

Andrzej Piotr Wiatrak

Uniwersytet Warszawski

AGROBIZNES W STRATEGIACH ROZWOJU LOKALNEGO

AGRIBUSINESS IN LOCAL DEVELOPMENT STRATEGIES

Słowa kluczowe: agrobiznes, skala lokalna, strategia, rozwój

Key words: agribusiness, region, local scale, strategy, development

Abstrakt. Przedstawiono następujące zagadnienia: skalę lokalną, rozwój i planowanie strategiczne w skali lokalnej oraz istotę, kierunki i uwarunkowania funkcjonowania i rozwoju agrobiznesu w skali lokalnej. Celem artykułu było określenie istoty i uwarunkowań funkcjonowania agrobiznesu w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich oraz wskazanie, że może być on narzędziem rozwoju lokalnego. Jak wynika z przeprowadzonych rozważań, strategie lokalne w Polsce w małym stopniu uwzględniają rozwój agrobiznesu, a zwłaszcza jego ogniw pozarolniczych, a także powiązania ich ze sobą. W związku z tym wskazane byłoby rozwijanie działalności w agrobiznesie w oparciu o powiązania integracyjne i sieciowe między poszczególnymi ogniwami agrobiznesu, zwłaszcza w skali lokalnej.

Wstęp

Podstawą gospodarki w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich jest zwykle rolnictwo, co jest uwarunkowane posiadanymi użytkami rolnymi oraz ich dotychczasową działalnością i doświadczeniem w tym zakresie. Na szczeblu lokalnym w Polsce, w tym gminach wiejskich, obserwuje się dużą aktywność w przygotowaniu strategii rozwojowych tych obszarów. W związku z tym warto zastanowić się, czy w tych strategiach uwzględnia się rozwój agrobiznesu i poszczególnych jego ogniw, czy też podejmowane są działania w innych dziedzinach. Ponadto należy uwzględnić, czy wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich obejmuje działania w pozarolniczych ogniwach agrobiznesu (np. przetwórstwa produktów rolniczych), czy też wyłącznie lub głównie poza agrobiznesem.

Podjęto próbę zweryfikowania następującej hipotezy: w strategiach rozwoju lokalnego na obszarach wiejskich w małym stopniu uwzględnia się zagadnienia rozwoju i funkcjonowania agrobiznesu. Celem artykułu było określenie istoty i uwarunkowań funkcjonowania agrobiznesu w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich i wskazanie, że może być on narzędziem rozwoju lokalnego.

Materiał źródłowy będący podstawą weryfikacji postawionej hipotezy i celu, stanowiły: literatura przedmiotu i dokumenty strategiczne czterech wybranych strategii, przygotowanych w ramach lokalnych grup działania (LGD) działających w gminach wiejskich lub miejsko-wiejskich. Podstawowymi metody przygotowania były: analiza i synteza, tj. metody przetwarzania danych. Analizowano strategie następujących LGD:

1. „Kraina Kwitnących Sadów” w województwie mazowieckim, skupiająca 7 gmin;
2. „Owocowy Szlak” w województwie lubelskim, skupiająca 7 gmin;
3. „Tygiel Dolina Bugu” skupiająca 24 gminy z województwa mazowieckiego i podlaskiego;
4. „Gościnna Wielkopolska w województwie wielkopolskim, skupiająca 10 gmin.

Istota rozwoju i planowania strategicznego w skali lokalnej

Skala lokalna w warunkach polskich obejmuje gminę, grupę gmin lub powiat, w ramach których prowadzone są działania o charakterze ekonomicznym i społeczno-kulturowym. Podlegają one ciągłym zmianom, wynikających zarówno z czynników wewnętrznych – związanych z potrzebami mieszkańców, przedsiębiorców i instytucji danego obszaru, jak i czynników zewnętrznych,

tj. otoczenia i jego oddziaływania. Natomiast rozwój lokalny jest procesem pozytywnych przemian, które wynikają z podejmowanych działań, mających na celu kreowanie nowych i poprawę istniejących walorów użytkowych oraz tworzenie korzystnych warunków dla gospodarowania i zamieszkania [Wołowiec, Reško 2012]. Rozwój ten jest zjawiskiem dynamicznym, przy czym zmiany te mogą mieć charakter pozytywny, jak i negatywny [Wiatrak 2011]. Zmiany pozytywne są wynikiem przyjętych strategii zarządzania, uwzględniających własne możliwości i uwarunkowania otoczenia, a także koordynacji prowadzonych działań i ich powiązania. Z kolei zmiany negatywne są zwykle następstwem braku dostatecznego powiązania wprowadzanych zmian z uwarunkowaniami wewnętrznymi i zewnętrznymi funkcjonowania danego obszaru. W celu zapobiegania zaburzeniom rozwoju należy się dobrze przygotować przez planowanie strategiczne.

Celem nadrzędnym planowania strategicznego jest stworzenie optymalnej wizji i misji rozwoju sfery lokalnej i systematyczne wdrażanie koncepcji zrównoważonego rozwoju [Heffner 2008]. Strategię rozwoju lokalnego można określić jako spójny plan działania obszaru (gminy, grupy gmin lub powiatu), opracowany na podstawie posiadanych zasobów i związków z otoczeniem oraz wyznaczający sposób osiągania celów. Strategia rozwoju lokalnego jest scenariuszem działań wynikających z przyjętych celów, zadań projektów i przedsięwzięć przez władze samorządowe danego obszaru, które zamierzają zrealizować w określonej perspektywie czasowej oraz przy pomocy wyznaczonych podmiotów i instrumentów jej wdrażania [Szewczuk i in. 2011, Wiatrak 2011].

Kształtowanie polityki rozwoju lokalnego wymaga systemowego i kompleksowego podejścia, uwzględniającego istniejące uwarunkowania i potrzeby wszystkich interesariuszy. Polityka ta powinna uwzględniać m.in.: położenie geograficzne i środowisko przyrodnicze, społeczność lokalną, tradycje i dziedzictwo kulturowe, sytuację demograficzną i lokalny rynek pracy, posiadane zasoby i możliwości ich wykorzystania oraz poziom rozwoju gospodarki i jej strukturę [Wołowiec, Reško 2012]. W związku z tym zakres strategii lokalnych jest zróżnicowany w zależności od rodzaju zasobów wytwórczych danego obszaru, dotychczasowego poziomu rozwoju i problemów do rozwiązania oraz przyjętych sposobów ich realizacji. W gminach wiejskich i miejsko-wiejskich jednym z głównych obszarów działalności gospodarczej jest agrobiznes, dlatego w strategii rozwoju lokalnego zagadnienia związane z jego dalszym funkcjonowaniem znajdują odzwierciedlenie w planowaniu strategicznym.

Istota agrobiznesu i jego miejsca w strategii rozwoju lokalnego

Agrobiznes różnie jest definiowany i rozumiany, w zależności od jego miejsca i roli w gospodarce narodowej i społeczeństwie [Akridge i inni 2012]. Najogólniej biorąc agrobiznes można określić jako [Kapusta 2012, Woś 1996a]:

- wyodrębniony podsystem gospodarki narodowej,
- dziedzina aktywności podmiotów gospodarczych,
- dziedzina wiedzy i badań naukowych.

Podstawą wyodrębnienia agrobiznesu w dwóch pierwszych ujęciach są procesy związane z wytwarzaniem i dystrybucją produktów żywnościowych, natomiast w trzecim ujęciu – działalność naukowa służąca rozwijaniu tych procesów. W skali lokalnej, zwłaszcza dla potrzeb planowania strategicznego, szczególne znaczenie mają podmioty gospodarcze, które obejmują następujące działalności [Kapusta 2012]:

- wytwarzanie środków produkcji i usług i dla rolnictwa i przemysłu spożywczego,
- wytwarzanie surowców (rolnictwo, rybołówstwo i leśnictwo),
- przetwórstwo surowców rolniczych i uszlachetnianie żywności,
- magazynowanie oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna żywności,
- marketing produktów żywnościowych.

Podsumowując, zespolenie procesów wytwórczych w podmiotach gospodarczych związanych z wytwarzaniem żywności, począwszy od surowców pierwotnych, a skończywszy na finalnym produkcie żywnościowym (łącznie z handlem) nazywamy agrobiznesem [Woś 1996a, Urban 2014].

Lokalizacja jednostek gospodarczych sfery agrobiznesu może być przedmiotem celowej

polityki samorządów terytorialnych, czego wyrazem jest przygotowanie strategii rozwoju agrobiznesu, w której określa się kierunki jego rozwoju w oparciu o posiadane zasoby wytwórcze, rynki zbytu i koszty prowadzenia tej działalności. Wymienione czynniki mają wpływ zarówno na wybór rodzaju działalności w agrobiznesie, jak i na jej skalę. Podstawą decyzji lokalizacyjnych produkcji rolniczej są [Woś 1996b]:

- warunki przyrodniczo-klimatyczne,
- rynek zbytu i zapotrzebowanie na produkty agrobiznesu,
- dotychczasowy potencjał produkcyjny agrobiznesu i możliwości jego dalszego rozwoju,
- odległość od zakładu przetwórstwa rolno-spożywczego i koszty transportu.

Natomiast przy decyzjach lokalizacyjnych przemysłu spożywczego uwzględnia się także rejony produkcji surowca i miejsca jej konsumpcji. W związku z tym zakłady przemysłu spożywczego są lokowane [Woś 1996b]:

- w centrum produkcji surowca – w odniesieniu do produktów masowych o dużej wadze i objętości, łatwo psujących się i trudnych do transportu (np. przetwórnictwo ziemniaków), aby minimalizować koszty transportu,
- w centrum konsumpcji – piekarnie, zakłady cukiernicze, zakłady mięsne itp. wytwarzające łatwo psujące się produkty i wymagające codziennych dostaw.

W gminach wiejskich i miejsko-wiejskich w strategiach rozwoju lokalnego powinny być określone środki i sposoby prowadzące do rozwoju agrobiznesu, uwzględniające:

- dostosowanie struktury prowadzonej działalności rolniczej do potencjału przyrodniczego, w tym racjonalne wykorzystanie zasobów naturalnych w układach przestrzennych;
- rozwijanie działalności w agrobiznesie w oparciu o powiązania integracyjne i powiązanie poszczególnych ogniw agrobiznesu, szczególnie rolnictwa i przemysłu spożywczego;
- oddziaływanie na przemiany strukturalne w agrobiznesie, zwłaszcza w rolnictwie;
- ochronę środowiska w poszczególnych ogniwach agrobiznesu, w tym rozważne gospodarowanie ziemią użytkowaną przez działalność rolniczą;
- powiązanie działalności w agrobiznesie z pozostałą działalnością, aby ograniczyć ich konkurencyjność.

Wymienione działania, uwzględnione w strategiach rozwoju lokalnego i strategiach agrobiznesu, mają na celu wzmocnienie agrobiznesu przez integrowanie działalności i przedsiębiorców, sprzyjające uzyskaniu efektu synergicznego. Strategie rozwoju lokalnego mogą uwzględniać rozwój agrobiznesu przez współpracę podmiotów gospodarczych, ale także zachęcać przedsiębiorców w agrobiznesie do współdziałania. W przypadku gospodarki lokalnej może być to czynnik wzmacniający rozwój i ułatwiający przezwyciężanie barier rozwoju i ryzyka, które w agrobiznesie są duże. Współpraca i integrowanie działalności między podmiotami w agrobiznesie jest wzmacnianiem ich siły przetargowej i możliwości konkurowania i to nie tylko na rynku lokalnym. Z jednej strony wzrasta wielkość oferty i zwykle także jej jakość – jako następstwo wypełniania luk w zasobach i umiejętnościach oraz przenoszenia jakości zarządzania w ramach współpracujących podmiotów, a z drugiej – wzrastają możliwości prowadzenia działań marketingowych przez uczestniczące podmioty i zaznaczania ich obecności na rynku.

Kierunki i zakres rozwoju agrobiznesu w analizowanych strategiach rozwoju lokalnego

W czterech badanych strategiach zawarto szczegółową analizę SWOT i wskazano kierunki dalszego rozwoju, przyjmując następujące cele strategiczne:

1. LGD „Kraina Kwitnących Sądów”:
 - rozwój turystyki rekreacyjnej i edukacyjnej w oparciu o zasoby kulturowe, walory turystyczne i sadownictwo;
 - zrównoważony rozwój sadownictwa w oparciu o rozwój grup i organizacji;
 - poprawa istniejącej infrastruktury społecznej w oparciu o wykorzystanie środków UE.

2. LGD „Owocowy Szlak”:
 - różnicowanie działalności gospodarczej prowadzonej na obszarze LGD oraz poprawa funkcjonowania gospodarstw rolnych;
 - ochrona dziedzictwa kulturowego oraz aktywizacja mieszkańców.
3. wspieranie rozwoju regionu poprzez przedsiębiorczość oraz wykorzystanie lokalnych zasobów;
 - wspieranie inicjatyw lokalnych oraz podnoszenie świadomości społecznej.
 - LGD „Gościnną Wielkopolska”:
 - rozwój funkcji rekreacyjnych i turystycznych obszaru Gościnną Wielkopolski;
 - poprawa jakości życia mieszkańców Gościnną Wielkopolski.

Cele strategiczne i operacyjne analizowanych strategii LGD uwzględniają społeczność lokalną i tożsamość kulturową obszaru, czyniąc je jednych z czynników rozwoju. Strategie te określają kierunki rozwoju, wskazując na zróżnicowanie działalności na obszarach wiejskich. Najczęściej jednak to zróżnicowanie ogranicza się do działalności turystycznej, a małe znaczenie ma agrobiznes, zwłaszcza jego pozarolnicze ogniwa.

W strategiach LGD „Kraina Kwitnących Sądów” i LGD „Owocowy Szlak” są bezpośrednia nawiązania do agrobiznesu i jego rozwoju. Działania w zakresie agrobiznesu w strategii LGD „Kraina Kwitnących Sądów” obejmują m. in. następujące kierunki:

- unowocześnienie sadownictwa,
- działania informacyjne w zakresie funkcjonowania grup producentów owoców i warzyw oraz zwiększenia ich liczby i członków,
- stworzenie niezależnego centrum sygnalizacji informowania sadowników,
- tworzenie nowych miejsc przygotowania owoców i warzyw do sprzedaży,
- upowszechnianie dostępnych programów unijnych dla rolników w celu zapewnienia trwałej produkcji wysokiej jakości.

Z kolei w LGD „Owocowy Szlak” działania z zakresie agrobiznesu obejmują m.in.:

- zagospodarowanie surowców naturalnych dla celów energii odnawialnej,
- rejestrację i certyfikację produktów tradycyjnych,
- wpieranie gospodarstw ekologicznych,
- budowanie wspólnej marki lokalnej obszaru LGD.

Przedstawione działania dotyczą przede wszystkim rolnictwa, a częściowo handlu rolniczego, brakuje natomiast szerszego oddziaływania na przetwórstwo żywności, które charakteryzuje się większą rentownością. W dobrym kierunku idą proponowane działania z zakresu poprawy jakości produktów, w tym produktów tradycyjnych i przygotowania ich pod marką lokalną. Także próby stworzenia centrów wymiany informacji rolniczej i doradztwa w tym zakresie należy ocenić pozytywnie.

W pozostałych dwóch LGD („Gościnną Wielkopolska” i „Tygiel Doliny Bugu” brakuje bezpośrednich działań z zakresu agrobiznesu, a przecież są to tereny rolnicze. Nie wykorzystano więc w pełni istniejących możliwości, posiadanych zasobów i doświadczenia, aby intensyfikować działania w zakresie agrobiznesu. Na podstawie analizy strategii w tych LGD można przypuszczać, że zawarte działania w jedynie pośredni sposób oddziałują na rozwój agrobiznesu, np. przez wspieranie lokalnych inicjatyw, zwłaszcza o charakterze innowacyjnym, czy też rozwijanie produktów lokalnych, czemu sprzyja m.in. Program „Odnowa i rozwój wsi”.

Przedstawione przykładowe strategie, ale także w strategii innych lokalnych grup działania, gmin i powiatów w małym stopniu uwzględniają rozwój agrobiznesu, a zwłaszcza jego ogniw pozarolniczych, a także powiązania ich ze sobą.

Podsumowanie

Z przeprowadzonych rozważań wynika, że w strategiach rozwoju lokalnego w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich w małym stopniu uwzględnia się zagadnienia rozwoju agrobiznesu, a jednocześnie agrobiznes nie jest narzędziem stymulowania rozwoju w skali lokalnej. W strategiach tych zwraca się głównie uwagę na działalność niezwiązaną z produkcją żywności lub też na działalność pośrednio z nią związaną (np. na działalność turystyczną, która jest najczęściej

jednym z głównych kierunków rozwoju obszarów wiejskich). Takie podejście do rozwoju nie jest właściwe, gdyż nie sprzyja wykorzystaniu zasobów agrobiznesu i pełnemu zagospodarowaniu produktów rolniczych, a jednocześnie aktywizacji zawodowej w różnych ogniach agrobiznesu. W związku z tym przygotowując strategie rozwoju lokalnego w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich należy dążyć aby:

- agrobiznes był jednym z głównych kierunków ich rozwoju,
- rozwijać agrobiznesu w oparciu o wcześniej przygotowane strategie jego rozwoju powiązane ze strategią rozwoju lokalnego,
- rozwijać działalność w agrobiznesie w oparciu o powiązania integracyjne i sieciowe między poszczególnymi jego ogniwami, zwłaszcza w skali lokalnej,
- oddziaływać na przemiany strukturalne w agrobiznesie, zwłaszcza w rolnictwie.

Literatura

- Akridge J.T., Barnard F.L., Dooley F.J., Foltz J.C. 2012: *Agribusiness Management*, Wyd. Taylor & Francis Ltd, London, Part 1.
- Heffner K. 2008: *Strategie rozwoju regionalnego i lokalnego*, [w:] Z. Strzelecki (red.), *Gospodarka regionalna i lokalna*, PWN, Warszawa, 152-173.
- Kapusta F. 2012: *Agrobiznes*, Wyd. Difin, Warszawa.
- Lokalna Strategia Rozwoju na lata 2009-2013*. 2013: Lokalna Grupa Działania „Gościńska Wielkopolska”, Pępowo.
- Lokalna Strategia Rozwoju na lata 2009-2015*. 2013: Lokalna Grupa Działania „Owocowy Szlak”, Opole Lubelskie.
- Lokalna Strategia Rozwoju na lata 2009-2015*. 2014: Stowarzyszenie „Lokalna Grupa Działania –Tygiel Doliny Bugu”, Drohiczyń.
- Lokalna Strategia Rozwoju na lata 2009-2015 dla obszaru gmin Belsk Duży, Błędów, Chybów, Goszczyn, Grójec, Jasieniec i Pniewy*. 2009: Lokalna Grupa Działania „Kraina Kwitnących Sadów”, Grójec.
- Szewczuk A., Kogut-Jaworska M., Ziolo M. 2011: *Rozwój lokalny i regionalny. Teoria i praktyka*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa, 13-141.
- Urban S. 2014: *Podstawy teoretyczne agrobiznesu*, [w:] *Agrobiznes i biobiznes. Teoria i praktyka*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, 13-19.
- Wiatrak A.P. 2011: *Strategie rozwoju gmin wiejskich. Podstawy teoretyczne, ocena przydatności i znaczenie w przemianach strukturalnych obszarów wiejskich*, Wyd. IRWiR PAN, Warszawa, 25-76, 123-140.
- Wołowicz T., Reško D. 2012: *Strategia rozwoju gminy jako narzędzie zarządzania zmianą gospodarczą*, Zesz. Nauk. Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Informatycznej w Rzeszowie, seria „Ekonomia”, nr 5(2), 61-89.
- Woś A. 1996a: *Agrobiznes. Makroekonomika*, Wyd. Key Text, Warszawa, 22-29.
- Woś A. 1996b: *Lokalizacja firmy agrobiznesu*, [w:] A. Woś (red.), *Agrobiznes. Mikroekonomika*, Wyd. Key Text, Warszawa, 87-97.

Summary

The content of the article consists of the following issues: local scale, development and strategic planning at the local level, essence, directions and determinants of functioning and development of agribusiness at the local scale. The aim of the article was to determine essence and conditions functioning of the agribusiness in rural and semi-urban communes and indications that agribusiness may be a tool for local development. However local strategies in Poland, as is evident from the discussion, insufficiently take into account the development of agribusiness, and especially its non-agricultural branches, and link them together. It would be desirable to develop activities in agribusiness based on integration and network connections between the various branches of agribusiness, especially at the local level.

Adres do korespondencji
 prof. dr hab. Andrzej Piotr Wiatrak
 Uniwersytet Warszawski
 Wydział Zarządzania, Zakład Jakości Zarządzania
 ul. Szturmowa 1/3, 02-678 Warszawa
 tel. (22) 55 34 154
 e-mail: apw@wz.uw.edu.pl