–288.

⁸ N. Gennaioli, A. Shleifer, R. Vishny, Neglected Risks, Financial Innovation, and Financial Fragility. NBER Working Papers, no. 16068, 2010.

⁹ F. Rioja, N. Valev, Does one size fit all? A reexamination of the finance and growth relationship. *Journal of Development Economics*, vol. 74(2), 2004, p. 429–447; J.L. Arcand, E. Berkes, U. Panizza, Too Much Finance?. *International Monetary Fund, IMF Working Papers*, nr 161, 2012.

¹⁰ D. Acemoglu, F. Zilibotti, Was Prometheus unbound by chance? Risk, diversification, and growth. *Journal of Political Economy*, vol. 105 (4), 1997, p. 709 – 751.

¹¹ J. Greenwood, B. Jovanovich, *Financial Development ...*, op. cit.

¹² S. Cecchetti, E. Kharroubi, Reassessing the Impact of Finance on Growth, *Bank for International Settlements. BIS Working Papers*, no. 381, 2012.

growth. In this case, it is noted that the economy is most efficiently absorbing bank credit when its total volume is in the range of 80 to 100% of GDP¹³.

2. Changes in the volume of credit and the level of economic growth

For most of the twentieth century in developed countries the value of the credit granted to the private sector remained at around 60% of GDP. In the United States larger changes in this relationship resulted mainly from strong increases or decreases in prices in the real estate market. Along with changes in prices also the value of loans changed to finance large transactions in this market in the 1980s, the 1990s and 2000s (Figure 1). A similar situation occurred in Japan, where since the early 1950s the value of the bank loan strongly increased. These changes resulted largely from an increase in prices of residential and commercial property, with a maximum value occurred in the early 1990s, i.e. just before the outbreak of the crisis in the Japanese economy. As a result of the crisis the private sector lost its capacity for timely servicing loans and the ratio of bank credit to GDP suddenly collapsed.

In the European Union the dynamic growth of loans, much more exceeding economic growth began in the early 1980s. This trend experienced a particular acceleration in the second half of the 1990s and in the early 2000s. It happened due to the emergence of the boom in the capital market and real estate market. Important components of the total loans granted by the banks were loans to households. It led to a strong indebtedness significantly exceeding the size of households' disposable income¹⁴.

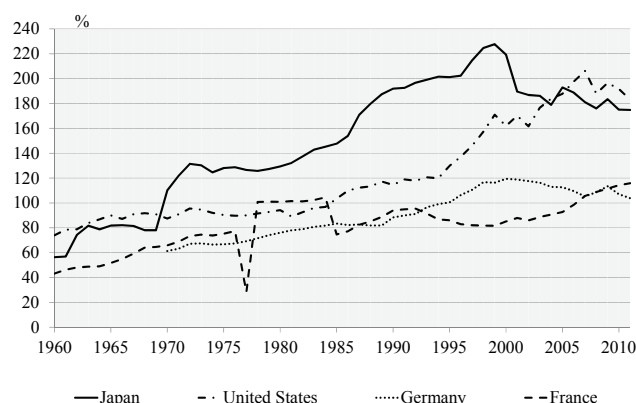


Figure 1. Value of credit as % of GDP in the some countries in 1960-2011

Source: own elaboration based on the data from the World Bank.

However in recent years in different regions changes of the size of lending to non-financial sector do not occur in a uniform manner. The scale of these changes depends on the country economic development and the average size of GDP per capita. In

¹³ J.L. Arcand, E. Berkes, U. Panizza, Too Much Finance?, ..., op. cit.

¹⁴ S. Kozak, Household debt in the EU-15 and the new EU Member States in 2001-2010. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, no. 6 (55), 2011, p. 44-56 [in Polish].

countries with high income the ratio of bank credit to GDP was generally much higher than in the other groups of countries (Figure 2)¹⁵. The highest level of this relationship occurred in the euro zone countries, where GDP per capita is among the highest. Such increase in lending was caused by the relaxation of monetary policy just after starting the Economic and Monetary Union (EMU).

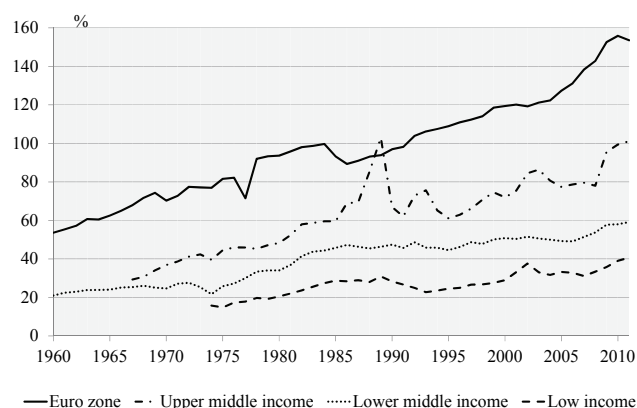


Figure 2. Value of bank credit as % of GDP for regions divided by GDP per capita in 1960-2011
Source: own elaboration based on the data from the World Bank.

In addition, as a result of the extension of high ratings of its largest states, including Germany and France on the entire euro zone, in the peripheral euro countries interest rates on loans fell far below the level that reflects the actual credit risk. In 1999-2007, the ratio of credit to private sector to GDP has increased by tens of percentage points, among others, in Greece from 84% to 114%, in Spain from 112% to 200%, in Portugal, from 94% to 166%, in Ireland from 103% to 195%. To a large extent the monetary policy easing contributed to a sharp increase in the value of loans and then to the economic collapse and financial crisis (Figure 3). The crisis revealed as early as mid-2007, and its consequences led governments of these countries to the solvency limit. These cases are consistent with the results of Kaminsky and Reinhart¹⁶, who suggest that the rapid growth of short-term lending, particularly to finance real estate market, inevitably leads to a strong decline in GDP.

¹⁵ International Monetary Fund divides countries according to the value of their GDP per capita: high-income economies: more than 12,746 USD (e.g. Australia, Canada, Norway, United States); upper-middle-income economies: more than 4,125 USD but less than 12,746 USD (e.g. Albania, Argentina, Malaysia, Peru); lower-middle-income economies: more than 1,045 USD but less than 4,125 USD (e.g. Armenia, Bolivia, Pakistan, Ukraine), low-income-economies: less than 1,045 USD (e.g. Ethiopia, Kenya, Madagascar, Tajikistan), ; <http://data.worldbank.org/about/country-and-lending-groups>.

¹⁶ G. Kaminsky, C. Reinhart, The Twin Crises: The Causes of Banking and Balance-of-Payments Problems. *American Economic Review*, vol. 89, no. 3, 1999, p. 473-500.

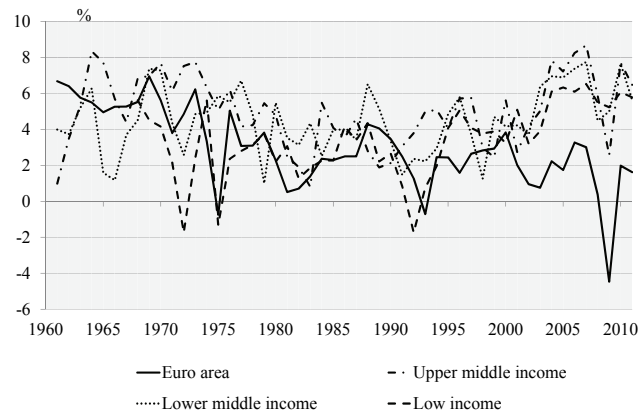


Figure 3. Annual GDP growth in regions divided by GDP per capita in 1960-2011
Source: own elaboration based on the data from the World Bank.

In countries with lower GDP per capita the value of loans remained relatively constant and stable over a longer period. The first increases in loans emerged in the late 1990s in countries with medium-high income, including some countries of Latin America and Central and Eastern Europe. It was related, among others, with the improvement of the economic situation in these regions. In all groups of countries significant improvement of loan growth emerged in the mid-2000s during the period of rising economic prospects in the entire global economy (Figure 3).

Directions of changes in GDP growth were dependent on the economic situation in the most developed countries (Figure 3). However, the magnitude of these changes was, to some extent, dependent on the value of the GDP per capita. GDP growth in countries with medium-high income was the most correlated with changes in the euro zone. Countries with lower personal income since 1960 recorded a generally positive GDP growth, and the changes were much milder than those of the euro area (Figure 3). The crises of the 1980s, the 1990s, and the 2000s characterized not so deep economic slowdown in these countries. This suggests that the less economically developed countries bear much smoothly economic collapses and the financial crises.

Changes in the value of GDP per capita had much milder course. The value of this variable increased steadily since the 1980s, and a noticeable increase in the rate of its growth came in the mid-2000s. In this case, the strongest changes took place in countries with the highest values of GDP per capita. The negative growth appears only in the years 2007-2010 in the euro area. Other economies, in various degrees, followed developments of the euro zone economy. A significant increase of GDP per capita in countries with the highest and middle-income countries appeared after 2005. This increase resulted, among others, from the increase in asset prices which were recorded during this period in the largest global economies.

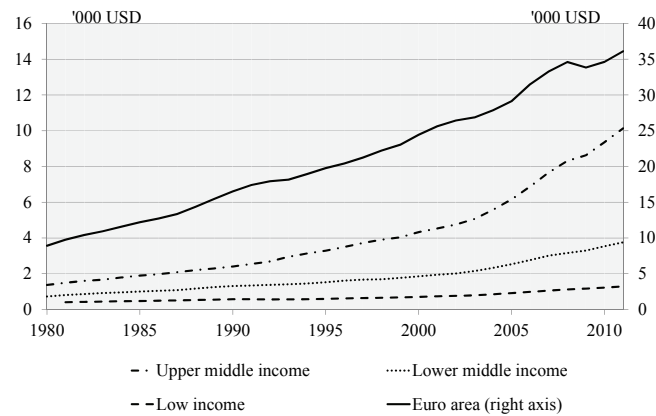


Figure 4. GDP per capita in regions divided by GDP per capita in 1980-2011
Source: own elaboration based on the data from the World Bank.

3. Relationship between bank credit growth and GDP growth

The analysis of the relationship between growth of bank credit and ,both, growth in GDP and growth in GDP per capita was conducted on the basis of data from the World Bank for the years 2004-2011. Annual data for individual countries were used. Due to the shortness of the time series and to enhance the estimation accuracy the test was carried out using a panel regression model:

$$Y = \alpha + \beta * X + \gamma * D + \varepsilon$$

where Y stands for GDP growth, and GDP per capita growth, X stands for lagged bank credit growth, and inflation, D stands for dummy variables, ε is random component, and α , β , γ – coefficients to be estimated. For characterization of the economic growth, annual GDP growth and growth of GDP per capita were used as explained variables. The following explanatory variables were used in the model: the annual growth of bank credit¹⁷, the annual rate of inflation, and dummy variables of: “Low income”, “Low-mid income”, “Up-mid income”, “Euro”, “Euro-high-debt”, respectively, corresponding to the set of countries: low, medium-low and medium-high GDP per capita and the members of the euro zone and the highly indebted members of the euro zone. Due to the delay between the time of granting a loan and its expected economic effect the variable describing the dynamics of the credit growth was delayed by one year. Descriptive statistics of the variables used in the regression model are contained in Table 1. Ratios of correlations between variables used in the model are presented in (Table 2). The ratios of correlation between explanatory variables are at the low level.

Table 1. Descriptive statistics

Variable	Observations	Mean	Standard deviation	Minimum	Maximum
GDP growth (%)	1350	3,87	5,82	-51,03	106,28
GDP _{pc} growth (%)	1350	2,07	5,64	-50,24	91,67

¹⁷ For the calculation of the growth values of credit denominated in local currencies were used.

Bank credit growth (%)	1350	49,12	83,31	-100,03	5 606,06
Inflation (%)	1350	25,95	345,32	-17,64	2 377,13
Low income	1350	0,14	0,35	0,00	1,00
Low-mid income	1350	0,19	0,39	0,00	1,00
Up-mid income	1350	0,22	0,41	0,00	1,00
Euro	1350	0,07	0,26	0,00	1,00
Euro-high-debt	1350	0,02	0,12	0,00	1,00

Source: own elaboration.

Table 2. Correlation of variables

	GDP growth	GDP pc growth	Bank credit growth (-1)	Inflation	Low income	Low-mid income	Up-mid income	Euro	Euro-high-debt
GDP growth	1								
GDP pc growth	0,97	1							
Bank credit growth (-1)	-0,04	-0,07	1						
Inflation	-0,08	-0,08	0,08	1					
Low income	-0,03	-0,09	0,01	0,02	1				
Low-mid income	0,00	-0,03	0,01	0,00	-0,20	1			
Up-mid income	0,03	0,05	-0,00	0,03	-0,22	-0,26	1		
Euro	-0,03	0,04	-0,02	-0,02	-0,11	-0,13	-0,14	1	
Euro-high-debt	-0,01	0,02	-0,01	-0,01	-0,05	-0,06	-0,07	0,46	1

Source: own elaboration.

The results confirm the hypothesis raised about the diverse impact the bank credit growth on the economic growth and growth of personal income. To capture the economic effects of high and relatively short-term increase in bank loans the study was conducted in two versions. In the first one the group of highly developed countries of euro area countries were included, and in the second the group of most indebted euro area countries.

In case of the GDP growth the regression analysis indicates that although, in general, bank credit growth accelerates the GDP growth, this impact differs between groups of countries divided by the GDP per capita (Table 3). Additional credit most positively impacts the economy in countries with the lowest level of personal income. With raising the level of personal income the positive impact of the additional credit weakens. In case of euro area countries in the period 2004-2011 additional credit had a negative impact on

the GDP growth, and in the group of most indebted countries the impact was the largest. These results harmonized with the results of Kaminsky and Reinhart¹⁸, who proved that in the most developed economies banks heavily compete for profitable opportunities to lend funds and they even supply credit to borrowers with insufficient creditworthiness. Excessive lending leads to creation of asset bubbles and, in some cases, to financial crises.

Additionally, similarly to Rousseau and Wachtel¹⁹ the results indicate that growing inflation has a negative impact on the economic development. An increase of inflation by 10 pp. may reduce GDP growth by 1 pp.

Table 3. Impact of the credit growth on GDP growth in 2004-2011

Explanatory variables	Coefficient	z-statistic	Coefficient	z-statistic
Bank credit growth (-1)	3,376	5,88***	3,376	5,87***
Inflation	-0,011	-1,98**	-0,011	-1,96**
Low income	1,683	2,95***	2,116	3,94***
Low-mid income	1,226	2,40**	1,659	3,50***
Up-mid income	0,877	1,76*	1,310	2,84***
Euro	-1,906	-2,93***		
Euro-high-debt			-2,718	-2,32**
Constant	2,968	7,74***	2,534	7,71***
Observations	1350		1350	
Groups	180		180	
Overall R ²	0,3221		0,3153	
Wald chi ²	81,95***		77,93***	***

Note: ***, **, * - estimations at the statistical significance of 1%, 5% and 10%.

Source: own elaboration.

The next model with the growth of GDP per capita provides similar results (Table 4). In general, additional credit helps to raise personal income; however this impact is not equal. Countries with moderate level of GDP per capita provide the most favorable conditions for credit to raise personal income. Such positive impact weakens with lowering the level of personal income. Such trend could be explained by the lower level of banking system development and lack of opportunities for efficient redistribution of collected savings. The conclusion is similar to the opinion of Demetriades and Law²⁰ who indicate that undeveloped financial system worsens opportunity of bank lending to generate additional GDP growth. In highly indebted euro countries over-lending leads to the drop in personal income. Banks in these countries shift lending activity to the households, particularly to finance transactions on the real estate market²¹.

¹⁸ G. Kaminsky, C. Reinhart, The Twin Crises..., op.cit.

¹⁹ P. Rousseau, P. Wachtel, Inflation thresholds ..., op.cit.

²⁰ P. Demetriades, S. Law, Finance, institutions ..., op.cit.

²¹ Financial System Development in Poland 2010, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2012, p. 83-87.

The impact of inflation on personal income is negative, similarly to the case of GDP growth. The results are in accordance to results of Barro²² who finds that inflation is one of negative factors of the personal income growth.

Table 4. Impact of credit growth on the growth of GDP per capita in 2004-2011

Explanatory variables	Coefficient	z-statistic	Coefficient	z-statistic
Bank credit growth (-1)	2,783	4,95***	2,793	4,97***
Inflation	-0,009	-1,70*	-0,009	-1,70*
Low income	0,981	1,76*	1,010	1,96**
Low-mid income	1,474	2,95***	1,504	3,29***
Up-mid income	1,755	3,59***	1,786	4,01***
Euro	-0,531	-0,83		
Euro-high-debt			-1,941	-1,71*
Constant	1,172	3,12***	1,140	3,58***
Observations	1350		1350	
Groups	180		180	
R2	0,2519		0,2607	
Wald chi2	55,85***		58,71***	***

Note: ***, **, * - estimations at the statistical significance of 1%, 5% and 10%.
Source: own elaboration.

Conclusions

Before the financial crisis, most studies indicated a positive impact of credit growth on economic development. The experience of recent years significantly changed this view. The results of the conducted research indicate that in the period of 2004-2011 the impact of the credit growth on the growth of GDP and GDP per capita differs depending on the level of personal income in a country.

The growth of credit positively impacted economic development in countries with moderate personal income. Within this group the accelerating capacity of additional credit weakened with the rise of personal income. Furthermore in case of high developed economies additional credit negatively impacted growth of GDP. The highest negative impact occurred in the most indebted euro area countries.

High personal income and probable saturation of the economy with credit negatively impacted the relationship between credit growth and GDP per capita growth in euro zone, and particularly in the most indebted euro countries. Oppositely, in case of moderate income countries the impact of credit growth was positive; however the ability of additional credit to raise personal income weakens with lowering the level of personal income. Such behavior could be also connected with weaker developed financial sectors in these countries. Additionally, raising inflation unfavorably influenced the growth of GDP and GDP per capita.

²² R. Barro, Determinants of Economic Growth in a Panel of Countries. *Annals of Economics and Finance*, vol. 4, 2003, p. 231-274.

Literatura

- Acemoglu, D., Zilibotti, F., 1997. Was Prometheus unbound by chance? Risk, diversification, and growth. *Journal of Political Economy*, vol. 105 (4), p. 709 – 751.
- Arcand J.L., Berkes E., Panizza U., Too Much Finance?, International Monetary Fund, IMF Working Papers, no. 161, 2012.
- Arestis P., Demetriades P., Financial Development and Economic Growth: Assessing the Evidence, *Economic Journal*, vol. 107, 1997, p. 83-99.
- Barro R., Determinants of Economic Growth in a Panel of Countries. *Annals of Economics and Finance*, vol. 4, 2003, p. 231-274.
- Beck T., Levine R., Loayza N., 2000: Finance and the sources of growth, *Journal of Financial Economics*, vol. 58, Issues 1-2, 2000, p. 261-300.
- Bencivenga V., Smith B., 1991: Financial intermediation and endogenous growth, *The Review of Economic Studies*, vol. 58(2), 1991, p. 195-209;
- Cecchetti S., Kharroubi E., Reassessing the Impact of Finance on Growth, Bank for International Settlements, BIS Working Papers, no. 381, 2012.
- De Gregorio J., Guidotti P., Financial development and economic growth, *World Development*, vol. 23(3), 1995, p. 433–448.
- Demetriades P., Law S., Finance, institutions and economic development, *International Journal of Finance and Economics*, vol. 11(3), 2006, p. 245-260.
- Financial System Development in Poland 2010, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2012.
- Gennaioli N., Shleifer A., Vishny R., Neglected Risks, Financial Innovation, and Financial Fragility, NBER Working Papers, no. 16068, 2010.
- Grenwood J., Jovanovich B., 1990: Financial Development, growth and the distribution of income, *Journal of Political Economy*, vol. 98(5), 1990, p. 1076-1108.
- Kaminsky G., Reinhart C., The Twin Crises: The Causes of Banking and Balance-of-Payments Problems. *American Economic Review*, vol. 89, no. 3, 1999, p. 473-500.
- King R., Levine R., 1993: Finance and growth: Schumpeter might be right, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 108(3), 1993, p. 717–37;
- Kozak S., Household debt in the EU-15 and the new EU Member States in 2001-2010. *Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie*, no. 6 (55), 2011, p. 44-56 [in Polish].
- Rajan R., L. Zingales, Financial dependence and growth, *American Economic Review*, vol. 88(3), 1998, p. 559–86.
- Rioja F., Valev N., Does one size fit all? A reexamination of the finance and growth relationship, *Journal of Development Economics*, vol. 74(2), 2004, p. 429–447.
- Rousseau P., Wachtel P., Inflation thresholds and the finance-growth nexus, *Journal of International Money and Finance*, vol. 21(6), 2002, p. 777-793.
- Rousseau P., Wachtel P., What is Happening to The Impact of Financial Deepening on Economic Growth?, *Economic Inquiry*, vol. 49, 2011, p. 276–288.

Informacje o autorze:

dr hab. Sylwester Kozak,
Warsaw University of Life Sciences – SGGW,
Department of European Policy,
Public Finances and Marketing,
161 Nowoursynowska Str., 02-787 Warsaw
e-mail: sylwester_kozak@sggw.pl.

*Lubica Kubicová,
Zdenka Kádeková,
Dušan Dobák
Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia*

TRENDS IN CONSUMPTION OF MILK AND DAIRY PRODUCTS IN SLOVAKIA AFTER EU ACCESSION

In the paper are evaluated changes and development in consumption of milk and dairy products in recent years from accession of Slovakia to the European Union in 2004. Consumption of milk and dairy products in Slovakia lags far behind countries of the former EU-15. Consumption of these products in the value milk free butter was 158.6 kg in 2012. Compared with ODP, dairy consumption 220 kg in 2012 was of 61.4 kg less and considering its importance is nutritionally unfavorable. Particularly unfavorable was consumption of drinking milk, which ensured recommended amount of food only at 60%. Only the consumption of cheese and curd was at the level of given recommended amount 10.1 kg.

Key words: *Income, Consumer Prices of Dairy Products, Consumption of Dairy Products, Income and Price Elasticity of Demand.*

Introduction

Recently, in the process of economic reforms and the ongoing economic crisis, is to increase public interest in professional practice and the analysis of consumer behavior, particularly in relation to changes in real prices and income levels of the population. Quality, quantity and price level of goods and services that cater to individual households depends on the level of income. Prices of purchased goods and services, along with other household expenses are the basis of household financial well-being. The purchasing power of many households currently does not allow to meet demand for food and other essential goods. Due to increasing energy prices, rents, medicines and other services, the households framed residual part of the domestic budget for providing nutrition. Existing numerous works and studies (Jurkovičová, J. 2005 Kubicová, L. 2013 Kleinová, K.-Kretter. A. 2011 and others) suggest that nutrition and overall food consumption in Slovak households do not correspond with a healthy lifestyle.

Aims and Methods

The main aim of the paper was to point at the trends in consumption of milk and dairy products in Slovakia after EU accession. Food expenditures take the special place within the final household consumption. The growth of income marginal propensity expenditure on food declines until it reaches a point where energy consumption does not depend on income. More food consumption does not increase and may even decline to changes in objective conditions of consumption. Food costs are close to the relative saturation and on the effect of quality is a relative decline in spending and falls short of absolute saturation. (Grznár, M. 2004). Demand for goods and therefore also the foods which supply (consumption) comes close to saturation, respond to growth in income inelastically.

When processing the numerical material, this has been taken from the Slovak Statistical Office (COICOP), Commodity Reports RIAFE and information from the available literature, we have used correlation analysis, basic and chain indices and trend functions. Examining the development of indicators for the period of the time series was described by the average growth coefficient k' , linear and quadratic function.

Income elasticity of demand and the saturation limit of consumer demand for food products were analyzed by means of multiple linear regression function. The linear regression model demand for dairy products (q_i) is based on relationships:

$$q_i = f(P_1, I) + e_i$$

where: q_i = demand for i - dairy product in kg per person per year

P_1 = price of individual i -dairy products in Euro per kg

I = net cash income in Euro per person per year

e_i = random, residual component

Evidence of the regression parameters and the suitability of the selected regression model was verified by using the index of determination R^2 . The text is supplemented with tables and graphs with achieved results. Calculations and graphs were performed by using Microsoft Excel software.

Research Results and Discussion

Consuming of milk has a tradition in Slovakia. History of manufacturing of dairy products is here more than 100 years old. In 1989, Czechoslovakia consumed 260 kg of milk per person. In Czechoslovakia in 1989, there were 166 dairies which were centrally managed. After Slovakia joined the EU, was allocated milk quota for milk production, which was set at 1 115,6061,6 mil.kg in 2014/2015. During 17 years (1995-2012) had a trend of consumption of milk and dairy products per person downward trend, with the exception of cheese and curd and sour milk products, as illustrates Figure 1.

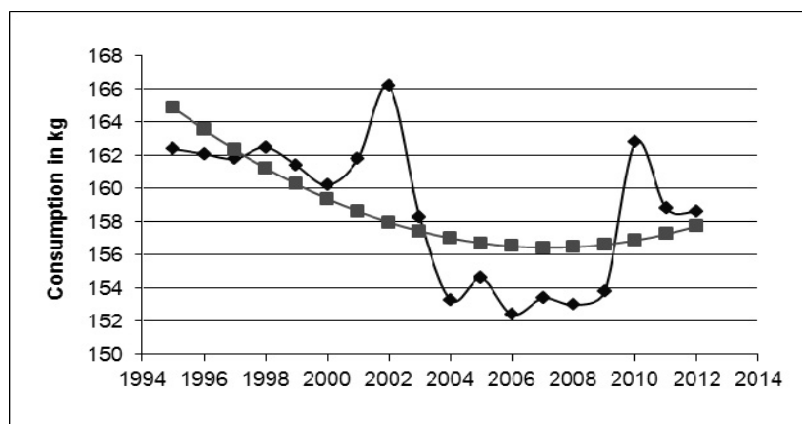


Figure 1 Development of Consumption of Milk and Dairy Products
Source: Statistical COICOP, own calculations

Development of milk consumption is marked by two different developmental stages. By 2000, consumption fell slightly, hovering at levels from 162.4 kg to 160.2 kg per person in 2002. After 2003 and 2004 there was a significant fall in consumption of milk and milk products to the level of 153.3 kg in 2004 and less fluctuation consumption is maintained at this level in the following years. Increase in consumption of milk and dairy products has been evident since 2010. Overall, based on the linear trend can be concluded that decreased consumption of milk and dairy products by an average of 0.998 kg per person per year. In the last 17 years, consumption of milk and dairy products noticed the average yearly decline of 0.838 kg per capita and thus consumption of milk and in 2012 dairy products achieved only 97.78% of the level of consumption compared to 1995. Given recommended amount of milk and dairy products is 220 kg per person and rational consumption zone is 206 to 240 kg per person, present development for milk consumption can be assessed as a low positive. In the consumption of milk, Slovakia significantly lags the other Member States, in particular the EU-15. In the last ten years there has been increasing concave course of the development of the consumption of milk and dairy products in particular with higher added value primarily to yogurt and cheese.

Previous development of consumption of milk and dairy products in Slovakia reflects a quadratic function with the parameters:

$$g_i = 166.318 - 1.496 t + 0.0566 t^2 \quad R^2 = 0.616 \quad F_{(2,14)} = 4.362 \quad \alpha = 0.0277$$

Listed quadratic model of consumption of milk and dairy products is statistically significant at the significance level $\alpha = 0.027$ and test ($F_{(2,14)} = 4.362$).

Based on the concave course of the quadratic function parameters with a risk of error less than 5% (0.027), we are able to estimate the increase of consumption of milk and dairy products to the level of 158.2 kg per person in 2014.

In the structure of Slovak household, the expenditures on food and milk represent second most important item, right behind the expenditures for meat and meat products, and are involved in food expenditures in the range of 18.1 % to 19.3% for each year. As mentioned by Bielík and Hupková (2010), the share of total household

expenditures on food in the EU declined with income growth and now is this proportion from 10% to 35% of total consumer spending with the lowest share in the EU 15.

The downward trend in the total consumption of milk and dairy products account for most decline in consumption of drinking milk. Its usage declined every year with small fluctuations around the linear trend, in average per year is coefficient of growth of 1.8% ($k' = 0.982$) (Figure 2)

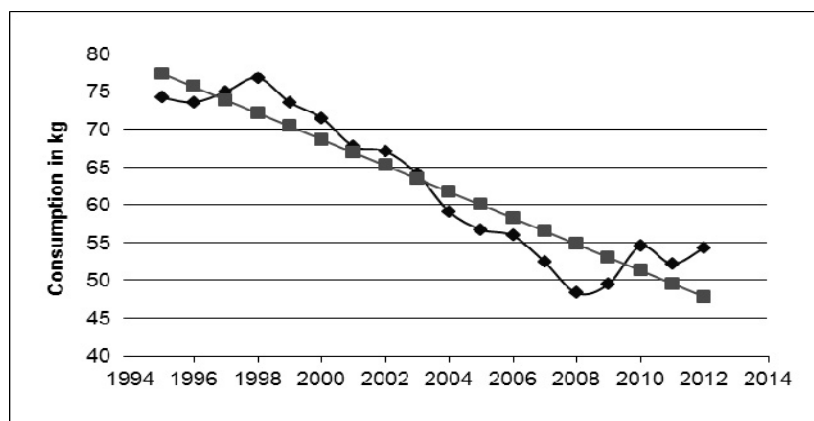


Figure 2. Development of Drinking Milk Consumption

Source: Statistical COICOP, own calculations

In 2012, compared with 1995, consumption of drinking milk decreased from 74.2 kg to 54.3 kg, and represented only 73.2% of the level of milk consumption in 1995. Development of drinking milk consumption in the period from 1995 to 2012 in Slovakia is characterized by a decreasing linear trend of development and is expressed as a function with parameters:

$$g_i = 79.09 - 1.74 t \quad R^2 = 0.934 \quad \alpha = 1.453 \cdot 10^{-6} \quad F_{(1,16)} = 109.57$$

Model of drinking milk consumption development in Slovakia is characterized by a linear function is a statistically significant and 93.48% is explained by parameters of this function. Therefore we can conclude that the decrease in consumption of drinking milk ranged annual average of 1.74 kg per person in the period 1995 to 2012.

The downward trend in the consumption of drinking milk is observed since 2000, when consumption fell to 70 kg per person per year, followed by the decline of the average annual consumption below 60 kg in 2004. The declining share of consumption of drinking milk in the last decade is influenced by wider and increasing offer accompanied by intensifying advertising and relatively cheap and flavored drinks, gradually increasing unit price of drinking milk. Nutritionally as a positive development trend should be seen the increasing growth in supply and demand for yogurt, cheese and sour milk products.

The decline in milk consumption also occurs in several EU countries. In the Czech Republic in 2011, consumption declined year by year to 57.7 kg per person, in Denmark to 92.5 kg in Austria increased to 80.7 kg.

Wider offer of quality flavored sour milk products, as well as increased milk prices, contributed to the significant fall in consumption of drinking milk. Sour Milk products are often referred as fermented products, are easily digestible, lower cholesterol, increase immunity and have a preventive effect against cancer. Increased and diverse selection of sour milk products from domestic and foreign production associated with the effects of marketing communication and a wider margin of price levels were reflected in increasing of their consumption by an average annual rate of 2.66% ($k' = 1.0266$) per person. This is also evident in the figure 3.

In 2012, consumption of sour products stood at 14.3 kg and compared with 1995 increased by 5.1 kg per person.

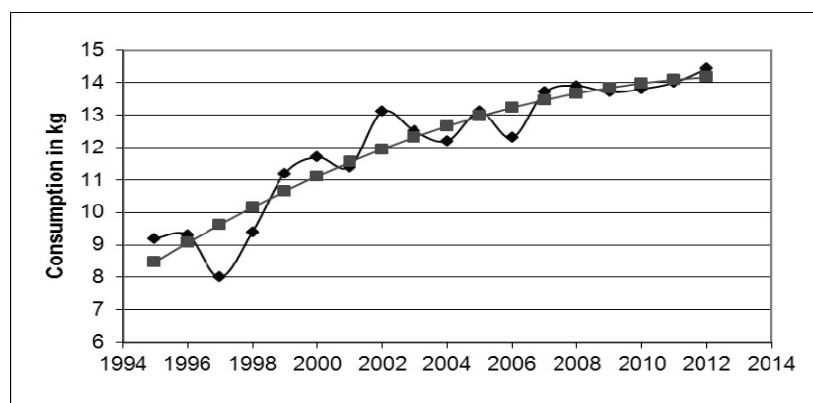


Figure 3 Development of Sour Milk Products Consumption
Source: Statistical COICOP, own calculations

Development of sour milk products consumption between 1995-2012 can be expressed, similarly to the development of consumption of milk and dairy products, by the quadratic function, with parameters:

$$g_i = 7.836 + 0.6649 t - 0.0163 t^2 \quad R^2=0.947 \quad \alpha=6.93E-08$$

Quadratic model of sour milk products consumption explains the course of development depending on the particular years (time) to 94.7% ($R^2 = 0,947$) and is statistically significant at the significance level $\alpha = 6.93E-08$. Thus, within the parameters of the convex quadratic function and the risk of error less than 5%, we can predict the sour milk products consumption at 13.936 kg per person in 2014.

With a larger annual variation than those reported in demand for sour milk products, annually increased the consumption of cheese and curd. By 2000 consumption of cheese and curd was settled at level 8.0 kg per person per year. After 2000, there is a pronounced increase in demand for cheese but with larger annual variation than what was seen in the development of sour milk products consumption, and in 2012 the level of consumption of cheese and curd was 10.1 kg per person, which illustrates also Figure 4.

Development of cheese and curd consumption in the observed period is characterized by a quadratic function with parameters:

$$g_i = 7.827 + 0.0754 t + 0.0036 t^2 \quad R^2=0.910 \quad \alpha = 1.78E-06$$

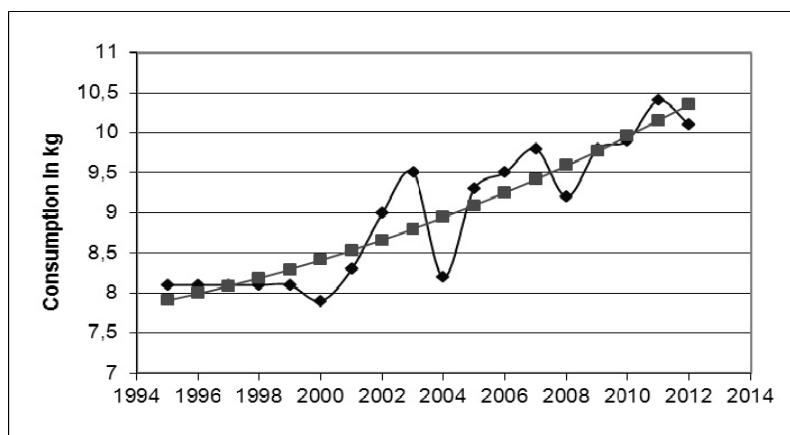


Figure 4. Development of Cheese and Curd Consumption
Source: Statistical COICOP, own calculations

Quadratic function describes the course of development of consumption cheese and curd of 91.0% and is statistically significant at the significance level $\alpha = 1.78 \text{ E-}06$. At the risk of estimation error less than 5% can be expected evolution of consumption of cheese and curd at 11.03 kg per person in 2014. Increasing consumption of cheese and curd in the period of years 1995 to 2012 in Slovakia reached an average annual rate of 1.6% ($k' = 1.016$) per person.

The consumption of cheese and curd in Slovakia is at level of their consumption in Bulgaria and Hungary. Slovakia significantly lags behind consumption of cheese per person compared to the EU in particular France, Germany and Austria.

Yearly, the consumption of cheese in 2011 increased mainly in the Czech Republic to 16.4 kg in Austria to 19.9 kg., in France fluctuated at around 23.9 kg per person per year, in Poland (of 8.5%), Germany and Latvia (of 1.7%).

Price and Income Elasticities of Demand for Selected Dairy Products

Table 1 Parameter Estimates of Demand Functions of Selected Dairy Products (q_i) of Households in Slovakia

Food	$q_{ij} = b_0 + b_1 \text{ price} + b_2 \text{ income}$	Elasticities		R^2
		E_{PDi}	E_{IDi}	
Low Fat Milk	$q_i = 65.104 + 11.12 P_i - 0.0051 PR$	0.126	-0.426	0.432*
Yoghurt	$q_i = 9.433 - 1.661 P_i + 0.00086 PR$	-0.472	0.407	0.841**
Cheese and Curd	$q_2 = 10.657 - 1.328 P_i + 0.00091 PR$	-1.078	0.549	0.691**
Other Dairy Products	$q_i = 14.087 - 1.188 P_i - 0.00049 PR$	-0.292	-0.207	0.873**

Source: Statistical COICOP, own calculations

Note: * Model statistically significant at the 5% level of significance ($\alpha < 0.05$)

** Statistically significant at the 1% significance level ($\alpha < 0.01$)

The coefficients of demand functions characterizing the impact of prices of low fat drinking milk and the impact of income accruing to one household member are statistically significant at the significance level at $\alpha = 5\%$.

Downward trend in consumption of drinking milk is mainly conditioned by the level of consumer prices of milk. Conversion coefficients of own drinking milk prices do not reflect the theoretical principles of demand and increasing of the own milk prices has not resulted in a decrease in demand in monitored households. Demand for drinking milk was price inelastic and relatively did not respond to the change in the price of drinking milk. After increasing of consumer prices of drinking milk by 1%, demand for milk increases by 0.126% ($E_{PDi} = 0.126$), but after income increasing by 1%, demand for milk responded by its decreasing by 0.426% ($E_{IDi} = -0.426$).

Consumer demand for yogurt was developing according to the theoretical assumptions. After income increasing by 1%, consumer demand fell by an average of 0.472% and after income increasing, demand for yogurt increases by an average of 0.407% ($E_{IDi} = 0.407$).

Demand and consumption of cheese and curd ran price and income according to theoretical assumptions and was characterized by stronger bonding lines on the analyzed factors (prices and incomes). Increasing of unit consumer prices of cheese by 1%, had an elastically course and reflected the decline in demand by 1, 078% ($E_{PDi} = -1.078$). Increasing of money income by 1%, resulted in demand increase for cheese and curd in average by 0.549% ($E_{IDi} = 0.549$).

Consumption and demand for other dairy products reacted according to theoretical assumptions and growth rates led to a decline in demand in average by 0.292% ($E_{PDi} = -0.292$). Increase in the money income by 1%, resulted in a decrease in demand for other dairy products in average by 0.207% ($E_{IDi} = -0.207$).

Conclusions

In the last years there had been seen a concentration of manufacturing industry, which makes the entry of foreign companies into the Slovak entities, this facilitated the modernization of production and economically stabilized the dairy companies. Crucial part of the processors engaged in the production of cow's milk, the production of butter, yoghurt, sour milk products and cheese and curd committees.

Results showed that consumption of milk in Slovakia has a long tradition and the industrial processing of milk has more than a century history. However, for the past 17 years, has the trend of consumption of drinking milk downward trend, excluding consumption of cheese, cottage cheese, sour milk products and butter. Expressed by linear regression model can be said that in recent years (monitored since 1995), in Slovakia has occurred overall reduction in the consumption of milk and dairy products expressed in average growth rates in average by 0.998 kg per person per year. This development was mainly conditioned by the annual descent of demand for drinking milk, because its consumption with little annual variation is reduced by a factor expressed in average annual growth in average by 1.8% ($k' = 0.982$) kg per person. This development is largely a result of the increase in milk prices and increase in wider offer of quality and flavored sour milk and cheese products. Consumption of sour milk products in recent observed years has increased, expressed by an average growth rates

coefficient in average by 1.0266% ($k' = 1.0266$). In 2014, predicting with a five percent risk of error of estimate, could be increased consumption of sour milk products on level of 13.936 kg per person and consumption of cheese and curd could reach the level of 11.03 kg per person in 2014.

References

- BIELIK, P. – HUPKOVÁ, D.:** Trhové vzťahy v potravinovej vertikále živočíšnych produktov. Nitra : SPU v Nitre, 2008, 128 s. ISBN 978-80-552-04352-2
- GRZNÁR, a kol.:** Trh potravín a jeho fungovanie. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2004. 214 s. ISBN 80-225-1754-2
- JURKOVIČOVÁ, J.:** Vieme zdravo žiť? Bratislava : LF UK v Bratislave, 2005. 166 s. ISBN 80-223-2132-X
- KLEINOVÁ, K.,- KRETTNER, A.:** Imidž domácich a zahraničných potravín na trhu SR. Nitra: SPU v Nitre, 2011. 98 s. ISBN 978-80-552-0552-6.
- KUBICOVÁ, E.:** Vývoj spotrebiteľského dopytu po potravinách. Nitra : SPU v Nitre, 2008, 86 s. ISBN 978-80-552-0092-7
- KUBICOVÁ, E.-DOBÁK, D.:** Vývoj a úroveň spotreby mlieka a mliečnych výrobkov v SR a modelovanie dopytu po potravinách vo vybraných skupinách domácnosti. Nitra : SPU v Nitre, 2008, 88 s. ISBN 978-80-552-0821-3
- KUBICOVÁ, E.:** Hodnotenie a komparácia úrovne spotreby mlieka a mliečnych výrobkov a modelovanie dopytu vo vybraných socio-demografických skupinách domácností. (Habilitačná práca). Nitra: SPU v Nitre, 2013. 198 s.
- STATISTICAL OFFICE OF THE SLOVAK REPUBLIC:** Revenue, expenditures and consumption of private households in SR. Bratislava, 2005 to 2012.

Corresponding Authors' Details:

doc. Ing. Ľubica KUBICOVÁ, PhD. , Department of Marketing, Faculty of Economics and Management, Slovak University of Agriculture, Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, e.mail: lubica.kubicova@uniag.sk

Ing. Zdenka KÁDEKOVÁ, PhD. , Department of Marketing, Faculty of Economics and Management, Slovak University of Agriculture, Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, e.mail: zdenka_kadekova@yahoo.com

Ing. Dušan DOBÁK, Department of Marketing, Faculty of Economics and Management, Slovak University of Agriculture, Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra e-mail: Dusan.Dobak@uniag.sk

Elwira Laskowska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

Ekonomiczne aspekty przekształcania prawa użytkowania wieczystego w prawo własności

ECONOMIC ASPECTS OF THE CONVERSION RIGHT OF PERPETUAL USUFRUCT RIGHT OF OWNERSHIP

Prawo użytkowania wieczystego gruntu funkcjonuje w Polsce jako forma prawna długoterminowego korzystania z gruntów Skarbu Państwa i jednostek samorządu terytorialnego przez inne osoby prawne i fizyczne. Prawo to związane jest z opłatami rocznymi wnoszonymi przez użytkownika wieczystego, które dla właścicieli gruntów stanowią dochody budżetowe. Celem podjętych w niniejszym opracowaniu analiz jest próba przedstawienia ekonomicznych aspektów prawa użytkowania wieczystego poprzez określenie udziału wpływów budżetowych z tytułu opłat rocznych oraz opłat za przekształcanie prawa użytkowania wieczystego w prawo własności w dochodach własnych jednostek samorządu terytorialnego na przykładzie wybranych miast oraz wskazanie progu opłacalności przekształcania prawa dla użytkownika wieczystego w zależności od wykorzystanego okresu prawa oraz założeń dotyczących wzrostu wartości gruntu i stopy dyskonta przyszłych opłat.

Słowa kluczowe: *użytkowanie wieczyste, przekształcenie prawa użytkowania wieczystego w prawo własności, dochody własne gmin*

Wstęp

Prawo użytkowania wieczystego zostało w Polsce wprowadzone ustawą z dnia 14 lipca 1961 r. o gospodarce terenami w miastach i osiedlach¹. Uzasadnieniem wprowadzenia prawa o formie pośredniej pomiędzy własnością a prawami rzeczowymi ograniczonymi, była zasada panująca w PRL, że nieruchomości gruntowe w miastach powinny być własnością państwa. Zasada ta znalazła swoje pierwsze odzwierciedlenie w dekreście z 26 października 1945 r. o własności i użytkowaniu gruntów na obszarze m.st. Warszawy², na mocy której grunty znajdujące się w przedwojennych granicach miasta, przeszły na własność państwa. Dotychczasowi właściciele gruntów mogli złożyć wnioski o przyznanie im wieczystej dzierżawy albo prawa zabudowy. Z kolei dekret z dnia 11 października 1946 r. Prawo rzeczowe³ wprowadził tzw. własność czasową, polegającą na przeniesieniu własności nieruchomości przez Skarb Państwa albo przez związek samorządu terytorialnego lub inną osobę prawną z zastrzeżeniem, że z upływem oznaczonego terminu własność powróci do zbywcy. Dekret z dnia 26 kwietnia 1949 r. o

¹ Ustawa z dnia 14 lipca 1961 r. o gospodarce terenami w miastach i osiedlach. Dz.U. 1961 nr 32, poz. 159.

² Dekret z 26 października 1945 r. o własności i użytkowaniu gruntów na obszarze m.st. Warszawy. Dz.U. 1945 nr 50, poz. 279.

³ Dekret z dnia 11 października 1946 r. Prawo rzeczowe. Dz.U. 1946 nr 57, poz. 319.

nabywaniu i przekazywaniu nieruchomości niezbędnych do realizacji narodowych planów gospodarczych⁴ wprowadził kolejne dwie formy władania nieruchomościami państwowymi: zarząd, który przysługiwał jednostkom państwowym oraz użytkowanie, zastrzeżone dla organizacji społecznych i spółdzielczych. Ustawa o gospodarce terenami w miastach i osiedlach z 1961 r. wprowadzając instytucję użytkowania wieczystego, ujednoliciła formy władania nieruchomościami państwowymi: własność czasową, wieczystą dzierżawę i prawo zabudowy. Przepis ten umożliwił oddawanie gruntów w użytkowanie wieczyste osobom fizycznym i spółdzielniom mieszkaniowym na potrzeby budowlane. Od 1964 roku definicję i treść prawa użytkowania wieczystego zawarto w ustawie Kodeks cywilny⁵. Kolejnym przepisem, zawierającym regulacje związane z prawem użytkowania wieczystego, była ustawa z dnia 29 kwietnia 1985 r. o gospodarce gruntami i wywłaszczaniu nieruchomości⁶. Oprócz utrzymania instytucji prawa użytkowania wieczystego, ustawa ta prawem zarządu zastąpiła prawo użytkowania przysługujące jednostkom państwowym i organizacjom społecznym oraz umożliwiła sprzedaż rolnikom gruntów państwowych na terenach wiejskich. Do 1989 r. użytkowanie wieczyste było praktycznie jedyną możliwością nabycia gruntów państwowych w miastach. W nowelizacji ustawy o gospodarce gruntami i wywłaszczaniu nieruchomości z 1990 roku zawarto możliwość, oprócz oddawania w użytkowanie wieczyste, sprzedaży gruntów Skarbu Państwa i gmin na rzecz osób fizycznych i prawnych (w tym sprzedaż użytkownikowi wieczystemu). Kolejnym przepisem regulującym sprzedaż i oddawanie w użytkowanie wieczyste gruntów państwowych i komunalnych jest obowiązująca aktualnie ustawa o gospodarce nieruchomościami z 21 sierpnia 1997 roku⁷.

Możliwość przekształcenia prawa użytkowania wieczystego w prawo własności wprowadzono po raz pierwszy ustawą z dnia 4 września 1997 r. o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego przysługującego osobom fizycznym w prawo własności (oprócz formy sprzedaży na rzecz użytkownika wieczystego w trybie ustawy o gospodarce gruntami i wywłaszczaniu nieruchomości, a następnie ustawy o gospodarce nieruchomościami). Przepisy ustawy były stosowane w stosunku do osób fizycznych, które nabyły prawo użytkowania wieczystego przed dniem ogłoszenia ustawy i złożyły wnioski o przekształcenie do końca 2000 r. Opłata z tytułu przekształcenia była określana jako wielokrotność opłaty rocznej w zależności od dotychczasowego trwania prawa użytkowania wieczystego⁸. Nowelizacja ustawy w 2001 roku przedłużyła termin składania wniosków do końca 2002 roku oraz zmieniła zasady ustalania wysokości opłaty za przekształcenie z powołaniem na wynikające z ustawy o gospodarce

⁴ Dekret z dnia 26 kwietnia 1949 r. o nabywaniu i przekazywaniu nieruchomości niezbędnych do realizacji narodowych planów gospodarczych. Dz.U. 1949 r., nr 27, poz. 197.

⁵ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny. Tekst jednolity Dz.U. z 2014 r., nr 0, poz. 121.

⁶ Ustawa z dnia 29 kwietnia 1985 r. o gospodarce gruntami i wywłaszczaniu nieruchomości. Dz.U. 1985 nr 22, poz. 99.

⁷ Ustawa z 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami. Tekst jednolity Dz. U. z 2014 r., nr 0, poz. 518.

⁸ Opłata ustalana w wysokości 15. krotności opłaty rocznej przy wykorzystaniu prawa użytkowania wieczystego przez okres 5 lat i krócej; 10. krotności – dłużej niż 5 lat i krócej niż 20 lat; 5. krotności – 20 lat i dłużej.

nieruchomościami przy określaniu ceny sprzedaży nieruchomości na rzecz użytkownika wieczystego⁹. Aktualnie obowiązują zasady przekształcania prawa użytkowania wieczystego w prawo własności zawarte w ustawie z dnia 29 lipca 2005 r. o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego w prawo własności¹⁰.

Po przemianach ustrojowych w Polsce rozpoczęła się, i nadal trwa dyskusja nad zasadnością utrzymywania konstrukcji prawnej w postaci prawa użytkowania wieczystego gruntu. Rozważane są możliwości rezygnacji z tego prawa na rzecz prawa własności lub innego prawa związanego z długoterminowym korzystaniem z nieruchomości np. prawa zabudowy, które można byłoby ustanawiać nie tylko na gruntach publicznych, ale i prywatnych¹¹. Podobne prawa o charakterze długoterminowym funkcjonują w krajach europejskich np. w Wielkiej Brytanii prawo do nieruchomości - *leasehold*¹², we Francji prawo dzierżawy w celu zabudowy- *bail a construction*¹³, w Niemczech prawo zabudowy – *erdbaurecht*¹⁴, czy w Hiszpanii prawo zabudowy – *derecho de superficie*¹⁵. Wprowadzenie możliwości przekształcania prawa użytkowania wieczystego w prawo własności można uznać za element realizacji koncepcji stopniowego odejścia od tego prawa w naszym kraju. Jednak zniesienie możliwości ustanawiania tego prawa, zwłaszcza przy braku wprowadzenia innego związanego z długoterminowym korzystaniem z cudzej nieruchomości, pozbawiłoby jednostki samorządu terytorialnego i Skarb Państwa dochodów z tytułu opłat rocznych za użytkowanie wieczyste.

Celem podjętych w niniejszym opracowaniu analiz jest próba przedstawienia ekonomicznych aspektów prawa użytkowania wieczystego poprzez:

- określenie udziału wpływów budżetowych z tytułu opłat rocznych i związanych z przekształcaniem prawa użytkowania wieczystego w prawo własności w dochodach własnych jednostek samorządu terytorialnego na przykładzie wybranych miast,
- wskazanie istnienia progu opłacalności przekształcania prawa dla użytkownika wieczystego w zależności od wykorzystanego okresu prawa oraz założeń dotyczących wzrostu wartości gruntu i stopy dyskonta przyszłych opłat.

Dla potrzeb realizacji założonego celu, poddano ogólnej charakterystyce prawo użytkowania wieczystego oraz zasady przekształcania tego prawa w prawo własności gruntu.

⁹ Opłata ustalana jako wartość rynkowa prawa własności gruntu pomniejszona o wartość prawa użytkowania wieczystego, obliczaną w wysokości kwoty równej 25% wartości prawa własności i powiększoną o 0,25% tej wartości za każdy rok niewykorzystanego prawa użytkowania wieczystego.

¹⁰ Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego w prawo własności. Tekst jednolity Dz.U. z 2012 r., nr 0, poz. 83.

¹¹ Bieniek G., Rudnicki S.: Nieruchomości. Problematyka prawna. Wyd. LexisNexis, Warszawa 2013.

¹² Habdas M.: Angielskie prawo „lease”. „Rzeczoznawca Majątkowy” nr 1 (16), PFSRM, Warszawa 1998.

¹³ Kokot. S.: Wieczyste użytkowanie w teorii i praktyce. [W:] Rynek nieruchomości Pomorza Zachodniego – stan i perspektywy. Materiały konferencyjne. Szczecin 2003.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Kucharska-Stasiak E. (red.): Zachodnie rynki nieruchomości. Wyd. Twigger, Warszawa 2004.

Ogólna charakterystyka prawa użytkowania wieczystego

Powstanie, treść i sposób wykonywania prawa użytkowania wieczystego zawarte są w ustawie Kodeks cywilny¹⁶ oraz uszczegółowione w ustawie o gospodarce nieruchomościami¹⁷.

Grunty stanowiące własność Skarbu Państwa oraz jednostek samorządu terytorialnego lub ich związków, mogą być oddawane w użytkowanie wieczyste osobom fizycznym i osobom prawnym. Użytkownik wieczysty ma prawa zbliżone do właściciela. Korzysta z gruntu z wyłączeniem innych osób. Może prawem swobodnie rozporządzać (czyli sprzedać, darować, zapisać, obciążyć innymi prawami). Prawo podlega też egzekucji i dziedziczeniu. Użytkownik wieczysty posiada prawo własności do budynków i innych urządzeń wzniesionych na gruncie.

Do powstania prawa bezwzględnie koniecznym jest zawarcie umowy w formie aktu notarialnego oraz wpis tego prawa do księgi wieczystej. W umowie tej określa się w jaki sposób użytkownik wieczysty będzie korzystał z gruntu, w szczególności cel oddania gruntu w użytkowanie wieczyste, rodzaj i termin zabudowy. Umowę o ustanowienie prawa użytkowania wieczystego zawiera się co do zasady na okres 99 lat. Tylko w wyjątkowych sytuacjach można ją zawrzeć na okres krótszy, jednak nie mniej niż 40 lat. Użytkownikowi wieczystemu przysługuje prawo do żądania, przed zakończeniem umowy, przedłużenia jej na kolejne okresy od 40 do 99 lat. Właściciel może odmówić wyłącznie ze względu na ważny interes społeczny.

Prawo użytkowania wieczystego jest odpłatne. Pierwsza opłata w wysokości od 15 do 25% ceny gruntu jest pobierana jednorazowo, nie później niż do dnia zawarcia umowy o oddanie nieruchomości gruntowej w użytkowanie wieczyste. Przez pozostały okres użytkowania wieczystego, z wyjątkiem roku, w którym prawo to zostało ustanowione, użytkownik wieczysty wnosi opłaty roczne. Wysokość tych opłat ustala się w zależności od celu, na który grunt został oddany w użytkowanie wieczyste, według stawek procentowych od ceny nieruchomości. Stawki te kształtują się od 0,3 do 3%. Opłata roczna może podlegać aktualizacji (nie częściej niż raz na 3 lata), jeżeli wartość nieruchomości ulegnie zmianie.

Wygaśnięcie użytkowania wieczystego może nastąpić: na skutek upływu okresu ustalonego w umowie o oddanie gruntu w użytkowanie wieczyste, poprzez rozwiązanie umowy przed upływem tego okresu wskutek woli stron lub z powodu nienależytego wykonania umowy, w wyniku wywłaszczenia lub przekształcenia w prawo własności.

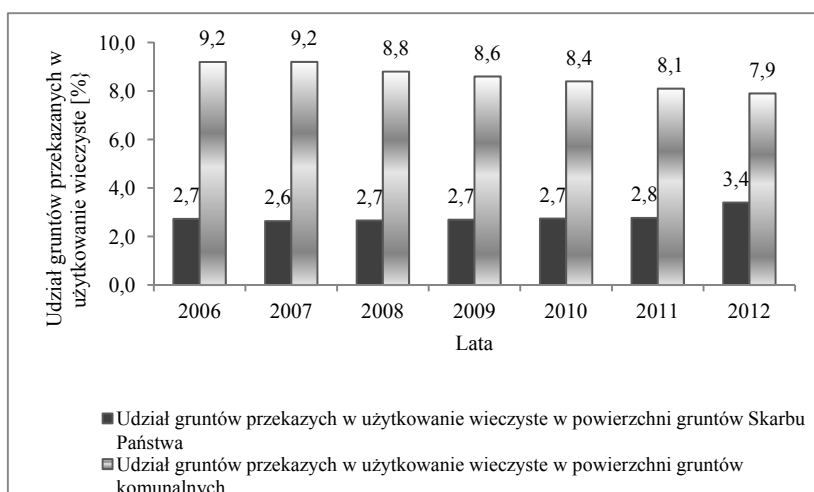
Udział gruntów przekazanych w użytkowanie wieczyste w Polsce w latach 2006-2012 obrazuje wykres 1. Wśród gruntów Skarbu Państwa udział ten (na poziomie 2,6-2,8%) jest mniejszy w stosunku do gruntów stanowiących zasób jednostek samorządu terytorialnego (7,9-9,2%), czego przyczyną może być wysoki udział gruntów leśnych wśród nieruchomości gruntowych, będących we władaniu Lasów Państwowych (ok. 69% gruntów Skarbu Państwa w 2012 roku)¹⁸ oraz gruntów wchodzących w skład

¹⁶ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny... op. cit., art. 232-243.

¹⁷ Ustawa z 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce... op.cit., art. 27-42 oraz art. 62-81.

¹⁸ Sprawozdanie o stanie mienia Skarbu Państwa. Majątek Skarbu Państwa i Państwowych Osób Prawnych na dzień 31 grudnia 2012 roku. Ministerstwo Skarbu Państwa, Warszawa 2013.

Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa (ok. 15,3% w 2012 roku)¹⁹, których obrót podlega regulacjom zawartym w ustawie o gospodarowaniu nieruchomościami rolnymi Skarbu Państwa²⁰ oraz ustawie o kształtowaniu ustroju rolnego²¹, a tym samym jest ograniczony zapisami wspomnianych regulacji prawnych. Należy przy tym zauważyć, że udział gruntów Skarbu Państwa oddanych w użytkowanie wieczyste w powierzchni gruntów zabudowanych i zurbanizowanych w miastach w badanym okresie wyniósł 80-81%²². Trend malejący udziału gruntów oddanych w użytkowanie wieczyste w gruntach jednostek samorządu terytorialnego (komunalnych) ogółem w analizowanym okresie, może potwierdzać aktywność w zakresie przekształcania prawa użytkowania wieczystego w prawo własności gruntów w trybie ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego w prawo własności, która rozszerzyła katalog osób posiadających prawo roszczenia o przekształcenie prawa o osoby prawne.



Wykres 1. Udział gruntów Skarbu Państwa oraz komunalnych przekazanych w użytkowanie wieczyste w Polsce w latach 2006-2012

Diagram 1. The share of state-owned and communal land in the perpetual usufruct in Poland during 2006-2012

Źródło: Obliczenia własne na podstawie: Sprawozdania o stanie mienia Skarbu Państwa za lata 2006-2011. Ministerstwo Skarbu Państwa, Warszawa 2007-2012 oraz Bank Danych Lokalnych GUS, www.stat.gov.pl.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ Ustawa z dnia 19 października 1991 roku o gospodarowaniu nieruchomościami rolnymi Skarbu Państwa oraz o zmianie niektórych ustaw. Tekst jednolity Dz. U. z 2012 r., nr 0, poz. 1187.

²¹ Ustawa z dnia 11 kwietnia 2003 roku o kształtowaniu ustroju rolnego. Tekst jednolity Dz.U. z 2012 r., nr 0, poz. 803.

²² Sprawozdanie o stanie mienia Skarbu Państwa... op. cit., Warszawa 2013.

Tabela 1. Udział gruntów komunalnych przekazanych w użytkowanie wieczyste w Polsce oraz wybranych miastach w latach 2006-2013

Table 1. The share of communal land in perpetual usufruct in Poland during 2006-2013

Jednostka terytorialna	Udział gruntów komunalnych przekazanych w użytkowanie wieczyste w powierzchni gruntów ogółem poszczególnych miast w latach:							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
POLSKA	9,2%	9,2%	8,8%	8,6%	8,4%	8,1%	7,9%	7,7%
Warszawa	27,3%	27,1%	25,4%	25,1%	25,1%	25,5%	25,3%	25,2%
Łódź	22,4%	21,2%	20,4%	19,8%	18,8%	18,8%	18,2%	17,5%
Wrocław	17,6%	17,1%	17,1%	17,1%	16,7%	16,7%	16,4%	17,2%
Poznań	15,5%	16,6%	15,5%	14,7%	14,4%	14,1%	13,7%	13,6%
Szczecin	13,1%	11,7%	11,4%	11,2%	11,1%	10,9%	10,8%	10,6%
Gdańsk	10,5%	10,6%	10,9%	9,8%	9,3%	8,3%	7,0%	7,2%

Źródło: Obliczenia własne na podstawie: Bank Danych Lokalnych GUS, www.stat.gov.pl.

Trend malejący udziału gruntów komunalnych oddanych w użytkowanie wieczyste w powierzchni gruntów ogółem potwierdzają dane w tabeli 1, które przedstawiają kształtowanie się tego udziału w wybranych miastach w Polsce w latach 2006-2013.

Przekształcanie prawa użytkowania wieczystego gruntu w prawo własności

Aktualne zasady przekształcania prawa użytkowania wieczystego gruntu w prawo własności wynikają z zapisów ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego w prawo własności.

Z wnioskiem o przekształcenie mogą wystąpić osoby fizyczne i prawne (oraz następcy prawni tych osób), które były użytkownikami wieczystymi w dniu 13 października 2005 r. Zasada ta nie dotyczy jednak:

- Polskiego Związku Działkowców,
- państwowych i samorządowych osób prawnych oraz spółek handlowych, w odniesieniu do których Skarb Państwa lub jednostka samorządu terytorialnego jest podmiotem dominującym,
- osób, które są użytkownikami wieczystymi gruntów, w przypadku których trwa wykup pod inwestycję celu publicznego.

Jeśli osoby fizyczne lub prawne nabyły prawa użytkowania wieczystego po 13 października 2005 r., mogą ubiegać się o przekształcenie we własność, o ile są właścicielami lokali, których udział w nieruchomości wspólnej obejmuje prawo użytkowania wieczystego. Zasada ta dotyczy również osób fizycznych, które uzyskały prawo użytkowania wieczystego na podstawie dekretu z 1945 r. o własności i użytkowaniu gruntów na obszarze m.st. Warszawy (tzw. „Dekretu Bieruta”).

Decyzję o przekształceniu wydaje:

- starosta wykonujący zadania z zakresu administracji rządowej – w przypadku nieruchomości stanowiących własność Skarbu Państwa, w tym również

nieruchomości, w stosunku do których prawo własności Skarbu Państwa wykonują inne państwowe osoby prawne;

- wójt, burmistrz, prezydent miasta, zarząd powiatu albo zarząd województwa odpowiednio w przypadku nieruchomości stanowiących własność jednostek samorządu terytorialnego.

Z tytułu przekształcenia prawa użytkowania wieczystego w prawo własności, użytkownik wieczysty ponosi opłatę, do ustalenia której stosuje się przepisy ustawy o gospodarce nieruchomościami. Opłata ta naliczana jest w poniższy sposób²³:

$$\text{Opłata} = \text{wartość rynkowa prawa własności gruntu} - \text{wartość prawa użytkowania wieczystego}$$

Wartość prawa użytkowania wieczystego dla potrzeb określenia opłaty z tytułu przekształcenia oblicza się według formuły:

$$\text{Wartość prawa użytkowania wieczystego} = \text{wartość prawa własności} \times \text{współczynnik korygujący (Wk)}$$

przy czym, współczynnik korygujący (Wk) według wzoru²⁴:

$$Wk = \left(1 - \frac{Sr}{R}\right) \cdot \frac{t}{T} + 0,25 \cdot \frac{T - t}{T}$$

gdzie:

Wk – współczynnik korygujący;

Sr - stawka procentowa opłaty rocznej nie większa niż 3%;

t - liczba lat niewykorzystanego okresu użytkowania wieczystego;

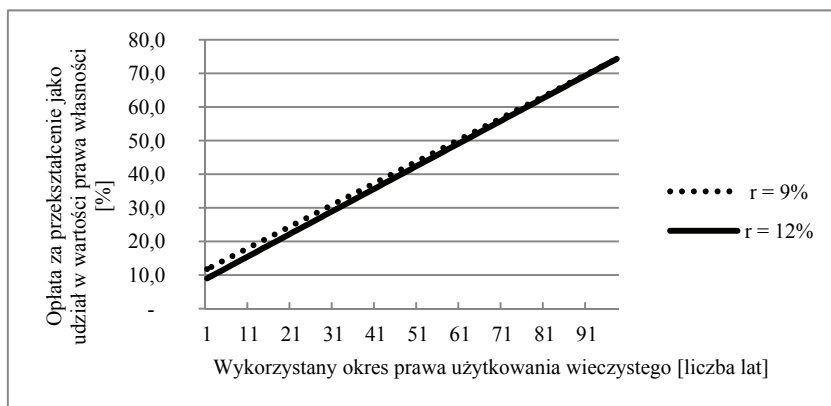
T - liczba lat, na które ustanowiono użytkowanie wieczyste;

R - przeciętna stopa kapitalizacji ustalana na podstawie badania rynku nieruchomości przez rzeczoznawcę majątkowego, nie mniejsza jednak niż 0,09 i nie większa niż 0,12.

Wysokość opłaty za przekształcenie zależy więc od wartości rynkowej prawa własności gruntu, procentowej stawki opłaty rocznej, czasu trwania użytkowania wieczystego oraz stopy kapitalizacji przyjętej przez rzeczoznawcę majątkowego. Wykres 2 przedstawia kształtowanie się wysokości opłaty, jako udziału w wartości prawa własności, w zależności od czasu wykorzystania prawa użytkowania wieczystego i stopy kapitalizacji, przy przyjętej stawce procentowej opłaty rocznej na poziomie 1%. Przedstawiona zależność wskazuje na wzrost opłaty wraz ze wzrostem okresu wykorzystania prawa użytkowania wieczystego.

²³ Ustawa o gospodarce... op. cit., art. 69.

²⁴ Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 21 września 2004 roku w sprawie wyceny nieruchomości i sporządzania operatu szacunkowego. Dz.U. Nr 207, poz. 2109 ze zm., §29 i §30.



Wykres 2. Opłata za przekształcenie prawa użytkowania wieczystego jako udział w wartości rynkowej prawa własności w zależności od wykorzystanego okresu wykorzystania prawa i stopy kapitalizacji

Diagram 2. The fee for conversion of perpetual usufruct as a share of the market value of the property rights depending to the used time use rights and the capitalization rate

Źródło: Obliczenia własne.

W odniesieniu do opłat rocznych z tytułu użytkowania wieczystego gruntu, właściciel gruntu może stosować zwolnienia i bonifikaty²⁵. Jest także możliwość rozłożenia opłaty na raty, na czas nie krótszy niż 10 lat i nie dłuższy niż 20 lat, przy oprocentowaniu według stopy redyskontowej weksli ogłaszanej przez Narodowy Bank Polski. Zwolnienia z opłaty obejmują osoby fizyczne i spółdzielnie mieszkaniowe (oraz ich następców prawnych), które nabyły prawo w zamian za wywłaszczenie lub przejęcie nieruchomości gruntowej na rzecz Skarbu Państwa przed dniem 5 grudnia 1990 r. oraz na podstawie dekretu z dnia 26 października 1945 r. o własności i użytkowaniu gruntów na obszarze m.st. Warszawy. Bonifikaty od opłaty w wysokości 50% stosuje się w odniesieniu do:

- nieruchomości stanowiących własność Skarbu Państwa osobom fizycznym, które prawo użytkowania wieczystego uzyskały przed dniem 5 grudnia 1990 r. (oraz ich następców prawnych)
- nieruchomości wpisanych do rejestru zabytków.

Oprócz powyższych bonifikat, właściciel gruntu może stosować dodatkowe na podstawie zarządzenia wojewody w odniesieniu do gruntów Skarbu Państwa lub na podstawie uchwały właściwej rady lub sejmiku danej jednostki samorządu terytorialnego²⁶.

²⁵ Ustawa o przekształceniu... op.cit., art. 4.

²⁶ Przykładowo, w stosunku do gruntów będących własnością miasta Warszawy udzielana jest osobom fizycznym bonifikata w wysokości 60% od opłaty z tytułu przekształcenia prawa użytkowania wieczystego w prawo własności nieruchomości zabudowanych i wykorzystywanych wyłącznie na cel mieszkaniowy, a następnie powiększana jest o 1% za każdy rok trwania użytkowania wieczystego. Wysokość udzielonej bonifikaty nie może przekroczyć 95% (Uchwała Nr XXX/945/2008 Rady m. st. Warszawy z dnia 8 maja 2008 roku). W przypadku gruntów Skarbu Państwa, podobnie zabudowanych i wykorzystywanych wyłącznie na cel

Dochody jednostek samorządu terytorialnego związane z prawem użytkowania wieczystego

Wśród dochodów własnych jednostek samorządu terytorialnego znajdują się m.in. wpływy z opłat z tytułu użytkowania wieczystego oraz z opłat za przekształcenie prawa użytkowania wieczystego w prawo własności gruntu. Udział tych wpływów w dochodach własnych przykładowych miast przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Wpływy budżetowe związane z użytkowaniem wieczystym oraz ich udział w dochodach własnych wybranych miast w Polsce w 2013 roku
Table 2. Budget income with the perpetual usufruct, and their share in the income of their own selected cities in Poland in 2013

Rodzaj wpływów budżetowych	Wpływy do budżetu miast związane z użytkowaniem wieczystym oraz ich udział w dochodach własnych											
	Warszawa		Poznań		Wrocław		Szczecin		Gdańsk		Łódź	
	mln zł	udział	mln zł	udział	mln zł	udział	mln zł	udział	mln zł	udział	mln zł	udział
Dochody własne*	9 149,4	100%	1 753,0	100%	2 670,1	100%	1 257,2	100%	1 940,0	100%	3 354,3	100%
w tym:												
wpływy z przekształcenia prawa użytkowania wieczystego w prawo własności	71,9	0,8%	2,7	0,2%	6,2	0,2%	5,3	0,4%	14,6	0,7%	9,8	0,3%
wpływy z opłat z tytułu użytkowania wieczystego	431,5	4,7%	30,7	1,8%	49,7	1,9%	31,7	2,5%	39,9	2,1%	48,8	1,5%

* Kategoria „dochody własne” obejmuje wpływy do budżetu bez dotacji i subwencji.

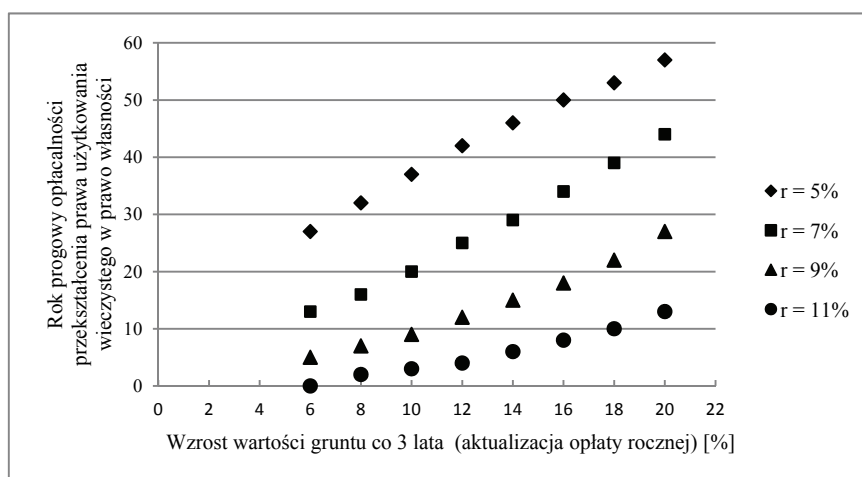
Źródło: Obliczenia własne na podstawie sprawozdań z wykonania budżetu miast za 2013 rok.

Wpływy z opłat za użytkowanie wieczyste w dochodach własnych analizowanych miast stanowiły w 2013 roku udział na poziomie od 1,5 do 4,7%, przy czym były wyższe od wpływów z opłat za przekształcenie prawa użytkowania wieczystego od ok. 3 do 11 razy. Należy przy tym zwrócić uwagę na fakt, że wpływy z opłat rocznych zapewniają jednostkom samorządu terytorialnego regularne, cykliczne dochody, z których rezygnacja na rzecz jednorazowego wpływu budżetowego z tytułu opłat za przekształcenie może być uznane za mniej korzystne dla gospodarki finansowej gminy czy miasta.

mieszkaniowy, stosuje się dla osób fizycznych bonifikatę w wysokości 30%, przy czym w przypadku osoby fizycznej, której dochód miesięczny na jednego członka rodziny nie przekracza 50% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w gospodarce narodowej ogłaszanego przez Prezesa GUS, bonifikata wynosi 50% (Zarządzenie Nr 241 Wojewody Mazowieckiego z dnia 28 maja 2012 r.).

Próg opłacalności przekształcenia prawa do gruntu dla użytkownika wieczystego

Z uwagi na zależność wysokości opłaty z tytułu przekształcenia prawa użytkowania wieczystego w prawo własności m.in. od czasu wykorzystania tego prawa, zaś z drugiej strony konieczność ponoszenia przez użytkownika wieczystego opłat rocznych, założono istnienie progu opłacalności takiego przekształcenia. Dla potrzeb wskazania tego progu, dokonano przykładowego szacunku wysokości opłaty z tytułu przekształcenia prawa użytkowania wieczystego oraz sumy należnych opłat rocznych w sytuacji nie dokonania tego przekształcenia. Przy obliczeniu opłaty z tytułu przekształcenia przyjęto założenia w zakresie: wartości prawa własności gruntu na datę przekształcenia na poziomie 200 tys. zł, stawki opłaty rocznej 1% oraz stopy kapitalizacji w wysokości 10%. Przy ustaleniu sumy przyszłych zdyskontowanych opłat rocznych uwzględniono wzrost wartości gruntu co 3 lata w wariantach o: 6, 8, 10, 12, 14, 16 i 20% oraz obliczeń dokonano dla stopy dyskonta: 5, 7, 9 i 11%. Wyniki szacunków przedstawiono na wykresie 3.



Stopa dyskonta r [%]	Wzrost wartości gruntu - aktualizacja opłaty co 3 lata [%]							
	6	8	10	12	14	16	18	20
5	27	32	37	42	46	50	53	57
7	13	16	20	25	29	34	39	44
9	5	7	9	12	15	18	22	27
11	0	2	3	4	6	8	10	13

Wykres 3. Progi opłacalności przekształcenia prawa użytkowania wieczystego gruntu w prawo własności w zależności od wykorzystanego okresu tego prawa, poziomu wzrostu wartości prawa własności gruntu i stopy dyskonta opłat rocznych

Diagram 3. Cost-effectiveness thresholds transformation perpetual usufruct depending on the period used this right, the level of increase in the value of land and property rights in the discount rate of annual fees

Źródło: Obliczenia własne.

Obliczenia, których wyniki prezentuje wykres 3, potwierdzają istnienie progu opłacalności przekształcenia prawa użytkowania wieczystego w prawo własności. Przykładowo, przy założeniu stopy dyskonta dla opłat rocznych na poziomie 11% oraz przy prognozowanym wzroście wartości gruntu w okresie 3 lat o 6%, przekształcenie to staje się nieopłacalne dla użytkownika wieczystego. Prezentowany przykład potwierdza też zasadność dokonania przez użytkownika wieczystego analizy opłacalności przed podjęciem decyzji o przekształceniu prawa do gruntu w prawo własności. Dodatkowo, w analizie należałoby uwzględnić ewentualne bonifikaty do opłat z tytułu przekształcenia ustalone przez właściciela gruntu zgodnie z zapisami ustawy o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego w prawo własności oraz możliwość rozłożenia spłaty opłaty na raty. Należy też wskazać na trudność ustalenia założeń dla potrzeb takiej analizy, zwłaszcza w zakresie poziomu stopy dyskonta dla przyszłych opłat rocznych oraz prognozy wzrostu wartości gruntu. Niemniej, użytkownik wieczysty powinien być świadom istnienia progu opłacalności przekształcenia posiadanego przez niego prawa do gruntu w prawo własności.

Podsumowanie

Prawo użytkowania wieczystego gruntu jest formą prawną długoterminowego korzystania z gruntów Skarbu Państwa i jednostek samorządu terytorialnego przez inne osoby prawne i fizyczne. Prawo to związane jest z opłatami rocznymi wnoszonymi na rzecz właściciela przez użytkownika wieczystego. Przekształcenie prawa użytkowania wieczystego w prawo własności wymaga uiszczenia przez użytkownika wieczystego opłaty, której wysokość uzależniona jest m.in. od liczby lat wykorzystania tego prawa oraz stawki procentowej opłaty rocznej odnoszonej do wartości rynkowej gruntu jako prawa własności. W przedstawionym opracowaniu wskazano na istnienie progu opłacalności takiego przekształcenia dla użytkownika wieczystego. Próg ten wyznacza porównanie naliczonej opłaty z tytułu przekształcenia prawa z sumą należnych opłat rocznych w sytuacji nie dokonania tego przekształcenia. Stąd, taka analiza opłacalności powinna poprzedzać decyzję użytkownika wieczystego o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego w prawo własności gruntu.

Opłaty roczne z tytułu użytkowania wieczystego stanowią wpływy budżetowe dla właścicieli gruntów tj. jednostek samorządu terytorialnego oraz Skarbu Państwa. Wpływy te zapewniają jednostkom samorządu terytorialnego roczne dochody, z których rezygnacja na rzecz jednorazowego wpływu budżetowego z tytułu opłat za przekształcenie może być uznane za mniej korzystne dla gospodarki finansowej właściciela gruntu.

Literatura

- Bieniek G., Rudnicki S., 2013. Nieruchomości. Problematyka prawna. Wyd. LexisNexis, Warszawa.
- Dekret z 26 października 1945 r. o własności i użytkowaniu gruntów na obszarze m.st. Warszawy. Dz.U. 1945 nr 50, poz. 279.
- Dekret z dnia 11 października 1946 r. Prawo rzeczowe. Dz.U. 1946 nr 57, poz. 319.
- Dekret z dnia 26 kwietnia 1949 r. o nabywaniu i przekazywaniu nieruchomości niezbędnych do realizacji narodowych planów gospodarczych. Dz.U. 1949 r., nr 27, poz. 197.

Habdas M., 1998. Angielskie prawo „lease”. „Rzecznik Praw Majątkowych” nr 1 (16), Wyd. PFSRM, Warszawa.

Kokot. S., 2003: Wieczyste użytkowanie w teorii i praktyce. [W:] Rynek nieruchomości Pomorza Zachodniego – stan i perspektywy. Materiały konferencyjne. Szczecin.

Kokot S., 2009. Ekonomiczne zagadnienia użytkowania wieczystego w gospodarce nieruchomości gmin. Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.

Kucharska-Stasiak E. (red.), 2004. Zachodnie rynki nieruchomości. Wyd. Twigger, Warszawa 2004.

Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 21 września 2004 roku w sprawie wyceny nieruchomości i sporządzania operatu szacunkowego. Dz.U. Nr 207, poz. 2109 ze zm.

Ustawa z dnia 14 lipca 1961 r. o gospodarce terenami w miastach i osiedlach. Dz.U. 1961 nr 32, poz. 159.

Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny. Dz.U. 1964 nr 16, poz. 93.

Ustawa z dnia 29 kwietnia 1985 r. o gospodarce gruntami i wywłaszczaniu nieruchomości. Dz.U. 1985 nr 22, poz. 99 z późn. zmianami.

Ustawa z 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami. Dz.U. 1997 nr 115, poz. 741 z późn. zmianami.

Ustawa z dnia 4 września 1997 r. o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego przysługującego osobom fizycznym w prawo własności. Dz.U. 1997 nr 123, poz. 781 z późn. zmianami.

Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o przekształceniu prawa użytkowania wieczystego w prawo własności. Dz.U. 2005 nr 175, poz. 1459 z późn. zmianami.

Summary

Perpetual usufruct in Poland as a legal form of long-term use of state-owned land and communal land by other legal and natural persons. This law is related to the annual fees paid by the user perpetual, that the landowners are budget income. The aim of the analysis in this paper is an attempt to present the economic aspects of the right of perpetual usufruct by determining the share of budget income from annual fees and related conversion right of perpetual usufruct right of property in their own incomes of local government units based on selected cities and an indication of the profitability threshold for conversion rights user perpetual depending on the used period of perpetual usufruct, increases in land value and the discount rate of future fees.

Keywords: perpetual usufruct, conversion of the perpetual usufruct right of ownership, own budget income

Informacje o autorce:

Dr inż. Elwira Laskowska

Katedra Ekonomiki Rolnictwa i Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych

Wydział Nauk Ekonomicznych

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

e-mail: elwira_laskowska@sggw.pl

Marzena Lemanowicz
Joanna Szwacka-Mokrzycka
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

INNOVATION ACTIVITIES IN THE FOOD MARKET

At present, the food market in Poland is characterised with significant intensity of competition, caused by high saturation of consumers' needs. In response to market requirements, producers offer innovative product lines and diversified marketing activities. The article discusses the main trends related to initiating innovation activities in the segment of new generation products (dairy desserts and dessert concentrates). It has been concluded that innovation activities focus above all on changed product compositions, use of additives, form of consistence, offer diversification in terms of product weight, modification of packaging design and focus on distinguishing product positioning, as well as creation of unique segmentation and advertising strategies. Market leaders in terms of innovative product offers are large concerns and large processing plants. This is connected with high capital requirements of innovation activities. The dominant view is that innovation of the whole dairy industry in Poland is low. On the other hand, the situation in the segment of dessert concentrates is much better in this respect. Innovative activities ought to allow rationalisation of manufacturing costs, better quality and health characteristics of products.

Introduction

Nowadays, in the competitive food market, undertaking of pro-innovation activities, ensuring maintenance of a stable market position, is essential. In order to meet market requirements, producers offer innovative product lines and conduct diversified marketing activities. The article discusses the main trends related to initiating innovative activities in the segment of new generation products (dairy desserts and dessert concentrates). The starting point of the analysis is presentation of the situation in the Polish food industry, with particular focus on the scale of incurred investment expenditures. Next, a general division and overview of innovation strategies is provided. There follows an overview of the trends and examples of activities undertaken by enterprises representing the segments of dairy product processing and dessert concentrates.

Research methodology

Two industries – of processed dairy products and dessert concentrates – characterised with a diversified level of innovation activities were selected for the research.

The analysis uses secondary sources of information. The sources of data were reports of Institute SMG/KRC Millward Company, results of the questionnaire survey – anonymous internet survey conducted on the sample of 301 respondents, and data of the Central Statistical Office (GUS).

Investment expenditures in the food industry in Poland

Dynamic development of the food industry after EU accession evidences good preparation of Poland for operating within the integrated market. Polish companies of the food industry are increasingly gaining competitive advantages as compared with other developed European countries [Szwacka-Mokrzycka, Kociszewski 2011]. Building of the competitive advantage in the EU market is not only based on price advantages, but also on the high quality of offered products. To improve the competitiveness of Polish products in the EU market, agricultural producers and processing enterprises undertake numerous investments allowing adaptation of their businesses to European standards (table 1).

Pro-innovation activities include introduction of new technologies, product manufacturing techniques as well as activities connected with packaging of the products and building their market image. At the same time, it ought to be emphasised that the enterprises' ability to compete differs depending on management methods used. A high and efficient management level is typical of the sector leaders. Obviously, growth in management efficiency and development of new technologies are closely related to the amounts of investment expenditures incurred. A considerable growth in investment expenditures in the food industry was observed in years 2008-2012, although the scale of growth was diversified. In food processing, the average annual increase in expenditures during the analysed period was equal to 5-13%. To compare, beverage producers incurred investment expenditures in the range of 9-14% during the analysed period. A deviation from the presented regularity was only observed in the year 2009. As compared with 2008, the year 2009 saw a decrease in investment expenditures both in the overall food industry and in the beverages segment (table 1).

Table 1. Investment expenditures in the food industry in years 2008-2012

Specification	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Manufacture of food products	109.5	82.3	107.7	112.8	105.1
Manufacture of beverages	113.8	50.5	108.8	109.2	113.5

Source: Rocznik statystyczny przemysłu (*Industry statistical yearbook*). (2013). Central Statistical Office, Warsaw.

At the same time, it ought to be emphasised that reduction of the investment gap between Poland and other EU countries has been considerably influenced by foreign direct investments and participation of strategic foreign investors in Polish enterprises. As a result of such activities, many Polish manufacturers have become parts of foreign corporations. They have become involved in the process of economy globalisation and specialisation within the global economy internationalisation processes. Consolidation activities allow implementation of new technologies, modification of manufacturing processes and initiation of innovation activities related to products and marketing activities.

Notion and division of innovation

Innovation means practical implementation of a new solution, mainly meaning technical innovations and their economic impact [Schumpeter 1995].

Ch. Freeman – innovation is: “...first commercial implementation (use) of a new product, process, system or device:

- manufacturing of a new product or market launch of goods with new characteristics,
- introduction of a new production method,
- opening of a new sales market,
- acquisition of new raw material sources,
- introduction of a new organisation of business processes [Freeman 1982].

Innovations – implementation of a new or significantly improved product (goods or services), a new or significantly improved process, a new marketing method or a new organisation method in the area of business practices, organisation of the workplace or relation with the external environment.

Product innovation – implementation of a product or service which is new or significantly improved from the point of view of functional characteristics or usable purposes the product is supposed to serve. In particular, this includes improvements of the technical characteristics, components and materials used as well as software constituting an integral part of the product or improvements facilitating use of the product by the user, i.e. so-called user friendliness [Matusiak 2011].

Marketing innovation – implementation of a new marketing method involving significant changes in terms of:

- design and packaging – e.g. changes with respect to form and appearance of the product which do not alter its technical and usable parameters, changes in the packaging of such products as food, beverages, cleaning products, cosmetics, in whose case the packaging is the main element of their “appearance”;
- sales methods applied to goods and services – new sales channels (excluding methods related to logistics, such as first launch of the franchising system, direct sales or product licensing);
- application of new product presentation concepts (e.g. sales of furniture at special, thematically arranged retail points of sale);
- promotion of goods and services;
- product placement – demonstration of the company’s products as requisites in films or television programmes;
- branding – introduction of a completely new brand symbol in order to win a new market or give a new image to the product;
- acquisition for the company’s products of “celebrities” and statements of well-known persons (mainly television/film stars) or introduction of a personalised information system, e.g. using loyalty cards, in order to adapt product presentation methods to individual customers’ needs;

- methods of product and service pricing – e.g. first-time introduction by the company of a product and service pricing differentiation method depending on the demand (if the demand is low, the price is low, too).

Innovation strategies

An innovation strategy is pursued by an innovative enterprise which is able to create, absorb, develop and sell new products (services) and demonstrates the ability to continuously adapt to changes in the surrounding environment. A division of innovation strategies may be performed based on four criteria, including [Świtalski 2005]:

- innovation carrier or object,
- innovation significance or importance,
- innovation priority or originality,
- source or kind of incentive to undertake the innovation project.

Criterion of the innovation carrier or object

The following innovations may be distinguished based on the criterion of innovation carrier or object: product-, process- or organisation-related innovations. Tangible and intangible products may be distinguished within product-related innovations. Innovations related to tangible products include:

- innovations in final products purchased by households,
- innovations in products purchased by companies as capital goods,
- innovations in products purchased by companies as procurement goods.

Innovations related to intangible products include:

- innovations in services purchased by households,
- innovations in services purchased by companies as components of non-current assets,
- innovations in intangible products purchased by companies as production or supporting services.

Process-related innovations may be divided into:

- innovations in manufacturing processes,
- innovations in the processes of service, manufacturing, distribution and sales of products,

Organisation-related innovations include:

- innovations related to the size and organisation structure,
- innovations related to methods of function performance.

Criterion of innovation significance or importance

The following innovations may be distinguished considering this criterion: breakthrough, incremental and supplementary innovations.

Criterion of innovation priority or originality

The following innovations may be distinguished considering the criterion of innovation originality:

- original or absolute innovations,
- secondary or imitative innovations.

Criterion of the source or kind of incentive to undertake the innovation project

The following innovations are distinguished considering the criterion of source:

- innovations developed as a result of implementing R&D results,
- innovations resulting from market and buyer preference research,
- innovations developed as a result of the innovator's work,
- innovations introduced as a result of unexpected events,
- innovations constituting copies of innovations implemented by other entities.

Innovation strategies may be divided into two groups: introvert and extravert [Antoszkiewicz 1996]:

The introvert group includes:

- product attractiveness strategies,
- product strategies important for the added value,
- human capital and capital resources productivity strategies.

The group of extravert innovation strategies includes:

- offensive strategies,
- defensive strategies,
- contra-offensive strategies.

A division of innovative development strategies may be performed based on the amount of expenditures on research and development within the given business entity; consequently, the following strategies may be distinguished: offensive, defensive, imitative, dependent, traditional and opportunistic strategies [Antoszkiewicz 1996].

According to another typology [Drucker 1993], three criteria of innovation strategy typology may be distinguished:

- material effects (product, technology, organisation system),
- market effects,
- ecological, including values approved by consumers.

Criteria of the innovative development strategies typology may constitute basis for evaluating effects of an enterprise's innovation activities. Innovative development strategies take into account such fundamental components as objectives, measures, methods of implementation, as well as entry methods [Janasz, Leśkiewicz 1995]:

The following factors underlying selection of the enterprise's innovation strategy be distinguished:

1. market,

2. internal resources of the enterprise,
3. proper innovation culture,
4. material capabilities of the enterprise,
5. financial capabilities of the enterprise,
6. sector specifics,
7. impact of the local environment.

Factors related to selection of the innovation strategy may act in various directions and at various intensity. The same factor, at specific conditions and time, may be stimulating, whereas in other conditions it may demonstrate hindering impact onto innovation activities within the enterprise.

Trends related to undertaking innovation activities in the market of dessert concentrates

Conducted analyses demonstrate that the share of innovations in creating product development and implementation of new technologies in the dessert concentrate market is relatively high [Kociszewski 2010].

As far as main trends related to activities in the area of product innovations are concerned, one ought to emphasise:

- enhancement of product sensory value (improvement in terms of natural taste, colour, consistence of the product),
- use of natural flavours or colorants (use of natural fruit and vegetable powder, addition of fruit pieces),
- addition of flavour and smell enhancing substances in the product formula,
- increased vitamin content in products.

The following items ought to be enumerated in the area of undertaken technological innovations:

- product differentiation of dessert concentrates (content of fruit pieces in dessert concentrates),
- greater product diversification,
- diversification of the packaging colour range depending on dessert concentrate flavour,
- use of ingredients accelerating preparation of instant desserts.

Trends related to undertaking innovation activities in the market of dairy products

The majority of innovation activities in the market of dairy products is undertaken in the product area. The following categories of activities may be listed:

- introduction of new product groups and lines (manufacturers of fancy dairy products),
- changes in product composition and various product improvements (functional, usable),
- changes within product packaging – design, weight/cubic content.

Relatively, the highest number of innovative activities is undertaken in the market of yoghurts. The category of yoghurts includes: drinking, natural flavoured, fruit flavoured, creamy, breakfast and hybrid yoghurts. The market of yoghurts in Poland is dominated by Danone (40% market share), Zott – owner of the Jogobella brand (20% market share).

In the category of fermented beverages (in particular, of drinking yoghurts), there occurs priority in terms of innovation implementation; e.g. enriching the product composition with probiotics (Danone and Zott with such brands as Actimel and Activia). The domestic dairy industry also offers innovative products of this category (Spółdzielnia Mleczarska (SM) Mlepol - Milko brand, GK Mlekovita – Jogurty Polskie, Łódzka Spółdzielnia Mleczarska (ŁSM) Jogo – Jo Go! product line, Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska (OSM) Krasnystaw –Calpro yoghurts, OSM Kościan – Frez brand and OSM Wart – Milk – probiotic yoghurts). Mlekovita and Bakoma provide innovative products for children, enriched with B and D groups vitamins and calcium, as well as anti-cholesterol products such as Benecol or Danacol.

A novelty introduced to the market by producers, helping build the satisfaction of most conscious consumers, is the bio yoghurt range (milk from cows bred on organic pastureland – containing pieces of fruit growing without artificial fertilisers). In this segment, the leading role is played by the following companies: Olma, EkoLukta, Granarolo.

This category includes as well fruit yoghurts made from goat's milk (Agro Danmis), ŁSM Jogo - Jogo Max 0% fat, yoghurts with fruit mousse, mixture of cereals and dried fruit in a separate box – Activia –Danone.

A special offer for men has also appeared in the market of dairy products - 7 Zbóż Men - Bakoma and spicy yoghurts to be served with meat and vegetable dishes: Dr. Oetker – Zaziki – creamy yoghurt with fresh cucumber and garlic, Zott and Mevgal –Tzatziki.

Another important trend related to innovation activities concerns segmentation strategies. The above results from the fact that positioning and psychographic segmentation are becoming increasingly important in the development of marketing strategies.

Examples of innovation activities undertaken in industries selected for analysis

The present section of the paper presents results of research related to undertaking product and technological innovations in the sector of dessert concentrates and segmentation innovations in the sector of dairy products.

Dessert concentrates sector

Product innovations

Conducted analyses show that the most important product innovation, from the point of view of consumers, is presence of fruit pieces in dessert concentrates (22.2%) – [Kociszewski 2010]. On the other hand, use of flavours or colorants was considered

important by 18.1% and 17.3% respondents, respectively. According to respondents, development of the product offer was at the greatest extent influenced by such innovations as use of natural fruit powder (evaluated at 2.19 in the scale from 1 to 3) and addition of fruit pieces (2.17) - (figure 1).

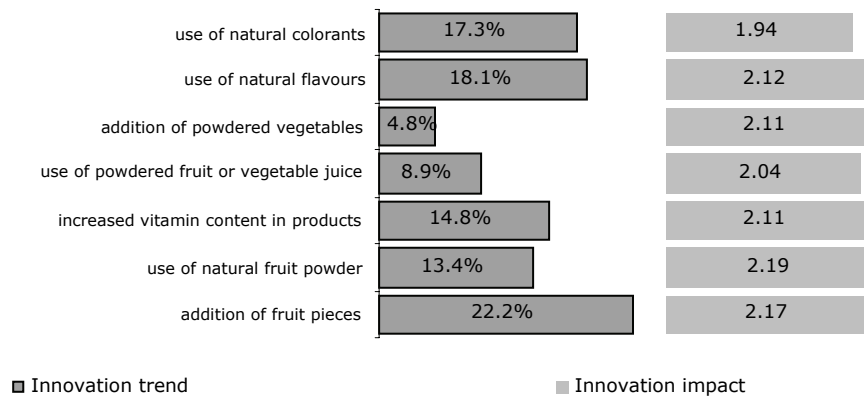


Figure 1. Product innovation trends
Source: [Kociszewski 2010].

Technological innovations

The most important technological innovation was considered by respondents to be the product differentiation of desserts (32.3%). From the point of view of dessert concentrates consumers, other important factors include innovations related to adjustment of instant dessert packaging content to be suitable for one cup (23.1% respondents) as well as use of ingredients accelerating instant dessert preparation and differentiation of packaging colour depending on the dessert flavour (21.9% and 21.4%, respectively). On the other hand, impact onto the consumer market was highest for the following innovations: increased product diversity and differentiation of packaging colours depending on the dessert concentrate flavour (both innovations evaluated at 2.16 in the scale from 1 to 3 – figure 2).

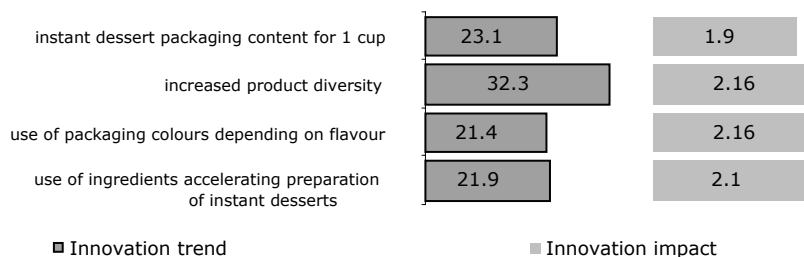


Figure 2. Trends and impact of technological innovations
Source: [Kociszewski 2010]

Sector of dairy products

The present section of the paper presents examples of innovation activities undertaken in the market of dairy desserts, in terms of segmentation strategies.

Until 1997, segmentation studies conducted in Poland were based on analyses of demographic, social and economic trends [Kusińska 2009]. However, since 1998, studies are based on psychographic segmentation. Selection of the segmentation criteria may be based on two alternative procedures: *a priori* procedure or empirical analyses [Bazarnik, Grabiński, Kąciak, Mynarski, Sagan 1992]. The *a priori* procedure involves earlier selection of the segmentation criteria. In particular, the procedure is applicable if the potential buyer may be identified based on the buyer's objective characteristics (descriptive variables).

The practice of segmentation activities of the food industry companies applies both procedures: descriptive and behaviouristic, as they are complementary. The descriptive approach is more justified in case of greater uniformity of needs and market transparency (basic food products). In case of high differentiation of the needs and low market transparency (luxury food products), behaviouristic procedures are more suitable. Descriptive criteria present objective characteristics of consumers: socioeconomic, biological, demographic and psychosocial [Szwacka-Salmonowicz 2003]. The socioeconomic criteria (e.g. education, degree of professional activity of women) may constitute the basis for separating the group of consumers of ready food products, so-called convenience foods, whereas demographic criteria (e.g. age) may constitute the basis for separating market segments of baby foods, foods for children of various ages or elderly persons. In the marketing practice of companies, various criteria are usually combined. As a rule, socioeconomic and demographic criteria are used at the same time (age, gender, income, family development stage, place of residence). Socioeconomic and demographic criteria are supplemented by psychosocial criteria. The psychosocial criteria are playing an increasingly important role in the food market segmentation process, especially with respect to high quality, modern, highly processed food products.

The discussed study used the following behaviouristic criteria for segmentation: category of users with division into heavy, medium and light users, frequency of use, loyalty towards the product brand (tables 2, 3, 4).

In years 1998-2008, the market of dairy desserts recorded a relatively low share of heavy users, at 14.86%. In the light of consumers' declarations, a heavy user consumes the analysed product categories every day or 5-6 times a week. In the analysed market, the share of light users who consume dairy products the least frequently, e.g. once a week or less often, was relatively the highest. As far as evaluation of the consumers' purchasing loyalty is concerned, one ought to note the relatively highest share of consumers declaring selection of a single brand (on average 19%), which evidences their growing loyalty towards a product brand [Szwacka-Mokrzycka 2013].

Table 2. User categories and frequency of dairy dessert consumption in years 2009-2012[%]

Dairy desserts	Heavy	Medium	Light
User categories [%]	18.75	22.52	58.74
Consumption frequency [%]	18.75	22.52	58.74

Note: * Heavy, medium and light user

Source: Own analysis based on SMG/KRC 2013.

The situation changed significantly in subsequent years. In the light of data contained in table 1, one may claim that the category of heavy users accounted for 18.75% of the market of dairy desserts in years 2009-2012, with this share growing by 4% as compared with the years 1998-2008 as a result of reduction of the light users' category share [Szwacka-Mokrzycka 2013 and table 2]. Results of the analysis indicate the relatively lowest share of the dairy desserts category in the market of dairy products and, at the same time, they evidence considerable capacity of the market.

In terms of the share of leading brands in the analysed market in years 2004-2008, the most preferred brands were: Monte-Zott, Deser z Koroną - Zott, Satino Pudding - Bakoma, Budyń Kremowy - Dr. Oetker, Satino Deser - Bakoma. Presented study results for years 2009-2012 confirm the purchasing preferences of consumers, favouring the Zott and Bakoma brands in preceding years [Szwacka-Mokrzycka 2013 and table 3].

Table 3. Most frequently consumed brands of dairy desserts in years 2009-2012 [%]

Brands	2009-2012	2009	2010	2011	2012
Monte - Zott	14.89	14.39	14.35	14.30	16.74
Deser z Koroną - Zott	12.06	13.28	12.06	11.32	11.61
Satino Pudding - Bakoma	9.67	12.32	10.41	10.47	4.91
Budyń Kremowy - Dr. Oetker	9.01	9.80	8.59	7.71	x
Satino Deser - Bakoma	8.12	8.22	8.55	9.11	6.35

Note: x – Data not available

Source: Own analysis based on [SMG/KRC 2013].

Analysis of the level of price and quality indices is important for evaluation of purchasing preferences in terms of price and quality (product brand). The index analysis was carried out based on buyers' associations connected with the given brand. That allowed evaluating importance of the brand and of the price to the consumer.

Diversification of consumers clearly focused on the quality and price occurred in years 2004-2008 in the discussed product markets. Years 2009-2012 saw reversal of trends observed in the area of purchasing loyalty in the dairy desserts market (table 3). Whereas diversification of consumers clearly focused on product quality and price

occurred in years 2004-2008, the subsequent period (2009-2012) was marked with an increased share of consumers oriented on the product price along with a decrease in the share of consumers focused on quality. This is evidenced by the obtained price (110) and quality (91) indices in 2012 (table 4). Obtained results may evidence growth in the consumers' demand for relatively cheap brands in the market of dairy desserts (especially in connection with development of a broad range of private label brands). It ought to be emphasised that analyses of dairy product (including dairy desserts) consumers' orientation in years 2009-2012 were conducted with respect to the total category, not in terms of particular product brands [SMG/KRC 2013].

Table 4. Level of dairy dessert buyers' orientation on product price and brand in years 2009 and 2012

Buyer orientation level	2009	2012
Price oriented	93	110
Brand oriented	111	91

Note: Value > 100 means increase with respect to the base index of 100%, whereas value < 100 denotes decrease with respect to the base index of 100%.

Source: Own analysis based on [SMG/KRC 2013].

Summary

The article presents the main trends related to innovation activities in the segment of new generation products (dairy desserts and dessert concentrates). Conducted analyses evidence that the scale of innovations undertaken in the analysed sectors is diversified.

Innovativeness of the dairy industry in Poland is relatively low. At the front of the offer of innovative fancy dairy products are large concerns and large milk processing plants with the Polish capital. Among others, this results from high capital requirements related to product innovation activities and to other marketing activities in the areas of segmentation, promotion and sales methods. The segmentation analysis conducted in the market of dairy products evidences growing the importance of psychographic segmentation. Psychosocial criteria are playing an increasingly important role in segmentation of the market of high quality, modern, highly processed food products.

A completely different situation is typical for the dessert concentrates sector, where product and technology innovations underlie development of its competitive position. High product and technological innovation is referred to as the fundamental factor of building a lasting competitive advantage of the dessert concentrates sector.

Bibliography

- Antoszkiewicz J.D.: (1996). Metody skutecznego zarządzania. Instytut „Orgmasz”. Warszawa.
 Bazarnik J., Grabiński T., Kąciak E., Mynarski S., Sagan A.: (1992). Badania marketingowe. AE w Krakowie. Warsaw-Kraków.
 Drucker P.: (1993). Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady. PWN. Warsaw.
 Freeman Ch.: (1982). The Economics of Industrial Innovation. F.Piner. London.

Janasz W., Leśkiewicz J.: (1995). Identyfikacja i realizacja procesów innowacyjnych w przedsiębiorstwie. Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego. Szczecin.

Kociszewski M.: (2010). Tworzenie przewagi konkurencyjnej w sektorze koncentratów deserów z wykorzystaniem innowacji technologiczno-produktowych. Praca doktorska. Warsaw.

Kusińska A.: (2009). Segmentacja rynku i typologia konsumentów. IBRKiK. Warszawa.

Matusiak K.B. (edited by): (2011). Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć, PARP. Warsaw.

Rocznik statystyczny przemysłu (*Industry Statistical Yearbook*): (2013). Central Statistical Office. Warsaw.

SMG/KRC: (2013). A Millward Brown Company. Warsaw.

Schumpeter J.A.: (1995). Kapitalizm, socjalizm, demokracja. PWN. Warsaw.

Szwacka-Salmonowicz J.: (2003). Zmiany zachowań nabywców jako determinanta kształtowania strategii segmentacyjnych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce. Publishing house of the Warsaw University of Life Sciences. Warsaw.

Szwacka-Mokrzycka J, Kociszewski M.: (2011). Znaczenie innowacji w budowaniu przewagi konkurencyjnej producentów koncentratów deserów. *SERiA Scientific Yearbooks, Volume XIII, Bulletin 2*.

Szwacka-Mokrzycka J.: (2013). Tendencje rozwojowe popytu i podaży żywności w Polsce. Publishing house of the Warsaw University of Life Sciences. Warsaw.

Świtalski W.: (2005). Innowacje i konkurencyjność. Publishing house of the Warsaw University. Warsaw.

Informacja o autorach:

dr inż. Marzena Lemanowicz

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu
ul Nowoursynowska 166
02-787 Warszawa
e-mail: m.lemanowicz@wp.pl

dr hab. Joanna Szwacka-Mokrzycka, prof. SGGW

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu
ul Nowoursynowska 166
02-787 Warszawa
e-mail: joanna_szwacka@interia.pl

*Agata Marcysiak
Adam Marcysiak
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach*

Zakres zróżnicowania poziomu dochodów z gospodarstwa rolnego w układzie regionalnym

RANGE OF DIFFERENTIATION INCOMES LEVEL OF AN AGRICULTURAL FARM IN REGIONAL SCHEME

Celem opracowania jest ukazanie zakresu zróżnicowania sytuacji dochodowej gospodarstw rolnych w układzie regionalnym. Podstawową kategorią ekonomiczną był dochód z gospodarstwa rolniczego. Obliczeń tej kategorii dochodu dokonano metodą stosowaną w europejskim systemie rachunkowości rolnej FADN (Farm Accountancy Data Network). Najwyższy poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego osiągnięto w regionie Pomorze i Mazury. Regionem o najniższym poziomie dochodu rolniczego była Małopolska i Pogórze. Wynikało to ze zróżnicowania struktury agrarnej polskiego rolnictwa

Słowa kluczowe: poziom dochodu, zróżnicowanie dochodowe, region

Wstęp

Wraz z przystąpieniem Polski do UE zmianie uległy czynniki kształtujące dochody rolników. Obok tradycyjnych (konwencjonalnych) czynników, takich jak: fizyczne rozmiary produkcji, ponoszone nakłady, relacje cen rolnych, pojawiły się płatności bezpośrednie oraz płatności z tytułu uczestnictwa w programach rolno-środowiskowych, restrukturyzacyjnych i modernizacyjnych [Kowalski 2013]. Rola tych transferów w kształtowaniu dochodów rolników niepomrotnie wzrosła. Znajduje to potwierdzenie w roli interwencjonizmu państwowego w wspieraniu poszczególnych działów gospodarki [Milewski 2005].

Objęcie polskiego rolnictwa mechanizmami WPR stworzyło możliwości poprawy sytuacji dochodowej rolnictwa. Wynikało to przede wszystkim z:

uruchomienia płatności bezpośrednich, wpływających wprost na dochody rolników,
uruchomienia programów rolno-środowiskowych oddziałujących bezpośrednio i pośrednio na dochody rolników,

wsparcia przekształceń i przemian na wsi w ramach polityki regionalnej wpływających pośrednio na poprawę sytuacji dochodowej ludności rolniczej,

objęcia polskiego rolnictwa regułami wspólnego, jednolitego rynku oddziałującymi na wielkość i strukturę produkcji rolnej oraz na ceny rolne [Zegar 2008].

Realizując programy pomocy dla rolnictwa i obszarów wiejskich Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa od początku swej działalności do końca 2012 roku wypłaciła beneficjentom ponad 179 mld zł. Z tej kwoty na systemy wsparcia bezpośredniego przeznaczono 87 mld zł. W samym tylko 2012 roku Agencja wypłaciła 25,9 mld zł [Informacja z realizacji zadań...2013].

Po dwóch latach poprawy opłacalności produkcji w 2012 rynkowe uwarunkowania produkcji rolniczej pogorszyły się. Dynamika wzrostu przeciętnych cen towarów zakupowanych na cele produkcyjne i inwestycyjne (106,5%) była wyższa od dynamiki wzrostu cen produktów rolnych sprzedawanych przez gospodarstwa indywidualne (104,2%). W rezultacie wskaźnik relacji tych cen („nożyce cen”) wyniósł 97,8 wobec 107,3 w 2011 roku i 110,2 w 2010 roku [Kowalski 2013]. Uwarunkowania te nie pozostały także obojętne na skalę zróżnicowania poziomu dochodów pomiędzy gospodarstwami, jak i w układzie regionalnym.

Metodyczne aspekty opracowania

Celem niniejszego opracowania jest próba ukazania zakresu zróżnicowania sytuacji dochodowej gospodarstw rolnych w układzie regionalnym.

Materiałem badawczym są dane o gospodarstwach, które prowadziły rachunkowość rolną dla potrzeb Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. Analizą objęto rok 2012. W chwili przygotowywania opracowania były to najbardziej aktualne dane.

Podstawową kategorią ekonomiczną, przyjętą dla potrzeb procesu badawczego, był poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego. Obliczeń tej kategorii dokonano metodą stosowaną w europejskim systemie rachunkowości rolnej FADN (Farm Accountancy Date Network). Funkcjonuje on w oparciu o Wspólnotową Typologię Gospodarstw Rolnych (WTGR). Jest to ujednolicony system klasyfikowania gospodarstw rolnych UE według ich wielkości ekonomicznej i typu rolniczego [Goraj, Mańko 2009]. Zasady klasyfikacji gospodarstw zostały precyzyjnie określone i po raz pierwszy formalnie ustanowione Decyzją Komisji (EWG) 78/463/EEC z dnia 7 kwietnia 1978 r.

Do 2009 roku we WTGR miała zastosowanie metoda wykorzystująca koncepcję Standardowej Nadwyżki Bezpośredniej (SGM). Dla potrzeb klasyfikacji gospodarstw do wyrażenia wielkości ekonomicznej stosowano Europejską Jednostkę Wielkości (ESU), stanowiącą równowartość 1200 euro Standardowej Nadwyżki Bezpośredniej. Rok 2010 stał się rokiem przełomowym w typologii z uwagi na uwarunkowania, jakie zapanowały w sektorze rolnictwa. Jedną z tych zmian było wprowadzenie Standardowej Produkcji (ang. Standard Output – SO) w miejsce Standardowej Nadwyżki Bezpośredniej [Współczynniki Standardowej...2013]. Aktem prawnym ustanawiającym aktualną WTGR (w tym metodykę obliczania SO) jest rozporządzenie Komisji nr 1242/2008 z 8 grudnia 2008 r. [Commission Regulation...2008]

W analizie zostały uwzględnione dwa parametry służące do oceny stopnia zróżnicowania dochodowego, a mianowicie:

- poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego w przeliczeniu na 1 gospodarstwo,
- poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego w przeliczeniu na 1 jednostkę przeliczeniową pracy (AWU).

Gospodarstwa rolnicze będące przedmiotem badań zostały pogrupowane według regionów FADN. Wyróżniono cztery regiony: Mazowsze i Podlasie, Wielkopolskę i Śląsk, Mazury i Pomorze oraz Małopolskę i Pogórze.

Wyniki produkcyjne gospodarstw w układzie regionalnym

Zbieranie danych rachunkowych do celów określenia dochodów rolnych odbywa się w Polsce według zasad w pełni zharmonizowanych z przepisami UE. Przepisy te ustalają tzw. Wspólną Typologię Gospodarstw Rolnych. W odniesieniu do krajów przyjętych do UE w 2004 roku reguluje to Rozporządzenie Komisji Europejskiej nr 730/2004 z dnia 19 kwietnia 2004 roku.

Poszczególne regiony charakteryzują się dużym zróżnicowaniem wyników produkcyjnych (tabela 1).

Tabela 1. Charakterystyka gospodarstw prowadzących rachunkowość rolną w roku 2012 w układzie regionalnym

Wyszczególnienie	Mazowsze i Podlasie	Pomorze i Mazury	Wielkopolska i Śląsk	Małopolska i Pogórze
Liczba gospodarstw w próbie badawczej IERiGŻ	4014	1815	4030	1255
Powierzchnia UR w ha	15,5	39,6	26,1	10,7
Nakłady pracy ogółem w AWU na 1 gospodarstwo	1,71	1,93	1,86	1,63
Plony pszenicy w dt/ha	43,3	52,3	50,7	42,2
Wydajność mleczna krów w litrach	4 459	5167	6 251	3 712
Wartość produkcji rolniczej ogółem w zł	92 684	223 482	195 055	72 744
Koszty bezpośrednie w zł	38 142	99 546	90 064	28 906
Koszty ogólnogospodarcze w zł	17 790	45 365	38 291	15 220
Wartość dodana brutto w zł	55 551	123 424	95 980	41 711

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych IERiGŻ

Średni obszar gospodarstwa prowadzącego rachunkowość rolną dla potrzeb IERiGŻ w 2012 wynosił 19,6 ha UR. Największe gospodarstwa występowały w regionie Pomorza i Mazur (39,6 ha UR), najmniejsze w regionie Małopolski i Pogórza (10,7 ha UR). Z obszarem gospodarstw ściśle związana była wielkość wyników produkcyjnych.

Gospodarstwa pochodzące z regionu Pomorza i Mazur w 2012 roku osiągnęły produkcję rolniczą wynoszącą 223 482 zł i wartość dodaną brutto 123 424 zł na 1 gospodarstwo. Wielkości te były odpowiednio o 3,1 i 2,9-razy większe od średnich dla gospodarstw regionu Małopolski i Pogórza.

Poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego

Ziemia, praca i kapitał, będąc podstawowymi czynnikami produkcji tworzą potencjał wytwórczy gospodarstwa rolnego. Czynniki te oraz występujące między nimi relacje określają rozmiary możliwej do osiągnięcia produkcji a także w sposób zasadniczy wpływają na wielkość uzyskiwanego przez rolników dochodu [Klepacki 1997]. Powierzchnia użytków rolnych jest tradycyjnym miernikiem wielkości gospodarstwa rolnego powszechnie uznawanym w literaturze przedmiotu. Zdaniem J.S. Zegara wiel-

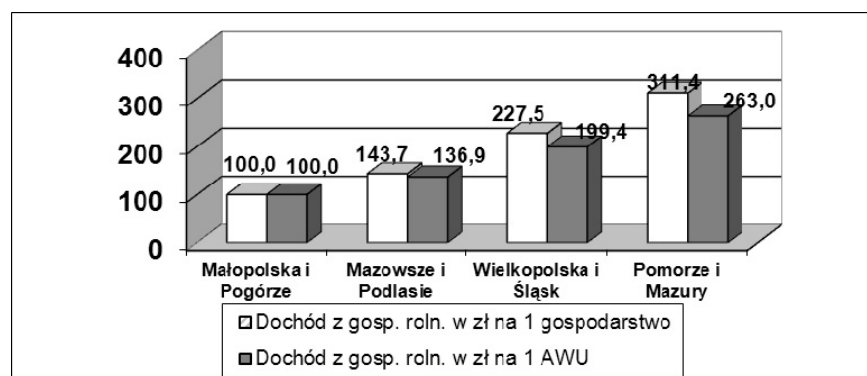
kość obszaru gospodarstwa pozostaje nadal podstawowym kryterium jego siły ekonomicznej [Zegar 2005]. Obszar gospodarstwa determinuje kształtowanie się podstawowych relacji produkcyjno-ekonomicznych, co w efekcie znajduje odzwierciedlenie w uzyskanych dochodach [Kołoszko-Chomentowska 2013].

Oddziaływanie obszaru gospodarstwa na poziom dochodu potwierdzają także dane dotyczące gospodarstw prowadzących rachunkowość rolną dla potrzeb IERiGŻ. W gospodarstwach regionu Małopolska i Pogórze, gdzie średni obszar wynosił 10,7 ha UR, dochód z gospodarstwa rolniczego kształtował się na poziomie 25 264 zł. W regionie Pomorza i Mazur przy obszarze gospodarstwa 39,6 ha wielkość tej kategorii dochodu w przeliczeniu na 1 gospodarstwo wynosiła 78 686 zł (tabela 2).

Tabela 2. Poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego w roku 2012 w układzie regionalnym

Wyszczególnienie	Polska	Mazowsze i Podlasie	Pomorze i Mazury	Wielkopolska i Śląsk	Małopolska i Pogórze
Dochód z gosp. rolniczego w zł na 1 gospodarstwo	43 539	36 294	78 686	57 477	25 264
Dochód z gosp. rolniczego w zł na 1 AWU	24 879	21 225	40 770	30 902	15 499

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych IERiGŻ



Rysunek 1. Zróżnicowanie poziomu dochodu z gospodarstwa rolniczego w roku 2012 w układzie regionalnym (Małopolska i Pogórze=100%)

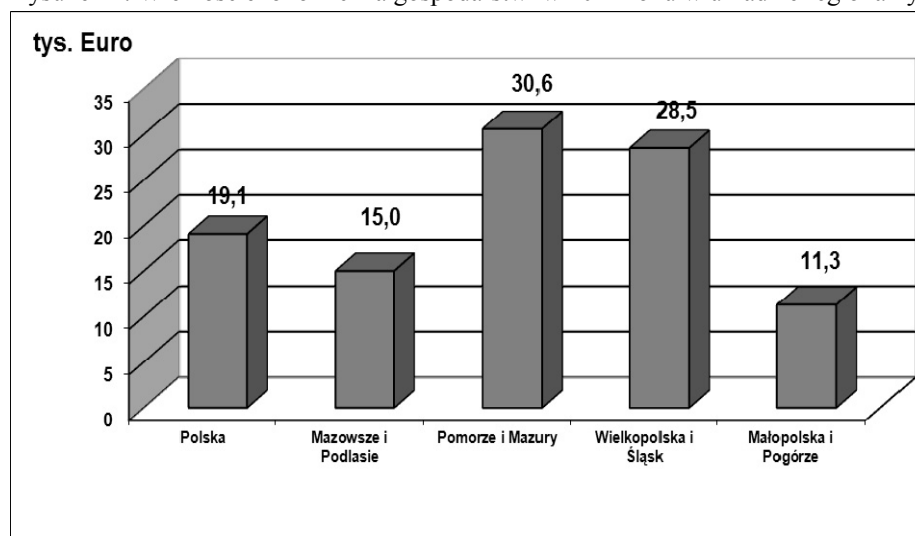
Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych IERiGŻ

Porównując zakres zróżnicowania poziomu dochodu z gospodarstwa rolniczego w układzie regionalnym, w przeliczeniu na 1 gospodarstwo było ono większe niż na jednostkę przeliczeniową pracy (AWU). Przyjmując za 100% poziom dochodu w regionie Małopolska i Pogórze w przeliczeniu na 1 gospodarstwo, w regionie Wielkopolska i Śląsk wyniósł on 227,5% a w regionie Pomorze i Mazury 311,4% (rysunek 1). Skala zróżnicowania odnosząca się do poziomu dochodu w przeliczeniu na jednostkę pracy wyniosła odpowiednio 199,4% i 263,0%.

Zróżnicowanie wielkości ekonomicznej gospodarstw

Wielkość ekonomiczna gospodarstwa rolnego stanowi jedno z kryteriów używanych do charakteryzowania gospodarstw we Wspólnej Typologii Gospodarstw Rolnych UE. Określana jest ona jako suma wartości Standardowych Produkcji (SO) wszystkich działalności rolniczych występujących w gospodarstwie. W klasyfikacji gospodarstw rolnych zostały użyte współczynniki Standardowej Produkcji SO, obowiązujące od 2010 roku. Parametry te zostały obliczone w IERiGŻ-PIB przy udziale ekspertów z IUNG, SGGW oraz z innych instytucji [Floriańczyk 2014]. Wielkość ekonomiczna gospodarstwa wyrażana jest wartością SO w euro.

Rysunek 2. Wielkość ekonomiczna gospodarstw w 2012 roku w układzie regionalnym



Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych IERiGŻ

Regionem o najwyższej wielkości ekonomicznej gospodarstw (rysunek 2) było Pomorze i Mazury (30,6 tys. Euro). Na drugim miejscu w tak dokonanym zestawieniu znajdował się region Wielkopolska i Śląsk (28,5 tys. Euro). Najniższą średnią wielkością ekonomiczną gospodarstw charakteryzował się region Małopolska i Pogórze (11,3 tys. Euro).

Oddziaływanie typu rolniczego na dochody z produkcji rolniczej

Kolejnym kryterium stosowanym w klasyfikacji gospodarstw w UE jest typ rolniczy gospodarstwa. Określany jest on na podstawie udziału poszczególnych działalności rolniczych w tworzeniu całkowitej wartości Standardowej Produkcji SO gospodarstwa. Typ rolniczy gospodarstwa odzwierciedla jego system produkcji. [Wyniki standardowe...2014, s. 11].

Tabela 3. Poziom dochodu z gospodarstwa rolniczego według typu rolniczego w 2012 roku

Regiony FADN	Typ rolniczy						
	Uprawy polowe	Uprawy ogrodnicze	Pozostałe trwałe	Bydło mleczne	Zwierzęta przeżuwające	Zwierzęta ziarnożerne	Uprawy i zwierzęta różne
Mazowsze i Podlasie	78 041	42 494	47 882	47 803	20 545	66 946	27 796
Pomorze i Mazury	182 345	44 404	-	76 812	28 976	152 416	46 289
Wielkopolska i Śląsk	119 661	47 597	69 766	75 355	28 847	58 203	44 691
Małopolska i Pogórze	74 739	39 816	37 942	26 631	16 959	49 890	18 796

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych IERiGŻ

Rozpatrując dochód z gospodarstwa rolniczego w przeliczeniu na 1 gospodarstwo według typu rolniczego można stwierdzić, iż najwyższy jego poziom w każdym z regionów występował w gospodarstwach nastawionych na uprawy polowe (od 74 739 zł w regionie Małopolska i Pogórze do 182 345 zł w regionie Pomorze i Mazury). Na drugim miejscu pod względem dochodu uplasowały się gospodarstwa specjalizujące się w chowie zwierząt ziarnożernych. Sytuacja ta dotyczyła trzech spośród analizowanych regionów. W regionie Wielkopolska i Śląsk drugie miejsce przypadło gospodarstwom z dominacją bydła mlecznego w strukturze produkcji (tabela 3). Dochód w przeliczeniu na jedno gospodarstwo wynosił tutaj 75 355 zł.

Wnioski

Reasumując dotychczasowe rozważania można sformułować następujące wnioski:

W Polsce występuje duże zróżnicowanie struktury agrarnej, wyników produkcyjnych i sytuacji ekonomicznej gospodarstw w układzie regionalnym; potwierdzają to także dane dotyczące gospodarstw prowadzących rachunkowość rolną metodą FADN dla potrzeb IERiGŻ.

Największe gospodarstwa w próbie badawczej polskiego FADN występowały w regionie Pomorza i Mazur (39,6 ha UR), najmniejsze w regionie Małopolski i Pogórze (10,7 ha UR).

Z obszarem gospodarstw ściśle związany jest poziom dochodów z produkcji rolniczej. Przyjmując za 100% poziom dochodu w regionie Małopolska i Pogórze w przeliczeniu na 1 gospodarstwo, w regionie Wielkopolska i Śląsk wyniósł on 227,5% a w regionie Pomorze i Mazury 311,4%. Skala zróżnicowania odnosząca się do poziomu dochodu w przeliczeniu na jednostkę pracy (AWU) wyniosła odpowiednio 199,4% i 263,0%.

Czynnikiem w sposób istotny różnicującym sytuację dochodową gospodarstw okazał się typ rolniczy; najwyższy jego poziom w każdym z regionów występował w gospodarstwach nastawionych na uprawy polowe. Dochód przyjmował tutaj wartość od 74 739 zł w regionie Małopolska i Pogórze do 182 345 zł w regionie Pomorze i Mazury. Na kolejnym miejscu pod względem dochodu w regionie Wielkopolski i Śląska znalazły się gospodarstwa specjalizujące się w chowie krów mlecznych. W pozostałych trzech

regionach FADN były to gospodarstwa specjalizujące się w chowie zwierząt ziarnożer-nych.

Literatura

- Commission Regulation (EC) No 1242/2008 of 8 December 2008 establishing a Community typology for agricultural holdings - Official Journal of the European Union, L 335, p.3, 13.12.2008
- FLORIAŃCZYK Z, MAŃKO S, KAMBO K., MICHALAK P.: Poziom i struktura dochodów rodzin rolników w gospodarstwach prowadzących rachunkowość w 2012 roku. IERiGŻ, Warszawa 2014, s. 8-12.
- GORAJ L., MAŃKO S., Rachunkowość i analiza ekonomiczna w indywidualnym gospodarstwie rolnym. Difin, Warszawa 2009, 34-41.
- Informacja z realizacji zadań Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa w 2012 roku. Departament Analiz Działalności i Rozwoju ARiMR, Warszawa 2013, 8-11.
- KLEPACKI B.: Produkcyjne i ekonomiczne przystosowania gospodarstw prywatnych do zmian warunków gospodarowania. Wyd. SGGW, Warszawa 1997, s. 124-126.
- KOŁOSZKO-CHOMENTOWSKA Z.: Przyrodnicze i organizacyjno-ekonomiczne uwarunkowania rozwoju rodzinnych gospodarstw rolnych w województwie podlaskim. Monografie i rozprawy Naukowe nr 41 IUNiG Puławy 2013, s. 26-30.
- KOWALSKI A.: Analiza produkcyjno-ekonomicznej sytuacji rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej w 2012 roku. IERiGŻ Warszawa 2013 s 27-35.
- MILEWSKI R., Podstawy ekonomii. PWN Warszawa 2005. 382-389.
- Współczynniki Standardowej Produkcji „2007” dla celów Wspólnotowej Typologii Gospodarstw Rolnych. IERiGŻ Warszawa 2012, 37.
- Wyniki standardowe uzyskane przez gospodarstwa rolne uczestniczące w polskim FADN w 2012 roku. IERiGŻ, Warszawa 2014, s.11.
- ZEGAR J.S.: Dochody w rolnictwie w okresie transformacji i integracji europejskiej. IERiGŻ, Warszawa 2008, s. 120-134.
- ZEGAR J.S.: Integracja europejska a dochody rolników; dylematy wyboru. (w:) Problemy rolnictwa światowego. Tom XIII, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2005, s. 195.

Summary

The aim of the paper is painting differentiation of incomes level of an agricultural farm in regional scheme. The main economic category is farm income. The calculation of that category is done by a method use at European Farm Accountancy Date Network (FADN). The highest level of farm income was gained in Pomorze i Mazury region. Małopolska i Pogórze had the lowest level of farm income. It was a result of the differentiation of the agrarian structure of Polish agriculture.

Key words: income level, income differentiation, region

Słowa kluczowe: poziom dochodu, zróżnicowanie dochodowe, region

Informacje o Autorach:

Dr Agata Marcysiak

Dr Adam Marcysiak

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

ul. Żytnia 17/19

08-110 Siedlce

e-mail: admamar@poczta.onet.pl

Piotr Misztal
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Hipoteza bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego w krajach o różnym poziomie rozwoju gospodarczego

THE HYPOTHESIS OF JOBLESS ECONOMIC GROWTH IN COUNTRIES WITH DIFFERENT LEVELS OF ECONOMIC DEVELOPMENT

Celem niniejszego opracowania jest analiza hipotezy bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego w teorii ekonomii i w krajach o różnym poziomie rozwoju gospodarczego. Analizie empirycznej poddano kraje należące do tzw. gospodarczej Triady (USA, Unia Europejska, Japonia, Chiny, Indie). W artykule wykorzystano metodę badawczą opartą na studiach literaturowych z zakresu makroekonomii i finansów oraz metody ekonometryczne (klasyczna metoda najmniejszych kwadratów – Ordinary Least Squares). Wszystkie dane statystyczne wykorzystane w badaniu miały częstotliwość roczną i obejmowały okres od 1990 roku do 2012 roku. Dane te pochodziły z bazy statystycznej międzynarodowego stowarzyszenia firm – The Conference Board Total Economy Database. Na podstawie przeprowadzonych badań ujawniono występowanie zjawiska bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego w Chinach i Indiach. Natomiast w przypadku USA, UE-15 i Japonii stwierdzono wstępowanie pozytywnego wpływu wzrostu gospodarczego na zmiany zatrudnienia. Wyniki przeprowadzonych badań mogą stanowić punkt wyjścia do dalszych, szczegółowych analiz zmierzających do skonstruowania strategii wzrostu i rozwoju gospodarczego kraju, przy jednoczesnym zachowaniu optymalnej równowagi między promowaniem zatrudnienia i wzrostu wydajności pracy.

Słowa kluczowe: wzrost gospodarczy, zatrudnienie, prawo Okuna

Klasyfikacja JEL: F43, E24, C51

1. Wprowadzenie

Związek między wzrostem gospodarczym i zatrudnieniem jest jedną z najczęściej dyskutowanych kwestii zarówno w literaturze ekonomicznej, jak również w krajowych strategiach gospodarczych. Sytuacja ta wynika z faktu, że w większości krajów rozwiniętych gospodarczo oraz rozwijających się uwidacznia się trwały deficyt popytu na pracę i w związku z tym występuje chroniczny problem bezrobocia. Ponadto, zatrudnienie w tych krajach nie rośnie na tyle, by w okresie wzrostu gospodarczego przyczynić się do istotnego ograniczenia bezrobocia. Stąd pojawia się pilny problem do rozwiązania, jakim jest kwestia tzw. bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego (*jobless economic growth*).

Zgodnie z ujęciem teoretycznym, zmiany zatrudnienia zależą zarówno od dynamiki wzrostu gospodarczego, jak również od zdolności gospodarki do absorpcji podaży pracy. Polityka gospodarcza ukierunkowana na zwiększenie stopy zatrudnienia

musi być zatem skierowana na obu tych obszarach, bowiem wysoka dynamika wzrostu gospodarczego nie stanowi sama w sobie gwarancji wzrostu zatrudnienia.

Celem niniejszego opracowania jest analiza hipotezy bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego w teorii ekonomii i w krajach o różnym poziomie rozwoju gospodarczego, zaliczanych do tzw. gospodarczej Triady (USA, Unia Europejska, Japonia, Chiny, Indie). W artykule wykorzystano metodę badawczą opartą na studiach literaturowych z zakresu makroekonomii i finansów oraz metody ekonometryczne (klasyczna metoda najmniejszych kwadratów – *Ordinary Least Squares*). Wszystkie dane statystyczne wykorzystane w badaniu miały częstotliwość roczną i obejmowały okres od 1990 roku do 2012 roku. Dane te pochodziły z bazy statystycznej międzynarodowego stowarzyszenia firm – *The Conference Board Total Economy Database*.

2. Wzrost gospodarczy, zatrudnienie i bezrobocie w teorii ekonomii

W literaturze ekonomicznej zależność między wzrostem gospodarczym i bezrobociem ujmuje się w postaci tzw. prawa Okuna¹. Zgodnie z prawem Okuna stosunek wzrostu gospodarczego do spadku bezrobocia (lub wzrostu zatrudnienia) nie wynosi jeden do jednego. Okun twierdzi bowiem, że istnieje tylko słaba zależność pomiędzy wzrostem gospodarczym i spadkiem bezrobocia. Mianowicie, prawo Okuna głosi, że jednoprocenowy wzrost stopy wzrostu gospodarczego powyżej trendu lub potencjalnego wzrostu gospodarczego prowadzi do spadku bezrobocia jedynie o 0,3 procent. Odwracając tę zależność można stwierdzić, że jednoprocenowy wzrost bezrobocia będzie oznaczać w przybliżeniu więcej niż trzy procent strat wzrostu gospodarczego. Relacja ta oznacza, że tempo wzrostu PKB musi być równe potencjalnemu wzrostowi gospodarczemu, by utrzymać bezrobocie na stałym poziomie. Zatem, aby zmniejszyć bezrobocie (zwiększyć zatrudnienie) tempo wzrostu PKB musi być powyżej tempa wzrostu produktu potencjalnego². Im większa elastyczność stopy bezrobocia na zmiany stopy wzrostu PKB (na ogół w przedziale 0,3 – 0,5), tym większe szanse na redukcję bezrobocia dzięki wzrostowi gospodarczemu. Prawo Okuna można wyrazić przy pomocy poniższego wyrażenia:

$$(Y - Y')_t = -\beta \cdot (U - U')_t + \mu_t \quad (1)$$

gdzie:

- Y – bieżący poziom krajowej produkcji;
- Y' – potencjalny poziom krajowej produkcji;
- U – bieżąca stopa bezrobocia;
- U' – naturalna stopa bezrobocia;
- β – wskaźnik Okuna;

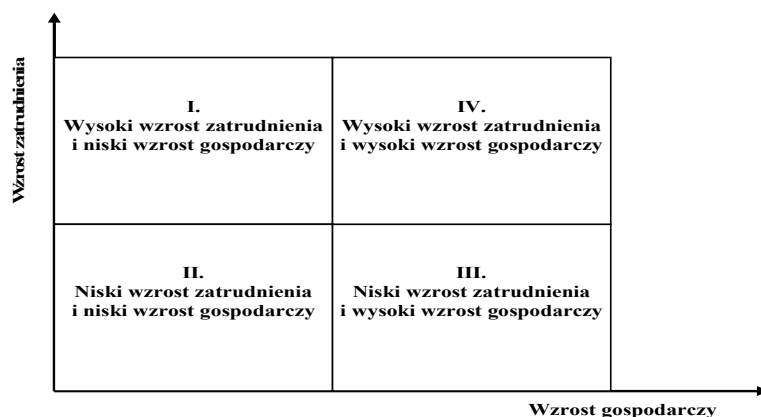
¹ A. M. Okun, Potential GNP, its measurement and significance, Cowles Foundation, Yale University 1962.

² T. Khemraj, J. Madrick, W. Semmler, Okun's Law and Jobless Growth, Schwartz Center for Economic Policy Analysis, 3/2006, s. 4.

μ – składnik losowy;
 t – analizowany okres.

Jest rzeczą oczywistą, iż wzrost zatrudnienia nie musi oznaczać takiej samej redukcji bezrobocia. Sytuacja taka może wynikać ze wzrostu podaży siły roboczej w kraju, w efekcie pojawienia się na rynku nowych osób zawodowo czynnych oraz na skutek napływu zagranicznych pracowników do kraju.

Z teoretycznego punktu widzenia można wskazać cztery różne kombinacje zmian tempa wzrostu gospodarczego kraju oraz zatrudnienia.



Źródło: R. Islam, The Challenge of Jobless Growth in Developing Countries: An analysis with Cross-country Data, Bangladesh Institute of Development Studies, Occasional Paper Series, 1/2010, s. 4.

Rysunek 1. Alternatywne scenariusze wzrostu gospodarczego i zatrudnienia

Pierwszy (I) i drugi (II) wariant oznaczają niskie tempo wzrostu gospodarczego, podczas gdy warianty trzeci (III) i czwarty (IV) oznaczają występowanie wysokiej dynamiki wzrostu gospodarczego. Co więcej, w trzecim wariantcie (III) ma miejsce niski wzrost zatrudnienia, co oznacza występowanie zjawiska bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego (*jobless growth phenomenon*).

Bhorat i Oosthuizen wyróżniają trzy różne formy zjawiska bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego. Pierwsza forma ma miejsce wówczas, gdy wzrostowi gospodarczemu towarzyszy zerowy lub ujemny wzrost zatrudnienia. Druga forma analizowanego zjawiska występuje wtedy, gdy w warunkach wzrostu gospodarczego ma miejsce opóźnienie czasowe wzrostu zatrudnienia w stosunku do przyrostu siły roboczej, co prowadzi do wzrostu bezrobocia. Z kolei trzecia forma badanego zjawiska pojawia się wtedy, gdy wzrostowi gospodarczemu towarzyszy wzrost zatrudnienia, ale poniżej pewnego „zadawalającego” poziomu³.

Jeśli tempo wzrostu gospodarczego jest na takim samym poziomie jak dynamika podaży siły roboczej, to z definicji, pojawia się bezzatrudnieniowy wzrost gospodarczy wtedy, gdy wydajność pracy rośnie szybciej niż wzrost gospodarczy.

³ H. Bhorat, M. Oosthuizen, Evolution of the Labour Market 1995-2002, in: H. Bhorat, R. Kanboor eds., Poverty and Policy in Post-Apartheid South Africa. Cape Town: Human Science Research Council 2006, s. 13.

Sytuacja ta może doprowadzić do zmiany względnej ceny pracy i kapitału i w konsekwencji do wzrostu inwestycji w bardziej kapitałochłonnych sektorach gospodarki⁴.

Z punktu widzenia gospodarki kraju jako całości, rozmiary krajowej produkcji są równe iloczynowi zatrudnionej siły roboczej i wydajności pracy. Zależność tą można wyrazić w postaci następującego równania:

$$Y = L \cdot \frac{Y}{L} \quad (2)$$

gdzie:

L – wielkość zatrudnienia.

Uwzględniając zmiany wyżej wymienionych wielkości, powyższą zależność można zapisać w poniżej postaci:

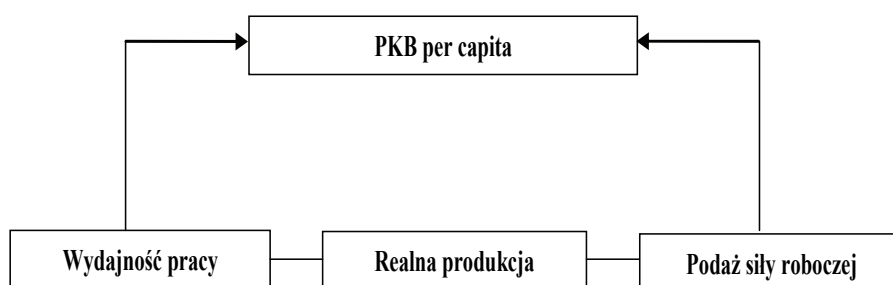
$$\Delta Y = \Delta L + \Delta P \quad (3)$$

gdzie:

Δ – zmiany odpowiednich wielkości.

P – wydajność siły roboczej mierzona jako: $\frac{Y}{L}$

Powyższe wyrażenie (3) oznacza, że dynamika wzrostu gospodarczego stanowi sumę wzrostu zatrudnienia i wzrost wydajności siły roboczej. Stąd wynika, iż zarówno zmiany zatrudnienia i wydajności pracy mogą stanowić istotne determinanty wzrostu gospodarczego (por. rysunek 2).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie B. Ark, E. Frankema, H. Duteweerd, Productivity and Employment Growth: An Empirical Review of Long and Medium Run Evidence, Groningen Growth and Development Centre, May 2004, s. 8.

Rysunek 2. Wybrane czynniki wzrostu gospodarczego

Zakładając występowanie stałej dynamiki wzrostu gospodarczego, każdemu wzrostowi stopy zatrudnienia musi odpowiadać równy co do wielkości spadek wydajności siły roboczej. Dzieląc wyrażenie (3) przez dynamikę wzrostu gospodarczego otrzymujemy następujące równanie:

⁴ M. Altman, Jobless or Job Creating Growth? Some preliminary thoughts, Paper presented at the TIPS/ DPRU Annual Forum, 8 – 10 September 2003, s. 22.

$$\varepsilon = 1 - \frac{\Delta P}{\Delta Y} \quad (4)$$

gdzie:

ε – elastyczność zatrudnienia na zmiany tempa wzrostu gospodarczego, obliczana jako: $\varepsilon = \frac{\Delta L}{\Delta Y}$

Wskaźnik elastyczności zatrudnienia oblicza się w celu określenia stopnia oddziaływania wzrostu gospodarczego na zmiany zatrudnienia w danym okresie. Wykorzystując równanie (4) można wskazać różne scenariusze wzrostu gospodarczego i związku między elastycznością zatrudnienia oraz zmianami zatrudnienia i wydajności siły roboczej.

Tabela 1. Elastyczność zatrudnienia a zmiany zatrudnienia i wydajności pracy

Elastyczność zatrudnienia	Wzrost gospodarczy	
	Dodatni wzrost gospodarczy	Ujemny wzrost gospodarczy
$\varepsilon < 0$	Spadek zatrudnienia	Wzrost zatrudnienia
	Wzrost wydajności pracy	Spadek wydajności pracy
$0 \leq \varepsilon \leq 1$	Wzrost zatrudnienia	Spadek zatrudnienia
	Wzrost wydajności pracy	Spadek wydajności pracy
$\varepsilon > 1$	Wzrost zatrudnienia	Spadek zatrudnienia
	Spadek wydajności pracy	Wzrost wydajności pracy

Źródło: S. Kapsos, The employment intensity of growth: Trends and macroeconomic determinants, International Labour Office, Employment Strategy Papers, 12/2005, s. 4.

Wskaźnik elastyczności zatrudnienia bliski jedności sugeruje, że wzrost gospodarczy prowadzi do wzrostu zatrudnienia, zaś wskaźnik elastyczności zatrudnienia bliski zera wskazuje na niską zależność między wzrostem gospodarczym i zatrudnieniem. Zatem w tym przypadku występuje zjawisko bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego.

3. Wzrost gospodarczy a zatrudnienie w świetle wyników analiz empirycznych

W badaniach empirycznych dotyczących wpływu wzrostu gospodarczego na zmiany zatrudnienia w wybranych krajach w coraz szerszym zakresie bazuje się na wspomnianym wcześniej prawie Okuna i analizuje się wpływ cyklicznych zmian tempa wzrostu gospodarczego na cykliczne zmiany zatrudnienia. W tym celu z szeregów czasowych wyodrębnia się składniki trendu w celu uzyskania składników cyklicznych. Najczęściej tego zabiegu dokonuje się przy pomocy filtra Hodricka-Prescotta. W konsekwencji szacowane wskaźniki elastyczności zatrudnienia opierają się na zmodyfikowanej wersji współczynników Okuna i oblicza się je według poniższego wzoru:

$$(L - L^*)_t = \alpha + \varphi \cdot (Y - Y^*)_t + \mu_t \quad (5)$$

gdzie:

* – składnik trendu w analizowanym szeregu czasowym;
 φ – wskaźnik elastyczności zatrudnienia na zmiany wzrostu gospodarczego;
 μ – składnik losowy;
 t – analizowany okres.

Dotychczas w literaturze ekonomicznej przeprowadzono wiele analiz empirycznych dotyczących związku między zatrudnieniem i wzrostem gospodarczym w wybranych krajach i grupach krajów. Prace te można podzielić na dwie grupy z punktu widzenia ujawnionego związku między zatrudnieniem i wzrostem gospodarczym.

Pierwsza grupa badań wskazuje, że wzrost gospodarczy i zatrudnienie nie muszą być dodatnio skorelowane, a zatem może wystąpić zjawisko bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego. Drugą grupę stanowią analizy wskazujące na istnienie silnego i pozytywnego związku między wzrostem gospodarczym i zatrudnieniem.

Badania przeprowadzone przez Swane i Vistrand wskazują, że średnia elastyczność zatrudnienia na zmiany PKB w Szwecji w okresie 1980-2004 kształtowała się na poziomie o 0,7% i nie zmieniała się znacząco w miarę upływu czasu⁵.

Moosa twierdzi, że zatrudnienie w większym stopniu reaguje na zmiany tempa wzrostu gospodarczego w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie, niż w Europie i Japonii. Jego zdaniem różnice te są konsekwencją występujących różnic instytucjonalnych, które determinują elastyczność rynków pracy w poszczególnych krajach⁶.

Podobnie twierdzi Lee, który uważa, że wzrost gospodarczy wpływa na wzrost zatrudnienia, przy czym współczynniki oddziaływania wzrostu gospodarczego na zmiany zatrudnienia różnią się istotnie między poszczególnymi krajami, co jest konsekwencją istniejącej sztywności rynków pracy⁷.

Co więcej, jak twierdzi Döpke, związek między wzrostem gospodarczym i zatrudnieniem jest asymetryczny, bowiem wpływ wzrostu gospodarczego na wzrost zatrudnienia różni się w zależności od danej fazy cyklu koniunkturalnego⁸.

Również Baker i Schmitt oszacowali współczynniki Okuna dla krajów członkowskich OECD i podkreślali istotne znaczenie wzrostu gospodarczego w krajach partnerskich jako determinanty krajowego zatrudnienia⁹.

Natomiast, Pianta, Evangelista i Perani analizowali związek między wzrostem gospodarczym i zatrudnieniem w 36 sektorach produkcyjnych krajów członkowskich grupy G-7 w okresie 1980–1992 i doszli do wniosku, że związek pomiędzy badanymi wielkościami, chociaż był dodatni, to nie był istotny statystycznie¹⁰.

⁵ A. Swane, H. Vistrand, *Jobless Growth in Sweden? A Descriptive Study*, Being a Master's Thesis in International Economics and Business at Stockholm School of Economics 2006, s. 16.

⁶ I. A. Moosa, *A Cross-Country Comparison of Okun's Coefficient*, *Journal of Comparative Economics*, Vol. 24, 3/1997, s. 336.

⁷ J. Lee, *The Robustness of Okun's Law: Evidence from OECD Countries*, *Journal of Macroeconomics*, Vol. 22, 2/2000, s. 340.

⁸ J. Döpke, *The Employment Intensity of Growth in Europe*, Kiel Institute of World Economics Working Paper, 1021/2001, s. 4.

⁹ G. Schmid, *Full employment in Europe: Managing labour market transitions and risks*, London, Edward Elgar Publishing Inc 2008, s. 9.

¹⁰ M. Pianta, R. Evangelista, G. Perani, *The Dynamics of Innovation and Employment: An International Comparison*, *Science Technology Industry Review*, 18/1996, s. 89.

Badania przeprowadzone przez Onaran na grupie ośmiu krajów Europy Środkowej i Wschodniej potwierdziły występowanie pozytywnego wpływu wzrostu gospodarczego na zatrudnienie w większości analizowanych krajów, przy czym elastyczność zatrudnienia na wzrost gospodarczy była stosunkowo niska w krótkim okresie. Co więcej, w przypadku Czech, Bułgarii i Rumunii ujawniono całkowity brak wpływu wzrostu gospodarczego na zatrudnienie¹¹.

Także badania statystyczno-ekonometryczne przeprowadzone przez Herman dotyczące wpływu wzrostu gospodarczego na zatrudnienie w Rumunii w okresie 1990-2010 potwierdziły występowanie w tym kraju zjawiska bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego¹².

Również Saget analizował współzależności między wzrostem gospodarczym i zatrudnieniem w 11 krajach Europy Środkowej i Wschodniej oraz Wspólnoty Niepodległych Państw w okresie 1989-1998. Z punktu widzenia kształtowania się elastyczności zatrudnienia na zmiany wzrostu gospodarczego podzielił on analizowane kraje na trzy grupy. W pierwszej grupie, do której zaliczył takie kraje jak Polska, Węgry i Słowenia, wzrost zatrudnienia wydawał się ściśle powiązany ze wzrostem gospodarczym, co świadczyło o stosunkowo wysokiej elastyczności zatrudnienia w tych krajach. W drugiej grupie, do której Saget zaliczył kraje bałtyckie oraz Słowację i Rosję, elastyczność zatrudnienia była znacznie niższa. Natomiast do trzeciej grupy krajów, autor badań zaliczył Bułgarię, Rumunię i Ukrainę i w tym przypadku nie stwierdził istotnego statystycznie związku pomiędzy zatrudnieniem i wzrostem gospodarczym¹³.

Z kolei zgodnie z prawem Verdoorna-Kaldora, przyspieszenie stopy wzrostu produkcji krajowej o 1% prowadzi zarówno do wzrostu wydajności i zatrudnienia o pół punktu procentowego. Zatem, im większy wzrost wydajności pracy na skutek wzrostu dochodu narodowego, tym większe trudności z ograniczeniem wzrostu bezrobocia. Co więcej, zmiany wydajności pracy wykazują silniejszy wzrost w okresie pogłębiania się fazy spadkowej cyklu i słabszy wzrost w okresie pogłębiania się fazy wzrostowej, kiedy to ożywienie gospodarcze w największym stopniu przenosi się na rynek pracy¹⁴.

Natomiast, badania przeprowadzone przez Walterskirchen sugerują, że elastyczność stopy bezrobocia na zmiany zatrudnienia waha się w zależności od rozpatrywanego kraju, w granicach od 0,5 do 0,7. Oznacza to, że udział dodatkowych miejsc pracy zajmowanych przez odnotowane w rejestrach osoby bezrobotne wynosi od 50% do 70%. Pozostała część dodatkowych miejsc pracy (50% - 30%) zajmowana jest przez istniejące w kraju ukryte rezerwy siły roboczej oraz przez pracowników zagranicznych¹⁵.

¹¹ Ö. Onaran, Jobless growth in the Central and Eastern European Countries, Political Economy Research Institute, Working Paper Series, 165/2008, s. 26.

¹² E. Herman, The Influence of the Economic Growth Process on Romanian Employment, Annals of Dunarea de Jos University of Galati 1/2012, s. 9.

¹³ C. Saget, Can the level of employment be explained by GDP growth in Transition Countries (theory versus the quality of data), International Labour Office, Development Policy Group, Geneva 2000, s. 625.

¹⁴ K. Marczewski, Charakterystyka krótkookresowych zmian cyklicznych w Polsce po 1995 r., w: R. Barczyk, L. Kąsek, M. Lubiński, K. Marczewski, Nowe oblicza cyklu koniunkturalnego, PWE, Warszawa 2006, s. 214.

¹⁵ E. Walterskirchen, The Relationship between Growth, Employment and Unemployment in the EU. European Economist for an Alternative Economic Policy Workshop, Barcelona, Spain 1999, S. 3. http://www.memoeurope.unibremen.de/tser/Walterskirchen_24months.PDF [data dostępu wrzesień 2013]

4. Wzrost gospodarczy i zatrudnienie w krajach Globalnej Triady w ujęciu modelowym

W literaturze przedmiotu wykorzystuje się wiele różnych modeli ekonometrycznych przy pomocy, których próbuje się oszacować wpływ wzrostu gospodarczego na zmiany zatrudnienia w wybranych krajach. W celu analizy problematyki bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego w krajach Globalnej Triady wykorzystano w niniejszym opracowaniu model przedstawiający się następującym równaniem:

$$\Delta L_t = \alpha + \omega \cdot \Delta Y_t + \mu_t \quad (6)$$

gdzie:

ω – wskaźnik elastyczności zatrudnienia na zmiany wzrostu gospodarczego.

Wszystkie wykorzystane w modelu szeregi czasowe miały częstotliwość roczną i obejmowały okres od 1990 roku do 2012 roku. Dodatkowo, wszystkie analizowane zmienne poddano procedurze logarytmowania, co umożliwiło uzyskanie liniowego estymatora względem parametrów.

W przypadku trzech analizowanych gospodarek równowaga miała miejsce przede wszystkim w warunkach stosunkowo wysokiego wzrostu gospodarczego i wysokiego wzrostu zatrudnienia, co oznacza odrzucenie hipotezy bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego. Natomiast w przypadku dwóch krajów (Chiny i Indii) równowaga występowała w warunkach stosunkowo wysokiego tempa wzrostu gospodarczego oraz niskiego tempa wzrostu zatrudnienia, co wskazywało na występowanie hipotezy bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego. Prawidłowości te potwierdzają również obliczone współczynniki korelacji między wzrostem gospodarczym i wzrostem zatrudnienia w analizowanych krajach w okresie 1990-2012.

Tabela 2. Współczynniki korelacji między wzrostem gospodarczym i wzrostem zatrudnienia w analizowanych krajach w okresie 1990-2012

Kraje	USA	UE-15	Japonia	Chiny	Indie
Współczynnik korelacji	0,87	0,79	0,59	-0,56	-0,02

Źródło: Opracowanie własne.

Zgodnie z danymi przedstawionymi w tabeli 2, w trzech badanych gospodarkach (USA, UE, Japonia) obliczone współczynniki korelacji przyjmowały stosunkowo wysokie, dodatnie wartości, zaś w przypadku Chin i Indii odnotowano ujemne wartości współczynników korelacji. Podobne wnioski można wyciągnąć po oszacowaniu równania (6) przy pomocy klasycznej metody najmniejszych kwadratów.

Tabela 3. Estymacja równania (6) przy pomocy KMNK, wykorzystane obserwacje 1990-2012 (N = 23)

Zmienna zależna: ΔL

	Współczynnik	Błąd stand.	t-Studenta	wartość p	Istotność	R ²
USA						
const	-0,709122	0,224626	-3,1569	0,00476	***	0,76

ΔY	0,62212	0,0753998	8,2509	<0,00001	***	
UE-15						
const	-0,248813	0,198579	-1,2530	0,22399		0,62
ΔY	0,496218	0,0847502	5,8551	<0,00001	***	
Japonia						
const	-0,342783	0,184164	-1,8613	0,07676	*	0,28
ΔY	0,259552	0,0771536	3,3641	0,00294	***	
Chiny						
const	1,44298	0,207523	6,9534	<0,00001	***	0,31
ΔY	-0,0691245	0,0222397	-3,1082	0,00532	***	
Indie						
const	2,07123	0,31647	6,5448	<0,00001	***	0,01
ΔY	-0,00369669	0,0473885	-0,0780	0,93856		

Źródło: Opracowanie własne.

Zgodnie z danymi przedstawionymi w powyższej tabeli, w przypadku najwyższej rozwiniętych gospodarczo krajów zaliczanych do Globalnej Triady występowały dodatnie i statystycznie istotne wartości współczynników elastyczności zatrudnienia, przy czym najwyższą wartość tego wskaźnika stwierdzono w USA. Stąd wynika, iż w przypadku tych krajów wzrost gospodarczy przyczyniał się do istotnego wzrostu zatrudnienia. Natomiast ujemne wartości współczynników elastyczności zatrudnienia stwierdzono w przypadku Chin i Indii, przy czym w tym ostatnim przypadku współczynnik elastyczności zatrudnienia był nieistotny statystycznie. Zatem, spośród analizowanych krajów, tylko w Chinach i Indiach można mówić o występowaniu zjawiska bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego.

W wielu analizach empirycznych dotyczących oddziaływania wzrostu gospodarczego na zmiany zatrudnienia przyjmuje się funkcję liniową zmian tempa wzrostu gospodarczego, co wynika z łatwości szacunków i jednoznaczności w interpretacji. Jednakże, jak wnika z wielu obserwacji, dynamika wzrostu gospodarczego nie ma współcześnie charakteru zmian liniowych¹⁶. Zatem istnieje w tym przypadku konieczność odróżnienia zmian cyklicznych od tendencji rozwojowej. W tym celu wykorzystano w pracy filtr Hodricka-Prescotta, który zakłada, że składnik cykliczny danej zmiennej stanowi różnicę między jej wartością bieżącą i wartością trendu, która jest średnią ważoną przeszłych, obecnych i przyszłych obserwacji. Wówczas wskaźnik elastyczności zatrudnienia definiuje się jako procentową zmianę odchylenia wielkości zatrudnienia od trendu w stosunku do jednoprocenowej zmiany odchylenia wzrostu gospodarczego od trendu. Powyższą zależność można przedstawić zgodnie z poniższym równaniem:

$$hp_ \Delta L_t = \alpha + \varphi \cdot hp_ \Delta Y_t + \mu_t \quad (7)$$

¹⁶ R. Barczyk, Morfologia cykli koniunkturalnych w gospodarkach rynkowych i w systemach okresu transformacji, w: R. Barczyk, L. Kąsek, M. Lubiński, K. Marczewski, Nowe oblicza cyklu koniunkturalnego, PWE, Warszawa 2006, s. 163.

gdzie:

hp_AL – cykliczne zmiany zatrudnienia;

hp_AY – cykliczne zmiany tempa wzrostu gospodarczego;

ϕ – współczynnik elastyczności zatrudnienia.

Podobnie jak w poprzednim modelu, również w tym przypadku wszystkie szeregi czasowe miały częstotliwość roczną i obejmowały okres od 1990 roku do 2012 roku. W przypadku USA, UE-15 i Japonii równowaga występowała głównie w warunkach stosunkowo wysokich cyklicznych zmian wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia, co tym samym oznaczało odrzucenie hipotezy bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego w tych krajach. Z kolei, w przypadku Chin i Indii równowaga występowała zarówno w warunkach stosunkowo wysokich i niskich cyklicznych zmian wzrostu gospodarczego oraz wysokich i niskich cyklicznych zmian zatrudnienia, co nie daje jednoznacznej odpowiedzi w kwestii występowania lub braku występowania hipotezy bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego.

Natomiast, obliczone na podstawie danych z powyższych rysunków współczynniki korelacji między cyklicznymi zmianami wzrostu gospodarczego i cyklicznymi zmianami zatrudnienia w badanych gospodarkach wskazują na brak występowania hipotezy bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego w USA, UE-15 i Japonii oraz na występowanie tej hipotezy w Chinach oraz Indiach.

Tabela 4. Współczynniki korelacji między cyklicznymi zmianami tempa wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w analizowanych krajach w okresie 1990-2012

Kraje	USA	UE-15	Japonia	Chiny	Indie
Współczynnik korelacji	0,84	0,80	0,53	-0,61	-0,10

Źródło: Opracowanie własne.

Podobne wnioski można wyciągnąć po oszacowaniu równania (7) przy pomocy klasycznej metody najmniejszych kwadratów, przy czym wartości oszacowanych współczynników oddziaływania cyklicznych zmian wzrostu gospodarczego na cykliczne zmiany zatrudnienia były stosunkowo wyższe, niż w przypadku analogicznych wskaźników obliczonych dla całkowitych zmian wzrostu gospodarczego i zatrudnienia.

Tabela 5. Estymacja równania (7) przy pomocy KMNK, wykorzystane obserwacje 1990-2012 (N = 23)

Zmienna zależna: hp_AL

	Współczynnik	Błąd stand.	t-Studenta	wartość p	Istotność	R ²
USA						
const	0	0,130171	-0,0000	1,00000		0,71
hp_AY	0,631383	0,0884622	7,1373	<0,00001	***	
UE-15						
const	0	0,10979	0,0000	1,00000		0,64
hp_AY	0,46402	0,0763244	6,0796	<0,00001	***	
Japonia						
const	0	0,112679	-0,0000	1,00000		0,28

$hp_ΔY$	0,166775	0,0575848	2,8962	0,00864	***	
Chiny						
const	0	0,0303896	0,0000	1,00000		0,37
$hp_ΔY$	-0,0362085	0,010326	-3,5066	0,00210	***	
Indie						
const	0	0,0658444	0,0000	1,00000		0,01
$hp_ΔY$	-0,0229099	0,0474503	-0,4828	0,63422		

Źródło: Opracowanie własne.

Zgodnie z danymi zaprezentowanymi w powyższej tabelicy, można zauważyć, że w przypadku trzech najwyższej rozwiniętych gospodarek Globalnej Triady występowały dodatnie i statystycznie istotne wartości współczynników elastyczności cyklicznych zmian zatrudnienia na cykliczne zmiany wzrostu gospodarczego, a najwyższą wartość tego wskaźnika stwierdzono w USA. Zatem, wyniki oszacowania wskazują, że w przypadku USA, UE-15 i Japonii zmiany koniunktury gospodarczej prowadziły do istotnych zmian zatrudnienia. Mianowicie, wzrost gospodarczy przyczyniał się do wzrostu zatrudnienia w tych krajach, zaś spadek tempa wzrostu gospodarczego prowadził do spadku zatrudnienia. Z drugiej strony, ujemne wartości współczynników elastyczności cyklicznych zmian zatrudnienia na cykliczne zmiany wzrostu gospodarczego ujawniono w Chinach i Indiach, jednakże współczynnik elastyczności cyklicznych zmian zatrudnienia w Indiach nie był istotny statystycznie. Stąd wynika, że tylko w przypadku Chin i Indii można mówić o występowaniu zjawiska bezzatrudnieniowego wzrostu gospodarczego. Sytuacja ta mogła być konsekwencją występowania w tych krajach silnego szoku technologicznego obniżającego w trwały sposób pracochłonność wzrostu gospodarczego, co jest dość powszechną sytuacją w szczególności w krajach rozwijających się i transformujących gospodarczo.

5. Zakończenie

Wyniki przeprowadzonych w niniejszym opracowaniu badań dostarczają przeglądu analiz teoretycznych i empirycznych dotyczących relacji między wzrostem gospodarczym, zatrudnieniem oraz wydajnością pracy. O ile wyniki przeprowadzonych badań nie stanowią same w sobie wskazówek i zaleceń pod adresem polityki gospodarczej, to rezultaty analizy mogą stanowić przyczynek do powstania dyskusji dotyczącej zakresu oddziaływania wzrostu gospodarczego na zmiany zatrudnienia w krajach o różnym poziomie rozwoju gospodarczego oraz czynników determinujących te współzależności. Ponadto, wyniki przeprowadzonych badań mogą być punktem wyjścia do dalszych, szczegółowych analiz zmierzających do skonstruowania strategii wzrostu i rozwoju gospodarczego kraju, przy jednoczesnym zachowaniu optymalnej równowagi między promowaniem zatrudnienia i wzrostu wydajności pracy.

W świetle przeprowadzonych analiz teoretycznych i badań empirycznych można wskazać na występowanie wielu różnych czynników determinujących współzależności między wzrostem gospodarczym i zatrudnieniem. Według Schmid forma wzrostu gospodarczego (ekstensywna lub intensywna), jest ważnym czynnikiem

determinującym skalę wzrostu zatrudnienia w stosunku do wzrostu gospodarczego¹⁷. Zatem, wzrost gospodarczy może być konsekwencją wzrostu zasobu czynników produkcji, tzn. przede wszystkim siły roboczej i kapitału (wzrost ekstensywny), lub wzrostu produktywności czynników produkcji (wzrost intensywny), lub ewentualnie może wynikać z kombinacji wymienionych powyżej dwóch wariantów. Co więcej, zakres oddziaływania wzrostu gospodarczego na zatrudnienie różni się w zależności od wielu innych czynników takich jak poziom rozwoju gospodarczego kraju, skala postępu technicznego, zmiany instytucjonalne związane z rynkiem pracy, polityka płacowa, itp.

Dodatkowo, niektórzy ekonomiści podkreślają konieczność rozróżnienia wpływu wzrostu gospodarczego na popyt na pracę i na podaż siły roboczej. Twierdzą oni, że elastyczność zatrudnienia jest zdeterminowana przez strukturę technologii i preferencje pracodawców, dlatego też niewłaściwe jest utożsamianie pracooszczędnych technologii z redukcją zatrudnienia¹⁸.

Literatura

- Altman M., Jobless or Job Creating Growth? Some preliminary thoughts, Paper presented at the TIPS/ DPRU Annual Forum, 8 – 10 September 2003.
- Ark B., Frankema E., Duteweerd H., Productivity and Employment Growth: An Empirical Review of Long and Medium Run Evidence, Groningen Growth and Development Centre, May 2004.
- Baker, D., Schmitt J., The Macroeconomic Roots of High Unemployment: The Impact of Foreign Growth. Economic Policy Institute, 1999 <http://www.epinet.org> [data dostępu wrzesień 2013].
- Barczyk R., Morfologia cykli koniunkturalnych w gospodarkach rynkowych i w systemach okresu transformacji, w: Barczyk R., Kąsek L., Lubiński M., Marczewski K., Nowe oblicza cyklu koniunkturalnego, PWE, Warszawa 2006.
- Bhorat H., Oosthuizen M., Evolution of the Labour Market 1995-2002, in: Bhorat H., Kanboor R. eds., Poverty and Policy in Post-Apartheid South Africa. Cape Town: Human Science Research Council 2006.
- Choi Ch., The Employment Effect of Economic Growth: Identifying Determinants of Employment Elasticity, FTA, Regional Integration, and Development, Busan, Korea, December 18-19, 2007.
- Döpke J., The Employment Intensity of Growth in Europe, Kiel Institute of World Economics Working Paper, 1021/2001.
- Herman E., The Influence of the Economic Growth Process on Romanian Employment, Annals of Dunarea de Jos University of Galati 1/2012.
- Islam R., The Challenge of Jobless Growth in Developing Countries: An analysis with Cross-country Data, Bangladesh Institute of Development Studies, Occasional Paper Series, 1/2010.
- Kapsos S., The employment intensity of growth: Trends and macroeconomic determinants, International Labour Office, Employment Strategy Papers, 12/2005.
- Khemraj T., Madrick J., Semmler W., Okun's Law and Jobless Growth, Schwartz Center for Economic Policy Analysis, 3/2006.
- Lee J., The Robustness of Okun's Law: Evidence from OECD Countries, Journal of Macroeconomics, Vol. 22, 2/2000.
- Marczewski K., Charakterystyka krótkookresowych zmian cyklicznych w Polsce po 1995 r., w: Barczyk R., Kąsek L., Lubiński M., Marczewski K., Nowe oblicza cyklu koniunkturalnego, PWE, Warszawa 2006.

¹⁷ G. Schmid, Full employment in Europe: Managing labour market transitions and risks, London, Edward Elgar Publishing Inc 2008, s.88.

¹⁸ Ch. Choi, The Employment Effect of Economic Growth: Identifying Determinants of Employment Elasticity, FTA, Regional Integration, and Development, Busan, Korea, December 18-19, 2007, s.3.

Moosa I. A., A Cross-Country Comparison of Okun's Coefficient, *Journal of Comparative Economics*, Vol. 24, 3/1997.

Okun A., M., Potential GNP, its measurement and significance, Cowles Foundation, Yale University 1962.

Onaran Ö., Jobless growth in the Central and Eastern European Countries, Political Economy Research Institute, Working Paper Series, 165/2008.

Pianta M., Evangelista, R., Perani, G., The Dynamics of Innovation and Employment: An International Comparison, *Science Technology Industry Review*, 18/1996.

Saget C., Can the level of employment be explained by GDP growth in Transition Countries (theory versus the quality of data), International Labour Office, Development Policy Group, Geneva 2000.

Schmid G., Full employment in Europe: Managing labour market transitions and risks, London, Edward Elgar Publishing Inc 2008.

Swane A., Vistrand H., Jobless Growth in Sweden? A Descriptive Study, Being a Master's Thesis in International Economics and Business at Stockholm School of Economics 2006.

The Conference Board Total Economy Database, New York, <http://www.conference-board.org/data/economydatabase> [data dostępu wrzesień 2013].

Walterskirchen E., The Relationship between Growth, Employment and Unemployment in the EU. European Economist for an Alternative Economic Policy Workshop, Barcelona, Spain 1999, http://www.memoeurope.unibremen.de/tser/Walterskirchen_24months.PDF [data dostępu wrzesień 2013].

Summary

The aim of this study is to analyze jobless growth hypothesis in economic theory and in countries with different levels of economic development. In empirical analysis were used countries of the so-called economic Triad (U.S., EU-15, Japan, China, India). In the article were used the research method based on the literature study in the field of macroeconomics and finance and econometric methods (Ordinary Least Squares). All statistics used in the study had an annual frequency and covered the period from 1990 to 2012. These data came from the statistical database of the international association of companies - The Conference Board Total Economy Database. On the basis of the study it was revealed the phenomenon of jobless growth in China and India. However, in the case of the USA, the EU-15 and Japan it was confirmed the positive impact of economic growth on changes in employment. The results of the investigation can be a starting point for further studies aimed to construction of a strategy for growth and economic development in Poland, while maintaining an optimum balance between the promotion of employment and labor productivity growth.

Keywords: economic growth, employment, Okun's law

JEL classification: F43, E24, C51

Informacje o Autorze:

Dr hab. Piotr Misztal, profesor nadzwyczajny
 Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
 Wydział Zarządzania i Administracji
 e-mail: misztal@tkdami.net

**Eudmila Nagyová,
Ingrida Sedliaková,
Mária Holienčinová**
Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia

BEHAVIOURAL STUDIES OF EXTERNAL ATTRIBUTES OF BREAD AND PASTRY IN SLOVAK REPUBLIC¹

The aim of the research was to determine Slovak consumer's behaviour when purchasing and consuming bread and pastry. As a research method, was used a structured questionnaire consisting of 16 questions. The total number of respondents was 350 randomly selected respondents, from which were analyzed the answers of 291 respondents consuming bread and pastry. For a deeper analysis of the obtained results, there were set out assumptions, which have been tested with the use of Pearson's chi-square test and Cramer's contingency coefficient. As the results of the research show, the mostly preferred filling of pastries is the curd, jam and poppy filling, the preferred taste of salty bread is the crackling, corn and cheese taste, 61 % of respondents are in many cases in their purchase of bread and pastry influenced by the smell of fresh bread, 52 % of respondents need to catch the bread or pastry before their purchase, 44 % of respondents sometimes take in account the sound, which the bread makes when they are catching it, 53 % of respondents prefer the cake with more colours.

Key words: consumer behaviour, purchase, bread, pastry

Introduction

The importance of bakery products in our life and nutrition is significant. It is especially because of the fact, that they are the foundation of the food pyramid; from time immemorial, they are an important part of our diet; in the past, they have influenced the lives of our ancestors; they have become a part of the history and culture of our nation². Bread comes in all shapes, flavours and forms, and is typically made from accessible and affordable ingredients, which are important because they help fill nutritional gaps in the diet as well as help to feel full and satisfied³. However, every organism has individual requirements – the amount and time of consuming of them is individual. In general, it is recommended to consume them particularly in the morning, as a snack or in the afternoon. On the contrary the bread and pastry has to be skipped during the dinner⁴.

¹ The publication of scientific article is supported by the Slovak Scientific Agency KEGA - Project KEGA No. 010SPU-4/2013 "Content innovation of teaching subjects European consumers and consumer behavior, marketing, marketing communications and market research supplemented by theoretical and practical knowledge in the field of neuromarketing"

² J. Příhoda, M. Sluková, J. Dřízal: *Jak poznáme kvalitu? Chléb a pečivo*. 1. vyd. LIBERTAS, a.s., Praha, 2013, p.13

³ Ch. Sherwood: *The Importance of Bread*. [online] 16.08.2013 [cit. 2014-06-14] Available on the Internet: <http://www.livestrong.com/article/532026-the-importance-of-bread/>

⁴ *Chlieb náš každodenný*. [online] 28.11.2009 [cit. 2014-06-14] Available on the Internet: <http://najmama.aktuality.sk/clanok/223798/chlieb-nas-kazdodenny/>

Consumer behaviour is an integral part of the company businesses, marketers are trying to focus on the psychology of the consumer mind to see how well the consumer functions⁵. In general, consumer behaviour can be defined as the study of the processes involved when individuals or groups select, purchase, use, or dispose products, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and desires⁶. It can be also defined as the study of how people buy, what they buy, when they buy and why they buy⁷.

The effort of each consumer is aimed to fulfil his needs. It is expected, that the bought product will be useful or the consumer will benefit from it⁸. As it is mentioned by Ľ. Nagyová (2009), consumers are always trying to reduce the potential risk by gathering information about the company, which produces the product, about the brand, guarantees etc.⁹. Before the purchase, consumers must make a few sub decisions, which each author describes differently. While P. Kotler and K. L. Keller (2007) define five different sub decisions, J. Lendrevie and D. Lindon (1993) defines only four of them^{10,11}.

In general, it can be stated that there are five basic phases of the purchase decision making process (Figure 1). The final choice depends on many factors, such as sales conditions, previous experience, price, atmosphere in the shop, staff etc.¹².

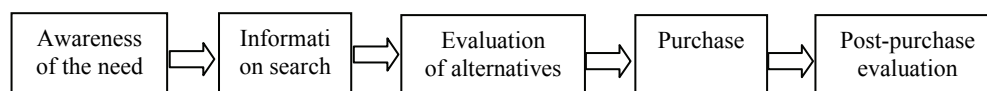


Figure 1: Decision making process
Source: KRETTNER, A. et al: *Marketing*. SPU, Nitra 2010.

The importance of the use of signs in the consumer's behaviour is reflected in the satisfaction of consumer's needs. Semiotics is said to be a science of signs and/or sign systems, which can be applied to all sorts of human endeavours¹³. According to S. Frotscher (2008), we can distinguish between the following dimensions of semiotics¹⁴:

- semiosis – creation of characters,
- cognition – recognition of characters,
- communications – mediation of characters,
- physiosemiotics – the material world,

⁵ *The Treatment Consumers Are Getting From Companies Marketing Essay*. [online] 2014 [cit. 2014-06-16] Available on the Internet: <http://www.ukessays.com/essays/marketing/the-treatment-consumers-are-getting-from-companies-marketing-essay.php>

⁶ M. R. Solomon: *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. PRENTICE HALL PTR, New Jersey 1995. 682 p.

⁷ Kotler P.: *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control*. PRENTICE HALL, New Jersey 1994. 816 p.

⁸ E. Horská: *The Consumer and Consumer Behavior*. SPU, Nitra 2014. pp.123-135

⁹ Ľ. Nagyová: *Postoje spotrebiteľ'a*. SPU, Nitra 2009. pp. 80-94.

¹⁰ P. Kotler, K. L. Keller: *Marketing management*. 12th ed. GRADA PUBLISHING, Praha 2007. 792 p.

¹¹ L. Lendrevie, D. Lindon: *Mercator: théorie et pratique du marketing*. 4th ed. EDITIONS DALLOZ, Paris 1993. 514 p.

¹² E. N. Berkowitz, F. G. Crane, R. A. Kerin, S. W. Hartley, W. Rudelius: *Marketing*. MCGRAW-HILL, New York 2005. 700 p.

¹³ R. M. Seiler: *Semiology // Semiotics*. [online] 2014 [cit. 2014-06-16] Available on the Internet: <http://people.ucalgary.ca/~rseiler/semiolog.htm>

¹⁴ S. Frotscher: *5000 znaků a symbolů světa*. GRADA, Praha 2008. 259 p.

- ecosemiotics – characters in the environment,
- biosemiotics – characters of living beings,
- zoossemiotics – animals and characters,
- evolution of semiosis – the development of the process of assignment of character, phenomena and terms,
- place and time.

To all characters of semiotics perceived by disposable individual features, we can include signs perceived by sight (shape, colour), smell (scent, smell), taste (sweet, salty, bitter, sour), hearing (sound) and touch (temperature, softness, weight). Through sensory senses, we can perceive the world and its quality.

Aims and Methods

The aim of the research was to determine Slovak consumer's behaviour when purchasing and consuming bread and pastry. To obtain the necessary primary data was constructed a structured questionnaire consisting of 16 questions formulated as closed, so that respondents (total number of addressed respondents was 350 randomly selected respondents, from which were analyzed answers of 291 respondents consuming bread and pastries, Table 1) had to choose one, alternatively several options. The questionnaire was evaluated by using contingency tables, which were prepared by Excel, under which they were subsequently developed graphic representations.

Table 1: Characteristics of respondents

Category of respondents	Number	Place of respondent's residence	Number
Male	132	City	142
Female	159	Village	149
Age structure of respondents	Number	Educational structure of respondents	Number
up to 25 years	88	Primary education	32
26 – 35 years	78	Secondary education	
36 – 45 years	70	without A level	49
46 – 55 years	34	Secondary education	86
56 and more years	21	Higher education	124
Economic activity of respondents	Number		
Student	91		
Unemployed	32		
Employed	121		
Pensioner	47		

Source: Results of the research

For deeper analysis of the obtained results, were set out assumptions about the correlation between the gender of respondents and the preference of black bread, the gender of respondents and the favourite filling of pastries, the gender of respondents and the preference of salty bread flavour, the gender of respondent and the choice between two pictures, resp. the age of respondents and consumption of special bread and between the consumer information and the need of palpation of bread before the purchase. To test

the dependence were used the methods of Pearson's chi-square test and Cramer's contingency coefficient.

Research results and discussion

As it was mentioned before, bread and pastry are inherent parts of human nutrition. The aim of the research has become the determination of Slovak consumer's behaviour when purchasing and consuming bread and pastry. The total number of respondents was 291 randomly selected respondents buying bread and pastry (45 % male, 55 % female).

In terms of the age and education structure of respondents, as well as of their economic activity and place of living, main groups were represented by respondents up to the 25 years (30.24% of respondents), respondents with higher education (42.61 % of respondents), employed respondents (41.58 % of respondents) and respondents living in villages (51.20 % of respondents). Up to the frequency of purchase, most respondents are buying bread and pastry daily, resp. once in a week (31 % of respondents and 33 % of respondents) (Figure 2).

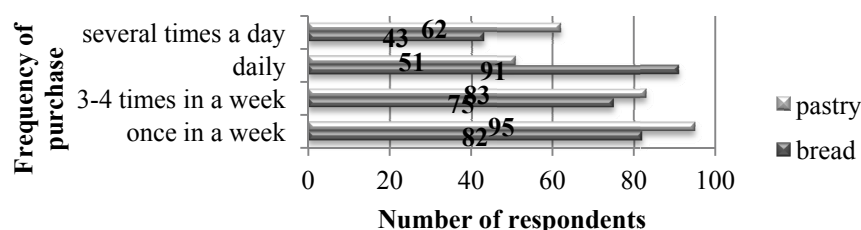


Figure 2: Frequency of purchase (in people)
Source: Results of the research

Because of the need of obtaining what does lead the Slovak consumer's to the purchase and consumption of bread and pastry, were in the questionnaire formulated questions relating to leading criteria of their purchase, preference of brown bread and pastry before the white one, preference of the no sliced bread before the sliced one, preference of special breads, impact of the smell of fresh bread on the purchase, preference of packaged bakery before the unpackaged, need of contact with the bakery before the purchase, satisfaction with the information given on the package of bought bakery products and the importance of the sound of the bought bakery products. As the results of the research shows, most of Slovak consumer's think, that the most important criteria, which lead them to the purchase of bakery products are the price, quality and freshness of given products (Figure 3). Connected to the question of leading criteria of the purchase was subsequently formulated the question of the most important factors taken into the account when buying bread and pastry. As it can be seen from the figure 3, Slovak consumer's consider as a very important factor the freshness, taste, appearance and the price of these products (66 % of respondents, 47 % of respondents, 34 % of respondents and 33 % of respondents). As the less respectively not important factor they consider the composition (almost 20 % of respondents and 11 % of respondents), colour (17 % of respondents and 10 % of respondents) and the size of package (16 % of respondents and 3 % of respondents).

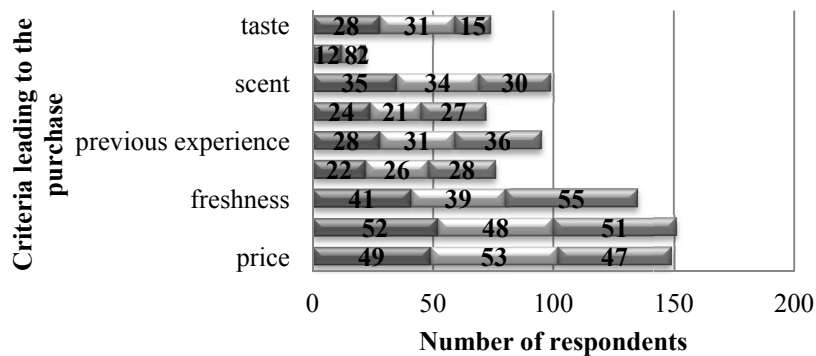


Figure 3: Criteria leading to the purchase of bread and pastry (in people)
Source: Results of the research

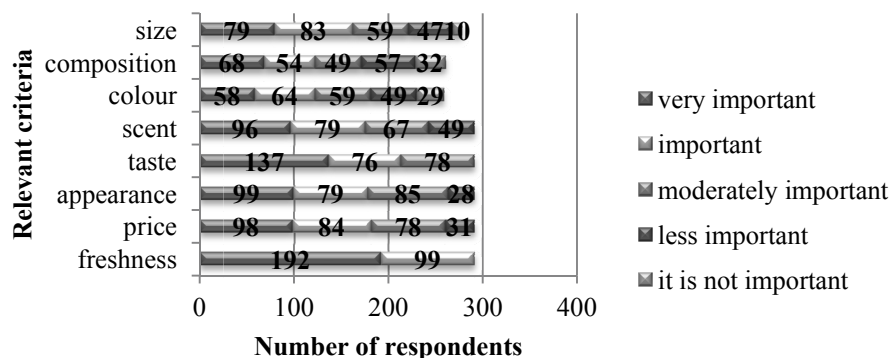


Figure 4: Relevant criteria of the purchase of bread and pastry (in people)
Source: Results of the research

From the evaluation of the questions relating to the preference of brown bread and pastry before the white one, preference of the no sliced bread before the sliced one, preference of special breads, preference of packaged bakery before the unpackaged and the satisfaction with the information given on the package of bought bakery products is clear that Slovak consumers prefer mostly:

- the brown bread and pastry (51 % of respondents), because they think that they are healthier (47 % of respondents) and because of their taste (42 % of respondents),
- the no sliced bread (43 % of respondents),
- the plain bread (65 % of respondents) and from special breads mostly the multigrain (30 % of respondents), potato (19 % of respondents) , oaten and sunflower bread (in both cases 18 % of respondents),
- the unpackaged bread (44 % of respondents) and
- that they are satisfied with the information given on the package of bought bakery products (68 % of respondents).

In response to the evaluation of the questions regarding to the preference of brown bread and pastry before the white one and the preference of special breads was subsequently verified the interdependence, respectively the independence between the preference of brown bakery products and the gender of respondents and the interdependence, respectively the independence between the preference of special breads and the age of respondents, which have been evaluated with the use of Pearson's chi-square test (Table 2, Table 3) and Cramer's contingency coefficient (the result of Cramer's contingency coefficient was equal to 0.045903, what can be interpreted as a very weak relationship between tested variables, resp. equal to 0.015615, what can be interpreted as almost non relationship).

Based on the results of both mentioned tests, it can be stated, that in the case of the first examined relationship the H_0 hypothesis must be on the level of significance 5 % rejected and adopted must be its alternative H_1 hypothesis talking about the interdependence between tested variables and in the case of the second examined relationship the H_0 hypothesis cannot be on the same level of significance rejected. The relationship between the the preference of brown bakery products and the gender of respondents is also reflected in the Figure 5, from which can be seen, that the brown bread and pastry is mostly preferred by female respondents.

Table 2: The relationship between the preference of brown bakery products and the gender of respondents

Preference of brown bakery products	The gender of the respondent		Together
	Female	Male	
Yes	83	83	148
No	23	38	61
It does not matter	53	29	82
TC = 10.49 □ CV = 5.991			

Source: Results of the research

Table 3: The relationship between the preference of special breads and the age of respondents

The age of respondents	Preference of special breads		Together
	Yes	No	
up to 25 years	30	58	88
26- 35 years	32	46	78
36- 45 years	21	49	70
46- 55 years	10	24	34
56 and more years	9	12	21
TC = 3.084 □ CV = 9.488			

Source: Results of the research

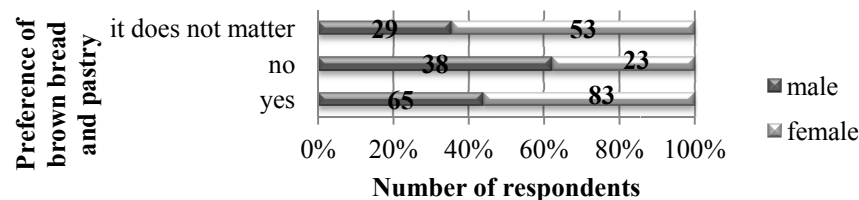


Figure 5: The relationship between the preference of brown bakery products and the gender of respondents (in people)
Source: Results of the research

Because of the need to realise how the taste, scent, touch, sound and appearance does impact the decision making process in purchasing and consumption of Slovak consumers, were in the questionnaire also formulated questions connected to these senses. The first two questions of the mentioned circuit focused on the preferred flavour resp. filling of sweet and salty bakery products. As it can be seen from figures 6 and 7, the mostly preferred filling of pastries is the curd, jam and poppy filling and the preferred taste of salty bread is the crackling, corn and cheese taste.

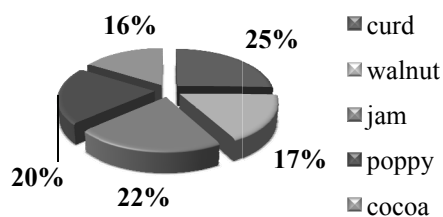


Figure 6: Preferred filling of pastries (in %)
Source: Results of the research

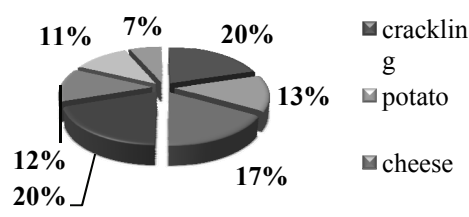


Figure 7: Preferred flavour of salty bread (in %)
Source: Results of the research

In connection with the issue of preferred flavour resp. filling of sweet and salty bakery products, there have also occurred questions relating to the relationship between the preferred filling of pastries and the gender of respondents, as well as between the preferred flavour of salty bread and the gender of respondents. For the evaluation of the interdependence, respectively the independence between the mentioned variables have been used the methods of Pearson's chi-square test (Table 4, Table 5) and Cramer's contingency coefficient based on which results the null hypothesis, cannot be on the level of significance 5 % rejected only in the case of second examined relationship (the result of Cramer's contingency coefficient were equal to 0.018392 and to 0.024551). The relationship between the preferred flavour of salty bread and the gender of respondents is also reflected in the Figure 8, from which it can be seen, that while the crackling flavour is mostly preferred by male respondents (28 % of male respondents), the corn and soy flavour is mostly preferred by female respondents (21 % and 11 % of female respondents).

Table 4: The relationship between the preferred filling of pastries and the gender of respondents

Preferred filling of pastries	The gender of the respondent		Together
	Female	Male	
curd	38	35	73
walnut	25	24	49
jam	33	30	63
poppy	39	20	59
cocoa	24	23	47
TC = 3.952 □ CV = 9.488			

Source: Results of the research

Table 5: The relationship between the preferred flavour of salty bread and the gender of respondents

Preference of private label products	The gender of the respondent		Together
	Female	Male	
crackling	26	33	59
potato	17	21	38
cheese	26	23	49
corn	37	20	57
pizza	17	19	36
bacon	18	15	33
soy	18	1	19
TC = 19.772 □ CV = 12.592			

Source: Results of the research

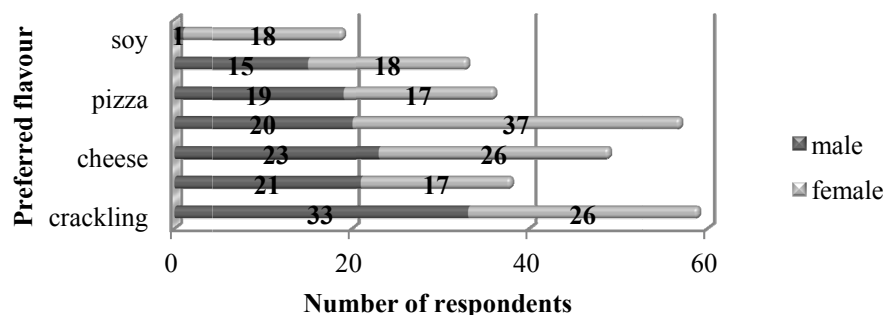


Figure 8: The relationship between the preferred flavour of salty bread and the gender of respondents (in people)

Source: Results of the research

The other questions of the mentioned circuit focused on the impact of the smell of fresh bread on the consumer's decision about the purchase, on the need of dragging of bakery products before their purchase, as well as about taking into account the sound of the bought bakery products. As the results of the research shows, Slovak consumers are in many cases in their purchase of bakery products influenced by the smell of fresh bread

(61 % of respondents), most of them do not need to catch the bread or pastry before their purchase (52 % of respondents) and most of them sometimes take in account the sound, which the bread makes when they are catching it (44 % of respondents).

Connected with the question of need of dragging of bakery products before their purchase has occurred also the question of the dependence, respectively the independence between this need of dragging and the satisfaction with the given information on the package of bakery products, which was evaluated with the use of methods of Pearson's chi-square test (Table 6) and Cramer's contingency coefficient (the result of Cramer's contingency coefficient was equal to 0.258263, what can be interpreted as a middle and also statistically significant relationship between tested variables). Based on the results of both mentioned tests, the null hypothesis must be on the level of significance 5 % rejected and adopted must be its alternative H_1 hypothesis talking about the interdependence between the tested variables. The detected interdependence is also illustrated on the figure 9, from which can be seen, that those respondents who are satisfied with the given information do not need to catch the bread before the purchase (45 % of respondents) and those respondents who are unsatisfied with the given information need to catch it before its purchase (28 % of respondents).

Table 6: The relationship between the need of dragging the bread before the purchase and the satisfaction with the given information on the package

Satisfaction with the given information on the package	Need to dragging the bread		Together
	Yes	No	
Satisfied	57	141	198
Unsatisfied	82	11	93
TC = 89.451 □ CV = 3.841			

Source: Results of the research

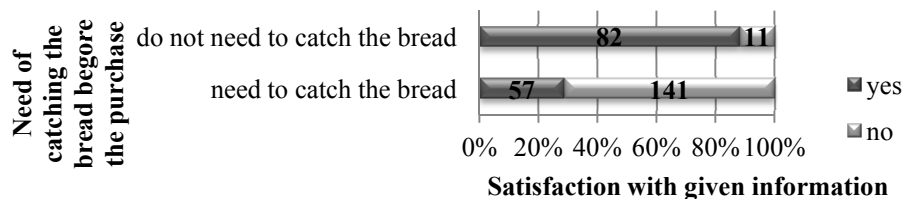


Figure 9: The relationship between the need of dragging the bread before the purchase and the satisfaction with the given information on the package (in people)

Source: Results of the research

The last question from the mentioned circuit was oriented on the importance of the bakery product's colour. Respondents had to choose from two pictures of a cake. On the first picture, there was shown a cake with one colour (one taste, for example with curd filling) and on the other one a cake with more colours (more tastes, for example with curd, jelly and poppy filling). This diversity was used to document the importance of product's colour and by it the importance of sight in the process of purchase. From the results of the research can be seen, that most of respondents (53 % of respondents) prefer

the cake with more colours, what confirms the importance of colour, but also of the taste, because from the mentioned figure can be seen, that the cake has different tastes. The mentioned result confirms also the results of research conducted by J. Dannhofer and N. Dresler (2014), according to which 87 % of respondents bought in the last year a product based on its colour¹⁵.

In connection with the last mentioned question has occurred the question of the dependence, respectively the independence between the choice of cake and the gender of respondents, which has been evaluated with the use of methods of Pearson's chi-square test (Table 7) and Cramer's contingency coefficient (the result of Cramer's contingency coefficient was equal to 0.000495979, what can be interpreted as non relationship between tested variables). Based on the results of both mentioned tests, the H_0 hypothesis cannot be on the level of significance 5 % rejected.

Table 7: The relationship between the need of dragging the bread before the purchase and the satisfaction with the given information on the package

Choice of figures	Gender of respondents		Together
	Female	Male	
Figure 9	75	62	137
Figure 10	84	70	154
TC = 0.001 □ CV = 3.841			

Source: Results of the research

Conclusion

Based on the results of the research, it can be concluded, that most Slovak consumers think that the most important criteria, which lead them to the purchase of bread and pastry are price, quality and freshness of these products, that the very important factors of their purchase are the freshness, taste, appearance and the price of these products, that they prefer the brown bread and pastry before the white one, that they prefer the no sliced, plain and unpackaged bread and that they are in general satisfied with the information given on the package of bought bakery products.

The other result of the research is, that the senses of taste, smell, touch, hearing and sight do have a high impact on the decision making process in purchasing and consumption of Slovak consumers (the mostly preferred filling of pastries is the curd, jam and poppy filling, the preferred taste of salty bread is the crackling, corn and cheese taste, 61 % of respondents are in many cases in their purchase of bread and pastry influenced by the smell of fresh bread, 52 % of respondents need to catch the bread or pastry before their purchase, 44 % of respondents sometimes take in account the sound, which the bread makes when they are catching it, 53 % of respondents prefer the cake with more colours).

Based on the mentioned results, for the practice of the bakery manufacturing enterprises, but also for companies pursuing commercial activities with bakery products, we recommend the following:

¹⁵ Dannhofer J., Dresler N.: *Vliv barev na nákupní rozhodování spotřebitele*, Brno 2014. 91 p.

1. Observe the overall look of your products, because one of the most important senses which the consumers use in their purchase is the sight.
2. Place the pastry so that it could be seen not just its content and amount, but also its colour range.
3. Set up your own bakery in stores, because as the results of the research show, that many of consumers make their decision about the bakery product's purchase based on their scent.
4. Observe on the freshness, quality, appearance, price and taste of your products, because these are, up to the results of the research, the most important criteria and factors of consumer's purchase.

Literature

1. Berkowitz E. N., Crane F. G., Kerin R. A., Hartley S. W., Rudelius, W.: *Marketing*. McGRAW-HILL, New York 2005. 700 p.
2. *Chlieb náš každodenný*. 2009. [online] 28.11.2009 [cit. 2014-06-14] Available on the Internet: <http://najmama.aktuality.sk/clanok/223798/chlieb-nas-kazdodenny/>
3. Dannhofer J., Dresler N.: *Vliv barev na nákupní rozhodování spotřebitele*, Brno 2014. 91 p.
4. Frostcher S.: *5000 znaků a symbolů světa*. GRADA, Praha 2008. 259 p.
5. Horská E.: The Consumer and Consumer Behavior. In *Agribusiness and Commerce*. SPU, Nitra 2014. pp.123-135
6. Kotler P.: *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control*. PRENTICE HALL, New Jersey 1994. 816 p.
7. Kotler P., Keller K. L.: *Marketing management*. 12th ed. GRADA PUBLISHING, Praha 2007. 792 p.
8. Kretter A. et al.: *Marketing*. 4th ed. SPU, Nitra 2010. 287 p.
9. Lendrevie J., Lindon D.: *Mercator: théorie et pratique du marketing*. 4th ed. EDITIONS DALLOZ, Paris 1993. 514 p.
10. Nagyová E.: Postoje spotrebiteľa. In *HORSKÁ, Elena a kol. 2009. Európsky spotrebiteľ a spotrebiteľské správanie*. SPU, Nitra 2009. pp. 80-94
11. Příhoda J., Sluková M., Dřízal J.: *Jak poznáme kvalitu? Chléb a pečivo*. 1. vyd. LIBERTAS, a.s., Praha 2013, p.13
12. Seiler R. M.: *Semiology // Semiotics*. [online] 2014 [cit. 2014-06-16] Available on the Internet: <http://people.ucalgary.ca/~rseiler/semiolog.htm>
13. Sherwood, Ch.: *The Importance of Bread*. [online] 16.08.2013 [cit. 2014-06-14] Available on the Internet: <http://www.livestrong.com/article/532026-the-importance-of-bread/>
14. Solomon M. R.: *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. PRENTICE HALL PTR, New Jersey 1995. 682 p.
15. *The Treatment Consumers Are Getting From Companies Marketing Essay*. 2014. [online] [cit. 2014-06-16] Available on the Internet: <http://www.ukessays.com/essays/marketing/the-treatment-consumers-are-getting-from-companies-marketing-essay.php>

Informacia o Autorach:

prof. Ing. Ľudmila Nagyová, PhD.

Ing. Ingrida Sedliaková, PhD.

Ing. Mária Holienčinová

Department of Marketing

Faculty of Economics and Management

Slovak University of Agriculture in Nitra

Tr. Andreja Hlinku 2,

949 76 Nitra, Slovakia

e-mail: ludmila.nagyova@uniag.sk,

ingrida.sedliakova@gmail.com,

maria.holiencinova@gmail.com

Beata Nowotarska-Romaniak
Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice

IMPLEMENTATION OF THE MARKETING ORIENTATION IN POLAND BY LIFE INSURANCE COMPANIES

Wdrażanie orientacji marketingowej w Polsce przez zakłady ubezpieczeń na życie

Marketing is a tool for expansion and fight for company to achieve a position on the market, which is judged by generally accepted standards such as: sales volume, market share and profit levels. Marketing orientation of life insurance companies as a source of income shows customer needs and preferences, so that targeted offers and marketed insurance services meet the needs and preferences better than those of the competition. The company's marketing orientation is the need to adapt constantly to changing market conditions. The article presents scope of the implementation of the marketing orientation by life insurance companies based on of the survey. The aim of the study was to determine: primary purpose of the operations of life insurance companies, a strategy of action to customers, way to identify customer needs and make employees aware of the way that the company implements marketing orientation activities.

Keywords: life insurance company, marketing, marketing orientation, customer

1. Introduction

Organization and functioning of the Polish insurance market, based on the principles of market economy and the patterns and standards operating in the European Union launched the Act of 28 July 1990 on insurance activities¹

This Act was a landmark piece of legislation that determined the shape of the Polish insurance market. Introduced modern insurance organization, defined the principles of free competition and equal treatment of all parties. Likewise, formal privatization and rise to the liquidation of the insurance monopoly in Poland. Similarly, division of insurance was introduced: property insurance and life insurance. Further development of the insurance market in Poland was introduced adjustable renewals (including in 1995, 2000, 2001.2003 years). Currently, the most important is the law of 22 May 2003 about insurance activities. (Dz. U. No. 124, item. 1151, as amended, hereinafter referred to as

- Act of 22 May 2003 on the supervision of insurance and pensions and the Insurance Ombudsman (Dz.U. No. 124, item. 1153, as amended.,

- Act of May 22, 2003. Insurance Mediation (Dz.U. No. 124, item. 1154, as amended.).

¹ Ustawa o działalności ubezpieczeniowej z dnia 28 lipca 1990 roku (Dz. U. nr 59 poz. 344

Changing the organization of the insurance market led to the appearance of competition and excess of supply to the demand of insurance services, which contributed to the insurance companies interested in marketing. Based on the practice of marketing formulated general principles and created a lot of new tools. The focus of the marketing-oriented insurance companies is the customer and his needs, which satisfy should bring mutual benefits (for both the company and customer)². An important task of marketing is to ensure business continuity and growth of the insurance market through the development market-product relationship beneficial for the company and customers, and continuous adaptation to changing environmental conditions³. The marketing orientation is especially important in the life insurance companies due to the nature of services offered. Development of insurance marketing orientation is conditioned macro-and micro businesses and adaptation abilities of companies.⁴.

2. Characteristics of the life insurance market

On the insurance market, There are life insurance companies (Section I) and property insurance (Section II). This division takes attention primarily the time horizon offered insurance coverage. In the case of life insurance, services are characterized by a long period of protection (long-term insurance). In the case of non-life insurance services are characterized by a short period of protection. (short-term insurance). This division is also important because of the rules: the calculation of premiums, of insurance, account of technical and insurance, determination of benefits and compensation, insurance service. To conduct insurance business in the Section I it must be noted in the name of (the company) by determining insurance "życie" or „life”⁵. The structure of the life insurance market create participants of the demand and the supply side, supervision of insurance and other institutions and organizations actively involved in making or performance of insurance contracts supporting the operation or development of insurance⁶. Insurance services provided by insurance company shall be made only by the conclusion of an insurance contract with the policyholder⁷.

The number of life insurance companies operating in Poland shows Table 1.

²B. Nowotarska-Romaniak: Wdrażanie orientacji marketingowej w firmach ubezpieczeniowych, [w:] Usługi w Polsce 2012, Usługi Publiczne- Usługi Komercyjne, pod red. B. Iwankiewicz-Rak, A. Panasiuk, K. Rogoziński, Zeszyty Naukowe nr723, Ekonomiczne Problemy Usług nr 96, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2012, s.153

³M. Płonka, Rozwój orientacji marketingowej polskich banków, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie nr 4, Tarnów 2001, s. 31

⁴Zakład ubezpieczeń lub firma są stosowane przez autorkę zamiennie.

⁵B. Hadyniak Ubezpieczenie jako urządzenie finansowe [w:] Ubezpieczenia podręcznik akademicki pod red. J. Handschke i J. Monkiewicz, Poltext, Warszawa, 2010 s, 79

⁶Na podst. K. Ortyński, Rynek ubezpieczeń non – life w Polsce [w:] Ubezpieczenia non- life pod red. E. Wierzbicka, CeDeWu.pl Wydawnictwa Fachowe Warszawa, 2011,s. 17

⁷Szerzej o podstawach prawnych świadczenia ochrony ubezpieczeniowej zobacz. E. Kowalewski, Prawo ubezpieczeń gospodarczych wyd.3, OW Branta, Bydgoszcz- Toruń 2006, s. 230-243

Tabela 1. Number of domestic life insurance companies operating in each year from 1990 to 2010 year

y e a r s	1 9 9 1	1 9 9 2	1 9 9 3	1 9 9 4	1 9 9 5	1 9 9 6	1 9 9 7	1 9 9 8	1 9 9 9	2 0 0 0	2 0 0 1	2 0 0 2	2 0 0 3	2 0 0 4	2 0 0 5	2 0 0 6	2 0 0 7	2 0 0 8	2 0 0 9	2 0 1 0
q u a n t i t y	5	5	6	10	13	15	21	24	30	35	36	37	36	33	32	31	32	30	30	30

Source: Own based on: years 1990-2000, Przegląd dziesięciolecia. Rozwój ubezpieczeń w Polsce w gospodarce wolnorynkowej. PUNU, Departament Analiz Systemu Ubezpieczeniowego, Warszawa 2011, s. 26, for 2001-2010 – Biuletyn roczny. Rynek ubezpieczeń, www.knf.gov.pl

Decrease in number of life insurance companies in 2001-2004 was caused by the withdrawal of some foreign investors. However, due to the entry into the European Union there was stabilization of the Polish insurance market as well as of interest in selling insurance policies of insurance companies from the European Union. Competition, including foreign, causes a lot of positive impact on the life insurance market, impact on improving customer service, better efficiency of operations and quality of service. According to the Annex to the Act of 22 May 2003 on Insurance Business (Dz. U. No. 124, item. 1151, as amended.) gives a detailed breakdown of life insurance (Section I)

Section I life insurance (life insurance)

1. Life Insurance.
2. Marriage assurance, birth assurance.
3. Life insurance, if they are associated with an insurance capital fund.
4. Annuities .
5. Accident and sickness insurance, if they are supplement of insurance set out in groups 1-4

On the Polish insurance market in 2011, about 5 million customers had individual life insurance⁸. . Possessed individual life insurance according to market saturation shows Figure 1.

⁸Dane uzyskane w Polskiej Izbie Ubezpieczeń , Warszawa , wrzesień 2012

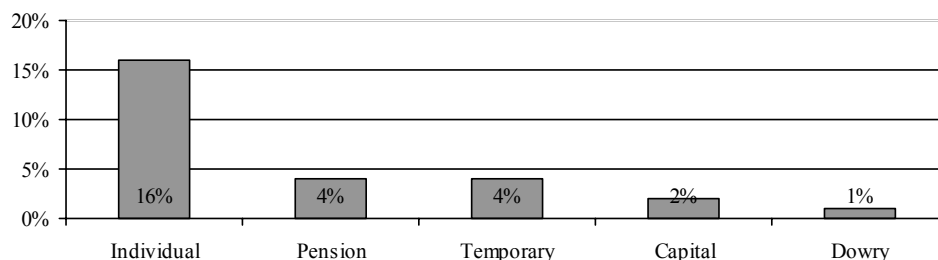


Figure 1. Individual life insurance owned, according to the saturation of market in 2011
Source: Information obtained from PIU, Warsaw, September 2012

In the case of life insurance customers a major factor in shaping their demand is the amount of income. (See Figure 2). Another factor in generating demand is the level of awareness of insurance.

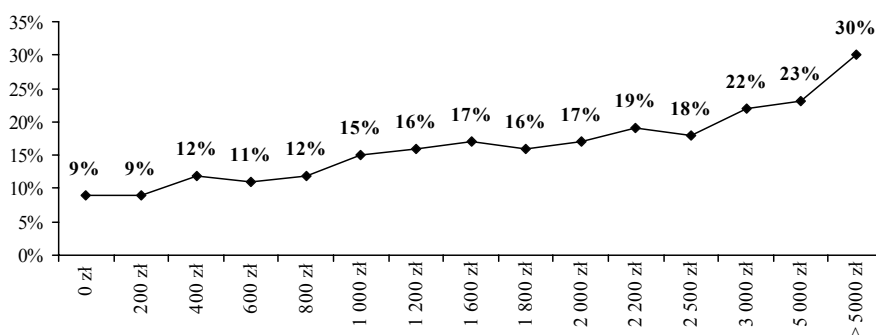


Figure 2. Possession of individual life insurance and income customers
Source: Information obtained from PIU, Warsaw, September 2012

Clear connection between income and individual insurance owned a cut-off point of 1000 zloty.

Life insurance companies direct their attention to their current and potential customers. Among the important marketing tasks performed by life insurance companies should be building trust, creating the image and giving immaterial insurance services distinguishing characteristics. It is widely recognized that marketing is a kind of modern philosophy of customer-oriented business. Most importantly, marketing is a tool for the expansion of the company and fight for positions on the market, which in turn be judged by the commonly accepted standards in the world, such as: the volume of sales on a given market, market share, reputation of the company and the size of the profit⁹.

⁹T. Kramer, Orientacja marketingowa przedsiębiorstw polskich: wyzwania i zagrożenia [w:] Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwami w realiach gospodarki polskiej, red. L. Żabiński, AE/PTE Katowice, Katowice 1995 s.10

3. Basic principles of marketing orientation

Marketing should be an interactive marketing within which interaction of the exchange partners take place, resulting in, the implementation, aspiration and customer satisfaction and the company maintains its place in a competitive market. Taking as a basis marketing code of conduct, we can talk about the marketing orientation of the unit when it meets the following requirements – criteria:

- The company carries out regular market research [...] which are the basis of the market activities, and so decisions current and long-term.
- The company must be able to determine their own field of cost-effective [...] called the segment to which it intends to address their actions [...] specify your own segment allows for continuous tracking for the changes therein, which makes it easier for a more accurate offer their products.
- The unit [...] constantly communicates with its environment, from the one side by downloading the information of the market, on the other issuing them in relation to the various market participants through systems of promotion, advertising, public relations, contacts with consumer organizations and government agencies. Based on information collected continuously, it creates a marketing information systems defined by their decision-making needs and financial capabilities.
- The basis of the company's expansion in competitive markets is a clear definition of its long-term goals (mission). The company incorporates them into using different types of marketing strategies [...]. These goals relate to [...] to gain new markets, to locate a sufficient number of its own products to increase share [...] on a given market, consolidating its reputation [...] increase profit. Designing a strategy for the company must set [...] its competitive and strategic position, it usually does today through SWOT analysis.
- Marketing-oriented company has no chance of existence in the European markets without the recognition and operation of the general standards of the European Union. They relate to product quality standards [...] packaging design, management systems, information systems, logistics, banking, etc. [...] Europe's strategic processes created new market structures and new standards of consumption. It is said [...] the europroduct, euroconsumer and Euromarket.
- Finally, an important and but not last standard is to follow professional ethics in business¹⁰.

Ph. Kotler defines the marketing orientation of the company, as the five key elements: customer philosophy, integrated marketing organization, adequate information, marketing strategic orientation and operational effectiveness¹¹. Marketing-

¹⁰T. Kramer Orientacja marketingowa przedsiębiorstw polskich: wyzwania i zagrożenia [w:] Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwami w realiach gospodarki polskiej. Praca zbiorowa pod red. L. Żabińskiego AE/PTE Katowice 1995 s. 11

Definicje orientacji marketingowej Praca zbiorowa pod red. L. Żabińskiego Orientacje marketingowe podmiotów gospodarczych. Podstawy teoretyczno metodyczne Kierunki Badań AE Katowice 1999 s. 34

¹¹ Ph. Kotler Marketing. Wyd. Gebethner i S-ka, Warszawa 1994 s. 222, 697.

oriented company must realize the need to take into account the social and environmental aspects of the meet the needs of customers and the recognition and enforcement by world standards¹².

The basis of marketing orientation is to understand the needs of buyers and the factors affecting their satisfaction. Expression of the modern concept of marketing is the following three company orientations providing that success in the market:

- orientation on how to best meet the needs of buyers, it is the purpose of the existence and task of any business, requiring the creation of supply of products and services in full compliance with previously diagnosed with the size and structure of demand reflects the needs of buyers supported by company market segment
- orientation on competitive advantage, meaning the need to manufacture better products, provide better services,
- selling them at more attractive prices and the most convenient for buyers places and time
- Orientation on the social responsibility of the company, treated not as a philanthropic activity, but as an obligation to strictly obey the law and ethical standards of business, as well as the need to participate in matters of importance to the external environment, especially as regards environmental protection¹³.

The combination of these three approaches marketing orientation gives the company the ability to create long-term profit providing continuation and development of the company. From the above definition, the basis for the development of company is a marketing orientation and also for insurance companies.

Marketing orientation insurance companies as a source of income indicates consumer needs and preferences, so that targeted offers and sold insurance services better satisfy the needs and preferences than the competition. Customer satisfaction is based primarily on satisfaction, and then be translated into customer loyalty to the company.

We conclude that the basis for the company's development is marketing orientation. This orientation as a source of income indicates consumer needs and preferences, so that created, marketed and sold products and services they need to meet the preferences better than the competition.

Highlights of the company's marketing orientation are:

- the needs of the buyer (gathering of information including market research)
- target markets (market segmentation)
- coordination of marketing activities (activities within the company, marketing-mix)
- Analysis of the business environment, including competition and adaptation of the organization to carry out marketing activities¹⁴.

The company's marketing orientation is the need to adapt constantly to the changes occurring in the market.

¹²Z. Kędzior „Orientacja marketingowa w przedsiębiorstwach (próba identyfikacji) „Marketing i Rynek” 1997 nr 7 s. 20

¹³T. Sztucki Encyklopedia Marketingu. Definicje, zasady, metody. Agencja Wydawnicza placet Warszawa 1998 s. 227

¹⁴Beata Nowotarska-Romaniak Marketingowa orientacja firm ubezpieczeniowych w Polsce AE Katowice 2003

The issue of marketing orientation is increasingly the subject of research, and its presence in the strategic behavior of firms is seen as a symptom of the economic development. The task of marketing research orientation is a description and analysis of the status and extent of changes of market-oriented companies. Since the degree of market orientation involves a very complex phenomenon, it is necessary to determine what elements should be included in the study.

The article presents a thesis that the success of the implementation of the marketing orientation determines the state of consciousness of management of life insurance in the same way the appropriate structures and procedures for the implementation of marketing activities. Therefore IDs of marketing orientation looked for in both areas, directing questions to the management of the scope of implementation of marketing activities.

4. Objectives, research methodology for the implementation of marketing orientation in life insurance

In order to find out whether life insurance companies in Poland are implementing a marketing orientation, a survey was conducted. The study included life insurance companies in the period from September to October 2012. The survey was e-mailed and sent to the directors and managers of life insurance companies. The questionnaire consisted of 8 fundamental questions and 4 demographics question which asked respondents to specify gender, education, work experience in an insurance company and mark whether they are an employee of the department or unit life insurance company. Respondents hold a higher education (92% of respondents). More than half of the respondents worked in the company for more than 5 years. Questionnaire was filled in 39% of women and 61% of men. Of the questionnaires sent to the companies, received 112 correctly filled. The aim of this study was to determine:

- The basic purpose of the operations of life insurance companies,
- The strategy of action to customers,
- Method of identifying customer needs,
- Way to make employees aware of the company implements marketing orientation activities.

Almost 76% of life insurance companies have department, cell marketing. In the other life insurance companies, director of the organization and sales management is involved in tasks of marketing activities. However, in all the headquarters of the life insurance companies are marketing departments within which there are different divisions such as customer service division, CRM, PR. One of the main objectives of marketing orientation is customer orientation. Therefore, an important question was whether life insurance companies use information about customers and what are the sources. (See Figure 3)

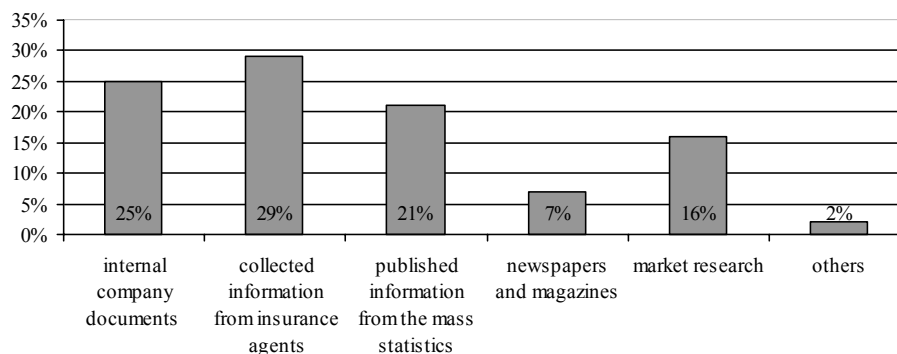


Figure 3 Sources of information about clients in the life insurance sector (%)
Source: Own calculations based on direct studies

Most insurance companies declare that collects information about customers the primary source of information is an insurance agent, internal company documentation. Compared to previous studies of the author it can be concluded that the increasing importance of information about clients on market research. These are usually the results of research gathered by the company on behalf of the insurance companies' headquarters¹⁵.

Table 2. The main objectives of the life insurance company

Item no	Item	Life insurance company* (w %)
1.	Raising the level of customer service	82,9
2.	Acquiring new customers	76,5
3.	Introduction to sales of new insurance services	29,4
4.	Extend the existing area of operation	41,3
5.	The increase in profit	42,3
6.	Increase in market share	37,2
7.	Minimizing the cost	26,2

* Interest indications do not add up to 100% due to multiple choice answers.

Source: Own calculations based on direct studies

Analyzing the results presented in Table 2, it can be concluded that the majority of insurance companies seeking to raise the level of customer service as well as seeking opportunities to acquire new customers still in the same time taking care of existing customers. Here was stated a question, about the strategy of life insurance companies.

¹⁵B. Nowotarska-Romaniak, Marketingowa orientacja firm ubezpieczeniowych w Polsce, Wyd. AE Katowice, Katowice 2005, B. Nowotarska-Romaniak: Wdrażanie orientacji marketingowej w firmach ubezpieczeniowych, [w:] Usługi w Polsce 2012, Usługi Publiczne- Usługi Komercyjne, pod red. B. Iwankiewicz-Rak, A. Panasiuk, K. Rogoziński, Zeszyty Naukowe nr723, Ekonomiczne Problemy Usług nr 96, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2012

Most companies are trying to adapt the offer to the customers' expectations. Figure 4 shows how to identify customer needs.

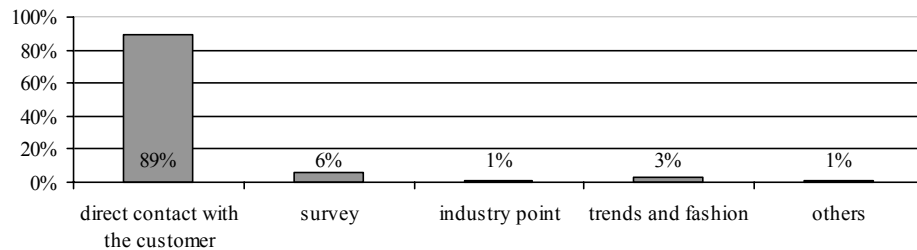


Figure 4. Ways to identify customer needs
Source: Own calculations based on direct studies

Identifying customer needs of life insurance services is usually made based on the reported needs during direct conversation with the customer.

An important question in the study of marketing orientation of life insurance companies, was how to make employees aware of marketing activities to transform businesses in the direction of marketing orientation (Fig. 5)

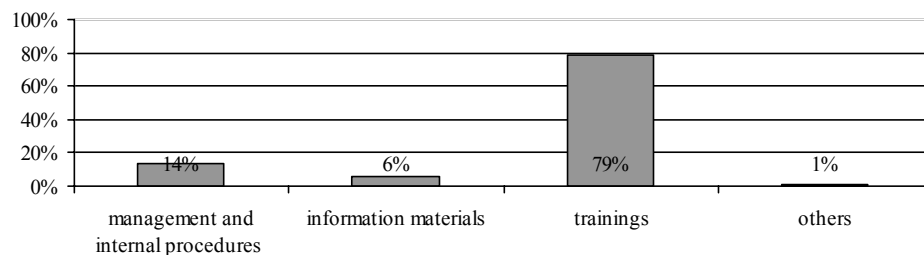


Figure 5. Ways to make employees aware of the company implements marketing activities
Source: Own calculations based on direct studies

System that make employees aware of what the aims and marketing objectives implements life insurance company intakes place primarily on training (79%) and in the form of regulations and procedures (14%).

5. Summation

In conclusion, referring to the author previous research, we can conclude that life insurance companies reveal more and more symptoms of marketing orientation. The criteria chosen to investigate the implementation of marketing orientation by life insurance companies in Poland helped to identify the degree of use of marketing instruments. In Article the insight to reduce the volume presents the most important results showing that the companies put the main emphasis on the customer. Visible is

emphasis on personal service and offer customization to their needs and expectations. For insurance company, the important is customer satisfaction at the time of contact with the insurance intermediary, which translates into purchasing decisions and willingness to cooperate. Often, however, some activities are carried out without environmental analysis based on the partial information available in reports or summaries. Most insurance companies take action in order to create competitive advantage through additional services for insurance policies or the adjustment of the major contributions to the financial capacity of the client. Life insurance companies communicate with the environment especially with customers through promotional schemes, advertising, and public relations.

Streszczenie

Marketing jest narzędziem ekspansji i walki firmy w osiągnięciu pozycji na rynku, ta zaś, bywa oceniana przez powszechnie przyjęte standardy jakimi są: wielkość sprzedaży, udział w rynku i wielkość zysku. Orientacja marketingowa zakładów ubezpieczeń na życie, jako źródło zysków, wskazuje potrzeby i preferencje klientów tak, by kierowane oferty i sprzedawane usługi ubezpieczeniowe lepiej zaspokajały te potrzeby i preferencje niż konkurencja. Orientacja marketingowa firmy oznacza konieczność ciągłego dostosowywania się do zmian na rynku. W artykule przedstawiono zakres wdrażania orientacji marketingowej przez zakłady ubezpieczeń na życie na podstawie badania ankietowego. Celem badania było określenie:

- podstawowych celów działań zakładów ubezpieczeń na życie, strategia działania wobec klientów,
- sposób identyfikacji potrzeb klienta i sposób uświadamiania pracownikom, że firma wdraża działania orientacji marketingowej.

Słowa kluczowe: zakład ubezpieczeń na życie, marketing, orientacja marketingowa, klient

Literatura:

1. Hadyniak B., Ubezpieczenie jako urządzenie finansowe [w:] Ubezpieczenia podręcznik akademicki pod red. J. Handschke i J. Monkiewicz, Poltext, Warszawa, 2010
2. Kędzior Z., „Orientacja marketingowa w przedsiębiorstwach (próba identyfikacji) „Marketing i Rynek” 1997 nr 7
3. Kotler Ph., Marketing. Wyd. Gebethner i S-ka, Warszawa 1994
4. Kowalewski, E. Prawo ubezpieczeń gospodarczych wyd.3, OW Branta, Bydgoszcz- Toruń 2006
5. Kramer, T., Orientacja marketingowa przedsiębiorstw polskich: wyzwania i zagrożenia [w:] Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwami w realiach gospodarki polskiej, red. L. Żabiński, AE/PTE Katowice, Katowice 1995
6. Nowotarska-Romaniak B.: Wdrażanie orientacji marketingowej w firmach ubezpieczeniowych, [w:] Usługi w Polsce 2012, Usługi Publiczne- Usługi Komercyjne, pod red. B. Iwankiewicz-Rak, A. Panasiuk, K. Rogoziński, Zeszyty Naukowe nr723, Ekonomiczne Problemy Usług nr 96, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2012
7. Nowotarska-Romaniak B., Marketingowa orientacja firm ubezpieczeniowych w Polsce AE Katowice 2003
8. Nowotarska-Romaniak B., Marketingowa orientacja firm ubezpieczeniowych w Polsce, Wyd. AE Katowice, Katowice 2005
9. Ortyński K. Rynek ubezpieczeń non – life w Polsce [w:] Ubezpieczenia non- life pod red. E.

- Wierzbicka, CeDeWu.pl Wydawnictwa Fachowe Warszawa, 2011
10. Płonka M., Rozwój orientacji marketingowej polskich banków, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie nr 4, Tarnów 2001
 11. Praca zbiorowa pod red. L. Żabińskiego Orientacje marketingowe podmiotów gospodarczych. Podstawy teoretyczno metodyczne Kierunki Badań AE Katowice 1999
 12. Sztucki T., Encyklopedia Marketingu. Definicje, zasady, metody. Agencja Wydawnicza placet Warszawa 1998
 13. Ustawa o działalności ubezpieczeniowej z dnia 28 lipca 1990 roku (Dz. U. nr 59 poz. 344)

Informacje o Autorze:

dr hab. Beata Nowotarska-Romaniak

Katedra Marketingu

Uniwersytet Ekonomiczny, Katowice

ul. 1 Maja 50, 40-228 Katowice,

e-mail: beata.nowotarska-romaniak@ue.katowice.pl

Lukasz Paluch
Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

Studium uwarunkowań rozwoju rolnictwa i organizacji produkcji rolniczej w Regionie Małopolski¹

DETERMINANTS OF AGRICULTURAL DEVELOPMENT AND ORGANIZATION OF THE AGRICULTURAL PRODUCTION IN THE MAŁOPOLSKA PROVINCE

Jednym z czynników, który w największym stopniu determinuje charakter produkcji rolniczej danego regionu są jego warunki przyrodnicze (jakość gleby, klimat, stosunki wodne, wysokość usytuowania pól uprawnych itp.). Mając na względzie rozwój cennych przyrodniczo i kulturowo obszarów wiejskich województwa małopolskiego, ważne jest zatem zachowanie oraz rozwój ich funkcji gospodarczych, w tym szczególnie rolniczych. Opracowanie zawiera studium uwarunkowań rozwoju rolnictwa i organizacji produkcji rolniczej w województwie małopolskim z uwzględnieniem zróżnicowania wymienionych struktur w układzie przestrzennym. Podstawowe źródło informacji do analizy stanowiły dane Głównego Urzędu Statystycznego zgromadzone w ramach Powszechnego Spisu Rolnego przeprowadzonego w 2002 i 2010 roku.

słowa kluczowe: województwo małopolskie, obszary wiejskie, zrównoważony rozwój, rolnictwo, produkcja ekologiczna

Wprowadzenie

Jednym z czynników, który w największym stopniu determinuje charakter produkcji rolniczej danego regionu są jego warunki przyrodnicze (jakość gleby, klimat, stosunki wodne, wysokość usytuowania pól uprawnych itp.)². Mając na względzie rozwój cennych przyrodniczo i kulturowo obszarów wiejskich województwa małopolskiego, ważne jest zatem zachowanie oraz rozwój ich funkcji gospodarczych, w tym głównie rolniczych. Rolnictwo i leśnictwo, a także wzajemne proporcje tych działów, decydują bowiem o strukturze krajobrazu, podtrzymując lub modyfikując jego stan wyjściowy (ukształtowany historycznie) oraz czyniąc go tym samym akceptowalnym, oczekiwanym, czy też dzikim lub nieprzyjaznym. Produkcja rolnicza stanowi nadal główną bazę ekonomiczną dla mieszkańców wsi i odległych od centrum obszarów Małopolski³.

¹ Publikacja finansowana w ramach dotacji celowej nr 4151 na prowadzenie badań naukowych lub prac rozwojowych oraz zadań z nimi związanych, służących rozwojowi młodych naukowców oraz uczestników studiów doktoranckich, finansowanych w trybie konkursowym na Wydziale Rolniczo-Ekonomicznym, Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie.

² B. Kutkowska: Wspieranie rolnictwa na obszarach o niekorzystnych warunkach gospodarowania (ONW) na Dolnym Śląsku ze szczególnym uwzględnieniem terenów sudeckich. Acta Agraria et Silvicultura, Vol. XL VI/1, Kraków 2006, s. 49-56.

³ W. Musiał: Determinanty rozwoju rolnictwa w regionach rozdrobnionych strukturalnie. IRWiR PAN, Warszawa 2008, s. 93-94.

Analizując stan i przemiany w strukturze rolnictwa oraz potencjał produkcyjny obszarów wiejskich, należy więc brać pod uwagę zarówno wartość jaką można osiągnąć z produkcji rolniczej, jak również zachowanie często bezalternatywnych miejsc pracy, dochody miejscowej ludności, a także podtrzymanie mozaikowej struktury krajobrazu regionu⁴. Celem opracowania jest zatem diagnoza uwarunkowań rolnictwa i organizacji produkcji rolniczej w województwie małopolskim z uwzględnieniem zróżnicowania wymienionych struktur w układzie przestrzennym, a podstawowe źródło informacji wykorzystane w analizie stanowiły dane Głównego Urzędu Statystycznego, zgromadzone w ramach Powszechnego Spisu Rolnego 2002 i 2010.

Wyniki badań i dyskusja

Rozwój obszarów wiejskich i rolnictwa w województwie małopolskim determinowany jest zróżnicowanymi przestrzennie zasobami oraz warunkami przyrodniczymi regionu. W tym ujęciu, na jego obszarze wyodrębnia się trzy główne strefy przyrodniczo-ekonomiczne, ułożone równoleżnikowo. Pierwsza z nich, to strefa północna (powiaty: olkuski, miechowski, proszowicki, dąbrowski), charakteryzująca się niższą gęstością zaludnienia, o mniejszym rozdrobnieniu struktury agrarnej i relatywnie większym znaczeniu dochodów rolniczych. Obszar ten posiada najlepsze w Małopolsce warunki do prowadzenia produkcji rolnej. Wynika to m. in. z tego, że 73,3% powierzchni przeznaczonych jest pod użytki rolne i intensywnie wykorzystywane w tym celu. Druga ze stref, to środkowa (powiaty: chrzanowski, oświęcimski, wadowicki, myślenicki, wielicki, krakowski, bocheński, brzeski, tarnowski), gęsto zaludniona, silnie zurbanizowana, o znacznej przewadze ludności dwuzawodowej i dużym rozdrobnieniu ziemi użytkowanej rolniczo. 60,4% jej powierzchni stanowią użytki rolne, z bardzo dobrymi warunkami do rozwoju przemysłu rolno-spożywczego. Trzecia, południowa strefa województwa, o charakterze pogórskim i górskim (powiaty: suski, limanowski, nowosądecki, gorlicki, nowotarski, tatrzański) oraz wysokich walorach krajobrazowych, a jednocześnie trudnych warunkach gospodarowania do produkcji rolnej, cechuje się dużym rozdrobnieniem gospodarstw oraz znacznym udziałem dochodów uzyskiwanych poza rolnictwem⁵.

Z punktu widzenia diagnozy stanu rolnictwa, ważnych informacji dostarcza analiza struktury użytkowania ziemi. Wynika z niej, że w części południowej Małopolski, o charakterze pogórskim i górskim stosunkowo duży udział mają grunty leśne. W 2010 r. obszar przeznaczony pod lasy i grunty leśne stanowił około 29,0% powierzchni województwa, a wartości wskaźnika lesistości wahała się od 0,2% w gminie Igołomia-Wawrzeńczyce do 71,9% w Szczawnicy. Na obszarze Małopolski zauważyć można także pewną prawidłowość, która wskazuje, iż wraz ze wzrostem bezwzględnej wysokości, wzrasta udział powierzchni lasów, przy malejącym udziale użytków rolnych. Wynika to m. in. z faktu, że wyżej położone zbocza, zwłaszcza strome, kamieniste, o dużych i zmiennych kątach nachylenia nie nadają się często do

⁴ Ł. Paluch: Uwarunkowania zrównoważonego rozwoju gmin wiejskich w województwie małopolskim. Niepublikowana rozprawa doktorska. WNE SGGW, Warszawa 2012.

⁵ Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego 2011-2020. Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków 2011.

użytkowania rolniczego⁶. Konsekwencją takiego stanu rzeczy są pojawiające się utrudnienia technologiczne oraz pogarszająca się ekonomika produkcji prowadzonej na gruntach o dużych wysokościach i nachyleniu terenu. Istotne znaczenie ma także zmiana sposobu użytkowania gruntów najsłabszych, położonych w niekorzystnych warunkach przyrodniczych z uwagi na ukształtowanie terenu⁷.

Ogólna powierzchnia gruntów rolnych województwa małopolskiego w 2010 r. wynosiła 847,1 tys. ha, co stanowi 55,8% jego obszaru. Udział gruntów pozostających w użytkowaniu gospodarstw indywidualnych w ogólnej powierzchni gospodarstw rolnych wynosił około 95,6%. W północnej części Małopolski, gdzie występują korzystne warunki przyrodnicze do prowadzenia produkcji rolniczej dominują grunty orne, a ich odsetek, w niektórych gminach (np. Iwanowice, Miechów, Raclawice) sięga nawet 90% powierzchni użytkowanej rolniczo⁸ (tab. 1).

Tabela 1. Powierzchnia gruntów w gospodarstwach rolnych w województwie małopolskim
Table 1. The area of land in farms in the Małopolska Province

Lata Years	Powierzchnia ogółem / Total area	Użytki rolne / Farmland	Lasy i grunty leśne / Forests and forest land	Pozostałe grunty / Other land
w tys. ha / in thousands of hectares				
2002	976,8	783,6	132,4	60,8
2010	847,1	654,1	125,0	68,0
w tym gospodarstwa indywidualne / including individual farms				
2002	935,5	758,6	121,3	55,6
2010	810,2	633,7	116,5	60,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Oficjalne informacje prezentowane przez GUS wskazują, iż w okresie 2002-2010 nie zachodziły większe zmiany w sposobie użytkowania gruntów regionu. Z danych wynika, że zdecydowanie największy ich odsetek zajmowały zasiewy (46,9%), nieco mniejszy łąki i pastwiska trwałe (37,8%), a najmniejszy sady (2,3%). W Polsce struktura ta kształtowała się następująco: 68,2% - zasiewy, 20,9% - łąki i pastwiska trwałe, sady - niespełna 2,3%. Porównując przedstawione wartości, charakteryzujące sposób wykorzystania przestrzeni produkcyjnej w Małopolsce z wyliczonymi dla kraju, należy zauważyć jednak nieco większy odsetek łąk i pastwisk (ich udział w okresie ostatnich 8 lat wzrósł o około 6,1 punktu procentowego), przy mniejszym udziale powierzchni przeznaczonych pod zasiewy (rys. 1).

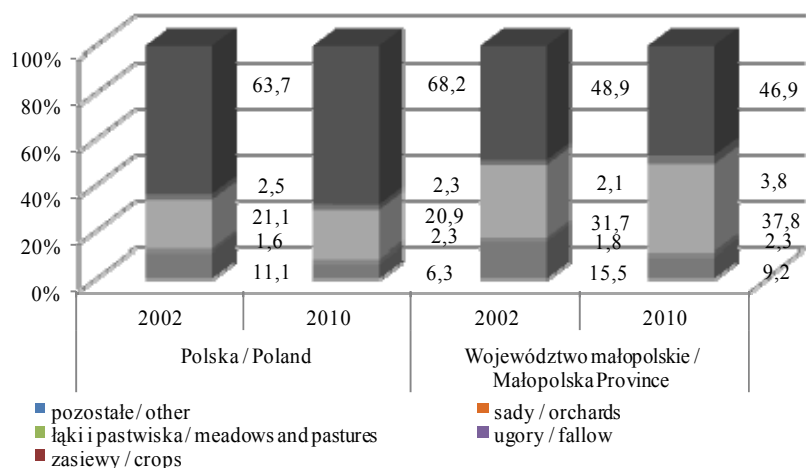
Na południu regionu zdecydowanie największy udział w gruntach rolnych mają trwałe użytki zielone. W powiatach tatrzańskim, nowotarskim oraz limanowskim, leżących na terenach górskich i pogórskich, stanowią one znacznie powyżej połowy powierzchni użytkowanej rolniczo (około 78%). Sytuację tą należy ocenić pozytywnie, gdyż na obszarach górzystych powinny dominować trwałe użytki zielone, a na terenach położonych powyżej 700 m n.p.m. korzystna jest całkowita rezygnacja z gruntów ornych na rzecz powierzchni przeznaczonych pod łąki i pastwiska (dla porównania na terenach

⁶ Raport z wyników województwa małopolskiego. Powszechny Spis Rolny 2010, Kraków 2011.

⁷ Krajowy Program Zwiększania Lesistości. Ministerstwo Środowiska, Warszawa 2003.

⁸ Gospodarcze aspekty rolnictwa w Małopolsce. Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków 2012.

górzystych Alp niemieckich oraz austriackich udział trwałych użytków zielonych oscyluje wokół 90%)⁹. Należy jednak zwrócić uwagę, iż wprawdzie użytki te, są predestynowanym kierunkiem zagospodarowania gruntów na terenach górzystych, to wzrost ich udziału, przy utrzymującej się w ostatnich latach tendencji spadkowej pogłowia zwierząt gospodarskich, rodzi pytanie, czy są one w pełni wykorzystywane¹⁰.



Rysunek 1. Struktura użytków rolnych w Polsce i województwie małopolskim
 Figure 1. Structure of agricultural land in Poland and the Małopolska Province
 Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].
 Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Korzystnym zjawiskiem na obszarze województwa małopolskiego jest wzrost udziału powierzchni sadów, która w ostatnich 8 latach zwiększyła się niemal o 11%. Powierzchnia gruntów ugorowanych w 2010 r. wynosiła 24,7 tys. ha, co stanowi 3,8% użytków rolnych województwa, utrzymanych w dobrej kulturze. Największy udział tego rodzaju gruntów wystąpił w gospodarstwach poniżej 1 ha (7,4%) oraz w grupie obszarowej od 1 do 2 ha. Pod względem liczby gospodarstw rolnych województwo małopolskie w 2010 r. zajmowało pierwsze miejsce w kraju. Według danych Powszechnego Spisu Rolnego na jego obszarze funkcjonowało 283,5 tys. gospodarstw, co stanowiło 12,5% ich ogólnej liczby w kraju (z czego 99,9% to podmioty indywidualne). Wśród gospodarstw rolnych 78,1% prowadziło produkcję rolniczą, podczas gdy w kraju odsetek ten wynosił 83,0%. Spośród gospodarstw tych 56,7% zajmowało się produkcją roślinną i zwierzęcą, 42,0% tylko produkcją roślinną, a 1,3% wyłącznie produkcją zwierzęcą (tab. 2).

W latach 2002-2010 nastąpił natomiast wyraźny spadek liczby gospodarstw zajmujących się chowem inwentarza żywego (o około 17,7%). Tendencja ta dotyczy przede wszystkim małych gospodarstw, prowadzących produkcję roślinną i zwierzęcą,

⁹ K. Zabierowski: Zakres i metodyka badań nad rozmieszczeniem i racjonalizacją produkcji rolniczej na terenie ziem górskich. Problemy Zagospodarowania Ziemi Górskich. nr 2, Warszawa 1967, s. 45-56.

¹⁰ W. Musiał: Determinanty rozwoju rolnictwa w regionach rozdrobnionych strukturalnie. Roczniki Naukowe SERIA, t. XII, z. 2., Warszawa - Poznań - Szczecin 2010, s. 34-52.

gdzie rezygnacja z produkcji zwierzęcej wynikała z jednej strony ze stosunkowo dużej uciążliwości prowadzenia tego rodzaju działalności, z drugiej zaś z obciążenia rolników obowiązkiem rejestracji zwierząt. Istotne znaczenie miała także konieczność dostosowania produkcji rolniczej do norm i wymogów wynikających z wprowadzania w Polsce zasady wzajemnej zgodności (z ang. cross compliance)¹¹. Rolnicy korzystający z systemu dopłat w ramach środków unijnych zostali zobligowani bowiem do przestrzegania szeregu, określonych w obowiązujących rozporządzeniach i dyrektywach, wymogów w zakresie zdrowia publicznego, zdrowia zwierząt oraz roślin, norm środowiskowych, dobrostanu zwierząt, a także utrzymania gruntów w dobrej kulturze rolnej zgodnej z zasadami ochrony środowiska¹².

Tabela 2. Charakterystyka gospodarstw rolnych w Polsce i województwie małopolskim
Table 2. Characteristics of farms in Poland and the Małopolska Province

Wyszczególnienie / Specification		Liczba gospodarstw Number of farms [w tys.]		Gospodarstwa prowadzące działalność rolniczą / Farms conducting of agricultural activity [%]	Gospodarstwa prowadzące produkcję / Farms conducting of production [%]		
		ogółem total	w tym indywidualne including individual farms		roślinną plants	zwierzęcą animals	roślinną i zwierzęcą plants and animals
Polska / Poland	2002	2 933	2 929	74,2	33,1	1,9	65,0
	2010	2 278	2 273	83,0	44,7	1,2	54,1
Województwo małopolskie / Małopolska Province	2002	373,7	373,5	69,4	29,8	1,3	68,9
	2010	283,5	283,3	78,1	42,0	1,3	56,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

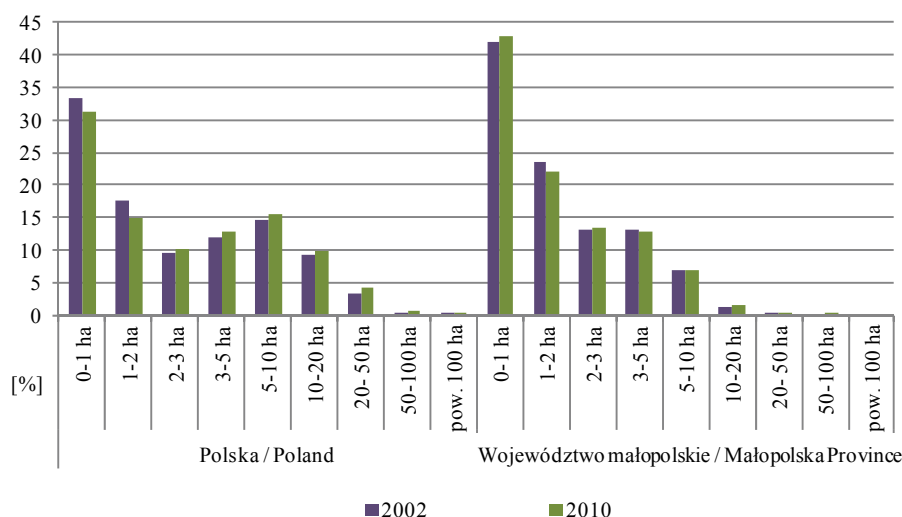
W powszechnej opinii samych rolników, przyczyn zaniechania produkcji zwierzęcej należy szukać także w niskiej opłacalności pracy w gospodarstwie. W związku z odchodzeniem od produkcji zwierzęcej w latach 2002-2010 nastąpiło zwiększenie liczby gospodarstw prowadzących wyłącznie produkcję roślinną (o około 12,2%), co odpowiada jednocześnie trendom ogólnokrajowym. Wynikać to może z tego, iż właściciele gospodarstw nie zrezygnowali ze swojej działalności, poprzestając często na utrzymywaniu użytków zielonych w celu dalszego otrzymywania płatności obszarowych¹³. Według danych GUS w 2010 roku średnia wielkość użytków rolnych gospodarstw w Małopolsce wynosiła 2,3 ha (dla gospodarstw prowadzących działalność rolniczą - 2,8 ha) i była ponad dwukrotnie niższa, niż przeciętnie w kraju (6,8 ha). W strukturze obszarowej przeważały jednostki o małej powierzchni. Dominującą grupę stanowią gospodarstwa do 1 ha użytków rolnych (42,8% ogółu - 121,2 tys.). Jednostki te wprowadzając w statystykach masowych, często zaliczane są do gospodarstw rolniczych, jednak nie pełnią one ani funkcji produkcyjnych, ani pozaprodukcyjnych, stąd nie są także w sferze zainteresowań polityki rolnej. Warto jednak zauważyć, że w ciągu

¹¹ W. Łukasik: Ocena funkcjonowania WPR – wybrane aspekty dyskusji. Biuletyn informacyjny ARR, Wydawnictwo ARR, nr 1 (211), Warszawa 2009, s. 8.

¹² W. Musiał: Determinanty rozwoju rolnictwa w regionach rozdrobnionych strukturalnie. IRWiR PAN, Warszawa 2008, s. 93-94.

¹³ Raport z wyników województwa małopolskiego. Powszechny Spis Rolny 2010, Kraków 2011.

ostatnich 8 lat ich liczba zmniejszyła się o 35,6 tys. tj. o 22,7%. Odsetek gospodarstw o powierzchni od 1 do 2 ha wynosił 22,2%, przy 15,0% w kraju. Gospodarstwa z grupy obszarowej od 5 do 10 ha oraz od 10 do 20 ha, stanowiły odpowiednio: 7,0 % oraz 1,5%, w Polsce wartości te kształtowały się następująco: 15,5 % i 9,9%. W przypadku gospodarstw największych, liczących powyżej 20 ha użytków rolnych ich udział stanowił niespełna 0,5%, podczas gdy w kraju 5,4% (rys. 2).



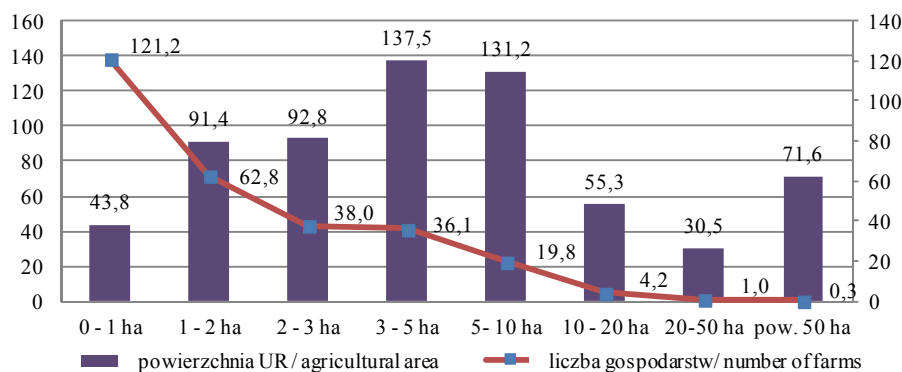
Rysunek 2. Struktura gospodarstw w Polsce i województwie małopolskim wg grup obszarowych użytków rolnych

Figure 2. The structure of farms in Poland and the Małopolska Province by area groups of agricultural land

Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Na podstawie wyników Powszechnego Spisu Rolnego, przeprowadzonego w 2002 i 2010 r. zaobserwować można, iż w okresie tym, nastąpiło zmniejszenie liczby gospodarstw o powierzchni do 15 ha, a zwiększenie liczby gospodarstw obszarowo większych (powyżej 15 ha). Największy, dwukrotny wzrost zanotowano także w liczbie gospodarstw, których powierzchnia mieści się w przedziale od 50 do 100 ha. Wyraźny spadek liczby gospodarstw w porównaniu do roku 2002 nastąpił natomiast w grupie gospodarstw o powierzchni od 1 do 2 ha tj. o około 29,0%. W 2010 r. gospodarstwa najmniejsze obszarowo (0 - 1 ha), mimo znacznej ich liczby dysponowały stosunkowo niewielkim arealem użytków rolnych (43,8 tys. ha). Ujmując łącznie jednostki o powierzchni do 3 ha, należy zauważyć, że przy prawie 80% udziale w ogólnej liczbie gospodarstw, gospodarują one jedynie na 35% ziemi rolniczej, zaś prawie 25% jej powierzchni, pozostaje w użytkowaniu gospodarstw dysponujących ponad 10 ha, które stanowią zaledwie 2,0% ogółu (rys. 3).



Rysunek 3. Liczba gospodarstw i powierzchnia użytków rolnych w województwie małopolskim wg grup obszarowych

Figure 3. Number of farms and agricultural area in the Małopolska Province by area groups

Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

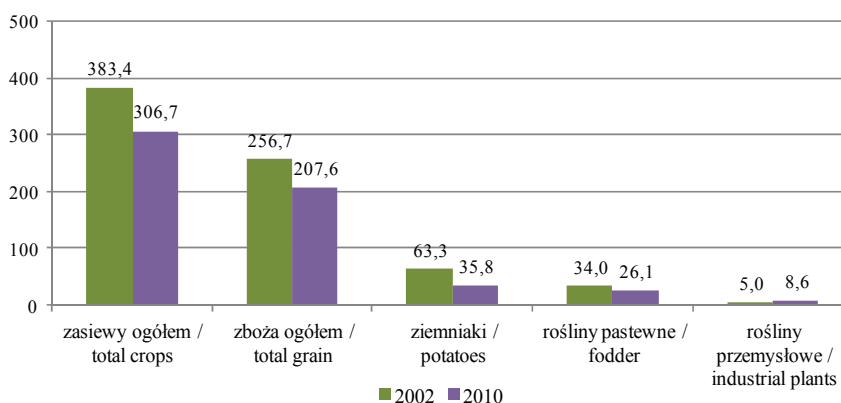
Oceniając strukturę agrarną w województwie małopolskim należy podkreślić, że przedstawione charakterystyki stawiają rolnictwo Małopolski na gorszej pozycji konkurencyjnej w stosunku do innych części kraju. Zasadniczą przeszkodą w prowadzeniu produkcji rolnej jest wadliwa struktura obszarowa gospodarstw, przejawiająca się m.in. ich niewielką średnią powierzchnią. Część gospodarstw ze względu na ogromne rozdrobnienie działek rolnych nie spełnia także kryterium minimalnej powierzchni, uprawniającej do otrzymywania dopłat bezpośrednich, a trwale porzucona ziemia rolnicza podlega dodatkowo utracie jej walorów użytkowych i szybkiej sukcesji poprzez zakrzaczenie¹⁴.

Według wyników Powszechnego Spisu Rolnego 2010 ogólna powierzchnia zasiewów w województwie małopolskim wyniosła 306,7 tys. ha i w porównaniu z 2002 r. zmniejszyła się o 76,6 tys. ha, tj. o 20,0%. Obszar ten stanowił 2,9% powierzchni zasiewów ogólnopolskich, co uplasowało Małopolskę na przedostatnim miejscu wśród województw w kraju (razem z województwem śląskim), gdzie mniejszy udział zasiewów miało tylko województwo lubuskie. Największe zmiany w tym okresie dotyczyły uprawy ziemniaka, którego powierzchnia zmniejszyła się o 43,4%. W przypadku zbóż obszar przeznaczony pod ich uprawę zmniejszył się o 23,4%. Zwiększyła się natomiast powierzchnia upraw roślin strączkowych jadalnych oraz pozostałych (rys. 4).

Wyniki analiz wskazują ponadto, iż struktura zasiewów w gospodarstwach małopolskich nie różniła się wyraźnie od struktury zasiewów, charakteryzującej gospodarstwa w Polsce. Najczęściej uprawianą grupą roślin były zboża (67,7%), duży odsetek powierzchni zajmowały także ziemniaki (11,7%) oraz rośliny pastewne (8,5%). W strukturze zasiewów, w ostatnich 8 latach wzrosło znaczenie roślin zaliczanych do grupy pozostałe, w tym szczególnie warzyw. W porównaniu do struktury zasiewów dla kraju, województwo małopolskie (głównie z uwagi na warunki przyrodnicze)

¹⁴ W. Musiał: Determinanty rozwoju rolnictwa w regionach rozdrobnionych strukturalnie. Roczniki Naukowe SERIA, t. XII, z. 2., Warszawa - Poznań - Szczecin 2010, s. 34-52.

charakteryzuje się natomiast nadal bardzo niewielkim udziałem roślin przemysłowych, w tym rzepaku i rzepiku¹⁵.



Rysunek 4. Powierzchnia zasiewów głównych ziemiopłodów w województwie małopolskim [tys. ha]

Figure 4. Sown area of main crops in the Małopolska Province [thousands of hectares]

Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Jednym z ważniejszych działów małopolskiego rolnictwa jest ogrodnictwo i warzywnictwo. Skrajnie rozdrobniona struktura obszarowa gospodarstw, jak również brak możliwości powiększania ich powierzchni, duże zasoby pracy oraz sprzyjające warunki glebowe spowodowały, iż w niektórych subregionach rozwinęła się intensywnie uprawa warzyw pod osłonami, owoców jagodowych oraz sadownictwo. Województwo małopolskie jest obecnie jednym z największych producentów warzyw i owoców w Polsce. Gospodarstwa sadownicze i warzywnicze zlokalizowane na jego obszarze należą do grupy przodujących producentów, którzy swoją pozycję na rynku lokalnym i krajowym wypracowali w oparciu o wiedzę, doświadczenie oraz tradycję w prowadzeniu tego rodzaju działalności. W Małopolsce sadownictwo rozwinęło się głównie na obszarach położonych w środkowym pasie województwa oraz na jego krańcach wschodnich, w tym szczególnie na terenie powiatu nowosądeckiego i limanowskiego. Intensywna produkcja warzywnicza skoncentrowana jest natomiast w północnej części województwa, charakteryzującej się wysoką jakością gleb tj. na obszarze powiatów miechowskiego, proszowickiego i olkuskiego¹⁶.

Pomimo tendencji do odchodzenia od produkcji zwierzęcej, odgrywa ona nadal istotne znaczenie w strukturze produkcji rolniczej regionu. Chów zwierząt gospodarskich pełni bowiem ważną rolę zarówno jako dział produkcyjny, jak również jako źródło dochodów rodzin rolniczych. Obecność zwierząt w gospodarstwach sprzyja dodatkowo urozmaiceniu upraw polowych, ze względu na konieczność pozyskania odpowiednich pasz. Warunki przyrodnicze szczególnie cennych obszarów górzystych

¹⁵ Raport z wyników województwa małopolskiego. Powszechny Spis Rolny 2010, Kraków 2011.

¹⁶ Gospodarcze aspekty rolnictwa w Małopolsce. Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków 2012.

regionu sprawiają dodatkowo, że od wieków są one predestynowane do chowu inwentarza trawożernego. Według wyników Powszechnego Spisu Rolnego 2010 w Małopolsce utrzymywane było około 200 tys. sztuk bydła, z czego ponad połowę stanowiły krowy¹⁷

Obsada najliczniejszej grupy zwierząt, tj. bydła wynosiła 30,6 szt./100 ha użytków rolnych i była o około 16,6 % niższa niż w roku 2002. W przypadku trzody chlewnej w latach 2002-2010 uwidoczniły się natomiast wyraźnie większe zmiany w jej obsadzie tj. spadek o około 20%, a liczba szt./100 ha użytków rolnych plasowała się na poziomie 54,9. Nieco lepiej sytuacja kształtowała się w przypadku owiec, których obsada pozostała na takim samym poziomie. Analiza wykazała także, że na obszarze województwa małopolskiego, odwrotnie niż w przypadku tendencji dla kraju, odnotowano spadek wskaźnika obsady zwierząt gospodarskich, był on jednak mniejszy niż spadek pogłowia (tab. 3).

Tabela 3. Pogłowia zwierząt gospodarskich w województwie małopolskim
Table 3. The number of livestock in the Małopolska Province

Lata Years	Bydło Cattle	Krowy Cows	Trzoda chlewna Pigs	Lochy Sows	Owce Sheep	Konie Horses	Zwierzęta gospodarskie Livestock [LSU]
tys. sztuk							
2002	287,3	181,4	542,5	65,6	83,8	33,4	463 762
2010	200,3	111,4	359,2	47,2	69,9	21,3	338 304
Zmiana pogłowia zwierząt / Changing livestock							
2002 = 100%	69,7	61,4	66,2	72,0	83,4	63,8	72,9
Obsada zwierząt / Stocking density							
2002	36,7	23,1	69,2	8,4	10,7	4,3	62,3
2010	30,6	17,0	54,9	7,2	10,7	3,3	51,7
Zmiana obsady zwierząt / Changing stocking							
2002 = 100%	83,4	73,6	79,3	85,7	100,0	76,7	83,0

Objaśnienia do tabeli: LSU - Livestock unit (w sztukach przeliczeniowych)

Explanation to the table: LSU - Livestock unit

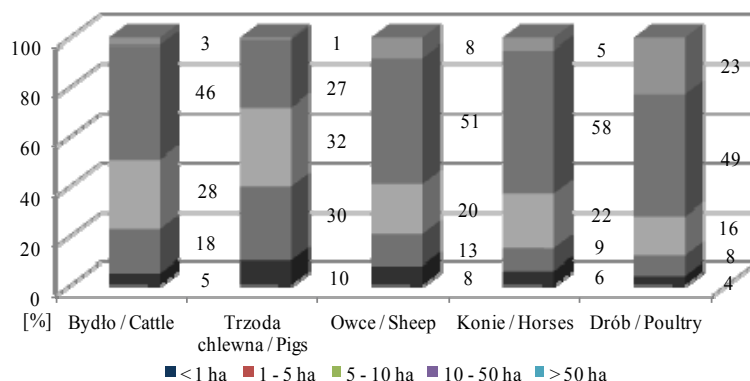
Zródło: opracowanie własne na podstawie: danych PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Z punktu widzenia kształtowania racjonalnej polityki rolnej, w tym preferowanego w województwie małopolskim wielofunkcyjnego i zrównoważonego rozwoju rolnictwa, oprócz zmian stanu pogłowia zwierząt duże znaczenie odgrywa struktura ich rozmieszczenia w gospodarstwach według grup obszarowych. Dane GUS wskazują, że w 2010 r., praktycznie we wszystkich grupach zwierząt (z wyjątkiem trzody chlewnej) ponad połowa utrzymywana była w jednostkach o powierzchni poniżej 5 ha. Ujmując łącznie podmioty do 5 ha można zauważyć, iż średnia obsada zwierząt wynosi: bydło - 0,4 szt., trzoda chlewna - 0,4 szt., owce - 0,2 szt., konie - 0,1 szt., drób 19,2. Analiza pogłowia zwierząt według grup obszarowych wskazuje także, że ze względu na bardzo dużą liczbę małych gospodarstw średnia ich liczba, przypadająca na 1 gospodarstwo jest niska. Warto jednak zwrócić uwagę, iż wraz ze wzrostem powierzchni gospodarstw średnia liczba zwierząt narasta wykładniczo, a w

¹⁷ Raport z wyników województwa małopolskiego. Powszechny Spis Rolny 2010, Kraków 2011.

gospodarstwach o powierzchni powyżej 10 ha wynosi: w przypadku bydła około 8,2 szt., a trzody chlewnej około 22,8 szt (rys. 5).



Rysunek 5. Struktura rozmieszczenia zwierząt gospodarskich wg grup obszarowych użytków rolnych w województwie małopolskim

Figure 5. The structure of the distribution of livestock by area groups of agricultural land in the Małopolska Province

Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych PSR 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Pogłowie drobiu ogółem w województwie małopolskim, w 2010 r. wynosiło 6 844,2 tys. sztuk, o 3 387,1 tys. sztuk mniej niż w 2002 r. (spadek o 33,1%). W kraju spadek ten był znacznie niższy i wyniósł 12,2%. W strukturze gatunkowej drobiu ogółem w województwie dominował drób kurzy - 91,2% (w 2002 r. 91,6%). Oprócz niego utrzymywano: kaczki - 5,1% (w 2002 r. - 5,2%), indyki - 1,7% (w 2002 r. - 2,5%), gęsi - 0,8% (w 2002 r. - 0,3%). Pozostały drób stanowił 1,2% drobiu ogółem (w 2002 r. - 0,4%). Analizując stan drobiu kurzego według grup produkcyjno-użytkowych należy podkreślić, że największe znaczenie miało utrzymanie kur niosek (około 50% ogólnego pogłowia) oraz produkcja brojlerów¹⁸.

Dokonując diagnozy stanu rolnictwa Małopolski warto zwrócić uwagę, że posiada ona korzystne warunki do prowadzenia produkcji ekologicznej. Za rozwojem tego typu rolnictwa przemawiają przede wszystkim warunki przyrodnicze (około 60% powierzchni województwa podlega ochronie prawnej z uwagi na walory przyrody i krajobrazu), struktura rolnictwa (duże rozdrobnienie gospodarstw) oraz względy społeczne i kulturowe. Charakterystyczną cechą województwa jest także mało zanieczyszczone powietrze, gleba i wody oraz duże zróżnicowanie środowiska przyrodniczego. Tradycyjne kierunki upraw, niskie zużycie nawozów mineralnych i środków ochrony roślin oraz chów zwierząt oparty na paszach wyprodukowanych we własnym gospodarstwie stwarzają zatem możliwość dla rozwoju rolnictwa ekologicznego. Nie dziwi więc fakt, że województwo małopolskie już od kilku lat jest

¹⁸ Raport z wyników województwa małopolskiego. Powszechny Spis Rolny 2010, Kraków 2011.

jednym z liderów w liczbie podmiotów produkujących żywność metodami ekologicznymi¹⁹.

Według danych Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych w 2010 r. w województwie małopolskim funkcjonowało 2 156 gospodarstw posiadających certyfikat i przedstawiających swoją produkcję na ekologiczną. Ich liczba w stosunku do roku 2003 wzrosła niemal pięciokrotnie i stanowiły one 10,4% ogółu gospodarstw ekologicznych w Polsce. Jednostki te gospodarowały na obszarze o łącznej powierzchni 16,5 tys. ha tj. około 2,9% łącznej powierzchni ekologicznych użytków rolnych w kraju. W Małopolsce mimo dużej liczby producentów ekologicznych funkcjonuje jednak tylko 47 przetwórci ekologicznych (większość na terenie Nowego Sącza), co stanowi około 16% ich ogólnej liczby w Polsce (tab. 4).

Tabela 4. Liczba producentów ekologicznych rolnych w Polsce i województwie małopolskim
Table 4. Number of organic producers and farms in Poland Małopolska Province

Wyszczególnienie / Specification	Producenci ekologicznych / Producers of organic food		Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych / The area of organic farmland [ha]				
Polska Poland	Ogółem / Total		Ogółem / Total				
	20 956		573 687,1				
	w tym / including		z czego / including [%]				
	gospodarstwa farms	przetwórnictwo Processing	<5 ha	5-10 ha	10-20 ha	20-50 ha	> 50 ha
	20 582	293	58,7	23,0	9,2	5,3	1,8
Województwo małopolskie / Małopolska Province	2 183		16 515,8				
	2 156	47	23,7	24,3	22,0	16,5	13,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie: danych IJARS [http://www.ijhar-s.gov.pl 2011].

Source: own calculation based on: data base PSR 2002 i 2010 [www.stat.gov.pl 2011].

Rolnictwo małopolskie jest jednym z najbardziej rozdrobnionych w kraju, dotyczy to również podmiotów produkujących metodami ekologicznymi. Udział gospodarstw poniżej 5 ha w 2010 r. wynosił prawie 60%, natomiast średnio w kraju kształtował się na poziomie około 24%. Dane IJHARS wskazują także, iż mimo bardzo dużej liczby gospodarstw ekologicznych w Małopolsce, zajmowana przez nie powierzchnia stanowi niewielki odsetek użytków rolnych. Tylko w powiecie gorlickim oraz limanowskim ekologiczne użytki rolne stanowią znaczący odsetek użytków rolnych, natomiast w pozostałych powiatach zajmują powierzchnię poniżej 2%.

Badany region charakteryzuje więc przestrzenne zróżnicowanie średniej wielkości użytków rolnych, należących do gospodarstw ekologicznych. Należy zauważyć także, iż jednostki gospodarujące metodami ekologicznymi są średnio dwukrotnie większe niż gospodarstwa konwencjonalne. Różnice te można tłumaczyć jednak ich liczbą oraz profilem działalności. Przeprowadzona analiza wykazała, że w powiatach, gdzie funkcjonuje niewielka liczba producentów ekologicznych ich średnia powierzchnia jest stosunkowo duża (wyjątek stanowi powiat gorlicki). Średnia wielkość

¹⁹ Gospodarcze aspekty rolnictwa w Małopolsce. Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków 2012.

gospodarstw ekologicznych jest również determinowana przez profil produkcji, gdyż podmioty nastawione na produkcję roślinną są z reguły większe niż gospodarstwa o profilu roślinno-zwierzęcym²⁰.

Podsumowanie

Przeprowadzona diagnoza stanu rolnictwa województwa małopolskiego wskazuje, że duże rozdrobnienie agrarne, nieuregulowana sytuacja własnościowa oraz często względy natury mentalnej tj. przywiązanie do ziemi, stanowią w Małopolsce, nadal istotną barierę rozwoju produkcji rolniczej. Niemniej jednak w myśl nowego paradygmatu, jakim jest zrównoważony rozwój rolnictwa i obszarów wiejskich odchodzi się od traktowania gospodarstwa rolnego jedynie jako miejsca produkcji i preferuje model podmiotu wielofunkcyjnego. Stanowi to dużą szansę także dla gospodarstw małopolskich, gdzie możliwe jest prowadzenie produkcji żywności o wysokiej jakości z wykorzystaniem tradycyjnych receptur i metod przyjaznych dla środowiska. Tego typu działalność pozwala bowiem na zachowanie bardzo ważnych z punktu widzenia ogólnospołecznego walorów krajobrazowych i kulturowych oraz powstawanie atrakcyjnych miejsc dla rekreacji i wypoczynku. Dlatego też istniejące w Małopolsce uwarunkowania demograficzne i przyrodniczo-geograficzne sprawiają, że w strukturze agrarnej rolnictwa przeważają tu i przeważać będą podmioty nie tyle towarowe, konkurujące na rynkach, lecz właśnie te świadczące usługi związane z kształtowaniem i ochroną środowiska naturalnego. Przy wypracowywaniu nowych wizji rozwoju małopolskiej wsi i rolnictwa zgodnych z zasadami zrównoważenia należy koncentrować się więc na tworzeniu dogodnych warunków nie tylko dla rozwoju podmiotów efektywnych produkcyjnie, zdolnych do konkurencji na rynkach produktów masowych, ale przede wszystkim gospodarstw o funkcjach usługowych na rzecz lokalnych społeczności i środowiska.

Bibliografia

- Bank Danych Lokalnych. GUS. [Tryb dostępu:] http://stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks. [Data odczytu: 2011, 2012, 2013].
- Gospodarcze aspekty rolnictwa w Małopolsce. Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego 2012. [Tryb dostępu:] http://www.produktlokalny.pl/media/filemanager/publikacje/gospodarcze_aspekty_rolnictwa_w_malopolsce.pdf. [Data odczytu: 2012].
- Krajowy Program Zwiększania Lesistości. Ministerstwo Środowiska, 2003. [Tryb dostępu:] http://www.mos.gov.pl/g2/big/2009_04/b3ad6cecfb46cc59e76530ba9b9d1575.pdf. [Data odczytu: 2012].
- Kutkowska B.: Wspieranie rolnictwa na obszarach o niekorzystnych warunkach gospodarowania (ONW) na Dolnym Śląsku ze szczególnym uwzględnieniem terenów sudeckich. Acta Agraria et Silvustria, Vol. XL VI/1, Kraków 2006.
- Łukasik W.: Ocena funkcjonowania WPR - wybrane aspekty dyskusji. Biuletyn informacyjny ARR, nr 1 (211), Wydawnictwo ARR, Warszawa 2009.
- Musiak W.: Ekonomiczne i społeczne problemy rozwoju obszarów wiejskich Karpat Polskich. IRWiR PAN, Warszawa 2008.

²⁰ Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2009-2010. IJHARS, Warszawa 2011.

Musiał W.: Determinanty rozwoju rolnictwa w regionach rozdrobnionych strukturalnie. Roczniki Naukowe SERIA, t. XII, z. 2., Warszawa - Poznań - Szczecin 2010.

Paluch Ł.: Uwarunkowania zrównoważonego rozwoju gmin wiejskich w województwie małopolskim. Niepublikowana rozprawa doktorska. WNE SGGW, Warszawa 2012.

Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2009-2010. IJHARS 2011. [Tryb dostępu:] <http://www.ijhar-s.gov.pl>. [Data odczytu: 2012].

Raport z wyników województwa małopolskiego. Powszechny Spis Rolny 2010. Urząd Statystyczny w Krakowie, 2011. [Tryb dostępu:] http://krakow.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/krak/ASSETS_2011_Raport_PSR_2010.pdf. [Data odczytu: 2012].

Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego 2011-2020. Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, 2011. [Tryb dostępu:] http://patenty.bg.agh.edu.pl/prez/regionalna_strategia.pdf. [Data odczytu: 2012].

Zabierowski K.: Zakres i metodyka badań nad rozmieszczeniem i racjonalizacją produkcji rolniczej na terenie ziem górskich. Problemy Zagospodarowania Ziemi Górskich, nr 2, Warszawa 1967.

Summary

One of the factors which has the biggest importance for nature of the agricultural production are natural conditions (for example: soil quality, climate, water relations, height from cultivated fields, etc.). Having regard to development of valuable natural and cultural rural areas of Małopolska Province, very important is to sustain and develop them economic functions, in this a specially agricultural production. The study contains a study of the conditions and possibilities of development of agriculture and the organization of agricultural production in the Małopolska Province. The basic source of information for the analysis were the Central Statistical Office data collected in the Agricultural Census conducted in 2002 and 2010.

key words: Małopolska Province, rural areas, sustainable development, agriculture, organic production

Informacje o autorach:

Dr inż. Łukasz Paluch
Zakład Ekonomii i Polityki Gospodarczej, Instytut Ekonomiczno-Społeczny
Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie
Al. Mickiewicza 21, 31-120 Kraków
tel. (0 12) 662 43 52
e-mail: lukasz.paluch@ur.krakow.pl

Halina Powęska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

SERVICES IN POLAND'S TRADE TURNOVER WITH THE NEIGHBOURING COUNTRIES AT THE EXTERNAL BORDER OF THE EUROPEAN UNION

The article aims to investigate the share of services in Poland's trade turnover with the neighbouring countries at the external border of the European Union, taking into consideration the registered and unregistered turnover, as well to identify the share of the unregistered sector in the total volume of services turnover. The statistical analysis conducted on the data shows that in the years 2010-2012 the registered exports of services from Poland to Russia, Ukraine and Belarus were several times higher than the imports of services from these countries. The value of unregistered cross-border purchases of services made by Belarusians in Poland was twenty-five times higher, by Russians seven times higher and by Ukrainians twice as high as the value of the purchases made by Polish consumers in these countries. The share of the unregistered cross-border trading in the exports of services from Poland to Belarus and to Russia was higher than in the imports, whereas in the case of Ukraine the situation was reversed: the share of the unregistered imports of services was higher than the unregistered services exports.

Key words: Poland's foreign trade turnover with eastern neighbours, services, Cross-border shopping, Ukraine, Belarus, Russia

Introduction

Services play an increasingly important role in foreign trade turnover¹. In 2012, the value of services² provided by Poland to other countries amounted to PLN 123.4 billion, whereas the value of purchased services totalled PLN 104.0 billion³. Countries which dominate the trade in services are member countries of the European Union and the United States of North America; however, Poland's eastern neighbours, which are not members of the European Union, also play a certain role in this field. In particular, one should emphasize their significant role as the recipients of Polish services. In terms of the absolute value of services provided by Poland in 2012 Ukraine ranked 4th, Russia ranked 6th, and Belarus ranked 7th.

¹ The position of services in the international trade is discussed in the following books: (1) W. Dugiel, *Światowy system handlu, nowe wyzwania i próby reform* (The World Trading System: New Challenges and Attempts at Reform), Warszawa 2013; (2) A. Kuźniar, *Usługi w handlu międzynarodowym* (Services in International Trade), Warszawa 2007. Theoretical aspects of the turnover in services are presented in the book by A. Wróbel *Międzynarodowa wymiana usług* (The International Trade in Services), Warszawa 2009.

² Provided and acquired services by EBOPS Classification (Extended Balance of Payments Services)

³ Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2013, Warsaw, Central Statistical Office, tabl. 29, 30

Poland definitely purchases less services in these countries. In terms of the value of Poland's imports of services, Russia ranked 15th, Ukraine ranked 23rd, and Belarus ranked 30th.

Services trade is also carried on through cross-border shopping, that is to say making purchases in non-wholesale quantities in a neighbouring country without the registration of the fact of purchase in the documents required for customs clearance. In 2012, the value of the services purchased by foreign consumers in Poland in an unregistered way in the border area at the EU external border amounted to PLN 151.7 million, while the value of the services purchased without registration by Polish consumers in the neighbouring countries totalled PLN 35.9 million⁴. The volume of the services acquired by Ukrainians, Belarusians and Russians in the Polish border area is several times higher than Polish cross-border shoppers' expenditures on services in these countries. For this reason, trade turnover in services within the framework of cross-border shopping, including an unregistered turnover in food and non-food products, has a positive impact on the financial standing of enterprises operating in Poland's eastern border areas⁵.

Taking into consideration a significant dynamics of the increase in the turnover in services between Poland and its eastern neighbours, which has been reported in the first place in the EBOPS system, as well as in the volume of cross-border shopping, the paper investigates the changes taking place in the years 2010-2012 in the field of (1) the share of the services in trade patterns with the neighbouring countries taking into consideration the registered and unregistered turnover, and (2) the share of the unregistered sector in the total volume of the turnover in services. In the further section of the paper, the services registered in the EBOPS system are specified as registered services, whereas the trade in services carried on through cross-border shopping is specified as unregistered services.

Research methodology and sources

The paper investigates the position of services in the commodity turnover between Poland and its eastern neighbours and identifies the role of the unregistered sector in this field. This research problem was analyzed in several stages. In the first place, the volume of trade turnover between Poland and the neighbouring countries was calculated. In order to identify a full value of Poland's imports from the individual countries, the expenditures on services acquired by the Polish side and reported in the EBOPS system were added to the value of the imported commodities which were registered in the SAD system. Likewise, in the case of exports, the expenditures on

⁴ Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2012, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2012, tabl. 4, 21

⁵ Powęska H., 2005, *Cross-border shopping in Poland in the period of transition*, in: *The role of borderlands in United Europe; The borderlands and integration processes*, Region and Regionalism, No.7 vol. 1, Łódź-Opole pp. 151 – 160; Powęska H., 2011, *Struktura towarowa handlu przygranicznego na pograniczu polsko-ukraińskim*, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Warszawa – Poznań – Wrocław, Tom XIII, z.2, ss. 371-376.

services acquired and reported in the EBOPS system were added to the value of commodities sold and reported in the SAD system. Another step was to calculate a percentage of services in the registered imports and exports to the individual countries. At the same time, the share of services in the unregistered turnover was analyzed. The last step was to indicate the correlation between the registered and unregistered sector in the trade in services between Poland and its neighbours at the external border of the UE. However, the share of cross-border shopping in the turnover of the services trade with the individual countries and the share of services in the total volume of trade (registered and unregistered sector together) were presented separately.

The volume of imports and exports was presented based on the data included in the Yearbooks of Foreign Trade Statistics published by the Central Statistical Office of Poland⁶, while the information on cross-border shopping comes from the publications of the Centre of Transborder Area Surveys and Statistics for Euroregions of the Statistical Office in Rzeszów⁷. The paper was also based on the author's own research and empirical observations⁸.

The share of services in Poland's exports to its eastern neighbours at the external border of the UE in the years 2010-2012

In the years 2010-2012, there was an increase in the absolute value of services provided by Poland to the neighbouring countries at the EU external border (Table 1, column 6.) The highest values of services exports registered in the EBOPS system were reported in the case of Ukraine, then came Russia, and the relatively smallest volume of services was exported to Belarus. However, in respect of the dynamics of growth, this phenomenon was reversed: in the case of Belarus, this value rose by approximately 50 percent (from PLN 2096.5 million in 2010 to PLN 3550.2 million in 2012), in the case of Russia it increased by around 30 percent (from PLN 3383.3 million in 2010 to PLN

⁶ *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2012*, Warsaw, Central Statistical Office 2013; *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2011*, Warsaw, Central Statistical Office 2012; *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2010*, Warsaw, Central Statistical Office 2011

⁷ *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2012*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2013; *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2011*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2012; *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2010*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2011

⁸ Powęska H., 2013, Spatial extent of cross-border trade in the Polish-Ukrainian border area, 2013, In: *Region and Regionalism*, No.11 vol.2. University of Łódź, Silesian Institute In Opole, Silesian Institute Sowiety, pp.217-230, Powęska H., 2012, Struktura towarowa handlu przygranicznego na pograniczu polsko-białoruskim, w: *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, Warszawa – Poznań – Białystok, Tom XIV, z.4, ss. 79-84; Powęska H., 2008, Struktura towarowa i zasięg przestrzenny handlu przygranicznego między Polską i Białorusią na początku XXI wieku, w: *Ruch graniczny w kontekście rozszerzenia Unii Europejskiej*, Biała Podlaska, strony 63 - 70

4638.6 million in 2012), and in the case of Ukraine it rose by nearly 20 percent (from PLN 4619.6 million in 2010 to PLN 5574.5 million in 2012).

Table 1. Share of services items in Poland's exports to eastern neighbours while taking into account the unregistered sector (cross-border shopping) and the registered sector (SAD and EBOPS) in the years 2010-2012

Year	Expenditures in Poland of cross-border shoppers from the neighbouring countries on the Polish section of the EU eastern border			The value of exports from Poland (SAD) and the value of services delivered by Poland (EBOPS) to the neighbouring countries on the Polish section of the EU eastern border			Unregistered expenditures of foreign consumers in Poland on services items (cross-border shopping) and Poland's exports of services to the neighbouring countries in the EBOPS system	
	Total	Of which expenditures on services		Total	Share of services items		Share of cross-border shopping in Poland's sales of services items	Share of services items in the sales to the neighbouring countries
	Thous. PLN	Thous. PLN	% of Total	Thous. PLN	Thous. PLN	% of Total	%	%
1	2	3	4	5	6	7	8*	9*
Ukraine								
2012	3 658 884,4	47 839,4	1,3	22764356,6	5574468,9	24,5	0,9	21,3
2011	3 114 018,9	30 316,4	1,0	18712765,4	4858715,7	30,0	0,6	22,4
2010	2 282 677,3	31 933,6	1,4	16543981,0	4619604,7	27,9	0,7	24,7
Belarus								
2012	2 628 790,6	51 691,5	2,0	10111351,3	3550162,2	35,1	1,4	28,3
2011	1 948 596,5	36 813,9	1,9	8203719,4	2733715,2	33,3	1,3	27,3
2010	1 417 413,6	22 000,8	1,6	6978870,5	2096527,6	30,0	1,0	25,2
Russia								
2012	333 118,7	52 210,2	15,7	36900588,2	4638622,3	12,6	1,1	12,6
2011	188 063,3	24 241,3	12,9	29057321,2	3948080,7	13,6	0,6	13,6
2010	99 075,2	16 682,1	16,8	23518531,9	3383334,9	14,4	0,5	14,4

*Column 8 calculated by equation: $[3: (3+6)] \times 100$;

*Column 9 calculated by equation: $[(3+6) : (2+5)] \times 100$

Source: Own elaboration based on: *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2012*, Warsaw, Central Statistical Office 2013; *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2011*, Warsaw, Central Statistical Office 2012; *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2010*, Warsaw, Central Statistical Office 2011; *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2012*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2013; *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2011*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2012; *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2010*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2011

In the period under study, certain changes were observed with respect to the share of services in the exports (Table 1, column 7) calculated as a total of: (1) the value

of the commodities sold and registered on the basis of the SAD customs clearance forms, and (2) the value of services provided and registered in the EBOPS system. The increase in the share of the services sector in exports was observed in the case of Belarus (from 30 percent in 2010 to 35 percent in 2012), whereas the indexes of the percentage share of services in the exports to Russia and Ukraine decreased (from 14 percent in 2010 to 12 percent in 2012, and from 28 percent in 2010 to 24 percent in 2012 respectively).

Poland provides Russia mainly with transport services (pipeline, rail and automotive), construction, cultural, tourism services as well as licenses. Polish exports to Ukraine include transport, tourist and commerce services as well as licenses. Belarus is a recipient of Polish tourism services.

The dynamics of increases in unregistered purchases of services made by foreign cross-border shoppers in Poland was equally high (Table 1, column 3). The largest (more than threefold) growth in this field was observed in Poland's trade with Russia (from PLN 16.8 million in 2010 to PLN 52.2 million in 2012). During this time, the services provided to Belarus increased in value by more than twice (from PLN 22.0 million in 2010 to PLN 51.7 million in 2012), and the value of the services sold to Ukraine rose by 50 percent (from PLN 31.9 million in 2010 to PLN 47.8 million in 2012). The share of services in the value of purchases made by foreign cross-border shoppers in Poland varied, both with respect to the value of the index and with reference to the trend of change (Table 1, column 4). Services in the Polish-Russian border area constituted the largest percentage of the value of unregistered expenditures, which may be the result of a very frequent use of tourist services by the residents of the Kaliningrad Region. However, as regards the remaining two countries, services did not exceed 2 percent of the value of unregistered expenditures in Poland. Still, in terms of the share of services in the value of unregistered expenditures in Poland, upward trends were observed in the case of Belarus (from 1.6 percent in 2010 to 2.0 percent in 2012), whereas downward trends were noted in the case of Russia (from 16.8 percent in 2010 to 15.7 percent in 2012) and in the case of Ukraine (from 1.4 percent in 2010 to 1.3 percent in 2012). In the pattern of services purchased in an unregistered way by the citizens of Poland's neighbours across the external border of the European Union the dominant fields were accommodation and gastronomy services.

By taking the registered and unregistered sector together, we can identify certain differences in respect of the share of services in the exports to the particular countries (Table 1, column 9). The largest percentage is represented by services in the total volume of exports to Belarus, it was slightly lower in the case of Ukraine, and the smallest percentage was reported in the case of Russia. In the cases of Ukraine and Russia a decline was recorded, while in the case of Belarus an increase in the share of services in the total value of exports was observed. The share of unregistered services purchased in Poland by foreign cross-border shoppers in the total value of services provided to individual countries (Table 1, column 8) is insignificant; however, in the case of all three countries it showed an upward trend (Russia: from 0.5 percent in 2010 to 1.1 percent in 2012; Ukraine: from 0.7 percent in 2010 to 0.9 percent in 2012; Belarus: from 1.0 percent in 2010 to 1.4 percent in 2012).

The share of services in Poland's imports from the neighbouring countries at the external EU border in the years 2010-2012

In the years 2010-2012, there was a rise in the absolute value of services, registered in the EBOPS system, purchased by Poland in the neighbouring countries at the external border of the European Union (Table 2, column 6); however, in reference to the individual countries different trends were recorded in this field. During this time, most of the services were purchased in Russia, where there was also a substantial increase in the value of services purchased in the period under study (from PLN 1567.3 million in 2010 to PLN 2126.1 million in 2012). The value of services purchased in Ukraine was definitely lower; moreover, the absolute value of the services purchased by Poland in this country declined (from PLN 1098.0 million in 2010 to PLN 982.2 million in 2012). The value of services purchased in Belarus was the lowest among these three countries, although upward trends were recorded (from PLN 461.2 million in 2010 to PLN 515.3 million in 2012). In the period under study, in the case of all three countries there was a decrease in respect of the share of services in registered exports (Table 2, column 7) calculated as a total of: (1) the value of purchased commodities registered on the basis of the SAD customs clearance forms and (2) the value of services purchased and registered in the EBOPS system. This decrease was the greatest one in the case of Ukraine (from 16.5 percent in 2010 to 10.6 percent in 2012), and it was also observed in the case of Belarus (from 15.4 percent in 2010 to 13.7 percent in 2012), but it was the smallest one with reference to Russia (from 2.8 percent in 2010 to 2.3 percent in 2012). In Russia, Poland bought mainly services in the field of marine, air, rail and road transport, as well as services related to waste utilization and the disposal of pollutants; in Ukraine Poland purchased mainly rail transport services, and in Belarus Poland bought mainly rail transport and construction services.

Characteristically, a high dynamics could be observed with regard to the increases in unregistered purchases of services made by Polish cross-border shoppers in the neighbouring countries (Table 2, column 3). Growth dynamics was recorded in the case of Russia (from PLN 2.7 million in 2010 to PLN 8.1 million in 2012) and Ukraine (from PLN 16.3 million in 2010 to PLN 25.5 million in 2012), whereas the decline in dynamics was observed in the case of Belarus (from PLN 5.8 million in 2010 to PLN 2.2 million in 2012). The share of services in the value of unregistered purchases made by Polish cross-border shoppers in the neighbouring countries varied, both in terms of the value of the index and with reference to the trends of change (Table 2, column 4). The increase in the share of services in the total value of unregistered purchases made by Polish cross-border shoppers was observed in the Polish-Ukrainian border area (from 4.8 percent in 2010 to 8.6 percent in 2012), whereas a decrease in the share of services in the total value of unregistered expenditures of the Polish cross-border shoppers was observed in the Polish-Russian border area (from 5.9 percent in 2010 to 2.9 percent in 2012) and in the Polish-Belarusian border area (from 8.0 percent in 2010 to 3.1 percent in 2012). Polish cross-border shoppers travelling to the countries bordering Poland across the EU external border purchased mainly accommodation and gastronomy services.

Table 2. Share of non-food items in Poland's imports from eastern neighbours while taking into consideration the unregistered sector (cross-border shopping) and the registered sector (SAD and EBOPS) in the years 2010-2012

Year	Expenditures of Polish cross-border shoppers in the neighbouring countries on the Polish section of the EU eastern border			Imports of Polish goods (SAD) and the expenditures on services purchased by Polish citizens (EBOPS) in the neighbouring countries on the Polish section of the EU eastern border			Unregistered Polish consumers' expenditures on services items in the neighbouring countries on the Polish section of the EU eastern border (cross-border shopping) and Poland's imports of services items from the neighbouring countries in the EBOPS system	
	Total	Of which services items		Total	Of which services items		Share of cross-border shopping in Poland's imports of services items	Share of services items in Poland's imports from the neighbouring countries
	Thous. PLN	Thous. PLN	% of Total	Thous. PLN	Thous. PLN	% of Total	%	%
1	2	3	4	5	6	7	8*	9*
Ukraine								
2012	295 224,7	25 526,7	8,6	9302061,8	982181,8	10,6	2,5	10,5
2011	330 508,4	15 257,6	4,6	9319923,0	1094125,6	11,7	1,4	11,5
2010	340 018,0	16 287,6	4,8	6624025,7	1095058,5	16,5	1,5	16,0
Belarus								
2012	72 302,1	2 207,5	3,1	3750873,6	515253,7	13,7	0,4	13,5
2011	63 570,4	2 448,1	3,9	4449364,6	486049,8	10,9	0,5	10,8
2010	72 889,2	5 804,6	8,0	2993925,9	461203,1	15,4	1,2	15,2
Russia								
2012	280 412,8	8 143,3	2,9	93173063,3	2126149,7	2,3	0,38	2,28
2011	113 597,8	4 589,5	4,0	76980813,5	1755120,8	2,3	0,26	2,28
2010	45 399,3	2 676,5	5,9	56431475,6	1567254,0	2,8	0,17	2,78

*Column 8 calculated by equation: $[3: (3+6)] \times 100$;

*Column 9 calculated by equation: $[(3+6) : (2+5)] \times 100$

Source: see in Table 1

Taking the registered and unregistered sector together, declining trends with respect to the share of services in Poland's imports from the neighbouring countries on the Polish section of the external EU border were recorded in the years 2010-2012 (Table 2, column 9). The largest decrease was observed in the case of Ukraine (from 16.0 percent in 2010 to 10.5 percent in 2012), a slightly smaller decline was recorded in the case of Belarus (from 15.2 percent in 2010 to 13.5 percent in 2012), and the lowest decrease was reported in the case of Russia (from 2.78 percent in 2010 to 2.28 percent in 2012). The share of unregistered services acquired by the Polish cross-border shoppers in the neighbouring countries in the total value of services purchased by Poland in the

individual countries (Table 2, column 8) is insignificant. In this respect, an increasing trend was observed in the case of Ukraine (from 1.5 percent in 2010 to 2.5 percent in 2012) and in the case of Russia (from 0.2 percent in 2010 to 0.4 percent in 2012), whereas a declining trend was recorded in the case of Belarus (from 1.2 percent in 2010 to 0.4 percent in 2012).

Conclusions

The analysis conducted in this paper led to the following conclusions:

- By taking the registered and unregistered sector together, one can conclude that Poland's exports of services into the Ukrainian, Russian and Belarusian markets in the years 2010-2012 were definitely greater than the imports of services from these countries.
- Substantial differences were observed in the field of the volume of registered exports and imports of services regarding the individual countries. In the trade with Russia, the value of Poland's exports of services was twice as high as its imports, in trade with Ukraine, the value of Poland's exports of services was approximately five times higher than its imports, and in the case of Belarus the value of Polish exports of services was approximately seven times higher than that of the Polish imports.
- The value of unregistered purchases of services made by foreign customers in Poland was definitely higher than the value of services purchased by Polish cross-border shoppers in the neighbouring countries. Ukrainian residents bought nearly twice as many services in Poland than Polish citizens in Ukraine, Russians bought nearly seven times as many services in Poland than Polish customers in Russia, and Belarusians bought almost twenty-five as many services in Poland than Poles in Belarus.
- The share of the unregistered trade in the exports of services from Poland to Belarus and to Russia was higher than that in the imports, whereas in the case of Ukraine the situation was reversed: the share of unregistered imports of services was higher than that of unregistered exports.

Literature

1. *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2012*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2013.
2. *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2011*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2012.
3. *Border Traffic and Movement of Goods and Services at The European Union's External Border on The Territory of Poland in 2010*, Central Statistical Office, Statistical Office in Rzeszów, Warsaw-Rzeszów 2011.
4. Dugiel w., Światowy system handlu, nowe wyzwania i próby reform (The World Trading System: New Challenges and Attempts at Reform), Warszawa 2013.
5. Kuźniar A., Usługi w handlu międzynarodowym (Services in International Trade), Warszawa 2007.

6. Powęska H., 2005, Cross-border shopping in Poland in the period of transition, in: The role of borderlands in United Europe; The borderlands and integration processes, Region and Regionalism, No.7 vol. 1, Łódź-Opole pp. 151 – 160.
7. Powęska H., 2011, Struktura towarowa handlu przygranicznego na pograniczu polsko-ukraińskim, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Warszawa – Poznań – Wrocław, Tom XIII, z.2, ss. 371-376.
8. Powęska H., 2013, Spatial extent of cross-border trade in the Polish-Ukrainian border area, 2013, In: Region and Regionalizm, No.11 vol.2. University of Łódź, Silesian Institute In Opole, Silesian Institute Sowiety, pp.217-230.
9. Powęska H., 2012, Struktura towarowa handlu przygranicznego na pograniczu polsko-białoruskim, w: Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Warszawa – Poznań – Białystok, Tom XIV, z.4, ss. 79-84.
10. Powęska H., 2008, Struktura towarowa i zasięg przestrzenny handlu przygranicznego między Polską i Białorusią na początku XXI wieku, w: Ruch graniczny w kontekście rozszerzenia Unii Europejskiej, Biała Podlaska, strony 63 – 70.
11. Wróbel A., Międzynarodowa wymiana usług (The International Trade in Services), Warszawa 2009.
12. *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2012*, Warsaw, Central Statistical Office 2013.
13. *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2011*, Warsaw, Central Statistical Office 2012.
14. *Yearbook of Foreign Trade Statistics of Poland 2010*, Warsaw, Central Statistical Office 2011.

Informacje o autorze:

dr Halina Powęska

Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu

Wydział Nauk Ekonomicznych

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Ul. Nowoursynowska 166

02-787 Warszawa

e-mail: halina_poweska@sggw.pl

Anna Rytko
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

COMPETITIVENESS OF POLISH AND SLOVAK AGRI-FOOD PRODUCTS ON THE EUROPEAN MARKET

Abstract

The aim of this paper was to define the Polish and Slovak competitiveness position of agricultural and food products on the European market, as well as for comparison purposes, on the markets of the third countries and to the other groups of products. However, the issue was show the changes of the competitiveness in this sector. The competitiveness performance in Polish and Slovak agro-food trade has been evaluated for the period of 1999-2012.

Trade theories indicate that countries specialize in the production of goods, trade in these goods and have better competitiveness position, if they have an absolute or comparative advantages in relationship to your partner (Ricardo 1957, Balassa 1965, Lall 2001, Guzek 2006).

In order to determine the competitive position, the comparative advantage and evaluation of agro-food trade were used. The analysis considers two indices: revealed comparative advantage (*RCA*) and net export index (*NEI*).

After joining the European Union, the importance of foreign agro-food trade in both of this countries has grew up in European market, but on the third countries market only Poland notified increases. The index of *RCA* in these countries is quite different. It is observed comparative advantage in Poland while in Slovakia there was not. Similar situation was in *NEI* index. A positive value of the net export index for agri-food products was found only in Poland.

Keywords: competitiveness, EU, foreign trade, comparative advantage

JEL: F14, F15, F10, Q17

Introduction

Trade has proven to be a powerful engine of economies, sectors, firms growth. But many countries cannot get market access, because they have smaller potential than others to compete on export market. Which countries are more competitive and which can get the market access, this is the first question that should be asked. Then to continue investigation, it should to look for the answer, why is this so? Frequent analysis of the agri-food trade in the countries of Central and Eastern Europe in the context of integration into the EU (Bojnec and Ferto, 2012, Torok and Jambor 2102., Ubrežiová, Kapsdorferová, Sedliaková 2012, Kiss 2011, Nosecka, Pawlak, Poczta 2011, Rytko 2008, Horská, Ubrežiová 2007) indicate the process of the integration, free trade, shared history, geographical proximity and knowledge of the economy are urges of the development of trade between these countries. Trade which reflects the actual level of competitiveness. There have been a lot of changes since last fifteen years, which influenced on competitiveness of these countries. Although there is a lot of macroeconomic determinants of competitiveness, the end result of use available conditions is visible in the value, changes and structure of trade. Those analysis allows for the identification of comparative advantages in trade.

The economic literature relates to three different levels of competitiveness: individual company, individual sector and whole economy. To look into this levels it should use different methods especially when some authors indicate the dominant role of certain levels of competitiveness by reducing the importance of the other, or even recognize them for wrongful (Fagerberg 1988, Porter 1990, Krugman 1994). This levels are interlinked, but it should take into account the competitiveness of a whole economy cannot be connected to the rise or fall of a particular sector or a particular company. Following Lall and Albaladejo (2004), declining US competitiveness in textiles does not mean that the US economy is less competitive.

The competitiveness of the agro-food sector often sourced is to evaluate the ability of competitive or affiliated with the theory of strategic management concerning the effective use of resources (Mintzberg 2009), or the test is mainly in terms of cost-price point (Bojnec, Fereto, 2008). Competitiveness examinations in the sense of product competitiveness in foreign markets is showed the end result of having the right quantity and quality of factors of production as well as the effectiveness of their use in appropriate conditions shaped not only in the sector but also outside of them, in the area of national and international activities. As Klinger (2010) points out in the development of export very important is not only trade policy considerations such as tariffs, quotas, and exchange rates, but factors like gateway infrastructure, help on standards and certification, sector-level coordination in marketing and logistics, promotion abroad. All play a critical role in determining the competitiveness of individual exporting firms and in consequence in the given sector.

The purpose of this article is to explore ex post competitiveness and its changes in the agri-food sector in the two countries. Poland and Slovakia are neighbour countries with competitive economy and similar conditions of production. Both join the European Union in 2004, but only Slovakia is in the euro zone from 2009. To realize the objective, the following questions was arised:

- How to measure international competitiveness on the market?,
- Is Polish and Slovak trade of agro-food products competitive in the European market and in the other countries market?
- How Polish and Slovak competitive position changed in agro food trade during 1999-2012?

The answers for this questions and analysis of two indices (RCA, NEI) allow for a comparison of competitiveness of agro-food products over the 1999-2012 period.

The paper is structured as follows. First, methods and data used are given, followed by an analysis of agri-food trade, providing a background for analysis. The second part of the paper analyses competitiveness of agri-food trade with the EU27 and other countries. The last part is conclusions.

Material and methods

Methodological issues

In the literature circulated many comparative models. The most prevalent are based on modified Ricardo model or Balassa model. The first of these relates to determining the competitiveness on the basis of the profitability of exports, the second on the basis of the share of export individual goods in relation to the global exports'

shares of these goods. It means that comparative advantage is the term used to describe the tendency for countries to export those commodities which are adept at producing and trading, vis-à-vis the rest of the world.

The analysis based on the Balassa index. In the literature numerous empirical studies have used the Balassa or modified Balassa index to identify a country's strong sectors (Wesley, Peterson, Valluru 2000, Amiti 1999, and Fertö, Hubbard 2003). The index is not satisfactory as a cardinal or ordinal measure but provides a useful tool in detecting comparative advantages of country in particular sectors.

This index corresponds with the Heckscher and Ohlin theory, and show competitive products on the foreign market, which gain the market thanks to the wealth necessary factors of production. According to Balassa comparative advantage would be revealed through an analysis of trade patterns that reflect both relative costs and differences in non price factors (Balassa 1965; Lee, 1995).

To judge the competitive performance of Poland and Slovak agro-food products in EU27 and third countries (extra EU27) market the article analysis refers to the approach of comparative advantage, evaluating such indices:

1. Modified revealed comparative advantage of Balassa (*RCA*),
2. Net export index (*NEI*).

In this paper it was decided to use to measure the competitiveness of the modified Balassa indicator showing existing comparative advantage of a specific product or sector on the given market. Balassa compares export shares of each product group to the world market in relation to the world's shares of this group, while the modified index applies to the export for a given market. Therefore, within the framework of the world market, extracted the individual markets, in order to take into account the geographical structure of the trade. It was decided also to compare the competitiveness of Polish and Slovak products from products originating only from the countries of the European Union due to the same conditions of access to individual markets. Markets are divided into two: the market of the European Union and third countries. The competitiveness of their exports in relation to the partners was examine of during the period from 1999 by 2012. Thanks to quite a large amount of years it can show changes in the competitiveness of the agri-food exports, and the analysis of the data of other product groups helped determine the situation and the importance of this sector in the national economies.

In order to calculate the indices mentioned above, we used the Eurostat trade database by the SITC system. Agri-food trade is defined as trade in food, drinks and tobacco (SITC 0_1). Other product groups used for comparison is: SITC_2_4 - Raw materials, SITC_3 - Mineral fuels, lubricants and related materials, SITC_5 - Chemicals and related products, SITC_6_8 - Other manufactured foods, SITC_7 - Machinery and transport equipment. Data were collected from 1999 to 2012. To the base of the comparisons was the same throughout the period the EU was treated as 27 countries.

Revealed comparative advantage

The index of revealed comparative advantage was first published by Balassa (1965) and was expressed as:

$$RCA = \frac{X_{ij}}{X_i} \div \frac{X_j}{X} \quad (1)$$

Where:

X_{ij} - export value of the product group i and country j ,

X_j - the value of total exports of the country j ,

X_i - the value of world exports of the product group i ,

X - is a global value of world exports

After conversion, this formula can be written as follows. It allows to extract a group of countries and to compare competing for a place on the market the products from a given country to products originating in another countries.

$$RCA = \frac{X_{ij}/\sum_{i=1}^m X_{ij}}{\sum_{j=1}^n X_{ij}/\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n X_{ij}} \quad (2)$$

Where: x - means export to a given market, j - indicates a given country, i - denotes for a given product/group of products, m - stands for total number of products and n - is a number of countries.

By limited group of countries, and more specifically the target market (much smaller), it can compute the revealed comparative advantage or disadvantage index of exports to chosen market by comparing a focus country's export share from its total export in correlation with the reference countries' export share in their total export. If $RCA > 1$, a focus country has a comparative advantage compared to reference countries on given market. In this case the country is specialised in exports for that group of products or given sector. Thus, that sector is competitive, compared to other countries' sector, and comparative advantage is revealed due to low relative costs and differences in non price factors. When $RCA < 1$ notes to a revealed comparative disadvantage.

To interpret the RCA index it should take into account that it is affected by the country's total exports that are connected to the country's economic dimension and its orientation to export. For this reason the same export market share for a sector leads to different RCA values. If the export market share for total trade is big then RCA present lower value. It indicates not only for the weakness of investigating products/sectors, but also that there are strong another sectors in national economies.

The Balassa-index is especially criticized because its asymmetric values of the index which reveals that it extends from one to infinity if a country enjoys comparative advantage from a product, but in case of comparative disadvantage, it varies between zero and one, which overestimates a sector's relative weight. However, the approach used in the work of the dichotomous and ordinal interpretation in order to indicate on the competitiveness of the agri-food sector and compare it with other countries' s sectors. It was not the aim to determine the size of the RCA and create a ranking of agri-food products. Of course, the greater the competitive advantage means the greater importance of this sector for the national economy, which does not always mean greater benefits from trade in terms of profitability. Very high indicators means high specialization, and often occur in countries with economic monoculture.

Net export index

NEI is an indicator, that unlike RCA based only on exports, is also considering imports of a product or group of products. Imports also have an impact on the competitive position (Bojnec, Fereto, 2008). Two-way trade often changes in the short term the profitability of the production but in the long term the structure of the production, that particularly in the case of agriculture (livestock production) is hard to play. This indicator corresponds with the theory of intra industry trade, where there is a phenomenon of overlap of the trade. This calculated index takes into account the exports of a country's product or sector minus the imports divided by exports plus imports. The index is formally expressed as:

$$NEI = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Where: X_{ij} denotes exports of sector i from country j , M_{ij} denotes imports of sector i for country j .

The values range from -1 for imports only, to 1 for exports only; if the index is 0 (zero) the exports and imports have the same level. Thus, a negative value indicates that a country has a negative trade balance and imports are more important, while a positive value shows a positive trade balance and the importance of exports.

Therefore, interpreting the basis of this indicator it can determine the trade balance and its importance in the foreign trade, as well as the volume of intra industry trade.

Results and discussion

Polish and Slovakia trade flows of agro-food products

Polish and Slovakia trade flows were presented in the chart 1 and 2, the first concerns specific import and export on the market of the European Union (Intra EU27), and the second figure it is the trade flows with the rest of the countries not belonging to a group (extra EU27). In the case of the European market recorded an increase in the trade value of agricultural and food products during the considered period, both in Poland and Slovakia. Increase the value of export and import is particularly noticeable since 2004, so after the accession of the concerned countries to the EU. A similar situation took place in the markets of third countries, but only in the case of Poland. Slovak trade flows with Extra EU showed that export and import were nearly equal and there weren't significant changes from 1999 to 2012, it means stagnation.

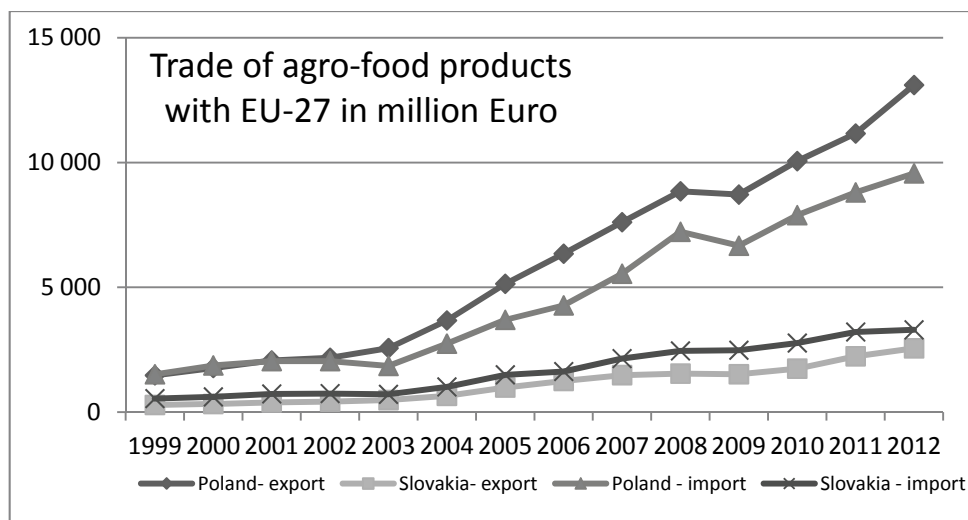


Figure 1. Trend of agro-food exports and imports to intra-EU in million Euro during 1999-2012
Source: own calculation based on data from Eurostat.

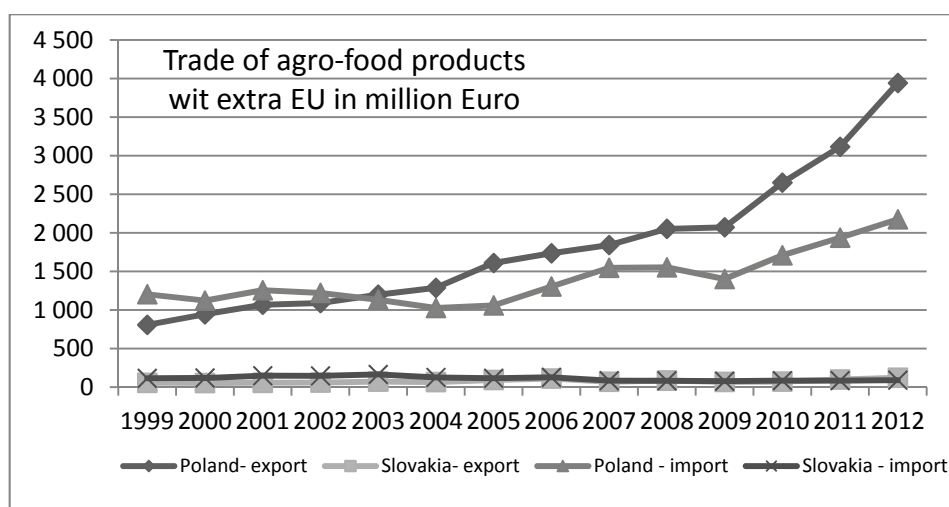


Figure 2. Trend of agro-food exports and imports to extra-EU in mil. Euro during 1999-2012
Source: own calculation based on data from Eurostat.

Polish balance of trade for agri-food products are constantly improved. A positive change from the negative trade balance to positive have been showed since 2001 in the trade with the countries of the EU and with third countries since 2003. It is worth to highlight the difference between exports and imports was significantly greater in the European market. A bit different the situation was in Slovakia, which with the EU has a negative trade balance and deteriorated after integration with the EU. A big decrease

have been since 2007, when Slovakia decided to join the eurozone and began to participate in the exchange rate mechanism ERM II, for two years before the introduction of the new money. The trade balance with third countries actually fluctuated within zero throughout the considered period, although slightly improved after 2003.

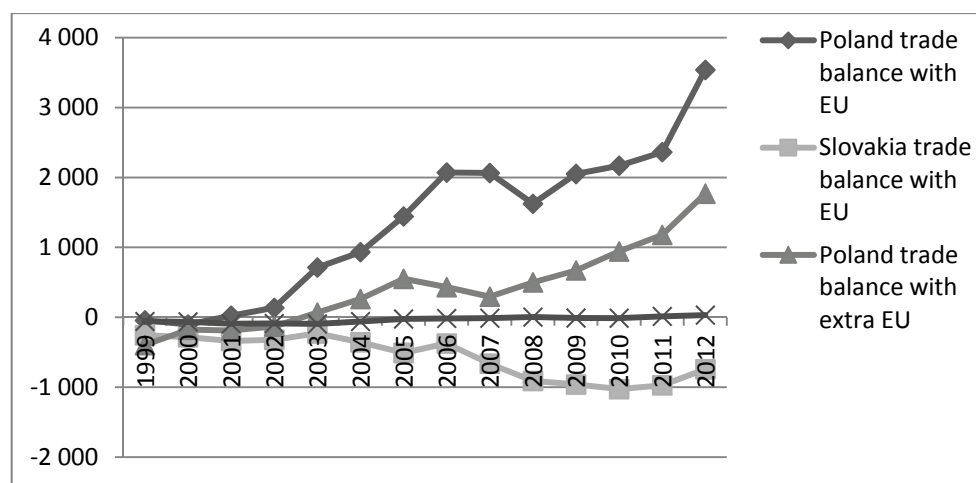


Figure 3. Poland and Slovakia trade balance of agro-food products in million euro
Source: own calculation based on data from Eurostat.

The net export index was presented in table 1. The character at index indicates a positive or negative balance of trade, which was already being interpreted. However, there are important changes in the value of the index. In general, this indicator in Poland increased, which means reducing the shares of intra industry trade, in Slovakia this indicator grew, but in values less than unity which means improving the shares of intra industry trade.

A positive value of the net export index (*NEI*) for agri-food products was found in Poland, where the *RCA* index has values greater than 0. The clear improvement in *NEI* was from 2003.

The *NEI* values increase also in Slovakia, but it was negative value in 1999 and was - 0,35 and changed to positive value in 2012 - 0,15.

Table1. Net export index for agri-food trade Turing 1999-2012

Ekxport	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Poland - UE27	-0,01	-0,03	0,01	0,03	0,16	0,15	0,16	0,19	0,16	0,10	0,13	0,12	0,12	0,16
Poland - Extra UE27	-0,20	-0,09	-0,08	-0,06	0,03	0,11	0,21	0,14	0,09	0,14	0,19	0,22	0,23	0,29
Slovakia - UE27	-0,31	-0,31	-0,30	-0,28	-0,19	-0,22	-0,21	-0,13	-0,18	-0,23	-0,24	-0,23	-0,18	-0,13
Slovakia - extra UE27	-0,35	-0,38	-0,45	-0,42	-0,40	-0,31	-0,11	-0,07	-0,08	-0,02	-0,07	-0,08	0,08	0,15

Source: own calculations based on EUROSTAT data base.

Product structure in Poland and Slovakia foreign trade and competitive position

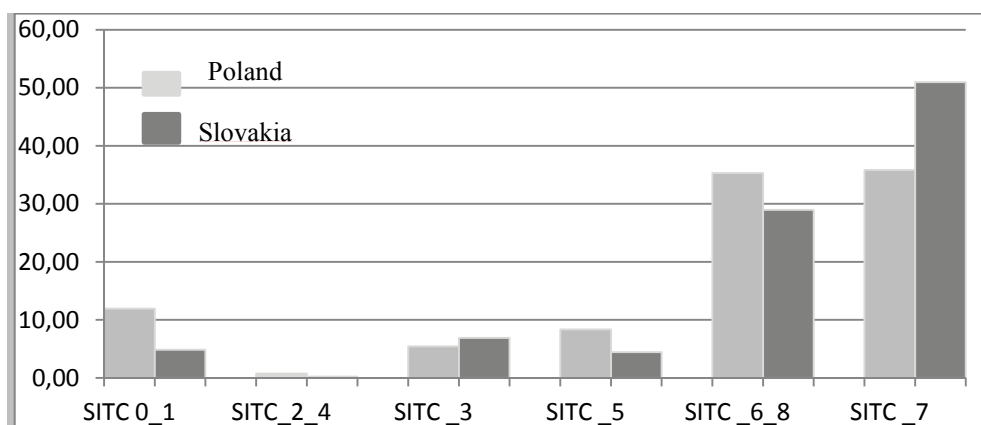


Figure 4. Share of commodity groups in the Polish and Slovak export to the countries of the European Union in 2012 (in %)

Source: own calculations based on EUROSTAT data base.

In the structure of export goods both in Poland and Slovakia to dominate other manufactured goods, and Machinery and transport equipment. The other groups of products account for about 20% of the exports from Slovakia and 30% of Polish exports. From among those less significant groups in Poland, stands out for its export of agri-food products, which accounted for in 2012 12% of total exports to the EU. Shares of agri-food exports from Slovakia in 2012 amounted to less than 5%. It is worth noting that half of Slovak exports were machinery and means of transport.

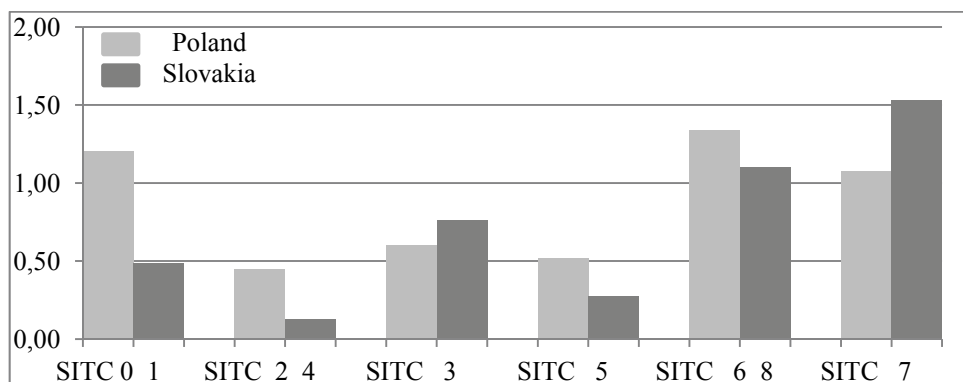


Figure5. The value of RCA for Polish and Slovak Republic in 2012 on the European market

Source: own calculations based on EUROSTAT data base.

A level of *RCA* for agri-food products above 1 was found in three groups of products in Poland and two of them in Slovakia (figure 5). In Poland they were agro-

food products (1,20 in 2012), other manufactured goods (1,34) and Machinery and transport equipment (1,08). In Slovakia it was the same groups of product without agro-food products. Accordingly RCA index amounted to 1,10 and 1,53. The high *RCA* values other manufactured goods, and Machinery and transport equipment can be explained by the big export market share for group trade. A *RCA* level below 1 is observed in the other three and four groups. For Poland they were: SITC_2_4 - Raw materials, SITC_3 - Mineral fuels, lubricants and related materials, SITC_5 - Chemicals and related products, for Slovak Republic they were: SITC_0_1 - food, drinks and tobacco, SITC_2_4 - Raw materials, SITC_3 - Mineral fuels, lubricants and related materials, SITC_5 - Chemicals and related products.

During the 1999-2012 period in the context of agro-food sector competitiveness growth of the *RCA* value is observed only in Poland, but only on the European market where *RCA* shifts from 0,78 to 1,20. The *RCA* index on the third countries market was fell down from 2,70 to 1,93, but it changed trends in 2008. In

Slovakia the trend of *RCA* showed a very small increasing for European market and a drop-off for extra EU market from 0,89 to 0,20 (figure 6). Indices were found to be stable for product groups with comparative disadvantage, but product groups with strong comparative advantage showed significant variation. Fertő (2008) reached similar conclusions, for instance, analysed agro-food trade in the Central European countries using the Balassa index. His results suggest a big changes in groups with comparative advantage as was in Poland on third countries market. Torok, Jambor, Hubbard (2012) found that almost all New Members States experienced a decrease in their comparative advantage after accession and convergence of revealed comparative advantage pattern. The changes of revealed comparative advantages should be observed with attention, especially if it was a decreases. It means that revealed comparative advantage was not persistent. New Member Countries by reducing the competitiveness of the agro-food products gave back market to other partners, which improve their competitive position and increasing their comparative advantage in this sector.

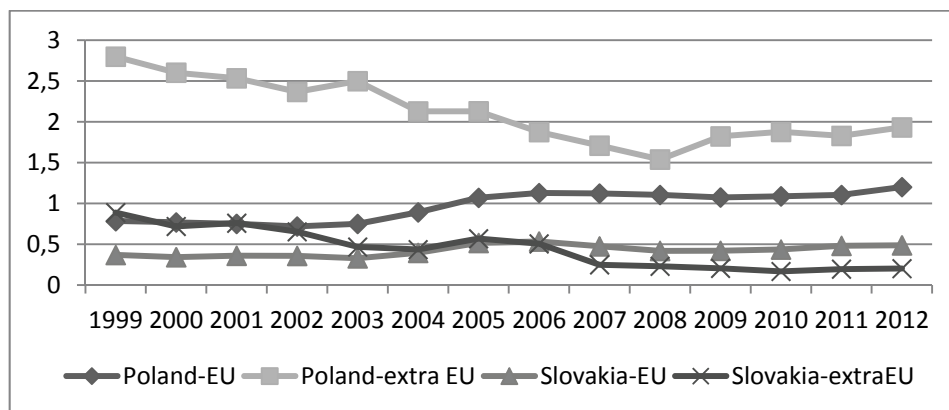


Figure 6. Values of the RCA for the agro-food trade of Poland and Slovakia from 1999 to 2012 on the EU market and Extra Eu27

Source: own calculations based on EUROSTAT data base.

Conclusion

The results of the analysis of pattern of trade and two indices, used to assess competitive performance in Poland and Slovak for the agri-food trade in the EU and extra EU market during the last fourteen years. It can be combined to give warning for governments. They should take the activities to change the structure of sector and condition of production, because decreasing comparative advantage reduce the role of sectors in the national economy. It means that in Poland this sector play important role, while in Slovakia not so big.

The value of trade in these countries is increasing, while in Poland is growing in both export and import on both markets, but in Slovakia, the growing trend is observed for import and export on the EU market. Trade with third countries is characterized by stagnation since 1999.

Poland has a competitive advantage in the export to the EU and to the third countries of agri-food articles, but in Slovakia, there is no such advantage.

Increasing competitive position on the market of the European Union in both countries concerned, what is a very positive aspect and decrease was observed on the market in the third countries.

The positive balance of foreign trade of agro-food products, rise participation of agro-food products in total exports and improve the competitiveness indicators to confirm positive structural changes, which have made in Polish agriculture and the food industry. Poland compared with other countries of Visegrad is best in the analysis of competitiveness in foreign trade. Trends in Slovakia is similar as in Poland. A slight positive improvement of the RCA ratio was observed on the EU market, although this indicator is still at a low level, which indicates the comparative disadvantages.

References

- AMITI, M. 1999. Specialization patterns in Europe. *Weltwirtschaftliches Archiv* 135. 573-593.
- BALASSA, B. (1965). Trade Liberalization and "Revealed" Comparative Advantage. Manchester School of Economic and Social Studies 33: 99-124.
- BOJNEC, Š. - FERTŐ, I. 2008. European Enlargement and Agro-Food Trade. In *Canadian Journal of Agricultural Economics*, vol. 56, 2008, no. 4, 563-579.
- KISS, J. 2011. Some impacts of the EU accession on the new member states' agriculture. In *Eastern Journal of European Studies*, vol. 2, 2011, no. 2, 49-60.
- KLINGER, B. (2010). (New) Export Competitiveness. Mimeo. Center for International Development, Harvard University, February, 2010.
- KRUGMAN, P. (1994). Competitiveness: a dangerous obsession. *Foreign Affairs* 73 (2): 28-44.
- BOLTHO, A. 1996. The Assessment: International Competitiveness. *Oxford Review of Economic Policy*, 12 (3), 1-16.
- FAGERBERG, J. 1988. International competitiveness. *The Economic Journal* Vol.98. No.391
- GUZEK, M. 2006. Międzynarodowe stosunki gospodarcze. Zarys teorii i polityki handlowej. PWE. ISBN:83-208-1611-4.
- FERTŐ, I. 2008. The evolution of agri-food trade patterns in Central European countries. In *Post-Communist Economies*, vol. 20, 2008, no. 1, 1-10.

- FERTÖ, I. – HUBBARD, J. 2003. Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-Food Sectors. *The World Economy*. Volume 26, Issue 2, pages 247–259.
- HORSKÁ, E. - UBREŽIOVÁ, I. 2006. International Management and Marketing In Regional Trade within V4 countries: focus on Slovak – Hungarian trade flows. *EconPapers*. Theory Methodology Practice (TMP), 2007, vol. 4, issue 01, pages 25-38. doi: http://econpapers.repec.org/article/mictmpjrn/v_3a4_3ay_3a2007_3ai_3a01_3ap_3a25-38.htm
- LALL, S. 2001. Competitiveness Indices and Developing Countries: An Economic Evaluation of the Global Competitiveness Report. *World Development* 29 (9): 1501-1525.
- LALL, S. - ALBALADEJO, M. (2004). China's Competitive Performance: A Threat to East Asian Manufactured Exports? *World Development* 32 (9): 1441-1466.
- LEE, J. (1995). Comparative Advantage in Manufacturing as a Determinant of Industrialization: The Korean Case. *World Development* 23 (7): 1195-1214.
- MINTZBERG, H. 2009. *Managing*. Berrett-Koehler Publishers, Inc. San Francisco. ISBN: 979-1-57675-340-8, 196-225.
- NOSECKA, B. – PAWLAK, K. – POCZTA, W. 2011. Wybrane aspekty konkurencyjności rolnictwa. *Konkurencyjność Polskiej Gospodarki w Warunkach Globalizacji i Integracji Europejskiej*. IERGiŻ. Warsaw 2011. No.7. ISBN: 978-83-7658-148-4.
- UBREŽIOVÁ, I. - KAPSDORFEROVÁ, Z. - SEDLIAKOVÁ I. 2012. Competitiveness of Slovak agri-food commodities in third country markets 386 *Acta Univ. Agric. Silvic. Mendelianae Brun.* 2012. Vol. 60, Issue 4, pp. 379- 386. doi: <http://dx.doi.org/10.11118/actaun201260040379>
- PORTER, M. E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press. A Division of Macmillan Inc. New York. ISBN: 0-684-84147-9
- RICARDO D. 1957. *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania*, PWN, Warszawa.
- RYTKO, A. 2008. Zmiany konkurencyjności polskich produktów żywnościowych w latach 2000-2007, *Scientific Journals WULS*, Warsaw 2008. *Problemy Rolnictwa Światowego* Tom 5(XX), str.153-161.
- RYTKO, A. 2012. Competitiveness and its source in foreign trade between the EU and the United States, *Actual Problems of Economics* 2012, # 10, Vol. 2, s. 25-34
- TOROK, A. - JAMBOR, A. 2012. Changes in Agri-Food Trade of the New Member States since EU Accession – A Quantitative Approach. Selected Poster prepared for presentation at the International Association of Agricultural Economists (IAAE) Triennial Conference, Foz do Iguaçu, Brazil, 18-24 August, 2012.
- WESLEY, E. - PETERSON, F. - VALLURU, S. R. K. 2000. Agricultural Comparative Advantage and Government Policy Interventions. *Journal of Agricultural Economics*. Volume 51, Issue 3, pages 371–387.

Streszczenie

Celem niniejszej pracy było określenie pozycji konkurencyjnej Polski i Słowacji w wymianie handlowej produktów rolniczych i spożywczych na europejskim rynku, jak również dla celów porównawczych, na rynkach państw trzecich oraz w stosunku do innych grup towarowych.

Teorie handlowe wskazują, że kraje specjalizują się w produkcji towarów, a następnie w handlu tymi towarami, gdy posiadają przewagę absolutną lub komparatywną w relacji do swojego partnera (Smith 1954, Ricardo 1957, Balassa 1965, Haberler 1956, Guzek 2006).

W literaturze zatem rozpowszechniło się wiele modeli przewag komparatywnych. Te najbardziej rozpowszechnione oparte są na rozbudowanym modelu typu ricardiańskiego lub modelu Balassy. Pierwszy z nich dotyczy określenia konkurencyjności na podstawie opłacalności eksportu, drugi na podstawie stopnia zaawansowania eksportu poszczególnych towarów w relacji do ogólnoswiatowego eksportu tych towarów.

W pracy posłużono się zmodyfikowanym modelem typu Balassy, celem określenia konkurencyjności towarów rolno-spożywczych pochodzących z Polski i Słowacji na rynku Unii

Europejskiej i na rynku krajów trzecich. W badaniach wykorzystano dane statystyczne Eurostatu. Rynki podzielono na dwa: rynek Unii Europejskiej i krajów trzecich. Konkurencyjność w eksporcie przedstawiano w relacji do partnerów z ugrupowania w okresie od 1999r. do 2012 roku. Dzięki dość dużej ilości lat można było pokazać zmiany w konkurencyjności eksportu rolno-spożywczego, zaś analiza danych innych grup towarowych pozwoliła określić sytuację i znaczenie tego sektora w poszczególnych gospodarkach.

Polska cechuje się dużą konkurencyjnością towarów rolno-spożywczych zarówno na rynku Unii Europejskiej jak i rynku krajów trzecich. Słowackie artykuły rolno-spożywcze nie posiadają przewagi komparatywnej na żadnym z omawianych rynków, co zostało także potwierdzone przez ujemny bilans handlowy tymi towarami. W przypadku pozostałych grup towarowych oba kraje Grupy Wyszehradzkiej są relatywnie homogeniczne. Podobieństwo w wyposażeniu w czynniki produkcji jak i nowe technologie daje podstawy do wnioskowania, iż przewagi te mogą kształtować się na podobnym poziomie. Oba kraje posiadają przewagę konkurencyjną na rynku Unii Europejskiej w relacji do pozostałych partnerów z tego ugrupowania w przypadku maszyn i urządzeń, artykułów przemysłowych i paliw mineralnych. Brak przewagi widoczny jest dla surowców i chemii.

Zmiany w handlu nie ograniczyły się tylko do wzrostu wartości i wolumenu towarów, ale przede wszystkim do zmian strukturalnych w poszczególnych sektorach gospodarki narodowej, co przełożyło się na zmiany przewag konkurencyjnych. W przypadku towarów rolno-spożywczych widoczny jest wzrost konkurencyjności w obu omawianych krajach. Reasumując można stwierdzić:

- Wartość obrotów handlowych w omawianych krajach wzrasta, przy czym w Polsce rośnie zarówno eksport jak i import na obu rynkach, na Słowacji tendencja wzrostowa obserwowana jest dla eksportu i importu na rynku UE. Handel z krajami trzecimi charakteryzuje się stagnacją od 1999 roku,
- Polska posiada przewagę konkurencyjną w eksporcie do UE oraz krajów trzecich artykułów rolno-spożywczych, na Słowacji brak jest takiej przewagi,
- Pozycja konkurencyjna maleje na rynku Unii Europejskiej w obu omawianych krajach, wzrasta natomiast na rynku krajów trzecich- poprawa widoczna jest od 2004 roku.

Informacje o Autorze:

Dr Anna Rytko

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie,
e-mail:anna_rytko@ssgw.pl, craft02@poczta.onet.pl

Katarzyna Szalonka
Uniwersytet Wrocławski

Pożądane zachowania zdrowotne polskich gospodarstw domowych

DESIRABLE HEALTH BEHAVIORS POLISH HOUSEHOLDS

Celem niniejszego artykułu jest ocena skuteczności polityki prozdrowotnej w Polsce i wskazanie pożądanych zachowań polskich gospodarstw domowych w świetle polityki WHO. Coraz większa zachorowalność na choroby cywilizacyjne w Polsce i Unii Europejskiej motywuje organizację do stosowania polityki prozdrowotnej poprzez uświadamianie społeczeństw tak w zakresie prawidłowej konsumpcji jak i aktywnego stylu życia. Efektem tych działań powinna być zmiana w zachowaniach podmiotów gospodarstw domowych dotycząca świadomego wyboru dóbr spożywczych, coraz wyższej aktywności sportowej, racjonalnej konsumpcji leków, profilaktyki zdrowotnej oraz ograniczenia konsumpcji autodestrukcyjnej.

Słowa kluczowe: polityka zdrowotna, gospodarstwa domowe, konsumpcja.

1. Wstęp

Polska, jako członek WHO od 1945 roku, została zobligowana do wdrażania polityki prozdrowotnej. Do najważniejszych programów realizowanych po transformacji ustrojowej można zaliczyć Narodowy Program Zdrowia (NPZ), który wdrożono w trzech etapach¹:

- Narodowy Program Zdrowia opracowany przez Komitet Społeczno – Ekonomiczny Rady Ministrów w 1990 r. - była to pierwsza próba konsolidacji programu WHO z polityką państwa polskiego w celu zahamowania rosnącej zachorowalności i umieralności Polaków;
- Narodowy Program Zdrowia na lata 1996 – 2006, którego celem była poprawa zdrowia i jakości życia poprzez m.in. zwiększenie aktywności fizycznej, poprawy stylu żywienia, zmniejszenie konsumpcji autodestrukcyjnej;
- Narodowy Program Zdrowia na lata 2007 – 2015 zakładał kształtowanie prozdrowotnego stylu życia społeczeństwa polskiego.

Na podstawie źródeł wtórnych (OECD, EUROSTAT, GUS, Diagnoza Społeczna 2003-2011) oraz badań pierwotnych autorki dokonano oceny skuteczności programów zdrowotnych oraz analizy zachowań zdrowotnych Polaków. Badania pierwotne

¹ K.Szalonka, *Opieka farmaceutyczna w ochronie zdrowia Polaków*, wyd. PWN, Warszawa 2011, s. 38.

zrealizowano w maju i czerwcu 2012r. metodą – kwestionariusza ankietowego – (*face to face*) na próbie 730 respondentów (45 osób z każdego województwa - próba kontrolowana z p.w. kryterium wieku, płci i wykształcenia).

2. Zdrowie jako czynnik wzrostu gospodarczego - ujęcie teoretyczne

Zdrowie jest najwyższą wartością tak dla człowieka jak też dla społeczności, w której funkcjonuje. Zdrowie pozwala człowiekowi w pełni realizować wszystkie życiowe funkcje, czerpiąc pełną satysfakcję z życia: ucząc się, pracując, wypełniając obowiązki względem otoczenia, w którym funkcjonuje². Zdrowie jest traktowane jako podstawowe prawo każdego człowieka ujęte w Światowej Deklaracji Praw Człowieka³, na które wpływa styl życia jednostki jak też otoczenie. Istota zdrowia stała się przedmiotem troski i rozważań każdego państwa. Już w 1920 roku Winslow na Uniwersytecie w Yale sformułował definicję zdrowia publicznego („to nauka i umiejętność zapobiegania chorobom, przedłużania życia i promocji zdrowia fizycznego poprzez wysiłek społeczności ...”⁴) i tym samym rozpoczęła się era polityki zdrowotnej, która wyznaczyła prawa i obowiązki państwa i obywateli w zakresie ochrony zdrowia. W 1952 roku Światowa Organizacja Zdrowia przyjęła definicję zdrowia publicznego. Przyjęła, że jest to „nauka i sztuka zapobiegania chorobom, przedłużania życia, promowanie zdrowia przez zorganizowane wysiłki społeczne”.

W 1974 roku ówczesny Minister Zdrowia Kanady, Marc Lalonde, stwierdził, że państwu zdecydowanie bardziej opłaca się promować zdrowy styl życia, w konsekwencji czego można spodziewać się w długim okresie zmniejszenie popytu na usługi medyczne a tym samym zmniejszenie wydatków na opiekę zdrowotną. Opublikował raport „*A New Perspective on the Health of Canadians, a working document*”⁵, w którym określił koncepcję „pól zdrowia”, stanowiących cztery nadrzędne kategorie – determinujące zdrowie⁶:

- czynniki biologiczno-dziedziczne (*human biology*),
- środowisko (*environment*),
- styl życia ludzi (*lifestyle*),
- organizacja opieki zdrowotnej (*Health Care Organization*).

Duże znaczenie dla polityki zdrowotnej miało odkrycie M. Lalonde, polegające na oszacowaniu stopnia wpływu poszczególnych pól na stan zdrowia człowieka. Wykazał, że styl życia w 50% ma decydujące znaczenie dla naszego zdrowia, środowisko 25%, czynniki biologiczne 15% a organizacja opieki zdrowotnej 10%⁷.

² K. Szalonka, *Opieka farmaceutyczna w ochronie zdrowia Polaków*, wyd. PWN Warszawa 2011, s. 16.

³ K. Borzucka – Sitkiewicz, *Promocja zdrowia i edukacja zdrowotna. Przewodnik dla edukatorów zdrowia*, wyd. Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2006, s.14.

⁴ J. Leowski, *Polityka zdrowotna a zdrowie publiczne. Ochrona zdrowia w gospodarce rynkowej*, wyd. CeDeWu, Warszawa 2004, s. 14.

⁵ M. Lalonde, *A New Perspective on the Health of Canadians, a working document*, wyd. Minister of Supply and services, Canada 1981, [w:] <http://www.phac-aspc.gc.ca/ph-sp/pdf/perspect-eng.pdf>

⁶ Tamże, s. 31-32.

⁷ M. Synowiec-Piłat, *Profilaktyka zdrowia i profilaktyka onkologiczna w działaniach organizacji pozarządowych*, wyd. Adam Marszałek & Akademia Medyczna we Wrocławiu, Toruń 2009, s. 34.

Teza M. Lalonde’a jednoznacznie definiuje człowieka, jako podmiot odpowiedzialny za gospodarowanie własnym zdrowiem, traktowany jako zasób naturalny, podobny do środowiska naturalnego, w którym żyje. Zarządzanie własnym zasobem zdrowia powinno opierać się na: racjonalnym żywieniu, aktywności fizycznej, racjonalnej konsumpcji leków, eliminacji konsumpcji autodestrukcyjnej i stosowanie profilaktyki zdrowotnej (rys. 1).



Rys. 1. Obszary zdrowotne charakteryzujące styl życia człowieka
Źródło: oprac. własne

Zdrowie, obok czynników społeczno – ekonomicznych, determinuje poziom i jakość życia. Nie zagłębiając się w przegląd definicji i przyjmując, że „*poziom życia to stopień zaspokojenia potrzeb ludzkich, wynikający z konsumpcji dóbr materialnych i usług oraz wykorzystania walorów środowiska naturalnego i społecznego*”⁸, należałoby uzupełnić o sformułowanie „przy określonym stanie zdrowia”. niesprawność fizyczna i psychiczna organizmu w decydujący sposób wpływa na poziom życia. Zmienia się hierarchia potrzeb, struktura wydatków i poziom satysfakcji z zaspokojonych potrzeb (jakość życia – definiowana jako „stopień satysfakcji człowieka z całokształtu swej egzystencji”⁹). Trudno też badać i porównywać jakość życia mieszkańców nie weryfikując ich stanu zdrowia. Jakość życia w chorobie (konkretnej jednostce chorobowej) jest przedmiotem zainteresowania medycyny, farmacji i nauk o zdrowiu. Natomiast brak jest jakiegokolwiek uwzględnienia i rozróżnienia jakości życia ze

⁸ J. Berbeka, *Poziom życia ludności a wzrost gospodarczy w krajach Unii Europejskiej*, wyd. AE w Krakowie, Kraków 2006, s. 11.

⁹ Cz. Bywalec, L. Rudnicki, *Konsumpcja*, wyd. PWE, Warszawa 2002, s. 42.

względem na stan zdrowia respondentów w naukach ekonomicznych. Jest to o tyle istotne, że analiza zachowań nabywców, konsumpcja i jakość życia stanowią główne obszary zainteresowań ekonomistów. Stąd też konieczność uwzględnienia zdrowia jako czynnika kształtującego poziom życia.

3. Styl życia Polaków w świetle badań

Ważnym akcentem polityki zdrowotnej w Europie była bardzo aktywna współpraca WHO z Komisją Europejską, która opracowała wytyczne do realizacji polityki prozdrowotnej mieszkańców Unii Europejskiej. W 2004 r. Światowa Organizacja Zdrowia opracowała Globalną strategię dotyczącą żywienia, aktywności fizycznej i zdrowia. W 2006 r. Światowa Organizacja Zdrowia oraz Biuro Regionalne WHO dla Europy, w Kopenhadze przygotowały projekt: *Kroki do zdrowia. Europejskie ramy promowania aktywności fizycznej*. W 2007 roku w Genewie Światowa Organizacja Zdrowia opublikowała *Przewodnik dla opartych na populacji podejść zwiększania poziomów aktywności fizycznej. Wdrożenie globalnej strategii WHO dotyczącej żywienia, aktywności fizycznej i zdrowia*¹⁰.

W jednym z badań, stanowiącym próbę przeliczenia strat wynikających z braku aktywności fizycznej, koszty dla Anglii oszacowano na ponad 3 mld EUR rocznie, czyli 63 EUR na mieszkańca – podobne wyniki dały również obliczenia przeprowadzone w innych krajach. Jeśli przyjąć taką wartość na mieszkańca dla całości UE, szacunkowy koszt braku aktywności fizycznej w Unii wyniesie 31 mld EUR rocznie¹¹.

Tabela 1. Procentowy rozkład mężczyzn, kobiet i ogółem ze względu na rodzaj aktywności fizycznej w 2011r.

Rodzaj uprawianego sportu	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
Nie uprawiają żadnej aktywności	57,6	64,6	61,3
Aerobik	0,5	7,1	4
Bieganie/jogging/nordic walking	6,2	6,8	6,5
Siłownia	9,9	2,5	6,1
Jazda na rowerze	22,8	20,1	21,4
Jazda na nartach/inne sporty zimowe	5,4	3,4	4,3
Pływanie	8,8	6,7	7,7

¹⁰Wytyczne UE dotyczące aktywności fizycznej. Zalecane działania polityczne wspierające aktywność fizyczną wpływającą pozytywnie na zdrowie, Czwarty projekt skonsolidowany zatwierdzony przez Grupę Roboczą UE „Sport i Zdrowie” Bruksela 2008, S.6., [w:] http://ec.europa.eu/sport/library/documents/c1/eu-physical-activity-guidelines-2008_pl.pdf

¹¹ Zalecenie Rady Europy w sprawie propagowania prozdrowotnej aktywności fizycznej w różnych

Sektorach, Komisja Europejska, Bruksela, 28.08.2013r. s. 8., [w:] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SWD:2013:0312:FIN:PL:PDF>

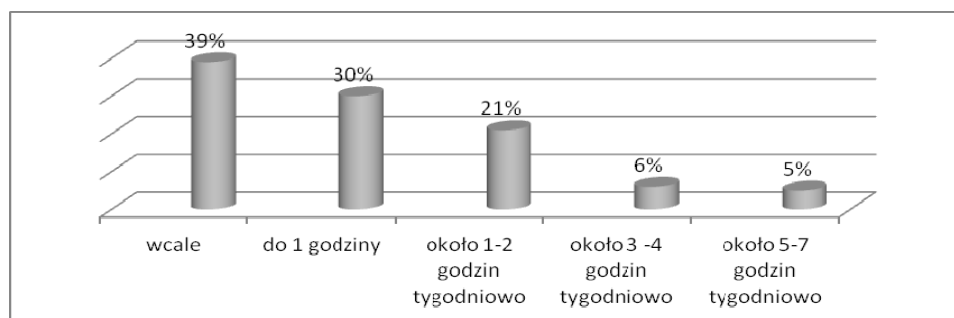
Gra w piłkę nożną/inne sporty zespołowe	13,6	2,3	7,7
Joga	0,3	1,2	0,8
Sztuki walki	1,9	0,4	1,2
Inne formy	8,7	7,8	8,2

Źródło: DIAGNOZA SPOŁECZNA, raporty: J. Czapiński, T. Panek (red.) (2011), www.diagnoza.com [odczyt:20.09.2013]

Zaprezentowane wyniki badań z 2011 roku są niekorzystne dla Polski (tabela 1). Jednoznacznie z nich wynika, że ponad 60% rodaków nie uprawia żadnego sportu. Cytowane przez Komisję Europejską badania wskazują, że średnia dla Europejczyków uprawiających sport sporadycznie to 60%¹².

Oznacza to, że Polacy nie odbiegają od standardowych zachowań Europejczyków, choć powołując się na badania statystyczne z 2006 roku *Eurostat* te różnice są znaczne – Polska ze wskazaniem 41% nieaktywnych fizycznie jest w grupie państw (obok Rumunii, Portugalii, Malty, Grecji, Francji, Cypru) o najwyższym odsetku nie uprawiających sportu¹³.

Z badań pierwotnych autorki wynika, że 39% Polaków nie uprawia sportu (rys. 2) a kolejne 30% uprawia sport 1 godzinę w tygodniu. Wyniki są zbieżne z danymi *Eurostatu*, choć realizowane w odstępie pięciu lat.



Rysunek 2. Czas poświęcony na aktywność fizyczną w ciągu tygodnia

Źródło: oprac. na podst. badań własnych

Zaleca się wprowadzenie ujednoliconego pomiaru aktywności fizycznej w celu możliwości porównania zachowań mieszkańców Europy. Wyniki badań pozwolą na oszacowanie potrzeb aktywizowania i komunikowania w przyszłości.

¹² Zalecenie Rady Europy w sprawie propagowania prozdrowotnej aktywności fizycznej w różnych

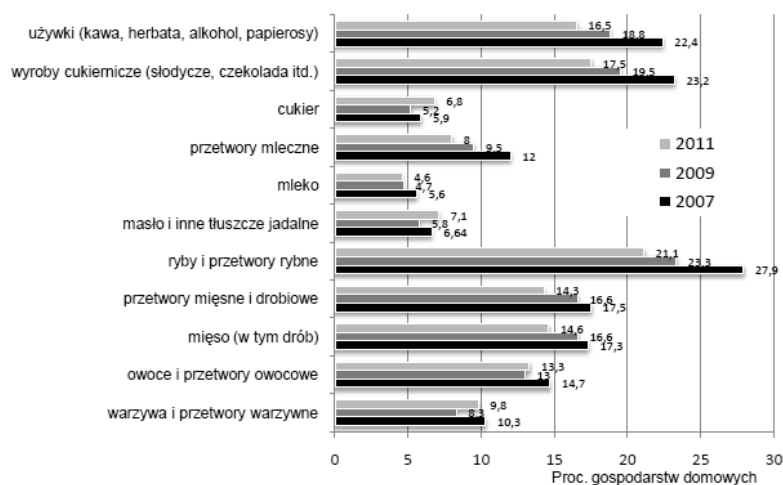
Sektorach, Komisja Europejska, Bruksela, 28.08.2013r. s.3., [w:] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SWD:2013:0312:FIN:PL:PDF>

¹³ europa.eu/abc/keyfigures/qualityoflife/health/index_pl.htm#chart11.

Żywnienie należy do trudnych w obszarze badań ekonomicznych, z punktu widzenia możliwości porównania sposobu odżywiania i bezpośredniego wpływu na stan zdrowia. Diagnoza prof. Czapińskiego porusza ważny aspekt nie tyle racjonalnego żywienia co możliwości finansowania. Jak wynika z *Diagnozy* z 2011 roku, maleje odsetek gospodarstw domowych, których nie stać na zakupy dóbr spożywczych.

WHO przyjęło tezę, że w krajach trzeciego świata istnieje problem z żywnieniem społeczeństwa ale w krajach rozwiniętych należy zwalczać nadmierną i nieracjonalną konsumpcję dóbr spożywczych. Opracowano modele żywieniowe, które wskazują na konieczność spożywania 3 posiłków dziennie w odpowiednich proporcjach żywieniowych zawierających węglowodany, białko, witaminy, mikroelementy. Eksperti podają jako wzorcową kuchnię japońską, hinduską i chińską. Badając racjonalność konsumpcji dóbr spożywczych, należałoby identyfikować odsetek konsumujących regularne posiłki. W źródłach statystycznych gromadzone są informacje dotyczące spożywania owoców, warzyw (w kg *per capita*), mięsa, ryb, nabiału, pieczywa itp. Ale jak wynika z analizy diety hinduskiej i chińskiej, nie ma potrzeby konsumowania dużej ilości mięsa a istotny jest sposób przyrządzania posiłków oraz umiejętnego stosowania przypraw, olejów, które pozwalają organizmowi na zagospodarowanie dostarczonych witamin i mikroelementów.

Do badań nad racjonalną konsumpcją dóbr spożywczych - z punktu widzenia ekonomicznego - stosowane są mierniki - odsetek konsumujących warzywa, owoce, mięso, ryby, pieczywo oraz dynamika konsumpcji a także konsumpcja w kg *per capita*.



Rys. 3 Odsetek gospodarstw domowych z niezaspokojonymi potrzebami żywieniowymi
Źródło: DIAGNOZA SPOŁECZNA, raporty: Czapiński J., Panek T. (red.) (2007,2009,2011).
www.diagnoza.com [odczyt:20.09.2013]

Tylko nieznacznie wzrósł odsetek (o 1,7%) gospodarstw, które musiały zrezygnować z zakupu warzyw i przetworów warzywnych oraz owoców i przetworów owocowych, masła i innych tłuszczów jadalnych (1,3%) oraz mniej istotnego dla

organizmu cukru (1,6%) (patrz rys. 3). U progu lat dziewięćdziesiątych 70% gospodarstw domowych deklaroowało brak możliwości zakupu wybranych dóbr spożywczych z powodu braku środków finansowych. W 2011 roku już tylko 20% ankietowanych nie było stać na zakup ryb i przetworów rybnych. Można zatem wskazać, że poziom ubóstwa w Polsce jest niewielki i nie wpływa na racjonalność konsumpcji.

Z badań pierwotnych wynika, że blisko 80% respondentów jada codziennie śniadania i obiady a 60% kolacje. Nie konsumujący posiłków jako przyczynę podawali: brak potrzeby, dietę, brak czasu, brak możliwości. Posiłki w większości badanych są urozmaicone. 37% respondentów deklaroowało konsumpcję owoców i warzyw do śniadania i kolacji a 78% w czasie obiadu spożywa warzywa i sałatki¹⁴. Aby ocenić styl żywienia należałoby zidentyfikować np. proporcje konsumpcji warzyw i owoców w porównaniu do pozostałych składników, np. mięsa. Wydaje się, że konsumpcja dóbr spożywczych podąża w prawidłowym kierunku lecz jest daleka od zaleceń specjalistów.

Trudno korelować jedynie dietę ze stanem zdrowia i średnią długością życia społeczeństwa, ponieważ jest bardzo wiele czynników determinujących stan zdrowia. Na stan zdrowia wpływają również: stan psychiczny, warunki mieszkaniowe, warunki pracy, środowisko, dostęp do usług medycznych¹⁵ i leków, itp. Stąd też kolejnym aspektem rozważań na temat zdrowego stylu życia będzie racjonalna konsumpcja leków i profilaktyka zdrowotna.

W Polsce trudno mówić o racjonalnej konsumpcji leków. Przeciętny Polak konsumuje 33 opakowania leków per capita (2010 r.)¹⁶, co plasuje nas na 3 miejscu w Europie (za Francuzami i Grekami). 17% respondentów zażywa dziennie więcej niż 5 leków (zjawisko polipragmazji¹⁷). 5% hospitalizowanych jest z powodu zatrucia lekowego. Koszt leczenia szpitalnego i ambulatoryjnego zatrucia lekowego sięga 6 mld złotych rocznie¹⁸. Wydaje się, że zmiana ustawy zakazująca promocji działalności aptek od 1.01.2012r. zmniejszyła obroty o 12-15% (r/r) na rynku farmaceutycznym. Jednak na wysoki poziom konsumpcji leków wpływ ma również intensywna reklama leków OTC w środkach masowego przekazu (telewizja, radio, prasa). Analizując miesięczną sprzedaż leków w latach 2011 i 2012 można wywnioskować, że wielkość sprzedaży jest uzależniona od pór roku i stanu zdrowia pacjentów. Maleją obroty w miesiącach letnich, zaś rosną w sezonie jesienno – zimowo – wiosennym (rys 4).

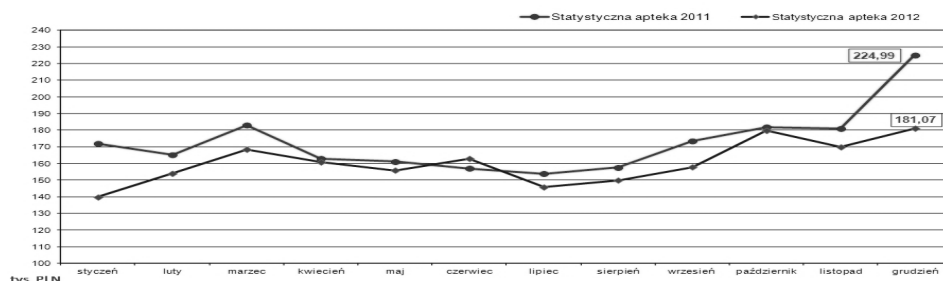
¹⁴ Wyniki badań własnych opisanych we wstępie

¹⁵ Na podst. R. Szarfenberg, *Kwestia społeczna*, „Polityka Społeczna” 1998, nr 3, s.12.

¹⁶ K. Szalotka, *Opieka farmaceutyczna w ochronie zdrowia Polaków*, wyd. PWN Warszawa 2011, s. 116.

¹⁷ Badania własne - metodologia opisana we wstępie.

¹⁸ P. Kardas, *Nieprzestrzeganie zaleceń terapeutycznych przez polskich pacjentów*, Fundacja Polpharmy na rzecz Wspierania Rozwoju Polskiej Farmacji i Medycyny, Warszawa, kwiecień 2010.



Rys. 4. Miesięczne obroty na rynku farmaceutycznym w latach 2011 – 2012.

Źródło: aptekarz polski.pl, [w:]

<http://www.aptekarzpolski.pl/images/PharmaExpert/012013c.jpg>

Istotnym, z punktu widzenia Narodowego Programu Zdrowia, wydaje się być problem konsumpcji autodestrukcyjnej – nikotynizmu, alkoholizmu, narkomanii. Polska prowadziła wiele programów społecznych, których zadaniem było wyeliminowanie patologii. W 2009 r. w Polsce paliło nałogowo blisko 30% respondentów, co w porównaniu do USA (20% palących), jest wielkością znaczącą. Zakłada się, że Polska osiągnie wskaźnik amerykański dopiero za 10 lat. Badania jednoznacznie wskazują, że palenie jest w 98% przyczyną nowotworu górnych i dolnych dróg oddechowych. Podobnie alkohol jest przyczyną ponad 60 różnego rodzaju schorzeń¹⁹. Tymczasem przy średniej dla UE 10,7 l per capita, Polska zajmuje 20 miejsce z wielkością 10,1 l na osobę. Od 1980 roku spożycie zmniejszyło się o 12 %²⁰.

Kolejny aspekt prozdrowotny to profilaktyka. W Polsce w ostatnim dziesięcioleciu wprowadzono programy skierowane do pacjentów celem identyfikacji stanu zdrowia. Choć 94% respondentów w ostatnim półroczu odczuwała dolegliwości a 30% korzystała z wizyty lekarza pierwszego kontaktu lub specjalisty, to niewiele osób korzysta z programów profilaktycznych. Przykładowe programy to:

- program wczesnego wykrywania raka szyjki macicy,
- program wczesnego wykrywania raka piersi,
- program profilaktyki chorób układu krążenia,
- program profilaktyki chorób odytoniowych²¹.

Problem polega jednak na tym, że środki wydatkowane na powyżej skonstruowane projekty sięgają 2 mld zł rocznie natomiast wykrywalność chorób w Polsce należy do najniższych w Europie. Z przeprowadzonych badań pierwotnych wynika, że respondenci najczęściej nie wiedzą o programach a jeśli nawet wiedzą, to nie chcą z nich korzystać. Boją się złej diagnozy, lekceważą swoje zdrowie. Tylko 9% respondentów uczestniczyło w projektach profilaktycznych wielokrotnie, 14% raz a pozostali respondenci albo nie pamiętają albo nie uczestniczą.

¹⁹ K. Szalonka, Opieka farmaceutyczna w ochronie zdrowia Polaków, wyd. PWN Warszawa 2011, s. 108.

²⁰ Raport OECD: *Zdrowie w pigułce. Europa 2012*, [w:] www.parpa.pl/index

²¹ http://www.nfz-katowice.pl/?k0=02_ubezpieczony&k1=06_programy_profilaktyczne

Efekty są następujące – 65% respondentów stan zdrowia ocenia jako dobry i bardzo dobry, ani dobry ani zły 33% a 2% ocenia jako zły. Odnosząc samoocenę stanu zdrowia do statystyk zgonów Polaków na tle Europejczyków, można stwierdzić, że należy czynić wszystko aby profilaktyka zdrowotna docierała do większej grupy Polaków. W Polsce liczba zgonów na 100 tys. mieszkańców należy po Węgrzech i Bułgarii do najwyższych w Europie, odpowiednio 1149,5 mężczyzn i 600,8 kobiet²². W Szwajcarii na 100 tys. mieszkańców umiera 393,8 kobiet i 614,2 mężczyzn. Oznacza to, że w Polsce współczynnik umieralności jest blisko dwukrotnie wyższy.

4. Podsumowanie

Zgodnie z koncepcją M. Lalonda każdy rząd powinien kreować zdrowy styl życia w społeczeństwie, ponieważ im zdrowsze społeczeństwo, tym niższe wydatki na opiekę zdrowotną a także większy wzrost gospodarczy. Z badań wynika, że konieczna jest praca nad poprawą zdrowia Polaków. Dotyczy to aktywności fizycznej, zdrowych nawyków żywieniowych, ograniczania konsumpcji autodestrukcyjnej, racjonalnej konsumpcji leków. Choć aktywność fizyczna gospodarstw domowych jest zbliżona do innych krajów europejskich, to jednak istnieje potrzeba uaktywnienia 60% nie uprawiających żadnego sportu. Brak ruchu jest przyczyną większości chorób cywilizacyjnych – układu krążenia, nadciśnienia, cukrzycy, niektórych nowotworów. W obszarze żywienia należy wykształcić świadomość regularnego spożywania starannie dobranych produktów, dostarczających niezbędnych witamin i mikroelementów, stąd konieczna wydaje się edukacja od wczesnych lat życia. Optymistyczne są wyniki badań nad konsumpcją alkoholu w Polsce. W ostatnich latach zmniejszyła się konsumpcja alkoholu per capita do 10.1 l. Plusuje to Polskę w rankingu spożycia na 20 miejscu w Europie. Zdecydowanie gorzej można ocenić programy antynikotynowe. Blisko 30% społeczeństwa polskiego pali papierosy. Choć powszechnie znana jest szkodliwość palenia, to w środowisku ludzi młodych (od 15 do 18 roku życia) istnieje swoistego rodzaju moda czy trend na palenie. Skuteczność programów antynikotynowych jest mierna. Kolejny aspekt to nieprawidłowa konsumpcja leków, która jest konsekwencją braku popytu na opiekę farmaceutyczną i niewiedzy pacjentów o szkodliwości leków. Więcej jest informacji skierowanych do pacjentów o zaletach produktów leczniczych (w reklamach) niż o ich szkodliwości (rola lekarzy, farmaceutów, mediów). Stąd konieczność wdrożenia opieki farmaceutycznej, opartej na rzetelnej analizie leków konsumowanych przez pacjentów.

Reasumując, wydaje się, że przygotowane przez Ministerstwo Zdrowia programy prozdrowotne powinny być wsparte polityką promocyjną przygotowaną przez ekspertów z zakresu społecznej komunikacji marketingowej. Z badań pierwotnych jednoznacznie wynika, że Polacy chętnie korzystaliby z profilaktyki, gdyby zostali o niej poinformowani. Sam projekt przygotowany przez rząd i polityków nie oznacza sukcesu. Niezbędna jest mozolna praca specjalistów upowszechniających edukację i komunikację w zakresie pożądanых zachowań prozdrowotnych.

²² Rocznik demograficzny 2009, s.496 – 497, [w:]

http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_rocznik_demograficzny_2009.pdf

Literatura:

1. Berbeka J., *Poziom życia ludności a wzrost gospodarczy w krajach Unii Europejskiej*, wyd. AE w Krakowie, Kraków 2006.
2. Borzucka – Sitkiewicz K., *Promocja zdrowia i edukacja zdrowotna. Przewodnik dla edukatorów zdrowia*, wyd. Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2006
3. Bywalec Cz., Rudnicki L., *Konsumpcja*, wyd. PWE, Warszawa 2002
4. europa.eu/abc/keyfigures/qualityoflife/health/index_pl.htm#chart11.
5. http://www.nfz-katowice.pl/?k0=02_ubezpieczony&k1=06_programy_profilaktyczne
6. Kardas P., *Nieprzestrzeganie zaleceń terapeutycznych przez polskich pacjentów*, Fundacja Polpharmy na rzecz Wspierania Rozwoju Polskiej Farmacji i Medycyny, Warszawa, kwiecień 2010.
7. Lalonde M., *A New Perspective on the Health of Canadians, a working document*, wyd. Minister of Supply and services, Canada 1981, [w:] <http://www.phac-aspc.gc.ca/ph-sp/pdf/perspect-eng.pdf>
8. Leowski J., *Polityka zdrowotna a zdrowie publiczne. Ochrona zdrowia w gospodarce rynkowej*, wyd. CeDeWu, Warszawa 2004
9. Raport OECD: *Zdrowie w pigułce. Europa 2012*, [w:] www.parpa.pl/index
10. *Rocznik demograficzny 2009*, [w:] http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xber/gus/PUBL_rocznik_demograficzny_2009.pdf
11. Synowiec-Piłat M., *Profilaktyka zdrowia i profilaktyka onkologiczna w działaniach organizacji pozarządowych*, wyd. Adam Marszałek & Akademia Medyczna we Wrocławiu, Toruń 2009
12. Szalotka K., *Opieka farmaceutyczna w ochronie zdrowia Polaków*, wyd. WN PWN, Warszawa 2011
13. Szarfenberg R., *Kwestia społeczna*, „Polityka Społeczna” 1998, nr 3
14. *Wytyczne UE dotyczące aktywności fizycznej. Zalecane działania polityczne wspierające aktywność fizyczną wpływającą pozytywnie na zdrowie*, Czwarty projekt skonsolidowany zatwierdzony przez Grupę Roboczą UE „Sport i Zdrowie” Bruksela 2008 [w:] http://ec.europa.eu/sport/library/documents/c1/eu-physical-activity-guidelines-2008_pl.pdf
15. *Zalecenie Rady Europy w sprawie propagowania prozdrowotnej aktywności fizycznej w różnych Sektorach*, Komisja Europejska, Bruksela, 28.08.2013r., [w:] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SWD:2013:0312:FIN:PL:PDF>

Summary

The increasing incidence of civilization diseases in Poland motivates the use of state health policy by raising public awareness as to the proper consumption and active lifestyle. The effect of these activities should be a change in the behavior of households entities as in the informed choice of goods and food as well as in ever higher sports activity.

The results clearly show that the Poles though lag behind, they are very actively involved in correcting the current lifestyles. A growing number of Poles in sports, so more and more Poles are looking for reliable source of food they buy.

Keywords: health policy, households, consumption.

Informacje o autorze:

Dr hab. Katarzyna Szalotka

Uniwersytet Wrocławski

Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii

Zakład Ogólnej Teorii

e-mail: kszalotka@prawo.uni.wroc.pl

Marek Tomaszewski

Uniwersytet Zielonogórski

Agnieszka Brelik

Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

Presja ze strony konkurentów a aktywność innowacyjna przedsiębiorstw w państwach rozwijających się

PRESSURE FROM COMPETITORS AND INNOVATIVE ACTIVITY ENTERPRISES IN DEVELOPING COUNTRIES

Artykuł napisano w oparciu o dane empiryczne pozyskane w trakcie IV tury badań nad otoczeniem biznesu przeprowadzonych w latach 2008-2009 na zlecenie Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju (EBOR) oraz Banku Światowego. Na terenie państw grupy Wyszehradzkiej przebadano łącznie 1349 przedsiębiorstw. Głównym celem artykułu jest analiza wpływu intensywności presji ze strony konkurentów na działalność innowacyjną przedsiębiorstw. Artykuł ten uwzględnia zarówno presję ze strony konkurentów na wprowadzenie przez przedsiębiorstwo nowych wyrobów jak i presję ze strony konkurentów na obniżenie przez przedsiębiorstwo kosztów produkcji

Przeprowadzone badanie ma charakter statyczny i dotyczy okresu 2006-2008. Część metodyczna artykułu bazuje na modelowaniu probitowym. W celu odrzucenia lub pozytywnego zweryfikowania postawionych hipotez badawczych przyjęto zmienne niezależne o różnej intensywności dotyczące: a) presji ze strony konkurentów na wprowadzenie przez przedsiębiorstwo do produkcji nowych produktów, b) presji ze strony konkurentów na obniżenie przez przedsiębiorstwo kosztów produkcji. Z kolei jako zmienne zależne przyjęto występowanie w przedsiębiorstwie: a) działalności inwestycyjnej, b) działalność B+R, c) wprowadzonych do produkcji nowych wyrobów, d) ulepszonych wyrobów, e) międzynarodowych certyfikatów jakości. Przeprowadzone badania potwierdzają hipotezę, że presja ze strony konkurentów wpływa stymulująco na aktywność innowacyjną badanych przedsiębiorstw. Z kolei brak lub minimalna presja ze strony konkurentów powoduje ograniczenie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Wnioski wynikające z artykułu stanowią przyczynek do dyskusji na temat roli konkurencji we wspieraniu aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw z państw rozwijających się.

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwa, innowacyjność, kraje rozwijające się.

1. Wstęp

Innowacja uważana jest jako motor wzrostu¹ i dlatego ważne jest, aby zrozumieć jej determinanty. Istnieje wiele różnych teorii innowacji, które obrazują zależność między konkurencją a aktywnością innowacyjną przedsiębiorstw. Kwestią tą zajmowali się

¹ Romer P. M.: Endogenous Technological Change, *Journal of Political Economy* No 98/1990, pp. 71–102; Aghion P., Howitt P.: A Model of Growth Through Creative Destruction, *Econometrica*, No 60/1992, pp. 323–351; Grossman G. M., Helpman E., Endogenous Innovation in the Theory of Growth, *Journal of Economic Perspectives*, No 8/1994, pp. 23–44.

Dixit i Stiglitz², według których wysoka konkurencja zniechęca do realizacji działalności innowacyjnej. Podobnie wypowiadali się Gilbert i Newberry³, którzy stwierdzili, że przedsiębiorstwa chętniej realizują działalność innowacyjną, jeśli na rynku panuje mniejsza konkurencja. Swoje poglądy uzasadniali tym, że na rynkach, na których panuje większa konkurencja zyski z działalności innowacyjnej są niższe niż na rynkach, na których panuje niższa konkurencja. Odwrotne wnioski wyciągnął Arrow⁴, który twierdził, że działalność innowacyjna w warunkach silnej konkurencji umożliwia osiągnięcie przez przedsiębiorstwo lepszej pozycji konkurencyjnej, a co za tym idzie wyższego zysku. Z kolei Porter⁵ twierdził, że w warunkach braku konkurencji, monopol wręcz zniechęca do prowadzenia działalności innowacyjnej.

W gospodarce rynkowej liczy się konkurowanie nowym produktem, nową technologią, nowym typem organizacji, czy nowym źródłem dostaw. Innowacja to specyficzne narzędzie przedsiębiorczości, które nadaje nowe możliwości tworzenia bogactwa. Dążenie do lepszego wykorzystania istniejącego potencjału, m.in. pracy, wiedzy i kapitału, a także budowanie nowych form przewagi konkurencyjnej poprzez wzrost nakładów na działania prorozwojowe, tj. badania i rozwój, edukację, infrastrukturę społeczeństwa informacyjnego, turystykę⁶ oraz metody ich skutecznego wykorzystania dla celów gospodarczych jest jedynym słusznym rozwiązaniem. Dlatego też coraz częściej spotykamy się z opinią, że innowacje stanowią dla krajów członkowskich UE podstawę trwałego wzrostu gospodarczego. Przyczyniają się one do poprawy warunków ekonomiczno-społecznych, w jakich funkcjonują przedsiębiorstwa⁷. Przyjmuje się, że polityka pomocy państwa w sferze badań i innowacji, może się przyczynić do zwiększenia innowacyjności gospodarki, nie tylko poprzez ochronę konkurencyjności rynkowej produktów jako stymulatora innowacyjności, ale również poprzez ustanowienie ram ułatwiających Państwom Członkowskim opracowanie skutecznych form pomocy na rzecz innowacji⁸.

² Dixit A.K., Stiglitz J.E.: Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity, *American Economic Review*, June, Vol 67, No 3, 1977, s. 297-308.

³ Gilbert R.J., Newberry D.M.G.: Preemptive patenting and the persistence of monopoly, *American Economic Review*, June, Vol 72, No 3, 1982, s. 514-526;

⁴ Arrow K.J.: Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, w: *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors*, National Bureau of Economic Research, Princeton 1962, s. 609-626.

⁵ Porter M.E.: *Competitive Advantage of Nations, Creating and Sustaining Superior*, Simon and Schuster, New York, 2011.

⁶ Brelik A.: *Rural Tourism development in Poland*. Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu. Roczniki Naukowe tom XI zeszyt VI Warszawa-Poznań-Olsztyn s. 17-20, 2009.

⁷ Tomaszewski M., Brelik A.: *Wybrane determinanty kształtujące współpracę innowacyjną przedsiębiorstw przemysłowych z jednostkami pań i szkołami wyższymi na terenie polski północno-zachodniej*. Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu research nr 305, s.50-61, 2013.

⁸ Chyłek E.K.: *Problematyka innowacji w Unii Europejskiej*, Financing Polish Science, Herba Polonica, vol. 52, 2006.

2. Metodyczne aspekty prowadzonych badań

Dane empiryczne, w oparciu o które wykonano obliczenia i następnie zinterpretowano uzyskane wyniki, pozyskano w trakcie 4 tury badań otoczenia biznesu, przeprowadzonych w latach 2008-2009 na zlecenie Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju (EBOR) oraz Banku Światowego. Na terenie państw Grupy Wyszehradzkiej przebadano łącznie 1349 przedsiębiorstw. Ich strukturę w rozbiciu na poszczególne kraje prezentuje poniższa tabela.

Tabela 1. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej

lp	kraj	liczba przedsiębiorstw			
		ogółem	Przetwórczych	zajmujących się handlem detalicznym	pozostałe usługowe
1	Czechy	250	94	90	66
2	Polska	533	172	175	186
3	Słowacja	275	86	97	92
4	Węgry	291	103	105	83
Razem		1349	455	467	427

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych w trakcie badania BEEPS 2009

W badaniu wzięły udział przedsiębiorstwa handlowe, usługowe i przemysłowe, które zatrudniają minimum 5 pracowników na pełnym etacie. Wszelkiego rodzaju urzędy, w tym wojsko, policję służbę zdrowia i edukację wykluczono. Badaniu poddano przedsiębiorstwa zaliczane do następujących sektorów według klasyfikacji ISIC Rev 3.1:

- grupa D – przedsiębiorstwa zajmujące się działalnością przetwórczą,
- grupa F – przedsiębiorstwa zajmujące się działalnością budowlaną,
- grupy G i H – przedsiębiorstwa zajmujące się działalnością usługową,
- grupa I – przedsiębiorstwa zajmujące się gospodarką transportową, magazynową i łącznością.

W badaniu nie uwzględniono przedsiębiorstw zaliczanych do grup: J i K (pośrednictwo finansowe i wynajmem nieruchomości) z wyjątkiem podsektora 72, który obejmuje działalność IT. Ponadto w badaniu nie uwzględniono przedsiębiorstw, które zajmują się działalnością rolniczą i górnictwem⁹.

Przeprowadzona analiza posiada charakter statyczny i dotyczy lat 2006-2008, co jest zgodne ze standardami metodologicznymi opisanymi w Podręczniku Oslo¹⁰. W celu przyjęcia lub odrzucenia postawionych hipotez badawczych, jako zmienne niezależne przyjęto:

- a) presję ze strony konkurentów krajowych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów,
 - b) presję ze strony konkurentów zagranicznych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów,
 - c) presję ze strony konkurentów krajowych na obniżenie kosztów produkcji,
 - d) presję ze strony konkurentów zagranicznych na obniżenie kosztów produkcji.
- Wszystkie wymienione zmienne niezależne były dodatkowo zróżnicowane ze

⁹ Szczegółowy opis doboru przedsiębiorstw do badania został zamieszczony na stronie:

<http://www.enterprisesurveys.org/Methodology>.

¹⁰ Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretowania danych dotyczących innowacji. Wydanie III.

względem na intensywność oddziaływania. Z tego względu wyróżniono: brak presji, minimalną presję, dość silną presję oraz bardzo silną presję. Łącznie dało to 16 zmiennych niezależnych. Z kolei jako zmienne zależne przyjęto fakt wystąpienia w przedsiębiorstwie: a) działalności inwestycyjnej, b) działalności B+R, c) wdrożenia nowych produktów, d) ulepszania dotychczas wytwarzanych produktów, e) pozyskania międzynarodowych certyfikatów jakości dla wytwarzanych produktów.

Wymienione powyżej zmienne stanowią odzwierciedlenie pytań, które były zamieszczone w kwestionariuszu ankietowym skonstruowanym na zlecenie EBOR oraz Banku Światowego. Pytania te miały charakter zamknięty, czyli istniała możliwość zaznaczenia właściwej odpowiedzi z listy potencjalnych możliwości.

Przyjęte w badaniu zmienne zależne i niezależne miały charakter dychotomiczny, co oznacza, że przyjmowały wartości równe albo 0 albo 1. W przypadku zmiennych opisujących aktywność innowacyjną oznacza to, że albo dany rodzaj aktywności innowacyjnej przedsiębiorstwa wystąpił (w takiej sytuacji zmienna przyjmowała wartość równą 1), albo nie (w takiej sytuacji zmienna przyjmowała wartość równą 0). Przyjęcie przez zmienne zależne i niezależne wartości dychotomicznych powoduje, że nie można wykorzystać najpopularniejszych metod modelowania, do których zalicza się między innymi regresję wieloraką.

Na potrzeby niniejszego opracowania obliczenia zostały przeprowadzone przy wykorzystaniu oprogramowania Statistica. Łącznie w ramach wszystkich państw Grupy Wyszehradzkiej wykonano 320 modeli, z których 64 były statystycznie istotne i które zostały w dalszej części opracowania zaprezentowane i omówione.

Ze względu na zastosowanie modeli uwzględniających tylko jeden czynnik do interpretacji badanych zależności zaprezentowano modele w postaci strukturalnej. Kluczowe znaczenie posiadał znak stojący przy parametrze. Dodatni informował, że prawdopodobieństwo wystąpienia danego rodzaju aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwie narażonym na presję określonej intensywności ze strony konkurentów było wyższe niż prawdopodobieństwo wystąpienia danego rodzaju aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach narażonych na presję ze strony konkurenta o innej intensywności niż w pierwszym przypadku. Z kolei znak ujemny oznaczał, że prawdopodobieństwo wystąpienia danego rodzaju aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach narażonych na presję określonej intensywności ze strony konkurenta było niższe niż prawdopodobieństwo wystąpienia danego rodzaju aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach narażonych na presję ze strony konkurenta o innej intensywności niż w pierwszym przypadku¹¹.

Na potrzeby artykułu przyjęto następujące hipotezy badawcze:

Hipoteza 1: Dość silna lub bardzo silna presja ze strony konkurentów krajowych i zagranicznych na wprowadzenie przez przedsiębiorstwa do produkcji nowych wyrobów wpływa stymulująco na aktywność innowacyjną tych przedsiębiorstw;

¹¹ Szerzej na temat metodycznych aspektów prowadzonych badań można przeczytać w: Szopik-Depczyńska K., Świadek A.: Innovative Mechanisms in Territorial Industrial Systems - Western Pomerania Case, *Folia Oeconomica Stetinensia* 1/2012, pp. 180-182; Tomaszewski M.: Chosen factors influencing coopetition in western Poland in the 2009-2011 period, *Acta Scientiarum Polonorum, Seria Oeconomia*, Vol 4, 2013, s. 123-131.

Hipoteza 2: Brak lub minimalna presja ze strony konkurentów krajowych i zagranicznych na wprowadzenie przez przedsiębiorstwa do produkcji nowych wyrobów wpływa destymulująco na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej;

Hipoteza 3: Bardzo silna presja ze strony konkurentów krajowych i zagranicznych na obniżenie przez przedsiębiorstwo kosztów produkcji wpływa stymulująco na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej;

Hipoteza 4: Brak lub minimalna presja ze strony konkurentów zagranicznych na obniżenie przez przedsiębiorstwo kosztów produkcji wpływa destymulująco na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej;

Hipoteza 5: Prawdopodobieństwo wystąpienia aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach narażonych na przynajmniej minimalną presję ze strony konkurentów zagranicznych jest wyższe niż prawdopodobieństwo wystąpienia aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach narażonych na przynajmniej minimalną presję ze strony konkurentów krajowych.

3. Wpływ zmiennej „presja ze strony konkurentów na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów” na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej

W wyniku przeprowadzonych obliczeń udało się uzyskać 30 modeli probitowych, które obrazują wpływ zmiennej niezależnej „presja ze strony konkurentów na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów” na poszczególne atrybuty aktywności innowacyjnej. Z liczby tej tylko 6 modeli opisywało wpływ presji ze strony konkurentów krajowych na poszczególne atrybuty aktywności innowacyjnej, natomiast zdecydowana większość, bo aż 24 modele, obrazowały wpływ presji ze strony konkurentów zagranicznych na poszczególne atrybuty aktywności innowacyjnej. Uzyskane modele zostały zaprezentowane w poniższych tabelach.

Tabela 2. Wpływ różnej intensywności „presji ze strony konkurentów krajowych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów” na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej.

państwo	Atrybut innowacyjności	model	p ₁	p ₂
Brak presji na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów				
Czechy	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	-0,49x+0,37	0,20	0,37
Węgry	Działalność inwestycyjna	-0,33x+0,34	0,50	0,63
Węgry	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	-0,34x+0,67	0,63	0,75
Czechy	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	-0,45x+0,78	0,63	0,78
Dość silna presja na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów				
Czechy	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	+0,48x+0,61	0,86	0,73
Bardzo silna presja na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów				
Słowacja	Działalność inwestycyjna	+0,44x+0,18	0,73	0,57

gdzie:

P₁ – prawdopodobieństwo wystąpienia danego zjawiska w badanej grupie przedsiębiorstw,

P₂ - prawdopodobieństwo wystąpienia danego zjawiska w pozostałych grupach przedsiębiorstw,

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych BEEPS

Z powyższej tabeli wynika, że „brak presji ze strony konkurentów krajowych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów” wpływa destymulująco na: wdrożenie w przedsiębiorstwach międzynarodowych certyfikatów jakości, działalność inwestycyjną oraz ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów. Omawiane zależności zaobserwowano zarówno na terenie Czech jak i Węgier.

Natomiast wystąpienie zmiennej niezależnej o dość silnej intensywności lub bardzo silnej intensywności wpływało stymulująco na ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów oraz na działalność inwestycyjną. Zależności te wystąpiły na terytorium Czech jak i Słowacji.

Analizując zaprezentowane w powyższej tabeli modele na uwagę zasługuje dominująca rola modeli destymulujących. Oznacza to, że brak presji ze strony konkurentów krajowych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów wpływa wyraźnie destymulująco na działalność innowacyjną, natomiast dość silna i bardzo silna presja ze strony konkurentów krajowych wpływa stymulująco tylko na nieliczne atrybuty aktywności innowacyjnej.

Nieco odmiennie wygląda ilość i struktura modeli obrazujących wpływ zmiennych niezależnych związanych z „presją ze strony konkurentów zagranicznych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów” na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej, co obrazuje poniższa tabela.

Tabela 3. Wpływ różnej intensywności „presji ze strony konkurentów zagranicznych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów” na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej.

państwo	Atrybut innowacyjności	model	p ₁	p ₂
Brak presji na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów				
Polska	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	-0,71x-0,34	0,15	0,37
Słowacja	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	-0,68x-0,01	0,25	0,50
Słowacja	Działalność B+R	-0,79x-0,25	0,15	0,40
Polska	Działalność B+R	-0,41x-0,47	0,19	0,32
Słowacja	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	-0,44x+0,20	0,41	0,58
Polska	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	-0,38x+0,35	0,49	0,64
Słowacja	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	-0,38x+0,64	0,60	0,74
Węgry	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	-0,38x+0,74	0,64	0,77
Minimalna presja na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów				
Słowacja	Działalność inwestycyjna	-0,48x+0,34	0,44	0,63
Dość silna presja na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów				
Słowacja	Działalność B+R	+0,48x-0,64	0,44	0,26
Polska	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,40x-0,66	0,40	0,25
Słowacja	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,71x-0,44	0,61	0,33
Polska	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	+0,36x+0,13	0,69	0,55
Słowacja	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	+0,37x-0,06	0,62	0,48
Bardzo silna presja na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów				
Polska	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,31x-0,63	0,37	0,26
Węgry	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,42x-0,50	0,47	0,31
Słowacja	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,47x-0,33	0,55	0,37
Polska	Działalność B+R	+0,46x-0,71	0,40	0,24
Słowacja	Działalność B+R	+0,79x-0,65	0,56	0,26

Czechy	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	$+0,52x - 0,04$	0,69	0,48
Węgry	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	$+0,54x - 0,03$	0,69	0,49
Słowacja	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	$+0,62x - 0,07$	0,71	0,47
Polska	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	$+0,45x + 0,13$	0,72	0,55
Słowacja	Działalność inwestycyjna	$+0,77x + 0,15$	0,82	0,56

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych BEEPS

Z powyższej tabeli wynika, że brak presji lub tylko minimalna presja ze strony konkurentów zagranicznych wpływa destymulująco na wszystkie badane atrybuty aktywności innowacyjnej. Uzyskane modele obrazowały prawidłowości zachodzące na terytorium Polski, Słowacji oraz Węgier.

Z kolei dość silna lub bardzo silna presja ze strony konkurentów zagranicznych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów wpływa stymulująco na: wdrożenie do produkcji nowych wyrobów, wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości, działalność B+R oraz działalność inwestycyjną. Zaobserwowany stymulujący wpływ dość silnej lub bardzo silnej presji ze strony konkurentów zagranicznych miał miejsce we wszystkich państwach Grupy Wyszehradzkiej.

4. Wpływ zmiennej „presja ze strony konkurentów na obniżenie kosztów produkcji ” na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej

W przypadku zmiennej niezależnej „presja ze strony konkurentów krajowych na obniżenie kosztów produkcji” na poszczególne atrybuty aktywności innowacyjnej udało się uzyskać 12 modeli statystycznie istotnych, które zostały zaprezentowane w poniższej tabeli.

Tabela 4. Wpływ różnej intensywności „presji ze strony konkurentów krajowych na obniżenie kosztów produkcji” na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej.

państwo	Atrybut innowacyjności	model	p ₁	p ₂
Brak presji na obniżenie kosztów produkcji				
Węgry	Działalność B+R	$-0,43x - 0,58$	0,16	0,28
Słowacja	Działalność B+R	$-0,47x - 0,43$	0,19	0,33
Czechy	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	$-0,52x - 0,35$	0,19	0,36
Słowacja	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	$-0,45x + 0,12$	0,37	0,55
Polska	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	$-0,33x + 0,27$	0,47	0,61
Węgry	Działalność inwestycyjna	$-0,32x + 0,34$	0,51	0,63
Minimalna presja na obniżenie kosztów produkcji				
Polska	Działalność inwestycyjna	$-0,23x + 0,46$	0,59	0,68
Dość silna presja na obniżenie kosztów produkcji				
Polska	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	$+0,32x + 0,15$	0,68	0,58
Węgry	Działalność inwestycyjna	$+0,46x + 0,13$	0,72	0,55
Czechy	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	$+0,46x + 0,54$	0,84	0,71
Bardzo silna presja na obniżenie kosztów produkcji				
Węgry	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	$+0,42x - 0,51$	0,47	0,30
Polska	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	$+0,30x + 0,13$	0,67	0,55

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych BEEPS

Z powyższej tabeli wynika, że brak lub minimalna presja ze strony konkurentów krajowych wpływały destymulująco na: działalność B+R, działalność inwestycyjną, wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości oraz na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów. Nie odnotowano jedynie negatywnego wpływu braku lub minimalnej presji ze strony konkurentów krajowych na ulepszanie dotychczas wytwarzanego wyrobu. Zaobserwowane zależności wystąpiły na terenie wszystkich państw z Grupy Wyszehradzkiej.

Z kolei dość silna lub bardzo silna presja ze strony konkurentów krajowych wpływała stymulująco na: ulepszenie dotychczas wytwarzanych wyrobów, wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości, wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów oraz na działalność inwestycyjną. Nie odnotowano jedynie stymulującego wpływu dość silnej lub bardzo silnej presji ze strony konkurentów krajowych na działalność B+R. Zaobserwowane zależności wystąpiły tym razem na terenie Czech, Polski oraz Węgier.

Kolejna tabela obrazuje wpływ zmiennej niezależnej „presja ze strony konkurentów zagranicznych na obniżenie kosztów produkcji” na poszczególne atrybuty aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej. W wyniku przeprowadzonych obliczeń udało się uzyskać 22 modele statystycznie istotne, które zostały zaprezentowane w kolejnej tabeli.

Tabela 5. Wpływ różnej intensywności „presji ze strony konkurentów zagranicznych na obniżenie kosztów produkcji” na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej.

państwo	Atrybut innowacyjności	model	p ₁	p ₂
Brak presji na obniżenie kosztów produkcji				
Polska	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	-0,73x-0,32	0,15	0,37
Słowacja	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	-0,80x+0,04	0,22	0,51
Słowacja	Działalność B+R	-0,70x-0,27	0,17	0,40
Słowacja	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	-0,44x+0,20	0,41	0,58
Polska	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	-0,36x+0,35	0,50	0,64
Słowacja	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	-0,39x+0,65	0,60	0,74
Minimalna presja na obniżenie kosztów produkcji				
Polska	Działalność B+R	-0,35x-0,55	0,19	0,29
Czechy	Działalność inwestycyjna	-0,50x+0,27	0,41	0,61
Słowacja	Działalność inwestycyjna	-0,57x+0,37	0,42	0,65
Dość silna presja na obniżenie kosztów produkcji				
Polska	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,43x-0,67	0,41	0,25
Węgry	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,38x-0,52	0,44	0,30
Słowacja	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,68x-0,41	0,60	0,34
Słowacja	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	+0,51x-0,08	0,67	0,47
Słowacja	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	+0,64x+0,36	0,84	0,64
Bardzo silna presja na obniżenie kosztów produkcji				
Polska	Wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości	+0,34x-0,63	0,39	0,27
Polska	Działalność B+R	+0,58x-0,72	0,45	0,24
Słowacja	Działalność B+R	+0,76x-0,64	0,55	0,26
Słowacja	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	+0,47x-0,04	0,67	0,48
Polska	Wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu	+0,56x+0,12	0,75	0,55
Słowacja	Działalność inwestycyjna	+0,52x+0,19	0,76	0,58

Polska	Działalność inwestycyjna	+0,41x+0,31	0,76	0,62
Węgry	Ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów	+0,51x+0,51	0,85	0,69

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych BEEPS

Podobnie jak w przypadku presji ze strony konkurentów krajowych brak presji ze strony konkurentów zagranicznych wpływa destymulująco na prawie wszystkie badane aspekty aktywności innowacyjnej, czyli na: wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości, wdrożenie nowych produktów, ulepszenie dotychczas wytwarzanych wyrobów oraz na działalność B+R. Zaobserwowane prawidłowości wystąpiły na terenie Polski i Słowacji. Natomiast minimalna presja ze strony konkurentów wpływa destymulująco wyłącznie na aspekt inwestycyjny, bez aspektu implementacyjnego, co miało miejsce na terenie Czech, Polski i Słowacji. Z kolei dość silna presja ze strony konkurentów zagranicznych wpływa stymulująco na aspekt implementacyjny aktywności innowacyjnej, czyli na: wdrożenie międzynarodowych certyfikatów jakości, wprowadzenie do produkcji nowego wyrobu oraz ulepszenie dotychczas wytwarzanych produktów.

Natomiast bardzo silna presja ze strony konkurentów zagranicznych wpływa stymulująco na oba aspekty działalności innowacyjnej, czyli inwestycyjny i implementacyjny, co miało miejsce na terenie Polski, Słowacji i Węgier.

5. Zakończenie

Analizując zaprezentowane w powyższych tabelach modele probitowe można potwierdzić słuszność przyjętych hipotez 1-4. W przypadku pierwszej i trzeciej hipotezy, wystąpienie dość silnej lub bardzo silnej presji ze strony konkurentów krajowych i zagranicznych zarówno na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów jak i na obniżenie kosztów produkcji wpływa stymulująco na aktywność innowacyjną przedsiębiorstw zlokalizowanych na terenie państw Grupy Wyszehradzkiej. Potwierdzeniem takiej prawidłowości jest wyższe prawdopodobieństwo wystąpienia danego aspektu aktywności innowacyjnej przy dość silnej lub bardzo silnej presji ze strony konkurentów w porównaniu do prawdopodobieństwa wystąpienia tego samego aspektu przy innej presji ze strony konkurentów niż dość silna lub bardzo silna.

Z hipotezami nr 1 i 3 ściśle są związane hipotezy 2 i 4 zgodnie, z którymi brak lub minimalna presja ze strony konkurentów krajowych i zagranicznych na „wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów” lub na „obniżenie kosztów produkcji” wpływają destymulująco na badane aspekty aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw z państw Grupy Wyszehradzkiej. Potwierdzeniem prawidłowości sformułowanych w hipotezach nr 2 i 4 jest niższe prawdopodobieństwo wystąpienia danego aspektu aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach, na które nie była wywierana lub była tylko w minimalnym stopniu wywierana presja ze strony konkurentów w porównaniu do prawdopodobieństwa wystąpienia danego aspektu aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach, na które wywierana była dość silna lub bardzo silna presja ze strony konkurentów. Porównując wpływ obu zmiennych niezależnych (presji na wprowadzenie nowych wyrobów i presji na obniżenie kosztów produkcji) na uwagę zasługuje bardziej intensywny wpływ presji ze strony konkurentów zagranicznych niż ze strony konkurentów krajowych. Przejawia się to na dwa sposoby. Po pierwsze, w przypadku presji ze strony konkurentów zagranicznych udało się uzyskać większą liczbę modeli i to na terytorium większej liczby państw. Po drugie prawdopodobieństwo wystąpienia danego atrybutu aktywności inno-

wacyjnej przy tej samej intensywności presji i w tym samym państwie jest większe w przypadku presji ze strony konkurentów zagranicznych niż w przypadku presji ze strony konkurentów krajowych. W przypadku zmiennej niezależnej „presja ze strony konkurentów na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów” wyższe wartości osiągało prawdopodobieństwo ulepszanie dotychczas wytwarzanych produktów na terenie Węgier, przy presji ze strony konkurentów o przynajmniej minimalnej intensywności. Ta sama prawidłowość wystąpiła również na Słowacji w przypadku wpływu bardzo silnej presji ze strony konkurentów na prowadzenie działalności inwestycyjnej. Z kolei w przypadku wywierania przynajmniej minimalnej presji ze strony konkurentów na obniżenie kosztów produkcji wyższe wartości osiągało prawdopodobieństwo: wystąpienia działalności B+R (na terenie Słowacji) oraz wprowadzenia do produkcji nowego wyrobu (na terenie Słowacji i Polski) przy braku presji ze strony konkurentów. Prawidłowość ta jest widoczna również w przypadku wpływu presji o bardzo silnej intensywności na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów, co miało miejsce na terenie Polski.

Na zakończenie warto również zwrócić uwagę, że w odniesieniu do konkurentów krajowych dominują modele probitowe, które obrazują wpływ braku presji lub minimalnej presji na poszczególne atrybuty aktywności innowacyjnej. Świadczy to o tym, że przedsiębiorstwa w poszczególnych państwach Grupy Wyszehradzkiej najczęściej nie traktują działań swoich krajowych konkurentów jako zagrożenie, które zmusiłoby je do bardziej intensywnego wysiłku w zakresie działalności innowacyjnej. Jedynie w przypadku wywierania dość silnej lub bardzo silnej presji ze strony konkurentów krajowych na wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów przedsiębiorstwa ulepszają dotychczas wytwarzane wyroby lub realizują przedsięwzięcia inwestycyjne. Opisane prawidłowości zaobserwowano na terenie Czech oraz Słowacji. Natomiast bardziej istotna jest presja ze strony konkurentów krajowych na obniżenie kosztów produkcji. W sytuacji, gdy konkurencja obniża koszty produkcji przedsiębiorstwa podejmują działania „odwetowe” w postaci: wprowadzenia do produkcji nowego wyrobu, ulepszenia dotychczas wytwarzanego wyrobu, wdrażają międzynarodowe certyfikaty jakości lub realizują nowe przedsięwzięcia inwestycyjne.

Literatura

1. Aghion P., Howitt P.: A Model of Growth Through Creative Destruction, *Econometrica*, 60/1992.
2. Arrow K.J.: Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, w: *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors*, National Bureau of Economic Research, Princeton 1962.
3. Brelik A.: *Rural Tourism development in Poland*. Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu. Roczniki Naukowe tom XI zeszyt VI Warszawa-Poznań-Olsztyn s. 17-20, 2009.
4. Chyłek E.K.: *Problematyka innowacji w Unii Europejskiej*, Financing Polish Science, Herba Polonica, vol. 52, 2006.
5. Dixit A.K., Stiglitz J.E.: Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity, *American Economic Review*, June, Vol 67, No 3, 1977.
6. Gilbert R.J., Newberry D.M.G.: Preemptive patenting and the persistence of monopoly, *American Economic Review*, June, Vol 72, No 3, 1982.
7. Grossman G. M., Helpman E.: Endogenous Innovation in the Theory of Growth, *Journal of Economic Perspectives*, No 8/1994.

8. Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretowania danych dotyczących innowacji. Wydanie III.
9. Porter M.E.: *Competitive Advantage of Nations, Creating and Sustaining Superior*, Simon and Schuster, New York, 2011.
10. Romer, P. M., 1990, 'Endogenous Technological Change', *Journal of Political Economy* 98.
11. Szopik-Depczyńska K., Świadek A.: Innovative Mechanisms in Territorial Industrial Systems - Western Pomerania Case, *Folia Oeconomica Stettinensia* 1/2012, pp. 180-182;
12. Tomaszewski M.: Chosen factors influencing coopeition in western Poland in the 2009-2011 period, *Acta Scientiarum Polonorum, Seria Oeconomia*, Vol 4, 2013, s. 123-131.
13. Tomaszewski M., Brelik A.: *Wybrane determinanty kształtujące współpracę innowacyjną przedsiębiorstw przemysłowych z jednostkami pań i szkołami wyższymi na terenie polski północno-zachodniej*. Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu research nr 305, s.50-61, 2013

Summary

Article was written based on empirical data collected during the fourth round of research on the business environment conducted in 2008-2009 at the request of the European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) and the World Bank. Within the Visegrad countries studied, including 1349 enterprises. The main objective of this article was to analyze the influence of the intensity of the pressure from competitors on innovation activities. This article takes into account both the pressure from competitors in the introduction of new products by the company as well as pressure from competitors by the company to reduce production costs.

Our audit is static and covers the period 2006-2008. Part of the article is based on methodical probit modeling. To reject or verify a positive test hypotheses assumed independent variables of varying intensity: a) pressure from competitors to introduce the company to produce new products, b) pressure from competitors by the company to reduce production costs. The dependent variables were adopted as the existence of the enterprise: a) investing activities, b) R & D, c) introduced new products into production, d) improved products, e) international quality certificates. The study supports the hypothesis that pressure from competitors stimulates the activity of innovative surveyed enterprises. The lack of or minimal pressure from competitors reduces the innovative activities of enterprises. Conclusions from the article are a contribution to the discussion on the role of competition in promoting innovation activity of enterprises from developing countries.

Informacja o autorach:

dr Marek Tomaszewski

Wydział Ekonomii i Zarządzania
Zakład Innowacji i Przedsiębiorczości
Uniwersytet Zielonogórski
ul. Podgórna 50, 65-246 Zielona Góra
e-mail: m.tomaszewski@wez.uz.zgora.pl

dr Agnieszka Brelik

Wydział Ekonomiczny
Zakład Polityki Gospodarczej i Turystyki
ul. Żołnierska 47/106, 71-210 Szczecin
e-mail: agnieszka.brelik@zut.edu.pl