

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Turystyka i Rozwój Regionalny

Kierunki i wyzwania rozwoju regionalnego

Redakcja naukowa

Krystyna Krzyżanowska i Jan Zawadka

2018

nr 10

Wydawnictwo SGGW

Rada Programowa

Jarosław Gołębiowski – SGGW w Warszawie
Ivan Mostoviak – Uman National University of Horticulture (Ukraina)
Lubov Mykhaylova – Sumy National Agrarian University (Ukraina)
Vitaliy Rybchak – Uman National University of Horticulture (Ukraina)
Jan Sikora – Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Izabella Sikorska-Wolak, PSW w Białej Podlaskiej
Olga Slavkova – Sumy National Agrarian University (Ukraina)
Josu Takala – University of Vaasa (Finlandia)
Andrzej Wiatrak – Uniwersytet Warszawski
Brigita Žuromskaite – Mykolas Romeris University (Litwa)

Komitet Redakcyjny

Krystyna Krzyżanowska – redaktor naczelny
Jan Zawadka – sekretarz redakcji
Redaktorzy tematyczni:
Turystyka – Henryk Tracz, Irena Ozimek, Agata Balińska
Doradztwo i przedsiębiorczość – Anna J. Parzonko, Anna Sieczko
Zarządzanie informacją – Joanna Paliszkiwicz, Ewa Jaska, Agnieszka Werenowska, Ewa Stawicka
Rozwój regionalny – Zbigniew Brodziński, Iwona Kowalska
Redaktor językowy (język polski) – Agata Cienkusz
Redaktor językowy (język angielski) – Christian Richter
Redaktor statystyczny – Joanna Kisielewska

Recenzenci TiRR za 2018 rok

Berat Akinci, Theophilus Anderson, Agata Balińska, Małgorzata Bogusz, Susran Erkan Enoğlu, Piotr Gabryjończyk, Hüseyin Gümüş, Anna Ivolga, Mikołaj Jalinik, Emilia Janeczko, Ewa Jaska, Anna Jęczmyk, Marzena Kacprzak, Alfreda Kamińska, Vitalii Nahorny, Agnieszka Parlińska, Anna J. Parzonko, Oksana Penkova, Joanna Pietrzak-Zawadka, Marcin Ratajczak, Michał Roman, Vasyl K. Savchuk, Leszek Sieczko, Ewa Stawicka, Yılmaz Toktaş, Renata Tomaszewska-Lipiec, Jarosław Uglis, Agnieszka Werenowska, Monika Wojcieszak, Barbara Wyrzykowska, Jan Zawadka

Redakcja czasopisma

Turystyka i Rozwój Regionalny
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk Ekonomicznych
Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa
tel.: (+48 22) 59 34 151, tel./fax: (+48 22) 59 34 202
e-mail: tirr@sggw.pl

Projekt okładki – Ewa Maj

Wersja papierowa czasopisma jest wersją pierwotną.

ISSN 2353-9178 e-ISSN 2543-8859
ISBN 978-83-7583-846-6

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: ZAPOL sp.j., al. Piastów 42, 71-062 Szczecin

Spis treści

Contents

Agata Balińska, Wioletta Olejniczak

Pasażerski transport kolejowy w ocenie jego użytkowników
Passenger railway transport in the assessment of its users 5

Olena Bohdaniuk

Priorities of strategic development of horticulture in Ukraine 13

Andrii Doronin, Olena Rybchak, Olena Polishchuk

Crop production as the basis of the production of alternative fuels 23

Paweł Dziemdziała

Rynek pracy w województwie łódzkim 33
Labor market in the Łódź Voivodship

Anna Maria Krzyżanowska

Formy aktywności ruchowej preferowane przez studentów uczelni warszawskich 43
Forms of physical activity preferred by students of Warsaw universities

Izabela Kwil

Szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska” 53
„Tastes of Lower Silesia” culinary route

Krzysztof Łukaszuk

Rozwój bankowości spółdzielczej w Polsce 65
The development of cooperative banking in Poland

Olena Sakovska, Vitalii Rybchak

Methodological aspects of the formation of competitive advantages
of a regional tourist product 75

Anna Siczko, Anna Justyna Parzonko

Wsparcie instytucjonalne promocji turystyki wiejskiej 85
Institutional support for promotion of rural tourism

Bartłomiej Trajer, Marzena Trajer

Wspieranie innowacji w sektorze rolnym 97
Support of innovations in the agricultural sector

Lesia Voliak, Nadiia Sergiychuk

The modern state and trends of development of milk market in Ukraine
in the agricultural sector 109

Tetiana Zosymenko, Vitalii Rybchak

Opportunities to increase Ukrainian export competitiveness
in the European Union market 117

Agata Balińska✉, Wioletta Olejniczak

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Pasażerski transport kolejowy w ocenie jego użytkowników

Streszczenie. Transport kolejowy jest wciąż popularnym środkiem przemieszczania się ludzi na małe i duże odległości. Jest to związane z dywersyfikacją oferty przewoźników kolejowych. Celem badań było określenie, które czynniki decydują o wyborze tego środka transportu oraz poszczególnych przewoźników. Zaprezentowane wyniki badań ankietowych pokazały różnice w postrzeganiu poszczególnych przewoźników, kryteria ich wyboru oraz elementy wymagające usprawnień.

Słowa kluczowe: transport kolejowy, pasażer, ocena, PKP

Wstęp

Transport kolejowy obejmuje przede wszystkim przewozy pasażerów oraz ładunków po liniach kolejowych, czyli specjalnie przygotowanej do tego celu infrastrukturze transportowej, w której skład wchodzi stacje (w tym dworce kolejowe), przystanki, stacje rozrządowe i przeładunkowe¹. Transport ten jest potrzebny podróżnym do wykonywania czynności zawodowych związanych z dotarciem do miejsc pracy, turystycznych i innych.

Duże miasta są szczególnym punktem docelowym podróży wielu osób. Są one miejscem pracy, edukacji, rozwijania zainteresowań i kształtowania umiejętności. Wiąże się to z dojazdem do nich z często znacznie oddalonych miejsc różnymi środkami transportu, w tym pociągami.

W związku z rosnącą liczbą przemieszczających się osób zwiększa się również poziom zmotoryzowania, który dla Warszawy w 2005 roku wyniósł 411 samochodów osobowych na 1000 osób, a w 2015 roku liczba ta wzrosła do 690². Doprowadza to do zatłoczenia ulic oraz szukania alternatywnych środków komunikacji między innymi kolei, która w szybki i bezpieczny sposób umożliwi przemieszczanie się do wybranych miejsc. Wartością nadrzędną przy wyborze środka komunikacji dla pasażerów jest jak najszyb-

¹A. Koźlak: *Ekonomika transportu. Teoria i praktyka gospodarcza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008, s. 34.

²Baza Danych Analiz Samorządowych, www.systemanaliz.pl (dostęp: 09.12.2018).

sza podróż, co przekłada się na ograniczenie kosztów z nią związanych³. Inne kryteria, które brane są pod uwagę, to: cena za przejazd, komfort oraz bezpieczeństwo⁴. Wszystkie z wymienionych spełnia komunikacja kolejowa, której zaletą są także duże możliwości przewozowe i która dysponuje jedną z największych prędkości komunikacyjnych.

Przewozy pasażerskie w zależności od częstotliwości kursowania, prędkości jazdy, odległości pomiędzy poszczególnymi stacjami, liczby podróżnych możemy podzielić na przewozy aglomeracyjne, regionalne i dalekobieżne. Przewozy aglomeracyjne charakteryzują się natężonym ruchem przede wszystkim w dużych aglomeracjach w celu zapewnienia usługi transportowej do ich centrów. Przykładem takiego przewoźnika jest SKM (Szybka Kolej Miejska) czy WKD (Warszawska Kolej Dojazdowa). Przewozy regionalne są ukierunkowane na komunikację między miastami i miejscowościami w określonym regionie. Ich ruch odbywa się w obrębie województwa lub sąsiednich województw. Przykładem są między innymi Koleje Mazowieckie. Przewozy dalekobieżne dotyczą przejazdów międzywojewódzkich pociągami ekspresowymi, TLK, Inter Regio i Inter City⁵.

Transport kolejowy jest dobrem społecznie akceptowanym, jako jeden z niewielu środków transportu, który jest jednocześnie uniwersalny, masowy oraz przyjazny dla środowiska naturalnego poprzez ograniczoną emisję substancji szkodliwych⁶. Należy też pamiętać o istotnych ograniczeniach w korzystaniu z tego środka transportu, w tym o ograniczonej sieci infrastruktury⁷.

Celem badań jest określenie popularności transportu kolejowego oraz wskazanie, które kryteria decydują o wyborze tego środka transportu, w tym wyborze poszczególnych przewoźników.

Przyjęto następujące pytania badawcze:

1. Które kryteria decydują o wyborze transportu kolejowego?
2. Jakie są oczekiwania respondentów wobec przewoźników?

Z uwagi na swoją specyfikę przejazdu pociągami Intercity Pendolino zostały w badaniach potraktowane jako odrębna kategoria.

³I. Tarski: Czynniki czasu w procesie transportowym, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności, Warszawa 1976, s. 11; Q. Zhang, S. Ni, G. Huang, W. Li: Study on optimal allocation of rail transit capacity based on utility of passenger flow transfer and loss, Smart Innovation, Systems and Technologies, Mount Emei China 2019, s. 280–297; B.B. Kasu, G. Chi: Intercity passenger rails: Facilitating the spatial spillover effects of population and employment growth in the United States, 2000–2010, Journal of Urban Planning and Development 2018, nr 144(4), DOI 10.1061/(ASCE)UP.1943-5444.0000477

⁴B. Liberadzki: Transport: popyt, podaż, równowaga, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Informatycznej w Warszawie, Warszawa 1998, s. 13.

⁵M. Zajfert: Specyfika sektora transportu kolejowego i możliwe modele funkcjonowania jego segmentów, Zeszyty Naukowe Zarządzanie Zmianami 2012, nr 3–4, 23–45, s. 29.

⁶J. Barcik, P. Czech: Sytuacja transportu kolejowego w Polsce na przełomie ostatnich lat, część 1, Zeszyty Naukowe PŚ, Transport 2010, nr 67, s. 6.

⁷Szerzej: K. Pietrzak, O. Pietrzak: Ekonomiczne i organizacyjne aspekty transportu kolejowego, [w:] Ekonomiczne i organizacyjne aspekty transportu, I. Urbanyi-Popiołek (red.), Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2013, s. 47–66.

W badaniach wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego, w tym technikę ankiety internetowej. Badania empiryczne zostały przeprowadzone w 2018 roku w ramach przedmiotu „Badania satysfakcji klienta w praktyce”, który jest realizowany na Wydziale Nauk Ekonomicznych SGGW. Przygotowany kwestionariusz ankiety został poddany konsultacjom w ramach wymienionego przedmiotu i udoskonalony. Autorki przeniosły go do formatu Google, a link, dzięki pomocy studentów, został rozesłany do osób korzystających z usług PKP. Po zweryfikowaniu poprawności wypełnienia kwestionariuszy poddano je ilościowej i jakościowej analizie.

Wyniki badań empirycznych

W badaniach wzięło udział 166 osób, w tym 153 osoby (92,2%) korzystały z usług PKP. W analizie uwzględniono tylko tych respondentów. Zdecydowaną większość, bo 77,1% respondentów, stanowiły kobiety oraz osoby w wieku 20–30 lat (88,0%). Pozostali respondenci plasowali się w przedziałach wiekowych: do 20 lat (5,4%), 41–50 (3,0%) oraz po 1,2% w grupach 31–40, 51–60 i 61 i więcej lat. Trzy czwarte respondentów (74,7%) pochodziło z województwa mazowieckiego. Niemal połowa (45,8%) mieszkała w miastach powyżej 250 tys. mieszkańców, co trzeci (30,7%) na wsi, a pozostali w miastach: do 50 tys. mieszkańców (18,1%) oraz 50–250 tys. mieszkańców (5,4%). Struktura wiekowa respondentów miała odzwierciedlenie w ich aktywności zawodowej. Zdecydowana większość studiowała lub uczyła się (62,7%), co piąty (19,9%) łączył naukę z pracą, a pozostali tylko pracowali.

Przyjęto założenie, że posiadanie samochodu osobowego wpływa na korzystanie z komunikacji kolejowej. Ponad połowa respondentów (52,4%) zadeklarowała, że nie ma samochodu osobowego, pozostali mieli i jeździli nim często (22,3%) lub sporadycznie (20,5%), a nieliczni (4,8%) w ogóle nim nie jeździli.

Respondenci z największą częstotliwością korzystali z usług Kolei Mazowieckich, co wynika z tego, iż jest to przewoźnik obsługujący połączenia regionalne, wykorzystywane przede wszystkim przez osoby mieszkające poza Warszawą jako środek dojazdu do miasta i z powrotem (tab. 1). Koleje Mazowieckie (KM), Warszawska Kolej Dojazdowa (WKD) i warszawskie Zakłady Transportu Miejskiego (ZTM) są połączone programem „Wspólny Bilet ZTM-KM-WKD”⁸, który jest bardzo dużym ułatwieniem dla pasażerów.

Zdecydowanie najrzadziej respondenci korzystali z usług Szybkiej Kolei Miejskiej (SKM) i WKD, co jest odzwierciedleniem gęstości tej sieci. Respondenci korzystający z usług PKP Intercity mieszkali w dużych miastach i najczęściej wskazywali na brak samochodu. Relatywnie rzadko wykorzystywane były przez respondentów pociągi Intercity Pendolino, co wynika zapewne ze stosunkowo małej liczby kursów, kursowania tylko na dalekich i określonych trasach oraz wyższych niż w przypadku PKP Intercity czy Tanich Linii Kolejowych (TLK) cen biletu. Jako środek transportu w dojazdach do pracy oraz uczelni i do szkoły przeważała właśnie KM (tab. 2).

⁸Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie, <http://www.ztm.waw.pl> (dostęp: 09.12.2018).

Tabela 1. Częstotliwość korzystania przez respondentów z usług poszczególnych przewoźników (%)

Wyszczególnienie	TLK	Intercity	Intercity Pendolino	KM	SKM	WDK
Codziennie	1,3	1,3	0,0	19,0	9,2	0,0
1–2 razy w tygodniu	10,5	11,8	2,6	15,7	8,5	2,0
Raz w miesiącu	24,2	23,5	5,9	13,1	8,5	2,6
Rzadziej niż raz w miesiącu	27,5	29,4	15,0	13,7	19,6	5,9
Sporadycznie lub nigdy	36,6	34,0	76,5	38,6	54,2	89,5

Źródło: własne badania empiryczne.

Tabela 2. Wiodące powody wyboru poszczególnych przewoźników przez respondentów (%)

Wyszczególnienie	TLK	Intercity	Intercity Pendolino	KM	SKM	WDK
Dojazd do szkoły/uczelni	19,0	18,3	2,6	30,7	17,6	3,9
Dojazd do pracy	3,9	5,9	7,2	20,9	15,0	4,6
Wyjazd wypoczynkowy	28,1	33,3	30,1	5,9	5,9	2,0
Wyjazd do rodziny/ /znajomych	43,1	45,8	17,6	26,8	10,5	5,9
Inne	5,9	5,9	13,1	13,7	20,3	27,5

Respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

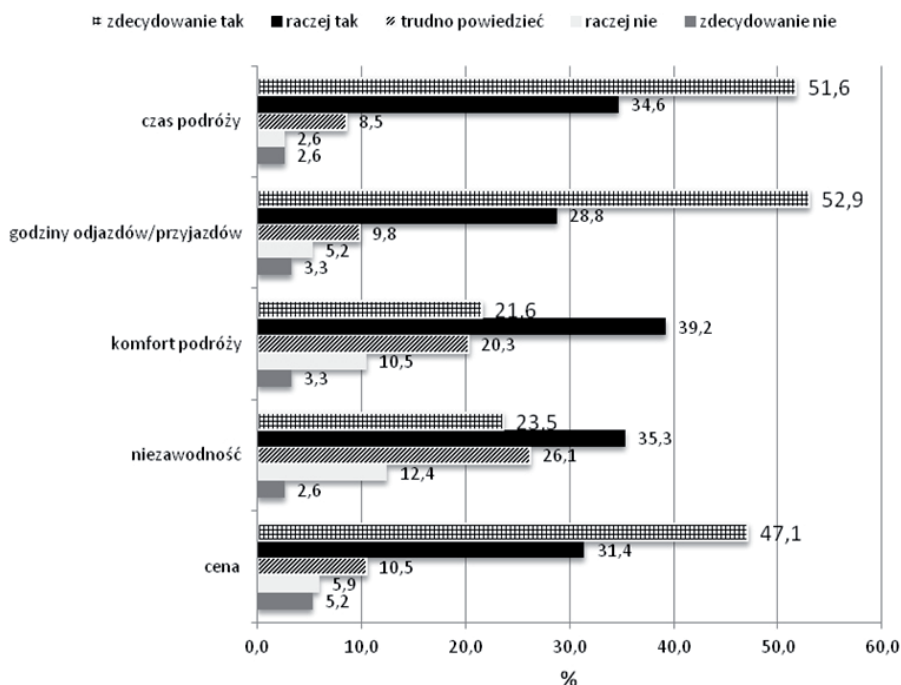
Źródło: własne badania empiryczne.

Tanie Linie Kolejowe oraz PKP Intercity były wykorzystywane przez respondentów przede wszystkim w wyjazdach do znajomych, rodziny lub na wypoczynek. W ocenie respondentów Intercity Pendolino jest środkiem transportu przeznaczonym do wyjazdów turystycznych (tab. 2).

Respondentów zapytano, jakie czynniki decydują o wyborze przewoźnika (rys. 1). Głównymi czynnikami decydującymi o wyborze przewoźnika było umiejscowienie kursów w tabeli odjazdów i/lub przyjazdów, czas podróży oraz cena. Respondenci najczęściej korzystali z biletów jednorazowych (73,9%) oraz miesięcznych (25,5%), a aż 84,4% korzystało też z ulg w środkach transportu. W opinii co trzeciego respondenta (33,1%) cena biletów jest adekwatna do standardu wyposażenia wagonów. Niewielu mniej ankietowanych, bo 28,6%, było przeciwnego zdania.

Nie odnotowano statystycznie istotnej zależności między znaczeniem poszczególnych czynników a preferowanymi przez respondentów przewoźnikami.

Respondentów poproszono też o wskazanie, które środki transportu w największym stopniu spełniają określone wymagania respondentów (tab. 3). W ocenie respondentów PKP Intercity w większym stopniu niż pozostali przewoźnicy spełnia wymagania w zakresie: punktualności, bezpieczeństwa, komfortu podróży oraz ceny biletu adekwatnej do trasy i jakości środka transportu. Intercity Pendolino jest postrzegany przez



Rysunek 1. Znaczenie poszczególnych czynników przy wyborze przewoźników przez respondentów

Źródło: własne badania empiryczne.

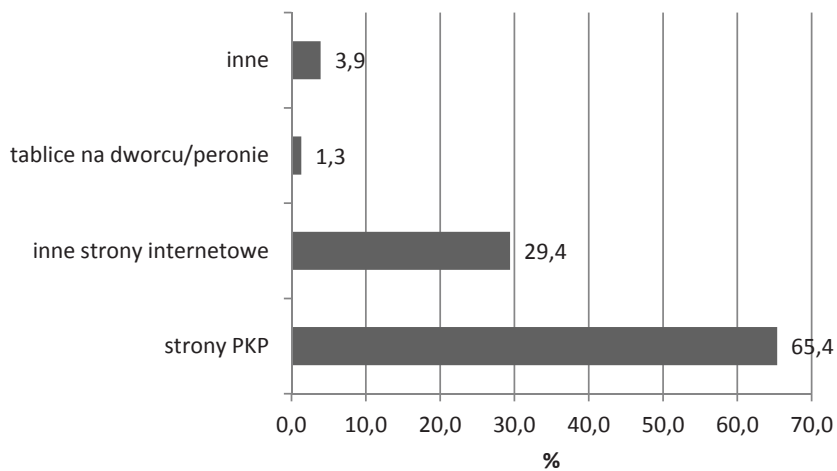
Tabela 3. Przewoźnicy, którzy w największym stopniu spełniają wymagania klientów w ocenie respondentów (%)

Wymagania	Przewoźnicy						Trudno powiedzieć
	TLK	Intercity	Intercity Pendolino	KM	SKM	WDK	
Punktualność	4,6	30,7	16,3	18,3	19,6	4,6	5,9
Bezpieczeństwo	5,2	39,2	26,8	11,8	8,5	2,0	6,5
Niezawodność	3,3	19,6	36,6	10,5	11,1	9,8	9,2
Komfort podróży	3,3	48,4	24,8	7,8	7,8	0,0	7,8
Czystość	3,3	20,9	49,0	9,2	6,5	0,7	10,5
Wysoka jakość obsługi personelu	3,9	22,9	47,1	8,5	4,6	0,0	13,1
Adekwatna do trasy i jakości cena biletu	26,8	31,4	8,5	17,0	10,5	3,3	2,6
Wystarczająca częstotliwość kursowania pociągów	16,3	24,8	3,9	26,8	17,6	3,3	7,2

Źródło: własne badania empiryczne.

respondentów jako przewoźnik, który w największym stopniu spełnia wymagania w zakresie czystości, niezawodność i wysokiej jakości obsługi klientów. Koleje Mazowieckie są postrzegane jako przewoźnik o najkorzystniejszej częstotliwości kursowania (tab. 3).

Przedmiotem badań były też źródła informacji o rozkładach jazdy, z których korzystają respondenci (rys. 2). Respondenci najczęściej korzystali ze strony internetowej PKP, a najrzadziej z informacji dostępnych na dworcach czy peronach.



Rysunek 2. Źródła informacji o rozkładach jazdy preferowane przez respondentów

Źródło: własne badania empiryczne.

Respondentów poproszono również o wskazanie tych elementów, które ich zadaniem należy usprawnić. Najczęściej wymieniano: poprawę punktualności, podawanie konkretnych informacji o czasach opóźnień, wymianę taboru na nowy, łatwiejszy dostęp do informacji dzięki np. wydajnej aplikacji, większą częstotliwość kursowania pociągów, lepsze skorelowanie połączeń również z innymi przewoźnikami, niższe ceny biletów w Intercity Pendolino, zasięg WiFi w pociągach, klimatyzację.

Podsumowanie

Transport kolejowy stanowi atrakcyjną alternatywę dla coraz bardziej czasochłonnego i kosztownego transportu drogowego. Respondenci jako atuty podkreślali przede wszystkim godziny odjazdu i przyjazdu, czas podróży oraz cenę. Zróznicowanie przewoźników pod kątem zasięgu, standardu taboru i częstotliwości kursowania sprawia, że korzystają z niego zarówno osoby wyjeżdżające okazjonalnie na znaczne odległości, jak i codzienni podróżni przemieszczający się między miejscem zamieszkania a miejscem pracy lub nauki. Transport kolejowy jest równocześnie przejawem i czynnikiem rozwoju danego obszaru. Dobrze rozwinięta sieć daje bardzo często możliwości podjęcia pracy zarobkowej bez konieczności zmiany miejsca zamieszkania. Jest to szczególnie ważne

w przypadku mieszkańców małych miejscowości i wsi. Zaprezentowane badania wykazały, że respondenci postrzegają poszczególnych przewoźników poprzez pryzmat różnych korzyści. Z różną częstotliwością korzystają też z ich usług. Co ciekawe relatywnie wysoko ocenili przejazdy Intercity Pendolino, pomimo tego, że ich doświadczenia w korzystaniu z tych przejazdów były najmniejsze. Respondenci wskazali też obszary, które ich zdaniem powinny ulec usprawnieniu i były to przede wszystkim poprawa punktualności, komfortu i usprawnienie systemu informacji o rozkładzie jazdy i zmianach w nim.

Literatura

- Barcik J., Czech P.: Sytuacja transportu kolejowego w Polsce na przełomie ostatnich lat, część 1, Zeszyty Naukowe PŚ, Transport 2010, nr 67, s. 5–12.
- Baza Danych Analiz Samorządowych, www.systemanaliz.pl (dostęp: 09.12.2018).
- Kasu B.B., Chi G.: Intercity passenger rails: Facilitating the spatial spillover effects of population and employment growth in the United States, 2000–2010, *Journal of Urban Planning and Development* 2018, nr 144(4), DOI 10.1061/(ASCE)UP.1943-5444.0000477
- Koźlak A.: *Ekonomika transportu. Teoria i praktyka gospodarcza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008.
- Liberadzki B.: *Transport: popyt, podaż, równowaga*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Informatycznej w Warszawie, Warszawa 1998.
- Pietrzak K., Pietrzak O.: *Ekonomiczne i organizacyjne aspekty transportu kolejowego*, [w:] *Ekonomiczne i organizacyjne aspekty transportu*, I. Urbanyi-Popiołek (red.), Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2013.
- Tarski I.: *Czynnik czasu w procesie transportowym*, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności, Warszawa 1976.
- Zajfert M.: Specyfika sektora transportu kolejowego i możliwe modele funkcjonowania jego segmentów, *Zeszyty Naukowe Zarządzanie Zmianami* 2012, nr 3–4, 23–45, s. 29.
- Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie, <http://www.ztm.waw.pl> (dostęp: 09.12.2018).
- Zhang Q., Ni S. Huang G., Li W.: Study on optimal allocation of rail transit capacity based on utility of passenger flow transfer and loss, *Smart Innovation, Systems and Technologies*, Mount Emei China 2019.

Passenger railway transport in the assessment of its users

Summary. Rail transport is still a popular means of moving people near and far. This is related to the diversification of the railway carriers' offer. The aim of the research was to determine which factors determine the selection of individual carriers. The presented survey results showed differences in the perception of individual carriers, the criteria for their selection and elements requiring improvement.

Key words: railway transport, passenger, assessment, PKP

Olena Bohdaniuk✉

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Priorities of strategic development of horticulture in Ukraine

Summary. Horticulture of Ukraine is an important branch of agricultural production, which provides the country with food, industry – raw materials, population – workplaces. The level of development of this branch of agricultural production is essential for ensuring food security of the country, increasing its export potential. However, assessing the state of horticulture of Ukraine points to negative trends in the development of the industry. The environment of high competition, the change of strategic partners in the market, the lack of state support require a revision of the existing industry strategy. That is why the main purpose of writing the article is consideration of the basic strategic priorities of horticultural development in Ukraine.

Key words: Ukraine, horticulture, fruits, berries, strategic development

Introduction

Horticulture represents 18% of the total value of agricultural production in the EU and uses only 3% of the EU's cultivated land. Due to favourable soil and climatic conditions for growing fruit crops, Ukraine could take an important place among European producers of horticultural products. However, in recent years, the country has noted negative trends in the development of the horticultural industry.

Besides, in recent years, there is a change of geographic structure in export of fruit and vegetable products of Ukraine, connected with economic and political factors. So, during 2013–2016, according to official statistics of Ukraine, there was an increase in exports to the EU countries (EUR +6 million) against the background reduction in supplies to Russia (EUR –17 million). For period from January to July 2018 export to Russia of fresh apples, pears amounted to USD 0.3 thousand. In comparison to Europe – export amounted USD 2,576.9 thousand. Export of fruits to the Russian Federation did not need certification, and Ukrainian farmers had a small interest in certification. However, now there is an urgent need to certificate their production according to GLOBAL G.A.P.

Instable political, economic situation in the country, changes in ownership and management in agriculture of Ukraine, imperfect legislation, the change of strategic partners in the fruit and berry market is not conducive to the development of the domes-

✉ bogdaniuk.o.v@nubip.edu.ua

tic horticultural industry. In order to ensure the competitiveness and sustainability of Ukrainian horticulture in the long term, it is important to consider the main strategic priorities of the industry development.

Literature review

The study of the problem of effective management of horticulture in Ukraine is dedicated to the works of domestic scientists, among which are: O.V. Bohdaniuk, O.Y. Er-makov, T.E. Kondratenko, P.V. Kondratenka, V.A. Ruliev, V.A. Ulanchuk, O.D. Chizh, O.M. Shestopal and other scholars.

P.V. Kondratenko, T.E. Kondratenko, L.O. Barabash associate further development of horticulture in Ukraine with farms. In farms, high results are achieved largely due to combining the functions of the owner, employee and manager in one person that is powerful motivating factor for improving production efficiency¹.

On the necessity of cooperation in horticulture, as a guaranty of further development of the industry, emphasizes V.A. Ruliev. In his point of view, owners of land and property in horticulture and melioration are more profitable to be a member of one multifunctional cooperative, given that plantations are located on irrigated lands. Multifunctional cooperatives have more opportunities for non-profit-making, and for their members, less risk in the market conditions².

The problems of modern development of horticulture in Ukraine are devoted to the works of O.L. Burliyay, A.P. Burliyay, A.O. Harenko. The authors prove that the main direction of radical changes in the economic situation in the horticulture is improving the use of available resources of farms and bioclimatic potential of the regions due to the introduction of intensive resource-saving technologies for growing fruit crops; to expand the network of enterprises specialized in the production of fruits and vegetables berries, improving the placement of gardens, improving the structure of the breed and varietal composition of plantations; expansion of processing and storage of products in places of its cultivation; working out of measures for increase of efficiency of perspective forms of management³.

Achievements of these scientists show that their researches are mainly aimed at studying general issues. However, for successful operation in modern economic conditions, horticultural managers must respond quickly to changes in the environment and make management decisions to ensure sustainable development and competitiveness of the industry, and the country needs a clear strategic development plan for the indus-

¹P.V. Kondratenko, T.Ye. Kondratenko, L.O. Barabash: Stan i perspektyvy rozvytku fermerstva Ukrayiny [Status and prospects of the development of Ukrainian agriculture], *Sadivnytstvo* 2015, No. 69, pp. 5–13.

²V.A. Ruliev: Udoskonalennya zemel'no-maynovykh vidnosyn u sadivnytstvi i na meliorovanykhzemlyakh [Improvement of land-property relations in horticulture and land reclamation], *Kul'tura Narodov Prychernomor'ya* 2003, No. 39, pp. 37–40.

³O.L. Burliyay, A.P. Burliyay, A.O. Kharenko: Suchasnyy stan rozvytku sadivnytstva v Ukrayini [Modern state of orchard development in Ukraine], *Bulletin of Uman National University of Horticulture* 2013, No. 82, pp. 249–259.

try. The objective need for further deepening of scientific and theoretical research and applied developments in solving the problems of theory, methodology and organization of the process of strategic development of horticulture led to the choice of the topic of research, its relevance and practical orientation.

Data and methods

In the process of research were used general scientific, abstract-logical and specific scientific methods and techniques. In particular: dialectical method of knowledge, analysis and synthesis, induction and deduction, systematic approach (for the study of theoretical, methodological and informational basis of horticultural development); comparison, expert assessments, grouping, indexes method, trend analysis (for the evaluation of the current state of Ukrainian horticulture and the prospects for its development).

The information base of the study are statistical data of the State Statistics Service of Ukraine, information and analytical directories and computer databases of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine, Ukrainian State Concern “Ukrsadprom”, personal observations of the author, literary sources on economic theory, statistics, industry economics, accounting, analysis, management, technology of horticultural industry and more. Time period: from 2010 to 2017. Main purpose of the article is consideration of the basic strategic priorities of horticultural development in Ukraine.

Results

Modern production of fruit and berry products in Ukraine is concentrated mainly in households. Where there is a tendency to increase the volume of gross production, productivity of fruit and berry crops, planting areas (Table 1).

Table 1. Production of fruits and berries by types of agricultural holdings in Ukraine in 2010–2017

Types of agricultural holdings	2010 production (thous. t)	Share in 2010 (%)	2014 production (thous. t)	2015 production (thous. t)	2016 production (thous. t)	2017 production (thous. t)	Share in 2017 (%)	2017 in % to 2000
All agricultural holdings	1 746.5	100.0	1 999.1	2 152.8	2 007.3	2 048.0	100.0	140.9
Agricultural enterprises	286.8	16.4	332	411.7	370.5	333.8	16.3	126.4
Households	1 459.7	83.6	1 667.1	1 741.1	1 636.8	1 714.2	83.7	144.2

Source: own author’s research, based on data of State Statistics Service of Ukraine.

But if we evaluate the situation in Ukrainian horticulture in all categories of farms, for the recent years, there is a gradual decrease in the area under fruit and berry planta-

tions in the fruiting age, in the period from 2011 to 2017: annually by 5.13 thousand ha in all categories of farms⁴.

According to the results of the grouping of the regions of Ukraine for the yield of fruit and berry crops in 2017, significant fluctuations in the yield of horticultural produce by regions with respect to average yields in Ukraine (93.27 c/ha) should be noted. The coefficient of variation is 98%, which indicates the heterogeneity of the population and a significant level of variation in the yield of fruit and berry crops by regions (Table 2). The highest yield in 2017 was recorded in Khmelnytsky region, the lowest in Chernihiv region.

Table 2. Grouping of Ukraine's regions for yields of fruits and berries in 2017

Groups of regions for the yield of fruits and berries (c/ha)	Ukrainian regions	Average yield in group (c/ha)	Average profitability in the group (%)
46.1–65.6	Chernihiv, Sumy, Lugansk, Kirovograd, Ivano-Frankivsk	55.86	9.48
65.7–85.1	Mykolaiv, Kherson, Zaporozhye, Volyn, Kyiv, Lviv	75.38	–3.76
85.2–104.7	Cherkasy, Zacarpathian, Odessa	94.90	26.07
104.8–124.2	Dnipropetrovsk, Zhytomyr, Rivne, Chernivtsi, Vinnitsa, Kharkiv	114.42	8.76
124.3–143.7	Ternopil, Poltava, Donetsk, Khmelnytsky	133.94	5.38
Total	24	x	x

Source: own author's research, based on data of State Statistics Service of Ukraine.

The analytical grouping of the regions of Ukraine for the yield of fruit and berry crops has been carried out, indicating the inability to determine a clear relationship between yield and average profitability in the group, since the profitability of the regions of the individual group varies considerably. For example, in the second group there is a significant fluctuation of variation from –7.4% in Mykolaiv region to 299.3% in Volyn, which is not typical for this group, therefore this area was removed in determining the average level of profitability in the group. Consequently, the conducted grouping indicates on other factors influenced the level of profitability, in particular: the level of implementation prices, the cost of production.

The unstable political and economic situation in the country and the high cost of horticultural products has led to the fact that gardening in Ukraine is generally low-profitable. Profitability of fruit production, according to the State Statistics Service of Ukraine, in agricultural enterprises in 2016 amounted to 12%, including: business part-

⁴Harvesting of crops, fruits, berries and grapes in the regions of Ukraine for 2011–2017, Statistical Bulletins, State Statistics Service of Ukraine, Kyiv 2017.

nerships – 11%, private – 22.3%, cooperative – 66%, other non-state – 10.4%, state – 11.7%⁵.

The low level of profitability is explained by the high level of expenses for the production of fruit and berry products and the low level of prices for finished products of horticulture. The production costs of 1 center of fruits in 2016 amounted to UAH 360.5, berries – UAH 1,228.7, grapes – UAH 338.4. For comparison, the production costs per 1 center of wheat in 2016 amounted to UAH 221.4, rye – UAH 209.9, potato – UAH 217.1, vegetables – UAH 265.0.

Profitability and cost of certain types of fruit and berry products have led to a certain change in the structure of horticultural production. Analyzing the change in the species structure of fruit production in the dynamics, it is possible to notice that in the period of 2010–2017, the share of apple in the structure of fruit crops increases (Figs. 1–2).

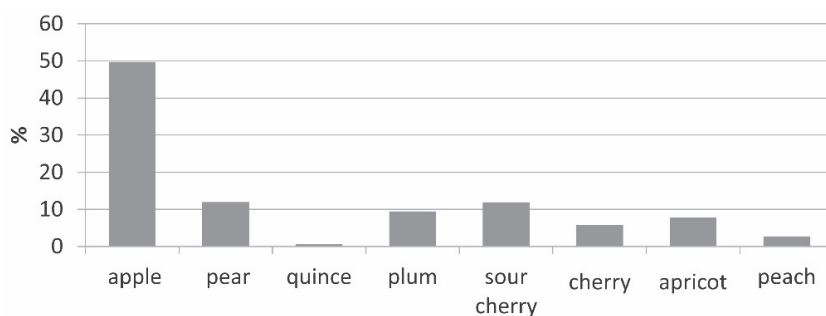


Figure 1. Species structure of fruit production in Ukraine, all categories of farms in 2000

Source: own author’s research, based on data of State Statistics Service of Ukraine.

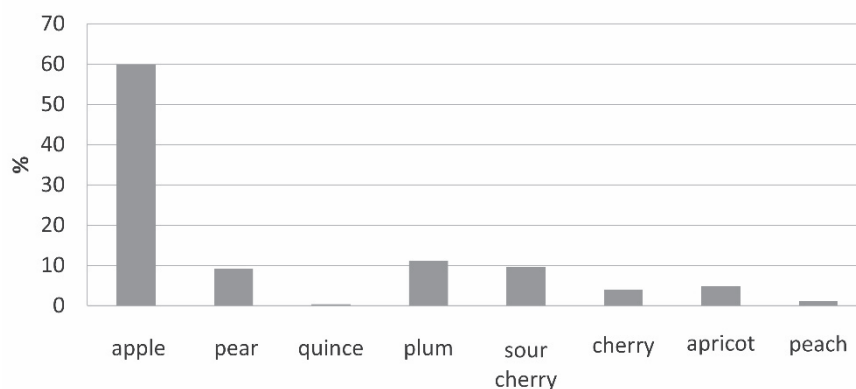


Figure 2. Species structure of fruit production in Ukraine, all categories of farms in 2017

Source: own author’s research, based on data of State Statistics Service of Ukraine.

⁵Costs for the production of agricultural products in agricultural enterprises for 2016, Statistical Bulletin, State Statistics Service of Ukraine, Kyiv 2017.

Thus, in 2010, the structure of fruit crop production was as follows: 49% apple, 12% pear, 12% cherry, 9% plum, 8% apricot, 5% cherry, 3% peach, 0% – quince. In 2017 some changes in the structure of fruit production are observed: almost 60% – apple, 11% – plum, 10% – cherry, 9% – pear, 5% – apricot, 4% – cherry, 1% – peach, 0.4 – quince.

Consequently, apple-tree remains the main horticultural culture in Ukraine, and an increase in its share in the overall structure of fruit crop production shows significant advantages in its cultivation.

Sociologists and nutritionists argue that the increase in the well-being of the population increases the consumption of fruits, berries, vegetables by one person. The general trend of consumption of fruit and berry products in Ukraine during 2010–2016 is positive, in average, for the analyzed period, annual consumption of fruits is increased by 2.7 kg per person per year. The highest consumption figures were recorded in 2013 – 56.3 kg per person per year, however, starting in 2013 there is a gradual decline in the consumption of horticultural products⁶. It should be noted that even with the maximum average consumption of horticultural products for the analyzed period, the figures are much lower than the scientifically substantiated rate of fruit consumption per year – 82 kg per person (Fig. 3).

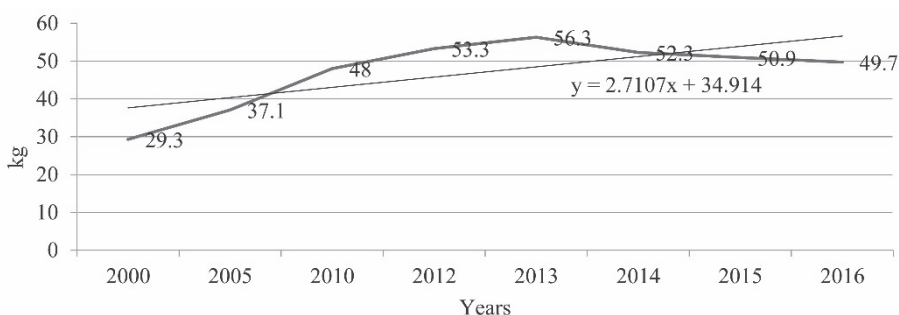


Figure 3. Dynamics of consumption of fruits and berries per person per year in Ukraine in 2000–2016

Source: own author's research, based on data of State Statistics Service of Ukraine.

Studies of the state of the horticultural industry in Ukraine indicate unsatisfactory trends, in particular: reduction of areas under plantations, low profitability, and low consumption of fruit and berry products, disorganization of sales markets, disparity between the prices of production and the cost of horticultural products do not promote the attractiveness of the industry for potential investors, also do not create a favorable competitive environment for the domestic industry. In order to ensure the competitiveness and sustainability of Ukrainian horticulture in the long term, it is important to consider the main strategic priorities of the industry development.

⁶Balance of consumption of basic food products by the population of Ukraine of 2016, Statistical Bulletins, State Statistics Service of Ukraine, Kyiv 2017.

Priorities of strategic horticultural development

The main components of the strategic plan for the development of the industry were mentioned in the Branch program of development of horticulture of Ukraine till 2025, where it was indicated that the strategic goals of horticultural development should be:

- stabilization and further increase in the production of fruits and berries;
- saturation of the domestic food market with competitive products and expansion of their exports in order to enable them to fully meet the needs of the population in these products by physiological standards by 2025; ensuring expanded reproduction of production mainly through self-financing of the industry;
- expansion of production of ecologic products through the transition from industrial-chemical methods of farming to biological;
- intensive management through the improvement of technology and organization of production based on the use of scientific achievements and best practices⁷.

We share the opinion of scientists about the main priorities of the development of domestic horticulture, but we offer our own vision of the main areas of development. Since horticulture is a high-tech production process, it is important to ensure unity and control at all stages of production.

At the first stage, it is necessary to ensure proper reproduction of plantings using modern, well-healed material. For this purpose, essential state support and control of seedlings in Ukraine are required. Despite the adoption of a number of legislative documents, problems in the field of fruit and berry seedlings still exist and require an urgent solution, among which the specialists of the branch distinguish the following:

- bureaucratic system of introducing varieties into the State Register;
- legalization of varieties of fruit crops that are needed by producers for effective business conduct;
- activities of illegal nurseries, which create additional competition, because they do not pay taxes, the cost of their gardening material is underestimated;
- poor quality of seedlings;
- lack of state support for farms⁸.

Consequently, without solving these issues, it is impossible to ensure the competitiveness of domestic horticultural material, and Ukrainian gardeners will continue to prefer the healed material from Poland.

The second step is to have a well-considered policy on the quantity and species-type structure of fruit and berry plantations, both for the domestic needs of the population and industry, and for increasing the export potential of the industry. In this direction, the introduction of high-yielding and immune-resistant varieties and scientifically substantiated restriction of their number in specific conditions, expansion of laying of gardens on vegetative rootstocks, change in the structure of plantations in order to increase the

⁷Sectoral program of gardening development of Ukraine for the period up to 2025, SPD "Zhitelev SI", 2008, p. 76.

⁸Agronews Ukraine, www.agronews.ua/node/80898 (access: 28.07.2017).

proportion of berry and fruit crops. The varietal structure of fruit and berry plantations should meet the needs of consumers and be, first and foremost, market-oriented.

The growth of the production of horticultural products should be accompanied by the development of processing enterprises. In this step (3) particular attention should be paid to the production of baby food and dietary foods. The domestic market is saturated by the production of processing enterprises of foreign companies that create competition with domestic ones, as they work in compliance with strict requirements for standards of diet and baby food.

The next priority step (4) in the development of the industry should be ecologic production and the introduction of quality standards that would control the quality of horticultural products.

In order to obtain high yields and, accordingly, profitability of the industry, it is necessary to provide the appropriate material and technical base of the industry, the system of storage of fruits and berries, modern gardening techniques and production technologies⁹ – which is the fifth step. In the program of the Budget of Ukraine 2018, partial compensation of expenses for the development of horticulture, mainly for farms, has been approved, since these costs are included in the adopted Concept of Development of Farms and Agricultural Cooperatives for 2018–2020¹⁰.

The list of costs that can be offset by budget funds is contained in paragraph 5 of the Order No. 587¹¹. In particular, these costs:

- to carry out works on planting, caring for them before fruiting (design work, soil preparation and planting, planting care, wallpaper construction, installation of drip irrigation systems) and the purchase of materials necessary for such works;
- purchase of seedlings used for repairing young plantations damaged by adverse weather conditions;
- care of productive hops;
- construction of swimming pools for ensuring uninterrupted water supply of drip irrigation networks;
- overgrazing areas of unproductive perennial plantings;
- construction of refrigerators with regulated gas environment and capacity of 500 t for storage of table varieties of grapes and fruits of own production;

⁹O. Bohdaniuk: Accounting and analytical support for the management of biological gardening assets [manuscript]: author's abstract. dis. cand. econom. Sciences: 08.00.09 – Accounting, analysis and audit (by types of economic activity), National University of Life and Natural Sciences of Ukraine, Kyiv 2011, p. 21.

¹⁰Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine: Uryad pryynyav prohramu pidtrymky fermerstva na 2018–2020 rr [The government has adopted a farm support program for 2018–2020] 2017, www.minagro.gov.ua/node/24600 (access: 13.09.2017).

¹¹Approval of the Procedure for Using the Funds Envisaged in the State Budget for the Development of Viticulture, Horticulture and Hops, Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 15 July 2005, No. 577.

- construction of seedbeds of laboratory complexes for the production of non-virgin seedlings and chambers of rapid freezing of fruits and berries by producers of such products;
- purchase of mechanisms and equipment (including imported production not manufactured in Ukraine) for technological operations in vine growing, horticulture and hops, as well as new equipment for the drying of fruits.

In case of proper fulfillment by the state of obligations, substantial support may be provided for producers of horticultural products.

The last step (6) is a diagnosis of the sale of fruit and berry products, which indicates that sometimes the greatest benefit from the cultivation of horticultural products has not the producer, but the intermediary. In order to reduce the dependence of the Ukrainian market of fruit and berry products from intermediaries, cooperation of producers in order to create marketing networks for horticultural products is needed. Cooperation will promote not only the effective marketing of horticultural products, but also the use of means of labor, refrigeration equipment, etc. The cooperative movement in Ukraine is growing, especially in the West. Very active farmers in the Lviv region, where not everyone has a place to store, but there are companies whose refrigerator is idle. Agricultural cooperatives get financial grants. In the first place, the project is funded by cooperation, because they really have effective methods for achieving the goal.

Conclusions

Ukraine, due to its soil-climatic conditions that contribute to the development of the horticultural industry, could take an important place among European producers of horticultural products. However, the conducted research testifies to the negative tendencies of the industry development, in recent years, in particular: reduction of areas under plantations, low profitability, and low consumption of fruit and berry products, disorganization of sales markets, disparity between the prices of production and the cost of horticultural products do not promote the attractiveness of the industry for potential investors, also do not create a favorable competitive environment for the domestic industry. In order to ensure the competitiveness and sustainability of Ukrainian horticulture in the long term, it is important to consider the main strategic priorities of the industry development. The authors propose the main priorities for the development of the Ukrainian horticultural industry, implementation of which will contribute to the increase of the industry's efficiency, the revival and stabilization of the horticulture, its competitiveness.

References

- AgroNews Ukraine: Plodovo-yahidne rozsadnytstvo v Ukrayini: problemy ta shlyakhy yikh vyrishennya [Fruit-vegetables horticulture in Ukraine: the problems and ways of their solution] 2017, www.agronews.ua/node/80898 (access: 28.07.2017).
- Approval of the Procedure for Using the Funds Envisaged in the State Budget for the Development of Viticulture, Horticulture and Hops, Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 15 July 2005, No. 577.

- Bohdaniuk O.V.: Accounting and analytical support for the management of biological gardening assets [manuscript]: author's abstract. dis. cand. econom. sciences: 08.00.09 – Accounting, analysis and audit (by types of economic activity), National University of Life and Natural Sciences of Ukraine, Kyiv 2011.
- Burlyay O.L., Burlyay A.P., Kharenko A.O.: Suchasnyy stan rozvytku sadivnytstva v Ukraini [Modern state of orchard development in Ukraine], Bulletin of Uman National University of Horticulture 2013, No. 82, pp. 249–259.
- Costs for the production of agricultural products in agricultural enterprises for 2016, Statistical Bulletin, State Statistics Service of Ukraine, Kyiv 2017.
- Kondratenko P.V., Kondratenko T.Ye., Barabash L.O.: Stan i perspektyvy rozvytku fermerstva Ukrayiny [Status and prospects of the development of Ukrainian agriculture], Sadivnytstvo 2015, No. 69, pp. 5–13.
- Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine: Uryad pryynyav prohramu pidtrymky fermerstva na 2018–2020 rr [The government has adopted a farm support program for 2018–2020] 2017, www.minagro.gov.ua/node/24600 (access: 13.09.2017).
- Ruliev V.A.: Udoskonalennya zemel'no-maynovykh vidnosyn u sadivnytstvi i na meliorovanykhzemlyakh [Improvement of land-property relations in horticulture and land reclamation], Kultura Narodov Prychernomorya 2003, No. 39, pp. 37–40.
- Sectoral program of gardening development of Ukraine for the period up to 2025, SPD "Zhitelev SI", Kyiv 2008.

Andrii Doronin¹✉, **Olena Rybchak²**, **Olena Polishchuk²**

¹National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine

²Uman National University of Horticulture

Crop production as the basis of the production of alternative fuels

Summary. In the article were analyzed tendencies of market development of plant growing in Ukraine, which provides not only food security of country, but also agroproducts export. The high profitability of corn, sunflower, soybean and rapeseed growing is stimulating producers their area sown to increase. The perspectives of the use of sugar beets and their processed products, wheat and corn for the alternative fuel production were discussed in the paper. The suggestions how to ensure the competitiveness of bioethanol production using processed sugar beets in Ukraine were discussed; the processing of molasses for bioethanol appeared to be the most cost-effective.

Key words: ecology, competitiveness, sugar beets, sugar, molasses, bioethanol

Introduction

Crop production always was and remains a main industry of the agricultural sector of Ukraine, which provides not only food security of country, but also agroproducts export. From this industry development is depends not only population providing of food products of plant origin, but also animal products. However, in view of an urgent problem of providing our country with price-affordable energy carriers, it becomes appropriate to speed up the alternative fuel production.

Alongside with sugar production, and as the country needs energy carriers very much, it is quite relevant to use sugar beets and the output of sugar beet processing for the production of bioethanol as an alternative fuel. A considerable contribution to the development of the competitiveness of sugar beet companies, including the explanation of the ways of its enhancement, was made by O. Varchenko, H. Kaletnik, M. Kodenska, M. Royik, P. Sabluk, O. Shpychak, V. Bondar, A. Fursa and others.

The purpose of the research is to develop practical recommendations which help ensure the competitive manufacturing of bioethanol using the output from crop production.

✉ andredor@meta.ua

Research methodology

The data received from the State Statistics Department of Ukraine and the author's own calculations were used in the process of writing an article. The methods of system analysis and logic generalization were used to study the experience of bioethanol production from crop produce; the comparative analysis was used in the process of analyzing the statistical information; the monographic method helped substantiate the necessity of diversification of the products of sugar beet industry, induction and deduction facilitated the summarizing of the results of the research; an abstract logic method was applied to make conclusions and proposals.

Results of the research

In the early of 1990s in Ukraine, during the transition to market relations for all sectors of the economy were conditions created of free pricing and for agriculture reference prices introduced, which grew much slower than on goods and services that are consumed in agriculture, which disparity resulted in prices does not in favor of farmers. This, in turn, was influenced on the structure of sown areas of agricultural crops – industrial crops increases as more profitable.

Thus in the structure of agricultural crops sown area for 2001–2016 years have a noticeable increase of industrial crops share in total sown area – 13.5% in 2001 to 32.3% in 2016 (Table 1)¹. Share of industrial crops is increasing in total sown area was due to the expansion of sown areas under sunflower – 9.0% in 2001 to 22.1% in 2016 and the emergence from the 2008 soybeans and rapeseed crops – to 6.9% and 1.7% in 2016 respectively.

The share of grain and leguminous plants decreased – 55.8% in 2001 to 53.6% in 2016. Including the share of food crops was decreased – 32.8% in 2001 to 24.9% in 2016, while the share of grain forage crops was grown – 23.0% in 2001 to 28.7% in 2016.

This is noticeable a significant decrease of forage crops share – 22.8% in 2001 to 7.2% in 2016, which negatively affected on the livestock farming development in Ukraine. In the structure of sown area is remains almost unchanged potato and vegetable and melon crops – 7.9% in 2001 to 6.9% in 2016².

In the agricultural producers sown areas structure was formed under many factors influencing. The main ones are: structure of agricultural lands, their quality specialization, product demand, and availability of means of production and labor resources, and climatic conditions.

Rational structure of sown areas is provides production of the required amounts of grain, industrial and forage crops, potatoes, vegetables in the required range, and all cultures – good predecessor and is promotes the appropriate agronomic and economic conditions, and on this basis – enhances of productivity increasing. This structure is

¹Sown areas of agricultural crops under the harvest, Statistical Bulletins of years 2015, 2016, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv.

²Ibidem.

Table 1. Structure of agricultural crops sown area in Ukraine in the period 2001–2016 (farms of all categories)

Agricultural crop	Structure of sown area by the years (%)				
	2001	2005	2014	2015	2016
Grain and leguminous crops, including	55.8	57.6	54.3	54.7	53.6
food	32.8	30.3	24.0	27.2	24.9
wheat (winter and spring)	25.5	25.6	22.3	25.5	23.2
rye (winter and spring)	3.3	2.4	0.7	0.6	0.5
rice	0.1	0.1	0	0.1	0.1
millet	1.3	0.5	0.4	0.4	0.4
buckwheat	2.6	1.6	0.5	0.5	0.6
haricot	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
grain fodder	23.0	27.3	30.3	27.5	28.7
barley (winter and spring)	14.7	17.3	11.1	10.4	10.6
corn	4.6	6.6	17.2	15.2	15.9
oat	2.1	1.8	0.9	0.8	0.8
leguminous (without haricot)	1.4	1.5	0.8	0.9	1.1
sorghum	0.1	0.1	0.3	0.2	0.3
Industrial crops, including	13.5	20.2	31.0	31.1	32.3
sunflower	9.0	14.4	19.3	19.0	22.1
sugar beet (factory)	3.5	2.5	1.2	0.9	1.1
soybean	–	–	6.6	8.0	6.9
rapeseed (winter and spring)	–	–	3.2	2.5	1.7
Potatoes and vegetable and melon crops, including	7.9	7.8	7.0	6.8	6.9
potato	5.7	5.8	4.9	4.8	4.9
vegetables	1.8	1.8	1.7	1.6	1.6
Fodder root	22.8	14.4	7.7	7.4	7.2

Source: Sown areas of agricultural crops under the harvest, Statistical Bulletins of years 2015, 2016, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv.

provide an opportunity of the most productive using of farmland, opportunities for the introduction of regular rotation creating, because each culture is need the good predecessor. In recent years, the structure of rotation was increased the share of crops, demand of which has increased (sunflower, corn, soybean), which led to infringement of evidence-based rotation. Failure to comply of crop rotation, simplified system of soil tillage and plant care has led to a deterioration of phytosanitary state of agricultural crops and pesticide load increased, consequently, that adversely affects not only on environmental protection, but also on the safety of people.

In Ukraine the socio-economic crisis had a negative impact both on the development of agriculture in general and crop production³.

If in 1990, in Ukraine, the production of cereals and leguminous was amounted of 51.0 million t, in 2000, only 24.4 million t, respectively, have a reduction of sugar beet production – from 44.2 million t in 1990 to 13.2 million t in 2000, but in sunflower production seeing a rise – from 2.5 million t in 1990 to 3.4 million t in 2000. And only in later years, grain production is growing rapidly: from 39.7 million t in 2001 to 60.1 million t in 2015, or 51.4%. During this period it should be noted the production of corn growth in 6.4 times – up to 23.3 million t in 2015 among cereals.

At the same time by the 2001–2015 rye production is reduced to 78.5% – to 391.1 thousand t, millet on 20.0% – to 213.2 thousand t, buckwheat on 67.0% – to 128.1 thousand t, barley on 18.6% – up to 8,288.4 thousand t, oat on 56.2% – to 488.5 thousand t, leguminous on 39.3% – to 502.1 thousand t.

We are observing a significant increase in sunflower production – from 2.2 million t in 2001 to 11.1 million t in 2015, or 5 times, soybean in 53.2 times – to 3.9 million t, rapeseed in 12.9 times – to 1.7 million t. Potato production is growing dynamically on 20.2% – to 20.8 million t in 2015 and also vegetables on 56.0% – to 9.2 million t. Production of fodder root is decreases gradually over the years on 19.8% – to 6.1 million t in 2015⁴.

Compliance elements of crops growing technology, the main ones are the nutrition of plants and protect them from pests, diseases and weeds with soil and climatic conditions of Ukraine is provided increasing of these crops productivity during this period: cereals and leguminous on 51.7% – to 4.11 t/ha in 2015, in particular of rye on 25.1% – to 2.59 t/ha, rice on 45.9% – to 5.34 t/ha, buckwheat on 49.2% – to 1.0 t/ha, corn on 76.2% – to 5.71 t/ha, oat on 16.0% – to 2.32 t/ha, sunflower in 2.3 times – to 2.16 t/ha, sugar beet in 2.4 times – to 43.58 t/ha, soybean on 82.2% – to 1.84 t/ha, rapeseed in 2.1 times – to 2.59 t/ha, potato on 49.3% – to 16.14 t/ha, vegetables on 67.3% – to 20.61 t/ha, fodder root crops on 19.6% – to 28.86 t/ha⁵.

So, by the 2001–2015 years are seeing the growth in production of some agricultural crops, both by their share increase in the total sown area, and thus their yield increase, including: sunflower, soybean, rapeseed. Due to only crop yields growth is increased production of wheat, sugar beet, potatoes and vegetables. It is seeing production of rye, buckwheat, barley, oat and fodder root decreases only of their sowing areas reducing. Decrease of legumes production is occurred as by reducing of their share in the total sown area, and thus in their productivity decrease.

³Plant growing of Ukraine, Statistical Digest of years 2005, 2015, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv.

⁴Sown areas of agricultural crops under the harvest, Statistical Bulletins of years 2001, 2015, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2001.

⁵Plant growing of Ukraine, Statistical Digest of years 2005, 2015, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv.

It should be noted that in recent years in structure of areas under crops a significant share is occupy grain and leguminous crops (2016 – 53.6%), including wheat (2016 – 23.2%), barley (2016 – 10.6%), corn (2016 – 15.9%).

Thus, in Ukraine there are all preconditions for increasing the production of grain crops that provide not only food security but also export products.

It should be noted extensive development of trade relations of Ukraine in the market of grain products industry. The main agri-food products of Ukrainian exports to European Union countries are raw production of plant growing (seed of cereal and oil crops), crude sunflower and other oils.

Taking into attention a favorable conjuncture of external sale markets and prices rising, farmers are increasing sown area under the industrial crops in Ukraine. In particular, the high profitability level of sunflower, soybean and rapeseed is stimulating producers their area sown increases, compared with other crops (Table 2)⁶.

Table 2. Economic efficiency of main agricultural crops production in Ukraine in the period 2008–2016 (agricultural enterprises)

Agricultural crop	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Wheat	17.6	9.6	11.8	2.4	28.0	36.4	31.7
Barley	19.8	−0.4	11.4	0.6	18.3	28.3	25.4
Corn	10.6	29.9	19.8	1.5	26.2	50.3	45.7
Seed of sunflower	18.4	64.7	45.8	28.5	36.5	80.5	63.0
Sugar beet	7.1	16.7	15.7	2.7	17.9	28.2	24.3
Soybean	1.3	16.4	23.4	15.8	34.5	38.6	52.0
Rapeseed	51.3	26.6	21.4	8.6	29.2	44.3	45.0
Potatoes	7.9	62.1	−21.5	23.0	9.2	24.2	−3.2

Source: Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletins of years 2008, 2010, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv.

In 2012–2013 years the reason of the loss of efficiency of grain industry is the lack of development of agricultural market infrastructure and sales of grain, the lack of an effective mechanism of state regulation of pricing on grain products in conditions of both overproduction of grain and harvest failure, high level of credit rates and inadequate of budgetary support. In the modern conditions, government regulation of the grain market in Ukraine does not play the stimulus role in relation to grain production and is not able to responding effectively on the challenges of the global economy.

It is advisable on a national level is create and involve the effective mechanisms for regulation of market products of plant growing. For stabilize prices of industry products

⁶Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletins of years 2008, 2010, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv.

the state must carry purchasing and commodity interventions, coordinate and harmonize the pricing policy at the national and international markets.

Raw materials orientation of Ukrainian exports makes Ukraine's position on foreign markets is vulnerable, as the demand on raw goods is unstable and characterized by significant variability price.

It should be noted that in Ukraine export of crops is increases, and the largest share of import from the EU is takes meat and food offal, in the future this tendency could adversely influence on the development of the domestic livestock industry.

Hence, the main directions of adaptability of crop production in modern conditions increasing are: placement of agricultural crops in favorable soil and climatic conditions, creation of varieties and hybrids, adapted to the natural conditions of Ukraine, plant growing industry is transfer to post-industrial development models, raw material base for bioenergy is provide, forage base for livestock is create, development of organic production, structuration of market production of plant growing.

To achieve these goals it is necessary to solve the issue of soil fertility increasing by complex organizational and technological measures introducing, such as: the use of research based crop rotation at cultures growing, the orientation on organic fertilization system, the efficiency of fertilizer application by optimizing the dose, timing and methods of application in the soil improving, soil tillage technologies development, reducing the negative impact of plant protection chemicals as the plant itself, and the useful microflora of soil.

Farming is providing by the adapted varieties and hybrids of agricultural plants with higher productivity and also their environmental resistance to conditions of the environment, the organization of seed production of agricultural crops is requires in Ukraine. Thus even, adapted varieties and hybrids to weather and environmental conditions cannot always provide the high productivity of agricultural crops through the process of global warming on our planet.

Application of postindustrial models of crop production industry is includes the development and implementation: resource saving bioadaptive technologies of agricultural crops growing, integrated plant protection, methods of optimization the process of growth and development of plants, with climate change considering and on the principles of precision farming.

In Ukraine the developed sugar beet production is a universal basis for the production of bioethanol (Table 3).

The greatest output of bioethanol per unit area at the appropriate level of yield can be obtained from the sugar beets. However, in the processing of sugar beet into sugar we get the molasses, and depending on its quality the output of bioethanol from 1 t can be 0.222–0.237 t.

Considering the world experience of using sugar beets for bioethanol production as an alternative fuel, it would be appropriate to implement it at the sugar processing factories of Ukraine. The need to diversify a sub-complex of sugar beet production is determined not only by the country's high dependence on energy resource import, but also by the necessity to have additional facilities to process the excess production, tak-

Table 3. The calculation of the output of bioethanol from various types of raw materials by the different yields

Raw	The output of bioethanol in calculating per 1 ha depending on the yields of culture (t)		Prime cost of 1 l of bioethanol (USD)
	yield	output of bioethanol	
Sugar beets (crude juice)	40.0	2.96–3.16	1.14
	50.0	3.70–3.95	
	60.0	4.44–4.74	
Molasses (processing of sugar beet into sugar)	1.56	0.35–0.37	0.74
	1.95	0.43–0.46	
	2.34	0.52–0.55	
Wheat	3.0	0.71–0.93	1.04
	4.0	0.95–1.24	
	5.0	1.19–1.56	
Corn	4.0	1.28–1.38	0.94
	5.0	1.61–1.73	
	6.0	1.93–2.08	

Source: our calculations.

ing into account the cyclical and risk nature of sugar beet production. The calculation of the cost of bioethanol production from different bioraw materials shows that the most competitive bioethanol production is from molasses.

During 2010–2012, Ukraine saw improvements in tax incentives for the alternative fuels production, in particular, it provided for the exemption from taxation of profits from biofuels producers from the sale of biofuels; the profit of the enterprises received from the activity of simultaneous production of electric and thermal energy with the use of biological fuels; for producers of machinery and equipment produced on the territory of Ukraine for the manufacture and reconstruction of technical and transport vehicles, including self-propelled agricultural machines and power plants that consume biological fuels, an excise tax on the production of biological species was provided at a zero rate for fuel of motor and on the share of fuel, which is a biocomponent in mixed fuel types of motor. On the basis of government decisions taken during the years 2013–2014, exemptions from the corporate income tax for renewable energy for producers were abolished, exemptions from the value-added tax on biofuel sales, the imposition of high excise taxes on the production of liquid biofuels (introduced in 2013 the excise tax on biodiesel would be EUR 46/t, and from 01.01.2015 – EUR 102/t), the tax burden for fuel producers with the addition of biosolids increased. In general, changes in legislation on the legal regulation of taxation for alternative biofuels producers were unjustified and led to a reduction in liquid fuels. In particular, biodiesel production in Ukraine since 2013 has almost completely ceased, and bioethanol production has decreased significantly. If in 2013 the volume of bioethanol production increased by 2.1 times

compared to the indicators of 2012, then during 2014 production volumes of this type decreased by 3.7 times compared to 2013⁷.

Conclusions

In the conditions of growing problem of our country ensuring of affordable by the price of energy carriers is appropriate the production of alternative fuels expedite, including production of plant growing. Production and use of biofuels will accelerate the solution of the following strategic objectives for the development of Ukraine, in particular agriculture as reduce dependence of producers on imported fuel and satisfaction of demand for these products at a lower price providing. Therefore it is necessary to ensure of appropriate raw base for bioenergy development – area sown of rapeseed for biodiesel production and sugar beet – for bioethanol optimize. Production and use of bioethanol and biodiesel will establish the production an environmentally clean alternative fuel, new jobs create, profits increase, and Ukraine's dependence on imported fuel reduce. Therefore, the effective functioning of the market development for alternative fuels in Ukraine involves the use of incentive taxation in the industry, which will increase the competitiveness of biofuel producers, and create the investment attractiveness of the industry.

References

- Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletin of the year of 2008, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2009.
- Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletin of the year of 2010, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2011.
- Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletin of the year of 2012, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2013.
- Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletin of the year of 2013, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2014.
- Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletin of the year of 2014, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2015.
- Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletin of the year of 2015, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2016.
- Basic economic indicators of agricultural production in agricultural enterprises, Statistical Bulletin of the year of 2016, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2017.
- Plant growing of Ukraine, Statistical Digest of the year of 2005, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2006.
- Plant growing of Ukraine, Statistical Digest of the year of 2015, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2016.

⁷The results of the analysis of the state of administration of tax privileges granted to economic entities operating in the field of production of alternative fuels and their impact on the state budget revenues, Decision of the Accounting Chamber dated 22 September 2015 No. 5–3, <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/en/vr5-3150-15/sp:max100>.

The results of the analysis of the state of administration of tax privileges granted to economic entities operating in the field of production of alternative fuels and their impact on the state budget revenues, Decision of the Accounting Chamber dated 22 September 2015 No. 5–3, <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/en/vr5-3150-15/sp:max100>.

The results of the final accounting of agricultural sown areas for the harvest of the year of 2001, Statistical Bulletin, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2001.

The results of the final accounting of agricultural sown areas for the harvest of the year of 2005, Statistical Bulletin, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2005.

Sown areas of agricultural crops under the harvest of the year of 2001, Statistical Bulletin, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2001.

Sown areas of agricultural crops under the harvest of the year of 2015, Statistical Bulletin, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2015.

Sown areas of agricultural crops under the harvest of the year of 2016, Statistical Bulletin, State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv 2016.

Paweł Dziemdziała✉

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Rynek pracy w województwie łódzkim

Streszczenie. Głównym celem opracowania było przedstawienie zmieniającego się rynku pracy w województwie łódzkim. W artykule przedstawiono wskaźniki zmieniającego się rynku pracy w województwie łódzkim. Dodatkowo wskazano wyniki badań dotyczące wskaźników bezrobocia, zatrudnienia. Ukazano formy i sposoby działań aktywizujących osoby bezrobotne. Wskazano na konieczność podejmowanie działań aktywizujących osoby powyżej 50. roku życia. W opracowaniu wykorzystano dane wtórne pochodzące z raportów z Powiatowego Urzędu Pracy, Banku Danych Lokalnych GUS i Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL) GUS. Wyniki przedstawiono w formie opisowej i graficznej.

Słowa kluczowe: rynek, rynek pracy, praca, województwo łódzkie

Wstęp

Rynek rozumiany jest jako ogół transakcji kupna i sprzedaży, ale również okoliczności, czyli warunków, w jakich są one zawierane i w jakich przebiegają. Rynki można sklasyfikować, biorąc pod uwagę różnorodne kryteria¹. Wyróżnia się poszczególne rodzaje rynków ze względu na:

- przedmiot obrotu – rynek produktów i usług konsumpcyjnych oraz rynek czynników produkcji (praca, ziemia, kapitał),
- stopień jednorodności przedmiotu transakcji – rynek homogeniczny (jednorodny) i heterogeniczny (np. rynek pracy – różnorodne zawody wymagają również różnorodnych kwalifikacji),
- stopień wyrównywania się ceny – rynek doskonały i rynek niedoskonały,
- sytuację rynkową – rynek sprzedawcy (przewaga popytu nad podażą) i rynek nabywcy (nadwyżka podaży nad popytem),
- zasięg geograficzny – rynek lokalny, rynek regionalny, rynek krajowy, rynek międzynarodowy i rynek światowy.

¹R. Milewski: Elementarne zagadnienia ekonomii, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 116.

✉pawel_dziemdziala@sggw.pl

Rynek pracy jest rozumiany jako miejsce dokonywania transakcji wymiany usług pracy między pracodawcami a pracownikami oraz ustalenia ceny tych usług (płacy), ale również rozmiarów i warunków wymiany².

Praca stanowi istotny obszar zainteresowania nauk społecznych z uwagi na pełnione funkcje zarówno w odniesieniu do jednostek, tworzących społeczeństwo, jak i dla społeczeństwa jako całości. Nośnikiem pracy jest człowiek dążący do realizacji określonych celów i jest w zasadzie autonomicznym podmiotem procesu pracy. Sam proces pracy jest tym, co wiąże poziom mikrospołecznych, indywidualnych działań z poziomem makro, a więc procesów zachodzących w systemie gospodarczym oraz w przestrzeni systemowych rozwiązań instytucjonalnych³.

W ujęciu socjologicznym praca oznacza celową czynność prowadzącą do zaspokojenia potrzeb ludzkich. Zapewnia ona jednostkom i grupom, które ją wykonują, określoną pozycję w społeczeństwie i przez to ma społeczną doniosłość. Pracę traktuje się jako jeden z determinantów budżetu czasu, stylu życia, powiązań społecznych, oddziaływującą na sposób myślenia, poglądy, system wartości, dążenia oraz aspiracje jednostek i społeczeństwa⁴.

Województwo łódzkie jest położone w centralnej części kraju i obejmuje obszar o powierzchni 18 218,95 km². W województwie łódzkim są 44 miasta, w tym 3 miasta na prawach powiatów⁵. Siedzibą władz województwa jest Łódź.

Według danych GUS pod koniec 2015 roku województwo łódzkie zamieszkiwało niemal 2,5 mln osób, co daje 6. miejsce wśród wszystkich województw w Polsce. Liczba ludności województwa łódzkiego od dłuższego czasu wykazuje stałą tendencję spadkową, zbieżną z analogicznym trendem kształtującym liczbę ludności w Polsce. Przez obszar województwa przebiegają szlaki komunikacyjne o znaczeniu międzynarodowym i krajowym. Zlokalizowane są tu ciągi krajowej infrastruktury technicznej – drogowej, kolejowej, elektroenergetycznej, gazowniczej, telekomunikacyjnej i inne⁶. Na terenie województwa krzyżują się dwie autostrady A1 (północ–południe) i A2 (wschód–zachód). Korzystne położenie sprzyja rozwojowi usług logistycznych, spedycyjnych i składowych.

W 2015 roku wśród województw w Polsce z największym odsetkiem w populacji ogólnej osób w wieku poprodukcyjnym znajdowało się także łódzkie (21,8%). W tym samym czasie wartość wskaźnika obciążenia demograficznego wyrażanego liczbą osób w wieku poprodukcyjnym przypadającą na każde 100 osób w wieku produkcyjnym wynosiła dla województwa łódzkiego 35,6 (najwyższy poziom wśród ogółu województw).

²E. Kryńska, E. Kwiatkowski: Podstawy wiedzy o rynku pracy, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013, s. 11.

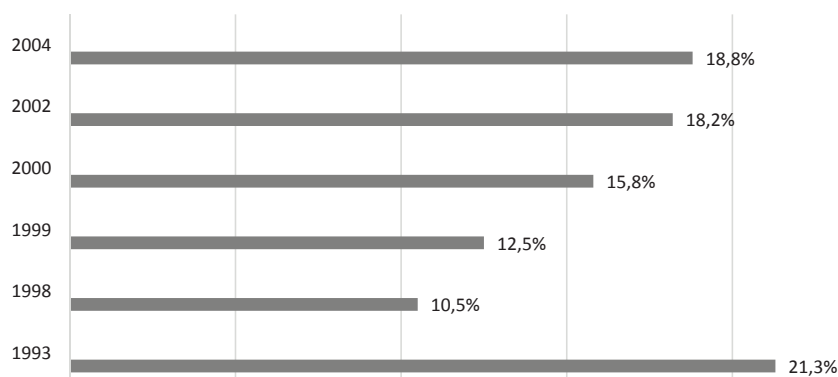
³R. Drozdowski: Rynek pracy w Polsce. Oczekiwania, strategie dostosowawcze, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2002, s. 15.

⁴A. Sowińska: Praca w życiu człowieka, Polityka Społeczna 1991, nr 4.

⁵Polska w liczbach, województwo łódzkie w liczbach (mapy, miasta, nieruchomości, GUS, noclegi, region, wypadki drogowe, bezrobocie, zarobki, wynagrodzenie) na podstawie danych dane GUS, <http://www.polskawliczbach.pl/lodzkie>.

⁶Rynek pracy w województwie łódzkim, specyfika i uwarunkowania, Urząd Pracy w Łodzi, Łódź 2006, s. 20.

Profil gospodarki regionu łódzkiego ukształtował się w procesie historycznego rozwoju, którego korzenie tkwią w XIX wieku. W wyniku splotu okoliczności historycznych, politycznych, gospodarczych i społecznych region łódzki dotknięty został wieloma problemami szczególnie w okresie transformacji systemowej. Do problemów najsilniej rzutujących na sytuację mieszkańców województwa łódzkiego tego okresu zaliczyć można: degradację środowiska naturalnego, zaniedbania w infrastrukturze, niski poziom dochodów, a przede wszystkim wysoki poziom bezrobocia. Charakterystyczne cechy gospodarki regionu sprawiły, iż dużo problemów związanych z procesem transformacji wystąpiło na rynku pracy, szczególnie silnie reagującym na zmiany popytu na rynkach produktów. Podstawowe przyczyny wystąpienia wysokiego poziomu (rys. 1) w regionie związane są z jego gospodarczymi i instytucjonalnymi cechami, stanowiącymi o wzmożonej podatności na negatywne konsekwencje procesu transformacji systemowej⁷.



Rysunek 1. Średnioroczna stopa bezrobocia w wybranych latach 1993–2004 (%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Analiza społeczno-ekonomiczna województwa łódzkiego. Raport, Regionalne Obserwatorium Rynku Pracy, Łódź 2016.

Lata 2013–2016 charakteryzowały się w województwie łódzkim stałym wzrostem wartości wskaźnika zatrudnienia (do poziomu 69,3% w 2016 r.), przy równoległym zmniejszaniu się liczby zarejestrowanych osób bezrobotnych (do poziomu 109,5 tys. w styczniu 2016 r.) oraz wartości stopy bezrobocia (do poziomu 10,3% w styczniu 2016 r.). Liczba osób biernych zawodowo nie podlegała w tym czasie znaczącym wahaniom (w 2016 r. wynosiła 1001 tys.).

Według danych z Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL) GUS między latami 2013 a 2015 malała w województwie łódzkim sukcesywnie liczba ludności legitymującej się wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym bądź niższym, zasadniczym zawodowym oraz średnim ogólnym. Malał także odsetek udziału tych kategorii wykształcenia w ludności ogółem.

⁷Ibidem, s. 21.

Zbiorowość zarejestrowanych w styczniu 2016 roku w województwie łódzkim bezrobotnych charakteryzowała się niewielką, choć zauważalną przewagą odsetka osób w wieku powyżej 50. roku życia (29,1%) nad tymi w wieku do 30 lat (25,5%).

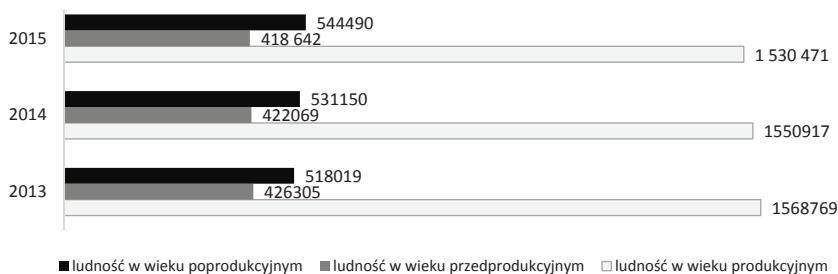
Cel i metoda badań

Głównym celem opracowania było przedstawienie zmieniającego się rynku pracy w województwie łódzkim. W opracowaniu wykorzystano dane wtórne pochodzące z raportów z Powiatowego Urzędu Pracy, Banku Danych Lokalnych GUS i Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL) GUS. Wyniki przedstawiono w formie opisowej i graficznej.

Przemiany na rynku pracy w województwie łódzkim w latach 2013–2015

Rezultatem przemian w procesach demograficznych, a przede wszystkim trwającej od początku lat 90. ubiegłego wieku głębokiej depresji urodzeniowej są zmiany w liczbie i strukturze ludności według wieku.

W ujęciu według tzw. ekonomicznych grup wieku obserwowane jest sukcesywne zmniejszanie się liczby osób w wieku przedprodukcyjnym i produkcyjnym na rzecz osób w wieku poprodukcyjnym⁸. Graficzną ilustracją tej tendencji jest rysunek 2.



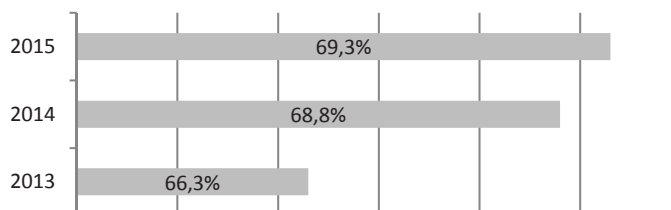
Rysunek 2. Ludność w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym w województwie łódzkim w latach 2013–2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS.

Rok 2015 odznaczał się kontynuacją obserwowanych już wcześniej pozytywnych zmian kształtujących poziom zatrudnienia w województwie łódzkim. Odzwierciedleniem tych zmian jest wzrost wartości wskaźnika zatrudnienia w województwie łódzkim⁹: w 2015 roku wyniósł on 69,3% – wobec 68,8% w 2014 oraz 66,3% w 2013 roku (rys. 3). We wszystkich przypadkach są to wartości większe od analogicznych liczonych dla kraju i wynoszących w tym samym okresie: 67,8% w 2015, 66,5% w 2014 oraz 64,9% w 2013 roku.

⁸Ludność w wieku produkcyjnym rozumie się jako ludność w wieku zdolności do pracy. Dla mężczyzn przyjęto wiek 18–64 lata, dla kobiet 18–59 lat. Ludność w wieku nieprodukcyjnym jest to ludność w wieku przedprodukcyjnym, tj. do 17 lat, oraz w wieku poprodukcyjnym, tj. mężczyźni 65 lat i więcej, kobiety 60 lat i więcej.

⁹Wskaźnik zatrudnienia według BAEL obliczany jako procentowy udział osób pracujących w liczbie ludności w wieku 20–64 lata (dane średnioroczne).



Rysunek 3. Średnioroczny wskaźnik zatrudnienia dla województwa łódzkiego w latach 2013–2015 (%)

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS, Badanie Aktywności Ekonomicznej Ludności GUS.

Na przestrzeni ostatnich lat można było zaobserwować w województwie łódzkim odwrócenie niekorzystnego trendu liczby zarejestrowanych bezrobotnych. Spadła ona po raz pierwszy od kilku lat – i to spadła zdecydowanie do poziomu porównywalnego z tym z początku 2009 roku (a więc sprzed globalnej dekonjunktury związanej ze światowym kryzysem finansowym).

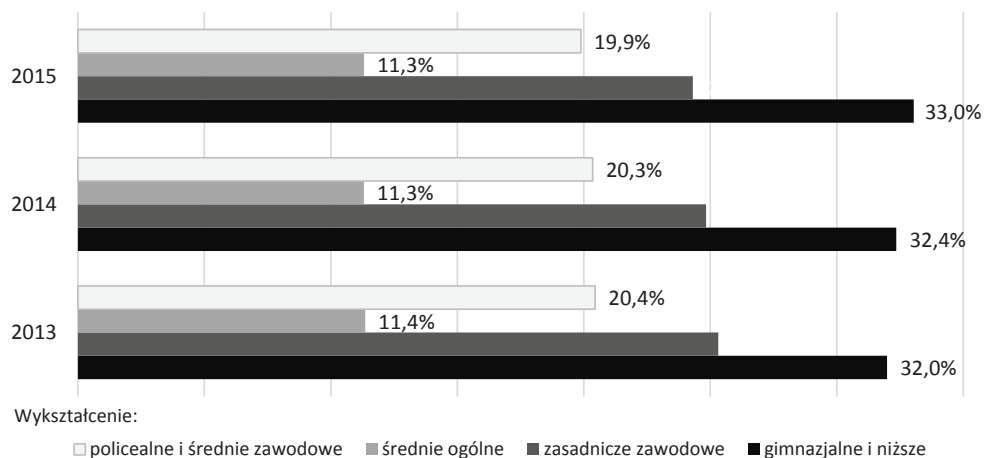
Na przełomie lat 2014 i 2015 w całym kraju nastąpił spadek wartości stopy bezrobocia z 13,4 do 9,8% (czyli o –3,6 p.p.). W województwie łódzkim spadek był nieco większy: z 14,1 do 10,3% – a więc o 3,8 p.p.

Tempo spadku wartości stopy bezrobocia w województwie łódzkim przewyższało także to zaobserwowane w takich województwach, jak: wielkopolskie (–3,4 p.p.), podlaskie (–3,3 p.p.), małopolskie (–3,1 p.p.), śląskie (–3,1 p.p.), podkarpackie (–3,1 p.p.), lubelskie (–2,7 p.p.) oraz mazowieckie (–2,7 p.p.).

Wykształcenie jest ważnym czynnikiem strukturalizującym także zbiorowość osób bezrobotnych. Przekłada się ono bezpośrednio na poziom potencjalnych kwalifikacji zawodowych jednostek, toteż jego rozkład w populacji osób pozostających bez pracy jest w stanie dostarczyć cennych sugestii co do istoty funkcjonowania rynku pracy, który poddany jest analizie.

W końcu grudnia 2015 roku najliczniejszą kategorię zarejestrowanych w województwie łódzkim bezrobotnych stanowiły osoby posiadające wykształcenie: gimnazjalne i niższe (33,0% ogółu zarejestrowanych bezrobotnych) oraz zasadnicze zawodowe (24,3% ogółu zarejestrowanych bezrobotnych). Duży, bo wynoszący 19,9%, był także udział osób legitymujących się wykształceniem policealnym bądź średnim zawodowym. Najmniej liczną grupę osób stanowiła kategoria z wykształceniem określanym jako średnie ogólne, wynosiła 11,3% całkowitego zróżnicowania populacji osób pozostających bez pracy w końcu grudnia 2015 roku (rys. 4).

Interesującym źródłem informacji o deklarowanym zapotrzebowaniu pracodawców na określone umiejętności zawodowe jest analiza treści ofert pracy publikowanych w Internecie. W latach 2009–2015 Regionalne Obserwatorium Rynku Pracy w Łodzi prowadziło cykliczne badania mające na celu analizę struktury oraz dynamiki zmian obserwowanych w zbiorze ofert pracy, ukazujących się na wybranych portalach internetowych. Uzyskane wyniki wskazują między innymi, że od 2012 roku generalna struktura poszukiwanych pracowników utrzymuje podobny kształt, niepodlegający



Rysunek 4. Bezrobotni zarejestrowani w województwie łódzkim według poziomu wykształcenia (bez wyższego) w latach 2013–2015 (%). Stan na 31 grudnia

Źródło: Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi.

istotnym statystycznie zmianom. Na przestrzeni dzielącej pomiary prowadzone wiosną 2013 roku oraz jesienią 2014 roku odnotowano niewielki wzrost liczby ofert dla specjalistów, a spadek liczby ogłoszeń skierowanych do kadry kierowniczej. Maleje również sukcesywnie od 2011 roku zapotrzebowanie na pracowników usług osobistych i sprzedawców. Odwróceniu uległa sytuacja pracowników z niższych grup zawodowych (operatorów i monterów maszyn i urządzeń oraz pracowników przy pracach prostych). Ostatni pomiar w 2014 roku przyniósł wzrost znaczenia tych grup w strukturze poszukiwanych pracowników.

Analizując zapotrzebowanie na pracowników o określonych zawodach na poziomie dużych grup zawodowych, widać wyraźnie, że w badanym zbiorze ofert najbardziej poszukiwanymi pracownikami byli specjaliści (25% ofert dotyczyło właśnie tej grupy zawodowej). Stosunkowo dużą grupę wśród poszukiwanych pracowników stanowili także robotnicy przemysłowi i rzemieślnicy (14%) oraz pracownicy usług i sprzedawcy (10%). W przypadku 21% ofert poszukiwani byli technicy i inny średni personel. Struktura zapotrzebowania na różnego typu pracowników w stosunku do poprzednich pomiarów nie uległa istotnym zmianom. Podobnie jak jesienią 2014 roku przeważają oferty dla pracowników średniego i wyższego szczebla (kierownicy, specjaliści, technicy i średni personel oraz pracownicy biurowi – 62% ofert, tak jak w poprzednim pomiarze).

Wśród pojedynczych zawodów najczęściej poszukiwanymi byli różnego rodzaju przedstawiciele handlowi – było do nich kierowanych 6% wszystkich analizowanych ofert. W stosunku do poprzedniego pomiaru liczba tego typu ofert uległa nawet zwiększeniu (681 ofert 2015 r., 644 jesienią 2014 r.). Na drugiej pozycji, podobnie jak w poprzednim pomiarze, znaleźli się księgowi, chociaż w stosunku do jesieni 2014 roku zmniejszyła się liczba ofert poszukujących tego typu pracowników (360 2015 r.

i 445 jesienią 2014 r.). Ponadto co najmniej 3% wszystkich ofert stanowiły oferty skierowane do kierowców samochodów ciężarowych, a powyżej 2% do doradców klienta oraz pracowników centrum elektronicznej obsługi klienta, opiekunów osób starszych, pozostałych pracowników obsługi biurowej lub programistów aplikacji. Kolejne zawody w hierarchii popularności mierzonej odsetkiem ofert to: specjalista do spraw sprzedaży, szwaczka, pracownik centrum obsługi telefonicznej (pracownik call center), kierownik działu sprzedaży, magazynier, sprzedawca, inżynier systemów i sieci komputerowych oraz kasjer handlowy. Jak wynika z przeprowadzonych badań, branże, które w największym stopniu kształtują rynek ofert pracy, to: przetwórstwo przemysłowe, działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, handel hurtowy i detaliczny/naprawa samochodów osobowych oraz budownictwo.

W przyjętej przez Sejmik Województwa Łódzkiego Regionalnej Strategii Innowacji dla Województwa Łódzkiego LORIS 2030 wskazanych zostało 6 inteligentnych specjalizacji regionalnych, czyli sektorów kluczowych z punktu widzenia rozwoju regionu. Są to: nowoczesny przemysł włókienniczy i mody (w tym wzornictwo); zaawansowane materiały budowlane; medycyna, farmacja, kosmetyki; energetyka, w tym odnawialne źródła energii; innowacyjne rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze; informatyka i telekomunikacja. W obrębie 4 z nich (zaawansowane materiały budowlane; medycyna, farmacja, kosmetyki; energetyka, w tym odnawialne źródła energii oraz informatyka i telekomunikacja) obserwowano w latach 2010–2014 wzrost liczby zarejestrowanych podmiotów gospodarczych¹⁰. Liczba firm reprezentujących specjalizację nowoczesny przemysł włókienniczy i mody (w tym wzornictwo) zmniejszyła się na przestrzeni wymienionego okresu, głównie za sprawą spadku liczby firm mikro i małych reprezentujących grupę PKD – produkcja pozostałej odzieży wierzchniej. Szczególny wzrost liczby podmiotów gospodarczych dotyczył natomiast grupy PKD wzornictwo przemysłowe. Ubytek generalnej liczby zarejestrowanych przedsiębiorstw nastąpił także w branży innowacyjnego rolnictwa i przetwórstwa rolno-spożywczego, głównie poprzez zmniejszenie się liczby podmiotów z podgrupy PKD uprawy rolne i rozmnażanie roślin¹¹.

Przewidywane kierunki zmian

Przed województwem łódzkim stoją nowe wyzwania rozwojowe, a nadchodzące lata będą kluczowe dla przyszłego rozwoju regionu i jego miejsca w Polsce i UE. Celem nadrzędnym jest trwały i zrównoważony rozwój województwa oparty na optymalnym i efektywnym wykorzystaniu wewnętrznych potencjałów rozwojowych regionu w zgodzie z uwarunkowaniami zewnętrznymi. Głównym filarem tego rozwoju jest zaawansowana gospodarka wiedzy i innowacji. Silna, nowoczesna gospodarka oraz atrakcyjny rynek pracy są niezbędne dla zahamowania i odwrócenia niekorzystnych trendów demograficznych. Zakłada się, że do 2020 roku w województwie łódzkim nastąpi restrukturyzacja technologiczna gospodarki: w kluczowych dla rozwoju przemysłach regionu

¹⁰Analiza społeczno-ekonomiczna województwa łódzkiego. Raport, Regionalne Obserwatorium Rynku Pracy, Łódź 2016, s. 93.

¹¹Ibidem, s. 94.

wdrożone zostaną nowoczesne technologie, pojawią się inteligentne specjalizacje gospodarcze pozwalające na budowanie trwałych przewag konkurencyjnych, nastąpi rozwój sieci współpracy, a sektor badawczo-rozwojowy będzie odpowiadał na potrzeby gospodarki. Jednocześnie nastąpi wzrost znaczenia Łodzi jako prężnego ośrodka akademickiego ukierunkowanego na wzmacnianie potencjałów regionalnych. Przekształceniom w sferze gospodarczej towarzyszyć będą zmiany w sferze społecznej. Nastąpi rozwój kapitału społecznego i wzrost poczucia tożsamości regionalnej, mieszkańcy województwa będą stanowili aktywne społeczeństwo obywatelskie. Zachodzące zmiany społeczno-gospodarcze wpłyną na zmniejszenie nierówności społecznych. Region łódzki stanie się jednocześnie miejscem przyjaznym i atrakcyjnym do życia. Nastąpi rozwój sfery usług publicznych, poprawa stanu środowiska, zrealizowany zostanie sprawny system powiązań transportowych i infrastrukturalnych. Kontynuowane będą procesy rewitalizacji obszarów zdegradowanych, zapewnione zostaną wysokiej jakości przestrzenie publiczne, zauważalna będzie większa dbałość o ład przestrzenny. Przekształcenia w sferze gospodarczej i społecznej przyczynią się do prężnego rozwoju ośrodków miejskich oraz wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Warunkiem niezbędnym dla osiągnięcia powyższych celów jest sprawne zarządzanie w sektorze publicznym. Zakłada się, że nowy okres programowania cechować będzie skuteczne zintegrowane planowanie strategiczne zarówno na poziomie regionalnym, jak i lokalnym oraz w układach funkcjonalnych, które zapewnią efektywne wykorzystanie środków publicznych¹².

Reasumując, należy stwierdzić, że do potencjałów rozwojowych województwa, które mogą stać się podstawą do budowania jego przewag konkurencyjnych, należą:

- korzystne położenie w centrum Polski, zwłaszcza w kontekście docelowego układu dróg krajowych i autostrad, zwiększającego znacznie dostępności regionu zarówno w układzie krajowym, jak i międzynarodowym;
- potencjał badawczo-rozwojowy regionu związany z takimi dziedzinami, jak: włókiennictwo, medycyna, branża chemiczna, ogrodnictwo;
- dobry klimat dla rozwoju przedsiębiorczości i lokowania inwestycji (Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna, strefy przemysłowe, parki przemysłowe i technologiczne);
- poprawiająca się struktura sektorowo-branżowa gospodarki i duża liczba spółek z udziałem kapitału zagranicznego w Łodzi i podregionie łódzkim;
- znaczna podaż wysoko wykwalifikowanych kadr;
- wydajne i specjalistyczne rolnictwo (wspierane przez samorząd rolniczy – Izba Rolnicza Województwa Łódzkiego);
- tradycje przemysłowe regionu: przemysł włókienniczo-odzieżowy, materiałów budowlanych, chemiczny, rolno-spożywczy, farmaceutyczny, meblarski, energetyczny, elektromaszynowy;
- potencjał dla rozwoju nowoczesnych usług: BPO i IT, logistyka, media, balneologia, opieka zdrowotna oraz elektronika;

¹²Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego, Zarząd Województwa Łódzkiego, Łódź 2006, s. 8.

- dostępność i różnorodność bogactw naturalnych (węgiel brunatny, wody geotermalne, piaski szklarskie i formierskie, glinki ceramiczne, surowce budowlane)¹³.

Podsumowanie i wnioski

Lata 2013–2015 charakteryzowały się w województwie łódzkim znaczącą poprawą wartości wskaźników opisujących zjawisko rejestrowania się w urzędach pracy osób zwolnionych z przyczyn dotyczących zakładu pracy bądź w wyniku zwolnień grupowych. W 2015 roku do rejestrów bezrobocia trafiło 7983 bezrobotnych zwolnionych z przyczyn dotyczących zakładu pracy – o 35,0% mniej niż w 2013 roku, oraz 833 bezrobotnych, którzy utracili pracę w wyniku przeprowadzenia przez pracodawcę zwolnień grupowych – o 40,5% mniej niż w 2013 roku. W obu tych przypadkach dynamika spadku liczby rejestrujących się była zdecydowanie większa niż dynamika spadku całkowitego napływu do bezrobocia w latach 2013–2015, wynosząca 11,9%.

Wydaje się zasadne wprowadzenie działań doradczych i szkoleniowych dla osób bezrobotnych nieposiadających kwalifikacji zawodowych. Dodatkowo niezbędne jest podejmowanie działań aktywizujących skierowanych do osób powyżej 50. roku życia poprzez organizowanie szkoleń i kursów, szczególnie mających na celu aktualizowanie i rozwijanie już posiadanych kwalifikacji zawodowych. Preferowane powinno być udzielanie wsparcia na obszarze miasta Łodzi oraz powiatów ościennych. Obecnie podejmowanie działań typu outplacement (tj. doradztwo zawodowe i psychologiczne, szkolenia, a także wsparcie w znalezieniu nowej pracy), kierowane do osób dotkniętych problemem zwolnień z przyczyn zakładu pracy bądź zwolnień grupowych, pozwalają na uniknięcia zwiększania liczby osób bezrobotnych w województwie łódzkim.

Literatura

- Analiza społeczno-ekonomiczna województwa łódzkiego. Raport, Regionalne Obserwatorium Rynku Pracy, Łódź 2016.
- Badanie Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL), dane za lata 2013–2015, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Drozdowski R.: Rynek pracy w Polsce. Oczekiwania, strategie dostosowawcze, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2002.
- Główny Urząd Statystyczny, Vademecum łódzkie, www.lodz.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_lodzkie.
- Kryńska E., Kwiatkowski E.: Podstawy wiedzy o rynku pracy, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013.
- Milewski R.: Elementarne zagadnienia ekonomii, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Polska w liczbach, województwo łódzkie w liczbach (mapy, miasta, nieruchomości, GUS, noclegi, rejon, wypadki drogowe, bezrobocie, zarobki, wynagrodzenie) na podstawie danych GUS, <http://www.polskawliczbach.pl/lodzkie>.
- Potencjał rynku pracy województwa łódzkiego w obszarze zielonej i srebrnej gospodarki, Urząd Pracy w Łodzi, Łódź 2015.
- Rynek pracy w województwie łódzkim, specyfika i uwarunkowania, Urząd Pracy w Łodzi, Łódź 2006.

¹³Ibidem, s. 22.

Serwis informacyjny województwa łódzkiego, www.lodzkie.pl/sejmik.

Sowińska A.: Praca w życiu człowieka, *Polityka Społeczna* 1991, nr 4.

Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego, Zarząd Województwa Łódzkiego, Łódź 2006.

Szydlik-Leszczczyńska A.: Funkcjonowanie współczesnego rynku pracy: wybrane uwarunkowania, Difin, Warszawa 2012.

Labor market in the Łódź Voivodship

Summary. The main purpose of the study was to present the changing labor market in the Łódź Voivodship. The article presents the indicators of the changing labor market in the Łódź Voivodship. In addition, research results on unemployment and employment indicators have been indicated. Forms and ways of activating the unemployed are shown. It was pointed out that it is necessary to take actions to activate people over 50 years of age. The study uses secondary data from reports from the Poviast Labor Office, Local Data Bank of the Central Statistical Office and Research on Economic Activity of the Population (BAEL) of the Central Statistical Office. The results are presented in a descriptive and graphical form.

Key words: market, labor market, work, Łódź Voivodship

Anna Maria Krzyżanowska 

Warszawski Uniwersytet Medyczny

Formy aktywności ruchowej preferowane przez studentów uczelni warszawskich

Streszczenie. Celem badań było rozpoznanie motywów podejmowania aktywności ruchowej, preferencji studentów dotyczących form aktywności fizycznej, a także skutków i ograniczeń realizacji zajęć ruchowych. Badania empiryczne przeprowadzono w grudniu 2018 roku wśród 161 studentów uczelni warszawskich. Z przeprowadzonej analizy wynika, że większą skłonność do podejmowania aktywności ruchowej przejawiali mężczyźni, często w ten sposób realizowali własne hobby. Jako bariery podejmowania aktywności ruchowej studenci podali głównie: brak czasu i motywacji, brak nawyków aktywnego spędzania czasu wolnego oraz ograniczenia finansowe. Badani mieli świadomość pozytywnego wpływu aktywności ruchowej na stan zdrowia fizycznego i psychicznego.

Słowa kluczowe: ruch, aktywność ruchowa, student, motyw

Wstęp

Ruch jest niezbędny w życiu człowieka, wpływa korzystnie na psychikę, poprawę ogólnej sprawności układu ruchu i innych układów, poprawę metabolizmu, jak również warunkują prawidłowy rozwój somatyczny. Jest on wykorzystywany w profilaktyce zdrowia, profilaktyce leczniczej, stanowi podstawę zajęć wychowania fizycznego, rekreacji, turystyki, korekcji wad postawy i kinezyterapii¹. Aktywność fizyczna jest niezbędna do prawidłowego działania procesów metabolicznych i fizjologicznych. Rezygnacja z aktywności ruchowej może prowadzić do cukrzycy, otyłości, chorób serca i układu krążenia, a także zmian w obrębie stawów i kręgosłupa. Według wskazań Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) dzieci i nastolatki powinny na aktywność fizyczną poświęcić minimum 1 godzinę dziennie, a dorośli minimum 30 minut². Aktywność ruchowa jest ważnym elementem

¹K. Kasperska, E. Smolis-Bąk, D. Białoszewski: Metodyka nauczania ruchu. Usprawnienia pacjentów na zajęciach grupowych, Oficyna Wydawnicza WUM, Warszawa 2014, s. 11.

²M. Olejniczak: Aktywność fizyczna jest zdrowa! Czy wiesz dlaczego?, http://zdrowie.gazeta.pl/Zdrowie/1,107103,16813075,Aktywnosc_fizyczna_jest_zdrowa_Czy_wiesz_dlaczego_.html (dostęp: 21.12.2018).

krystyna_krzyzanowska@sggw.pl

profilaktyki chorób cywilizacyjnych. Ruch, który jest nieodłączną cechą życia, jest ograniczany przez rozwój naukowo-techniczny i musi być generowany w sposób sztuczny (np. poprzez aktywne uczestnictwo w rekreacji fizycznej), aby zapewnić zdrowie. Zgodnie z definicją przedstawioną przez M. Tyszkową³ „aktywność ruchowa to wszelkie funkcjonowanie organizmu zarówno fizjologiczne, jak i psychiczne”. Z. Drozdowski określił ją „jako całokształt zachowań i możliwości ruchowych ludzkiego organizmu związane z różnymi sposobami i formami przemieszczania się osobnika w przestrzeni bądź też przemieszczania się w stosunku do siebie różnych części ciała”. Autor wymienia pięć rodzajów aktywności ruchowej: zawodową, rekreacyjną, samoobsługową, rehabilitacyjną i sportową⁴. Według C.J. Caspersen aktywność fizyczna „jest pracą mięśni charakteryzującą się ponadspoczynkowym wydatkiem energii”⁵. Aktywność fizyczna według J. Drabik uznawana jest za jeden z pozytywnych mierników zdrowia człowieka, zazwyczaj im wyższy jej poziom, tym lepsze zdrowie⁶. Jest determinantem rozwoju sprawności i wydolności fizycznej, których określony poziom jest niezbędny do tego, aby radzić sobie w codziennym życiu. W ostatnich latach można dostrzec zmianę w sposobie myślenia o aktywności fizycznej i reorientacji w podejmowaniu sprawności fizycznej. W Stanach Zjednoczonych powstała koncepcja *health-related fitness*, w której zwraca się uwagę na komponenty sprawności fizycznej związane ze zdrowiem. Według E.T. Howleya i B.D. Franka celem sprawności fizycznej jest pozytywne zdrowie fizyczne, które warunkuje małe ryzyko wystąpienia problemów zdrowotnych. Według najbardziej aktualnych trendów tak rozumiana sprawność fizyczna ma być źródłem i warunkiem satysfakcjonującego życia, a nie tylko celem samym w sobie – osiągniętym w działaniu ruchowym⁷.

Aktywność ruchowa jest niezbędnym warunkiem utrzymania zdrowia, stymuluje prawidłowy rozwój fizyczny, psychiczny, społeczny i duchowy każdego człowieka. Zmniejsza negatywny wpływ nadmiaru stresu na organizm, zapobiega występowaniu zaburzeń układu ruchu, a także zmniejsza ryzyko zachorowania na choroby cywilizacyjne. Ruch jest najskuteczniejszym lekiem oraz istotnym elementem zdrowego stylu życia⁸. Systematycznie podejmowana aktywność ruchowa jest dowodem na dbałość o zdrowie, jego zachowanie i przywracanie, a także ułatwia człowiekowi osiągnięcie życiowych

³M. Tyszkowa: Aktywność i działalność dzieci i młodzieży, WSiP, Warszawa 1977, s. 13.

⁴Z. Drozdowski: W sprawie podziału motoryczności i człowieka uwag kilka, *Kultura Fizyczna* 1992, nr 9–10, s. 29.

⁵C.J. Caspersen: Physical activity and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research, *Public Health Reports* 1985, nr 2, s. 126–131.

⁶J. Drabik: Aktywność, sprawność i wydolność fizyczna jako mierniki zdrowia człowieka, Wydawnictwo AWF, Warszawa 1997, s. 36.

⁷T. Forołowicz: Ku edukacji zdrowotnej: Karetę sprawności i zdrowia, [w:] *Zdrowie: istota, diagnostyka i strategię zdrowotne*, I. Murawow (red.), Wydawnictwo ITE, Radom 2001, s. 11.

⁸Por. D. Umiastowska, E. Szczepanowska: Opinie studentów wychowania fizycznego i fizjoterapii o podejmowaniu udziału w różnych formach aktywności ruchowej (doniesienie z badań), *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Prace Instytutu Kultury Fizycznej* 2005, nr 424(22), s. 110; M. Wolicki: Aktywność ruchowa i jej znaczenie dla zdrowia fizycznego, psychicznego, społecznego i duchowego. https://www.kul.pl/files/803/biblioteczka_cyfra/Wolicki_Aktywnosc_ruchowa_jest_tak_wazna.html (dostęp: 20.12.2018).

priorytetów. Wszelkie ćwiczenia uprawiane z właściwą intensywnością są dla człowieka w każdym wieku swoistym dobrodziejstwem. Pomagają zapewnić dobre zdrowie, umocnić więzi rodzinne, dostarczyć poczucie szczęścia (dzięki tzw. endorfinom, nazywanym hormonem szczęścia, które uwalniają się w organizmie pod wpływem wysiłku fizycznego). Aktywność fizyczna pozwala rozładować stres, sprawia, że lepiej się śpi, a także efektywniej odpoczywa. Osoby podejmujące aktywność fizyczną żyją dłużej i cieszą się lepszą jakością życia⁹.

Cel, metodyka badań i charakterystyka badanej populacji

Celem badań było rozpoznanie motywów podejmowania aktywności ruchowej, preferencji studentów dotyczących form aktywności ruchowej, a także skutków i ograniczeń realizacji zajęć ruchowych. W badaniach wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego według standaryzowanego kwestionariusza ankiety. Dobór próby do badań był celowo-losowy. W opracowaniu wykorzystano literaturę przedmiotu z zakresu aktywności ruchowej. Badania empiryczne przeprowadzono w grudniu 2018 roku wśród 161 studentów uczelni warszawskich, z czego 47,8% stanowiły kobiety, a 52,2% mężczyźni. Uczestnikami badań byli studenci Politechniki Warszawskiej (37,9%), Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie (18,6%), Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego (18,6%), Uniwersytetu Warszawskiego (9,9%), Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie (3,1%), Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego (2,5%), Akademii Wychowania Fizycznego (2,5%) i innych uczelni wyższych (10,0%).

Wyniki badań

W badaniach podjęto próbę rozpoznania powodów podejmowania aktywności ruchowej przez studentów uczelni warszawskich. Wyniki analiz przedstawiono w tabeli 1.

Najważniejszym motywem podejmowania aktywności ruchowej przez studentów była poprawa kondycji i samopoczucia, na co wskazało ponad 4/5 badanych. Najmniej istotnymi przesłankami były: chęć nawiązania nowych znajomości czy konieczność zaliczenia zajęć z wychowania fizycznego, przedmiotu często obowiązkowego ferowanego w programie studiów. Aktywność ruchową jako zajęcie hobbystyczne częściej postrzegali mężczyźni niż kobiety, a zrzucenie zbędnych kilogramów zdecydowanie ważniejsze było dla kobiet. Kolejną kwestią podjętą w badaniach była odpowiedź na pytanie, kto zachęcił studentów do uczestnictwa w zajęciach ruchowych. Dane na ten temat przedstawiono na rysunku 1.

Należy zauważyć, że studenci najczęściej sami decydowali o tym, czy podejmują aktywność ruchową i jaki będzie jej rodzaj, tak odpowiedziało ponad 4/5 badanych. Co trzeci respondent jako źródło inspiracji wskazał namowę przyjaciół lub znajomych, a co dziesiąty informacje pochodzące z Internetu i sugestie rodziny. Rodzaje aktywności ruchowej podejmowanej w ciągu całego roku przedstawiono w tabeli 2.

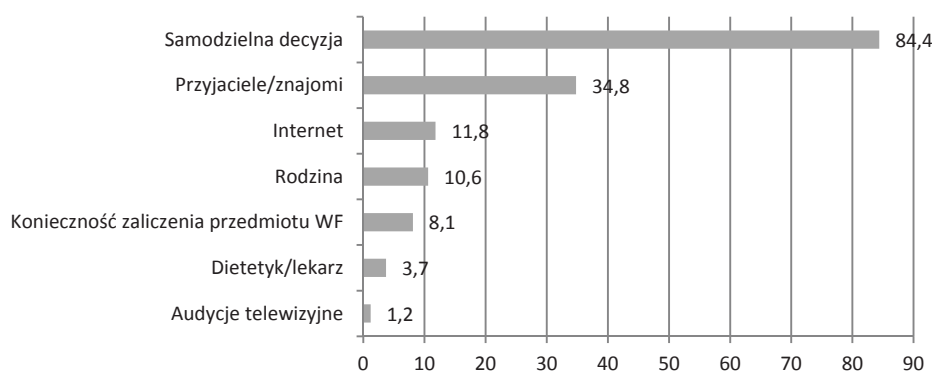
⁹J. Derbich: Aktywność ruchowa dla zdrowie w każdym wieku, [w:] Aktywność ruchowa ludzi w każdym wieku, D. Umiastowska (red.), Wydawnictwo Promocyjne „Albatros”, Szczecin 2016, s. 7–8.

Tabela 1. Motywy podejmowania aktywności ruchowej przez badanych

Motywy podejmowania aktywności ruchowej	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N = 161	%	N = 77	%	N = 84	%
Poprawa kondycji i samopoczucia	129	80,1	65	84,4	64	76,2
Korzyści dla zdrowia	99	61,5	49	63,6	50	59,5
Modelowanie sylwetki	88	54,7	46	59,7	42	50,0
Hobby	81	50,3	30	39,0	51	60,7
Zrzucenie zbędnych kilogramów	66	41,0	45	58,4	21	25,0
Zaliczenie przedmiotu WF	28	17,4	12	15,6	16	19,1
Chęć nawiązania nowych znajomości	27	16,8	13	16,9	14	16,7
Inne (np. pasja, obcowanie z przyrodą)	34	21,1	15	19,5	19	22,6

Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: badania własne.



Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Rysunek 1. Źródła inspiracji podjęcia aktywności ruchowej w opinii respondentów (%)

Źródło: badania własne.

Zajęcia taneczne były wskazywane na pierwszym miejscu. Należy zwrócić uwagę, że kobiety częściej niż mężczyźni dokonywały takiego wyboru. Na drugim miejscu uplasowały się ćwiczenia siłowe (siłownia), co trzeci badany wybierał jazdę na rowerze, ćwiczenia w domu, zajęcia na basenie, zajęcia grupowe w klubie fitness czy grę w piłkę, przy czym zajęcia grupowe w klubie fitness preferowały kobiety, a grę w piłkę mężczyźni. Częstotliwość podejmowania aktywności ruchowej zależała od płci, co przedstawiono na rysunku 2.

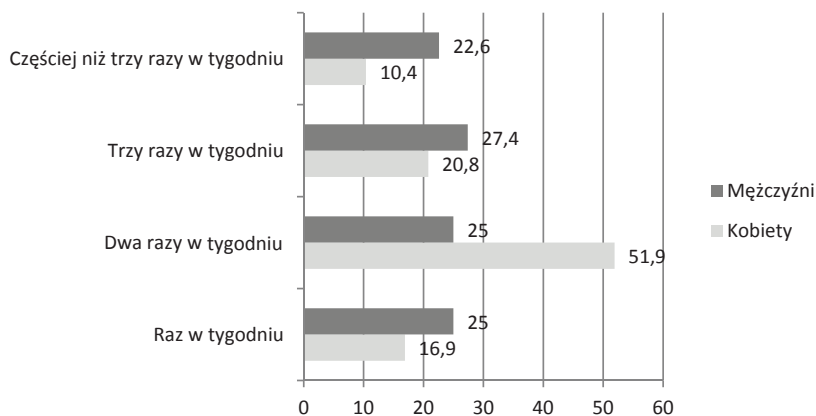
Okazało się, że co drugi mężczyzna uczestniczył w zajęciach ruchowych trzy razy w tygodniu lub częściej, a prawie 2/3 kobiet korzystało z tych zajęć dwa razy lub raz w tygodniu. Można sądzić, że mężczyźni byli bardziej zainteresowani aktywnością fizyczną niż kobiety.

Tabela 2. Rodzaje aktywności ruchowej podejmowanej przez studentów w ciągu całego roku

Rodzaje aktywności ruchowej	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N = 161	%	N = 77	%	N = 84	%
Taniec	73	45,3	50	64,9	23	27,4
Ćwiczenia siłowe (siłownia)	67	41,6	27	35,1	40	47,6
Jazda na rowerze	63	39,1	34	44,2	29	34,5
Ćwiczenia w domu	53	32,9	27	35,1	26	31,0
Zajęcia na basenie	52	32,3	23	29,9	29	34,5
Gra w piłkę (nożną, ręczną, siatkową, koszykową)	50	31,1	10	13,0	40	47,6
Zajęcia grupowe w klubie fitness	36	22,4	35	45,6	1	1,2
Bieganie	36	22,4	13	16,9	23	27,4
Zajęcia WF na uczelni	24	14,9	7	9,1	17	20,2
Joga	9	5,6	9	11,7	–	–
Tenis ziemny	3	1,9	1	1,3	2	2,4

Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: badania własne.



Rysunek 2. Częstotliwość podejmowania aktywności ruchowej (%)

Źródło: badania własne.

W badaniach poszukiwano również odpowiedzi na pytanie, jakie formy aktywności preferowali studenci w okresie letnim, co przedstawiono w tabeli 3.

Z przeprowadzonych badań wynika, że jazda na rowerze, deskorolce czy longboardzie była najczęściej wymienianą aktywnością, na drugim miejscu znalazły się pływanie i chodzenie po górach. Bardziej wyszukane formy aktywności ruchowej, jak windsurfing

Tabela 3. Aktywność ruchowa studentów w okresie letnim

Aktywność ruchowa studentów latem	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N = 161	%	N = 77	%	N = 84	%
Jazda na rowerze/deskorołce/longboardzie	111	68,9	58	75,3	53	63,1
Pływanie	67	41,6	34	44,2	33	39,3
Chodzenie po górach	63	39,1	36	46,8	27	32,1
Bieganie	53	32,9	20	26,0	33	39,3
Żeglowanie	18	11,2	6	7,8	12	14,3
Windsurfing/kitesurfing	7	4,3	3	3,9	4	4,8
Runmageddon/Hunt Run	5	3,1	2	2,6	3	3,6
Inne	30	18,6	8	10,4	22	26,2

Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: badania własne.

czy biegi terenowe z przeszkodami (tj. Runmageddon/Hunt Run), były wybierane sporadycznie. Formy aktywności ruchowej studentów w okresie zimowym przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4. Aktywność ruchowa studentów w okresie zimowym

Aktywność ruchowa studentów zimą	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N = 161	%	N = 77	%	N = 84	%
Jazda na łyżwach	67	41,6	44	57,1	23	27,4
Jazda na nartach	50	31,1	19	24,7	31	36,9
Brak aktywności	35	21,7	11	14,3	24	28,6
Chodzenie po górach	27	16,8	15	19,5	12	14,3
Jazda na snowboardzie	26	9,9	16	20,8	10	11,9

Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: badania własne.

Z przeprowadzonych analiz wynika, że jazda na łyżwach znalazła się na pierwszym miejscu i uprawiały ją głównie kobiety, drugie miejsce zajęła jazda na nartach i była domeną mężczyzn. Należy zauważyć, że aż 28,6% badanych mężczyzn w czasie zimowym nie podejmowało żadnej aktywności ruchowej. W badaniach rozpoznano bariery w podejmowaniu aktywności ruchowej, co zamieszczono w tabeli 5.

Prawie 2/3 respondentów wśród barier wymieniło brak czasu, ponad połowa wskazała brak motywacji, co trzeci badany dostrzegał brak nawyków aktywnego spędzania czasu wolnego, a co dziesiąty student miał kłopoty ze sfinansowaniem takich aktywności.

Spróbujmy odpowiedzieć na pytanie, czy studenci dostrzegli wpływ aktywności ruchowej na kondycję organizmu? (tab. 6).

Tabela 5. Bariery podejmowania aktywności ruchowej w opinii studentów

Bariery podejmowania aktywności ruchowej	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N = 161	%	N = 77	%	N = 84	%
Brak czasu	101	62,7	49	63,6	52	61,9
Brak motywacji	90	57,1	45	58,4	45	53,6
Brak nawyków aktywnego spędzania czasu	49	30,4	23	29,9	26	31,0
Nie mam przeszkód	26	16,1	8	10,4	18	21,4
Brak środków finansowych	19	11,8	12	15,6	7	8,3
Brak świadomości pozytywnych skutków aktywności fizycznej	5	3,1	3	3,9	2	2,4
Inne	3	1,9	–	–	3	3,6

Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: badania własne.

Tabela 6. Wpływ aktywności ruchowej na kondycję organizmu w opinii studentów

Wpływ aktywności ruchowej na organizm	Ogółem		Kobiety		Mężczyźni	
	N = 161	%	N = 77	%	N = 84	%
Zwiększa sprawność fizyczną	129	80,1	61	79,2	68	81,0
Zwiększa wydolność organizmu	112	69,6	55	71,4	57	67,9
Rzeźbi/modeluje sylwetkę	92	57,1	50	64,9	42	50,0
Zwiększa elastyczność ciała	70	43,5	40	51,9	30	35,7
Zwiększa masę mięśniową	61	37,9	22	28,6	39	46,4
Nie zauważyłam/łem żadnego wpływu	9	5,6	2	2,6	7	8,3
Inne	15	9,3	9	11,7	6	7,1

Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: badania własne.

W opinii badanych aktywność ruchowa ma pozytywny wpływ na organizm człowieka, ponieważ zwiększa sprawność fizyczną (80,1%), poprawia wydolność organizmu (69,6%), modeluje sylwetkę (57,1%), poprawia elastyczność ciała (43,5%) i zwiększa masę mięśniową (37,9%). Wyniki przeprowadzonych badań mogą stanowić inspirację do podjęcia aktywności ruchowej przez studentów, którzy dotychczas w sposób bierny spędzali czas wolny lub w ograniczonym zakresie byli zainteresowani aktywnością ruchową.

Podsumowanie i wnioski

Motywy podejmowania aktywności ruchowej przez studentów zależały od płci. Dla kobiet najważniejsze były: poprawa kondycji i samopoczucia, troska o dobre zdrowie, modelowanie sylwetki i rzucenie zbędnych kilogramów. Mężczyźni wskazywali takie

powody, jak: poprawa kondycji i samopoczucia, realizacja zainteresowań, a także troska o dobre zdrowie. Mężczyźni poświęcali więcej czasu w ciągu tygodnia na aktywność ruchową niż kobiety. Bardzo często było to ich hobbyistyczne zajęcie. Wybór form aktywności ruchowej zależał od płci respondentów. Mężczyźni preferowali: grę w piłkę, zajęcia na siłowni i basenie, a kobiety wybierały przede wszystkim: taniec, zajęcia grupowe w klubie fitness i jazdę na rowerze. Wśród barier podejmowania aktywności ruchowej studenci wskazali głównie: brak czasu i motywacji, brak nawyków aktywnego spędzania czasu wolnego i ograniczenia finansowe. Wyniki badań potwierdziły pozytywny wpływ aktywności ruchowej na organizm człowieka, ponieważ ankietowani stwierdzili, że zwiększa sprawność fizyczną, poprawia wydolność organizmu, modeluje sylwetkę, poprawia elastyczność ciała i zwiększa masę mięśniową.

Mając na uwadze ogromne znaczenie aktywności ruchowej w utrzymaniu dobrej kondycji fizycznej i zdrowia, należy prowadzić działania edukacyjne w różnych grupach wiekowych, a więc wśród dzieci, młodzieży i dorosłych. Ważne jest kształtowanie świadomości i prawidłowych nawyków zachowań uwzględniających aktywne formy spędzania czasu wolnego.

Literatura

- Caspersen C.J.: Physical activity and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research, *Public Health Reports* 1985, nr 2, s. 126–131.
- Derbich J.: Aktywność ruchowa dla zdrowie w każdym wieku, [w:] Aktywność ruchowa ludzi w każdym wieku, D. Umiaszewska (red.), Wydawnictwo Promocyjne „Albatros”, Szczecin 2016.
- Drabik J.: Aktywność, sprawność i wydolność fizyczna jako mierniki zdrowia człowieka, Wydawnictwo AWF, Warszawa 1997.
- Drozdowski Z.: W sprawie podziału motoryczności i człowieka uwag kilka, *Kultura Fizyczna* 1992, nr 9–10, s. 29.
- Forołowicz T.: Ku edukacji zdrowotnej: Karetę sprawności i zdrowia, [w:] Zdrowie: istota, diagnostyka i strategię zdrowotne, I. Murawow (red.), Wydawnictwo Naukowe ITE, Radom 2001.
- Kasperska K., Smolis-Bąk E., Białoszewski D.: Metodyka nauczania ruchu. Usprawnienia pacjentów na zajęciach grupowych, Oficyna Wydawnicza WUM, Warszawa 2014.
- Olejniczak M.: Aktywność fizyczna jest zdrowa! Czy wiesz dlaczego?, http://zdrowie.gazeta.pl/Zdrowie/1,107103,16813075,Aktywnosc_fizyczna_jest_zdrowa_Czy_wiesz_dlaczezo_.html (dostęp: 21.12.2018).
- Tyszkowa M.: Aktywność i działalność dzieci i młodzieży, WSiP, Warszawa 1977.
- Umiaszewska D., Szczepanowska E.: Opinie studentów wychowania fizycznego i fizjoterapii o podejmowaniu udziału w różnych formach aktywności ruchowej (doniesienie z badań), *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Prace Instytutu Kultury Fizycznej* 2005, nr 424(22), s. 109–119.
- Wolicki M.: Aktywność ruchowa i jej znaczenie dla zdrowia fizycznego, psychicznego, społecznego i duchowego, https://www.kul.pl/files/803/biblioteczka_cyfra/Wolicki_Aktywnosc_ruchowa_jest_tak_wazna.html (dostęp: 20.12.2018).

Forms of physical activity preferred by students of Warsaw universities

Summary. The aim of the research was to recognize the motives of undertaking physical activity, student preferences regarding forms of physical activity, as well as the effects and limitations of exercise activities. Empirical research was conducted in December 2018 among 161 students of Warsaw universities. The conducted analysis shows that men were more likely to take up physical activity, often in this way they realized their own hobby. Among the barriers to physical activity, students mainly pointed out: lack of time and motivation, no habits of active leisure and financial constraints. The subjects were aware of the positive effects of practicing physical activity on the state of physical and mental health.

Key words: activity, physical activity, student, motive

Izabela Kwil ✉

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”

Streszczenie. W turystyce regionalnej zwraca się obecnie uwagę nie tylko na atrakcje związane ze zwiedzaniem miejsc. Bardzo ważna stała się ostatnio turystyka kulinarna, która utożsamiana jest ze zwiedzaniem obszaru. Są to najczęściej produkty lub potrawy przypisane do trzech różnych grup wyrobów: żywności lokalnej, regionalnej lub tradycyjnej. Niniejszy artykuł zwraca uwagę na promocję regionu poprzez tworzenie projektów edukacyjnych takich jak szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”. Artykuł został podzielony na trzy części. Pierwsza z nich prezentuje terminologię żywności lokalnej, regionalnej oraz tradycyjnej. W drugiej części opisano znaki jakości certyfikujące produkty regionalne. W kolejnej części opisano założenia szlaku kulinarnego „Smaki Dolnego Śląska”. Artykuł ma charakter poglądowy.

Słowa kluczowe: turystyka kulinarna, żywność regionalna, ChOG, ChNP, GTS, szlak kulinarny

Wstęp

Ostatnio występuje coraz większe zainteresowanie podróżami o charakterze kulturowym. Stworzenie specjalnej oferty turystycznej pozwoliło na wyszczególnienie turystyki kulturowej będącej częścią usług turystycznych. Wyodrębnienie tego rodzaju turystyki stworzyło potrzebę dokładniejszego definiowania tego pojęcia z myślą o uczestnikach rynku turystycznego i jego konsumentach¹.

Turystyka związana z żywnością (turystyka kulinarna) polega na poznawaniu wyjątkowości żywności dostępnej lokalnie. Dodatkowo ma ona powiązania z wypoczynkiem, co stwarza podwójną korzyść. Celem takiej turystyki jest poznawanie smaków lokalnych, regionalnych oraz tradycyjnych potraw i produktów przyrządzanych najczęściej według bardzo starych i przekazywanych z pokolenia na pokolenie receptur i technologii wraz z poczuciem satysfakcji z przebywania w miejscu ich wytwarzania. Pojęcie turystyki kulinarnej jest związane nie tylko z konsumpcją, ale również z poznawaniem receptur i przepisów, uczestnictwem i poznawaniem stylu życia lokalnych społeczności².

¹V.A.M. Rohrscheidt: Turystyka kulturowa – wokół definicji, Turystyka Kulturowa 2008, nr 1, s. 4–21.

²M. Wiśniewska: Żywność, życie i turystyka w stylu „slow”, Zarządzanie i Finanse 2012, nr 3(2), s. 161–176.

✉ izabela.kwil@ue.wroc.pl

Celem rozważań było dokonanie charakterystyki szlaku kulinarnego „Smaki Dolnego Śląska” obejmujące m.in. przedstawienie obiektów należących do niego. Turystyka kulinarna jest zagadnieniem aktualnym i jak dotąd nieopisywanym w literaturze naukowej. Uznano więc, że warto podjąć tę tematykę po to, aby rozszerzyć dotychczasową wiedzę w kontekście turystyki kulinarnej. W artykule opisano również produkty lokalne, regionalne i tradycyjne wraz z ich certyfikacją, ponieważ łączą się one nierozzerwalnie z przedstawionym zagadnieniem.

Metodyka badań

Informacje zebrane do niniejszego artykułu pochodzą głównie z publikacji popularnonaukowych, w tym czasopism branżowych. Jak wynika ze studiów, jakie przeprowadziła autorka opracowania, analizowana tematyka związana ze szlakiem kulinarnym „Smaki Dolnego Śląska” nie została opisana w tradycyjnych źródłach literaturowych. W związku z tym informacje zebrane na temat tego zagadnienia zostały pozyskane ze źródeł internetowych. Niemniej jednak w literaturze naukowej podejmuje się problematykę wyróżniania produktów lokalnych, regionalnych i tradycyjnych, dlatego też część artykułu poświęcona definicji wskazanych produktów została opracowana na podstawie piśmiennictwa naukowego.

Wyniki badań

Produkty lokalne, regionalne i tradycyjne na Dolnym Śląsku

Istotną zaletą produktów lokalnych, regionalnych i tradycyjnych jest ich nierozzerwalne powiązanie z dziedzictwem kulturowym i historią miejsca wytwarzania. Co ważne współcześnie konsumenci bardzo często przemieszczają się lub zmieniają miejsce swojego zamieszkania. Przez to coraz częstsze staje się identyfikowanie się z konkretnym regionem. Sprzyjają temu: wspólna historia, obyczaje, legendy i nawyki żywieniowe miejsca. Można zatem stwierdzić, że produkty o charakterze lokalnym, regionalnym i tradycyjnym stanowią wartościowy czynnik powodujący łączenie się społeczności, co sprzyja rozwojowi marketingu terytorialnego będącego jednym ze sposobów promocji województwa czy regionu³.

W literaturze przedmiotu występuje wiele naukowych opracowań opisujących żywność lokalną, jednakże nadal nie została opracowana jedna, obowiązująca definicja dla tego typu produktów. Najczęściej podaje się, że takie produkty klasyfikowane są według dwóch czynników: położenia geograficznego (poprzez określenie miejsca ich wytworzenia) oraz postrzegania artykułów przez konsumentów (żywność wyprodukowana lokalnie). Pierwszy z opisywanych wyróżników mówi o tym, iż żywność lokalna to taka, którą wyprodukowano do 100 km od miejsca zamieszkania konsumenta⁴. Co istotne rozwój

³M. Kucharczyk, J. Błaszczuk, P. Seruga, A. Piekara, S. Zimny, M. Krzywonos: Charakterystyka produktów regionalnych i tradycyjnych – wpływ na marketing, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* 2016, nr 461, s. 113–121.

⁴A. Rogala: Zainteresowanie żywnością lokalną wśród polskich konsumentów na tle polityki rolnej Unii Europejskiej, *Handel Wewnętrzny* 2015, nr 3(356), s. 227–238.

produkcji lokalnej jest pozytywny z uwagi na środowisko naturalne, ponieważ w procesie wytwarzania wykorzystuje się wyłącznie bogactwo natury. Inne korzystne skutki rozwoju produkcji lokalnej znajdują odzwierciedlenie w sytuacji gospodarczej (poprzez tworzenie nowych firm) oraz społecznej regionu (nowe miejsca pracy oraz zwiększenie przywiązania do regionu). Produkt lokalny może stać się zatem czynnikiem powodującym poprawę sytuacji ekonomicznej w regionie przy jednoczesnym wsparciu społecznym i środowiskowym. Jest to więc doskonały sposób na realizację idei zrównoważonego rozwoju. W produkcji żywności lokalnej bardzo ważną rolę odgrywa jego wytwórca, którego zadaniem jest kultywowanie lokalnej lub rodzinnej poprzez realizację swoich pasji przy jednoczesnym pozyskiwaniu dochodu. Aby w obrębie tej części gospodarki tworzyły się miejsca pracy, należy znaleźć klientów, którym będą odpowiadały wytwarzane produkty. Jednym z najlepszych sposobów na pozyskanie klientów staje się zatem budowanie marki lokalnej⁵.

Produkty regionalne to wyroby produkowane z surowców występujących na danym terytorium. Mają one niewątpliwą związek z kulturą, historią i naturą lokalną. Wyroby te są ściśle związane z określonym obszarem. Ich cechą charakterystyczną jest naturalny sposób wytwarzania. Bardzo często określane są one błędnie produktami tradycyjnymi lub lokalnymi. Najważniejszą cechą odróżniającą produkty regionalne od lokalnych czy tradycyjnych jest to, że są one certyfikowane. Nadaje się im trzy rodzaje oznaczeń: ChNP – chroniona nazwa pochodzenia, ChOG – chronione oznaczenie geograficzne i GTS – gwarantowana tradycyjna specjalność⁶.

Produkt tradycyjny określa się jako chroniony produkt spożywczy. Produkty te swoją wysoką jakością oraz szczególne właściwości zawdzięczają produkcji znanej od pokoleń. Wytwarzanie oparte jest tu na długoletniej tradycji, a obszar występowania surowców do produkcji jest znany. Od produktów tradycyjnych wymaga się zagwarantowanej jakości. W Polsce jakością tych wyrobów potwierdza się przez wpisanie ich na listę produktów tradycyjnych, system „Jakość Tradycja” oraz przez unijne systemy ochrony dla produktów o chronionym pochodzeniu geograficznym (PGI)⁷.

Zgromadzona literatura pozwoliła na ustalenie prawidłowej terminologii dwóch pojęć – żywność lokalna i regionalna. Sformułowano zatem następujące definicje⁸:

⁵M. Grębowiec: Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na rynku dóbr żywnościowych w Polsce, Zeszyty Naukowe SGGW, Problemy Rolnictwa Światowego 2010, nr 10(25), s. 22–30.

⁶S. Minta, B. Tańska-Hus, A. Kapała: Consumer awareness of regional products – selected research results, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2014, nr 16(4), s. 195–200.

⁷S. Minta, M. Cempiel: Badanie satysfakcji konsumentów produktu tradycyjnego na przykładzie oscypka, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2017, nr 19(6), s. 176–181.

⁸I. Kwil: Level of consumer awareness in the aspect of local and regional food products originating from Lower Silesia – results of surveys, [w:] Business and non-profit organizations facing increased competition and growing customers' demands, A. Nalepka, A. Ujwary-Gil (red.), Wydawnictwo Nova Sandec, Nowy Sącz 2018, s. 561–574.

1. Żywność lokalna to produkty sektora rolno-spożywczego charakteryzujące się najwyższą jakością. Wyroby te produkowane są z uwzględnieniem założeń zrównoważonego rozwoju. Są one związane z miejscem wytwarzania. Wyroby te nie są certyfikowane.
2. Produkty regionalne to produkty sektora rolno-spożywczego charakteryzujące się najwyższą jakością. Wyroby te wytwarzane są również z uwzględnieniem założeń zrównoważonego rozwoju. Są one także związane z obszarem, na którym są wytwarzane. Produkty te są certyfikowane znakami jakości nadawanymi przez Unię Europejską – chroniona nazwa pochodzenia, chronione oznaczenie geograficzne oraz gwarantowana tradycyjna specjalność.

Certyfikacja produktów lokalnych i regionalnych

W Unii Europejskiej od bardzo dawna prowadzi się politykę związaną z utrzymaniem odpowiedniej jakości i standaryzacji produktów spożywczych, co wynika z dbania o konsumenta w kwestii jego zdrowia, ale też o interesy wytwórców. W związku z tym jednym z kluczowych zagadnień stało się podtrzymywanie lokalnych tradycji i zwyczajów⁹.

Terminologię produktu regionalnego i tradycyjnego w Polsce ukształtowano ze względu na przystąpienie jej do Unii Europejskiej. Jednakże pojęcia te ukształtowały się dzięki stworzeniu i zaakceptowaniu ustawy z 2004 roku o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych. Było to bardzo istotne, ponieważ uregulowało rozumienie tych pojęć¹⁰. Na rysunku 1 przedstawiono kolejno znaki: chroniona nazwa pochodzenia, chronione oznaczenie geograficzne i gwarantowana tradycyjna specjalność.



Rysunek 1. Znaki certyfikujące żywność regionalną

Źródło: <http://www.trzyznakismaku.pl/oznaczenia> (dostęp: 10.10.2018).

Chroniona nazwa pochodzenia (ChNP) dotyczy produktów ściśle związanych z obszarem ich wytwarzania. W tym przypadku każdy z etapów produkcji musi być realizowany na przypisanym mu obszarze¹¹. Zatem znak ten oznacza nazwę regionu lub terenu,

⁹S. Chudy, U. Gierałtowska: Produkty tradycyjne i regionalne z perspektywy szczecińskich studentów, *Journal of Agribusiness and Rural Development* 2013, nr 1(27), s. 45–52.

¹⁰M. Kupracz: Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia Regionalne i Lokalne* 2007, nr 4(30), s. 100–115.

¹¹A. Hajdukiewicz: Oznaczenie geograficzne produktów rolno-spożywczych jako kwesta sporna w negocjacjach transatlantywnego partnerstwa handlowo-inwestycyjnego, *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania* 2015, nr 1(41), s. 39–51.

używaną do opisanego produktu rolnego lub artykułu spożywczego pochodzącego z konkretnego miejsca. Certyfikat ten odnosi się do wyrobu, którego kolejne etapy produkcji są niezmiennie, a jego cechy są powiązane z danym otoczeniem geograficznym oraz naturalnymi i ludzkimi czynnikami. Producenci ubiegający się o znak muszą wykazać, że jakość ich wyrobów jest obiektywnie powiązana z pochodzeniem oraz że cały proces technologiczny odbywa się w regionie, który przypisywany jest do nazwy tego produktu¹². Certyfikat ten otrzymało dziewięć produktów regionalnych i tradycyjnych, którymi są: Fasola Piękny Jaś z Doliny Dunajca, Wiśnia nadwiślańską, Oscypek, Bryndza podhalańska, Podkarpacki miód spadziowy, Redykołka, Fasola wrzawska i Karp zatorski, Miód z Sejneńszczyzny¹³.

Chronione oznaczenie geograficzne (ChOG) dotyczy wyrobów wytwarzanych na określonym obszarze geograficznym. Takiemu pochodzeniu może być przyporządkowana jakość, renoma czy charakterystyczna cecha produktów. W przypadku tego znaku wystarczy, aby jeden z etapów wytwarzania odbywał się na wskazanym terenie. Z kolei surowce używane do produkcji mogą pochodzić z innych obszarów¹⁴. Są to, np.: Cebulacz lubelski, Jabłka grójeckie, Kołocz śląski, Obwarzanek krakowski czy Rogal świętomarciński¹⁵.

Gwarantowana tradycyjna specjalność (GTS) dotyczy żywności, która charakteryzuje się cechami wyróżniającymi spośród innych produktów spożywczych tej samej kategorii. Wyrób ten musi cechować się tradycyjnym składem oraz sposobem wytwarzania przekazywanym z pokolenia na pokolenie. Przykładami takich produktów są: Kiełbasa jałowcowa staropolska, Kiełbasa myśliwska staropolska czy Olej rydzowy tradycyjny¹⁶.

Szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”

W Polsce istnieje wiele projektów edukacyjnych promujących zdrową żywność czy odpowiednie odżywianie. W związku z rosnącym zainteresowaniem żywnością lokalną, regionalną oraz tradycyjną postanowiono również stworzyć kolejne programy nawiązujące do tego obszaru wiedzy. Jednym z takich przedsięwzięć było stworzenie na Dolnym Śląsku szlaku prezentującego wyroby i potrawy ściśle związane z tradycją województwa. Polska Akademia Sztuki Kulinarnej Ad Gustum zaprezentowała ideę stworzenia dolnośląskiego szlaku kulinarnego podczas konferencji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego 5 kwietnia 2016 roku w siedzibie Dolnośląskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego we Wrocławiu. Na rysunku 2 przedstawiono logo szlaku „Smaki Dolnego Śląska”.

¹²M. Grębowiec, op. cit., s. 22–30.

¹³K. Rejman, E. Halicka, H. Nagalska: Szanse polskiego rynku żywności tradycyjnej i regionalnej a zachowania konsumentów, *Więś i Rolnictwo* 2015, nr 3(168), s. 117–131.

¹⁴I. Lipińska: The system of the protection of geographical indications and designations of origin for an agricultural products, *Journal of Agribusiness and Rural Development* 2008, nr 4(10), s. 1–10.

¹⁵K. Rejman i in., op. cit., s. 117–131.

¹⁶A. Borowska: Unijny system ochrony żywnościowych produktów regionalnych i tradycyjnych, *Zeszyty Naukowe SGGW, Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* 2008, nr 71, s. 177–122.



Rysunek 2. Logo szlaku kulinarnego „Smaki Dolnego Śląska”

Źródło: <http://smakidolnegoslaska.pl> (dostęp: 10.10.2018).

Celem stworzenia dolnośląskiego szlaku kulinarnego było¹⁷:

- efektywne wykorzystanie potencjału w regionie – specyficznego dziedzictwa kulinarnego (wielokulturowość wynikająca z dawnej i ze współczesnej historii),
- umożliwianie turystyce odwiedzenie najcenniejszych miejsc turystyki kulinarnej w regionie – ułatwienie wędrówek kulinarnych,
- zbudowanie markowych kulinarnych produktów turystycznych,
- promocja potraw i produktów regionalnych, tradycyjnych, lokalnych, ekologicznych – wzrost zainteresowania tymi produktami,
- zwiększenie popytu na produkty i potrawy regionalne, tradycyjne, lokalne i ekologiczne,
- zapobieganie dysfunkcjom turystyki w regionie.

Członkami szlaku mogą zostać podmioty działające w szeroko pojętej dolnośląskiej kulinarniej branży turystycznej, posiadające certyfikat jakości przyznawany przez krajowe lub międzynarodowe organizacje certyfikujące. Podmioty nieposiadające wspomnianego certyfikatu poddadzą się certyfikacji komisji weryfikacyjnej powoływanej przez Dolnośląską Organizację Turystyczną¹⁸.

Szlak obejmuje wyroby lokalne, regionalne i tradycyjne oraz lokale gastronomiczne (restauracje, karczmy, oberże itp.), oferujące dania przygotowywane z tych surowców i produktów. Szlak obecnie składa się z 54 obiektów lub produktów. Zostały one opisane w tabeli.

Analizując informacje przedstawione w tabeli, można zauważyć, że szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska” składa się głównie z punktów gastronomicznych oraz barów, mniejszością są w nim produkty oraz przetwory lokalne.

¹⁷<http://smakidolnegoslaska.pl> (dostęp: 10.10.2018).

¹⁸Tamże.

Tabela. Podmioty wchodzące w skład szlaku kulinarnego „Smaki Dolnego Śląska”

Lp.	Nazwa	Charakterystyka działalności
1	Restauracja Uczta w Zamku Czocho	Bogata oferta turystyczna i gastronomiczna (zwiedzanie zamku czy wyjątkowe dania tradycyjnej polskiej kuchni, np. maliniak).
2	Restauracja Boletus w Zamku Kliczków	Dania w restauracji wytwarzane są m.in. z surowców pochodzących z Borów Dolnośląskich (restauracja otrzymała certyfikat Dziedzictwa Kulinarnego Dolnego Śląska).
3	Gospoda Kruszyna	Tradycyjna polska kuchnia, np. żurek w chlebie czy pierogi z kaszą.
4	Karczma Młyńska i Barka Tumska we Wrocławiu	Oferta obejmuje usługi hotelowe oraz gastronomiczne kuchni staropolskiej, np. tatar, smalec domowy, schab z zasmażoną kapustą czy pierogi.
5	Restauracja Pałacu Stanisławów	Potrawy kuchni polskiej i francuskiej.
6	Restauracja w Pałacu Łomnica	Zwiedzanie zabytkowego pałacu wraz z ofertą gastronomiczną (Salon Różowy, Sala Niebieska, restauracja Stara Stajnia itp.).
7	Karczma Rzym	Usługi hotelowe i gastronomiczne (np. żurek w chlebie czy smalec własnej roboty)
8	Hotel HP Park Plaza	Usługi hotelowe oraz nowoczesna wrocławska sztuka kulinarna, np. żurek kresowy z pokrzywą.
9	Art. Hotel Wrocław	Usługi hotelowe oraz dania inspirowane dawną kuchnią Wrocławia.
10	Gastropub Wrocławska	Dania produkowane z surowców i przetworów pochodzących od dolnośląskich producentów.
11	Restauracja Villa Greta	Organizacja przyjęć oraz restauracja z tradycyjnymi potrawami z lokalnych i sezonowych produktów.
12	Dworek Galosa	Usługi hotelowe, organizacja przyjęć oraz usługi gastronomiczne. Dania przygotowywane są według tradycyjnych receptur z pokolenia na pokolenie.
13	Hotel Bukowy Park Medica Spa	Usługi hotelowe i gastronomiczne. Potrawy przygotowywane są z naturalnych składników i zgodnie z ideą „Slow Food”, np. wędzony w bukowinie łosoś.
14	Restauracja Dwór Liczyrzepy	Dania i produkty z lokalnych surowców i przetworów, np. ser łomnicki.
15	Spizarnia Miodowa	Celem jej działalności jest pozyskanie miodu regionalnego, zdrowego, smacznego o niezmiennej jakości i w dobrej cenie.
16	Gospodarstwo Rolne M. Sznajder	Produkcja kiszonych warzyw: kiszone ogórki, buraczki oraz kapusta.
17	Winnica Jaworek	Produkcja win (owoce zbierane są ręcznie, a wino długo leżakuje w dębowych beczkach, którym zawdzięcza odpowiednie aromaty).
18	Likier Karkonoski	Napój alkoholowy wytwarzany ze karkonoskich jagód z dodatkiem ziół.

Tabela cd.

Lp.	Nazwa	Charakterystyka działalności
19	Restauracja Hotelu Polanica Resort Spa	Posiłki przygotowywane z lokalnych surowców i przetworów, np. z aronii pochodzącej z Gospodarstwa Ekologicznego Eko Ar czy Ser Śrubowski produkowany w serowni zlokalizowanej we wsi Ślubów.
20	Restauracja Red Baron	Oprócz tradycyjnych metod przygotowania posiłków w restauracji można również spróbować potraw przygotowywanych metodą „sous vide”, np. sandacz z cukinią w pomidorach.
21	Gospoda 8 Ryb	Menu opiera się na rybach pochodzących ze stawów Milickich (Dolina Baryczy).
22	Raj Pstrąga	Bar który ma swoim menu: pstrąga smażonego, pstrąga grillowanego, pstrąga wędzonego, smażony ser, grillowaną karkówkę, paluszki rybne, zupę rybną czy makaron z pstrągiem.
23	Bernard Piwiarnia- -Restauracja	Przygotowywanie tradycyjnych dań we współczesnych aranżacjach (naturalne i sezonowe surowce).
24	Akademia Kuraszków	Tworzenie potraw tradycyjnych, polskich w nowoczesnym wydaniu. W restauracji wypiekany jest pieczywo, produkowane są konfitury czy pieczone są paszety.
25	Sery Ślubowskie	Produkcja serów, np. gouda, tyłżycki, maślany itp.
26	Dworzysko	Szeroki wybór produktów regionalnych oraz wyrobów wytwarzanych na miejscu.
27	Restauracja Książęca	Dania regionalne takie jak: grzyby leśne z szyszkami rakowymi czy kaczką po polsku podana z sosem z czerwonej porzeczki.
28	Karczma Lwowska	Dania kuchni polskiej i lwowskiej, np. gołąbki kresówki.
29	Restauracja pod Fredrą	Tradycyjne dania kuchni polskiej, np. półmisek mięs z grilla z warzywami.
30	Sery Łomnickie z Koziej Łąki	Produkcja serów długodojrzewających z przyprawami, np. sery twarogowe, ricotta czy bryndza kozia.
31	Maciejowy Sad	Produkcja soków jabłkowych świeżo tłoczonych.
32	Karczma w Starej Kuźni	Dania z surowców pochodzących od lokalnych producentów.
33	Piekarnia Ulijanka	Produkcja chlebów na zakwasie, bułek oraz ciastek.
34	Malarska 25	Restauracja z daniami z surowców wysokiej jakości w artystycznej aranżacji.
35	Browar Kamienica	Produkcja piw lekkich, zbalansowanych i pijalnych.
36	Restauracja Graniczna	Dania kuchni regionalnej, np. wołowina kłodzka z knedlami, pstrąg „po radkowsku”.
37	Pstrąg Kłodzki	W ofercie występują takie ryby, jak: pstrąg tęczy, pstrąg potokowy, pstrąg źródłany.
38	Runoland	Produkcja przetworów z owoców i grzybów.
39	Masarnia Urbanowscy	Produkcja wędlin tradycyjnych i naturalnych.

Tabela cd.

Lp.	Nazwa	Charakterystyka działalności
40	Restauracja Marina	Dania o niekonwencjonalnym smaku, np. połędwiczki wieprzowe z borowikami oraz pieróg po polsku z wyjątkowym nadzieniem z sandacza i wędzonego pstrąga.
41	Restauracja Przystań	Potrawy są tu przygotowywane z wysokiej jakości produktów z dodatkiem pachnących ziół i sezonowych warzyw.
42	Olejarnia	Produkcja olejów tłoczonych na zimno, np. olej rzepakowy czy olej lniany.
43	Winnica de Sas	Produkcja win i cydru oraz oferta agroturystyczna.
44	Gospodarstwo Ekologiczne Wagnerówka	W gospodarstwie wytwarzane są następujące produkty: cukinia i patisony w chili, konfitura aroniowo-gruszkowa, żurek, cukinia w zalewie octowej, powidła śliwkowe, kapusta kiszona z chrzanem, patisony w zalewie octowej, sok z aronii i pigwowca, cukinia kiszona czy sałatka z cukinii.
45	Wizja Wina PL	W swojej ofercie winiarnia ma szeroki wybór win z kilkunastu dolnośląskich winnic oraz z innych województw.
46	Zabytkowe Gospodarstwo Gottwaldówka	Prowadzone są tu warsztaty pieczenia chleba na zakwasie w starym piecu chlebowym. Istnieje też możliwość spróbowania dawnych dolnośląskich specjałów, wpisanych na ministerialną listę produktów tradycyjnych, np. śląskie niebo.
47	Dom Pielgrzyma im. Świętej Rodziny	Miejsce oferuje noclegi wraz z restauracją i kawiarnią. Popularnym daniem są staropolskie flaczki.
48	Młyn Usługowy Zenon Feszczuk	Produkcja „Mąki jordanowskiej”: – pszenna, żytnia i orkiszowa. Oprócz tego w ofercie jest chleb własnego wyrobu.
49	Stawy Milickie	Punkt sprzedaży detalicznej ryb.
50	W Starej Rzeźni	W ofercie są warzywa i owoce, oleje i oliwy tłoczone na zimno, soki tłoczone na zimno z różnych owoców i warzyw.
51	Pasieka Zuzia	Oferta obejmuje następujące produkty: miód lipowy „Złoto Domaszkowa”, miód akacjowy „Kryształ Lubiąża” miód wielokwiatowy „miód tysiąca kwiatów”, miód rzepakowy, faceliowy, nawłociowy, gryczany, leśny, pyłek kwiatowy, pierzgę, propolis oraz wosk pszczeli.
52	Garaż Smaku	Sklep z produktami lokalnymi i ekologicznymi.
53	Pierniki Wrocławskie	Pierniki wytwarzane z tradycyjnej receptury.
54	Cukiernia Świerczyńscy	Cukiernia produkuje głównie wyroby cukiernicze. W swojej ofercie sprzedażowej ma torty okolicznościowe, a także ciasta deserowe i pieczone oraz wyroby z najwyższej jakości czekolady. W punktach sprzedaży można nabyć również tradycyjne chleby oraz wyroby maślane.

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://smakidolnegoslaska.pl> (dostęp: 10.10.2018).

Podsumowanie

Obecnie trendy konsumpcyjne bardzo często są skierowane na produkty lokalne, regionalne oraz tradycyjne. W związku z tym bardzo ważne jest, aby konsument miał możliwość znalezienia takiej żywności na co dzień – zarówno w postaci produktów, jak i potraw. Tworzenie projektów edukacyjnych z tego zakresu staje się więc niezbędne w turystyce regionalnej, może także przynieść korzyści mieszkańcom danego regionu.

W artykule scharakteryzowano szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”, aby pogłębić wiedzę z zakresu turystyki kulinarnej. Szlak obejmuje 54 obiekty i produkty. W większości są to restauracje oferujące potrawy przygotowywane z produktów lokalnych regionalnych i tradycyjnych oraz sklepy oferujące takie wyroby czy same produkty. W toku badawczym przedstawiono i scharakteryzowano produkty lokalne, regionalne oraz tradycyjne. Wskazano również własną definicję produktu lokalnego ze względu na niespójności terminologiczne w publikacjach naukowych. Opisano również znaki certyfikujące żywność regionalną.

Powyższe rozważania mają charakter poglądowy, jednakże w przyszłości mogą posłużyć do przeprowadzenia kolejnych, szerszych badań opisujących przedstawione zagadnienie. Szczególnie istotne wydaje się podjęcie pogłębionych badań nad tematyką szlaków kulinarnych w całym kraju, ponieważ nie ma obecnie zbyt wielu publikacji opisujących ten temat. Kolejne badania mogą pomóc członkom szlaku w ich strategiach marketingowych, ponieważ turystyka powinna obejmować swoim zakresem nie tylko zwiedzanie zabytków, ale też poznawanie regionu poprzez zwyczaje oraz potrawy i wyroby lokalne. Z kolei konsumentom i turystom od strony edukacyjnej większa świadomość w kontekście turystyki kulinarnej oraz szersza oferta turystyczna w tym zakresie mogą przyczynić się do większego zainteresowania regionem oraz żywnością lokalną, regionalną i tradycyjną stamtąd pochodzącą.

Literatura

- Borowska A.: Unijny system ochrony żywnościowych produktów regionalnych i tradycyjnych, Zeszyty Naukowe SGGW, *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* 2008, nr 71, s. 107–122.
- Chudy S., Gierałtowska U.: Produkty tradycyjne i regionalne z perspektywy szczecińskich studentów, *Journal of Agribusiness and Rural Development* 2013, nr 1(27), s. 45–52.
- Grębowiec M.: Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na rynku dóbr żywnościowych w Polsce, Zeszyty Naukowe SGGW, *Problemy Rolnictwa Światowego* 2010, nr 10(25), s. 22–31.
- Hajdukiewicz A.: Oznaczenie geograficzne produktów rolno-spożywczych jako kwesta sporna w negocjacjach translatywnego partnerstwa handlowo-inwestycyjnego, *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania* 2015, nr 1(41), s. 39–51.
- Królikowski J.: 87 projektów walczy o dotacje na e-usługi, również na geodezję, *Geoforum.pl*, 2016, <https://geoforum.pl/news/21710/dolny-slask-87-projektow-walczy-o-dotacje-na-e-uslugi-rowniez-na-geodezje> (dostęp: 10.10.2018).
- Kucharczyk M., Błaszczak J., Seruga P., Piekara A., Zimny S., Krzywonos M.: Charakterystyka produktów regionalnych i tradycyjnych – wpływ na marketing, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* 2016, nr 461, s. 113–121.
- Kupracz M.: Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia Regionalne i Lokalne* 2007, nr 4(30), s. 100–115.

- Kwil I.: Level of consumer awareness in the aspect of local and regional food products originating from Lower Silesia – results of surveys, [w:] Business and non-profit organizations facing increased competition and growing customers' demands, A. Nalepka, A. Ujwary-Gil (red.), Wydawnictwo Nova Sandec, Nowy Sącz 2018.
- Lipińska I.: The system of the protection of geographical indications and designations of origin for an agricultural products, Journal of Agribusiness and Rural Development 2008, nr 4(10), s. 37–46.
- Minta S., Cempiel M.: Badanie satysfakcji konsumentów produktu tradycyjnego na przykładzie oscypka, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2017, nr 19(6), s. 195–200.
- Minta S., Tańska-Hus B., Kapała A.: Consumer awareness of regional products – selected research results, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2014, nr 16(4), s. 176–181.
- Rejman K., Halicka E., Nagalska H.: Szanse polskiego rynku żywności tradycyjnej i regionalnej a zachowania konsumentów, Wieś i Rolnictwo 2015, nr 3(168), s. 117–132.
- Rogała A.: Zainteresowanie żywnością lokalną wśród polskich konsumentów na tle polityki rolnej Unii Europejskiej, Handel Wewnętrzny 2015, nr 3(356), s. 227–238.
- Rohrscheidt V.A.M.: Turystyka kulturowa – wokół definicji, Turystyka Kulturowa 2008, nr 1, s. 4–21.
- Smaki Dolnego Śląska: Szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”, <http://smakidolnegoslaska.pl> (dostęp: 10.10.2018).
- Trzy Znaki Smaku: Oznaczenia, <http://www.trzyznakismaku.pl/oznaczenia> (dostęp: 10.10.2018).
- Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz.U. 2005 nr 10, poz. 68).
- Wiśniewska M.: Żywność, życie i turystyka w stylu „slow”, Zarządzanie i Finanse 2012, nr 10(3), cz. 2, s. 161–176.

„Tastes of Lower Silesia” culinary route

Summary. In regional tourism, attention is now paid not only to attractions related to visiting places. The culinary tourism has become very important recently, which is identified with the visited area. These are usually products or dishes assigned to three different product groups: local, regional or traditional food. This article draws attention to the promotion of the region through the creation of educational projects, such as the culinary route “Tastes of Lower Silesia”. The article has been divided into three parts. The first one describes the terminology of local, regional and traditional food. The second part describes the quality marks certifying regional products. The next part describes the assumptions of the culinary route “Tastes of Lower Silesia”. The article is for illustration only.

Key words: culinary tourism, regional food, PGI, PDO, TSG, culinary route

Krzysztof Łukaszuk 

Bank Spółdzielczy w Bielsku Podlaskim

Rozwój bankowości spółdzielczej w Polsce

Streszczenie. Najstarsza gałąź spółdzielczości w Polsce (bankowa) funkcjonuje od 1861 roku. Powstała z inicjatyw duchowieństwa, aby poprawić sytuację chłopów i chronić ich interesy oraz walczyć z wyzyskiem ekonomicznym i lichwą. W okresie zaborów, skupiając członków w swych szeregach, obok celów ekonomicznych wspierała także obronę i wzmacnianie polskości. Stopniowo rozwijała się do wybuchu pierwszej wojny światowej, nieco wolniej w okresie odrodzenia Polski i dwudziestolecia międzywojennym. Druga wojna światowa przyniosła likwidację spółdzielni oraz ich majątków i dopiero powojenne gruntowne reformy gospodarcze i prawne umożliwiły ponowne ich odradzanie się, które trwało aż do lat 70., gdy centralizacja ponownie wymusiła zmiany sektora. Lata 90. to nowe podstawy prawne konstrukcji nowoczesnego systemu bankowego w Polsce, jednakże okupione licznymi konsolidacjami i drastycznym spadkiem liczby banków spółdzielczych. Współcześnie spółdzielczość bankowa zмага się z rosnącymi wymogami kapitałowymi i technologicznymi oraz z narastającą konkurencją i wyborem odpowiedniego modelu biznesowego. Mimo upływu lat nadal zachowuje swoją aktualność, a w porównaniu z pozostałymi podmiotami okazała się bardziej odporna na globalny kryzys finansowy i wpłynęła stabilizująco na system finansowy kraju.

Słowa kluczowe: bank spółdzielczy, historia bankowości spółdzielczej, spółdzielnie oszczędnościowo-pożyczkowe, spółdzielnie kredytowe

Wstęp

Początki bankowości spółdzielczej to włoskie banki pobożne, które zaczęły rozwijać się w różnych częściach Europy. Pierwsze wzmianki dotyczące polskiej spółdzielczości bankowej pojawiły się w XVI wieku, a początki pierwszych polskich spółdzielni oszczędnościowo-kredytowych datuje się na lata 60. XIX wieku. Celem organizacji było wspieranie członków społeczności lokalnej w zakresie finansowym poprzez udzielanie mikrokredytów. Fundusze pozyskiwano głównie od duchowieństwa, zatem zgodnie z nauką Kościoła katolickiego była to działalność non profit.

Jednak najszybszy rozwój bankowości spółdzielczej nastąpił w XIX wieku na ziemiach niemieckich. Liczne sytuacje kryzysowe (susze, powodzie) wywołały oddolną inicjatywę spółdzielni kredytowych jako przeciwwagi dla dynamicznie rozwijającego się

 krzysztof.lukaszuk@wp.pl

agresywnego kapitalizmu powodującego zubożenie niższych warstw społecznych (zwłaszcza ludności wiejskiej). Nowopowstałe spółdzielnie udzielały niskooprocentowanych pożyczek członkom tych instytucji na wznowienie produkcji czy usunięcie skutków klęsk. Za dwóch głównych prekursorów ruchu spółdzielczego w Niemczech uznaje się Hermanna Schulzege-Delitzschego oraz Friedricha Wilhelma Raiffeisena.

Celem opracowania jest przybliżenie osobom zainteresowanym lokalnych podmiotów sektora finansowego, jakimi są banki spółdzielcze, a także historii bankowości spółdzielczej, jak, kiedy i dlaczego powstały, na jakich zasadach funkcjonują i co odróżnia je od innych podmiotów sektora bankowego. Dla realizacji wskazanego celu dokonano analizy dostępnej literatury naukowej, aktów prawnych, a także raportów i opracowań statystycznych z zakresu bankowości spółdzielczej.

Początki spółdzielczości bankowej

Prekursorami współczesnych banków spółdzielczych były tzw. banki pobożne, które powstały i upowszechniły się najpierw we Włoszech, kolebce bankowości, a następnie w innych częściach Europy. Pierwsza instytucja spółdzielni bankowej powstała w 1361 roku w Anglii. Korzystne warunki do rozwoju spółdzielczości pojawiły się dopiero w drugiej połowie XIX wieku. Zasadnicze przemiany polityczne i ekonomiczne w kraju, a przede wszystkim wsi, wpłynęły na poprawę sytuacji chłopów (wprowadzenie wolności osobistej i prawa własności użytkowej ziemi) przy jednoczesnym upowszechnianiu się gospodarki rynkowej. W obliczu bezbronności chłopci poszukiwali nie tylko metod ochrony własnych interesów, ale pod szyldem spółdzielni mogli się także zrzesać w sposób legalny i zgodny z systemem prawnym zaborców¹ (podłoże narodowe było wówczas specyficzną cechą polskiego ruchu spółdzielczego).

Do pierwszej wojny światowej spółdzielczość rozwijała się w każdym z trzech zaborów, ale w ramach odmiennych stosunków prawnych, politycznych i gospodarczych: banki ludowe w zaborze pruskim, towarzystwa zaliczkowe oraz kasy oszczędności i pożyczek (kasy Stefczyka) w zaborze austriackim oraz kasy pożyczkowe przemysłowców, towarzystwa wzajemnego kredytu, towarzystwa przemysłowo-oszczędnościowe (udziałowe) i towarzystwa kredytowe (bezudziałowe) w zaborze rosyjskim².

Wobec rozdrobnienia środowiska spółdzielczego i jego nierównomiernego rozmieszczenia na terenie kraju coraz liczniej pojawiały się głosy dotyczące potrzeby konsolidacji. Po raz pierwszy postulat³ zjednoczenia spółdzielni wysunął M. Łyskowski w 1870 roku w „Przewodniku dla spółek pożyczkowych”. Do idei unifikacji polskiego ruchu spółdzielczego powrócono ponownie po odzyskaniu niepodległości, kiedy to w lutym 1918 roku podczas zjazdu przedstawicieli wszystkich dziedzin spółdzielczości w Lublinie wskazano na konieczność ujednoczenia charakteru spółdzielczego. W następstwie tych wydarzeń w 1920 roku Sejm uchwalił ustawę o spółdzielniach⁴. Wzorowana na ustawie pruskiej,

¹K. Stanisławski (red): Spółdzielczość bankowa, Wydawnictwo Czarno-Biała, Bydgoszcz 2000, s. 13.

²K. Stanisławski (red): Spółdzielczość bankowa 140 lat, Wydawnictwo Czarno-Biała, Bydgoszcz 2003, s. 6.

³K. Stanisławski (red.), 2003, op. cit., s. 30.

⁴Ustawa z dnia 29 października 1920 roku o spółdzielniach (Dz.U. 1920 nr 111, poz. 733).

jak na owe czasy wносиła do polskiego porządku prawnego wiele nowatorskich rozstrzygnięć oraz o wiele bardziej demokratyczny charakter.

Okres międzywojenny to nasilający się interwencjonizm państwa w działalności spółdzielni (poprzez akty prawne), wynikający jednakże z trudnej sytuacji ekonomicznej kraju. Osłabienie gospodarki wojną, brak trwałych struktur gospodarczych, inflacja, masowy odpływ ludności odcisnęły trwałe piętno na strukturach spółdzielczych i dopiero reforma walutowa Grabskiego w 1924 roku ustabilizowała wartość pieniądza, stwarzając warunki do rozwoju operacji kredytowych. Mimo niesprzyjających realiów spółdzielnie oszczędnościowo-pożyczkowe w okresie międzywojennym należały do najliczniejszych i gospodarczo najsilniejszych zrzeszeń spółdzielczych na ziemiach polskich⁵.

W okresie okupacji całkowicie zniszczono podstawy materialne spółdzielczości kredytowej⁶ – większość banków postawiono w stan likwidacji. Na terenach zajętych przez Rosjan spółdzielnie zlikwidowano lub włączono do systemu Centrosojuza⁷, a na terenach przyłączonych do Rzeszy majątek spółdzielni przejęły przedsiębiorstwa niemieckie. Jedynie na terenie tzw. Generalnej Guberni⁸ funkcjonowały polskie spółdzielnie kredytowe nadzorowane przez niemiecki Urząd Nadzoru Bankowego.

Spółdzielczość bankowa w okresie powojennym (1945–1999)

Okres powojenny to przede wszystkim działania zmierzające do reaktywowania dawnych spółdzielni oszczędnościowo-pożyczkowych (SOP)⁹ oraz rzadziej tworzenie nowych (zwykle organizowanych według przedwojennych statutów i zasad). Jednakże powojenny krajobraz nie sprzyjał budowie bankowości spółdzielczej – brak środków własnych i panująca bieda na wyniszczonych wojną ziemiach sprawiły, iż nierzadko członkowie spółdzielni nie dysponowali środkami pozwalającymi na wpłaty do banku. Jedynie nieliczne spółdzielnie bankowe posiadały własny majątek w postaci nieruchomości. Kolejnym problemem były znaczne ruchy migracyjne ludności. Osadnicy poszukując dla siebie miejsca, wielokrotnie osiedlali się i przejmowali w użytkowanie gospodarstwa, na uruchomienie których zaciągali kredyty, a następnie przenosili się na inne tereny, pozostawiając zapisaną im nieruchomość. Spółdzielnie oszczędnościowo-pożyczkowe były zrzeszone w tym okresie w Związku Rewizyjnym RP, zorganizowanym w 1944 roku w Lublinie, a ich centrale finansowe stanowiły kolejno: Centralna Kasa Spółek Rolni-

⁵K. Stanisławski (red.), 2003, op. cit., s. 33.

⁶M. Borycki (red.): Bankowość polska 1987–2012. Ludzie i ich dzieło, Centrum Prawa Bankowego i Informacji, Warszawa 2013, s. 126.

⁷Centrosoyuz of the Russian Federation: History, <http://rus.coop/en/history> (dostęp: 02.12.2018).

⁸Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Spożywców „Społem”, Spółdzielczość w Zaborach, <http://kzrss.spolem.org.pl/index.php/historia/spoldzielczosc-w-zaborach?showall=1&limitstart=> (dostęp: 02.12.2018).

⁹Bank Polskiej Spółdzielczości, <https://www.bankbps.pl/o-grupie-bps/historia-bankowosci-spoldzielczej/spoldzielczosc-bankowa-w-okresie-powojennym> (dostęp: 27.11.2018).

czych¹⁰ i Bank Spółdzielcy „Społem”¹¹, a następnie Bank Gospodarstwa Spółdzielczego utworzony w wyniku fuzji obu wymienionych poprzednio central finansowych.

W 1950 roku minister skarbu na mocy dekretu o reformie bankowej¹², w drodze zarządzenia, dokonuje przekształcenia części spółdzielni oszczędnościowo-pożyczkowych w gminne kasy spółdzielcze (GKS), których utworzono łącznie 1256. Zostały one podporządkowane organizacyjnie bankowi rolnemu, w ramach którego funkcjonowały przede wszystkim w obszarze finansowania skupu produktów rolnych. W następstwie przekształceń uległa ograniczeniu spółdzielczość bankowa zarówno w zakresie samodzielności, jak i samorządności. W porównaniu z rolniczymi spółdzielniami pożyczkowo-oszczędnościowymi gminne kasy spółdzielcze funkcję instytucji kredytowych sprawowały w ograniczonym zakresie. Pozbawiono je prawa przyjmowania na własny rachunek wkładów oszczędnościowych (pełniły funkcję pośrednika na rzecz PKO BP), a w zakresie kredytowym ograniczone zostały do udzielania pomocy mało- i średniorolnym chłopom. Szacuje się, iż było to głównym powodem spadku liczby spółdzielni bankowych z 1485 SOP w 1948 roku do 1256 GKS w 1950 roku (tj. o 229).

Kolejne lata (od 1956 r.) przyniosły diametralne zmiany w polityce rolnej (zwłaszcza wobec rolnictwa indywidualnego). Wzrosło znaczenie spółdzielczości bankowej, której między innymi przywrócono spółdzielczo-samorządowy charakter (wprowadzono także nowe powszechne nazewnictwo: „kasa spółdzielcza”) oraz powołano Związek SOP jako centralę organizacyjno-rewizyjną (spółdzielnie zyskały uprawnienia do udzielania pożyczek z własnych środków, udzielania zapomóg członkom oraz gromadzenia własnych wkładów oszczędnościowych na własny rachunek). W 1960 roku ustawą o prawie bankowym określono status SOP, zakres ich działalności oraz nadano uprawnienia do używania nazwy „bank” z dodatkiem „spółdzielczy” lub „ludowy”. Po odzyskaniu samodzielności i samorządności nastąpiło ożywienie działalności spółdzielni bankowych, wzrosła ich podstawowa działalność, tj. gromadzenie środków pieniężnych na rachunkach bankowych, co umożliwiało przeznaczanie części z nich na działalność kredytową, jak też umożliwiono spółdzielniom prowadzenie działalności rozliczeniowej. Do 1953 roku funkcję komórki rewizyjnej względem GKS pełnił bank rolny¹³, a następnie Narodowy Bank Polski. Odzyskanie samodzielności przez spółdzielnie, mimo że niepełne, ponieważ centralą finansową nadal był bank państwowy, działalność kredytowa podlegała planowaniu, a zwrot wkładów gwarantował Skarb Państwa – zaowocowało gwałtownym wzrostem liczby spółdzielni. O ile w 1956 roku było ich 1285, o tyle w 1960 już 1359, a w 1975 aż 1662.

¹⁰Statut Centralnej Kasy Spółek Rolniczych w Warszawie (Dz. Pr. P. P. 1919 nr 15 poz. 213).

¹¹Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Spożywców „Społem”, Historia, <http://kzrss.spolem.org.pl/index.php/historia?showall=&start=3> (dostęp: 02.12.2018).

¹²Dekret z dnia 25 października 1948 r. o reformie bankowej (Dz.U. 1948 nr 52, poz. 412).

¹³Encyklopedia PWN: hasło bank rolny, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Bank-Rolny;3874086.html> (dostęp: 27.11.2018).

Lata 90. przyniosły kolejne zmiany. Przyjęcie ustawy w 1989 roku Prawo bankowe i o NBP¹⁴ doprowadziło do likwidacji związków spółdzielczych, a zrzeszanie się banków spółdzielczych z BGŻ stało się dobrowolne. W 1991 roku część banków, rezygnując z dotychczasowej współpracy z BGŻ, utworzyło Krajowy Związek Banków Spółdzielczych (KZBS), a następnie podjęło działania, których celem było utworzenie banków regionalnych. Jako pierwszy powstał Gospodarczy Bank Wielkopolski SA w Poznaniu, Gospodarczy Bank Południowo-Zachodni SA we Wrocławiu, a następnie Bank Unii Gospodarczej SA w Warszawie. Jednocześnie decyzją prezesa NBP zobowiązano wszystkie banki spółdzielcze do zrzeszenia się w jednej ze struktur zrzeszeniowych (BGŻ, KZBS, GBW, GBPZ, BUG).

Kolejnym krokiem reformy spółdzielczości bankowej było wprowadzenie w 1994 roku ustawy¹⁵ o restrukturyzacji banków spółdzielczych i BGŻ rozpoczynającej proces tworzenia trójsektorowej struktury: banków spółdzielczych, banków zrzeszających oraz banku krajowego. Dwa pierwsze banki zrzeszające powstały w 1995 roku: Warmińsko-Mazurski Bank Regionalny SA w Olsztynie oraz Lubelski Bank Regionalny SA w Lublinie. Łącznie powołano 9 banków regionalnych z siedzibami w miejscowościach: Bydgoszcz, Koszalin, Kraków, Lublin, Olsztyn, Poznań, Rzeszów, Warszawa i Wrocław, w zrzeszeniach których w 1995 roku funkcjonowało 1510 banków spółdzielczych (największą liczbę banków spółdzielczych w okresie powojennym odnotowano w 1989 r. – 1662).

Kolejne lata, zwłaszcza po 1994 roku, były dla banków spółdzielczych okresem wzmożonych procesów łączeniowych. Narastająca konkurencja na rynku usług finansowych, a przede wszystkim wymogi w zakresie funduszy własnych¹⁶ skłoniły wiele banków do podjęcia decyzji o połączeniu sił i zasobów¹⁷. Od 1993 do 1999 roku liczba banków spółdzielczych zmalała z 1653 do 781. Ministerstwo Finansów w odpowiedzi¹⁸ podsekretarza stanu w 2000 roku oceniło efekty procesów konsolidacyjnych następująco: „Efektem konsolidacji jest nie tylko wzrost przeciętnych, podstawowych wielkości (suma bilansowa, zatrudnienie, fundusze własne), ale również to, że sektor ten staje się o wiele mniej zróżnicowany niż sektor banków komercyjnych. Pozwala to sformułować wniosek, iż banki spółdzielcze nabierają charakteru klasycznej, jednorodnej grupy silnych banków lokalnych znanych w krajach UE, których jednym z zadań jest dostarczanie środków do systemu bankowego (64,5% depozytów sektora niefinansowego i budżę-

¹⁴Ustawa z dnia 31 stycznia 1989 r. Prawo bankowe (Dz.U. 1989 nr 4, poz. 21).

¹⁵Ustawa z dnia 24 czerwca 1994 r. o restrukturyzacji banków spółdzielczych i Banku Gospodarki Żywnościowej oraz o zmianie niektórych ustaw (Dz.U. 1994 nr 80, poz. 59).

¹⁶Uchwała nr 9/98 Komisji Nadzoru Bankowego z dnia 5 sierpnia 1998 r. w sprawie szczegółowych zasad wyposażenia banków spółdzielczych w kapitał założycielski (Dz.U. NBP nr 19/1998, poz. 44).

¹⁷W 1989 roku w Polsce funkcjonowały 1662 banki spółdzielcze, wskutek zmian regulacyjnych i organizacyjnych liczba ta uległa zmniejszeniu do 575 banków na koniec 2011 roku – A. Rosa: Konsolidacja sektora bankowości spółdzielczej w Polsce, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Finanse, Rynki finansowe, Ubezpieczenia 2012, nr 51, s. 831.

¹⁸K.J. Ners: Odpowiedź podsekretarza stanu w Ministerstwie Finansów (z upoważnienia ministra) na interpelację nr 4386 w sprawie zasad obowiązywania progów kapitałowych dla banków spółdzielczych, Ministerstwo Finansów, Warszawa 2000.

towego było zaangażowanych w działalności kredytowej w końcu 1999 r., a w bankach komercyjnych zaangażowanie to wynosiło 73,3%). Należy zauważyć, iż wraz ze zmniejszeniem się liczby banków rośnie liczba ich placówek, co dowodzi, że możliwości obsługi klientów, a zwłaszcza rolników indywidualnych, ulegają poprawie”.

Funkcjonowanie banków spółdzielczych po 1999 roku

Współcześnie polskie banki spółdzielcze należą do najliczniejszej i najbardziej zróżnicowanej pod względem organizacyjnym, prawnym i finansowym grupy banków funkcjonujących w Europie. Jest to także grupa najszybciej rozwijających się segmentów sektora bankowego i rynku finansowego. Dzięki stabilnym podstawom (liczna grupa pojedynczych banków tworzących całą strukturę) oraz silnym więziom członków (udziałowców), tworzących podstawy sprawnego funkcjonowania struktur organizacyjnych, banki spółdzielcze na trwałe wpisały się w krajobraz polskiego rynku finansowego jako banki uniwersalne, świadczące szeroki i różnorodny zakres usług¹⁹.

Banki spółdzielcze odgrywają ważną rolę w systemach bankowych w wielu krajach europejskich²⁰ i choć nie wywołały kryzysu i nie były jego siłą napędową, to w pewnym stopniu odczuły jego skutki²¹. W porównaniu z dużymi bankami komercyjnymi okazały się bardziej odporne na kryzys i wpłynęły stabilizująco na system finansowy kraju. Wpłynęły na to takie elementy, jak: prosty i przejrzysty model biznesowy, wystarczające wyposażenie w kapitał własny, zasada ograniczenia obszaru działania do regionu²², konserwatywny system zarządzania ryzykiem i dobry system ochrony depozytów.

Na koniec marca 2018 roku działały w Polsce 552 banki spółdzielcze²³, z czego 352 (63%) ogółu banków spółdzielczych było zrzeszonych w BPS SA w Warszawie, a 198 (37%) ogółu banków spółdzielczych w SGB-Banku SA w Poznaniu. Poza zrzeszeniami działają²⁴: Krakowski Bank Spółdzielczy, Bank Spółdzielczy w Brodnicy, Bank Spółdzielczy Rzemiosła w Krakowie, Warmińsko-Mazurski Bank Spółdzielczy w Piszcu, Wielkopolski Bank Spółdzielczy w Poznaniu i Polski Bank Spółdzielczy w Ciechanowie. Spośród 552 banków spółdzielczych 488 banków było uczestnikami instytucjonalnych systemów ochrony (293 ze zrzeszenia BPS, 195 ze zrzeszenia SGB). Poza instytucjonalnymi sys-

¹⁹E. Nastarowicz (red.): Bankowość spółdzielcza – wyróżniki, misja, wartości, Centrum Prawa Bankowego i Informacji, Warszawa 2017, s. 6.

²⁰E. Gostomski: Europejskie banki spółdzielcze jako czynnik stabilizacji systemów bankowych w dobie globalnego kryzysu finansowego, Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku, Uniwersytet Gdański, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, Gdańsk 2011.

²¹Urząd Komisji Nadzoru Finansowego: Polski rynek finansowy w obliczu kryzysu finansowego w latach 2008–2009, Warszawa 2010.

²²W. Baka: Transformacja bankowości polskiej w latach 1988–95, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 1997.

²³Komisja Nadzoru Finansowego: Raport: Banki spółdzielcze i zrzeszające w I kw. 2018 r., [w:] Informacja o sytuacji banków spółdzielczych i zrzeszających w I kwartale 2018 r., Wydział Analiz i Metodyk Departamentu Bankowości Spółdzielczej i Spółdzielczych Kas Oszczędnościowo-Kredytowych, Warszawa 2018.

²⁴Według stanu na 03.12.2018 r.

temami ochrony (IPS – ang. *institutional protection scheme*) funkcjonowały 64 banki spółdzielcze. W ramach tych systemów działa 88,4% wszystkich banków spółdzielczych, a IPS dysponuje 81,1% aktywów sektora banków spółdzielczych.

Aktywa banków spółdzielczych stanowiły 9,5% aktywów sektora bankowego, depozyty sektora niefinansowego 10,2%, należności od sektora niefinansowego 7,2%. Warto zwrócić uwagę na znaczenie sektora spółdzielczego w obsłudze samorządów: duży udział w depozytach (27,6%) oraz rosnący udział w kredytach (24,7%). Jak zwraca uwagę nadzorca krajowy, należności od samorządów bardzo silnie wzrosły począwszy od czwartego kwartału 2017 roku, co świadczy o rosnącym zapotrzebowaniu na kredyt z ich strony. W dalszym ciągu jednak – w dłuższej perspektywie czasowej, w porównaniu np. do końca 2015 roku – najsilniej rosną należności od osób prywatnych. Oba zjawiska świadczą o próbie przeorientowania polityki kredytowej przez banki spółdzielcze. Zwłaszcza wzrost liczby kredytów dla osób prywatnych jest obserwowany od dłuższego czasu i może świadczyć o zwiększającym się zainteresowaniu banków spółdzielczych tym rynkiem. Banki te wciąż jednak zainteresowane są finansowaniem działalności gospodarczej (kredyty na ten cel stanowią ok. 75% należności od sektora niefinansowego), na co wpływ niewątpliwie ma tradycja banków spółdzielczych, gdyż zostały utworzone właśnie w celu finansowania działalności rolników i rzemieślników.

Na koniec marca 2018 roku liczba udziałowców banków spółdzielczych wyniosła 962 tys. osób (w tym 959 tys. to osoby fizyczne) i od momentu pierwszego badania ankietowego (tj. od marca 2012 r.) obniżyła się o ponad 105 tys. osób (w tym o ponad 104 tys. osób fizycznych). Łączny współczynnik kapitałowy banków spółdzielczych wyniósł 17,8% (wobec 19,0% dla banków komercyjnych), zaś współczynnik Tier 1 wyniósł 16,1% wobec 16,3% w grudniu 2017 roku.

Zatrudnienie w bankach spółdzielczych od 2012 roku sukcesywnie maleje, jednakże udział pod względem zatrudnienia w sektorze bankowym wyniósł na koniec pierwszego kwartału 2018 roku 19,9%. Udział zatrudnienia w sektorze bankowości spółdzielczej w porównaniu do sektora bankowego ogółem jest dwukrotnie większy niż udział aktywów sektora spółdzielczego w aktywach sektora bankowego ogółem, a placówki banków spółdzielczych (łącznie z centralami) stanowią 41,1% liczby placówek bankowych w Polsce.

Rozbudowana struktura oraz zatrudnienie wpływa negatywnie na wyniki efektywności banków spółdzielczych – udział wyniku finansowego netto w sektorze bankowym wyniósł zaledwie 6,4%. Wskaźnik C/I banków spółdzielczych ogółem ukształtował się na poziomie 65,1% (banki komercyjne 60%), ROA na poziomie 0,6% (banki komercyjne 0,8%), a ROE 6,8% (banki komercyjne 6,7%).

Od 2015 roku w Polsce funkcjonują IPS utworzone na podstawie rozporządzenia²⁵ Parlamentu Europejskiego i Rady 575/2013 oraz ustawy z 2015 roku o zmianie usta-

²⁵Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 575/2013 z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie wymogów ostrożnościowych dla instytucji kredytowych i firm inwestycyjnych, zmieniające rozporządzenie (UE) nr 648/2012 (Capital Requirements Regulation, CRR) oraz Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/36/UE z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie warunków dopuszczenia instytucji kredytowych do działalności oraz nadzoru ostrożnościowego nad instytucjami kredytowymi i fir-

wy o funkcjonowaniu banków spółdzielczych²⁶, ich zrzeszaniu się i bankach zrzeszających oraz niektórych innych ustaw. Pierwsza umowa²⁷ o utworzeniu IPS podpisana została przez 191 banków spółdzielczych zrzeszenia SGB oraz SGB-Bank SA 23 listopada 2015 roku. Druga umowa została podpisana przez 241 banków spółdzielczych zrzeszenia BPS oraz BPS SA 31 grudnia 2015 roku.

Istotą systemów ochrony jest wspólna odpowiedzialność uczestników – każdy uczestnik systemu ochrony odpowiada za zobowiązania wynikające z gwarantowania płynności i wypłacalności pozostałych uczestników IPS – do wysokości funduszy pomocowych, a wyniki kompleksowego przeglądu sytuacji i ryzyka każdego oraz wszystkich łącznie uczestników są udostępniane poszczególnym członkom.

Od początku powstania IPS uczestnicy gromadzili środki na rachunkach depozytu obowiązkowego w bankach zrzeszających oraz funduszach pomocowych. Celem depozytu obowiązkowego jest zabezpieczenie płynności uczestników IPS, zaś funduszu pomocowego wsparcie w przypadku trudnej sytuacji ekonomicznej (w tym w obszarze adekwatności kapitałowej). Wartość depozytu obowiązkowego banków IPS zrzeszonych w BPS SA wynosiła na koniec marca 2018 roku 5,1 mld zł. Środki zgromadzone w funduszu pomocowym IPS BPS na koniec pierwszego kwartału 2018 roku wynosiły 431,4 mln zł. Wartość depozytu obowiązkowego utrzymywanego przez banki spółdzielcze IPS SGB oraz SGB-Bank SA wyniosła 1,9 mld zł.

W kontekście IPS należy również wspomnieć o nowym zrzeszeniu – pierwotnie 56 banków spółdzielczych zadeklarowało chęć założenia nowego zrzeszenia, jednakże do aktu notarialnego o utworzeniu nowego banku zrzeszającego przystąpiło 47 banków, w tym jeden będący uczestnikiem IPS BPS, zaś cztery inne zadeklarowały wycofanie się z tej inicjatywy. Jednakże Komisja Nadzoru Finansowego 27 listopada 2018 roku odmówiła²⁸ wydania zezwolenia na rozpoczęcie działalności przez Polski Bank Apeksowy SA.

Podsumowanie

Bankowość spółdzielcza funkcjonuje w Polsce od ponad 150 lat i jest nieodłącznym elementem społeczności lokalnej. Oferta banków spółdzielczych uwzględnia różne potrzeby i możliwości gospodarczo-ekonomiczne poszczególnych regionów kraju. Z racji bliskości i znajomości swoich klientów banki spółdzielcze pomagają i szybko podejmują decyzje, łączą tradycję z nowoczesnością, oferując klasyczne rozwiązania z elementami nowoczesnych technologii (np. z zakresu bankowości biometrycznej, płatności zbliżeni-

mami inwestycyjnymi, zmieniająca dyrektywę 2002/87/WE i uchylająca dyrektywę 2006/48/WE oraz 2006/49/WE (Capital Requirements Directive IV, CRD IV), (OJ L 176/1 z 27.06.2013).

²⁶Ustawa z dnia 25 czerwca 2015 r. o zmianie ustawy o funkcjonowaniu banków spółdzielczych, ich zrzeszaniu się i bankach zrzeszających oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2015, poz. 1166).

²⁷Urząd Komisji Nadzoru Finansowego: Informacja o sytuacji banków spółdzielczych i zrzeszających w I kwartale 2018 r., Wydział Analiz i Metodyk Departamentu Bankowości Spółdzielczej i Spółdzielczych Kas Oszczędnościowo-Kredytowych, Warszawa 2018, s. 16.

²⁸Komisja Nadzoru Finansowego: Komunikat KNF z dnia 27.11.2018 r. ws. odmowy wydania zezwolenia na rozpoczęcie działalności przez Polski Bank Apeksowy S.A., https://www.knf.gov.pl/o_nas/komunikaty?articleId=63928&p_id=18 (dostęp: 27.11.2018).

wych czy przelewów natychmiastowych). Realizują postanowienia ekonomii społecznej – są bardziej odporne na kryzys, zapewniają bezpieczne zatrudnienie (także w okresach spowolnienia gospodarczego), pomagają przetrwać biedę, gospodarczą stagnację i wykluczenie ekonomiczne. Będąc głównym źródłem kredytowania gospodarstw domowych i sektora MŚP, stymulują rozwój regionów, w których działają, a wypracowane i pozyskane środki reinwestują na poziomie lokalnym, co wpływa na stabilizację gospodarki narodowej.

Literatura

- Baka W.: Transformacja bankowości polskiej w latach 1988–95, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 1997.
- Bank Polskiej Spółdzielczości: Spółdzielczość bankowa w okresie powojennym, <https://www.bankbps.pl/o-grupie-bps/historia-bankowosci-spoldzielczej/spoldzielczosc-bankowa-w-okresie-powojennym> (dostęp: 27.11.2018).
- Borycki M.: Bankowość polska 1987–2012, [w:] Ludzie i ich dzieło, M. Borycki (red.), Centrum Prawa Bankowego i Informacji, Warszawa 2013.
- Centrosoyuz of the Russian Federation: History, <http://rus.coop/en/history> (dostęp: 02.12.2018).
- Dekret z dnia 25 października 1948 r. o reformie bankowej (Dz.U. 1948 nr 52, poz. 412).
- Encyklopedia PWN: hasło bank rolny, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Bank-Rolny;3874086.html> (dostęp: 27.11.2018).
- Gostomski E.: Europejskie banki spółdzielcze jako czynnik stabilizacji systemów bankowych w dobie globalnego kryzysu finansowego, Prace Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku, Uniwersytet Gdański, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, Gdańsk 2011.
- Komisja Nadzoru Finansowego: Informacja o sytuacji banków spółdzielczych i zrzeszających w I kwartale 2018 r., Wydział Analiz i Metodyk Departamentu Bankowości Spółdzielczej i SKOK, Warszawa 2018.
- Komisja Nadzoru Finansowego: Komunikat KNF z dnia 27.11.2018 r. ws. odmowy wydania zezwolenia na rozpoczęcie działalności przez Polski Bank Apeksowy S.A., https://www.knf.gov.pl/o_nas/komunikaty?articleId=63928&p_id=18 (dostęp: 02.12.2018).
- Komisja Nadzoru Finansowego: Raport. Banki spółdzielcze i zrzeszające w I kw. 2018 r., [w:] Informacja o sytuacji banków spółdzielczych i zrzeszających w I kwartale 2018 r., Wydział Analiz i Metodyk Departamentu Bankowości Spółdzielczej i SKOK, Warszawa 2018.
- Krajowa Rada Spółdzielcza, Historia bankowości spółdzielczej w Polsce, <https://www.krs.org.pl/index.php/ruch-spodzielczy-sp-1235027509/brane-spodzielcze/banki-spodzielcze> (dostęp: 01.12.2018).
- Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Spożywców „Społem”, Historia, <http://kzrss.spolem.org.pl/index.php/historia?showall=&start=3> (dostęp: 02.12.2018).
- Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Spożywców „Społem”, Spółdzielczość w Zaborach, <http://kzrss.spolem.org.pl/index.php/historia/spoldzielczosc-w-zaborach?showall=1&limitstart=> (dostęp: 02.12.2018).
- Łyskowski M.: Przewodnik spółek pożyczkowych, 1870.
- Nastarowicz E. (red.): Bankowość spółdzielcza – wyróżniki, misja, wartości, Centrum Prawa Bankowego i Informacji, Warszawa 2017.
- Ners K.J.: Odpowiedź podsekretarza stanu w Ministerstwie Finansów (z upoważnienia ministra) na interpelację nr 4386 w sprawie zasad obowiązywania progów kapitałowych dla banków spółdzielczych, Ministerstwo Finansów, Warszawa 2000.

- Potocki W. (red.): Polska spółdzielczość bankowa w okresie 135-lecia (1861–1996), BGŻ, Warszawa 1996.
- Rosa A: Konsolidacja sektora bankowości spółdzielczej w Polsce, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Finanse, Rynki finansowe, Ubezpieczenia 2012, nr 51, s. 831.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 575/2013 z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie wymogów ostrożnościowych dla instytucji kredytowych i firm inwestycyjnych, zmieniające rozporządzenie (UE) nr 648/2012 (Capital Requirements Regulation, CRR) oraz Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/36/UE z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie warunków dopuszczenia instytucji kredytowych do działalności oraz nadzoru ostrożnościowego nad instytucjami kredytowymi i firmami inwestycyjnymi, zmieniająca dyrektywę 2002/87/WE i uchylająca dyrektywy 2006/48/WE oraz 2006/49/WE (Capital Requirements Directive IV, CRD IV), (OJ L 176/1 z 27.06.2013).
- Stanisławski K. (red.): Spółdzielczość bankowa 140 lat, Wydawnictwo Czarno-Biała, Bydgoszcz 2003.
- Stanisławski K. (red.): Spółdzielczość bankowa, Wydawnictwo Czarno-Biała, Bydgoszcz 2000.
- Statut Centralnej Kasy Spółek Rolniczych w Warszawie (Dz. Pr. P. P. z 1919 nr 15, poz. 213).
- Uchwała nr 9/98 Komisji Nadzoru Bankowego z dnia 5 sierpnia 1998 r. w sprawie szczegółowych zasad wyposażenia banków spółdzielczych w kapitał założycielski (Dz.U. NBP nr 19/1998, poz. 44).
- Urząd Komisji Nadzoru Finansowego: Polski rynek finansowy w obliczu kryzysu finansowego w latach 2008–2009, Warszawa 2010.
- Ustawa z dnia 24 czerwca 1994 r. o restrukturyzacji banków spółdzielczych i Banku Gospodarki Żywnościowej oraz o zmianie niektórych ustaw (Dz.U. 1994 nr 80, poz. 369).
- Ustawa z dnia 25 czerwca 2015 r. o zmianie ustawy o funkcjonowaniu banków spółdzielczych, ich zrzeszaniu się i bankach zrzeszających oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2015, poz. 1166).
- Ustawa z dnia 29 października 1920 r. o spółdzielniach (Dz.U. 1920 nr 111, poz. 733).
- Ustawa z dnia 31 stycznia 1989 r. Prawo bankowe (Dz.U. 1989 nr 4, poz. 21).
- Węclawski J.: System bankowy w Polsce, MIG, Rzeszów 2000.

The development of cooperative banking in Poland

Summary. The oldest branch of cooperatives in Poland (banking) has been in operation since 1861. It was created from initiatives of the clergy to improve the situation of peasants and protect their interests and fight against economic exploitation and usury. During the partitions, gathering members in their ranks, apart from economic goals, it also supported the defense and strengthening of Polishness. It gradually developed until the outbreak of the World War I, a bit slower in the period of the revival of Poland and the interwar period. World War II brought about the liquidation of cooperatives and their estates and only after the war, profound economic and legal reforms enabled their resurgence, which lasted until the 1970s, when centralization again forced the sector to change. The 1990s are the new legal basis for the construction of a modern banking system in Poland, however, it was paid for by numerous consolidations and a drastic decrease in the number of cooperative banks. Nowadays, banking cooperatives are struggling with increasing capital and technological requirements as well as increasing competition and choosing the right business model. Despite the passage of years, it is still up-to-date and compared to other entities it has proved more resilient to the global financial crisis and has had a stabilizing effect on the country's financial system.

Key words: cooperative bank, cooperative banking history, savings and loan cooperative, credit cooperative

Olena Sakovska✉, Vitalii Rybchak

Uman National University of Horticulture

Methodological aspects of the formation of competitive advantages of a regional tourist product

Summary. The question of competitive advantages formation characteristics in the field of tourism at the level of destinations is studied in the article. The theoretical analysis of concepts “region”, “tourist region”, “tourist product” and “competitiveness” of a tourist product is conducted. It is established that priority components of ensuring the sustainable country’s development and a significant component of solving issues raising population living standards are overcoming the existing negative economic trends of regional development. It is defined that one of the ways out of the crisis economic situation at the regional level is the creation of systemic and complex prerequisites for the development of tourism, improvement of the functional and technical quality of regional tourist product components. It is revealed that a competitive tourist product, with the right combination of its factors formation and implementation, promotes regional development and increases population living standard in a certain territory. The methodical issues of working out a tourist product for regional development are substantiated. It is determined that necessary elements of a competitive tourist regional system are infrastructure, tourist product and population. The methodical approach to the formation of a competitive tourist industry at the regional level based on client-oriented principles of development and tourist services provision is suggested.

Key words: tourism, region, tourist region, tourist product, competitiveness

Introduction

Tourism, through the formation of regional (destinative), entities opens up great opportunities for the socio-economic development of territories (countries, regions, cities) with different amounts of tourist resources. Due to tourism involved in many industries and spheres of activity, which take part in the formation of tourism or related tourist products, it is possible to receive basic or additional income. Tourism can be developed in any country or region. The main thing is that one need to have a good idea of its specific opportunities and relevant information support when planning a business. Tourism should be considered as an open socio-economic system, which is influenced by many factors. Many enterprises directly or indirectly participate in the tourist industry.

✉ sakovska_lena@ukr.net

The activity of each of them, as a rule, depends on the activity of participants of the system.

The topicality of the article is determined by the low competitiveness of enterprises in the tourist industry of Ukraine at the regional level. The state pays great attention to the development of the tourist industry, which is confirmed by intentions of creating a separate independent structure that controls mechanisms of supporting tourist industry in coming years. For example, the amendments to the Law of Ukraine "Tourism Act" of 2015 are adopted; the principles of the State Program of Tourism Development for 2015–2022 are developed and implemented; the Strategy of Tourism and Resorts Development for the period up to 2026¹ is implemented. Besides, measures on the information support of tourist services and proposals for these services on the domestic and foreign markets will be implemented as well.

The urgency of solving issues of competitive advantages formation in the field of tourism at the local and regional levels has intensified the relevant research in this direction, the main task of which is to substantiate the methodology of developing an innovative tourist product for regional development. The study of scientific sources on this problem revealed the existence of significant gaps in the study of theoretical and methodological aspects in the policy of forming a regional tourist product. These circumstances determine the relevance and subjects of the study; cause the necessity for more detailed studies on the development of theoretical and methodological policy regulations in formation of a competitive regional tourist product.

Many scholars overview the issue of tourism development as a socio-economic phenomenon. Among expatriate scientists, works by V. Kwartalnov², V. Kyfiak³, S. Kobzova⁴, N. Leiper⁵, V. Likhanov⁶, L. Mukhina⁷, V. Preobrazhenskyi⁸, V. Smolii⁹, V. Fedorchenko¹⁰, V. Tsybukh¹¹ should be noted. As well as foreign, such as J. Bowen¹², Y. Volkov¹³,

¹About the approval of Tourism and Resorts Development Strategy for the period up to 2026, Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 16 March 2017 No 168-p, Kyiv, <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.

²V. Kwartalnov: Tourism, Russian International Academy of Tourism, Finance and Statistics, M2013.

³V.F. Kyfiak: Organization of tourism activity in Ukraine, Chernivtsi: Books 2009, No 21.

⁴S.M. Kobzova: The concept of "tourist region", "regional tourism" and "tourist route" in modern scientific discourse, Bulletin of Taras Shevchenko National University 2010, No 16(203), pp. 24–31.

⁵N. Leiper: The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry, Annals of Tourism Research 1979, No 6(4), pp. 390–407.

⁶V.S. Preobrazhensky et al.: Methodical instructions on characteristics of recreational area natural conditions. Geographical problems of tourism organization and recreation, 1975.

⁷Ibidem.

⁸Ibidem.

⁹V.A. Smolii, V.K. Fedorchenko, V.I. Tsybukh: Encyclopedic Tourist Guide Dictionary, Publishing House "Word", Kyiv 2006.

¹⁰Ibidem.

¹¹Ibidem; V. Tsybukh: Tourism in Ukraine: Problems and Prospects, Economist 2010, No 6, pp. 34–35.

¹²F. Kotler, J. Bowen, J. Meikenz: Marketing. Hospitality and Tourism. UNITI, Moscow 2005.

¹³Yu.H. Volkov (Ed.): Regional Studies: tutorial. Phoenix, Rostov-on-the-Don 2004.

L. Dwyer¹⁴, F. Kotler¹⁵, J. Meykens¹⁶, N. Taylor¹⁷, W.F. Theobald¹⁸, J. Hallowey¹⁹ and J. Swarbrooke²⁰.

L. Ahafonova²¹, V. Bezuhla²², M. Bil²³, S. Havryliuk²⁴, O. Hrynkevych²⁵, T. Tkachenko²⁶ and others studied the methodological approaches in the field of tourism and development of competitive advantages of a tourist product.

Despite a significant number of works devoted to the study of the competitive advantages of a tourist product, certain aspects of the competitive tourist industry formation at the regional level are not sufficiently highlighted and require further theoretical and practical exploration.

The aim of the article is to provide the scientific substantiation and develop methodological approaches to the study and formation of the competitive tourist industry at the regional level.

Main provisions and developments of expatriate scientists and foreign experience of the theory and practice of tourist industry development, regional development and personal assessments of the author introduce the theoretical and methodological basis of the research.

Research results

Changes in geopolitical situation, socio-economic development and modernization of information technologies influenced significantly the dynamics of tourism development and led to the transformation of tourist industry with a focus on meeting the diverse individual needs of travelers.

Ukraine occupies one of the leading places in Europe in terms of providing valuable natural therapeutic, historical and cultural resources that are of great interest for domestic and foreign tourists. However, according to the World Economic Forum, in

¹⁴L. Dwyer: *International Handbook on the Economics of Tourism*, Edward Elgar Publishing, 2010.

¹⁵F. Kotler et al., *op.cit.*

¹⁶*Ibidem.*

¹⁷J.K. Halloway, N. Taylor: *Tourist business: translation of the 7th English*. J.K. Halloway (Ed.). Knowledge, Kyiv 2012.

¹⁸W.F. Theobald: *Global Tourism*, 3rd edn., Elsevier, Butterworth-Heinemann 2014.

¹⁹*Ibidem.*

²⁰J. Swarbrooke: *Sustainable tourism management*. Division of CABI International, New York 2008.

²¹L.H. Ahafonova: Determination of competitiveness of a tourist product, [in:] *Strategy for the development of tourist industry and catering*. Materials of the international scientific and practical conference, 25–26.10.2006, Kyiv, KTUE, Kyiv 2000, pp. 430–434.

²²V.O. Bezuhla: Analysis of the Competitiveness of Ukrainian Regions, *Regional Economics* 2004, No 4(34), pp. 64–68.

²³O.S. Hrynkevych, M.M. Bil: Improving the assessment of the competitiveness of tourist product of region. *Regional Economy* 2009, No 4, pp. 40–46.

²⁴T.I. Tkachenko, S.P. Havryliuk: Analysis of competition in the tourist market of Ukraine, *Bulletin of DIB* 2000, No 2, pp. 113–121.

²⁵O.S. Hrynkevych, M.M. Bil, *op.cit.*

²⁶T.I. Tkachenko, S.P. Havryliuk, *op. cit.*

2015 Ukraine ranked only the 78th place in the world among 124 countries in the field of travel and tourism (the Czech Republic – 35, Hungary – 40, Lithuania – 51, Poland – 61, Romania – 76)²⁷. This indicates that on the international tourism market, the national tourist product and natural therapeutic resources of Ukraine are rated as less attractive and competitive than in other countries where there is a worldwide trend towards strengthening the role of the state in ensuring the development of tourism and resorts.

The field of tourism at the state level does not play a significant role in the full execution of economic, social and humanitarian functions, preservation of natural environment and cultural heritage, pumping up the budgets of all levels, new job creation, increasing the share in services in the structure of the domestic gross product²⁸. Therefore, in order to increase the competitiveness of the tourism sector and resorts, it is necessary to strengthen the state role in this sphere, while simultaneously formulating an effective model of cooperation between the state, business and society.

Overcoming the existing negative trends, creating systemic and complex preconditions for tourism development, improving functional and technical quality of national and regional tourist product components should become priorities for ensuring sustainable development of the country as a whole and a significant component in solving issues of raising population living standards.

Taking into account the analysis of theoretical literature, we have established that at present there is no common definition of the notion region. In a qualified (political and legal) sense, a region can be understood as administrative-territorial entities free of administrative identity²⁹. In this sense, the term “region” can mean a natural-climatic zone, a geographic area, an interstate territory, an economic or economic – ecological district, a historical and cultural area, etc.³⁰. The region can also be understood as large territories that unite entire continents and groups of countries as well as several regions that are distinguished by peculiarities of historical development, geographical location, natural and human resources, specialization of the economy, etc.³¹.

Therefore, in our opinion, a region should be understood as a certain area with specific natural, socio-economic, national-cultural elements and conditions of development.

Researching the development of tourist industry, as one of economic elements of a state’s development, the term “tourist region” should be explored. According to the Encyclopedic Tourist Guide Dictionary a tourist region is considered as “an area which includes special establishments and services necessary for the organization of rest, edu-

²⁷State Program of Tourism Development for 2015–2022, Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No 583 dated 29 April 29 2014, Official Bulletin of Ukraine 2014, No 18, <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80>.

²⁸Ibidem.

²⁹V. Kwartalnov, op. cit., p. 63.

³⁰O.S. Hrynkevych, M.M. Bil, op.cit., p. 4.

³¹Yu.W. Volkov (Ed.), op.cit., p. 22.

cational process or improvement”³². In addition, a tourist region should be understood as any big city, and a small town with historical and cultural monuments and other objects that attract tourists’ attention³³. According to another definition, a tourist region is a group of countries with similar conditions of development that are characterized by commonality of genesis and interconnection of tourist industry components³⁴.

We share the opinion of S. Kobzova, who considers that a tourist region is an area that has objects of tourist interest at its disposal and offers a certain set of services necessary to meet tourists’ needs³⁵. As a tourist region, one should consider a separate complex, a city, an area, a resort, a district, a region, a country, or even a group of countries, which are chosen by a tourist as the purpose of his travel³⁶.

One of the specific aspects of tourist industry development is the increased competitiveness of a tourist product.

A tourist product is a complex of tourist services necessary to meet a tourist’s needs during his travel. This complex of tourist services combines at least two services that are being sold or offered for sale at a specified price, including freightage, accommodation and other services not related to transportation and accommodation (services for organizing visits to cultural objects, recreation and entertainment, selling of souvenirs)³⁷.

The competitiveness of products is a set of consumer and cost characteristics of manufactured products, which allows withstanding competition on a particular market and in a certain period of time³⁸.

By competitiveness, one should understand the ability of a subject of an entrepreneurial business to withstand and counteract its competitors³⁹. The competitive advantage of goods and services is understood as properties set of given results in business entities activities, which makes them more attractive to the external environment of these subjects⁴⁰. By competitive advantages of business entities, it is necessary to understand their higher achievements in chosen areas of entrepreneurial activity in comparison with achievements of competitors, accepted by the external environment of this subject⁴¹. Therefore, competitive advantages are at the same time both targets of competitive rivalry of business entities and rivalry instruments.

The competitiveness of a tourist product in a particular region or country cannot always be determined by price or qualitative comparison with similar indicators of

³²V.A. Smolii et al., op.cit., p. 22.

³³V. Kyfiak, op.cit., p. 34.

³⁴V.S. Preobrazhensky, op.cit., p. 268.

³⁵S.M. Kobzowa, op. cit., p. 24

³⁶V. Tsybukh, op.cit., p. 35.

³⁷V.A. Smolii et al., op.cit., p. 147.

³⁸V.O. Bezuhla, op.cit., p. 65.

³⁹T.I. Tkachenko, S.P. Havryliuk, op.cit., p. 113.

⁴⁰J. Swarbrooke, op. cit., p. 44.

⁴¹M.H. Boyko: Tourist attractiveness of Ukraine: patterns of formation and development guidelines. Investments: practice and experience 2009, No 16, p. 35.

competitors' products due to the unique characteristics of each tourist product, the presence of a large number of external factors and the specifics of tourist resources⁴². A set of conditions and characteristics that appear when organizing a particular tourist product, satisfy in the best way various needs of certain consumers' segments at the cost comparable to the value of this tourist product for specific consumers.

When defining a competitive tourist product at the regional level, it is necessary to distinguish between concepts "tourist region" and "tourist destination". A competitive tourist product, with the right combination of factors, allows stepping from the approach to tourism through an offer (tourist region) and to the formation of a tourist product through a specific consumer, that is, through the demand for a destination. It is necessary to make a comprehensive content analysis of the term "tourist destination", as a part of the tourism system.

The necessary element of destination successful functioning on the tourist market is the availability of information systems. The quality and accessibility of tourist information for potential consumers of a regional tourist product are of great importance. Since tourists are interested in visiting a recreation area, only if they are informed about its existence, the availability of resources on its territory, the degree of tourist industry development, and about possibilities of establishing the reliability of received information⁴³.

The tourist industry system as a branch of country's economy consists of two main blocks: resting and recreation resources, which, in their turn, include natural complexes, buildings of various purposes and service staff⁴⁴. Subsequently, such interpretation of tourist industry is the basis for its definition as a complex inter-sectoral structure, which includes manufacturing and transport enterprises that produce and implement various tourist services and goods.

Tourist industry is formed by a complex of enterprises that provide or promote recreational needs of a person when moving regardless of his aim, except that related to the paid work in the visited country. Consequently, the material and technical basis of this complex structure is formed by accomourist industry is a set of different subjects of tourist activity (hotels, tourist complexes, campsites, motels, boarding houses, catering enterprises, transport, cultural and sports institutions, etc.), which provide reception, maintenance and transportation of tourists⁴⁵.

V.S. Preobrazhenskyi considered modulation establishments, transport and tourist servicing sphere. Accommodation establishments include hotels, as well as specialized accommodation facilities: campsites, holiday homes, sanatoriums, boarding houses, dispensaries, etc.⁴⁶. In the transport sector, first of all tourist transport should be men-

⁴²J.K. Hallowsay, N. Taylor, op.cit., 74.

⁴³J.K. Hallowsay, N. Taylor, op.cit., 57.

⁴⁴V.S. Preobrazhensky, op.cit., p. 271.

⁴⁵Law of Ukraine "Tourism Act" dated 11 February 2015, Bulletin of the Supreme Rada of Ukraine (SRU) 2015, No 324/95-vr, <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

⁴⁶W.F. Theobald, op.cit., 114.

tioned (cruise ships, special boats and yachts for voyages), as well as transport, which serves the tourist industry itself, namely tourists and local people⁴⁷.

However, tourist industry can be considered not only as a set of enterprises providing tourist services and producing tourist goods, but also as one of the forms of territory development. Understanding this system as a complex of enterprises is a consequence of the sectoral approach. Therefore, tourist industry is considered as a complex system of interaction of people's recreational needs of and recreational opportunities of territory's natural and economic potential. However, such definition does not establish links between enterprises that form an element of the tourism system.

Tourist industry of a region is a complex which includes all resources of a region, infrastructure (all its types), products (services and goods) of a region's enterprises, which are used for tourism organization and meeting of tourists' needs⁴⁸.

In our opinion, the main difference between tourist industry of destination (scientific approach) and the tourist industry of a region (general approach) is that the complex used for organizing tourism in the destination, first of all should have obvious attraction in order to influence tourist's choice of a certain destination, and possession of services set that a tourist expects to receive. Moreover, this should be the same set of services and the same quality that is expected by a tourist when buying a tourist product offered to him.

The term "tourist destination region" is necessary to consider through the term "tourist destination", which was firstly introduced by N. Leiper in his works. By destination, he understands a geographical area, which has certain limits and some tourist resources⁴⁹. However, now, thoughts of scientists regarding this term are somewhat different. Thus, according to the Encyclopedic Tourism Guide Dictionary, "the destination is any city, region or country that can be the only united area on the market of tourism services"⁵⁰.

Thorough study of tourism processes for various purposes, as well as assessment of economic efficiency, profitability, social orientation, legal support, etc., provides expansion of tourism system elements' list of N. Leiper. We propose to add to the tourism system elements' list of N. Leiper such extra elements as infrastructure, a tourist product, population of the destination. Let us consider the above concepts and substantiate the need for their allocation as separate elements of the tourism system for the formation of the competitive tourist industry at the regional level.

The term "tourism infrastructure" is defined as an interstructural (systemic), unit, aimed at creating common, the most rational conditions for the system functioning, as well as for support of its sustainable and efficient development. The specified infrastructure will vary considerably depending on goals and motives of a travel at the destination, that is, on its attractiveness for tourists. The required quantitative and qualitative composition of infrastructure is different and for different geographic components of the tourism system.

⁴⁷L. Dwyer, op.cit., 173.

⁴⁸L.H. Ahafonova, op. cit., p. 432.

⁴⁹N. Leiper, op. cit., p. 391.

⁵⁰V.A. Smolii et al., op.cit., p. 92.

The improvement of the destination infrastructure provides an opportunity for more efficient and extensive tourism development, which, in its turn, contributes to the investment attractiveness of the further infrastructure development of the destination region. The main travel motive is usually paid as a tourist product and has a predetermined value, while the destination infrastructure allows, on the one hand, to stimulate consumer's expenses, and on the other hand, to increase a positive experience from staying in the destination. It should be noted that the multiple effect of tourism is much higher in those regions where an appropriate infrastructure is well developed, that is, the system for managing a region's economy as a tourist destination well established.

A tourist product as an integral part of the tourism system is a complex result of elements interaction of the tourism system and should be crucial for all process participants. The joint activity of independent tourist service companies is characterized by the effect of "weak link", when the quality level of work of all producers of a particular tourist product is determined at least by the quality service that is the part of a tourist product. Thus, tourist product, on the one hand, is the link between all producers involved in this process, and on the other hand, the quality measure of not only producers' activity, but also recreation area in as a whole and its competitiveness increase. This circumstance creates the necessity of making focus on a tourist product as a unifying element of all components of the tourism system.

The next element of the tourism system is the destination population. It can consist of both locals and workers who came from other regions or even other countries, and which, as a result make up the local population of the destination. Currently, while studying and planning tourism development in the destination, insufficient attention is paid to its population, which, as a rule, even considered, as one of the external factors. Therefore, in our opinion, the component of "destination population" should be included to the concept of a tourism system which primary can be involved in the tourist process, since it does not include tourist industry workers (relating to the tourist industry). However, the local population forms their own attitude towards tourists, and creates tourism development environment.

The local population should be a partner of tourist enterprises, and the task of the tourist industry is to establish mutually beneficial relations with it. Local residents should know that tourists give them the opportunity to earn income; they should understand that the impact of tourism, thanks to the multiple effect, extends far beyond tourist industry. Tourists, in their turn, must respect representatives of the host side. The system construction based on such principles will give the opportunity to hope that in the case when a tourist will have a difficult situation on an unknown territory, the local population will prove to be a hospitable and caring owner.

Taking into account the conducted analysis of theoretical sources⁵¹ concerning the definition of the concept "destination", we have identified two approaches to the formation of a tourist destination that determine its conceptual content. The first ap-

⁵¹V.A. Smolii et al., op.cit.; O.S. Hrynkevych, M.M. Bil, op.cit.; S.M. Kobzova, op.cit.; T.I. Tkachenko, S.P. Havryliuk, op.cit.; L. Dwyer, op.cit.; J. Swarbrooke, op.cit.

proach is based on a geographical component and defines a tourist destination as a limited area. In this context, tourist destination corresponds to such concepts as “tourist region”, “tourist center”, that is, there is another definition of the concept, which in no way determines the special importance of the concept “tourist destination” and does not create conditions for the formation of a competitive tourist industry.

The second approach is aimed at satisfying consumer’s tourist service needs and is client-oriented. In this case, tourist destination is determined by the attractiveness that it offers for a certain segment of consumers. Thus, not the geographical component of tourist resources located in the territory, but the attractiveness of a specified territory for tourists becomes primary.

Conclusions

Taking into account our research on specific forms of competitive tourist industry formation at the regional level it is necessary to mention that the approach aimed at satisfying tourist needs (client-oriented) is fundamental in studies of strategic competitive advantages of a tourist product. It will promote the development of tourist industry in a particular region, thus as the result of its economic stability improvement by means of profit from tourism activity.

The approach from the point of view of territorial attractiveness confer the possibility to develop the territory effectively, that is to produce those products and provide those services that are the most demanded by tourists visiting the tourist region. The implementation of this approach will facilitate the formation and adoption of sound management decisions as for attracting investment in the tourism infrastructure development of the region. It will make possible to build not only entertainment and recreation facilities, but also to place them purposefully, according to tourist needs and with the attractiveness owning which the majority of tourists visit the region. Under such conditions, the use of the client-oriented approach in the formation of region’s tourist industry will have a great synergy effect and will significantly increase the competitiveness of the tourist industry.

References

- About the approval of Tourism and Resorts Development Strategy for the period up to 2026, Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 16 March 2017 No 168-p, Kyiv, <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
- Ahafonova L.H.: Determination of competitiveness of a tourist product, [in:] Strategy for the development of tourist industry and catering. Materials of the international scientific and practical conference, 25–26.10.2006, Kyiv, KTUE, Kyiv 2000, pp. 430–434.
- Bezuhla V.O.: Analysis of the Competitiveness of Ukrainian Regions, Regional Economics 2004, No 4(34), pp. 64–68.
- Boyko M.H.: Tourist attractiveness of Ukraine: patterns of formation and development guidelines, Investments: Practice and Experience 2009, No 16, pp. 34–39.
- Dwyer L.: International Handbook on the Economics of Tourism, Edward Elgar Publishing, 2010.

- Halloway J.K., Taylor N.: *Tourist business: translation of the 7th English J.K. Halloway (Ed.) Knowledge*, Kyiv 2012.
- Hrynkevych O.S., Bil M.M.: Improving the assessment of the competitiveness of tourist product of region. *Regional Economy* 2009, No 4, pp. 40–46.
- Kobzova S.M.: The concept of “tourist region”, “regional tourism” and “tourist route” in modern scientific discourse, *Bulletin of Taras Shevchenko National University* 2010, No 16(203), pp. 24–31.
- Kotler F., Bowen J., Meikenz J.: *Marketing. Hospitality and Tourism*. UNITI, Moscow 2005.
- Kvartalnov V.: *Tourism*, Russian International Academy of Tourism, Finance and Statistics, M2013.
- Kyfiak V.F.: *Organization of tourism activity in Ukraine*, Chernivtsi: Books 2009, No 21.
- Law of Ukraine “Tourism Act” dated 11 February 2015, *Bulletin of the Supreme Rada of Ukraine (SRU)* No 324/95-vr, <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
- Leiper N.: The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry, *Annals of Tourism Research* 1979, No 6(4), pp. 390–407.
- Preobrazhensky V.S. et al.: *Methodical instructions on characteristics of recreational area natural conditions*, *Geographical problems of tourism organization and recreation*, 1975.
- Smolii V.A., Fedorchenko V.K., Tsybukh V.I.: *Encyclopedic Tourist Guide Dictionary*, Publishing House “Word”, Kyiv 2006.
- State Program of Tourism Development for 2015–2022, Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No 583 dated 29 April 2014, *Official Bulletin of Ukraine* 2014, No 18, <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80>.
- Swarbrooke J.: *Sustainable tourism management*. Division of CABI International, New York 2008.
- Theobald W.F.: *Global Tourism*, 3rd edn., Elsevier, Butterworth-Heinemann 2014.
- Tkachenko T.I., Havryliuk S.P.: Analysis of competition in the tourist market of Ukraine, *Bulletin of DIB* 2000, No 2, pp. 113–121.
- Tsybukh V.: Tourism in Ukraine: Problems and Prospects, *Economist* 2010, No 6, pp. 34–35.
- Volkov Yu.H.: *Regional Studies: tutorial*. Phoenix, Rostov-on-the Don 2004.

Anna Sieczko , Anna Justyna Parzonko

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wsparcie instytucjonalne promocji turystyki wiejskiej


Streszczenie. Podaż promocji w zakresie turystyki wiejskiej odbywa się na dwóch płaszczyznach. Pierwsza to wyspecjalizowane instytucje lokalne, niezwiązane bezpośrednio ze świadczeniem usługi turystycznej. Celem ich jest promowanie produktów turystycznych występujących na obszarze ich działalności, co powoduje pośrednio tamtejszy rozwój społeczno-gospodarczy. Druga płaszczyzna obejmuje już indywidualną informację przekazaną przez konkretny obiekt turystyki wiejskiej z wykorzystaniem własnej strony WWW oraz wyspecjalizowanych platform internetowych (np. www.agroturystyka.pl), a także udział w imprezach wystawienniczych i targach czy wykorzystanie tradycyjnych materiałów drukowanych (folderów, ulotek, broszury). W opracowaniu dokonano analizy działalności Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Warszawie w zakresie upowszechniania i promowania turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki.

Słowa kluczowe: promocja, turystyka wiejska, doradztwo

Wstęp

W Polsce turystykę wiejską, w tym agroturystykę, rozpatruje się jako wielosektorową dziedzinę gospodarki mocno zakorzenioną w kulturze, środowisku społecznym i przyrodniczym obszarów wiejskich. Turystyka wiejska dla obszarów wiejskich pełni dwie funkcje – zewnętrzną i wewnętrzną. Pierwsza polega na postrzeganiu wsi jako atrakcyjne miejsce wypoczynku, edukacji, przeżycia niezapomnianej przygody. Promocja turystyki wiejskiej w tym obszarze jest skierowana do turystów (klientów zewnętrznych), jej zadaniem jest zainteresowanie wsią, skłonienie do przyjazdu, sprzedaż produktów lokalnych. Druga jest skierowana do mieszkańców wsi (klientów wewnętrznych). Promocja w tym obszarze koncentruje się na wzmocnieniu kapitału ludzkiego, przedsiębiorczości, poprawie wizerunku wsi jako miejsca do życia, dbałości o środowisko przyrodnicze i kulturowe wsi. Promocją, zarówno w jednym, jak i drugim obszarze, zajmują się m.in.: ośrodki doradztwa rolniczego, stowarzyszenia agroturystyczne, lokalne grypy działania oraz lokalne organizacje turystyczne.

Jednym z czynników intensywnego rozwoju turystyki na obszarach wiejskich była i jest działalność jednostek doradztwa rolniczego. Zakrojona na szeroką skalę na

 anna_sieczko@sggw.pl

początku lat 90. ubiegłego wieku akcja upowszechnieniowo-informacyjna była impulsem do powstawania gospodarstw agroturystycznych postrzeganych wówczas jako jedna z możliwości pozyskiwania dodatkowych dochodów na bazie gospodarstw rolniczych. Można tu upatrywać początków doradztwa w zakresie turystyki wiejskiej, wpisującego się w nurt doradztwa turystycznego rozumianego jako świadoma, zorganizowana pomoc w zakresie realizowania różnorodnych przedsięwzięć turystycznych, realizowana przez niezależnych ekspertów lub specjalistów zatrudnionych w firmach czy organizacjach funkcjonujących w branży turystycznej lub w jej otoczeniu. Państwowe jednostki doradztwa rolniczego poprzez wsparcie doradcze, edukacyjne, informacyjne na bieżąco uczestniczyły w rozwoju turystyki wiejskiej, jak też w jej promowaniu. Tym bardziej że pełne wykorzystanie potencjału tkwiącego na obszarach wiejskich wymagało ciągłego tworzenia nowych, często innowacyjnych, produktów turystycznych. Obecnie pomoc dla właścicieli obiektów turystycznych została ukierunkowana na kształtowanie specjalizacji w turystyce wiejskiej, np. gospodarstw jeździeckich, edukacyjnych, opiekuńczych, zdrowotnych. W ramach kapitału ludzkiego obejmuje ona szeroko rozumianą przedsiębiorczość wiejską, sieciowanie produktów czy wiejskie inteligentne specjalizacje obejmujące projekty na styku rolnictwa, turystyki, terapii i zdrowia.

Celem opracowania było przedstawienie wsparcia instytucjonalnego promocji turystyki wiejskiej. Dokonano w tym zakresie analizy działalności wybranych instytucji i organizacji ze szczególnym uwzględnieniem ośrodków doradztwa rolniczego. W tym celu analizie poddano działalność wybranej instytucji doradczej, jaką jest Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie, na podstawie realizowanych przez niego działań o charakterze edukacyjno-informacyjnym w latach 2005–2016 na rzecz rozwoju i promocji turystyki wiejskiej na Mazowszu. Na podstawie analizy literatury naukowej i sprawozdań z działalności MODR w Warszawie wskazano zmiany w zakresie usług doradczych kierowanych do osób zainteresowanych działalnością w obszarze turystyki wiejskiej oraz przedstawiono wybrane innowacyjne rozwiązania wykorzystywane w upowszechnianiu tej formy wypoczynku wśród potencjalnych odbiorców.

Płaszczyzny promocji turystyki wiejskiej w Polsce

Rynek turystyczny, w tym turystyki wiejskiej, charakteryzuje się dużą konkurencyjnością. Funkcjonuje na nim duża liczba obiektów oferujących usługi turystyczne o różnorodnym asortymencie, jakości, cenie i umiejscowieniu geograficznym. Aby odnieść na nim sukces, nie wystarczy przygotować atrakcyjną ofertę w dobrej cenie i jakości, trzeba ją jeszcze wyróżnić spośród innych podobnych na rynku, poinformować o niej potencjalnego klienta oraz zaspokoić jego potrzeby i pobudzić wyobraźnię¹. Według Sikory promocja oznacza zespół środków, za pomocą których firma komunikuje się z rynkiem, przekazuje na rynek informacje charakteryzujące produkt lub firmę, kształtujące potrzeby nabywców oraz pobudzające i ukierunkowujące popyt². Podstawowym celem promocji jest

¹A. Panasiuk: Marketing usług turystycznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 122–123.

²J. Sikora: Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012, s. 177.

zapewnienie trwałej obecności podmiotu na rynku, zajęcie stałego miejsca w świadomości społecznej nabywców. Realizację tego celu wspierają trzy podstawowe funkcje promocji: informacyjna, perswazyjna i konkurencyjna³.

Według Alkorna⁴ celem promocji turystyki jest:

- budzenie potrzeby poznania nowej oferty,
- poinformowanie i przekonanie o szczególnych walorach oferty,
- podtrzymanie popytu na produkty już znane,
- przekonanie o potrzebie nabycia większego wolumenu usługi (np. poprzez częstsze wyjazdy),
- zachęcenie do zakupów usług w określonym czasie (wydłużenie sezonu turystycznego),
- zachęcenie do zakupu usług świadczonych na określonych warunkach (sprzedaż grupowa).

Promocja jest realizowana za pomocą różnych instrumentów. Najczęściej wymienia się: reklamę, promocję sprzedaży, sprzedaż osobistą, public relations oraz promocję bezpośrednią⁵. Produkty turystyki wiejskiej są dość złożone, ponieważ obejmują miejsce wypoczynku (obiekt, gminę, region), formę wypoczynku (bierny, aktywny), usługę (hotelarską, gastronomiczną, rekreacyjną, zdrowotną). O ich istnieniu turysta może dowiedzieć się dzięki informacji przekazanej zarówno przez konkretny obiekt turystyki wiejskiej, jak i wyspecjalizowane instytucje.

Specyfika obszarów wiejskich umożliwia dostarczenie na rynek informacji odnoszącej się do turystyki wiejskiej przez wiele różnorodnych instytucji. Wynika to z tego, iż obiekty turystyki wiejskiej wpisują się w wielofunkcyjny rozwój wsi. Ponadto gospodarstwa agroturystyczne są obiektami małymi, z ograniczonymi zasobami własnych środków, które można wykorzystać na promowanie wypoczynku na wsi lub w gospodarstwie rolnym. Powyższe czynniki spowodowały występowanie podaży promocji w dwóch płaszczyznach. Pierwszą płaszczyznę stanowią wyspecjalizowane instytucje lokalne, niezwiązane bezpośrednio ze świadczeniem usług turystycznych, takie jak: Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, lokalne grupy działania (LGD), regionalne i lokalne organizacje turystyczne (ROT-y i LOT-y) czy ośrodki doradztwa rolniczego (ODR-y). Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” (PFTW GG) powstała w 1996 roku, scalając oraz koordynując relacje między stowarzyszeniami agroturystycznymi a odpowiednimi podmiotami regionalnymi i krajowymi. Stowarzyszenia agroturystyczne są podmiotami działającymi w Polsce od 1993 roku. Niejednokrotnie ich powstanie było inicjowanie przez ośrodki doradztwa rolniczego. Na początku stowarzyszenia agroturystyczne miały w ODR-ach oparcie zarówno merytoryczne, jak i finansowe⁶. Ośrodki doradztwa rolniczego prowadziły stowarzyszeniom marketing,

³J. Sikora: Rynek promocji w turystyce wiejskiej, [w:] Komunikowanie i doradztwo w turystyce wiejskiej, K. Krzyżanowska (red.), Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2013, s. 72.

⁴J. Altkorn: Marketing w turystyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 145.

⁵T. Trojanowski: Promocja usług turystycznych, Logistyka 2012, nr 3, s. 2329–2331.

⁶B. Chwiłkowski: Rola Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, w rozwoju agroturystyki, [w:] Perspektywy rozwoju oraz promocji turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce,

drukowały pierwsze ulotki, administrowały nawet księgowość. Oprócz kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej, Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościinne” stworzyła portal promujący turystykę wiejską – www.agroturystyka.pl. Po 2000 roku zaczęło w Polsce przybywać jednostek zainteresowanych rozwojem turystyki wiejskiej (np. LGD, ROT, LOT). Dla właścicieli obiektów turystyki wiejskiej układ taki stworzył możliwość wyboru podmiotów do współpracy. Jednak zbyt duża liczba wyborców oznaczała rozproszenie, a także nakładanie kompetencji i kierunków działań, co niewątpliwie przyczyniło się do osłabienia siły oddziaływania PFTW GG⁷.

Lokalne grupy działania funkcjonują od 2006 roku w ramach programu Leader. Powstały, aby pobudzać aktywność mieszkańców tak, aby to oni mogli stawać się na swoim terenie podmiotowymi partnerami w kontaktach z samorządami, organizacjami pozarządowymi czy przedsiębiorcami⁸. Ze środków pochodzących z tego programu zrealizowanych zostało wiele inwestycji wzbogacających infrastrukturę turystyczną obszarów wiejskich. Realizowane były projekty, które służyły turystom, ale także całej społeczności wiejskiej. Ważnym działaniem było i jest dbanie o dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze wsi, podnoszenie kwalifikacji osób planujących rozpoczęcie dodatkowych aktywności do działalności rolniczej oraz osób odchodzących z rolnictwa. W zakresie turystyki wiejskiej warto podkreślić tworzenie lokalnych produktów turystycznych, sieciowanie owych produktów, ale także ich promocję⁹. Wykorzystywane są różne narzędzia komunikacji: strony WWW poszczególnych LGD, udział w targach, mapy, foldery, ulotki, tablice informacyjne, gadżety reklamowe.

Od 2000 roku w Polsce działają regionalne i lokalne organizacje turystyczne. Ich główną rolą jest koordynacja działań promocyjnych w regionie (ROT-y) i promocja turystyczna obszaru ich działania (LOT-y)¹⁰. Szczególne znaczenie dla promocji turystyki wiejskiej w regionie mają lokalne organizacje turystyczne, które współpracują z jednostkami samorządu terytorialnego i lokalną branżą turystyczną w zakresie tworzenia i rozwoju produktu turystycznego wokół lokalnych atrakcji turystycznych, gromadzenia i aktualizacji informacji o atrakcjach i produktach turystycznych, utrzymania i prowadzenia lokalnych punktów informacji turystycznej¹¹. Promocja w zależności od obszaru obejmuje różnorodne narzędzia począwszy od drukowania katalogów, folderów i ulotek, poprzez repre-

C. Jastrzębski (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa im. prof. E. Lipińskiego w Kielcach, Kielce 2019, s. 71–76.

⁷E. Kmita-Dziasek: Partnerstwo dla turystyki wiejskiej, Wydawnictwo CDR w Brwinowie, Oddział Kraków, Kraków 2011, s. 13.

⁸D. Orłowski, M. Woźniczko: Inicjatywy Lokalnych Grup Działania w Polsce promujące dziedzictwo kulinarne w turystyce wiejskiej, [w:] Turystyka wiejska bez granic, C. Jastrzębski (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych im. prof. E. Lipińskiego w Kielcach, Kielce 2015, s. 76.

⁹A. Zimny: Lokalne grupy działania – forma promocji i zarządzania obszarami wiejskimi, *Studia Ekonomiczne i Regionalne* 2012, nr 2, s. 59–63.

¹⁰A. Balińska, A. Sieczko, J. Zawadka: Turystyka. Wybrane zagadnienia, Difin, Warszawa 2014, s. 162–169.

¹¹M. Thlon, M. Piotrowski, A. Kowalczyk, J. Lichacy: Ekspertyza. Ocena zawartości stron internetowych w zakresie promocji turystyki wiejskiej, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2014, s. 13.

zentowanie danego obszaru na targach turystycznych, współorganizowanie konkursów na produkty turystyczne oraz współorganizowanie imprez lokalnych.

Promocja w drugiej płaszczyźnie w głównej mierze zależy od nakładów finansowych, jakie właściciel obiektu turystyki wiejskiej jest w stanie przeznaczyć na ten cel, oraz umiejętności posługiwania się nowymi technologiami informatycznymi. Jak wskazują badania¹², najczęściej wykorzystywanym i preferowanym narzędziem promocji był Internet. Jest to narzędzie najbardziej skuteczne w dotarciu do potencjalnego turysty. Wyspecjalizowane obiekty najczęściej miały indywidualne strony WWW ze szczegółowym opisem własnej działalności i atrakcji turystycznych w okolicy, estetyczną galerią zdjęciową i filmami na serwisie YouTube, dbały o dobre pozycjonowanie strony w Internecie, aktualizowanie informacji czy bezpośredni kontakt z klientem poprzez stronę internetową. Stosowaną praktyką było zamieszczanie informacji (za opłatą) o własnych usługach na wyspecjalizowanych portalach, takich jak: www.agroturystyka.pl; www.wakacje.agro.pl; www.agroturystyka.ig.pl; www.agroturystyczny24.pl; www.fajnewczasy.pl/noclegi/agroturystyka.

Z badań przeprowadzonych przez A. Sieczko i L. Sieczko wynikało, że największą jakością prezentowanych informacji z zakresu turystyki wiejskiej odznaczał się portal prowadzony przez PFTW GG – www.agroturystyka.pl¹³. Wykorzystywanym narzędziem komunikacji z turystami są także imprezy targowe, na których prezentowane są materiały drukowane (ulotki, foldery). Niektóre obiekty mają własne gadżety reklamowe. W agroturystyce są to niekiedy produkty pochodzące ze swojego gospodarstwa, np. 18 ml słoiczek miodu z własnej pasieki. Właściciele także biorą udział w eventach, na których odwiedzający mogą degustować produkty spożywcze swoiste dla konkretnego obiektu, rzadziej korzystają z profili na portalach społecznościowych oraz promowania własnych usług na forach internetowych, umieszczania banerów reklamowych na innych stronach internetowych czy e-mailingu¹⁴.

Instrumenty i narzędzia promocji turystyki wiejskiej wykorzystywane w doradztwie

Jak wynika z opracowania „Ekspertyza w zakresie potencjału produktów turystyki wiejskiej w Polsce i ich konkurencyjności na regionalnym, krajowym i zagranicznym rynku usług turystycznych”, potencjał do rozwoju turystyki wiejskiej nie jest równomiernie

¹²K. Krzyżanowska: Skuteczność działań promocyjnych w turystyce wiejskiej, *Ekonomiczne Problemy Turystyki* 2014, nr 3(27), s. 47; A. Sieczko: Informacja i promocja w agroturystyce, [w:] *Turystyka wiejska. Zagadnienia ekonomiczne i marketingowe*, t. 1, A. Jęczynek, J. Uglis, M. Maćkowiak (red.), *Wieś Jutra*, Poznań 2016, s. 162.

¹³A. Sieczko, L. Sieczko: Dostęp do informacji dotyczących turystyki wiejskiej za pomocą nowoczesnych narzędzi IT, *Studia Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN* 2015, nr 163, s. 167–177.

¹⁴A. Jasiński: Skuteczność promocji z wykorzystaniem internetowych portali agroturystycznych w świetle opinii ich użytkowników, *Acta Innovations* 2012, nr 4, s. 36–37.

rozłożony i eksploatowany. W związku z tym dokonano podziału polskich województw na trzy grupy¹⁵:

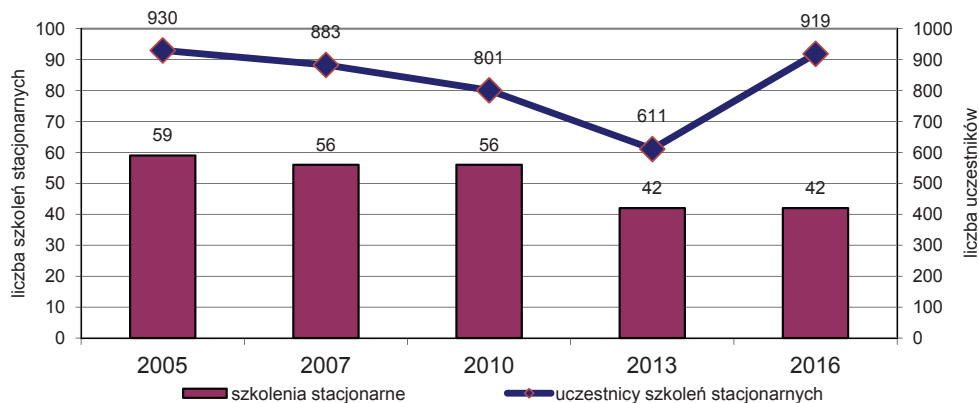
- województwa wybitnie predestynowane do rozwoju turystyki wiejskiej: lubelskie, podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie; dla tych województw turystyka wiejska jest kluczowym elementem rozwoju regionalnej gospodarki turystycznej;
- województwa o bardzo dużym potencjale do rozwoju turystyki wiejskiej: kujawsko-pomorskie, lubuskie, łódzkie, mazowieckie, opolskie, wielkopolskie; oferta turystyki wiejskiej nie jest jednak w tych województwach w pełni wykształcona;
- województwa o dużym potencjale do rozwoju turystyki wiejskiej: dolnośląskie, małopolskie, pomorskie, śląskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie; potencjał ten jest wykorzystywany jednak do rozwoju innych form turystyki niż turystyka wiejska.

Województwo mazowieckie znajduje się w grupie tych województw, w których dostrzega się możliwości dalszego rozwoju turystyki wiejskiej. Dlatego warto postawić pytanie, czy państwowe jednostki doradztwa rolniczego, które znajdują swoją reprezentację na każdym szczeblu jednostek terytorialnych, podejmują działania w zakresie upowszechniania turystyki wiejskiej i agroturystyki. W tym celu dokonano analizy sprawozdań z działalności Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego za lata 2005–2017, na podstawie której można stwierdzić, że podejmuje on działania ukierunkowane na rozwój i promocję turystyki na obszarach wiejskich województwa mazowieckiego. Działania te są kierowane do dwóch grup odbiorców. Pierwszą z nich są osoby potencjalnie zainteresowane podjęciem bądź rozwijaniem działalności w zakresie turystyki wiejskiej i agroturystyki, drugą – potencjalni turyści.

Podstawowym celem funkcjonowania państwowych jednostek doradztwa rolniczego jest wsparcie kierowane do osób zamieszkujących obszary wiejskie terenu województwa. Te osoby mogą skorzystać z katalogu szkoleń organizowanych przez doradców. Na podstawie sprawozdań z działalności MODR za lata 2005–2016 można stwierdzić, że szkolenia są najpopularniejszą formą doradczą umożliwiającą upowszechnianie tego rodzaju turystyki i wprowadzaniu nowych produktów w tym zakresie. Są one realizowane zarówno w formie stacjonarnej jak i wyjazdowej.

W 2017 roku celem realizowanych szkoleń z tego zakresu było wsparcie aktywizacji właścicieli gospodarstw agroturystycznych i obiektów turystyki wiejskiej oraz innych mieszkańców wsi do współpracy w zakresie sieciowania produktów turystycznych. Ponadto realizowano szkolenia w zakresie podnoszenia, jakości usług w już funkcjonujących obiektach turystycznych oraz wsparcia uruchamiania nowych. Popularyzowano ideę zagród edukacyjnych i gospodarstw opiekuńczych oraz prezentowano zasady ich funkcjonowania. W tej tematyce zostało przeprowadzonych 47 szkoleń dla 665 osób i 12 szkoleń wyjazdowych dla 294 osób. Zorganizowano również konferencję, w której

¹⁵Polska Agencja Rozwoju Turystyki: Ekspertyza w zakresie potencjału produktów turystyki wiejskiej w Polsce i ich konkurencyjności na regionalnym, krajowym i zagranicznym rynku usług turystycznych. S.A., Warszawa 2012, <https://bip.minrol.gov.pl/Opracowania-ekspertyzy-publikacje/Ekspertyza-w-zakresie-potencjalu-produktow-turystyki-wiejskiej-w-Polsce-i-ich-konkurencyjnosc-na-regionalnym-krajowym-i-zagranicznym-rynku-uslug-turystycznych> (dostęp: 08.12.2015).



Rysunek 1. Liczba szkoleń na temat turystyki wiejskiej i ich uczestników w latach 2005–2016 organizowanych przez MODR w Warszawie

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań z działalności MODR w Warszawie za lata 2005–2016.

wzięto udział 78 rolników i mieszkańców obszarów wiejskich nt. „Sieciovania usług turystycznych na obszarach wiejskich Mazowsza”.

Poza ofertą szkoleniową, doradztwem indywidualnym (porada) realizowanym dla 2288 osób czy doradztwem grupowym (współpraca z dwoma celowymi grupami doradczymi – łącznie 45 osób) wykorzystywanych jest wiele innych form promocji takich jak olimpiady i konkursy, konferencje czy targi. Od kilku lat organizowany jest konkurs „Od agroturystyki do turystyki wiejskiej”, którego celem jest promocja oraz sukcesywne podwyższanie, jakości świadczonych usług turystycznych na terenach wiejskich i popularyzacja przedsiębiorczości na wsi. Podsumowanie konkursu odbywa się corocznie podczas konferencji naukowej z cyklu „Sukcesy i problemy turystyki wiejskiej na Mazowszu”.

W 2017 roku MODR w Warszawie współpracował z 289 gospodarstwami agroturystycznymi, 31 obiektami turystyki wiejskiej i 22 zagrodami edukacyjnymi. Większość z tych podmiotów znalazło się w katalogu „Agroturystyka i turystyka wiejska na Mazowszu” wydanym w wersji polsko-angielskiej w nakładzie 10 000 egzemplarzy. Nie ulega wątpliwości, że stanowi on ważny element promocji oferty turystyki wiejskiej Mazowsza. Katalog promuje oferty wypoczynku w ponad 250 obiektach wiejskiej bazy noclegowej – gospodarstw agroturystycznych i obiektów turystyki wiejskiej współpracujących z Mazowieckim Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego w Warszawie.

Ośrodki doradztwa rolniczego ustawowo zobowiązane do upowszechniania turystyki wiejskiej i agroturystyki oraz podejmowania działań na rzecz zachowania i promowania dziedzictwa kulturowego obszarów wiejskich wykorzystują różne formy i narzędzia promocji. Jedną z form doradczych wykorzystywaną w tym celu i cieszącą się dużą popularnością są targi. Jako przykład mogą posłużyć kurpiowskie targi rolnicze odbywające się w Ostrołęce. Inicjatywa ta kierowana jest do rolników, mieszkańców wsi i miast, ale przede wszystkim do miłośników i pasjonatów sztuki ludowej, regionalnej kuchni, wszystkich osób zafascynowanych niepowtarzalną kulturą kurpiowskiej ziemi.

Niezwykle atrakcyjnym pod względem skuteczności działań promocyjnych narzędziem jest Internet. Potwierdzają to także wyniki badań ankietowych zrealizowanych w 2015 roku na potrzeby przygotowywania dokumentu „Program rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w Polsce” w ramach planu działania sekretariatu centralnego Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich na lata 2014–2015. Do najczęściej wykorzystywanych narzędzi promocyjnych na rynku należą¹⁶:

- portale i strony internetowe zawierające informacje o krajowej, regionalnej lub lokalnej turystyce wiejskiej (86% badanych podmiotów wykorzystuje tego rodzaju narzędzie promocyjne),
- imprezy wystawiennicze i targi (aż 92% badanych podmiotów działających na poziomie regionalnym wykorzystuje tego rodzaju aktywność, przy 80% wykorzystaniu ogółem przez podmioty),
- materiały drukowane (broшуry, foldery, ulotki) – 72% badanych podmiotów deklaruje wykorzystywanie tego narzędzia.

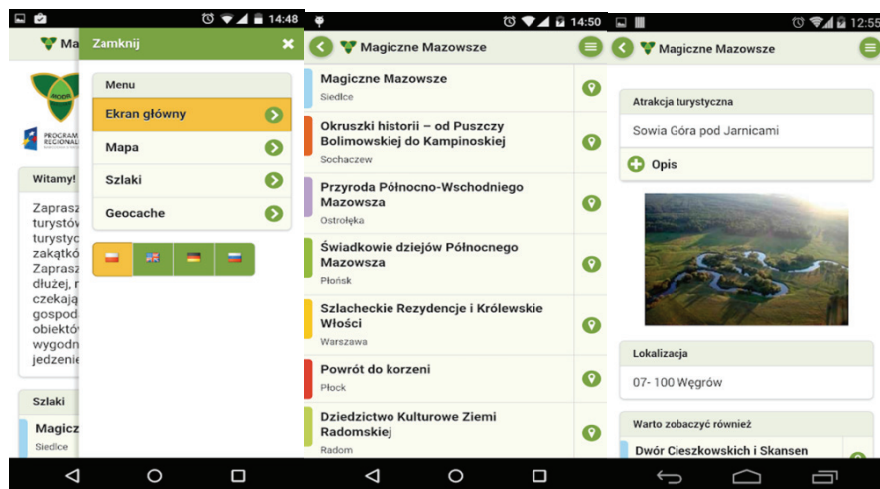
Do stosunkowo często wykorzystywanych narzędzi należą też eventy promocyjne (w formie: targi, kiermasze, jarmarki, pokazy, festyny, konkursy, happeningi, pikniki, degustacje, szeroko rozumiane zabawy) – spośród respondentów swój udział w tych imprezach nich deklaruje 69% przedstawicieli organizacji lokalnych oraz 46% przedstawicieli organizacji regionalnych.

Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Warszawie także wykorzystuje nowe technologie, czego przykładem jest działająca w systemie Android aplikacja „Magiczne Mazowsze” (można ją pobrać w sklepie Google Play, w czterech wersjach językowych: polskiej, angielskiej, niemieckiej i rosyjskiej). Opracowano na jej potrzeby siedem szlaków tematycznych obejmujących zabytkowe obiekty, ważne miejsca historyczne i przyrodnicze, o których nie zawsze wspomina się w tradycyjnych przewodnikach. Ponadto zamieszczone są w niej informacje o gospodarstwach agroturystycznych i obiektach turystyki wiejskiej współpracujących z MODR.

Kolejnym przykładem produktu turystyki wiejskiej na Mazowszu wprowadzonym przez MODR w Warszawie jest gra terenowa Geocaching. Jest to kompleksowy produkt, wykorzystujący mniej znany potencjał turystyczny Mazowsza, drzemący w tzw. małych ojczyznach, zapomnianych prowincjach. Po raz pierwszy nazwa *geocaching* pojawiła się 30 maja 2000 roku. Słowo *cache* w języku angielskim to skrytka, kryjówka, schowek i nawiązuje do ukrywanych niegdyś skarbów przez piratów, złodziei, uciekinierów. Przedrostek *geo-* (ziemia) oznacza globalny charakter tej zabawy, a także analogię do geografii, czyli nauki o rozmieszczeniu zjawisk na kuli ziemskiej. Zlokalizowanie pojemnika *geocache* jest możliwe dzięki posiadaniu współrzędnych geograficznych. Słowem *geocache* określa się ukryty pojemnik przeznaczony do szukania. Oprócz angielskiego słowa *geocache* w Polsce stosuje się wymiennie takie nazwy, jak: skrzynka, skrytka albo kesz¹⁷.

¹⁶Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich: Program rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w Polsce, 2015, http://ksow.pl/.../PROJEKTY_2015/Program_rozwoju_turystyki/Program_rozwoju_turystyki_na_obszarach_wiejskich_wersja_ko%C5%84c.pdf (dostęp: 06.12.2018).

¹⁷Geocaching.pl [b.d.]: Historia geocachingu, <https://www.geocaching.pl/geocaching.php> (dostęp: 02.12.2018).



Rysunek 2. Layout aplikacji „Magiczne Mazowsze”

Źródło: <http://www.modr.mazowsze.pl> (dostęp: 06.12.2018).

Podsumowanie

W powodzeniu każdej działalności gospodarczej dużą rolę odgrywa promocja. Promocja turystyki wiejskiej realizowana jest w dwóch płaszczyznach. Pierwszą płaszczyznę stanowią wyspecjalizowane instytucje i organizacje, takie jak: ośrodki doradztwa rolniczego (ODR), lokalne organizacje turystyczne (LOT), Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, lokalne grupy działania (LGD) czy stowarzyszenia agroturystyczne. W drugiej płaszczyźnie przede wszystkim znajduje miejsce indywidualna informacja przekazywana turystom przez konkretny obiekt turystyki wiejskiej lub agroturystyki z wykorzystaniem własnej strony WWW, wyspecjalizowanych platform internetowych (np. www.agroturystyka.pl), filmy na YouTube, foldery, ulotki czy marketing szeptany.

Z dokonanej analizy działalności Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Warszawie wynika, że jest to instytucja, która od wielu lat odgrywa bardzo dużą rolę w rozwoju turystyki wiejskiej. Poprzez swoją działalność wydawniczą oraz organizację konkursów i konferencji związanych z problematyką turystyki wiejskiej nie tylko promuje podmioty turystyczne, ale też zachęca do poszukiwania nowych możliwości poszerzenia oferty turystycznej. Dodatkowo realizując liczne szkolenia, zaszczenia ideę podjęcia tego typu działalności kolejnym osobom. Podejmując także inicjatywy w postaci aplikacji „Magiczne Mazowsze” czy gry terenowej Geocaching, zachęca potencjalnych turystów do korzystania z uroków Mazowsza i oferty, jaką stwarzają obiekty turystyki wiejskiej.

Literatura

- Altkorn J.: Marketing w turystyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
 Balińska A., Sieczko A., Zawadka J.: Turystyka. Wybrane zagadnienia, Difin, Warszawa 2014.
 Chwiałkowski B.: Rola Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, w rozwoju agroturystyki, [w:] Perspektywy rozwoju oraz promocji turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce,

- C. Jastrzębski (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa im. prof. E. Lipińskiego w Kielcach, Kielce 2019, s. 137–176.
- Geocaching.pl [b.d.]: Historia geocachingu, <https://www.geocaching.pl/geocaching.php> (dostęp: 02.12.2018).
- Jasiński A.: Skuteczność promocji z wykorzystaniem internetowych portali agroturystycznych w świetle opinii ich użytkowników, *Acta Innovations* 2012, nr 4, s. 36–37.
- Kmita-Dziasek E.: Partnerstwo dla turystyki wiejskiej, Wydawnictwo CDR w Brwinowie, Oddział Kraków, Kraków 2011.
- Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich: Program rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w Polsce, 2015, http://ksow.pl/.../PROJEKTY_2015/Program_rozwoju_turystyki/Program_rozwoju_turystyki_na_obszarach_wiejskich_wersja_ko%C5%84c.pdf (dostęp: 06.12.2018).
- Krzyżanowska K.: Skuteczność działań promocyjnych w turystyce wiejskiej, *Ekonomiczne Problemy Turystyki* 2014, nr 3(27), s. 47.
- Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego, <http://www.modr.mazowsze.pl> (dostęp: 06.12.2018).
- Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego: Sprawozdania z działalności MODR w Warszawie za lata 2005–2017, Warszawa.
- Orłowski, D., Woźniczko M.: Inicjatywy Lokalnych Grup Działania w Polsce promujące dziedzictwo kulinarne w turystyce wiejskiej, [w:] *Turystyka wiejska bez granic*, C. Jastrzębski (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych im. prof. E. Lipińskiego w Kielcach, Kielce 2015, s. 76.
- Panasiuk A.: Marketing usług turystycznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 122–123.
- Polska Agencja Rozwoju Turystyki: Ekspertyza w zakresie potencjału produktów turystyki wiejskiej w Polsce i ich konkurencyjności na regionalnym, krajowym i zagranicznym rynku usług turystycznych, Warszawa 2012, <https://bip.minrol.gov.pl/Opracowania-ekspertyzy-publikacje/Ekspertyza-w-zakresie-potencjalu-produktow-turystyki-wiejskiej-w-Polsce-i-ich-konkurencyjnosc-na-regionalnym-krajowym-i-zagranicznym-rynku-uslug-turystycznych> (dostęp: 08.12.2015).
- Sieczko A.: Informacja i promocja w agroturystyce, [w:] *Turystyka wiejska. Zagadnienia ekonomiczne i marketingowe*, t. 1, A. Jęczynek, J. Uglis, M. Maćkowiak (red.), *Wież Jutra*, Poznań 2016, s. 162.
- Sieczko A., Sieczko L.: Dostęp do informacji dotyczących turystyki wiejskiej za pomocą nowoczesnych narzędzi IT, *Studia Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN* 2015, nr 163, s. 167–177.
- Sikora J.: Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2012.
- Sikora J.: Rynek promocji w turystyce wiejskiej, [w:] *Komunikowanie i doradztwo w turystyce wiejskiej*, K. Krzyżanowska (red.), Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2013, s. 72.
- Thlon M., Piotrowski M., Kowalczyk A., Lichacy J.: Ekspertyza. Ocena zawartości stron internetowych w zakresie promocji turystyki wiejskiej, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2014.
- Trojanowski T.: Promocja usług turystycznych, *Logistyka* 2012, nr 3, s. 2329–2331.
- Zimny A.: Lokalne grupy działania – forma promocji i zarządzania obszarami wiejskimi, *Studia Ekonomiczne i Regionalne* 2012, nr 2, s. 59–63.

Institutional support for promotion of rural tourism

Summary. Supply of promotion in the area of rural tourism is happening on two levels. The first level is specialized local institutions not directly connected with provision of tourism services. Their objective is promotion of tourist products appearing in the area of their operation

which indirectly causes socio-economic development of the area. The second level includes individual information forwarded by specific rural tourism facility using: own website, specialized internet platform (for example www.agroturystyka.pl) participation in exhibitions events and trade fairs, or by using traditional printed material (folders, leaflets, brochures). In this research paper analysis of operation of Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego in Warsaw in regard to disseminating and promotion of rural tourism, including agrotourism is performed.

Key words: promotion, rural tourism, consulting

Bartłomiej Trajer¹, Marzena Trajer²

¹Politechnika Warszawska

²Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa

Wspieranie innowacji w sektorze rolnym

Streszczenie. W pracy zaprezentowano nową koncepcję wdrażania innowacji w sektorze rolnym – Europejskie partnerstwo innowacyjne na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa (EIP-AGRI), oraz działanie „Współpraca” w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020. Przedstawiono także zagadnienia dotyczące innowacji w projektowanej wspólnej polityce rolnej w kolejnej unijnej perspektywie budżetowej na lata 2021–2027. Problematyka innowacji w rolnictwie i sektorze rolno-spożywczym jest niezwykle ważna, ponieważ konieczne jest dalsze prowadzenie badań w zakresie innowacyjnych rozwiązań i wprowadzania ich do praktyki. Wymaga to jednak podejmowania odpowiedniej współpracy w zakresie transferu wiedzy między podmiotami działającymi na rzecz sektora rolnego. Aby to osiągnąć, konieczne jest zaprojektowanie dodatkowych instrumentów wsparcia dedykowanych innowacyjności w kolejnej perspektywie budżetowej UE.

Słowa kluczowe: partnerstwa innowacyjne, EIP-AGRI, innowacje, grupy operacyjne, wspólna polityka rolna

Wstęp

Kluczowym instrumentem realizacji „Strategii Europa 2020” są europejskie partnerstwa na rzecz innowacyjności¹. Komisja Europejska w 2012 roku zaproponowała dla sektora rolnego utworzenie Europejskiego partnerstwa innowacyjnego na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa (EIP-AGRI)². Utworzenie tego partnerstwa potwierdziło to, że sektor rolnictwa potrzebuje ciągłego rozwoju i innowacyjnych rozwiązań³. Stworzone

¹R. Grochowska: Partnerstwa innowacyjne jako nowa koncepcja wdrażania innowacji w sektorze rolnym w Polsce, Roczniki Naukowe Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2015, nr 17(3), s. 105.

²Komisja Europejska: Europejskie partnerstwo innowacyjne na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa [b.d.], http://ec.europa.eu/agriculture/research-innovation/eip-agriculture_pl (dostęp: 11.12.2018).

³Europejskie Partnerstwo Innowacji: Możliwości dla innowacji w rolnictwie ekologicznym i agroekologii, Bruksela 2014, https://www.ifoam-eu.org/sites/default/files/page/.../tpo_eip_dossier_pl_201404.pdf (dostęp: 05.01.2019).

w 2012 roku EIP-AGRI ma przyczynić się do realizacji strategii Unii Europejskiej „Europa 2020” na rzecz inteligentnego, trwałego wzrostu gospodarczego sprzyjającego włączeniu społecznemu. Intensyfikacja badań i innowacji jest jednym z pięciu głównych celów tej strategii, która promuje nowe interaktywne podejście do wspierania innowacji. Podstawę do utworzenia EIP-AGRI oraz grup operacyjnych na rzecz innowacji (EPI) wprowadziło rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 1305/2013. Rozwiązania innowacyjne i działania rozwojowe ukierunkowane na osiągnięcie wiedzy mają doprowadzić do poprawy konkurencyjności gospodarki UE i jej poszczególnych działów wobec innych gospodarek świata. Istotne jest, że dla wprowadzania innowacyjnych rozwiązań EIP-AGRI, realizując strategię na rzecz inteligentnego i trwałego wzrostu gospodarczego, przyczynia się do współpracy między rolnictwem, gospodarką, nauką oraz innymi instytucjami z otoczenia rolnictwa, zarówno na szczeblu unijnym, jak i krajowym oraz regionalnym. Służy również jako bardzo ważny katalizator zwiększający skuteczność działań związanych z innowacją, wspieranych w ramach polityki rozwoju obszarów wiejskich. Bardzo ważnym elementem struktury EIP-AGRI są grupy operacyjne. Zgodnie z przepisami unijnymi mogą być one tworzone przez minimum dwa podmioty: tj. rolników lub grupy rolników, instytuty lub jednostki naukowe, uczelnie, przedsiębiorców sektora rolnego lub spożywczego.

Celem opracowania było przedstawienie nowych zagadnień związanych z wdrażaniem innowacji w sektorze rolnym – EPI-AGRI oraz działania „Współpraca” wprowadzonego w ramach PROW 2014–2020 oraz tematyki dotyczącej innowacyjności w projektowanej wspólnej polityce rolnej w kolejnej unijnej perspektywie budżetowej na lata 2021–2027.

Podstawowym źródłem danych była literatura przedmiotu, akty prawne unijne i krajowe oraz sprawozdania i krajowe dokumenty Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, ośrodków doradztwa rolniczego, komunikaty i projekty aktów prawnych Komisji Europejskiej dotyczące wspólnej polityki rolnej po 2020 roku. Dodatkowy walor aktualności niniejszego artykułu stanowią przedstawione w pracy informacje Komisji Europejskiej (z okresu od maja do końca sierpnia 2018 r.) dotyczące projektowanej wspólnej polityki rolnej w kolejnej perspektywie budżetowej 2021–2027, ze szczególnym uwzględnieniem tematyki dotyczącej rozwoju innowacyjności. Wyniki pracy przedstawiono w formie opisowej i tabelarycznej.

Europejskie partnerstwa innowacyjne na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa

W perspektywie finansowej Unii Europejskiej na lata 2014–2020 szczególną wagę przypisano europejskim partnerstwom innowacyjnym w zakresie rolnictwa zrównoważonego, zarządzania zasobami wodnymi, surowcami rolniczymi, rozwoju społeczności lokalnych. To nowe unijne rozwiązanie w postaci partnerstw ma za zadanie stymulować i wspierać komunikację i współpracę między nauką a praktyką. Konkretnie działania w ramach tego partnerstwa mają być realizowane wyłącznie z wykorzystaniem EPI łączących rolników, badaczy, doradców, przedsiębiorców rolnych. Głównym zadaniem EPI jest przetestowanie i aplikacja do praktyki produktów, procesów, usług i technologii in-

nowacyjnych. Partnerstwa innowacyjne mają na celu w szczególny sposób mobilizować wiedzę naukową i praktyczną do prac w zakresie innowacyjnych, nowych rozwiązań. To z kolei powinno pomóc w lepszym ukierunkowaniu badań naukowych i ich wdrożeń, które mają na celu zaspokojenie potrzeb i wymagań rynkowych w zakresie rolnictwa i przemysłu rolno-spożywczego. Bardzo ważne i konieczne jest zaangażowanie polskich rolników, przedsiębiorców rolnych, grup producentów rolnych i organizacji producentów, rolniczych organizacji branżowych i międzybranżowych w EPI-AGRI. Dla wszystkich stron, które wzajemnie będą ze sobą współpracować, partnerstwo ma na celu poszukiwanie nowych możliwości innowacji w rolnictwie, w tym wzajemnej wymiany doświadczeń, rozwijania pomysłów, wiedzy, a także doprowadzenie do wdrożenia innowacyjnych rozwiązań i przedsięwzięć biznesowych. Działania w tym zakresie w polskich rozwiązaniach legislacyjnych zostały wpisane do PROW w perspektywie finansowej na lata 2014–2020 i są realizowane poprzez działanie pod nazwą „Współpraca”.

Działanie „Współpraca” w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

Realizowane w Polsce działanie „Współpraca” w ramach PROW 2014–2020 dotyczy tworzenia i funkcjonowania grup operacyjnych na rzecz innowacji (EPI) oraz realizacji przez te grupy projektów, których celem jest opracowanie i wdrożenie innowacji w zakresie nowych: produktów lub znacznie udoskonalonych produktów objętych załącznikiem 1 do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, praktyk, procesów, technologii lub metod organizacji lub marketingu, dotyczących produkcji, przetwarzania lub wprowadzania do obrotu produktów objętych załącznikiem do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. W Polsce podmiotem wdrażającym i agencją płatniczą Unii Europejskiej w zakresie działania „Współpraca” jest Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa.

Działanie „Współpraca” dotyczy wspierania powstawania i działalności EPI w rozumieniu art. 56 i 57 rozporządzenia EFRROW, które w ramach działalności będą realizować projekty polegające na opracowywaniu i wdrażaniu rozwiązań innowacyjnych do praktyki⁴. Bezpośrednio z wprowadzeniem i upowszechnieniem innowacji związane jest wsparcie tworzenia i funkcjonowania tzw. grup operacyjnych w ramach działania „Współpraca”. Grupy operacyjne realizują konkretne projekty innowacyjne. Projekty te dotyczyć mogą określonego kierunku produkcji (np. chowu bydła, produkcji owoców i warzyw) lub grupy zagadnień (systemów żywienia zwierząt, optymalizacji decyzji ekonomicznych, nowych odmian upraw roślinnych, redukcji zanieczyszczeń wody i gleby, dobrostanu zwierząt, poprawy systemu organizacji łańcucha marketingowego)⁵.

Beneficjentami wsparcia są grupy operacyjne na rzecz innowacji, które powinny być tworzone przez co najmniej dwa różne podmioty: rolników, właścicieli lasów,

⁴Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie: Razem możemy więcej – Działanie „Współpraca” w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020, s. 3.

⁵B. Nosecka: Wsparcie innowacyjności w polskim rolnictwie, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2018, nr 20(4), s. 134.

jednostki naukowe w rozumieniu ustawy z 2010 roku o zasadach finansowania nauki⁶, przedsiębiorców, podmioty świadczących usługi doradcze. Jak podkreśla Grochowska, fakultatywnie do grup operacyjnych mogą dołączyć podmioty doradcze, konsumenci i ich organizacje, jednostki samorządu terytorialnego oraz organizacje branżowe i międzybranżowe działające w obszarze łańcucha żywnościowego⁷.

Zaangażowanie naukowców w wypracowaniu praktycznych i nowatorskich rozwiązań powinno wzmocnić powiązanie sektora rolno-spożywczego z sektorem badawczo-rozwojowym. Pomoc w ramach działania „Współpraca” ma formę zwrotu kosztów kwalifikowalnych. Może zostać ona przyznana i wypłacona do wysokości limitu, który w okresie realizacji PROW 2014–2020 wynosi 12 mln zł na jednego beneficjenta, z tym że w odniesieniu do kosztów inwestycyjnych, kosztów badań i kosztów bieżących limit wynosi łącznie 10 mln zł, a limit kosztów ogólnych określono na 2 mln zł. Ustalono także następujący poziom pomocy:

- w przypadku kosztów ogólnych i kosztów bieżących – 100% kosztów kwalifikowalnych,
- w przypadku kosztów badań – 90% kosztów kwalifikowalnych,
- w przypadku kosztów inwestycyjnych – 50% kwalifikowalnych.

Realizacja działania poprzez EPI powinna przyczynić się do zwiększenia innowacyjnych rozwiązań w polskim rolnictwie, w produkcji żywności i przyczynić się do rozwoju obszarów wiejskich, a rezultaty poszczególnych projektów powinny służyć szerokiej grupie odbiorców, a nie pojedynczym podmiotom. Realizowana przez grupę operacja musi prowadzić do osiągnięcia celów szczegółowych określonych dla działania „Współpraca”, tj.: wspierania innowacyjności, współpracy i rozwoju bazy wiedzy na obszarach wiejskich, a także wzmocnienia powiązań między rolnictwem, produkcją żywności i leśnictwem a badaniami i innowacją, w tym do celów ulepszonoego zarządzania środowiskiem i lepszych wyników oraz jednego z poniżej wymienionych celów:

- poprawy wyników gospodarczych wszystkich gospodarstw oraz ułatwienia restrukturyzacji i modernizacji gospodarstw, szczególnie w zakresie zwiększenia uczestnictwa w rynku i zorientowania na rynek, a także zróżnicowania produkcji rolnej,
- poprawy konkurencyjności producentów rolnych poprzez lepsze ich zintegrowanie z łańcuchem rolno-spożywczym poprzez systemy jakości, dodawanie wartości do produktów rolnych, promocję na rynkach lokalnych i krótkie cykle dostaw, grupy producentów oraz organizacje międzybranżowe.

Grupa operacyjna powinna działać w celu opracowania i wdrożenia innowacji między innymi w zakresie:

- nowych produktów lub znacznie udoskonalonych produktów;
- nowych lub znacznie udoskonalonych praktyk, procesów, technologii dotyczących produkcji, przetwarzania lub wprowadzania do obrotu produktów;

⁶Dz.U. 2014 poz. 1620, uczelnie w rozumieniu ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz.U. 2012 poz. 572).

⁷R. Grochowska, op.cit., s. 106.

- nowych lub znacznie udoskonalonych metod organizacji dotyczących produkcji, przetwarzania lub wprowadzania do obrotu produktów;
- nowych lub znacznie udoskonalonych metod marketingu dotyczących produkcji, przetwarzania lub wprowadzania do obrotu produktów, objętych załącznikiem 1 do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej.

We wsparciu w zakresie tworzenia grup operacyjnych zaangażowane są ośrodki doradztwa rolniczego, w których działają brokerzy innowacji. Zadaniem brokerów innowacji jest pomoc w tworzeniu się EPI, a także ułatwienie wymiany wiedzy fachowej oraz dobrych praktyk w zakresie innowacji w rolnictwie, produkcji żywności i na obszarach wiejskich. W ramach pierwszego pilotażowego naboru (który odbył się w terminie od 30 czerwca do 31 lipca 2017 r.) na to działanie przeznaczono 20 mln euro, w tym dla województwa mazowieckiego ponad 3 mln euro. Wyniki pierwszego pilotażowego naboru wniosków w działaniu „Współpraca” przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Nabór pilotażowy działania „Współpraca” w PROW 2014–2020 według województw

Województwo	Liczba złożonych wniosków	Kwota wnioskowana ogółem (tys. zł)	Średnia pomoc na wniosek (tys. zł)
Wielkopolskie	15	67 062,8	4 470,9
Mazowieckie	18	58 822,0	3 267,9
Łódzkie	8	52 674,7	6 584,3
Podkarpackie	7	36 457,6	5 208,2
Pomorskie	5	23 652,9	4 730,6
Lubelskie	5	18 896,4	3 779,3
Lubuskie	4	17 632,5	4 408,1
Opolskie	4	13 262,5	3 315,6
Warmińsko-mazurskie	7	11 694,6	1 670,7
Dolnośląskie	4	10 392,8	2 598,2
Świętokrzyskie	1	9 951,0	9 951,0
Kujawsko-pomorskie	3	5 248,5	1 749,5
Małopolskie	2	5 204,2	2 602,1
Podlaskie	4	4 606,2	1 151,5
Zachodniopomorskie	2	4 126,0	2 063,0
Śląskie	1	2 944,4	2 944,4

Źródło: Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie: Razem możemy więcej – Działanie „Współpraca” w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020, s. 7.

W pilotażowym naborze działania „Współpraca” beneficjenci złożyli 90 wniosków o przyznanie pomocy. Wnioskowana kwota pomocy wyniosła 342,6 mln zł, a średnia wnioskowana kwota pomocy (średnio na jeden projekt) – 3,8 mln zł. W pilotażowym naborze grupy operacyjne złożyły projekty dotyczące następujących operacji:

1. Innowacja w uprawie, przetwórstwie i wprowadzaniu na rynek pierwotnych form pszenic okrągłoziarnowej i perskiej o podwyższonej wartości odżywczej. Celem operacji jest opracowanie i wdrożenie uprawy przetwórstwa i wprowadzania do obrotu innowacyjnych produktów.
2. Opracowanie udoskonalonych produktów ulepszonej wartości żywieniowej także niekonwencjonalnego procesu obróbki termicznej materiałów żywnościowych. Projekt dotyczy prac rozwojowych w skali półprzemysłowej i przemysłowej dla technologii mikrofalowego prażenia surowców (nasiona, orzechy) w warunkach istotnie obniżonego ciśnienia.
3. Wzrost konkurencyjności na rynku przez wdrożenie innowacyjności produktowej, procesowej, technologicznej i marketingowej związanej z wylęgiem „Piskląt niemodlińskich” w zakładzie wylęgowym Magnuszowicach. Projekt ma na celu opracowanie i wdrożenie innowacji w zakresie wylęgu kurczaków brojlerów zmierzającej do poprawy ich jakości, zmniejszenia śmiertelności i zwiększenia ich dobrostanu, co zostanie zrealizowane w szczególności poprzez realizację wspólnych przedsięwzięć obejmujących badania naukowe, prace rozwojowe oraz inwestycje.
4. Współpraca w zakresie poprawy efektywności produkcji bydła opasowego poprzez zastosowanie wysokojakościowej paszy objętościowej otrzymywanej w okresie międzyplonu oraz uprawę kukurydzy po zbiorze międzyplonu jako alternatywy dochód. Projekt ma poprawić efektywność produkcji bydła opasowego poprzez wykorzystanie wysokojakościowej paszy objętościowej otrzymywanej w okresie międzyplonu opartej na mieszance traw i roślin motylkowatych oraz uprawę kukurydzy w technologii pasowej wsiewanej w ściernisko po zbiorze międzyplonu.
5. Zaimplementowanie i dostosowanie warunków klimatyczno-glebowych Polski innowacyjnej technologii produkcji owoców z zamkniętym systemem nawadniania za zawartości i biofortyfikacji jodem i selenem na przykładzie żurawiny. Operacja ma na celu opracowanie innowacyjnej technologii uprawy żurawiny na skalę towarową z wykorzystaniem gleb bardzo słabych, V i VI klasy. Dodatkowo planowana jest biofortyfikacja roślin selenem i jodem w celu zwiększenia zawartości tych pierwiastków w owocach. Owoce żurawiny wzbogaconej w jod i selen mogą stanowić alternatywę dla syntetycznych suplementów diety.
6. Soja konwencjonalna w województwach kujawsko-pomorskim i wielkopolskim – innowacyjne rozwiązania w uprawie, ochronie i skarmianiu w gospodarstwach rolnych. Projekt ma na celu testowanie w warunkach polowych poszczególnych odmian soi i ich przydatności w regionalnych warunkach klimatycznych, co ma umożliwić rolnikowi dokonanie wyboru właściwej, najlepszej dla niego odmiany soi. Stosowanie innego źródła białka paszowego niż aktualnie dostępna, importowana genetycznie modyfikowana śruta sojowa wpłynie na poprawę jakości produkowanej żywności oraz wyniki finansowe wytwarzających ją gospodarstw.
7. Opracowanie i wdrożenie innowacji opartej na zgłoszeniu patentowym dotyczącej udoskonalenia procesu produkcji jaj kurzych. Operacja ma na celu utworzenie innowacyjnej suszarni na fermie drobiu, pozwalającej udoskonalić proces produkcji jaj kurzych.

8. Innowacyjny model produkcji, przetwórstwa i dystrybucji ziół w Dolinie Zielawy. W ramach projektu opracowany zostanie innowacyjny model produkcji, przetwórstwa i dystrybucji ziół dla kilkuhektarowego pilotażowego gospodarstwa oraz mikroprzedsiębiorstwa przetwórstwa spożywczego w Dolinie Zielawy.
9. Wzrost konkurencyjności na rynku poprzez wdrożenie innowacyjności procesowej, technologicznej i marketingowej związanej z uprawą róż w gospodarstwie ogrodniczym w Boguchwale. Projekt polega na wprowadzeniu innowacyjnych technik (wysokociśnieniowy system do zamgławiania) w szklarniowej hodowli róż.
10. Polska wielogatunkowa ekologiczna wołowina – Podkarpacka grupa operacyjna „Spichlerz zdrowia”. Projekt dotyczy organizowania ekologicznego chowu bydła mięsnego na Podkarpaciu, Kielecczyźnie i Lubelszczyźnie. W ramach swojej działalności grupa operacyjna opracowuje i wdraża innowacyjne praktyki w zakresie organizacji oraz nowych metod marketingu dotyczących produkcji, przetwarzania i wprowadzania do obrotu ekologicznego mięsa wołowego⁸.

Działanie „Współpraca” w państwach członkowskich Unii Europejskiej

Działanie „Współpraca” realizowane jest w 27 państwach członkowskich w ramach 97 programów rozwoju obszarów wiejskich. W większości państw członkowskich/regionów w zakresie działania „Współpraca” wprowadzono dwustopniowy model wdrażania polegający na wspieraniu i tworzeniu grup operacyjnych w pierwszej fazie i wdrażaniu operacji przez te grupy w drugiej fazie. Pierwsza faza polega na wsparciu organizowania i tworzenia się grupy. W drugiej fazie grupy operacyjne składają konkretne projekty do realizacji. W Polsce został przyjęty wariant jednostopniowy, w którym brokerzy innowacji bezpłatnie udzielają wsparcia grupom operacyjnym na każdym ich etapie tworzenia i aplikowania o środki finansowe. W Polsce w celu wsparcia działań innowacyjnych w ośrodkach doradztwa rolniczego działa także Sieć na rzecz innowacji w rolnictwie i na obszarach wiejskich (SIR). Sieć powstała, aby wspierać innowacje w rolnictwie, produkcji żywności, leśnictwie i na obszarach wiejskich. Według danych Komisji Europejskiej w październiku 2017 roku w ramach działania „Współpraca” powstało około 700 grup operacyjnych. Najwięcej projektów realizują grupy operacyjne we Francji, w Niemczech, we Włoszech i w Portugalii. Liczbę projektów w państwach członkowskich według stanu na czerwiec 2018 roku na podstawie danych Komisji Europejskiej przedstawiono w tabeli 2.

W poszczególnych krajach UE istnieje duże zróżnicowanie przyjętych rozwiązań w zakresie programowania działania „Współpraca”. Państwa o strukturze federalnej, np. regiony autonomiczne Hiszpanii, landy w Niemczech, Belgia, Włochy, przyjęły zasadę decentralizacji wdrażania działania „Współpraca”. W tych krajach nie ma jednego narodowego programu rozwoju obszarów wiejskich, ale realizowane są programy regionalne. Każde państwo oraz każdy region podejmuje decyzje i dokonuje wyboru działań lub

⁸Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie: Wspieranie innowacyjnych rozwiązań poprzez działanie „Współpraca” oraz Sieć na rzecz innowacji w rolnictwie i na obszarach wiejskich (SIR), Brwinów 2018, s. 19–20.

Tabela 2. Liczba projektów realizowanych przez grupy operacyjne w Unii Europejskiej (według stanu na czerwiec 2018 r.)

Kraj	Liczba projektów zrealizowanych przez grupy operacyjne
Francja	111
Niemcy	109
Włochy	96
Portugalia	85
Hiszpania	58
Holandia	48
Szwecja	31
Wielka Brytania	18
Austria	13
Irlandia	13
Belgia	10
Republika Czeska	9
Finlandia	5
Litwa	4

Źródło: Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie: Wspieranie innowacyjnych rozwiązań poprzez działanie „Współpraca” oraz Sieć na rzecz innowacji w rolnictwie i na obszarach wiejskich (SIR), Brwinów 2018, s. 27.

Tabela 3. Liczba działań „Współpraca” ujętych w ramach regionalnych programów rozwoju obszarów wiejskich

Kraj	Liczba działań „Współpraca” ujętych w ramach regionalnych programów rozwoju obszarów wiejskich	Liczba wszystkich programów rozwoju obszarów wiejskich wdrażanych w danym państwie
Francja	24	28
Włochy	20	22
Hiszpania	13	18
Niemcy	12	13
Wielka Brytania	4	4
Portugalia	3	3

Źródło: European Network for Rural Development: DP analysis: Measure 16 ‘Cooperation’ M16.1, EIP Operational Groups, https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/rdp_analysis_m16-1.pdf.

poddziałan do wdrażania na danym obszarze, analizując istniejące potrzeby społeczno-ekonomiczne. Zakres tematyczny działania grup operacyjnych obejmuje głównie praktykę rolniczą, produkcję roślinną i ogrodnictw, systemy produkcji rolniczej oraz produkcję zwierzęcą i dobrostan zwierząt.

Nowe unijne działanie „Współpraca” ma realizować głównie dwa cele przekrojowe: zwiększać innowacyjność w działalności rolniczej i leśnictwie, przy czym działanie to ma wspierać przede wszystkim projekty najbardziej eksperymentalne.

Innowacje w projektowanej wspólnej polityce rolnej po 2020 roku

Odnosząc się do zagadnień związanych z innowacyjnością w projektowanej polityce rolnej, z analizy projektów dokumentów w ramach WPR na lata 2021–2027 w zakresie propozycji Komisji Europejskiej wynika, że propozycja modernizacji nowej WPR na lata 2021–2027 została oparta na trzech aspektach: wiedzy i innowacjach, cyfryzacji w rolnictwie oraz usługach doradczych w ramach AKIS (ang. *Agricultural Knowledge and Innovation System*), systemu pomyślanego jako pomost wymiany praktyk organizacyjnych i wiedzy między osobami, organizacjami i instytucjami, które rozwijają i wykorzystują wiedzę na potrzeby rolnictwa oraz powiązanych dziedzin. Do AKIS, tj. unijnego systemu wiedzy i innowacji w dziedzinie rolnictwa, państwa członkowskie w kolejnej perspektywie finansowej 2021–2027 powinny włączyć swoich doradców w celu wymiany wiedzy i doświadczeń oraz poprawy jakości i skuteczności doradztwa⁹.

Jednym z celów szczegółowych nowej WPR jest „zwiększenie zorientowania na rynek i konkurencyjności, w tym większe ukierunkowanie na badania naukowe, technologię i cyfryzację”, co w konsekwencji ma za zadanie przenoszenie badań naukowych i innowacji „z laboratoriów na pola i rynki” oraz pełne przyłączenie rolników i obszarów wiejskich do gospodarki cyfrowej. W założeniach przyszłej WPR szczególne znaczenie przypisano badaniom naukowym i wdrażaniu innowacyjności. W związku z tym, oprócz interwencji dotyczących rozwoju obszarów wiejskich w tym zakresie, zostanie ustanowiony specjalny budżet 10 mld euro z unijnego programu badawczego „Horyzont Europa”. Przeznaczony on zostanie na projekty w zakresie badań i innowacji dotyczące produkcji żywności, rolnictwa, rozwoju obszarów wiejskich i biogospodarki.

Europejskie partnerstwo innowacyjne na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa (EIP-AGRI) będzie w dalszym ciągu gromadzić środki z programu „Horyzont Europa” i środki na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, aby wspierać konkurencyjną i zrównoważoną gospodarkę rolną i leśną. Poza tym, dzięki satelitom Copernicus i Galileo, program kosmiczny pomoże urzeczywistnić rolnictwo precyzyjne (jako innowacyjne rozwiązania).

⁹Wniosek – Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady ustanawiające przepisy dotyczące wsparcia na podstawie planów strategicznych sporządzanych przez państwa członkowskie w ramach wspólnej polityki rolnej (planów strategicznych WPR) i finansowanych z Europejskiego Funduszu Rolniczego Gwarancji (EFRG) i z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) oraz uchylające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1305/2013 i rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1307/2013 {SEC(2018) 305 final}-{SWD(2018) 301 final, Bruksela, 01.06.2018 COM(2018) 392 final 2018/0216 (COD).

Satelity pomogą monitorować grunty rolne w UE i przysyłać rolnikom informacje, na przykład które z ich pól można nawozić. Takie rozwiązania powinny obniżyć zbędne stosowanie nawozów, jednocześnie zmniejszając ogólne zanieczyszczenie gruntów i powietrza.

Aby w większym stopniu wykorzystać wiedzę i innowacyjne rozwiązania, „każdy plan strategiczny WPR państw członkowskich będzie zawierał obowiązkowe zagadnienia poświęcone możliwościom pobudzania transferu i wymiany wiedzy oraz innowacji” (np. poprzez usługi doradztwa, szkolenia, programy badawcze, wiejskie sieci kontaktów, projekty pilotażowe, grupy operacyjne EIP-AGRI) oraz dodatkowe źródła finansowania.

W celu wdrażania innowacyjnych rozwiązań pozostawiono również możliwość kontynuowana przez państwa członkowskie działania „Współpraca” w celu przygotowania i wdrożenia projektów grup operacyjnych Europejskiego partnerstwa innowacyjnego na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa. Wsparcie ma być przyznawane wyłącznie w celu promowania form współpracy, w którą zaangażowane są co najmniej dwa podmioty i która będzie przyczyniać się do osiągnięcia celów szczegółowych określonych w nowej projektowanej polityki rolnej. Refundowane koszty będą związane ze wszystkimi aspektami współpracy. Wsparcie będzie ograniczone maksymalnie do siedmiu lat, z wyjątkiem, w odpowiednio uzasadnionych przypadkach, zbiorowych działań zmierzających do osiągnięcia celów szczegółowych wspólnej polityki rolnej dotyczących w szczególności środowiska i klimatu.

Podsumowanie i wnioski

1. Intensyfikacja badań i innowacji jest jednym z pięciu głównych celów strategii Unii Europejskiej „Europa 2020”, która promuje nowe interaktywne podejście do wspierania innowacji. Europejskie partnerstwo na rzecz innowacji (EIP-AGRI) ma przyczyniać się do realizacji tej strategii na rzecz inteligentnego, trwałego wzrostu gospodarczego sprzyjającego włączeniu społecznemu.
2. Problematyka innowacji w rolnictwie i sektorze rolno-spożywczym jest niezwykle istotna i ważna w obliczu postępujących procesów globalizacji gospodarki, nowych technologii i cyfryzacji, liberalizacji handlu, wzrostu konkurencji, daleko posuniętej integracji w różnych ogniwach dostaw żywności, zmian geopolitycznych czy też występowania anomalii klimatycznych, chorób zwierząt oraz roślin, a także wzrostu poziomu ryzyka i skali wyzwań w odniesieniu do produkcji i handlu rolnego.
3. Działanie „Współpraca” realizowane jest w 27 państwach członkowskich w ramach 97 programów rozwoju obszarów wiejskich. W większości państw członkowskich/regionów w zakresie tego działania wprowadzono dwustopniowy model wdrażania polegający na wspieraniu i tworzeniu grup operacyjnych w pierwszej fazie i wdrażaniu operacji przez te grupy w drugiej fazie. W Polsce został przyjęty wariant jednostopniowy, w którym brokerzy innowacji bezpłatnie udzielają wsparcia grupom operacyjnym na każdym ich etapie tworzenia i aplikowania o środki finansowe. Najwięcej projektów w ramach działania „Współpraca” realizują grupy operacyjne we Francji, w Niemczech, we Włoszech i w Portugalii. W polityce rolnej po 2020 roku

w celu rozwoju innowacyjnych rozwiązań pozostawiono również możliwość kontynuowana przez państwa członkowskie działania „Współpraca” w celu przygotowania i wdrożenia projektów grup operacyjnych Europejskiego partnerstwa innowacyjnego na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa.

4. Wspólna polityka rolna powinna być źródłem wsparcia innowacji i rozwoju rolnictwa w celu zapewnienia jej europejskiej wartości dodanej. Finansowanie przez WPR tworzenia, udostępniania i stosowania w praktyce nowej wiedzy, nowych technologii, nowych produktów i nowych sposobów organizacji w rolnictwie powinno pozwolić sprostać wyzwaniom przyszłości, tj. efektywnej produkcji, wystarczającej ilości żywności wysokiej jakości w warunkach chroniących naturalne zasoby środowiska.
5. Propozycja modernizacji nowej wspólnej polityki rolnej na lata 2021–2027 została oparta na trzech aspektach: wiedzy i innowacjach, cyfryzacji w rolnictwie oraz usługach doradczych w ramach AKIS. Zgodnie z oczekiwaniami przyszła WPR powinna sprzyjać zwiększeniu inwestycji w badania i innowacje oraz pozwolić rolnikom i społecznościom wiejskim czerpać z nich większe korzyści.
6. Budżet w kwocie 10 mld euro z unijnego programu badawczego „Horyzont Europa” będzie przeznaczony na projekty w zakresie badań i innowacji, w tym na projekty w zakresie produkcji żywności, rolnictwa, rozwoju obszarów wiejskim, a także biogospodarki. Europejskie partnerstwo innowacyjne na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa (EIP-AGRI) w polityce rolnej po 2020 roku będzie w dalszym ciągu gromadzić środki z programu „Horyzont Europa” i środków na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, aby wspierać innowacyjną, konkurencyjną i zrównoważoną gospodarkę rolną i leśną.

Literatura

- Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie: Razem możemy więcej – Działanie „Współpraca” w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020, Brwinów 2017.
- Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie: Wspieranie innowacyjnych rozwiązań poprzez działanie „Współpraca” oraz Sieć na rzecz innowacji w rolnictwie i na obszarach wiejskich (SIR), Brwinów 2018.
- European Network for Rural Development: DP analysis: Measure 16 ‘Cooperation’ M16.1, EIP Operational Groups [b.d.], https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/rdp_analysis_m16-1.pdf.
- Europejskie Partnerstwo Innowacji: Możliwości dla innowacji w rolnictwie ekologicznym i agroekologii, Bruksela 2014, https://www.ifoam-eu.org/sites/default/files/page/.../tpo_eip_dossier_pl_201404.pdf (dostęp: 05.01.2019).
- Grochowska R.: Partnerstwa innowacyjne jako nowa koncepcja wdrażania innowacji w sektorze rolnym w Polsce, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2015, nr 17(3), s. 103–107.
- Komisja Europejska: Europejskie partnerstwo innowacyjne na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa [b.d.], http://ec.europa.eu/agriculture/research-innovation/eip-agriculture_pl (dostęp: 11.12.2018).
- Komunikat KE „Przyszłość żywności i rolnictwa UE”, COM(2017) 713 final, Bruksela, dnia 29 listopada 2017 r.

Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. Nowoczesny budżet dla unii, która chroni, wspiera i broni. Wieloletnie ramy finansowe na lata 2021–2027”, COM(2018) 321 final.

Nosecka B: Wsparcie innowacyjności w polskim rolnictwie, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2018, nr 20(4), s. 133–138.

Wniosek – Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady ustanawiające przepisy dotyczące wsparcia na podstawie planów strategicznych sporządzanych przez państwa członkowskie w ramach wspólnej polityki rolnej (planów strategicznych WPR) i finansowanych z Europejskiego Funduszu Rolniczego Gwarancji (EFRG) i z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) oraz uchylające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1305/2013 i rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1307/2013 {SEC(2018) 305 final}-{SWD(2018) 301 final. COM(2018) 392 final 2018/0216 (COD).

Support of innovations in the agricultural sector

Summary: The paper presents a new concept of implementing innovations in the agricultural sector –Innovative Partnership for efficient and sustainable agriculture (EPI-AGRI) and “Cooperation” under the Rural Development Program for 2014–2020. Issues regarding innovation in the proposed common agricultural policy in the next EU budget perspective for 2021–2027 were also presented. The issue of innovation in agriculture and the agri-food sector is extremely important, as it is necessary to continue research in the field of innovative solutions and putting them into practice. However, this requires undertaking appropriate cooperation in the field of knowledge transfer between entities operating for the benefit of the agricultural sector. To achieve this, it is necessary to design additional support instruments dedicated to innovation in the next EU budget perspective.

Key words: innovative partnerships, EIP-AGRI, innovations, operational groups, common agricultural policy

Lesia Voliak✉, Nadiia Sergiychuk

National University of Life and Environmental Science of Ukraine

The modern state and trends of development of milk market in Ukraine

Summary. The article deals with the current state of the enterprises of the dairy industry of Ukraine. Analyzed the main indicators of the industry, the dynamics of milk prices and the main types of dairy products for the latter time, prices, import, and export. The main factors influencing the activity of the dairy industry of Ukraine are investigated. The urgent measures necessary to increase the level of development of the dairy industry and the output have been proposed Ukrainian enterprises to the European market.

Key words: milk, production, dairy products, consumption, export, import

Introduction

Meeting the needs of the population in high-quality and safe food is one of the most important socio-economic tasks of our time. Milk and dairy products are irreplaceable in the diet of people, due to their nutritional value. They are traditionally the main ones in the diet, therefore the main task of the dairy industry is the guaranteed provision of the population of the country with safe and high-quality dairy products in accordance with rational consumption standards. That is why the development and functioning of the dairy industry are particularly topical issues of the present.

In the works of scientists, various aspects of the development of the dairy industry are considered, in addition to the above, analyzed the problems of pricing in the absence of state regulation, rational placement of milk production in order to maximize the utilization of production capacities of enterprises and the complex use of natural and economic potential of the regions. But in connection with the changing external environment, there is a constant need for analysis and finding of acceptable ways of development of a strategically important branch of Ukraine.

The purpose of the article is to study, analyze and distinguish the trends that take place on the milk market of Ukraine, as well as to identify the ways of development of enterprises in this sector.

✉ voliaklr@gmail.com

Research methods

In the course of the research, the following methods were used: analysis and synthesis to determine the level of supply of basic food products, volumes of manufactured dairy products in the context of providing scientifically substantiated norms and export supplies. Econometric modeling is used to substantiate the main trends of milk production, pricing policy, import and export in the dynamics of different time periods. The grouping of the profitability of milk production provided the determination of the influence of its production and consumption on the efficiency of activities of enterprises in this sector.

Research results

The importance of milk and dairy products production is manifested in the decision of the subjects of the management of the food supply industry with these products. At present, Ukraine is fully provided with dairy products by a self-sufficiency rate of 107.7% in 2017 (Fig. 1).

Rational nutrition provides an optimal ratio of nutrients and biologically active substances. In recent years, the quality of food in the population has deteriorated significantly, and this trend continues. According to the CMU Decree No 1379 of 5 December

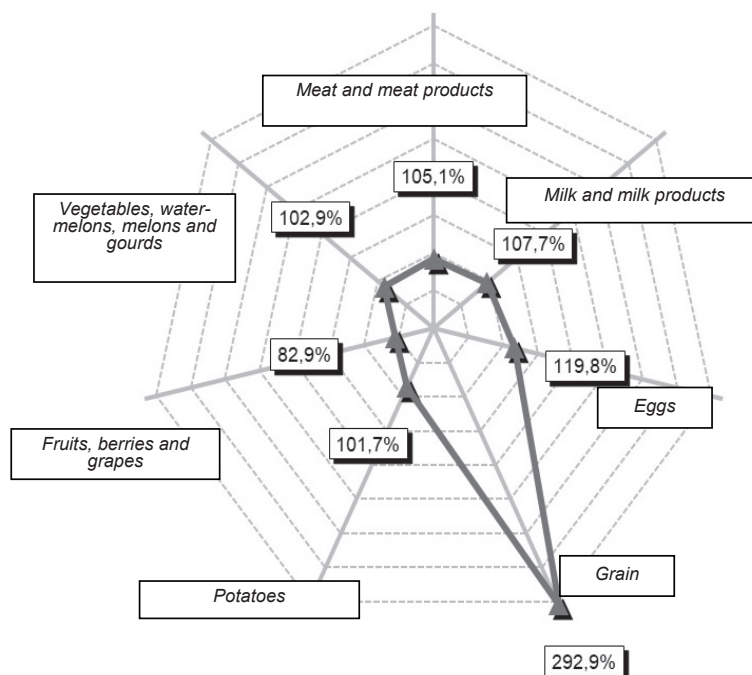


Figure 1. Self-sufficiency by main food-stuffs of 2017 (output to domestic use in Ukraine)

Source: calculated on the basis of: State Statistics Service of Ukraine, www.ukrstat.gov.ua (access: 10.10.2018).

2007, “Some Issues of Food Safety”¹, the limit (threshold) criterion of daily caloric content of a diet is 2,500 kcal per day, while 55% of the daily ration should be provided at the expense of consumption of products of animal origin. However, milk consumption has tended to decline in recent years (Fig. 2).

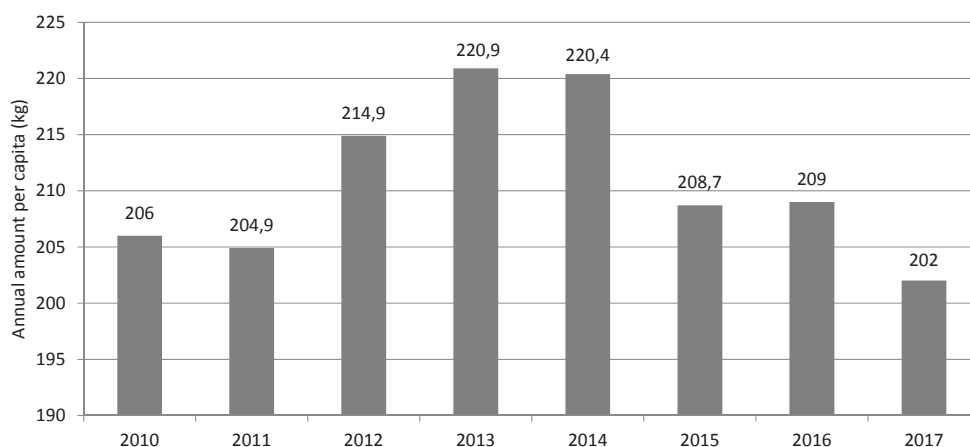


Figure 2. Dynamics of consumption of milk and dairy products

Source: calculated on the basis of State Statistics Service of Ukraine, www.ukrstat.gov.ua (access: 10.10.2018).

According to the State Statistics Service, 2017 was the year of record-breaking consumption of dairy products per capita – 202.0 kg and these figures continue to fall². Such low consumption of milk and dairy products can be explained by rising prices and low solvency of the population.

The market for milk and dairy products is an integral part of livestock, the agrarian sector and the economy as a whole. Identification of special trends in the development of this production should be combined with the elucidation of the manifestation of general branches of development. In general, these trends can be traced to the dynamics of milk production, the level of prices and the state of export and import (Table 1).

On the basis of the analysis, a decrease in the production of milk was found, due to a number of factors. The first is the decline in cattle population and the insufficient growth in demand in existing markets due to a decline in purchasing power of the population. Also, an important problem at the enterprises is the obsolete and physically worn out equipment, which does not allow full production capacity utilization. The reduction of the supply of milk on the market was affected by the abolition of the special VAT regime and the introduction of direct subsidies, which led to the need to adapt producers

¹V.I. Aranchiy, L.O. Drogan-Pysarenko, A.I. Rudich: Analytical appraisal and extrapolation of dairy market function, *Economic Analysis* 2014, No 20, pp. 14–22 [in Ukrainian].

²State Statistics Service of Ukraine, www.ukrstat.gov.ua (access: 10.10.2018).

Table 1. Dynamics of indicators of dairy industry in Ukraine in 2008–2017

Year	Production volume (kg)	Average sales price (UAH/kg)	Import (kg)	Export (kg)
2008	11 762	2 065.1	1 000	16 000
2009	11 610	1 888.8	1 000	18 000
2010	11 249	2 938.7	1 000	16 000
2011	11 085	3 041.6	3 000	11 000
2012	11 378	2 662.2	4 000	6 000
2013	11 488	3 364	6 000	8 000
2014	11 426	3 588.4	2 000	7 000
2015	10 864	4 347.3	1 500	9 000
2016	10 625	5 461.8	1 000	11 000
2017	10 560	7 234	1 000	12 000

Source: calculated on the basis of: State Statistics Service of Ukraine, www.ukrstat.gov.ua (access: 10.10.2018).

of raw materials to new rules of the game³. In fact, after 2014, the production of dairy products is in a state of stagnation.

We feed with the expert opinion that one of the main factors hindering the production and processing of dairy products is the price. The dynamics of price change is unstable, with a clear tendency to increase during 2012–2017. The positive dynamics of the growth of prices for milk and dairy products is due not to the total development of the industry, this situation is due to the general economic trends in the country: the crisis in the economy and the imperfection of legislation. Negative factor is also exchange rate fluctuations.

One of the reasons for price fluctuations is the seasonality of the character of milk production with constant demand for dairy products. The largest volumes of production traditionally occur in the spring–summer period, when the dairy event reaches 1.2 million t, while in the winter it is almost twice less – about 590–600 thousand t⁴. The second is the problem of pricing for dairy products among farmers, suppliers of raw materials and their processors. Accordingly, effective negotiations are needed between raw material producers and processors, a pricing scheme that would satisfy all parties and make cooperation more predictable⁵.

³T.M. Gamma: Providing of food security at dairy market [in Ukrainian], www.dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/376 (access: 12.10.2018).

⁴D.K. Semenda, O.V. Semenda: The consumption of milk and dairy products in the context of food security in the region [in Ukrainian], www.lib.udau.edu.ua (access: 12.10.2018).

⁵V.V. Rossokha, O.M. Sharapa: Formation of marketing policy for agrarian enterprises, NNTs “IAE”, Kyiv 2013 [in Ukrainian].

Import and export of milk and dairy products are characterized by significant fluctuations. The largest amount was imported in 2008, at the moment the import level has fallen again to this level. The main product that imports raw and dairy products (Fig. 3).

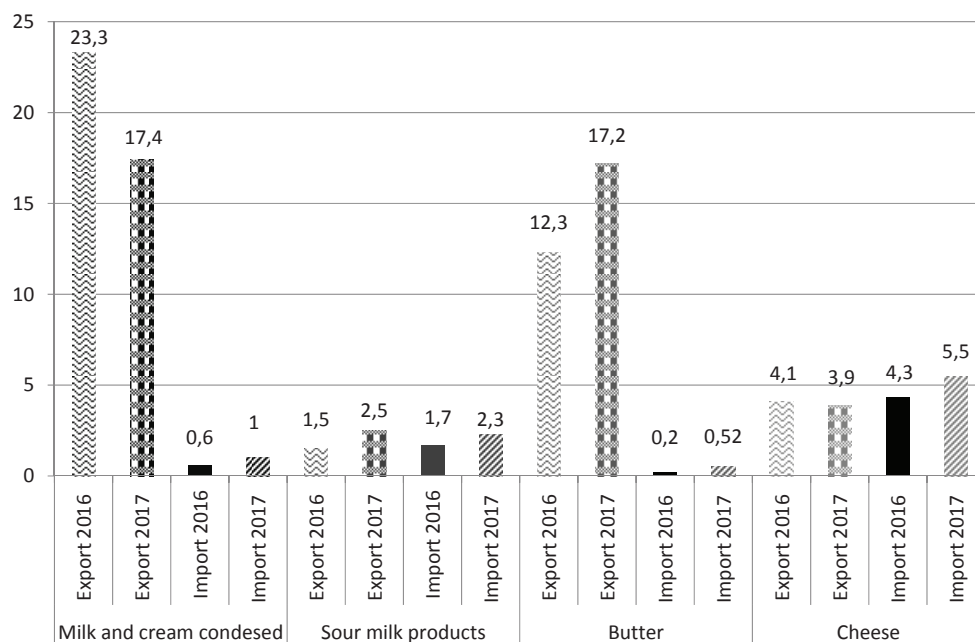


Figure 3. Dynamics of imports and exports by major categories of goods in 2016–2017

Source: calculated on the basis of: State Statistics Service of Ukraine, www.ukrstat.gov.ua (access: 10.10.2018).

The main products that are exported are milk and butter. With the introduction of close ties with the EU in Ukraine there are positive changes, since 10 January 2016, Ukraine began to export dairy products to Europe by 10 Ukrainian producers⁶.

According to individual positions of dairy products, Ukraine in 2017 increased exports by 25%. So, milk powder was exported by 37 thousand t more compared with 2016. According to the State Fiscal Service, in 2017 Ukraine imported milk worth USD 0.830 million. US exports amounted to USD 4.618 million⁷.

In order to calculate the forecast dynamics and determine the situation on the milk market in the coming years, it is necessary to analyze the situation that has developed in recent years. To do this, the method of economic-mathematical modeling was used – analytical alignment of dynamic series. In practice, such alignment is carried out by

⁶S.V. Tyvonhyk, O.Ya. Tyvonhyk, T.P. Pavlotska: Development of the milk production market in Ukraine in the context of European integration processes, *Ekonomika APK* 2017, No 4, pp. 25–31 [in Ukrainian].

⁷D.K. Semenda, O.V. Semenda, op. cit.

the least squares method, the essence of which is to find such a line, the ordinates of which points would be closest to the values of the actual dynamic series. In this case, the model will look like this:

$$y = a + bt$$

y – aligned levels of the dynamic times;

a – aligned averages in zero year (provided that $t = 0$);

b – average annual increment;

t – segments, or moments of time.

To improve the quality of the forecast, it is important to minimize the difference between the actual and projected levels of the predicted feature. Statistical estimation of the quality of the obtained equations with respect to their reliability and accuracy is carried out by calculating the mean square deviation (error), coefficient of variation, reliability indices.

Parameters of the equations obtained by the analytical alignment of the dynamic series of the investigated indicators are given in Table 2. Based on the assumption that the patterns reflected in the equations of analytical alignment will continue for a certain period of time in the future, then to obtain predictive values of the indicators for the next three years, we substitute in obtained equations of the value of time points outside the study series.

Table 2. Analytical equalization of dynamic series of indicators of dairy industry in Ukraine in 2018, 2019 and 2020

Indicator	Trend	CV (%)	R^2	Forecast		
				2018	2019	2020
Production volume (kg)	$Y = 11\,047.4 - 320.5t$	1.12	0.930	10 085.9	9 765.4	9 444.9
Average sales price (UAH/kg)	$Y = 4\,539.32 + 1\,221.12t$	27.09	0.982	8 202.68	9 423.8	10 644.92
Import (kg)	$Y = 71.42t^2 - 528.5x + 1\,800$	28.78	0.085	1 300	1 400	1 500
Export (kg)	$Y = 1\,428t^2 - 8\,971t + 22\,200$	27.09	0.655	9 800	9 400	9 000

Source: calculated on the basis of: State Statistics Service of Ukraine, www.ukrstat.gov.ua (access: 10.10.2018).

Having predicted, one can see that the next three years is expected to grow at the average price of milk sales and imports. Since all factors are interdependent, it can be said that the increase in prices with the growth of imports may be due to a protectionist policy: an increase in the cost of foreign milk to support a national producer, while a reduction in exports will lead to higher prices, so that milk producers can compensate for their costs and make a profit. Reducing milk production may be a deficit in both milk and derivative products, which does not include anything other than raising prices to cover production costs and obtaining the desired returns.

One can conclude that the reduction of milk production in the long run is obvious. The main reasons for this are the decline in production in households and low growth rates in large-scale enterprises, although the level of concentration and specialization is constantly increasing.

Today, milk production is concentrated in all regions of Ukraine. The leader is Vinnytsia region (about 653.2 thousand t in 2017). Three of the leaders include Lviv region (500.1 thousand t) and Ivano-Frankivsk region (445.0 thousand t).

By the level of consumption of milk and dairy products, the leaders are Kyiv region (956.5 thousand t), Donetsk region (682.8 thousand t) and Dnipropetrovsk region (647.2 thousand t). However, the most profitable is milk production in Volyn region (29%), Sumy region (26.8%) and Kharkiv region (24.7%).

The interdependence between the profitability of milk production and the level of its consumption is given in Table 3.

Table 3. Analytical grouping of profitability of milk and dairy products in 2017

Groups of regions for the profitability of milk (%)	Average profitability of milk in a group (%)	Average milk production in the group (thous. t)	Average milk consumption in the group (thous. t)	Number of groups	Regions
-1.3–4.76	0.45	203.70	364.65	2	Odessa, Lugansk
4.76–10.82	9.08	237.73	342.90	4	Kirovograd, Chernivetska, Transcarpathian, Donetsk
10.82–16.88	13.00	364.93	438.61	7	Rivne, Dnipropetrovsk, Zhytomyr, Vinnytsya, Kyivska, Zaporozhye, Ivano-Frankivsk
16.88–22.94	19.91	338.97	292.79	7	Kherson, Nikolaev, Poltava, Chernihiv, Lviv, Cherkasy, Khmelnytsky
22.94–29.00	25.93	307.30	318.80	4	Ternopil, Kharkiv, Sumy, Volyn

Source: calculated on the basis of State Statistics Service of Ukraine, www.ukrstat.gov.ua (access 10.10.2018).

From the analysis it was found that the level of profitability of milk and its production are interconnected except for the last group. However, the level of milk consumption does not affect the efficiency of enterprises.

Recapitulation

On the basis of the analysis, the following factors hindering the development of the dairy market can be distinguished: reduction of cows' livestock, deficiency of high-quality milk, inconsistency of raw materials with EU standards, decrease of demand for processing products due to low purchasing power of the population. In order to tackle the problem of cows' annual reduction in cows, investment in cow's keeping needs to be made, namely: the purchase or upgrading of equipment for optimal feeding of animals, the reconstruction of premises where they are, and the provision of high-quality feed and timely delivery of the stock. vaccination, create waste-free production with complex milk processing; integrate the dairy industry of Ukraine into the international community.

We believe that cooperation is one of the decisive areas for the development of dairy cattle breeding and the competitiveness of the industry. Creation of dairy associations and cooperatives will allow to accumulate funds and invest in modernization of production, provide high quality products and maximize the return on investment. The problem of dairy cattle breeding is multifaceted, which determines the need for further scientific research.

References

- Aranchiy V.I., Drogan-Pysarenko L.O., Rudich A.I.: Analytical appraisal and extrapolation of dairy market function, *Economic Analysis* 2014, No 20, pp. 14–22 [in Ukrainian].
- Gamma T.M.: Providing of food security at dairy market [in Ukrainian], www.dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/376 (access: 12.10.2018).
- Rossokha V.V., Sharapa O.M.: Formation of marketing policy for agrarian enterprises, NNTs "IAE", Kyiv 2013 [in Ukrainian].
- Semenda D.K., Semenda O.V.: The consumption of milk and dairy products in the context of food security in the region [in Ukrainian], www.lib.udau.edu.ua (access: 12.10.2018).
- fective Economics* 2017, No 11 [in Ukrainian], www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5899.
- State Statistics Service of Ukraine, www.ukrstat.gov.ua (access: 10.10.2018).
- Tyvonyh S.V., Tyvonyh O.Ya., Pavlotska T.P.: Development of the milk production market in Ukraine in the context of European integration processes, *Ekonomika APK* 2017, No 4, pp. 25–31 [in Ukrainian].

Tetiana Zosymenko¹, Vitalii Rybchak²

¹Chernihiv National University of Technology

²Uman National University of Horticulture

Opportunities to increase Ukrainian export competitiveness in the European Union market

Summary. The National Export Strategy (NES) of Ukraine in 2017 is aimed at increasing the competitiveness of exports. The EU market is identified as a priority market. The purpose of the study is to define the directions of trade cooperation between Ukraine and the EU, which will allow to increase Ukrainian export competitiveness in the EU market and will be mutually beneficial for the trade partners. To solve this problem, the current model of trade cooperation between Ukraine and the EU has been analyzed and characterized. The results of the study indicate that the priorities of national trade policy within the context of EU trade are: stimulation of the production of niche products of the food and beverages industry; support of qualitative integration of the domestic machinery into European value chains; promoting the development of European technologies mastering and intra-branch trade upbuilding in the aerospace and aviation parts and components industry.

Key words: market, competitiveness, export, National Export Strategy, globalization

Introduction


Ukraine is a “newcomer” among the main subjects of world trade space. It is just forming a foreign trade model that is adequate to the objective processes of globalization and international economic regionalization. The majority of theories of international trade (the theory of comparative advantages of D. Ricardo¹, the Heckscher–Ohlin theorem², the theory of the product life cycle³, Porter’s national Competitive Advantage Model⁴, etc.), using different arguments, prove that foreign trade a priori benefits both the exporting country and the importing country. However, to grant the truth of what

¹D. Ricardo: The principles of political economy and taxation, Dover Publications, Mineola NY 2004.

²R. Findlay: Eli Heckscher, international trade, and economic history, MIT, Cambridge MA, London 2006.

³R. Vernon: International Investment and International Trade in the Product Cycle, Quarterly Journal of Economics 1966, No 80(2), p. 190.

⁴M.E. Porter: On competition, Harvard Business School Publishing, Boston MA 1998.

tetiana.zosymenko@gmail.com

has been said, trading partners should have the sufficient and comparable level of competitiveness. A country will benefit from international trade even with a negative foreign trade balance provided that its economy is sufficiently competitive and favorable for foreign investment. As a result, both countries become richer, create better jobs and produce more goods and services in areas where they have competitive advantages⁵.

Methodology

The main purpose of this study is to describe the model of the trade relations between the EU and Ukraine in order to increase Ukrainian export competitiveness. This model is regarded as a perfect sample of commercial relations in response to the deepening economic integration and under the free trade area. The important component of the model is “sensitive goods”. These are the commodities with high level of competition between the European and Ukrainian producers within the priority export sectors. The list of such goods should be taken into account before the adoption of trade policy measures. Therefore, trade dimension of competition between the EU and Ukraine, emerging from the understanding of their economic interests, is designed to mutually benefit both sides.

Development

Today the principle of mutual benefit in international economic relations is the main and the most general principle of law, on which a whole international cooperation is built⁶. But currently export of the EU countries is much more competitive than the Ukrainian one. The competitiveness of exports is one of the most important indicators of competitiveness of the country. Among the main determinants of export performance UNCTAD experts highlight the access to foreign markets. The main indicator reflecting this is the export share of the country in international markets⁷. To that end, Table 1 provides an overall picture of the competitiveness of exports of Ukraine and the EU in the main commodity groups.

The EU countries are among Top 20 in the world market in the terms of export volumes of each commodity group. According to Export Strategy of Ukraine (ESU)⁸ there are several important EU markets that offer untapped export potential opportunities. Among them are Germany, France and Ireland. These countries have significant competitive advantages both in the spheres of trade in traditional products of Ukrainian

⁵M. Cox, R. Alm: Myths of Rich & Poor, [in:] *Debating Democracy*, B. Miroff et al. (Eds.), Houghton Mifflin, Boston, MA 1999, pp. 320–326.

⁶O. Mikichurova: Implementation of the principle of mutual benefit in the process of Ukraine’s integration into the European Union, *Legea Si Viata* 2015, No 4/3(280), pp. 57–62.

⁷M. Fugazza: *Export Performance and its Determinants: Supply and Demand Constraints*, United Nations, New York, Geneva 2004.

⁸Export Strategy of Ukraine: Strategic Trade Development Road Map 2017–2021, <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichnogoRozvitkuTorgivli2017-2021> (access: 30.09.2018).

Table 1. Comparison of Ukraine's and the EU's export position in 2016

Commodity group	Place of Ukraine among the exporting countries	The EU countries that are in Top 20 in the world market in the terms of export volumes of the commodity group (ranking)
Agricultural products	26	the Netherlands (2), Germany (3), France (6), Spain (8), Belgium (9), Italy (10), Poland (18)
Automotive products	67	Germany (1), Spain (7), France (9), Belgium (11), Italy (12), the Czech Republic (13), Poland (15), the Slovak Republic (16), Hungary (17), Sweden (18), the Netherlands (19), Austria (20)
Chemicals	63	Germany (1), Belgium (4), the Netherlands (6), France (7), Ireland (8), Italy (10), Spain (12), Austria (19), Denmark (20)
Clothing	58	Italy (3), Germany (5), Spain (8), France (9), Belgium (10), Germany (18), Denmark (20)
EDP and office equipment	56	the Netherlands (4), Germany (5), the Czech Republic (11), Ireland (18), France (19), Hungary (20)
Food	26	the Netherlands (2), Germany (3), France (5), Spain (7), Belgium (9), Italy (10), Poland (17)
Iron and steel	11	Germany (3), Italy (6), France (9), Belgium (10), the Netherlands (12), Spain (15), Austria (19)
Machinery and transport equipment	45	Germany (2), France (8), the Netherlands (9), Italy (11), Spain (15), Belgium (17), the Czech Republic (18), Poland (20)
Miscellaneous manufactures	43	Germany (2), France (7), Italy (8), the Netherlands (9)
Office and telecom equipment	57	Germany (8), France (13), Italy (14), the Netherlands (15), Belgium (17)
Pharmaceuticals	58	Germany (1), Belgium (3), France (5), the Netherlands (7), Ireland (8), Italy (9), Spain (10), Denmark (12), Austria (14), Sweden (15), Hungary (19), Poland (20)
Textiles	64	Germany (3), Italy (5), Belgium (12), France (13), the Netherlands (15), Spain (17), the Czech Republic (20)
Raw materials	63	the Netherlands (6), Germany (12), Belgium (19)

Source: drafted by the authors based on World Trade Organization: Trade and tariff data, <https://www.wto.org> (access: 20.10.2018).

export and in the spheres, which now are not export-oriented in Ukraine (high-tech goods).

Ukraine demonstrated the best position by exporting commodity groups with low added value (iron and steel products – 11th place, agricultural products – 26th place, food products – 26th place). Instead, Ukraine's positions on external supply of such commodity groups as automotive products (67th place), chemicals (63rd place), EDP

and office equipment (56th place), machinery and transport equipment (45th place), office and telecom equipment (57th place) testify to the low level of competitiveness in the production of high-tech goods.

The current model of trade cooperation between Ukraine and the EU is characterized by significant disproportions in the technological dimension: primary products, low-technology and resource-based export are dominant in the Ukrainian export structure, medium and high technology import from the EU countries are twice as high as from Ukraine. In order to consider the actual and possible in the future model of the trade relationship between the EU and Ukraine, we will take into account the commodity-economic dimension of competition with an emphasis on the export component. It includes quantitative indicators of volumes, dynamics, commodity and geographical structure of foreign trade. Instead, the technological dimension, which includes the supply of goods and services to the counterparty (logistics), the procedures for documenting the export-import operations, will not be the subject of this study⁹.

The main indicators of the foreign trade between Ukraine and the EU countries in the dynamics are presented in Table 2. Despite the negative trends in the import and export indicators for 2013–2015, it can be argued that the openness of the domestic economic system for the trade with the EU become higher and stronger. Its dependence on the sales of goods in the European market has grown. The catalyst for this, among other things, was the trade preferences accorded to Ukraine due to the provisions of AA/DCFTA.

Table 2. The dynamics of the main indicators of the foreign trade between Ukraine and the EU countries

Year	Import (USD thous.)	Share (%)	Export (USD thous.)	Share (%)	Trade balance (USD thous.)
2011	25 585 757	31.54	17 942 345	26.26	-7 643 412
2012	26 019 278	31.27	17 044 240	24.82	-8 975 038
2013	26 801 186	34.88	16 866 113	26.65	-9 935 073
2014	20 815 290	39.63	17 085 078	31.61	-3 730 212
2015	15 544 862	42.48	13 026 397	34.14	-2 518 465
2016	17 099 468	44.00	13 495 534	37.12	-3 603 934

Source: drafted by the authors based on State Fiscal Service of Ukraine: Customs statistics, <http://sfs.gov.ua> (access: 25.10.2018).

The increase in the number of business entities that granted the right to export livestock products to the EU countries shows the attractiveness of the EU market for Ukrainian producers. This provides opportunities for the continuation and acceleration

⁹I. Burakovsky: Ukrainian exports: the results of 2016 and future vision, <http://www.ier.com.ua/ua/publications/articles?pid=5503> (access: 20.10.2018).

of such processes and, in the long run, to substantially improve their qualitative dimension.

Current qualitative dimension of Ukrainian export could not be considered satisfactory (the figure). The main part of Ukrainian export consisted of the ferrous metals (19.9%), electric machines (11.9%), grain crops (9.5%), fats and oils of animal or vegetable origin (8.9%). The most imported commodity groups were: mineral fuels; oil and products of its distillation – 14.8%; nuclear reactors, boilers, machines – 14.1%; means of land transport, except for railways – 8.5%.

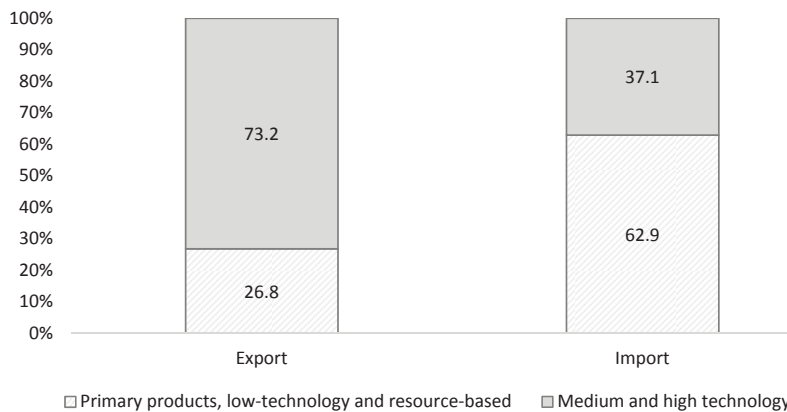


Figure. Technological cross-section of the trade between Ukraine and the EU countries

Source: drafted by the authors based on State Statistical Service of Ukraine: Cooperation between Ukraine and EU Countries, External economic activity, Publications, <http://www.ukrstat.gov.ua> (access: 25.10.2018).

Taking into account the priorities defined in the ESU a matrix of export-oriented sectors of the Ukrainian economy was drawn up. The matrix was developed according to the following criteria: the sector represents economic interest for Ukraine in accordance with the ESU; a commodity group has a big share in the EU import from third countries; Ukraine has significant competitive advantages in the production of the commodity group (Table 3).

Based on the analysis of the foreign trade indicators by the commodity groups within the export-oriented sectors, products with a high level of competition between the EU's and Ukrainian producers were identified. Table 4 shows that there is a list of "sensitive goods" within each of the considered sectors. The import share of such commodity groups from third countries to the EU does not exceed 20%. At the same time, this product group occupies more than 0.1% of the total export from Ukraine. It means that these goods can become the object of competition between the EU's and Ukrainian producers. Therefore, this list should be taken into account for the mutual consideration of the partners' positions. For example, bilateral consultations are necessary before the adoption of trade policy measures, concerning preferences for the listed commodities.

Table 3. Matrix of export-oriented sectors of Ukrainian economy

Sector	Commodity group	Priority according to the ESU	Existence of export during the last 3 years	Big share in the EU import from third countries	Competitive advantages
Food and beverages industry	foods made from meat, fish or crustaceans, shellfish	+	+	+	natural and climatic conditions, raw material base, human capital, well-established production and experience
	sugar, sugar preparations and honey	+	+	+	
	cocoa and food preparations with cocoa	+	+	+	
	cereals and cereal preparations	+	+	–	
	vegetables and fruits, nuts prepared	+	+	+	
Machinery	reactors, vapour generating boilers, auxiliary plant; parts	+	+	+	raw material base, production base
	electrical machinery, apparatus and appliances, NES; video and audio equipment	+	+	+	scientific base, labor force
Aerospace and aviation parts and components, including aircraft	aircraft and associated equipment; spacecraft, etc.	+	+	+	raw material base, production base, scientific base, labor force

Source: drafted by the authors based on State Fiscal Service of Ukraine: Customs statistics, <http://sfs.gov.ua> (access: 25.10.2018); UNCTADstat: Datacenter, <http://unctadstat.unctad.org> (access: 26.10.2018).

The model of trade cooperation between Ukraine and the EU should be based on the trade policy, which not only takes into account the competitive advantages of the parties, but also allows them to realize their integration capacity. For the implementation of the main directions of the agreed foreign trade policy, the sectors identified as priority by ESU were selected. However, for their inclusion in the mutually beneficial model it is not enough for Ukraine only to increase the export of commodity groups that meet the criteria of Table 3. Increasing the competitiveness of Ukrainian export should take into account opportunities for implementing the integration capacity, which is opened by the free trade area between Ukraine and the EU.

Table 4. Commodity groups with a high level of competition between the EU's and Ukrainian producers

Commodity group	Share in the EU import from third countries (%)	Commodity group share in the Ukrainian export (%)
Food and beverages industry		
Butter and other fats and oils derived from milk	2.99	0.1
Birds' eggs and eggs' yolks; egg albumin	2.52	0.13
Barley	3.4	1.83
Meal and flour of wheat and flour of meslin	4.16	0.20
Sugar confectionery	12.14	0.29
Chocolate	8.26	0.37
Margarine and shortening	8.97	0.14
Machinery		
Agricultural machinery (excluding tractors) and parts	19.63	0.1
Motor vehicles for the transport of persons	17.25	0.1

Source: drafted by the authors based on State Fiscal Service of Ukraine: Customs statistics, <http://sfs.gov.ua> (access: 25.10.2018); UNCTADstat: Data center, <http://unctadstat.unctad.org> (access: 26.10.2018).

Given the limited financial resources and the lack of capacity of state institutional support in the field of export development, it is proposed to consider as the first vectors of the trade policy of Ukraine the following: food industry; machinery; aerospace and aviation ports and components.

Food industry: niche products orientation

The food industry is one of the most important export sectors of Ukrainian economy. It possesses an abundant resource base, human capital, established production and experience in food processing¹⁰.

Based on the market conditions development of Ukrainian food industry towards the EU is possible through production and processing of the niche products. According to the results of the market survey the cultures and commodities with the largest export potential in the EU include¹¹: fruits and vegetables, their processed products (for instance, vegetable purees for baby nutrition); berries; organic and bio-crops and

¹⁰Export Strategy of Ukraine: op. cit.

¹¹W. Cohen: Organic food sector in Ukraine set for takeoff, <https://www.kyivpost.com/business/organic-food-sector-ukraine-set-take-off.html> (access: 30.10.2018).

products from them (not just corn or other trendy grains, namely niche hemp or flax); so-called healthy products: flax seeds, bran, flakes etc.; nuts; beans.

Given the growing interest of the EU in organic products, this niche may help Ukraine to develop its export competitiveness. With vast tracts of farmland, 30% of the world's coveted black soil, relatively cheap labor and geographical proximity to the EU – Ukraine has competitive advantages that could and should make it a major organics producer. Today, due to relatively low investment needs most organic producers in Ukraine are small processing enterprises and farms. In 2016 there were 390 organic farms and 421,200 ha of organic farmland. These numbers grew significantly in recent years, although just 1% of the country's total farmland is currently organic¹².

Further development of organic production is limited by numerous challenges. The main problem is that Ukrainian producers have to refer to European law, which does not apply in Ukraine. Therefore, some enterprises use the term for products which do not comply to standards of the EU¹³.

The next problem is that Ukraine does not currently have a law governing organics, leaving the door open for confusion among consumers and fraud among producers. While the vast majority of organic producers – around 80% by some estimates – focus on export and seek EU certification, domestic sellers frequently make misleading or outright false claims, branding their products as “natural,” “eco” or “bio,” although it is unclear what, if anything, these labels mean. The legal vacuum enables unfair competition from companies making empty claims and confuses consumers, who often do not distinguish meaningless buzzwords from certifications that carry weight, such as the Ukrainian Organic Standard or Euro-leaf¹⁴.

There are also many economic constraints that limit the domestic market of organics. Due to higher production costs, organics tend to be more expensive than conventional products. That is why many Ukrainians are either unwilling or simply unable to pay more for specific quality. Financial limitations also impact producers. Transitioning from conventional to organic production can take up to three years and requires upfront investment. During the transition period, profitability can fall, placing stress on small and medium-sized businesses. More investment is needed to assist farmers switching to organic production. Because of this lack of investment, they cannot plan three to five years ahead. They have to survive. While some government programs have been introduced – especially in the regions – to compensate producers making the switch, many farmers are unaware of these. This transition period, along with generally higher variability in organic crop yields, can create supply-side issues, and producers often struggle to reliably provide the volumes needed by larger clients. Distribution is particularly challenging for small producers, who by some estimates grow up to 90% of the fruit

¹²Ibidem.

¹³Export Strategy of Ukraine, op.cit.

¹⁴W. Cohen, op.cit.

and vegetables sold in Ukraine. Organic products spoil more quickly than conventional products, requiring particularly efficient logistics¹⁵.

There are also such obstacles as: the lack of qualified specialists (agronomists or processing technologists); non-compliance with growing technologies; the absence of serious domestic market for some types of products due to the low purchasing power of the population (i.e. the increased risk of relying exclusively on exports); logistical challenges. To realize the export potential of the niche products of the food sector of Ukraine such factors are of vital importance: cooperation of small and medium-sized producers in order to form batch of goods; systematic support of the government. Lack of information remains a key issue behind scandals involving products falsely labeled as organic, with high demand creating a temptation to fudge the facts to get the higher sale price for organics¹⁶. It is with this understanding that the government support provides for the relevant information support and the establishment of stable framework conditions, at least for the medium term¹⁷.

Machinery: qualitative integration into European value chains

In ESU Ukraine is positioned as an important industrial producer of machine building products at the international level. However, the specificity of machinery export to the EU is that its basis is made up of components and spare parts, not the final product. The key consumers of Ukrainian products are Germany (relative weight in export is 33%) and Hungary (relative weight in export is 27%). These two states account for 60% of Ukrainian machine-building exports to the EU. Among the other countries, to which Ukrainian machine builders supply the largest share, are Poland (relative weight in export is 6%), Romania (relative weight in export is 6%), the Czech Republic (relative weight in export is 6%) and Slovakia (relative weight in export is 4%)¹⁸.

High competition, complex and expensive certification process for products remain major obstacles to the EU market access. At the same time, the growth of automotive and telecommunication sectors in the EU is the key driver of increase of domestic export to the EU. The best conditions for the accelerated modernization and integration of producers into European value chains have been developed in the western territories of Ukraine, where the channels of raw materials import, components and equipment were traditionally established more efficiently. Already, they are actively developing a cluster of electric goods production for the EU motor industry¹⁹. This allows us to make optimistic assumptions about the possibilities of developing well-established channels of trade cooperation between Ukraine and the EU countries and gradually

¹⁵Ibidem.

¹⁶Ibidem.

¹⁷O. Trofimtseva: Eksport do Yevropejs'koho Soiuzu: vikna mozhlyvostej [Export to European Union: windows of opportunity], <http://agritrade-ukraine.com/ua/nasha-diyalnist/nashi-publikatsiji/494-eksport-do-evropejskogo-soyuzu-vikna-mozhlyvostej> (access: 30.10.2018).

¹⁸State Fiscal Service of Ukraine, op. cit.

¹⁹V. Movchan: Scho dala Ukraini ZVT z YeS [What did FTZ with the UE give to Ukraine], <http://www.ier.com.ua/ua/publications/comments?pid=5376> (access: 30.10.2018).

turning them into more promising in terms of participation in global networks of creation of value added forms of industrial cooperation. For example, creation of a joint system cluster in the field of machine tool building would allow the production and development of new high-precision types of machine tools with numerical software, which could become highly competitive in the world market. This would have a positive impact on the growth of economic scientific and technical capacity both of Ukraine and the EU countries, increasing their volume of high-tech export and a decrease in the level of dependence on imports of this type of products from third countries.

Aerospace and aviation parts and components, including aircraft: mastering of European technologies and intra-branch trade upbuilding

For many years, Ukraine's industry has been providing parts and components to the aviation and aerospace industries, including engines, radars, avionics and missiles, in particular to Russian enterprises for final installation in finished products. The deterioration of the geopolitical situation in the region has affected the trade of such components, with exports of "aircraft, spacecraft, and parts thereof" (HS 88) amounting to only USD 78.9 million in 2016, or about 0.22% of Ukraine's exports of goods²⁰. Export to the EU countries accounted for 3.3% (USD 2.6 million)²¹.

The Ukrainian aerospace industry has considerable potential for future growth, particularly capitalizing on the existing expertise and knowledge in the aircraft industry, including valuable aerospace industrial assets, including specialized enterprises in the area of radar and electronic warfare technology, competencies in the design, configuration and production of air defense systems. In addition, there are production centers and design houses for the missile industry in Ukraine, as well as significant competencies also exist in the field of aero engine design and engine production. Although, the sector has large capacity for further growth, particularly through accumulated knowledge and experience in the field of aviation industry, partner relations with the EU countries are poorly developed. As one indication of this is low rate of intra-industry trade²². In 2016 it was 0.29, that is, only a third of trade with the EU fell on trade. Intra-industry trade is the initial form of vertical integration and stimulates the exchange of new technologies with the EU²³. Therefore, first step towards developing a competitive aeronautics industry in Ukraine is to transfer the existing production to European standards. This will increase the scope of intra-industry trade, develop partnerships with the leading EU producers and increase the share of Ukrainian exports in the EU market.

Conclusions

The low competitiveness of Ukrainian export compared to the European one forms the current model of trade cooperation between Ukraine and the EU. Its main feature is the

²⁰Export Strategy of Ukraine, op.cit.

²¹State Fiscal Service of Ukraine, op.cit.

²²Export Strategy of Ukraine, op.cit.

²³Ukrainian State Fiscal Service, op.cit.

disproportion in technological terms. Commodity export from Ukraine is represented mainly by primary, low-technology and resource-based products. Whereas medium and high technology import and products with high added value countries are mainly imported from the EU to Ukraine. Conservation of such a model is not only viewed as having little or no future, but also threatens to exhaust the dynamics of raw materials exports, inhibit the development of new competitive export markets, reduce the incentives for foreign investment in the medium- and high-technology industries of the national economy.

The transition of the current model of trade between Ukraine and the EU into a mutually beneficial dimension requires active policy in the two directions. First, creation of favorable institutional conditions for the development of domestic business in the export-oriented sectors of the economy. Second, consultations before the adoption of trade policy measures related to the creation of preferences for the export of goods with a high level of competition between Ukrainian and European producers. In addition, the model of foreign trade should create the preconditions for the realization of their integration potential. Taking into account the state of the export-oriented sectors the opportunities to develop Ukrainian export competitiveness were identified. Among them: niche orientation of the food and beverages industry; integration of the machinery into European value chains; the development of European technologies and intra-branch trade in the aerospace and aviation parts and components industry.

References

- Burakovsky I.: Ukrainian exports: the results of 2016 and future vision, <http://www.ier.com.ua/ua/publications/articles?pid=5503> (access: 20.10.2018).
- Cohen W.: Organic food sector in Ukraine set for take off, <https://www.kyivpost.com/business/organic-food-sector-ukraine-set-take-off.html> (access: 30.10.2018).
- Cox M., Alm R.: Myths of Rich & Poor, [in:] *Debating Democracy*, B. Miroff et al. (Eds.), Houghton Mifflin, Boston MA 1999, pp. 320–326.
- Export Strategy of Ukraine: Strategic Trade Development Road Map 2017–2021, <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichnogoRozvitkuTorgivli2017-2021> (access: 30.09.2018).
- Findlay R.: *Eli Heckscher, international trade, and economic history*. MIT, Cambridge MA, London 2006.
- Fugazza M.: *Export Performance and its Determinants: Supply and Demand Constraints*, United Nations, New York, Geneva 2004.
- Mikichurova O.: Implementation of the principle of mutual benefit in the process of Ukraine's integration into the European Union, *Legea Si Viata* 2015, No 4/3(280), pp. 57–62.
- Movchan V.: Scho dala Ukraini ZVT z YeS [What did FTZ with the UE give to Ukraine], <http://www.ier.com.ua/ua/publications/comments?pid=5376> (access: 30.10.2018).
- Porter M.E.: *On competition*, Harvard Business School Publishing, Boston MA 1998.
- Ricardo D.: *The principles of political economy and taxation*. Dover Publications, Mineola NY 2004.
- State Fiscal Service of Ukraine: Customs statistics, <http://sfs.gov.ua> (access: 25.10.2018).
- State Statistics Service of Ukraine: Cooperation between Ukraine and EU Countries, <http://www.ukrstat.gov.ua> (access: 25.10.2018)

Trofimtseva O.: Eksport do Yevropejs'koho Soiuzu: vikna mozhlyvostej [Export to European Union: windows of opportunity], <http://agritrade-ukraine.com/ua/nasha-diyalnist/nashi-publikatsiji/494-eksport-do-evropejskogo-soyuzu-vikna-mozhlyvostej> (access: 30.10.2018).

UNCTADstat: Data center, <http://unctadstat.unctad.org> (access: 26.10.2018).

Vernon R.: International Investment and International Trade in the Product Cycle, *Quarterly Journal of Economics* 1966, No 80(2), p. 190.

World Trade Organization: Trade and tariff data, <https://www.wto.org> (access: 20.10.2018).