

OCENA POZIOMU INNOWACYJNOŚCI FIRM AGROBIZNESU NA OBSZARACH WIEJSKICH ZACHODNIEJ I WSCHODNIEJ POLSKI ¹

Wojciech Gotkiewicz, Piotr Bórawski

Katedra Agrobiznesu i Ekonomii Środowiska,
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Wstęp

Jednym z ważnych czynników warunkujących rozwój przedsiębiorczości w agrobiznesie jest innowacyjność firm i proces ciągłego unowocześniania stosowanych technologii. Rozwój procesów innowacyjnych w firmach agrobiznesu stanowi także podstawowy warunek wzrostu ich konkurencyjności, zwłaszcza na rynkach krajów Unii Europejskiej. Wprowadzanie innowacji stanowi podstawowy warunek rozwoju firm agrobiznesu, zwłaszcza w kontekście nowych technologii oraz systemów organizacji i zarządzania.

W literaturze naukowej istnieje jednoznaczne stanowisko wielu autorów, że innowacyjność jest podstawowym warunkiem rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w procesie integracji europejskiej. Zdaniem LEMANOWICZ [2005] innowacyjność nabiera dużego znaczenia w przedsiębiorstwach realizujących strategię rozwoju, a więc ukierunkowanych na konkurencję pozacenową, której podstawowym składnikiem jest konkurencja nowością i jakością. W tej sytuacji dla większości obecnych przedsiębiorstw przewaga konkurencyjna na rynku zależy w coraz większym stopniu od oferowanego asortymentu produktów i ich jakości. Rudnicki stwierdza, że dotychczasowy rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich ma przede wszystkim charakter ilościowy. Obecnie nabiera coraz większego znaczenia jej rozwój jakościowy, a głównie wykorzystanie nowoczesnej techniki i technologii [RUDNICKI 2003]. Również PENC uważa, że innowacje są nie tylko elementem ofensywnej strategii przedsiębiorstw, które wdzierają się na nowe rynki, ale także bronią firm ustabilizowanych i dobrze prosperujących [PENC 1998]. Zdaniem HERNIK i in. [2003], aby Polska osiągnęła poziom gospodarczy krajów Unii Europejskiej, należy szczególny nacisk położyć na kształcenie, rozwój, podnoszenie plastyczności innowacyjnej i przedsiębiorczości społeczeństwa. W opinii autorów najbliższa przyszłość pokaże, że tylko innowacyjni ludzie będą tworzyć nowe wartości i nowe szanse.

¹ Wykonano w ramach tematu: 3 P06 R 064 25.

Celem badań była ocena poziomu innowacyjności przedsiębiorstw agrobiznesu na obszarach wiejskich zachodniej i wschodniej Polski.

Metodyka badań

Przedmiotem badań była losowo wybrana grupa firm agrobiznesu i ich właściciele na obszarach wiejskich zachodniej i wschodniej Polski. Badaniami objęto 311 przedsiębiorstw agrobiznesu o różnych kierunkach produkcji i usług na obszarach wiejskich zachodniej Polski, jako regionach kraju o najwyższym poziomie społeczno-gospodarczego rozwoju. W celach porównawczych badaniami objęto również 305 przedsiębiorstw agrobiznesu na obszarach wiejskich wschodniej Polski, jako regionach kraju o najniższym poziomie społeczno-gospodarczego rozwoju. Badania zostały przeprowadzone na przełomie 2004 i 2005 roku.

W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu, który zawierał pytania otwarte i zamknięte. Badania terenowe przeprowadzili pracownicy ośrodków doradztwa rolniczego (specjaliści doradztwa).

Uzyskane wyniki badań opracowano statystycznie i graficznie w oparciu o metody wykorzystywane w naukach ekonomiczno-społecznych.

Wyniki badań i dyskusja

Wyniki badań własnych wskazują, że przedsiębiorcy w agrobiznesie, mimo szeregu barier w funkcjonowaniu i rozwoju firm, wprowadzają innowacje, które przyczyniają się do rozwoju firm (tab. 1). Przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski do najczęściej wprowadzanych innowacji zaliczyli:

- zakup nowych maszyn i urządzeń (21,9% firm),
- nowoczesne technologie produkcji, nowe linie technologiczne (11,3%),
- integrację poziomą w produkcji i dystrybucji zdrowej żywności (10,9%),
- ciągłą modernizację firmy (10,6%),
- automatyzację i mechanizację prac (10,0%),
- nowoczesne magazyny (gotowego produktu i przyjęcia surowca) (9,6%).

Ponadto przedsiębiorcy na obszarach wiejskich zachodniej Polski wprowadzili szereg innych innowacji, które są charakterystyczne dla specyfiki prowadzonych firm agrobiznesu (tab. 1). Natomiast niepokojącym zjawiskiem jest fakt, że dużo badanych przedsiębiorców nie stosuje żadnych innowacji (13,2%), nie zamierza ich wprowadzać, gdyż nie planuje zmian (15,8%) oraz uważa, że nie ma potrzeby wprowadzania innowacji (11,9%). W sumie więc 40,9% przedsiębiorców w agrobiznesie nie wprowadza innowacji w swoich firmach. Oznacza to, że firmy te są mało nowoczesne, nisko konkurencyjne i narażone na spadek opłacalności produkcji bądź usług.

Ocena poziomu innowacyjności badanych firm agrobiznesu na obszarach wiejskich wschodniej Polski jest mniej korzystna w porównaniu do firm na terenach zachodnich (tab. 1). Do najczęściej wprowadzanych innowacji przez przedsiębiorców na obszarach wschodnich kraju należy zaliczyć:

- automatyzację i mechanizację prac (9,5% firm),
- nowoczesne technologie produkcji, nowe linie technologiczne (7,5%),
- integrację poziomą w produkcji i dystrybucji zdrowej żywności (6,9%).

Niepokojącym zjawiskiem jest fakt, że ponad co piąta badana firma agrobiznesu (22,6%) nie stosuje żadnych innowacji. Natomiast 14,4% przedsiębiorców nie zamierza wprowadzać innowacji i nie planuje żadnych zmian. Z kolei 15,7% przedsiębiorców stwierdziło, że nie ma potrzeby wprowadzania innowacji. W sumie więc ponad co druga badana firma agrobiznesu (52,7%) na obszarach wiejskich wschodniej Polski reprezentuje niski poziom innowacyjności, co jest zjawiskiem bardzo niekorzystnym (tab. 1).

Zdaniem Matuszyka innowacje są specyficznym narzędziem przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość zaś, wyrażająca się w ciągłym poszukiwaniu nowych kombinacji czynników wytwórczych, jest motorem postępu gospodarczego. Przedsiębiorstwo, by mogło wprowadzać innowacje i lepiej dostosować się do potrzeb rynku, a także zmieniającego się otoczenia, musi być otwarte na zmiany [MATUSZYK 2004]. Również zdaniem Karkowskiego innowacje są niezbędnym warunkiem przetrwania firmy w zmieniającym się otoczeniu. Działająca konkurencja wymusza na przedsiębiorstwach wdrażanie innowacji i podejmowanie szeregu działań przedsiębiorczych w celu utrzymania swojej pozycji na rynku [KARKOWSKI 1999].

Tabela 1; Table 1

Nowoczesne technologie i rozwiązania innowacyjne stosowane w firmach agrobiznesu
Modern technologies and innovative solutions used in agribusiness enterprises

Wyszczególnienie; Specification	Obszary wiejskie w Polsce Rural areas in Poland			
	zachodniej; western		wschodniej; eastern	
	n*	% resp.	n*	% resp.
1	2	3	4	5
Nie zamierzam wprowadzać; nie planuję zmian I am not going to introduce; i do not plan changes	49	15,8	44	14,4
Żadnych nie stosuję; I do not use any	41	13,2	69	22,6
Nie ma potrzeby; There is no need	37	11,9	48	15,7
Zakup nowych maszyn i urządzeń Purchase of new machines and devices	68	21,9	13	4,3
Nowoczesne technologie produkcji, nowe linie technologiczne; Modern production technologies, new technological lines	35	11,3	23	7,5
Ciągła modernizacja firmy Continuous enterprise modernization	33	10,6	11	3,6
Automatyzacja i mechanizacja prac Work automation and mechanization	31	10,0	29	9,5
Nowoczesne magazyny; Modern storehouses	30	9,6	11	3,6
Dostosowanie do wymogów UE Adjustment to the EU standards	28	9,0	5	1,6

1	2	3	4	5
Integracja pozioma w produkcji i dystrybucji zdrowej żywności; Horizontal integration in production and distribution of health food	34	10,9	21	6,9
Komputeryzacja firmy; Enterprise computerization	25	8,0	6	2,0
Ekologiczne ogrzewanie obiektów Ecological heating of buildings	24	7,7	2	0,7
Standaryzacja owoców i warzyw Standardization of fruits and vegetables	21	6,8	10	3,3
Hala udojowa; Milking parlour	20	6,4	11	3,6
Kryta ujeżdżalnia dla koni i hipoterapia Horse ridding-school and hipotherapy	20	6,4	2	0,7
Wyciąg lakierniczy; Varnish fume hood	19	6,1	4	1,3
Sprzedż przez internet; Internet sale	17	5,5	11	3,6
Produkcja suszu owocowego i proszku warzywnego Dried fruits and vegetable powder production	16	5,1	8	2,6
Monitoring produkcji; Production monitoring	15	4,8	9	2,9
Nowe rasy; New races	13	4,2	5	1,7
Powiększenie asortymentów towarów Extending goods assortment	9	2,9	8	2,6
Nawożenie czystym azotem Clean nitrogen fertilization	11	3,5	4	1,3
Otworzenie działalności na terenie Niemiec Opening activity in Germany	10	3,2	-	-
Integrowana produkcja owoców Integrated fruit production	9	2,9	5	1,6
Produkcja zdrowej żywności; Healthy food production	10	3,2	28	9,2
Biomasa; Biomass	10	3,2	9	2,9
Paliwo ekologiczne; Ecological fuel	9	2,9	4	1,3
Tunel mroźniczy; Freezing tunnel	8	2,6	2	0,7
Pokazy żywieniowe; Food demonstrations	7	2,3	2	0,7

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

Ważnym czynnikiem w procesie modernizacji firm agrobiznesu na obszarach wiejskich jest dostęp przedsiębiorców do różnych źródeł informacji o innowacjach. Mając to na uwadze w badaniach własnych interesujące było poznanie źródeł informacji, z których korzystali przedsiębiorcy w agrobiznesie w procesie wprowadzania innowacji do swoich firm (tab. 2). Stwierdzono, że zdecydowana większość (83,3%) przedsiębiorców na obszarach wiejskich zachodniej Polski w procesie przyswajania innowacji korzystała z firm prowadzących podobną działalność. Takie postępowanie przedsiębiorców nie jest korzystne, gdyż firmy konkurencyjne niechętnie udostępniają źródła unowocześniania swoich firm. Badani przedsiębiorcy nie uwzględniają faktu, że innowacje pochodzące z firm konkurencyjnych są udostępniane z dużym opóźnieniem i często w zmienionej formie, gdyż są one adoptowane do konkretnych warunków. Instytucje otoczenia

biznesu winny ten fakt uzmysłowić przedsiębiorcom w czasie prowadzonych szkoleń i innych form współpracy. Ważnym źródłem informacji, z którego korzystało 54,0% przedsiębiorców, była prasa, radio i telewizja. Powszechnie jest wiadomo, że głównym źródłem informacji o innowacjach dla przedsiębiorców wiejskich winny być instytucje doradcze i konsultingowe oraz inne instytucje otoczenia biznesu funkcjonujące na obszarach wiejskich i małych miast. Stwierdzono, że tylko 39,6% badanych przedsiębiorców na obszarach wiejskich zachodniej Polski korzystało z usług informacyjnych instytucji doradczych. Spośród tego kanału (źródła) informacji o innowacjach największą rolę odegrały służby doradcze ośrodków doradztwa rolniczego (31,5% firm) oraz technolodzy z firm zaopatrujących w surowce do produkcji (16,4%). Szczególnie korzystnym zjawiskiem jest fakt, że aż 41,5% badanych przedsiębiorców korzystało z innych źródeł informacji, a mianowicie: literatura fachowa (22,8%), dostawcy, indywidualni klienci (17,4%), targi, wystawy (15,8%), doświadczenie, własne obserwacje (11,9%), internet (11,6%) oraz rozeznanie rynku (11,3%). Przedsiębiorcy wymienili również szereg innych źródeł informacji o innowacjach z których korzystali (tab. 2).

Natomiast przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski korzystali również z bardzo wielu źródeł informacji o innowacjach, jednak w znacznie mniejszym zakresie (tab. 2). Najwięcej badanych przedsiębiorców w agrobiznesie korzystało z następujących źródeł informacji o innowacjach: firmy prowadzące podobną działalność (59,0%), prasa, radio i telewizja (52,8%), służby doradcze (17,4%), sąsiedzi i inne osoby (10,8%). Z kolei prawie co drugi badany przedsiębiorca (49,5%) korzystał z innych źródeł informacji, a mianowicie: doświadczenie, własne obserwacje (33,8%), dostawcy, indywidualni klienci (23,3%), bezpośrednie kontakty z kontrahentami (16,7%), rozeznanie rynku (12,1%) oraz akwizytorzy (10,5%).

W opinii Wierzińskiego istotę przedsiębiorczości stanowi sposób zachowania, którego podstawą jest wiedza, nie intuicja. Sposób zachowania przedsiębiorców sprowadza się do stałego poszukiwania i odkrywania okazji do innowacji, które mają charakter celowy i zorganizowany. Zdaniem autora przedsiębiorcy podejmujący działalność gospodarczą powinni:

- „cechować się chłonnością na innowację, tj. takim postrzeganiem rzeczywistości, które każdą zmianę każe widzieć jako okazję do działania, a nie zagrożenie działalności;
- powinni być zdolni do pomiaru efektów swego działania – jako przedsiębiorcy innowatorzy – do oceny dobrych działań i ich skutków, a także niepowodzeń i ich przyczyn;
- w strukturach organizacyjnych muszą umieć podjąć działania zmierzające do wyodrębnienia czynności, ludzi i środków dla wprowadzania innowacji w firmie;
- muszą mieć zdolność do odrzucenia tego co „stare” i koncentrowania się na tworzeniu „nowego” [WIERZIŃSKI 2000].

Również w opinii SZCZEPANIAK i WIGIER małe przedsiębiorstwa przeznaczały dotychczas bardzo mało środków finansowych na działalność innowacyjną i nie przywiązywały do niej zbyt dużej wagi. Wprowadzały one wprawdzie nowe produkty, nowe procesy technologiczne i zmiany organizacyjne, ale innowacje te miały na ogół charakter nieskomplikowanych modyfikacji i zmian czy wręcz pros-

tego naśladownictwa lepiej radzących sobie konkurentów. Większość małych firm powstała w okresie mało wymagającego rynku, który dawał im możliwości takiego niemal „beznakładowego” wprowadzania niewielkich innowacji. Okres ten należy już jednak do przeszłości, a dalszy rozwój czy wręcz egzystencja małych przedsiębiorstw zależy będzie od ich aktywności i zmiany strategii na zdecydowanie proinnowacyjną [SZCZEPANIAK, WIGIER 2002].

Tabela 2; Table 2

Źródła informacji o innowacjach, które przedsiębiorcy wykorzystywali w prowadzeniu firm agrobiznesu

Innovation sources which entrepreneurs used in agribusiness enterprise managing

Wyszczególnienie Specification	Obszary wiejskie w Polsce Rural areas in Poland			
	zachodniej; western		wschodniej; eastern	
	n*	% resp.	n*	% resp.
1	2	3	4	5
a) Z prasy, radia, telewizji; Press, radio, television	168	54,0	161	52,8
b) Od sąsiadów i innych osób From neighbors and other people	43	13,8	33	10,8
c) Firm prowadzących podobną działalność Enterprises running similar activity	259	83,3	180	59,0
d) Od doradcy (jakiej instytucji?) From adviser (which institutions?)	123	39,6	53	17,4
ODR; Agricultural Advisory Centers	98	31,5	83	27,2
technologdy firm zaopatrujących w surowce do produkcji; technologists enterprises supplying raw materials to production	51	16,4	31	10,2
urząd gminy; communal office	21	6,8	19	6,2
finansowo-prawny; financial and legal	18	5,8	9	3,0
technologie, prezentacje urządzeń, maszyn linii technologicznych; technologies, display of technological lines, machines	14	4,5	7	2,3
od dostawców; from suppliers	12	3,9	19	6,2
e) Inne źródła (jakie?); Other sources (which?)	129	41,5	151	49,5
literatura fachowa; professional literature	71	22,8	7	2,3
dostawcy, indywidualni klienci; suppliers, individual clients	54	17,4	71	23,3
targi, wystawy; markets, exhibitions	49	15,8	4	1,3
doświadczenie, własne obserwacje; experience, own observations	37	11,9	103	33,8
internet	36	11,6	10	3,3
rozeznanie rynku; market recognition	35	11,3	37	12,1
akwizytorzy; travelling agents	33	10,6	32	10,5
bezpośrednie kontakty z kontrahentami direct contact with contractors	33	10,6	51	16,7

1	2	3	4	5
uczestnictwo w konkursach participation in competitions	29	9,3	19	6,2
giełda towarowa; goods stock exchange	26	8,4	16	5,2
wymiana doświadczeń; experiences exchange	25	8,0	14	4,6
hurtownic; wholesale firms	25	8,0	5	1,6
wyjazdy zagraniczne; trips abroad	24	7,7	8	2,6
reklama firmy; enterprise advertisement	19	6,1	6	2,0
technologizy; technologists	15	4,8	5	1,7
od firmy macierzystej; from parent firm	15	4,8	6	2,0
osobiste kontakty krajowe i zagraniczne personal local and foreign contacts	11	3,5	10	3,3
promocje producentów; producers promotions	9	2,9	4	1,3

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

Dużą rolę w realizacji procesów modernizacyjnych i innowacyjnych, a także w podnoszeniu konkurencyjności firm agrobiznesu na obszarach wiejskich odgrywa jakość zatrudnionych pracowników różnego szczebla. W badaniach własnych przedsiębiorcom na obszarach wiejskich zachodniej Polski postawiono pytanie – czy w ich firmach brakuje odpowiednio wykwalifikowanych pracowników (tab. 3). W odpowiedzi 68,8% przedsiębiorców stwierdziło, że w ich firmach nie brakuje wykwalifikowanych pracowników. Niepokojącym zjawiskiem jest fakt, że prawie w co trzeciej badanej firmie agrobiznesu (31,2%) na obszarach wiejskich zachodniej Polski brakuje wykwalifikowanych pracowników.

Tabela 3; Table 3

Opinia przedsiębiorców o stanie zatrudnienia wykwalifikowanych pracowników w firmach
Entrepreneurs' opinions on employment of qualified workers in enterprises

Wyszczególnienie; Specification	Obszary wiejskie w Polsce Rural areas in Poland			
	zachodniej; western		wschodniej; eastern	
	n*	% resp.	n*	% resp.
1	2	3	4	5
a) Nie brakuje pracowników There is no lack of workers	214	68,8	276	90,5
b) Brakuje pracowników (przyczyny): There is lack of workers (reasons):	97	31,2	29	9,5
brak funduszy; lack of funds	29	9,3	19	6,2
niski poziom wykształcenia low level of education	21	6,8	9	3,0
brak młodych ludzi zainteresowanych tym zawodem; lack of young people interested in this profession	20	6,4	4	1,3

1	2	3	4	5
brak specjalistów; lack of specialists	19	6,1	8	2,6
nieprzystosowanie bazy szkoleniowej do potrzeb rynku lokalnego; training base not adjusted to local market needs	17	5,5	4	1,3
brak motywacji do pracy (słabe zarobki, niskie płace); lack of work motivation	17	5,5	4	1,3
mały rynek lokalny; small local market	16	5,1	5	1,6
brak środków na opłacenie; lack of money for payment	15	4,8	9	2,9
brak motywacji do nauki; lack of learning motivation	15	4,8	4	1,3
brak doświadczenia i chęci do pracy; lack of experience and work inclination	14	4,5	3	1,0
brak poszanowania pracy; lack of work respect	14	4,5	3	1,0
zła polityka państwa; bad state politics	12	3,9	5	1,7
wysokie koszty kursów instruktorskich jazdy konnej; high prices of horses riding instruction courses	12	3,9	2	0,7
wszyscy szukają zatrudnienia w miastach; all look for employment in towns	11	3,5	3	1,0

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

Znacznie korzystniejsza sytuacja pod względem jakości zatrudnionych pracowników w firmach agrobiznesu istnieje na obszarach wiejskich wschodniej Polski (tab. 3). Z wypowiedzi 90,5% właścicieli firm agrobiznesu wynika, że nie mają żadnych problemów z zatrudnieniem pracowników o wysokich kwalifikacjach specjalistycznych. Tylko 9,5% przedsiębiorców stwierdziło, że brakuje im pracowników wykwalifikowanych. Jednak okazuje się, że 6,2% przedsiębiorców nie posiada środków finansowych na zatrudnienie pracowników o wysokich kwalifikacjach.

Zdaniem Grzybek sytuacja rynkowa sprawia, iż powstaje konieczność budowania przedsiębiorstw przyszłości opartych na wiedzy, profesjonalizmie, jakości – efektywnych i konkurencyjnych w działaniu. Wiedza i inteligencja powinny być podstawowym bogactwem przedsiębiorców, którzy pragną, aby ich firmy zajmowały mocną pozycję rynkową. Dlatego o wzrost wiedzy powinien zadbać każdy pracownik, bez względu na zajmowane stanowisko, wiek, rodzaj, poziom wykształcenia czy strefę (miejską, wiejską), w której funkcjonuje jego przedsiębiorstwo [GRZYBEK 2005].

W badaniach własnych interesujące było również poznanie sposobów podnoszenia kwalifikacji i umiejętności pracowników w firmach agrobiznesu (tab. 4). Z wypowiedzi 70,4% badanych przedsiębiorców na obszarach wiejskich zachodniej Polski wynika, że podnoszą oni kwalifikacje i umiejętności swoich pracowników poprzez udział w szkoleniach, kursach, targach, seminariach i konferencjach. Przedsiębiorcy do innych, ważniejszych sposobów podnoszenia kwalifikacji i umiejętności swoich pracowników zaliczyli: prasę, literaturę fachową (38,6% wskazań), samokształcenie (28,0%), szkolenie swoich pracowników przez właścici-

ciela (26,0%), internet (24,8%), spotkania, doświadczenia innych (23,8%), obserwacja innych (22,5%), wyjazdy zagraniczne (20,6%) oraz studia (15,4%).

Niepokojącym zjawiskiem jest fakt, że blisko 50% badanych przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski nie przywiązują uwagi do podnoszenia kwalifikacji i umiejętności swoich pracowników (tab. 4).

Znacznie gorszą sytuację w zakresie troski przedsiębiorców w agrobiznesie o podnoszenie kwalifikacji i umiejętności zanotowano na obszarach wiejskich wschodniej Polski (tab. 4). Świadczą o tym podane przez przedsiębiorców następujące sposoby podnoszenia kwalifikacji i umiejętności: doświadczenie własne (44,6%), obserwacja innych (23,3%), brak środków finansowych na szkolenia (33,8%), nie stać mnie (12,1%), metoda prób i błędów (3,6%).

Tabela 4; Table 4

Sposoby podnoszenia kwalifikacji i umiejętności pracowników w firmach agrobiznesu
Methods of increasing employee qualifications and skills in agribusiness enterprises

Wyszczególnienie Specification	Obszary wiejskie w Polsce Rural areas in Poland			
	zachodniej; western		wschodniej; eastern	
	n*	% resp.	n*	% resp.
Udział w szkoleniach, kursach, targach, seminariach, konferencje; Participation in trainings, courses, fairs, seminars, conferences	219	70,4	96	31,5
Prasa, literatura fachowa; Press, specialistic literature	120	38,6	74	24,3
Doświadczenie własne; Own experience	91	29,3	136	44,6
Samokształcenie; Self-education	87	28,0	14	4,6
Sam szkoleń swoich pracowników Train workers myself	81	26,0	14	4,6
Internet; Internet	77	24,8	4	1,3
Spotkania, doświadczenia innych Meetings, other experiences	74	23,8	9	3,0
Nie ma takiej potrzeby; There is no such need	74	23,8	9	3,0
Obserwacja innych; Observation of others	70	22,5	71	23,3
Wyjazdy zagraniczne; Trips abroad	64	20,6	16	5,2
Studia; Studies	48	15,4	4	1,3
Brak środków finansowych na szkolenia Lack of finances for trainings	36	11,6	103	33,8
Mamy niezbędne kwalifikacje We have essential qualifications	34	10,9	16	5,2
Wymiana doświadczeń z kooperantami Experience exchange with co-operatives	29	9,3	9	3,0
Wprowadzam nowe technologie Introducing new technologies	27	8,7	16	5,2
Metoda prób i błędów; Method of trials and mistakes	21	6,8	11	3,6
Według potrzeb; According to needs	19	6,1	14	4,6

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

Należy stwierdzić, że bez bieżącego szkolenia i doskonalenia zawodowego pracowników w firmach agrobiznesu na obszarach wiejskich wschodniej Polski trudno będzie podnosić poziom innowacyjności firm oraz ich konkurencyjność, a tym samym kondycję ekonomiczną prowadzonego agrobiznesu.

Podsumowanie i wnioski

1. Ważnym czynnikiem rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich jest utrzymanie wysokiego poziomu innowacyjności firmy i ciągłe doskonalenie procesów technologicznych. Doskonalenie procesów innowacyjnych w firmach agrobiznesu stanowi także podstawowy warunek ich konkurencyjności, zwłaszcza na rynkach krajów Unii Europejskiej. Z badań wynika, że przedsiębiorcy w agrobiznesie, mimo szeregu barier w funkcjonowaniu i rozwoju ich firm, wprowadzali innowacje. Przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski najczęściej wprowadzali następujące innowacje: zakup nowych maszyn i urządzeń (21,9% firm), nowoczesne technologie produkcji i nowe linie technologiczne (11,3%), integrację poziomą w produkcji i dystrybucji żywności (10,9%), ciągłą modernizację firmy (10,6%) oraz automatyzację i mechanizację prac (10,0%). Niepokojącym zjawiskiem jest fakt, że aż 40,9% badanych przedsiębiorców na obszarach wiejskich zachodniej Polski nie wprowadzało żadnych innowacji. Ocena poziomu innowacyjności badanych firm agrobiznesu na obszarach wiejskich wschodniej Polski była mniej korzystna w porównaniu do firm na terenach zachodnich. Do najczęściej wprowadzanych innowacji przez przedsiębiorców na obszarach wschodnich kraju należy zaliczyć: automatyzację i mechanizację prac (9,5% firm), klipsowanie produktów, paczkowanie (9,2%), nowoczesne technologie produkcji i nowe linie technologiczne (7,5%) oraz integracja pozioma w produkcji i dystrybucji zdrowej żywności (6,9%). Niekorzystnym zjawiskiem jest fakt, że ponad co druga firma agrobiznesu (52,7%) na obszarach wiejskich wschodniej Polski nie wprowadza innowacji. Oznacza to, że firmy te są mało nowoczesne, nisko konkurencyjne i narażone na spadek opłacalności produkcji, bądź usług.
2. Ważnym czynnikiem w procesie modernizacji firm agrobiznesu jest dostęp do różnych źródeł informacji o innowacjach i posiadanie umiejętności właściwego ich wykorzystania. Stwierdzono, że zdecydowana większość (83,3%) przedsiębiorców na obszarach wiejskich zachodniej Polski w procesie przyswajania innowacji korzystała z firm prowadzących podobną działalność. Takie postępowanie przedsiębiorców nie jest korzystne, gdyż firmy konkurencyjne niechętnie udostępniają źródła unowocześniania swoich firm. Badani przedsiębiorcy nie uwzględniają także faktu, że innowacje pochodzące z firm konkurencyjnych są udostępniane z dużym opóźnieniem i często w zmienionej formie, gdyż są one adaptowane do konkretnych warunków. Instytucje otoczenia biznesu winny ten fakt uzmysłowić przedsiębiorcom w czasie prowadzonych szkoleń i innych form współpracy. Przedsiębiorcy korzystali również z następujących źródeł informacji: prasa, radio i telewizja (54,0%), służba doradcza (39,6%), literatura fachowa (22,8%), dostawcy

i klienci (17,4%), targi i wystawy (15,8%), internet (11,6%). Również przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski korzystali z bardzo wielu źródeł informacji o innowacjach, jednak w znacznie mniejszym zakresie. Najwięcej przedsiębiorców korzystało również z firm prowadzących podobną działalność (59,0%), prasy, radia i telewizji (52,8%), służb doradczych (17,4%) oraz sąsiadów i innych osób (10,8%). Istnieje pilna potrzeba przekonania przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich, że głównym źródłem informacji o innowacjach winny być instytucje i organizacje o charakterze doradczym i konsultingowym oraz inne instytucje otoczenia biznesu.

Literatura

- GRZYBEK M. 2005. *Wiedza a przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*. Zagadnienia Doradztwa Rolniczego 1: 53–60.
- KARKOWSKI T. 1999. *Innowacje i przedsiębiorczość*. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw* 9: 17–19.
- MATUSZYK A. 2004. *Znaczenie rozszerzenia UE dla małych i średnich przedsiębiorstw*, w: *Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego*. Warszawa: 33–46.
- PENC J. 1998. *Doskonalenie zarządzania innowacjami*. *Studia Karpackie* 1: 13–24.
- RUDNICKI H. 2003. *Małe i średnie przedsiębiorstwa w rozwoju lokalnym*, w: *Strategie rozwoju lokalnego*. T. II, *Aspekty instrumentalne*. Wyd. SGGW, Warszawa: 411–421.
- SZCZEPANIAK J., WIGIER M. 2002. *Aktywność innowacyjna małych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego*. *Roczniki Naukowe SERiA*, T. IV, Z. 5: 166–171.
- WIERZBIŃSKI B. 2000. *Przedsiębiorczość pozarolnicza a zrównoważony rozwój obszarów wiejskich*. *Roczniki Naukowe SERiA*, T. II, Z. 4: 85–89.
- LEMANOWICZ M. 2005. *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłu spożywczego jako narzędzie budowy przewagi konkurencyjnej*. *Roczniki Naukowe SERiA*, T. VI, Z. 2: 121–125.
- HERNIK J., ZIĘBA K., MAZUR R. 2003. *Rozwój przedsiębiorczości w oparciu o zasoby lokalne*, w: *Osiągnięcia transgranicznej współpracy polsko-niemieckiej w społeczno-gospodarczej aktywizacji obszarów przygranicznych*. Wyd. AR w Szczecinie, BAR Gorki, UWM w Olsztynie, T. I: 253–261.

Słowa kluczowe: firmy agrobiznesu, przedsiębiorczość i innowacyjność firm, obszary wiejskie zachodniej i wschodniej Polski, źródła informacji o innowacjach, kwalifikacje pracowników firm agrobiznesu

Streszczenie

Oceniono poziom innowacyjności przedsiębiorstw agrobiznesu na obszarach wiejskich zachodniej i wschodniej Polski. Badaniami objęto 311 przedsiębiorstw

agrobiznesu i ich właściciele na obszarach wiejskich zachodniej Polski. W celach porównawczych badaniami objęto również 305 przedsiębiorstw agrobiznesu na obszarach wiejskich wschodniej Polski. Badania z zastosowaniem kwestionariusza wywiadu przeprowadzono na przełomie 2004 i 2005 roku. Stwierdzono, że około 60% badanych przedsiębiorców na obszarach wiejskich zachodniej Polski wprowadziło następujące innowacje: zakup nowych maszyn i urządzeń (21,9%), nowoczesne technologie produkcji i nowe linie technologiczne (11,3%), integrację poziomą w produkcji i dystrybucji żywności (10,6%) oraz automatyzację i mechanizację prac (10,0%). Ocena poziomu innowacyjności firm agrobiznesu na obszarach wiejskich wschodniej Polski była mniej korzystna w porównaniu do firm na terenach zachodnich. Szczególnie niekorzystnym zjawiskiem jest fakt, że ponad co druga firma agrobiznesu (52,7%) na obszarach wschodnich kraju nie wprowadzała żadnych innowacji. Przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski wprowadzali następujące innowacje: automatyzację i mechanizację prac (9,5% firm), klipsowanie produktów i paczkowanie (9,2%), nowoczesne technologie produkcji i nowe linie technologiczne (7,5%) oraz integracja pozioma w produkcji i dystrybucji żywności (6,9%). Oznacza to, że firmy te są mało nowoczesne, nisko konkurencyjne i narażone na spadek opłacalności produkcji bądź usług.

INNOVATION LEVEL OF AGRIBUSINESS ENTERPRISES ESTIMATED ON RURAL AREAS OF WESTERN AND EASTERN POLAND

Wojciech Gotkiewicz, Piotr Bórawski

Department of Agribusiness and Environmental Economics,
University of Warmia and Mazury, Olsztyn

Key words: agribusiness enterprises, enterprise and innovativeness of firms, rural areas of western and eastern Poland, innovation information sources, agribusiness enterprise qualifications.

Summary

The survey based inquiry questionnaire, recognized the level of innovations in the enterprises on rural areas of western and eastern Poland. The survey conducted in 2004 and 2005 included 311 enterprises and their owners on rural areas of western Poland, in comparison with 305 enterprises on rural areas of eastern Poland. It was stated that 60% surveyed entrepreneurs introduced following innovations: purchase of new machines and devices (21.9%), modern production technologies and new technological lines (11.3%), horizontal integration in food production and distribution (10.6%), work mechanization and automation (10.0%). The estimation of innovation level on rural areas of eastern Poland was less advantageous in comparison to the western areas. Particularly disadvantageous was the fact that every second enterprise on eastern areas did not introduce any innovations. Agribusiness entrepreneurs on rural areas of eastern Poland introduced following innovations: work mechanization and automatization (9.5%), processing and packaging of products (9.2%), modern technology of production and new technological lines (7.5%) and horizontal integration in food

production and distribution (6.9%). That means that these enterprises are not modern, low competitive and faced with decreasing of production or services profitability.

Dr inż. Wojciech **Gotkiewicz**
Katedra Agrobiznesu i Ekonomii Środowiska
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski
Plac Łódzki 2
10-957 OLSZTYN
e-mail: wojciech.gotkiewicz@uwm.edu.pl