

Andrzej Piotr Wiatrak

Uniwersytet Warszawski

STRATEGIA ROZWOJU LOKALNEGO JAKO NARZĘDZIE ROZWOJU AGROBIZNESU I JEGO KONKURENCYJNOŚCI

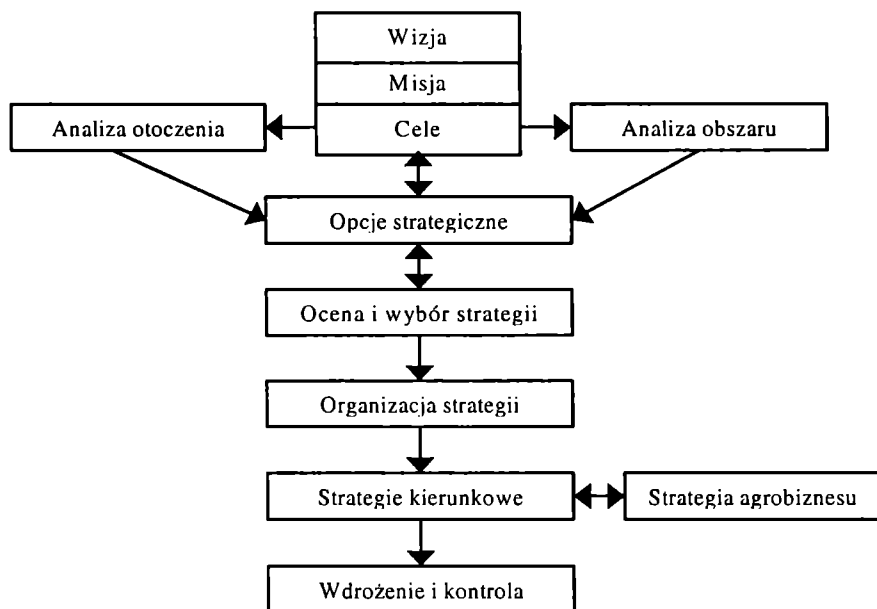
1. Wstęp

Władze samorządowe mogą wzmacniać konkurencyjność jednostek terytorialnych poprzez przyciąganie inwestorów wewnętrznych i zewnętrznych. Jednakże większość gmin wiejskich w Polsce nie ma dostatecznych środków na rozwój, dlatego też trudniej im przyciągać inwestorów zewnętrznych. W związku z tym w planach rozwojowych muszą uwzględniać posiadane zasoby i przedsiębiorców, związane głównie z agrobiznesem, co jest przedmiotem niniejszej pracy.

2. Istota strategii rozwoju lokalnego

Strategia rozwoju lokalnego jest scenariuszem przyszłości, do której dążą władze samorządowe, opierając się na analizie istniejącej sytuacji i wyborze określonych kierunków rozwoju oraz aktywnym udziale społeczeństwa w całym procesie jej formułowania i realizacji. Strategię rozwoju lokalnego można określić jako spójny plan działania obszaru (gminy, grupy gmin lub powiatu), opracowany świadomie na podstawie posiadanych zasobów i związków z otoczeniem oraz wyznaczający sposób osiągania celów poprzez ujęcie systemowe i całościowe podejście do problematyki rozwoju [Wiatrak 2001]. Strategia określa główne problemy, plany działania oraz zachęca władze samorządowe, aby wykorzystały posiadane zasoby, proponując programy gospodarcze. Programy te powinny być zgodne z wizją, misją i celami rozwoju danego obszaru oraz z istniejącymi uwarunkowaniami wewnętrznymi i zewnętrznymi (rys. 1). Jednak tym, co najistotniejsze w całej strategii, jest zrozumienie i aprobatę lokalnej społeczności (potrzebna przy realizacji wieloletnich planów). Dlatego tak ważna jest podejmowana przez władze polityka

informacyjna. Powody, dla których powinny być opracowane strategie na szczeblu lokalnym, są m.in. następujące [Domański 2000]:



Rys. 1. Proces tworzenia strategii rozwoju lokalnego

Źródło: opracowanie własne.

1. Identyfikacja najważniejszych problemów rozwoju oraz określenia wspólnej wizji jej rozwoju w perspektywie 15-20 lat.

2. Uzyskanie porozumienia dotyczącego rozwiązania kluczowych problemów obszaru.

3. Usprawnienie zarządzania rozwojem w celu podniesienia jakości i efektywności wykorzystania posiadanych zasobów, w tym w sferze gospodarczej.

4. Zbudowanie rzeczywistej płaszczyzny porozumienia i współpracy środowisk.

Potrzeby wykorzystania zasobów wytwórczych są ważne w każdej strategii, ale szczególną rolę mają do odegrania w skali lokalnej, gdy znane są stałe potrzeby mieszkańców, a ludność nie ma dostatecznych dochodów do ich zaspokojenia (jak np. w gminach wiejskich). Wówczas rolą strategii rozwoju lokalnego jest oddziaływanie na efektywne wykorzystanie posiadanych zasobów. Należy uwzględnić także środowiskowo-przestrzenny i przyrodniczy charakter posiadanych zasobów oraz ich wpływ na sposób wytwarzania. Wszystko to powinno znaleźć odzwierciedlenie w przygotowanej strategii rozwoju agrobiznesu, która jest strategią kierunkową, uwzględniającą nie tylko wytwarzanie produktów rolniczych, ale także ich

przemieszczenie, przechowywanie, przetwarzanie, dodawanie wartości itp. W niektórych gminach strategia agrobiznesu może być podstawą rozwoju gospodarczego o charakterze wielofunkcyjnym.

3. Miejsce agrobiznesu w strategii rozwoju lokalnego i jego uwarunkowania

Agrobiznes różnie jest definiowany w zależności od liczby ogniw włączonych do tego podsystemu gospodarki. Najogólniej biorąc, można wyodrębnić dwie grupy składników:

- działy, gałęzie i procesy wytwórcze w sferze produkcji materialnej, które uczestniczą (bezpośrednio lub pośrednio) w procesie wytwarzania żywności,
- infrastruktura ekonomiczna, techniczna i społeczna – warunkująca powiązania pomiędzy tymi działami, gałęziami i procesami wytwórczymi oraz sprawne ich działanie.

Zespoleń 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]. Lokalizacja jednostek gospodarczych sfery agrobiznesu może być przedmiotem celowej polityki państwa i samorządów. Może się to wyrażać w przygotowanej strategii rozwoju agrobiznesu, w której określa się kierunki jego rozwoju na bazie posiadanych zasobów wytwórczych, rynków zbytu i kosztów prowadzenia tej działalności. I tak w zależności od tego, jaki wpływ wywiera lokalizacja na przychody i koszty, można wyodrębnić orientację na zasoby lub pracę, orientację rynkową, orientację swobodną lub bez konkretnej orientacji [Woś 1996b].

Atrakcyjność lokalizacyjną obszaru, tj. wyboru miejsca prowadzenia działalności gospodarczej, wyznacza zespół czynników – wzajemnie ze sobą powiązanych, które w analizie lokalizacji wskazują na korzystność danego obszaru w stosunku do innego. Wymagania lokalizacyjne obejmują następujące grupy czynników [Rogut, Rzetelska 1998]:

- siłę roboczą, a zwłaszcza wielkość zasobów, zatrudnienia i kwalifikacje,
- dostępność ziemi i budynków do prowadzenia działalności,
- zaopatrzenie materiałowe i zapewnienie stałości ich dostaw,
- możliwości sprzedaży produktów,
- łatwość dostępu i stopień rozwoju infrastruktury oraz możliwości jej rozwoju,
- warunki gospodarowania – stworzone przez samorządy oraz władze lokalne,
- istniejące strategie rozwoju, łącznie z programami finansowania przedsięwzięć,
- środowisko naturalne i restrykcyjność przepisów.

Atrakcyjność lokalizacyjną wyznaczają wszystkie wymienione grupy czynników, przy czym siła ich wpływu jest różna w poszczególnych obszarach, w zależ-

ności od kierunku działalności w agrobiznesie oraz w czasie. I tak przy decyzjach lokalizacyjnych rolnictwa uwzględnia się [Woś 1996b]:

- warunki przyrodniczo-klimatyczne,
- ukształtowany potencjał produkcyjny,
- rynek zbytu i popyt oraz stopień pewności i solidność klientów,
- odległość od zakładu przetwórstwa rolno-spożywczego i koszty transportu.

Z kolei przy decyzjach lokalizacyjnych zakładów przetwórstwa żywności uwzględnia się [Woś 1996b]:

- w centrum produkcji surowca – produkty masowe o dużej wadze i objętości, łatwo się psujące i trudne do transportu (np. cukrownie, przetwórnice ziemniaków itp.), aby minimalizować koszty transportu;
- w centrum konsumpcji – masarnie, piekarnie, zakłady cukiernicze itp., wytwarzające łatwo psujące się produkty i wymagające codziennych dostaw;
- jednostki swobodnej lokalizacji, takie jak przemysł spirytusowy, tytoniowy, koncentratów spożywczych itp.

Aktywna rola samorządów w pozyskiwaniu inwestorów wewnętrznych i zewnętrznych poprzez stosowanie określonych instrumentów (np. podatków). Przy dużej liczbie gmin wiejskich lokalizacja działalności agrobiznesu może stanowić załączek gospodarczej aktywności regionów zacofanych. Odbywa się to na zasadzie mnożnika inwestycyjnego. Chodzi tutaj przede wszystkim o działalność zakładów przetwórstwa rolno-spożywczego, powiazaną z wielkością i strukturą produkcji rolniczej. Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego bardzo często przyczyniają się do rozwoju określonego rodzaju produkcji rolniczej i zmian w jej strukturze. Odbywa się głównie na podstawie umów kontraktacyjnych i powiązań integracyjnych (integracja pionowa „do tyłu”).

W strategiach rozwoju gminy powinny być określone środki i sposoby prowadzące do rozwoju agrobiznesu, uwzględniające:

- dostosowanie struktury prowadzonej działalności rolniczej do potencjału przyrodniczego;
- racjonalne wykorzystanie zasobów naturalnych w układach przestrzennych;
- ochronę środowiska przyrodniczego oraz rozważne gospodarowanie ziemią użytkowaną przez działalność rolniczą;
- ochronę środowiska w działalności gospodarczej w pozostałych ogniwach agrobiznesu, zwłaszcza w przemyśle spożywczym (np. dzięki budowie oczyszczalni ścieków).

4. Warunki sukcesu firm agrobiznesu w skali lokalnej

Sukces w agrobiznesie w skali lokalnej zależy od wielu czynników, wzajemnie się warunkujących i wynikających z przygotowania się do działalności oraz meto-

dycznego i racjonalnego postępowania, uwzględniającego posiadane zasoby i możliwości sprzedaży wytworzonych produktów żywnościowych itp. Taki sposób postępowania łączy się z podejściem systemowym i procesowym do wytwarzania oraz uwzględniania sprzężeń zwrotnych, m.in. takich jak:

- powiązanie poszczególnych ogniw agrobiznesu, szczególnie rolnictwa i przemysłu spożywczego (gdyż ten ostatni często ogranicza rozwój rolnictwa w Polsce),
- powiązanie działalności w agrobiznesie z pozostałą działalnością, aby ograniczyć ich konkurencyjność,
- rozwijanie działalności w agrobiznesie na bazie wcześniej przygotowanych strategii rozwoju agrobiznesu, powiązanych ze strategią rozwoju lokalnego,
- rozwijanie działalności w agrobiznesie poprzez powiązania integracyjne,
- oddziaływanie na przemiany strukturalne w agrobiznesie, zwłaszcza w rolnictwie, i umożliwienie zajęcia się działalnością pozarolniczą dla części ludności rolniczej,
- stworzenie systemu doradztwa dla ludności rolniczej i dla osób podejmujących działalność pozarolniczą (doradztwo branżowe i socjalno-ekonomiczne).

Wymienione działania mają na celu wzmocnienie agrobiznesu poprzez integrowanie działalności i przedsiębiorców, sprzyjające uzyskaniu efektu synergicznego. Strategie rozwoju lokalnego mogą uwypuklać ten aspekt rozwoju, ale także zachęcać przedsiębiorców w agrobiznesie, zwłaszcza rolników, do działalności wspólnej. W ramach gospodarki lokalnej może to być czynnik wzmacniający rozwój i ułatwiający przezwyciężanie barier rozwoju i ryzyka, które w agrobiznesie są duże. Działalność wspólna to głównie:

- tworzenie grup producenckich lub marketingowych,
- tworzenie spółdzielni w sferze zaopatrzenia, produkcji i zbytu (np. mleczarskich),
- wspólne inwestowanie (np. chłodnie do przechowywania owoców), powstawanie jednostek pomocniczej działalności (np. służby doradczej),
- powstawanie stowarzyszeń branżowych wytwórców.

Integrowanie działalności i producentów jest wzmacnianiem ich siły przetargowej i możliwości konkurowania, i to nie tylko na rynku lokalnym. Z jednej strony wzrasta wielkość oferty i jej jakość, a z drugiej – możliwości prowadzenia marketingu i uzyskania efektu skali poprzez wspólne działanie, w tym ułatwiające obecność na rynku.

5. Wnioski końcowe

Przeprowadzona analiza wskazuje, że:

1. Strategia rozwoju lokalnego może być narzędziem rozwoju agrobiznesu, jeśli zostanie metodycznie przygotowana, będzie miała akceptację mieszkańców danego obszaru oraz narzędzia wdrażania.

2. Przygotowując te strategie rozwoju, należy zwracać uwagę na lokalizację działalności, a zwłaszcza uwarunkowania jej realizacji, jak wielkość i jakość posiadanych zasobów, popyt oraz koszty prowadzenia działalności.

3. Wszystkie te działania wzmacniają siłę konkurencyjną przedsiębiorstw agrobiznesu na rynku i ich zdolność przetargową.

Literatura

- Domański T., *Strategiczne planowanie rozwoju gospodarczego gminy*, Agencja Rozwoju Komunalnego, Warszawa 2000, s. 49-60.
- Rogut A., Rzetelska A., *Uruchomienie działalności gospodarczej*, [w:] *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, red. B. Piasecki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 135-140.
- Wiatrak A.P., *Formułowanie celów i kierunków rozwoju gminy*, [w:] *Od administrowania do zarządzania w gminie i powiecie*, red. A. Kozuch, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2001, s. 77-86.
- Woś A., *Agrobiznes. Makroekonomika*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 1996a, s. 22-29.
- Woś A., *Lokalizacja firmy agrobiznesu*, [w:] *Agrobiznes. Mikroekonomika*, red. A. Woś, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 1996b, s. 87-97.

STRATEGY OF LOCAL DEVELOPMENT AS AN INSTRUMENT OF AGRIBUSINESS DEVELOPMENT AND ITS COMPETITIVENESS

Summary

In the conditions of the rural communes in Poland the basis of economy is agribusiness which development – with regard to low earnings – is possible owing to support on local scale and the preparation of strategy based on possessing productive resources and acceptance of the inhabitants. In this article the author introduces: strategy essence of local development, position the agribusiness of in strategy of local development and its conditioning and also success conditions of agribusiness firms on local scale.