Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

ECREG STUDIES
www.ers.edu.pl
ISSN 2083-3725
eISSN 2451-182X

Economic and Regional Studies
Studia Ekonomiczne i Regionalne

Volume 11, Issue 4, October - December 2018

International open access scientific journal published since 2007
Międzynarodowe, otwarte czasopismo naukowe wydawane od 2007 roku

Biała Podlaska 2018

Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne
ECREG STUDIES
eISSN 2451-182X, ISSN 2083-3725

Economic and Regional Studies is a scientific journal of Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska published since 2007.

Studia Ekonomiczne i Regionalne są czasopismem naukowym Państwowej Szkoły Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej wydawanym od roku 2007.

Editorial Board/ Komitet Redakcyjny

Editor-in-Chief/ Redaktor Naczelny: Mieczysław Adamowicz
Deputy Editor/ Zastępca Redaktora: Agnieszka Siedlecka
Topic Editor/ Redaktor tematyczny: Danuta Guzal-Dec
Statistical Editor/ Redaktor statystyczny: Małgorzata Radziukiewicz
Language Editor/ Redaktor językowy:
English/Język angielski: Halina Chodkiewicz, Wojciech Florkowski (USA); Polish/Język polski: Paulina Rynkiewicz
Administrative Editor/ Sekretarz Redakcji: Agnieszka Filipiuk-Nowakowska, e-mail: a.filipiuk@pswbp.pl, +48 83 344-99-63

Advisory Board/ Rada Naukowa

Prof. Dr. Adamowicz Mieczysław, Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Poland, adamowicz.mieczyslaw@gmail.com
Prof. Dr. Bergier Józef, Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Poland, rektor@pswbp.pl
Prof. Dr. Boato Vasco, University of Padova, Italy, Vasco.Boatto@unipd.it
Prof. Dr. Bonzanini Osmar Antonio, Regional Integrated University of Upper Uruguai and Missions, Brazil, bonzanini.prof@gmail.com
Prof. Dr. Briz Julian, Technical University of Madrid, Spain, julian.briz@upm.es
Prof. Dr. Castañeda Vicente, University National Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Peru, v.mcast@hotmail.com
Prof. Dr. Charnavalau Aliaksandr, The Academy of Labor and Social Relations, Russia, czernowalow@gmail.com
Prof. Dr. Czyżewski Andrzej, Kujawy and Pomorze University in Bydgoszcz, Poland, a.czyzewski@ue.poznan.pl
Prof. Dr. Dobrowolski Radosław, Maria Curie-Skłodowska University in Lublin, Poland, prorekt@poczta.umcs.lublin.pl
Prof. Dr. Nábrádi András, University of Debrecen, Hungary, nabradi.andras@econ.unideb.hu
Prof. Dr. Sc. Krtalić Sandra, University of Pula, Croatia, skrtalic@efpu.hr
Prof. Dr. Florkowski Wojciech, University of Georgia, USA, wojciech@uga.edu
Prof. Dr. Ing Ľubica Bartová, Slovak Agricultural University in Nitra, Slovakia, lubica.bartova@uniag.sk
Prof. Dr. Kliuna Wladzimir, Belarusian State University, Minsk, Belarus, Kliunya@bsu.by
Prof. Dr. Kukuła Karol, University of Agriculture in Kraków, Poland, ksm@ur.krakow.pl
Prof. Dr. Milenkovski Ace, PhD, University of Tourism and Management in Skopje, Republic of Macedonia, a.milenkovski@utms.edu.mk
Prof. Dr. Niedzielski Eugeniusz, University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Poland, koiz@uwm.edu.pl
Prof. Dr. Niezgoda Dionizy, University of Life Sciences in Lublin, Poland, d.niezgoda@onet.pl
Prof. Dr. Özdemir Güneren Ebru, Nevsehir Hacı Bektas Veli University, Turkey, ebruguneren@gmail.com
Prof. Dr. Pavlikha Natalia, Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine, pavlixa@mail.ru
Prof. Dr. Podstawka Marian, Warsaw University of Life Sciences – SGGW, Poland, marian_podstawka@sggw.pl
Prof. Dr. Sotte Franco, Universita' Politecnica delle Marche, Italy, f.sotte@univpm.it
Prof. Dr. Takácsné György Katalin, Óbuda University, Hangary, takacsnegyorgy.katalin@kgk.uni-obuda.hu
Prof. Dr. Zhiquan Hu, Institute of Agricultural Economics and Development of Agricultural Sciences, China, huzhiquan@caas.cn
Prof., Ing. Smutka Luboš, Ph.D., Czech University of Life Sciences Prague, Czech Republic, smutka@pef.czu.cz
Assoc. Prof., Taranov Igor, Ph.D., Ternopil National Economic University, Ukraine, i.taranov@tneu.edu.ua
Dr. habil. Nagy Henrietta, Szent Istvan University in Gödöllő, Hungary, Nagy.Henrietta@gtk.szie.hu
Dr. habil. Káposzta József, Szent Istvan University in Gödöllő, Hungary, Kaposzta.Jozsef@gtk.szie.hu
Dr hab. Ślusarz Grzegorz, prof. UR, University of Rzeszów, Poland, slusarzgrzegorz@gmail.com
Doc. Ing. Šťastná Milada, Ph.D., Mendel University in Brno, Czech Republic, milada.stastna@mendelu.cz
Doc. Ing. Cudlínová Eva, CSc., University of South Bohemia (USB) in České Budějovice, Czech Republic, evacu@ef.jcu.cz
Doc., Ing. Tomšík Karel, Ph.D., Czech University of Life Sciences Prague, Czech Republic, tomsik@pef.czu.cz
Dr Lemanowicz Marzena, Warsaw University of Life Sciences – SGGW, Poland, m.lemanowicz@wp.pl
Ing. Jiří Schneider, Ph.D., Mendel University in Brno, Czech Republic, jiri.schneider@mendelu.cz

---

Publisher/ Wydawca

Pope John Paul II State School of Higher Education
in Biała Podlaska/ Państwowa Szkoła Wyższa
im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
ul. Sidorska 95/97, 21-500 Biała Podlaska
e-mail: wydawnictwo@dydaktyka.pswbp.pl
Contact person/ osoba do kontaktu: Agnieszka Filipiuk-Nowakowska
e-mail: a.filipiuk@pswbp.pl, +48 83 344-99-63

Reviewers/ Recenzenci

Adamowicz Mieczysław, prof. dr hab.
Angowski Marek, dr
Babuchowska Karolina, dr
Balińska Agata, prof. nadzw. dr hab.
Bobrecka-Jamro Dorota, prof. dr hab.
Bołtromiuk Artur, prof. nadzw. dr hab.
Bonzanini Osmar Antonio, Professor
Boskovska Diana, PhD
Castañeda Chávez Vicente M., Professor
Chodkowska-Miszczuk Justyna, dr
Coderoni Silvia, PhD
Czudec Adam, prof. dr hab.
Daniłowska Alina, prof. nadzw. dr hab.
Dresler Ewelina, dr
Farelnik Eliza, dr
Florek Magdalena, prof. nadzw. dr hab.
Frankowski Jan, dr
Gałecka Agnieszka, dr
Garczewska Anna, dr
Gontar Beata, dr
Gradziuk Piotr, prof. nadzw. dr hab.
Gralak Katarzyna, dr
Guzal-Dec Danuta, prof. nadzw. dr hab.
Hadyński Jakub, prof. nadzw. dr hab.
Kania Józef, prof. nadzw. dr hab.
Káposzta József, Professor
Kata Ryszard, prof. nadzw. dr hab.
Kietlińska Krystyna, prof. dr hab.
Kikulski Jarosław, dr
Kołodziejczyk Danuta, prof. nadzw. dr hab.
Kościk Bogdan, prof. dr hab.
Kuźniar Wiesława, prof. nadzw. dr hab.
Lehota József, Professor
Lemanowicz Marzena, dr
Łaszewski Maksym, dr
Majchrzak Adam, dr
Miciuła Ireneusz, dr
Mikos von Rohrscheidt Armin, dr hab.
Musiał Wiesław, prof. dr hab.
Nagy Henrietta, Professor
Niezgoda Dionizy, prof. dr hab.
Nowak Anna, prof. nadzw. dr hab.
Poczta Walenty, prof. dr hab.
Runowski Henryk, prof. dr hab.
Sikorska-Wolak Izabela, prof. dr hab.
Siluk Tatiana, PhD
Šťastná Milada, PhD
Strzębicki Dariusz, dr
Takács-György Katalin, Professor
Włodarczyk Adam, dr
Wójcicki Włodzimierz, prof. nadzw. dr hab.
Wrzaszcz Wioletta, dr
Ziętara Wojciech, prof. dr hab.

DTP and print/ Skład i druk:

Agencja Reklamowa TOP

Cover design/ Projekt okładki:

Agencja Reklamowa TOP

Translation/ Tłumaczenie:

Centrum Języków Europejskich „Euro-Alphabet" (articles: 1, 2, 3, 8, 9, 10, 11, 12, 13); Own translation (articles: 4, 5, 6, 7)

©Copyright by PSW im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
Works published in the journal are protected by copyright/ Prace drukowane w czasopiśmie są chronione prawem autorskim

Printed in 100 copies/ Nakład: 100 egz.
Price: 10 EUR/ Cena: 20 PLN; VAT 5%

The online version is the original version of this journal/ Wersją pierwotną czasopisma jest wersja elektroniczna

Full electronic version available online at: www.ers.edu.pl/ Pełna wersja elektroniczna dostępna pod adresem: www.ers.edu.pl

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w:

AGRO; AgEcon Search; Baidu Scholar; BazEkon; CNKI Scholar (China National Knowledge Infrastructure); CNPIEC – cnpLINKer; EBSCO Discovery Service; Google Scholar; Index Copernicus Journal Master List, ICV 2012: 5.62; ICV 2013: 6.48; ICV 2014: 70.81 (6.96); ICV 2015: 81,26; ICV 2016: 92.91; J-Gate; KESLI-NDSL (Korean National Discovery for Science Leaders); Naviga (Softweco); POL-index; Polish Ministry of Science and Higher Education, 2011-2012: 2 points; 2013-2014: 4 points; 2015-2017: 9 points; Primo Central (ExLibris); QOAM (Quality Open Access Market); ReadCube; Summon (Serials Solutions/ProQuest); TDNet; WanFang Data; WorldCat (OCLC)

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego

Zwiększenie udziału zagranicznych recenzentów w czasopiśmie *Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne* – zadanie finansowane w ramach umowy Nr 583/P-DUN/2017 ze środków Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego przeznaczonych na działalność upowszechniającą naukę.
Digitalizacja czasopisma *Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne* – zadanie finansowane w ramach umowy Nr 819/P-DUN/2018 ze środków Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego przeznaczonych na działalność upowszechniającą naukę.

Ministry of Science and Higher Education
Republic of Poland

Increasing the participation of foreign reviewers in *Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne* – task financed from the resources of the Polish Minister of Science and Education for disseminating science under Agreement No. 583/P-DUN/2017.
Digitalization of *Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne* – task financed from the resources of the Polish Minister of Science and Education for disseminating science under Agreement No. 819/P-DUN/2018.

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

EDITORIAL

Dear Authors and Readers,

The beginning of the "Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" magazine www.ers.edu.pl dates back to 2007. During the years 2011-2012, it was published only in Polish as a semi-annual magazine. Since 2013 it has been published as a quarterly in two parallel language versions: English and Polish. We consider the English language version as the main one, having international outreach, while the Polish version provides greater access to the magazine's contents for national readers, especially for university students in Poland. The magazine has been published in A4 format, both in a paper (circulation of 100 copies) and electronic version. The original version of the magazine is the electronic version available since the beginning at www.ers.edu.pl on the platform of the publisher: Pope John Paul II State School Of Higher Education in Biała Podlaska, and, since 2017, also on two other platforms - http://www.journalssystem.com/ers/en and https://www.degruyter.com. The magazine has an open character and implements international publishing standards. The electronic version allows free access to all current and archived issues and articles. The journal is offered by platforms: www.ers.edu.pl and Sciendo platform (DeGruyter) https://content.sciendo.com/view/journals/ers/ers-overview.xml.

The main mission of the magazine is to broaden theoretical knowledge and the results of empirical research across a wide range of economic and social sciences, as well as that of management and public policy studies, regional and local studies, and socioeconomic geography. The editorial board draws attention to historical and current development problems of Central and Eastern European countries, but also opens up to development problems of other regions, in particular, to the development of less developed regions, where socioeconomic problems are overcome by implementing innovative methods, strategies and development policies. The magazine takes pride in the fact that renowned and eminent authors from Poland and abroad publish their articles on its pages.

It includes original, overview and review articles, reports on surveys, announcements of research results and conferences, case studies and other citation and editorial / informational publications. The magazine specifies the criteria for authors regarding the size of the publications, volume of the summary, the number of keywords, manner and time of reviewing, style of bibliographic description, ethical matters and other items. Editorial pages contain data about the publisher, editorial board,

OD REDAKCJI

Drodzy Autorzy i Czytelnicy,

Początki czasopisma „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" (ECREG STUDIES) www.ers.edu.pl sięgają 2007 roku. W latach 2011-2012 wydawane było tylko w języku polskim jako półrocznik, a od 2013 r. wydawane jest jako kwartalnik w dwóch paralelnych wersjach językowych: angielskiej i polskiej. Wersję w języku angielskim traktujemy jako główną, mającą zasięg międzynarodowy, natomiast wersja w języku polskim zapewnia szerszą dostępność treści czasopisma dla odbiorców krajowych, zwłaszcza młodzieży studiującej w Polsce. Pismo wydawane jest w formacie A4 zarówno w wersji papierowej (nakład 100 egzemplarzy), jak i elektronicznej. Wersją pierwotną czasopisma jest wersja elektroniczna dostępna od początku pod adresem www.ers.edu.pl na platformie wydawcy Państwowej Szkoły Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, a od 2017 roku także na dwóch innych platformach (http://www.journalssystem.com/ers/en oraz https://www.sciendo.com/). Czasopismo ma charakter otwarty i stosuje międzynarodowe standardy wydawnicze. Wersja elektroniczna umożliwia bezpłatny dostęp do wszystkich aktualnych i archiwalnych numerów oraz artykułów. Czasopismo jest dostępne na platformach: www.ers.edu.pl oraz firmy Sciendo (DeGruyter) https://content.sciendo.com/view/journals/ers/ers-overview.xml.

Główną misją czasopisma jest rozpowszechnianie wiedzy teoretycznej oraz wyników badań empirycznych w szerokim zakresie nauk ekonomicznych i społecznych jak również nauk o zarządzaniu i polityce publicznej, studiów regionalnych i lokalnych oraz geografii społeczno-ekonomicznej. Redakcja zwraca uwagę na historyczne i aktualne problemy rozwoju krajów Europy Środkowo-Wschodniej, ale otwiera się także na problematykę rozwoju innych regionów, w tym szczególnie rozwoju regionów słabiej rozwiniętych, w których problemy społeczno-gospodarcze przezwyciężane są przez wdrażanie innowacyjnych metod, strategii i polityk rozwojowych. Pismo może poszczycić się tym, że na jego łamach artykuły publikują renomowani, wybitni autorzy z kraju i zagranicy.

W czasopiśmie zamieszczane są artykuły oryginalne, artykuły przeglądowe, artykuły recenzyjne, komunikaty o wynikach badań, komunikaty z konferencji, studia przypadków oraz inne opracowania o charakterze cytowalnym i redakcyjnym/ informacyjnym. Czasopismo określa informacje dla autorów dotyczące rozmiarów treści, objętości streszczenia, liczby słów kluczowych, sposobu i czasu recenzowania, stylu opisu bibliograficznego, spraw etycznych i in. Strony redakcyjne zawierają dane o wydawcy, ze-

scientific council, reviewers, database indices and information from the editorial board. The standard issue contains up to 10 publications and possible scientific reports. In 2017, thanks to digitisation, the management of the editing and publishing process of the magazine was streamlined, and attention was paid to promotion. The programme board, currently numbering almost 40 people, with the dominant participation of foreign scientists, is gradually being complemented, and the circle of reviewers (also from foreign centers) is being broadened, consisting currently of more than 70 people. The editorial board accepts texts in Polish and English and offers to authors the assistance of professional interpreters in translating articles. A system of labelling articles with DOI numbers and writers with ORCID numbers was established. The editorial board has sent an application to the Web of Science - Emerging Sources Citation Index and Sherpa / Romeo with a request to make a preliminary assessment. The editorial board is also working to achieve an entry into the EBSCO database. Currently, the magazine is indexed in the following databases: AgEcon Search, AGRO, BazEcon, BPN / POL-Index, Index Copernicus, where ICV received 100.00 points for year 2017. On the current list of magazines and journals ranked by MNiSW, the magazine holds 9 points.

The main motto of the editorial board is to ensure high scientific quality and attractiveness while maintaining high ethical standards, broadening indexation in renowned scientific databases and its internationalisation.

prof. zw. dr hab. (prof. PhD) Mieczysław Adamowicz
Editor-in-Chief

spole redakcyjnym, radzie naukowej, recenzentach, bazach indeksacyjnych oraz informacje od redakcji. Standardowy numer zawiera do 10 artykułów oraz ewentualne komunikaty naukowe. W 2017 r. poprzez digitalizację usprawniono zarządzanie procesem redagowania i wydawania czasopisma, a także zwrócono uwagę na promocję. Sukcesywnie uzupełniany jest skład rady programowej, liczącej aktualnie prawie 40 osób, w której dominujący udział mają naukowcy zagraniczni oraz rozszerzany jest krąg recenzentów, także z ośrodków zagranicznych, których aktualna lista przekracza 70 osób. Redakcja przyjmuje teksty w języku polskim i angielskim, i oferuje autorom pomoc zawodowych tłumaczy w przekładzie artykułów na drugi język. Wprowadzony został system oznaczania prac numerami DOI oraz autorów numerami ORCID. Redakcja złożyła aplikację do Web of Science - Emerging Sources Citation Index i Sherpa/Romeo z prośbą o dokonanie wstępnej oceny. Podejmuje także starania o wprowadzenie do bazy EBSCO. Aktualnie czasopismo jest indeksowane w bazach: AgEcon Search, AGRO, BazEcon, BPN/POL-Index, Index Copernicus, gdzie ICV za 2017 rok uzyskał 100,00 punktów. Na dotychczasowej liście czasopism punktowanych MNiSW pismo posiada 9 punktów.

Naczelną dewizą redakcji jest zapewnienie wysokiej jakości naukowej i atrakcyjności czasopisma przy zachowaniu wysokich standardów etycznych, rozszerzenie indeksacji w renomowanych bazach naukowych oraz jego umiędzynarodowienie.

prof. zw. dr hab. Mieczysław Adamowicz
Redaktor Naczelny

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

COUNTRY BRANDING: WHAT BRANDING? RELEVANT TERMINOLOGIES AND THEIR POSSIBLE INTERPRETATIONS IN THE CASE OF COUNTRIES

BUDOWANIE MARKI NARODOWEJ: CZYLI JAKIEJ? ISTOTNE TERMINOLOGIE ORAZ ICH MOŻLIWE INTERPRETACJE W PRZYPADKU KRAJÓW

Árpád Ferenc Papp-Váry[1(A,B,C,D,E,F,G)]

[1]Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism - Department of Tourism and Marketing
Budapest Metropolitan University, Wydział Biznesu, Komunikacji i Turystyki - Departament Turystyki i Marketingu

Papp-Váry, A.F. (2018). Country branding: what branding? Relevant terminologies and their possible interpretations in the case of countries/ Budowanie marki narodowej: czyli jakiej? Istotne terminologie oraz ich możliwe interpretacje w przypadku krajów. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 7-26.
https://doi.org/10.2478/ers-2018-0032

REVIEW ARTICLE

JEL code: F5, F6, M31, M37, M38

Submitted:
October 2018

Accepted:
November 2018

Tables: 3
Figures: 0
References: 72

Summary

Subject and purpose of work: The study systematizes concepts and terms related to country branding such as nation branding, state branding, place branding, destination branding, location branding, territory branding, and region branding as well as exploring the similarities and differences among these expressions.
Materials and methods: First of all, the study reviews relevant literature. In this context it also analyzes the most relevant country case study articles with titles that may include country branding or related terms in many forms.
Results: At the end of the study, a summary table systematizing the terminology of the topic is included, which is a novel approach to the subject. The practical significance of the study becomes clear if organizations involved in the development of country brands consider the abovementioned theoretical framework while developing their own strategies.
Conclusions: As a result of the systematization, country branding will be more consciously used in the subchapters of strategic materials discussing how to increase country competitiveness.

Keywords: country branding, nation branding, country image, competitive identity, public diplomacy

ARTYKUŁ PRZEGLĄDOWY

Klasyfikacja JEL: F5, F6, M31, M37, M38

Zgłoszony:
październik 2018

Zaakceptowany:
listopad 2018

Tabele: 3
Rysunki: 0
Literatura: 72

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Badanie ma na celu usystematyzowanie koncepcji i terminów związanych z budowaniem marki (brandingiem) kraju, takich jak budowanie marki narodu, budowanie marki państwa, budowanie marki miejsca, budowanie marki destynacji, budowanie marki lokalizacji, budowanie marki terytorium i budowanie marki regionu, a także zbadanie podobieństw i różnic między tymi wyrażeniami.
Materiały i metody: Po pierwsze, praca systematyzuje literaturę przedmiotu. W niniejszym kontekście, opracowanie to analizuje także najważniejsze studia przypadków z poszczególnych krajów i tytuły, które mogą obejmować budowanie marki narodowej lub terminy pokrewne w różnych formach.
Wyniki: Na końcu pracy umieszczono tabelę zbiorczą, która podsumowuje terminologię zagadnienia, co jest nowatorskim podejściem do tematu. Praktyczne znaczenie pracy staje się oczywiste, jeśli organizacje biorące udział w rozwoju marek krajów rozważają wspomniane wcześniej założenia teoretyczne podczas opracowywania własnych strategii.
Wnioski: W wyniku systematyzacji, budowanie marki kraju będzie bardziej świadomie wykorzystywane w podrozdziałach materiałów strategicznych omawiających sposób zwiększenia konkurencyjności kraju.

Słowa kluczowe: budowanie marki kraju, budowanie marki narodu, wizerunek kraju, tożsamość konkurencyjna, dyplomacja publiczna

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *Professor Árpád Ferenc Papp-Váry (ORCID 0000-0002-0395-4315), Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism - Department of Tourism and Marketing, Nagy Lajos király útja 1-9., F311, 1148 Budapest, Hungary; e-mail: apappvary@metropolitan.hu*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Árpád Ferenc Papp-Váry. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

It has been two decades since the concept of country brands and country branding appeared in international literature. Very soon, organizations specialized in country branding were established all around the globe with great hopes, but only a few successful examples are known, and their primary focus is destination branding.

As a matter of fact, country branding and destination branding are not the same: while the latter only deals with the attraction of tourists, the former is also engaged in attracting investors to the country, increasing the sales of national products in foreign markets, enabling an increasing number of talents to study in the country, or even settle there, and, last but not least, the development of the country image.

Terminological misunderstandings may be further increased by the frequent appearance of the terms nation branding, state branding, place branding, location branding, territory branding, and region branding.

The primary aim of this study is to serve as a "review article", and "tidy up" the terminology of country branding, as the clarification of the concept and the definition of its theoretical framework are essential to the success of future practical initiatives aiming to improve country brands.

Therefore the primary aim of this research is to identify all the synonyms and related terms that can be replaced/standardized by the terminology of country branding. To this end, the study also examines the concept of country branding itself, defining the activities we mean by the term exactly.

First and foremost, the article systematizes the relevant international literature. In this connection, the most relevant country case study articles have been examined, providing interesting findings regarding the variety of ways they mention country branding and related terms in their titles.

The study then seeks to ascertain what the branding of a country resembles the most: the branding of a product, a service, or a company? Maybe something else?

The next part presents the most important techniques from the world of branding that can be adapted for countries, for example brand communication, brand image, brand identity, brand equity, brand purpose, brand positioning, brand personality, brand innovation and lovemarks.

Last, but not least, as a result of the criticism of the term country branding itself, alternative terms such as soft power, national image management, national reputation management, public diplomacy and competitive identity are also discussed.

In connection with all these terms, summary tables were created to systematize the theoretical background and provide a kind of practical guidelines.

Wstęp

Minęły dwie dekady, odkąd koncepcja marek krajów i ich budowania pojawiła się w literaturze międzynarodowej. Wkrótce potem, na całym świecie powstały organizacje specjalizujące się w budowaniu marek krajów, z którymi wiązały się wielkie nadzieje, lecz tylko kilka z nich odniosło sukces, a skupiają się one głównie na budowaniu marki celu podróży.

W rzeczywistości wyrażenia „budowanie marki kraju" i „budowanie marki destynacji" różnią się od siebie: podczas gdy drugi z terminów dotyczy tylko przyciągania turystów, pierwszy wiąże się także z przyciąganiem inwestorów do kraju, zwiększeniem sprzedaży produktów krajowych na rynkach zagranicznych, zapewnieniem rosnącej liczbie utalentowanych osób możliwości pobierania nauki w kraju, a nawet stałego zamieszkania w nim, a wreszcie, co równie ważne, rozwój wizerunku kraju.

Do powstawania nieporozumień terminologicznych może znacznie przyczynić się częste pojawianie się takich pojęć jak „budowanie marki narodu", „budowanie marki państwa", „budowanie marki miejsca", „budowanie marki lokalizacji", „budowanie marki terytorium" i „budowanie marki regionu".

Głównym celem tej pracy, jest pełnienie funkcji „artykułu przeglądowego" oraz „uporządkowanie" terminologii budowania marki kraju, ponieważ wyjaśnienie tego pojęcia i określenie jego założeń teoretycznych są kluczowe dla powodzenia przyszłych inicjatyw praktycznych mających na celu ulepszenie marek krajów.

W związku z powyższym, głównym celem tego badania jest identyfikacja wszystkich synonimów i terminów pokrewnych, które mogą być zastąpione/ujednolicone terminologią związaną z budowaniem marki narodowej. W tym celu, w badaniu przeanalizowano również samą koncepcję budowania marki kraju, dokładnie definiując działania, które rozumiemy przez ten termin.

Przede wszystkim artykuł systematyzuje odnośną literaturę międzynarodową. W związku z tym, zbadano najważniejsze studia przypadków z poszczególnych krajów, przedstawiające interesujące spostrzeżenia na temat różnorodności sposobów nawiązywania w swoich tytułach do budowania marki kraju oraz terminów pokrewnych.

Kolejnym celem badania jest ustalenie, co najbardziej przypomina budowanie marki danego kraju: budowanie marki produktu, usługi, czy firmy? A może czegoś innego?

W następnej części przedstawiono najważniejsze techniki ze świata budowania marki, które można dostosować do potrzeb krajów, na przykład komunikację marki, wizerunek marki, tożsamość marki, wartość marki, cel marki, pozycjonowanie marki, osobowość marki, innowacyjność marki i marketing emocjonalny.

Wreszcie, w wyniku krytyki samego pojęcia budowania marki kraju, omawiane są także terminy alternatywne, takie jak siła miękka, zarządzanie wizerunkiem narodu, zarządzanie reputacją kraju, dyplomacja publiczna i tożsamość konkurencyjna.

Odnośnie do wszystkich tych terminów stworzono tabele podsumowujące, aby usystematyzować podstawy teoretyczne i zaproponować swego rodzaju praktyczne wskazówki.

The origin of the term country branding

Simon Anholt was the first who put **the concept of "nation brand"** on paper in 1996 (see Anholt 2011, Feinberg – Zhao 2011, Subramanian 2017), when, according to his own account, he *"was getting bored with spending his life making already rich companies a little bit richer"* (Rendon 2003). Anholt had been working as a copywriter at the McCann-Erickson advertising agency before he established his company called World Writers in 1999, and contributed to the marketing communications of globals brands such as Adidas, British Airways, Coca-Cola, IBM, Levi's, Mercedes-Benz, Microsoft, Nestlé, Nike, Shell, Sony, Visa, or Xerox.

Working for the abovementioned multinational companies, one day Anholt decided to launch a completely new enterprise: he would specialize in countries as brands. His first client was the Croatian government, which (around the millennium) faced the problem of getting rid of a country image affected by war conflicts and appearing as a democratic market economy instead, which would also promote their accession to the European Union. At the same time, they wanted to associate themselves with the Mediterranean instead of the Balkans.

It does not mean that the theory or practice of country branding had been an overlooked topic before 1996, but its name was different at the time. In 1993, a textbook on **place marketing** was published, which also dealt with countries separately: "Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations", whose most important author was who else than Philip Kotler, "the father of marketing". Furthermore, the **image of destinations** was discussed much earlier, in 1975, when a highly important article titled "Image as a factor in tourism development" by John D. Hunt was published in "Journal of Travel Research".

However, if we take a broader perspective, **national identity** had always been mentioned in political geography, international relations, political science, cultural anthropology, social psychology, political philosophy, international law, historical science, economics and sociology.

Rather interestingly, marketing academics had not devoted their attention to country brands, but they focused on brands from specific countries, that is, the "**country of origin effect**". For example, Papadopoulos and Heslop (2002) counted 766 significant CoO-effect publications in the 50 years prior to 2002, but also pointed out that there had not been appropriate surveys on the image (or the shaping of the image) of individual countries.

The great breakthrough was achieved by the Journal of Brand Management, which devoted a special issue to "**nation branding**" in 2002 (Anholt 2002) with the publications of rewnowned authors such Philip Kotler, David Gertner, Nicolas Papadopoulos, Louise Heslop, Wally Olins, Fiona Gilmore and Creenagh Lodge. In November 2004, a separate academic journal called "**Place Branding"** was launched which was renamed „**Place Branding**

Pochodzenie pojęcia budowania marki kraju

Simon Anholt po raz pierwszy użył **pojęcia „marki narodu"** na piśmie w 1996 roku (zob. Anholt 2011, Feinberg – Zhao 2011, Subramanian 2017)po dojściu do wniosku, że, jak sam twierdzi, *„znudziło go życie polegające na wzbogacaniu i tak już bogatych firm"* (Rendon 2003). Anholt pracował jako autor tekstów reklamowych w agencji reklamowej McCann-Erickson, a następnie, w 1999 roku, założył własną firmę o nazwie World Writers i przyczynił się do komunikacji marketingowej globalnych marek, takich jak Adidas, British Airways, Coca-Cola, IBM, Levi's, Mercedes-Benz, Microsoft, Nestlé, Nike, Shell, Sony, Visa czy Xerox.

Pracując dla wyżej wymienionych koncernów międzynarodowych, pewnego dnia Anholt zdecydował się założyć zupełnie nowe przedsiębiorstwo, specjalizujące się w państwach jako marki. Jego pierwszym klientem był rząd chorwacki, który (na przełomie tysiącleci) zmagał się z problemem pozbycia się wizerunku kraju dotkniętego konfliktami wojennymi i chęcią zaprezentowania się jako demokratyczna gospodarka rynkowa, co wpłynęłoby pozytywnie również na przystąpienie Chorwacji do Unii Europejskiej. Jednocześnie, państwo to chciało być kojarzone z Morzem Śródziemnym, a nie z Bałkanami.

Nie oznacza to, że teoria lub praktyka budowania marki kraju była tematem, do którego nie przywiązywano uwagi przed rokiem 1996, ale w tamtym czasie owo działanie nosiło inną nazwę. W 1993 r. ukazał się podręcznik dotyczący **marketingu miejsc**, który obejmował również zagadnienie poszczególnych krajów: „Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations", którego najważniejszym autorem był nikt inny jak Philip Kotler, „ojciec marketingu". Co więcej, **wizerunek celów podróży** był omawiany znacznie wcześniej, w 1975 roku, kiedy to w „Journal of Travel Research" został opublikowany niezwykle ważny artykuł autorstwa Johna D. Hunta pod tytułem „Image as a factor in tourism development".

Jeśli jednak spojrzymy z szerszej perspektywy, **tożsamość narodowa** była zawsze wymieniana w odniesieniu do geografii politycznej, stosunków międzynarodowych, politologii, antropologii kulturowej, psychologii społecznej, filozofii politycznej, prawa międzynarodowego, nauk historycznych, ekonomii i socjologii.

Co ciekawe, naukowcy zajmujący się marketingiem nie zwrócili uwagi na marki narodowe, ale skupili się na markach charakterystycznych dla konkretnych krajów, czyli „**efekcie kraju pochodzenia**". Na przykład Papadopoulos i Heslop (2002) doliczyli się 766 znaczących publikacji o cechach związanych z efektem kraju pochodzenia, wydanych na przestrzeni 50 lat poprzedzających rok 2002, ale jednocześnie podkreślili, że nie przeprowadzono wystarczających badań dotyczących wizerunku (lub kształtowania wizerunku) poszczególnych krajów.

Wielki przełom osiągnięto dzięki „Journal of Brand Management", który poświęcił specjalne wydanie zagadnieniu „**budowania marki narodowej**" w 2002 r. (Anholt 2002), zawierające publikacje wybitnych autorów, takich jak Philip Kotler, David Gertner, Nicolas

and Public Diplomacy" in two years. Several books followed: Simon Anholt wrote four books: "Brand New Justice" (2005), "Competitive Identity" (2007), "Places" (2009) and "Brand America" (2004) co-written with Jeremy Hildreth. While it is clear that Simon Anholt arrived from a rather practical agency/consultancy environment, a "more academic" book titled "Nation Branding" was published in 2008, edited by Professor Keith Dinnie.

Both Anholt and Dinnie are British, and their great influence is proved by the fact that terms such as "nation branding" and "place branding" related to them became popular in Great Britain. However, this does not mean that the literature of marketing and regional economics fails to use other terms such as "country branding", "state branding", "destination branding", "location branding", "territory branding" or "region branding", all of them having their equivalents in other languages.

Papadopoulos, Louise Heslop, Wally Olins, Fiona Gilmore i Creenagh Lodge. W listopadzie 2004 r. rozpoczęto publikację osobnego czasopisma akademickiego, o nazwie „**Place Branding"**, którego nazwa została zmieniona na **„Place Branding and Public Diplomacy"** po dwóch latach. Następnie ukazało się kilka książek: Simon Anholt napisał cztery książki: „Brand New Justice" (2005), „Competitive Identity" (2007), „Places" (2009), oraz „Brand America" (2004), napisaną wspólnie z Jeremym Hildrethem. Widać wyraźnie, że Simon Anholt wychodził z dość praktycznego punktu widzenia środowiska doradczego, natomiast w 2008 r. opublikowano „bardziej akademicką" książkę zatytułowaną „Nation Branding" pod redakcją profesora Keitha Dinniego.

Zarówno Anholt, jak i Dinnie są Brytyjczykami, a ich wielki wpływ potwierdza fakt, iż związane z nimi określenia, takie jak „budowanie marki narodu i „kreaowanie marki miejsca", stały się popularne w Wielkiej Brytanii. Nie oznacza to jednak, że literatura marketingowa i ekonomia regionalna nie używają innych określeń, takich jak „budowanie marki kraju", „budowanie marki państwa", „budowanie marki destynacji", budowanie marki lokalizacji", „budowanie marki terytorium" lub „budowanie marki regionu", wszystkie z nich mają swoje odpowiedniki w innych językach.

The coexistence of various terminologies

Destination branding is the term most often confused with nation branding, country branding, sometimes with state branding, or, in a broader sense, place branding. The book that is usually considered the first serious comprehensive literature on the topic is "Destination branding – Creating the unique destination" edited by Morgan, Pritchard and Pride. It was first published in 2002, well before the first country branding book, and right when the abovementioned special issue of Journal of Brand Management was published.

One of the classical definitions of destination branding is associated with the names of Ritchie and Ritchie (1998. 17), and Blain - Levy - Ritchie (2005. 337), who state that *"destination branding is the set of marketing activities that (1) support the creation of a name, symbol, logo, word mark or other graphic that readily identifies and differentiates a destination; that (2) consistently convey the expectation of a memorable travel experience that is uniquely associated with the destination; that (3) serve to consolidate and reinforce the emotional connection between the visitor and the destination; and that (4) reduce consumer search costs and perceived risk"*. Collectively, these activities serve to create a destination image that positively influences consumer destination choice, as opposed to an alternative option. Therefore it is important to note that "destination branding" is always about travelling or tourism, because a destination is actually a target of tourism (Sziva 2015).

On the other hand, **"place branding"** covers much more. Anholt (2004, cited in Kerr 2006. 278) defined place branding as *"the practice of applying brand strategy and other marketing techniques*

Współistnienie różnych terminologii

Budowanie marki destynacji to termin najczęściej mylony z budowaniem marki narodu, budowaniem marki kraju, czasem z budowaniem marki państwa lub, w szerszym ujęciu, budowaniem marki miejsca. Książka, która jest zwykle uważana za pierwszą poważną, obszerną literaturę dotyczącą tego ostatniego określenia, to „Destination branding – Creating the unique destination" pod redakcją Morgana, Pritchard i Pride'a. Po raz pierwszy została opublikowana w 2002 r., na długo przed pierwszą książką o budowaniu marki kraju, i tuż po wydaniu wspomnianego specjalnego wydania Journal of Brand Management.

Jedna z klasycznych definicji marki celu podróży jest powiązana z nazwiskami Ritchie i Ritchie (1998. 17) oraz Blain - Levy - Ritchie (2005. 337), którzy zauważają, że *„budowanie marki destynacji to zbiór działań marketingowych, które (1) wspierają tworzenie nazwy, symbolu, logo, znaku słownego lub innej grafiki, które służą łatwej identyfikacji i rozróżnieniu miejsca docelowego; (2) konsekwentnie przekazują oczekiwanie niezapomnianych wycieczek, jednoznacznie związanych z miejscem docelowym; (3) służą utrwaleniu i wzmocnieniu więzi emocjonalnych pomiędzy odwiedzającym a miejscem docelowym; oraz (4) zmniejszają koszty poszukiwania konsumentów i dostrzegalne ryzyko"*. Łącznie te działania służą stworzeniu wizerunku miejsca docelowego, który pozytywnie wpływa na wybór danego miejsca przez konsumenta zamiast alternatywy. Dlatego istotne jest, aby pamiętać, że „budowanie marki destynacji" zawsze dotyczy podróży lub turystyki, ponieważ cel podróży jest faktycznie celem turystyki (Sziva 2015).

Z kolei **„budowanie marki miejsca"** obejmuje znacznie więcej. Anholt (2004, cytowany w Kerr 2006. 278) określił budowanie marki miejsca jako *„praktykę*

and disciplines to the economic, social, political and cultural developments of cities, regions and countries", asserting that holistic place branding *"encompasses everything a place wishes to sell"* (Lodge, 2006: 9).

As Hanna and Rowley (2008), or Piskóti (2012) suggest, the concept of "place branding" is considerably more complex than that of "destination branding", although we have to add that the latter is rather complex in itself. The perplexity of the tourism destination concept is based on a myriad of different products, services and experiences, which are all managed, distributed and 'consumed' by different stakeholders (hoteliers, travel agents, tour operators, transportation companies, local authorities and residents, destination management organizations, tourists, etc.) with a variety of ownership forms, and often without an appropriate hierarchy with a set of rules for stakeholders to adhere to (Konecnik – Go 2008; Konecnik 2002).

Or, as Törőcsik and Somogyi say (2009: 23). *"The problems of destination branding can basically be characterised by diversity. A destination is not a uniform product; it has several ingredients (accomodation, catering, tourist attractions, entertainment, cultural locations, natural and built environment)", which are factors mostly unaffected by the creators and managers of the term destination brand. The key aspect of branding is that an emotional link between the product and its customers must be established. In the case of destination branding, atmosphere, the behaviour of inhabitants, and the personal impression of visitors are of outstanding importance."*

Having examined the brand management of countries, we can state that it can be interpreted as **"destination branding"** (when the only aims are the attraction of tourists, increasing the number of overnight stays and the amount spent in the destination country, and the return of the tourists, of course), or **"place branding"** in a broader sense. In the case of countries, we use more concrete terms for the latter: nation branding, or country branding.

As it has been mentioned before, the fathers of the **"nation brand"** and **"nation branding"** terminology were Simon Anholt (1998), and Keith Dinnie (2008). In addition, we should also mention the name of a third British expert Wally Olins, who published his book *"Trading identities"* in 2000. **"Nation branding"** can be defined as a means to measure, build and manage the reputation of countries, including the application of corporate marketing concepts and techniques to countries, in the interests of enhancing their reputation in international relations.

It must be pointed out that the aims of "nation branding" (and "country branding") are far more complicated than those of "destination branding". According to Papp-Váry (2009), these activities include:

1. Stimulation of tourism, attracting tourists to the specific country, and increasing their spendings and overnight stays.

stosowania strategii marki i innych technik oraz dyscyplin marketingowych w gospodarczym, społecznym, politycznym i kulturalnym rozwoju miast, regionów i krajów" , twierdząc, że holistyczne budowanie marki miejsca *„obejmuje wszystko, co miejsce chce sprzedać"* (Lodge, 2006: 9).

Jak sugerują Hanna i Rowley (2008) lub Piskóti (2012), koncepcja „budowania marki miejsca" jest znacznie bardziej złożona niż „budowanie marki miejsca docelowego", chociaż musimy dodać, iż te drugie działanie samo w sobie jest dość złożone. Mylna interpretacja koncepcji turystycznego miejsca docelowego opiera się na ogromnej liczbie różnych produktów, usług i doświadczeń, które są zarządzane, dystrybuowane i „konsumowane" przez różnych inetresariuszy (hotelarzy, agentów biur podróży, organizatorów wycieczek, firmy transportowe, lokalne władze i mieszkańców, organizacje zarządzające celami podróży, turystów itp.), którzy działają na podstawie różnych form własności, często bez odpowiedniej hierarchii zawierającej zestaw reguł, których powinny przestrzegać strony zainteresowane (Konecnik - Go 2008, Konecnik 2002).

Lub, jak mówią Törőcsik i Somogyi (2009: 23): *„Problemy związane z budowaniem marki destynacji zasadniczo charakteryzują się dużą różnorodnością. Cel podróży nie jest tworem jednolitym; zawiera kilka składników (zakwaterowanie, wyżywienie, atrakcje turystyczne, rozrywkę, ośrodki kultury, środowisko naturalne i stworzone przez człowieka) „, na które w dużej mierze nie mają wpływu twórcy i osoby rozporządzające terminem „budowanie marki destynacji". Kluczowym aspektem budowania marki jest utworzenie związku emocjonalnego między produktem a klientami z niego korzystającymi. W przypadku budowania marki destynacji, ogromne znaczenie mają atmosfera, zachowania mieszkańców i osobiste wrażenia odwiedzających".*

Po przeanalizowaniu zarządzania marką krajów możemy stwierdzić, że można je zinterpretować jako **„budowanie marki destynacji"** (gdy jedynym celem jest przyciąganie turystów, zwiększenie liczby noclegów i kwoty wydanej w kraju docelowym i oczywiście powrót turystów) lub **„budowanie marki miejsca"**w szerszym znaczeniu. W przypadku krajów używamy bardziej konkretnych terminów dla oznaczenia tej drugiej czynności: budowanie marki narodu lub budowanie marki kraju.

Jak już wspomniano, ojcami terminów **„marka narodu"** oraz **„budowanie marki narodu"** byli Simon Anholt (1998) i Keith Dinnie (2008). Ponadto powinniśmy również wymienić nazwisko trzeciego brytyjskiego eksperta Wally'ego Olinsa, który opublikował książkę *„Trading identities"* w 2000 roku. **„Budowanie marki narodu"** może być zdefiniowane jako środek mierzenia, budowania i zarządzania reputacją krajów, w tym stosowania koncepcji i technik marketingu korporacyjnego w krajach w celu wzmocnienia ich reputacji w stosunkach międzynarodowych.

Należy podkreślić, iż cele służące „budowaniu marki narodu" (i „budowaniu marki kraju") są o wiele bardziej skomplikowane niż te dotyczące „budowania marki destynacji". Według Papp-Váry (2009) działania te obejmują:

2. The promotion of investments arriving in the country.
3. The development of export, and improving the sales of the country's products in foreign markets.
4. A more significant role in international organizations and foreign policy.
5. Improving the well-being and comfort of citizens, increasing pride and patriotism in a good sense.

The difference between the two terms is also well represented by the fact that only one dimension of the **Nation Brand Hexagon** concept created by Simon Anholt (a tool that demonstrates how people see a country) deals with tourism; the other five aspects include export, investment and immigration, culture and heritage, people, and even governance (foreign and domestic policy). However, the reason of this difficulty is that each dimension is usually dealt with by dedicated organizations, but no organization is handles them all at the same time. For example, in the case of Hungary:

– the organ in control of tourism (currently the Hungarian Tourism Agency) promotes the country among holidaymakers and business travellers
– the organ promoting investments (HIPA – Hungarian Investment Promotion Agency) tries make the country attractive for foreign companies and investors
– cultural institutes (e.g. Balassi Institute) builds cultural relations with other countries, and promotes the cultural products and services of the country
– there are dedicated organizations for the support of export (e.g. HEPA, the Hungarian Export Promotion Agency)
– and, finally, in terms of governance, the Ministry of Foreign Affairs and Trade (among others) deals with the presentation of the country's policies in the best possible light.

The list above only includes the most important organizations. In most countries, several other bodies, government organs, ministries, special interest groups, NGO's and companies promote an aspect of the country that is most important for them.

Although the majority of these official and unofficial, national and regional, political and commercial organizations operate independently of the others, they often communicate conflicting, or even opposite messages about the country. As a result, the country image created by them is inconsistent, and the general reputation of the country stagnates, or even gets damaged.

Therefore several countries are experimenting with the creation of a single umbrella organization for the coordination of these activities. In the case of Hungary, for example, the Country Image Centre (Országimázs Központ) played this role between 2000 and 2002, and the Country Brand Council (Országmárka Tanács) was active for a few years starting from 2009.

1. Pobudzanie turystyki, przyciąganie turystów do określonego kraju oraz zwiększanie wydatków i liczby noclegów.
2. Promocja inwestycji rozpoczynanych w kraju.
3. Rozwój eksportu i poprawa sprzedaży produktów krajowych na rynkach zagranicznych.
4. Odgrywanie ważniejszej roli w organizacjach międzynarodowych i polityce zagranicznej.
5. Poprawa dobrobytu i komfortu obywateli, zwiększenie dumy i patriotyzmu w dobrym tego słowa znaczeniu.

Różnica między tymi dwoma terminami jest również dobrze reprezentowana przez fakt, iż tylko jeden wymiar koncepcji **Nation Brand Hexagon**, stworzonej przez Simona Anholta (narzędzie demonstrujące, jak ludzie postrzegają dany kraj) dotyczy turystyki; pozostałe pięć aspektów obejmuje eksport, inwestycje i imigrację, kulturę i dziedzictwo narodowe, ludzi, a nawet rządzenie (politykę zagraniczną i wewnętrzną). Jednakże, przyczyną tej trudności jest to, iż każdy wymiar jest zwykle obsługiwany przez dedykowane organizacje, ale żadna organizacja nie obsługuje ich wszystkich jednocześnie. Na przykład w przypadku Węgier:

– organ kontrolujący turystykę (obecnie Węgierska Agencja Turystyczna) promuje kraj wśród wczasowiczów i osób podróżujących służbowo;
– organ promujący inwestycje (HIPA - Węgierska Agencja ds. Promocji Inwestycji) stara się uczynić kraj bardziej atrakcyjnym dla zagranicznych firm i inwestorów;
– instytucje kulturowe (np. Instytut Balassiego) nawiązują relacje kulturowe z innymi krajami i promują produkty i usługi związane z kulturą;
– istnieją dedykowane organizacje wspierające eksport (np. HEPA, Węgierska Agencja Promocji Eksportu);
– wreszcie, w zakresie sprawowania rządów, Ministerstwo Spraw Zagranicznych i Handlu zajmuje się (między innymi) ukazaniem polityki kraju w najlepszym możliwym świetle.

Powyższa lista obejmuje jedynie najważniejsze organizacje. W większości krajów, najważniejsze za swojego punktu widzenia aspekty państwa promuje także kilka innych instytucji, organów rządowych, ministerstw, grup interesów, organizacji pozarządowych i firm.

Chociaż większość oficjalnych i nieoficjalnych, krajowych i regionalnych, politycznych i komercyjnych organizacji działa niezależnie od innych, często wysyłają one sprzeczne, a nawet całkowicie przeciwne sygnały na temat kraju. W rezultacie, tworzony przez nie wizerunek kraju jest niespójny, a jego ogólna reputacja przestaje się poprawiać, a nawet ulega pogorszeniu.

Dlatego kilka krajów stara się utworzyć jedną wszechstronną organizację, mającą na celu koordynację tych działań. W przypadku Węgier, w latach 2000-2002 funkcję tę pełniło Centrum ds. Wizerunku Państwa (Országimázs Központ), a Rada Marki Kraju (Országmárka Tanács) działała przez kilka lat, począwszy od 2009 roku.

Jeśli chodzi o terminologię, mimo że „**branding narodowy**" (inaczej: budowanie marki narodu) stało się najpopularniejszym wyrażeniem w międzynarodowej

In terms of terminologies, while "**nation branding**" became the most popular expression in international professional literature and practice (which is clearly demonstrated by a Google Scholar search or an ordinary Google search), "**country branding**" is also often mentioned. "**Nation branding**" and "**country branding**" basically mean the same thing, but in countries where "nation" and "country" do not overlap completely, the use of "**country branding**" is preferred. Hungary is also an example of this – branding the country is a challenge itself (see the work of the Country Image Centre or the Country Brand Council), but it is an even greater task if it is a nation of 15 million people inside and outside Hungary.

In other cases, the term "country branding" is used just for the opposite reasons (Gilmore 2002). In Spain, Catalan, Galician and Basque nationalities are very important, in addition to Spanish people (Castilians). Therefore, in a sense, it would be peculiar to see a Spanish nation branding effort. (And it would not be weird if the Catalan independence movement would launch nation branding activities regarding Catalonia).

At this point we must also mention that besides country branding and nation branding, there are examples of using the definition "**state branding**". As early as in 2002, a study by Peter van Ham titled "The rise of the branded state" was published. However, this terminology may also be misleading in the sense that the word state may mean the country as a geographical unit, but it can also mean the institutional system itself. As Péter Bíró explains the three terms above in a 2009 special issue of the Journal of Marketing és Menedzsment focusing on country image and country brand, *"A country is a geographically demarcated area, and a state is the organization of life in this specific area; however, a nation also includes a population that lives outside the country, stating that they belong to the country in terms of their origin."* (Bíró 2009. 59)

To make it even more complex, there are numerous other terms that are also used in connection with this topic. "**Country of origin branding**" is considered a term belonging to "country branding", and explores the context between country image and the export of products originating from that specific country (see for example Brodie – Benson-Rea 2016 or Malota 2008).

"Location branding" is often used in terms of cities, but it is also adapted for countries every now and then (Hall 2004, Morley 2009). The same can be said of the term **"territorial branding"** (Van Ham 2002b). On the other hand, **"inter-territorial branding"** is usually used for clusters, but it is also mentioned in connection with countries, e.g. in a study by Pasquinelli (2013).

"Region branding" is another exciting term (Caldwell and Freire 2004). On the one hand, it can be interpreted as the branding of a region of a country, see the example of Catalonia mentioned above. On the other hand, it may also mean the branding of a region encompassing several

literaturze i praktyce zawodowej (co wyraźnie widać, gdy używamy wyszukiwarki Google Scholar lub zwykłej wyszukiwarki Google), często używa się też terminu „**branding krajowy**" (funkcjonującego również jako budowanie marki kraju). „**Branding narodowy**" i „**branding krajowy**" oznaczają praktycznie to samo, ale w krajach, w których pojęcia „naród" i „kraj" nie pokrywają się całkowicie, preferowane jest użycie terminu „**branding krajowy**". Węgry również są tego przykładem - wytworzenie marki dla tego kraju jest wyzwaniem samym w sobie (zob. prace Centrum ds. Wizerunku Państwa lub Rady Marki Kraju), ale zadanie staje się jeszcze trudniejsze, gdy mówimy o narodzie liczącym 15 milionów ludzi żyjących zarówno w kraju, jak i za granicą.

W innych przypadkach termin „branding krajowy" jest używany z zupełnie innych powodów (Gilmore 2002). W Hiszpanii, oprócz Hiszpanów (Kastylijczyków) liczą się także narodowości katalońskie, galicyjskie i baskijskie. Z tego powodu, obserwowanie starań związanych z budowaniem marki narodu hiszpańskiego byłoby w pewnym sensie osobliwe. (I niczym dziwnym nie byłoby, gdyby kataloński ruch niepodległościowy zainicjował działania związane z brandingiem Katalonii).

W tym miejscu wypada wspomnieć, że oprócz brandingu krajowego i narodowego, istnieją przykłady użycia terminu **branding państwowy**". Już w 2002 r. opublikowane zostało opracowanie Petera van Hama zatytułowane „The rise of the branded state". Jednak terminologia ta może również wprowadzać w błąd, ponieważ słowo „państwo" może oznaczać kraj jako jednostkę geograficzną, ale może również odnosić się do samego systemu instytucjonalnego. Péter Bíró wyjaśnia trzy powyższe terminy w specjalnym wydaniu czasopisma Journal of Marketing és Menedzsment z 2009 roku, skupiając się na wizerunku kraju i marki kraju, *„kraj jest geograficznie wyznaczonym obszarem, a państwo jest sposobem organizacji życia na tym konkretnym obszarze; naród jednak obejmuje również ludzi mieszkających poza krajem, wychodząc z założenia, że pod względem pochodzenia stanowią oni część państwa".* (Bíró 2009. 59).

Czynnikiem, który jeszcze bardziej komplikuje sprawę, jest fakt, że istnieje wiele innych terminów, których również można używać w odniesieniu do tego tematu. „**Branding kraju pochodzenia**" jest terminem należącym do „brandingu krajowego", który uwzględnia kontekst między wizerunkiem kraju a eksportem produktów pochodzących z tego konkretnego kraju (zob. na przykład Brodie – Benson-Rea 2016 lub Malota 2008).

„Budowanie marki lokalizacji" jest często używane w odniesieniu do miast, ale czasami terminu tego używa się również w odniesieniu do krajów (Hall 2004, Morley 2009). To samo można powiedzieć o **„budowaniu marki terytorium"** (Van Ham 2002b). Z drugiej strony **„branding międzyterytorialny"** jest zwykle stosowany w przypadku klastrów, ale można spotkać się z nim również w nawiązaniu do krajów, np. w badaniu, którego autorką jest Pasquinelli (2013).

„Branding regionalny" to kolejny interesujący termin (Caldwell i Freire 2004). Z jednej strony może być interpretowany jako branding regionu danego

countries. In the case of the Baltics, the latter use is usual, even if the three Baltic states (Estonia, Latvia and Lithuania) are sometimes unhappy about it. The Visegrad Four can also be viewed as the common branding of various countries, although the group is not currently considered as a branding effort. (However, the destination marketing campaigns of the Hungarian Tourism Agency – especially in Asian countries – suggest some Visegrad4 cooperation among Hungary, Czech Republic, Slovakia, and Poland.) We may also mention "region branding" in case of a larger region, e.g. the "Let's Invent Central Europe" movement by Elemér Hankiss.

As we can see from the above, a great variety of interpretations exist in connection with the branding of countries. In addition, these are more overlapping than different from each other (Herstein 2012). Moreover, there are cases when destination is the subject of a wordplay and becomes **"Desti-Nation"** (Giannopoulos - Piha - Avlonitis 2011). It is no wonder that authors summarize and conceptualize the trends of the field again and again (Kavaratzis 2005, Berács et al. 2006).

The table below presents a case study on the branding of each country, and well demonstrates the diversity of branding terminologies.

kraju, jak w przypadku wspomnianej wyżej Katalonii. Z drugiej strony może również oznaczać branding regionu obejmującego kilka krajów. Drugi sposób użycia tego określenia jest typowy między innymi dla krajów nadbałtyckich, nawet jeśli trzy państwa bałtyckie (Estonia, Łotwa i Litwa) są czasami są niezadowolone z tego powodu. Jako wspólny branding różnych krajów można postrzegać także Grupę Wyszehradzką, chociaż nie jest ona obecnie uważana za inicjatywę na rzecz brandingu. (Jednak kampanie marketingowe dotyczące celów podróży, prowadzone przez Węgierską Agencję Turystyki - szczególnie w krajach azjatyckich - sugerują zachodzącą w ramach V4 współpracę między Węgrami, Czechami, Słowacją i Polską.) Możemy również wspomnieć o „brandingu regionalnym" w przypadku większego regionu, np. ruchu „Let's Invent Central Europe", autorstwa Eleméra Hankissa.

Jak widać z powyższych przykładów, istnieje ogromna różnorodność interpretacji dotycząca budowania marek krajów. Ponadto, w większym stopniu pokrywają się one, aniżeli różnią między sobą (Herstein 2012). Co więcej, zdarzają się przypadki, gdy cel podróży (destynacja) jest przedmiotem gry słów i staje się **„Desti-Nation"** („Desty-nacją") (Giannopoulos - Piha - Avlonitis 2011). Nic więc dziwnego, że autorzy wielokrotnie podsumowują i konceptualizują trendy w tej dziedzinie (Kavaratzis 2005, Berács i in. 2006).

Poniższa tabela przedstawia studium przypadku dotyczące brandingu każdego kraju i dobrze uwidacznia różnorodność terminów dotyczących brandingu.

Table 1. The appearance of various country branding terminologies in case studies
Tabela 1. Pojawienie się różnych terminologii dotyczących brandingu w studiach przypadku

Terminology used/ Stosowana terminologia:	Examined country/ Badany kraj	Title of case study/ Tytuł studium przypadku	Year of publication/ Rok wydania	Place of publication/ Miejsce wydania
Country branding/ Branding krajowy	Spain/ Hiszpania	A country – Can it be repositioned? Spain – The success story of country branding	2002	Brand Management
Country branding/ Branding krajowy	Poland/ Polska	The country brand as a new challenge for Poland	2005	Place Branding
Nation branding/ Branding narodowy	Latvia/ Łotwa	Remaking the Nation of Latvia: Anthropological perspectives on nation branding	2005	Place Branding
State branding/ Branding państwa	South Africa/ Republika Południowej Afryki	Selling the state: State branding as a political resource in South Africa	2009	Place Branding and Public Diplomacy
Destination branding/ Budowanie marki destynacji	New Zealand/ Nowa Zelandia	Destination branding and the role of stakeholders: The case of New Zealand	2003	Vacation Marketing
Destination branding/ Budowanie marki destynacji	Singapore/ Singapur	Uniquely Singapore? A case study in destination branding	2007	Vacation Marketing
Location branding/ Branding lokalizacji	Great Britain/ Wielka Brytania	Branding Britain	2004	Journal of Vacation Marketing
Country-of-origin branding/ Branding kraju pochodzenia	New Zealand/ Nowa Zelandia	Country of origin branding: an integrative perspective	2016	Journal of Product and Brand Management

Territorial branding, and inter-territorial branding/ Branding terytorialny i branding międzyterytorialny	Baltic countries (Baltic region) (among others)/ Kraje bałtyckie (region bałtycki) (między innymi)	Competition, cooperation and co-opetition: unfolding the process of inter-territorial branding	2013	Urban Research and Practice
Region branding/ Branding regionalny	Baltic countries (Baltic region)/ Kraje bałtyckie (region bałtycki)	Region branding: The case of the Baltic Sea Region	2007	Place Branding
Place branding/ Branding miejsca	Armenia/ Armenia	A place brand strategy for the Republic of Armenia: Quality of context and sustainability as competitive advantage	2005	Place Branding

Source: Edited by the author, based on the analysis of the abovementioned studies.
Źródło: Opracowane autorskie na podstawie analizy wyżej wymienionych prac.

What branding is it? Parallels between the branding of products, services, and companies

"Trading Identities", a book by the third abovementioned British nation branding expert, Wally Olins, was published in 1999, almost twenty years ago, with a rather telling subtitle: *"Why Countries and Companies are Taking on Each Others' Roles"*. Olins, having worked with brands such as Volkswagen, GE and Orange, wrote in 2002 (quoted by Subramanian 2017): *"People are people ... and that means they can be motivated and inspired and manipulated in the same ways, using the same techniques."* As Subramanian says, *"Olins saw the artificial construction of a national identity as a form of **"social engineering"** – and he thought his set of wrenches and spanners could tune the machinery of a country's brand as easily as a company's."*

As Olins writes in his book *"On B®and"* (2004. 186). *"Although the creation of a national identity developing plan is a more complex task that requires more serious coordination than the creation of a commercial plan, their essence is the same. Both commercial and national brand-creating plans aim to create a clear, simple enterprise that can be distinguished from everything else, which is often based on emotional elements both verbally and visually."*

But how can a country achieve that? What type of "classic" branding has the most in common with the branding of a country? That of a product? Or a service? A company? Maybe something else?

1. The first possible approach is a comparison with **corporate brands operating in the product market.** There are two approaches to this. The first one is the so-called *"house of brands"*, such as in the case of Procter&Gamble. Their brands are well-known (for example Always, Ariel, Braun, Duracell, Gillette, Head&Shoulders, Old Spice, Oral B, Pampers, Pantene, Tide, Wella), but Procter&Gamble itself is not widely known among average consumers – unless they do not examine the packaging of the abovementioned brands, which includes a rather small P&G logo. On the other hand, Samsung's philosophy is

Jaki to jest branding? Zbieżności między brandingiem produktów, usług i firm

„Trading Identities", książka trzeciego wyżej wymienionego brytyjskiego eksperta w dziedzinie brandingu, Wally'ego Olinsa, opublikowana w 1999 roku, prawie dwadzieścia lat temu, została opatrzona dość wymownym podtytułem: *„Why Countries and Companies are Taking on Each Others' Roles"* („Dlaczego kraje i firmy zamieniają się rolami"). Olins, współpracując z takimi markami jak Volkswagen, GE i Orange, napisał w 2002 roku (cytowany przez Subramanian 2017): *„Ludzie to ludzie ... i to oznacza, że mogą być motywowani, inspirowani i manipulowani w ten sam sposób, używając tych samych technik."* Jak mówi Subramanian: *„Olins postrzegał sztuczną konstrukcję tożsamości narodowej jako formę **„inżynierii społecznej"** – i doszedł do wniosku, że zestaw używanych przez niego narzędzi może dostroić maszynerię marki kraju równie łatwo, jak firmy."*

Jak pisze Olins w swojej książce *„On B®and"* (2004. 186): *„Chociaż stworzenie planu rozwoju tożsamości narodowej jest bardziej złożonym zadaniem wymagającym lepszej koordynacji niż stworzenie planu komercyjnego, ich istota jest taka sama. Zarówno komercyjne, jak i krajowe plany budowania marek mają na celu realizację jasnego, prostego przedsiębiorstwa, które można odróżnić od wszystkich innych, często dzięki zarówno werbalnym, jak i wizualnym elementom emocjonalnym".*

Ale w jaki sposób kraj może to osiągnąć? Jaki typ „klasycznego" brandingu ma najwięcej wspólnego z budowaniem marki danego kraju? Budowanie marki produktu? Usługi? Firmy? A może czegoś innego?

1. Pierwszym możliwym podejściem jest porównanie z **markami korporacyjnymi działającymi na rynku produktów.** Można do niego podejść na dwa sposoby. Pierwszym z nich jest tak zwany model *„house of brands"*(dom marek), jak w przypadku koncernu Procter&Gamble. Ich marki (na przykład Always, Ariel, Braun, Duracell, Gillette, Head&Shoulders, Old Spice, Oral B, Pampers, Pantene, Tide, Wella) są powszechnie znane wśród przeciętnych konsumentów, jednak tego samego nie można powiedzieć o samym Procter&Gamble - chyba że konsumenci sprawdzają opakowania wyżej wymienionych marek, które zawierają

called *"branded house"*, as the brand present in plenty of product categories from household appliances to televisions and telephones – moreover, cars with the brand name Samsung are sold in South Korea. The **"branded house"** approach can also be adapted for a country (e.g. Hungary) in a way that the communication always makes it clear that it is a Hungarian product, food, art work, music, etc. However, we must face the fact that it is not easy to label everything like that, and we cannot be sure if it would always be a favourable decision.

2. The concept of **"umbrella branding"** is a term closely linked to the approach above, which is sometimes referred to as **"(product) family branding"**. The aim of umbrella branding is to create a consistency of various product lines, grouping them under a specific brand name, thus making them more noticeable, developing their marketability. Products belonging to the same umbrella (that is, the main brand providing structure and credibility for other products of the company) are probably of uniform quality, and provide the same user experience (e.g. all products belonging to the same brand must comply with the same high quality requirements). (see e.g. Kapferer 2012)
3. Another theoretical parallel can be noticed between the country brand and brands such as Lycra, Teflon, Gore-Tex, Nutrasweet or Intel. These brands are important **ingredients** of other products, similarly to Hungary being an ingredient of the goulash soup, the folk dance csárdás, the Sziget Festival, or even the brand-new Audi car which is produced in the city of Győr, Hungary. (See the analogy: „Intel Inside" – „Hungary Inside".) The analogy of Tetra Pak and the Hungary packaging is similar, but it works the other way round in a physical sense.
4. The third approach is based on similarity with corporate **services brands**. This is justified by that *"in the case of brands involved in services industry, the most important factor is the group of people working at the company. Co-workers must clearly understand what the brand they serve is about. They must believe in it, and keep it alive; if they fail to do so, they will not be able to convince the consumer to choose them".* Therefore *"we must teach each of our employees about the brand they represent, and make it clear that they are the brand actually, at least in the eyes of clients."* (Olins 2004. 92).
5. The latter approach also highlights the similar ity with **"employer branding"** (Barrow – Mosley 2005). Of course it is not nearly so simple in the case of a country. It is not always easy to maintain the enthusiasm of company employees (also "living the brand") (Ind 2001), and it is an even greater task in the case of citizens. Moreover, this is very "thin ice"; you have to communicate in a wise and careful way in order to avoid being considered propaganda by the citizens.

dosyć niewielkie logo P&G. Z drugiej strony filozofia firmy Samsung nosi nazwę *„branded house"*(markowy dom), ponieważ marka ta zajmuje się wieloma rodzajami produktów, od sprzętu AGD po telewizory i telefony – co więcej, w Korei Południowej sprzedawane są samochody marki Samsung. Podejście **„branded house"** może być również dostosowane do danego kraju (np. Węgier) w taki sposób, że przekazywane o produkcie informacje zawsze wyjaśniają, że jest to węgierski produkt, jedzenie, dzieło sztuki, muzyka itp. Musimy jednak wziąć pod uwagę fakt, że opisywanie w ten sposób wszystkiego nie jest łatwe, i nie możemy być pewni, czy zawsze będzie to korzystna decyzja.

2. Pojęcie **„brandingu parasolowego"** (umbrella branding) jest terminem ściśle powiązanym z powyższym podejściem, które jest czasami określane jako **„branding linii produktów"**(product family branding). Celem brandingu parasolowego jest stworzenie spójności między różnymi liniami produktów, zebranie ich pod określoną marką, sprawiając, że staną się one bardziej zauważalne, rozwój ich atrakcyjności rynkowej. Produkty należące do tego samego parasola (tj. głównej marki, zapewniającej strukturę i wiarygodność innych produktów firmy) są prawdopodobnie jednakowej jakości i zapewniają takie samo user experience (np. wszystkie produkty należące do tej samej marki muszą być zgodne z tak samo wysokimi wymaganiami jakościowymi). (zob. np. Kapferer 2012)
3. Inne teoretyczne podobieństwo można zauważyć między marką kraju a markami takimi jak Lycra, Teflon, Gore-Tex, Nutrasweet lub Intel. Marki te są ważnymi **składnikami** innych produktów, podobnie jak Węgry są składnikiem gulaszu, tańca ludowego zwanego czardasz, Festiwalu Sziget, a nawet zupełnie nowego samochodu Audi produkowanego w mieście Győr na Węgrzech. (zob. analogię: „Intel Inside" - „Hungary Inside"). Analogia Tetra Pak i pakowania węgierskiego jest podobna, ale działa na odwrót w sensie fizycznym.
4. Trzecie podejście opiera się na podobieństwie do korporacyjnych **marek usług** (services brands). Jest to uzasadnione tym, że *„w przypadku marek związanych z branżą usługową, najważniejszym czynnikiem jest grupa osób pracujących w firmie. Współpracownicy muszą doskonale rozumieć, czym jest marka, której służą. Muszą w nią wierzyć i utrzymywać przy życiu; jeśli nie zdołają tego zrobić, nie będą w stanie przekonać konsumenta do wybrania ich usługi".* Dlatego *„musimy poszerzać wiedzę każdego z naszych pracowników na temat marki, którą reprezentują, i wyjaśniać, że to oni są marką, przynajmniej w oczach klientów".* (Olins 2004. 92)
5. To drugie podejście podkreśla również podobieństwo do **„employer brandingu"** (Barrow – Mosley 2005). Oczywiście w przypadku kraju jest to znacznie bardziej skomplikowane. Nie zawsze łatwo jest utrzymać entuzjazm pracowników firmy (również tych „żyjących marką") (Ind 2001), a stanowi to jeszcze większe wyzwanie w przy-

6. In that sense there is no doubt that a parallel can also be drawn between country branding and **political branding**. It is not a coincidence that Gertner raises this question regarding country branding in the title of his article (2007). *„Place branding: Dilemma or reconciliation between political ideology and economic pragmatism?"*
7. Another possible overlap is the **branding of non-profit organizations**. Although a good country brand may result in more financial resources and better competitiveness for the country on the one hand, it is difficult to calculate. It can primarily be achieved through better reputation and a more positive image – to put it simply, making people think that it is a good country.
8. Last, but not least, we may also notice parallelism with **business-to-business (B2B) branding**, especially in terms of stimulating foreign investment. In a broader sense, this parallel may also be seen regarding a greater role in international organizations.

As clearly seen from the above analysis, country branding may be assessed using a variety of approaches, and they can even be applied together. It is no wonder that articles on the topic have been published recently with titles such as *"Confused branding? An exploratory study of place branding practices among place management professionals"* (Noronha – Coca-Stefaniak – Morrison 2017)

Besides the complexity of branding, it is also worth highlighting the **complexity of the brand**.

Papp-Váry summarized the differences between "traditional" brands and countries as brands in his study titled*"From country branding to competitive identity: The appearance, aims and nature of country branding"* (2009).

padku obywateli. Co więcej, jest to bardzo „cienki lód"; trzeba komunikować się z nimi w mądry i ostrożny sposób, aby uniknąć bycia postrzeganym przez obywateli za kogoś, kto głosi propagandę.

6. W tym sensie nie ulega wątpliwości, że można również wykazać podobieństwo między marką kraju a **brandingiem politycznym**. Nieprzypadkowo Gertner zawiera pytanie dotyczące marki kraju w tytule swojego artykułu (2007): *„Place branding: Dilemma or reconciliation between political ideology and economic pragmatism?"* („Budowanie marek miejsc: Dylemat, czy zgoda między ideologią polityczną a pragmatyzmem gospodarczym?").
7. Kolejna możliwa zbieżność istnieje w stosunku do **brandingu organizacji non-profit**. Chociaż dobra krajowa marka może z jednej strony skutkować większymi zasobami finansowymi i lepszą konkurencyjnością kraju, to jest to trudne do obliczenia. Można to osiągnąć przede wszystkim dzięki lepszej reputacji i bardziej pozytywnemu wizerunkowi – krótko mówiąc, poprzez przekonywanie ludzi, że jest to dobry kraj.
8. Wreszcie, możemy również zauważyć zbieżność z **brandingiem B2B (business-to-business)**, szczególnie w zakresie pozytywnego wpływu na inwestycje zagraniczne. W szerszym ujęciu, podobieństwo to można również zaobserwować w odniesieniu do większej roli w organizacjach międzynarodowych.

Jak wynika z powyższej analizy, markę kraju można ocenić za pomocą różnych podejść, które mogą nawet być stosowane łącznie. Nic dziwnego, że artykuły na ten temat zostały niedawno opublikowane z tytułami takimi jak *„Confused branding? An exploratory study of place branding practices among place management professionals"* (Noronha, Coca-Stefaniak, Morrison, 2017) („Niejasny branding? Odkrywcze badanie działań w zakresie budowania marki miejsca wśród specjalistów ds. zarządzania").

Oprócz kompleksowości brandingu warto również podkreślić **kompleksowość marki**.

Papp-Váry podsumował różnice między „tradycyjnymi" markami i krajami jako markami w swoim badaniu zatytułowanym*„From country branding to competitive identity: The appearance, aims and nature of country branding"* (2009).

Table 2. The comparison of a classic brand and a country brand
Tabela 2. Porównanie klasycznej marki z marką kraju

Classic brand/ Klasyczna marka	Country as a brand/ Kraj jako marka
Clear ownership/ Bezsporna własność	No real owner; everyone living there is an owner/ Brak prawdziwego właściciela; każda osoba tam mieszkająca jest właścicielem
Management is based on the decisions of the owner/ Zarządzanie opiera się na decyzjach właściciela	Management (in democracy) is elected by the citizens/ Rząd (w demokracji) jest wybierany przez obywateli
Aim: profit for the owner/ Cel: zysk dla właściciela	Aim: The welfare of citizens, viable community/ Cel: dobrobyt obywateli, społeczeństwo, w którym da się żyć
Supervised, top-down control/ Nadzorowana, kontrola odgórna	Bottom-up control by communities (in democracy)/ Obywatelska kontrola oddolna (w demokracji)
Brand image consists of a few elements/ Wizerunek marki składa się z kilku elementów	Brand image may consist of numerous elements/ Wizerunek marki może składać się z licznych elementów
Consistent marketing communications in a few channels/ Stała komunikacja marketingowa za pośrednictwem kilku kanałów	Communication is usually uncoordinated, and takes place in many channels (if the country has a country brand centre, this can be improved, but the consistency of normal brands can scarcely be achieved)/ Komunikacja nie jest zazwyczaj skoordynowana i odbywa się za pośrednictwem wielu kanałów (jeśli kraj posiada centrum marki kraju, aspekt ten można ulepszyć, jednak nie da się osiągnąć spójności charakterystycznej dla normalnych marek)
The brand name is created and easy to change/ Nazwa marki jest tworzona i łatwo ją zmienić	The brand name is the geographical area, it cannot be changed/ Nazwa marki to obszar geograficzny, nie można jej zmienić
The brand is temporary/ Marka jest tymczasowa	The brand wants to live forever/ Marka chce trwać wiecznie

Source: Papp-Váry, Árpád Ferenc (2009). „Országmárkázástól a versenyképes identitásig: A country branding megjelenése, célja és természete" ("From country branding to competitive identity: the appearance, aim and nature of country branding", Marketing és Menedzsment, 43(2), 13.).
Źródło: Papp-Váry, Árpád Ferenc (2009): „Országmárkázástól a versenyképes identitásig: A country branding megjelenése, célja és természete" („Od marki kraju po tożsamość konkurencyjną: wygląd, cel i natura brandingu krajowego", Marketing és Menedzsment 43 (2), 13.).

Terms from the world of branding that can be adapted for countries

Clearly there are more differences than similarities between countries and companies, but some of the theories and techniques of brand management can, if intelligently and responsibly applied, become powerful competitive tools and agents for change both within the country and beyond.

In this context, it is worth discussing the terms and most important systems that can be applied for countries in a similar way.

1. **"Brand communication"** means that a country must get in contact with the surrounding world in a clearly comprehensible, coordinated and communicative way, in case it seeks to influence public opinion. It is important to maintain a prolific coalition of government, commerce and civil society, and create new institutions and structures in order to harmonize aims, themes, communication and behaviour. In Hungary, the Country Image Centre (Országimázs Központ) and the Country Brand Council (Országmárka Tanács) that followed some time later were efforts for this purpose, even if their results can be questioned. Elemér Hankiss pointed out as early as in 2000 that *"The face of a country can*

Terminy ze świata brandingu, które można dostosować do krajów

Oczywiście istnieje więcej różnic niż podobieństw między krajami i firmami, jednak niektóre teorie i techniki zarządzania marką, stosowane inteligentnie i odpowiedzialnie, mogą stać się potężnymi narzędziami służącymi poprawie konkurencyjności i czynnikami powodującymi zmiany zarówno w kraju, jak i poza nim.

W tym kontekście warto omówić terminy je opisujące i najważniejsze systemy, które w podobny sposób mogą mieć zastosowanie w odniesieniu do krajów.

1. **„Komunikacja marki"** oznacza, że kraj musi nawiązać kontakt z otaczającym światem w sposób zrozumiały, skoordynowany i komunikatywny, na wypadek gdyby chciał mieć wpływ na opinię publiczną. Ważne jest utrzymanie skutecznej współpracy rządu, handlu i społeczeństwa obywatelskiego oraz tworzenie nowych instytucji i struktur w celu harmonizacji celów, motywów, komunikacji i zachowań. Na Węgrzech Centrum ds. Wizerunku Państwa (Országimázs Központ) i Rada Marki Kraju (Országmárka Tanács), która powstała nieco później, były inicjatywami dążącymi do tego celu, nawet jeśli ich osiągnięcia można zakwestionować. Elemér Hankiss zwrócił uwagę już w 2000

be broadcast to the world successfully if all cities, institutions, citizens, politics and economy – each in its own way – broadcast the same thought, idea, or image. There maybe a hundred colours and forms, but the multiude of messages converge in a way." (Hankiss 2000. 210)

2. The term **"brand image"** is essential: it shows that reputation and image are not controlled directly by the "brand owner". However though, it is a critical factor, which interweaves all transactions between the brand and its consumers.
3. **"Brand identity"** is something that can be shaped: at the same time, it is important that this can be interpreted in a significantly broader sense than a logo with a design, or a corporate style guide. Brand identity must include the "story of the country".
4. The term **"brand equity"** can be adapted in a sense that the reputation or image of the country is an extremely valuable asset, which must be managed, measured, utilized and fostered in the long term. (For more information on measurability, see Jenes - Malota - Simon 2008)
5. **"Brand purpose"** (or some kind of purposefulness of the brand) is highlighted because it shows that if stakeholder groups are unified along a common strategic vision, we can achieve significant development, and it also indicates that brand management is first and foremost an internal project, which is initiated by local citizens.
6. The definition of **"brand positioning"** may be the most important and most challenging task. This demonstrates which single attribute the country excels at (making it unique and special), and shows what the country's **USP (unique selling proposition)** is. As positioning always involves some kind of narrowing, but a country is very complex in itself, the definition and successful use of brand positioning is extremely difficult.
7. **"Brand personality"** basically describes what characteristics the country would have if it was a human. Would it be serious or cheerful? Would it look into the future, or stare into the past? Is it more masculine or feminine? Young or old? Flexible or rigid? Optimistic or pessimistic? Colourful or grey? Diligent or lazy? Considering these attributes, this little "game" also helps a country to define its target groups or segments. (For more information on this, see the article by Malota and Gyulavári, 2014)
8. The term **"brand innovation"** demonstrates the importance of the key role that ongoing and coherent innovation has in all sectors of national activities, in the case that our aim is to reach and influence international public opinion. Indeed, media are much more interested in new things that show attractive development and vision, rather than mentioning successes achieved in the past.

roku, iż *„Oblicze kraju może być transmitowane do świata z powodzeniem, jeśli wszystkie miasta, instytucje, obywatele, polityka oraz gospodarka – każdy z elementów na swój sposób – przekazują tę samą myśl, ideę lub wizerunek. Być może istnieje setka kolorów i form, ale ogrom wiadomości ma pewien wspólny punkt".* (Hankiss 2000. 210)

2. Termin **„Wizerunek marki"** jest fundamentalny: pokazuje, że reputacja i wizerunek nie są kontrolowane bezpośrednio przez „właściciela marki". Jednak jest to kluczowy czynnik, który przeplata wszystkie transakcje między marką a jej konsumentami.
3. **„Tożsamość marki"** to coś, co można kształtować: jednocześnie ważnym jest, aby można było interpretować ją w znacznie szerszym znaczeniu niż logo z grafiką lub korporacyjny przewodnik stylu. Tożsamość marki musi zawierać „opowieść kraju".
4. Termin **„wartość marki"** można dostosować w takim sensie, iż reputacja lub wizerunek kraju jest niezwykle cennym zasobem, który musi być zarządzany, mierzony, wykorzystywany i wspierany w perspektywie długoterminowej. (Aby uzyskać więcej informacji na temat mierzalności, zob. Jenes - Malota - Simon 2008)
5. **„Cel marki"** (lub pewna celowość marki) jest podkreślony, ponieważ pokazuje, że jeśli grupy interesariuszy zjednoczą się w ramach wspólnej wizji strategicznej, możliwe jest osiągnięcie znacznego rozwoju, a także wskazuje to, iż zarządzanie marką jest przede wszystkim projektem wewnętrznym, który jest inicjowany przez lokalnych mieszkańców.
6. Definicja **„pozycjonowania marki"** może być najważniejszym i najtrudniejszym zadaniem. Pokazuje ono, który atrybut najbardziej wyróżnia kraj (czyniąc go wyjątkowym i specjalnym) i uwidacznia, czym jest **USP (unikalna propozycja sprzedaży)**. Ponieważ pozycjonowanie zawsze wiąże się z pewnym zawężeniem, a kraj jest bardzo złożony sam w sobie, definiowanie i skuteczne wykorzystanie pozycjonowania marki jest niezwykle trudne.
7. **„Osobowość marki"** zasadniczo opisuje cechy charakterystyczne, które posiadałby dany kraj, gdyby był człowiekiem. Czy byłby poważny, czy wesoły? Czy patrzyłby w przyszłość, czy wpatrywał się w przeszłość? Czy jest bardziej męski, czy kobiecy? Młody czy stary? Elastyczny czy sztywny? Optymistyczny czy pesymistyczny? Kolorowy czy szary? Pracowity czy leniwy? Biorąc pod uwagę te cechy, ta mała „gra" pomaga także krajowi zdefiniować grupy lub segmenty docelowe. (Aby uzyskać więcej informacji na ten temat, zob. artykuł Maloty i Gyulavári'ego, 2014)
8. Termin **„innowacyjność marki"** uwidacznia kluczowe znaczenie roli, jaką odgrywają ciągłe i spójne innowacje we wszystkich sektorach działań krajowych, w przypadku, gdy naszym celem jest dotarcie do międzynarodowej opinii publicznej i wpływanie na nią. W rzeczy samej, media są bardziej zainteresowane nowymi rze-

9. **"Lovemark"** is something that all countries wish to become – a brand that is not only respected, but also loved. (See the "classic" book titled *"Lovemarks – The future beyond brands"* by Kevin Roberts.) Such brands have all the following items: mystery (great stories: past, present and future; dream, highlighting myths and icons; and inspiration), senses (sounds, vision, smell, touch, and tastes), intimacy (devotion, empathy, and passion).

Similar approaches from beyond the world of branding

Although the branding terms explained above can be undoubtedly adapted for other countries, the use and practical applicability of the term "country branding" itself have received substantial **criticism**. (See Kaneva 2011, or Anholt 2008, 2010). Some authors only highlight its advantages, e.g. "*with pride against prejudice*" (Wilder 2007), while others point out that country branding is **"commercial nationalism"** (Volcic - Andrejevic 2011).

Even if critics do not dispute that countries may be considered the same way as brands, they do question whether classic branding tools can be used in the case of a country, and whether they can bring about any achievement.

As a result, there have been various suggestions to use **alternative terms**:

- **"Soft power"**: This theoretical concept by Joseph S. Nye appeared in the field of international relations (2003, 2005). According to Nye, the aim of a given country is not any more to force its will on other players of the international system, but to make these countries willing to follow the country, or join it. Accordingly, each country has two basic powers: hard power (for example, military power), and soft power. The image and ideology created by the latter can legitimize the foreign policy objectives realized in the framework of hard power.
- **"Country image management"**: Ying Fan (2010) argued in support of this in his article *"Branding the nation: Towards a better understanding"*, because many people have objections regarding the term "branding", and on the other hand, this new term better describes that process, namely *"process by which a nation's images can be created, monitored, evaluated and proactively managed in order to improve or enhance the country's reputation among a target international audience."* Other authors also prefer country image (see e.g. Nebenzahl 2007), and also there is a reason that the first such organ formed in Hungary was the Country Image Centre, and the Country Brand Council was only established later, following the spread of the terms "country brand" and "country branding".

czami, które wykazują atrakcyjny rozwój i wizję, niż wspominaniem o sukcesach osiągniętych w przeszłości.

9. **„Lovemark"** jest czymś, czym chcą się stać wszystkie kraje – marką, która jest nie tylko szanowana, ale i kochana. (zob. „klasyczną" książkę *„Lovemarks – The future beyond brands"* autorstwa Kevina Robertsa.) Takie marki charakteryzują wszystkie następujące elementy: tajemniczość (wspaniałe historie: przeszłość, teraźniejszość i przyszłość, marzenie, podkreślające znaczenie mitów i ikon, inspiracje), zmysły (dźwięki, wzrok, zapach, dotyk i smaki), intymność (oddanie, empatia, i pasja).

Podobne podejścia spoza świata budowania marek

Chociaż powyższe terminy dotyczące budowania marki można bez wątpienia dostosować do innych krajów, używanie samego terminu „budowanie marki kraju", oraz stosowanie jego założeń w praktyce spotkało się z poważną **krytyką**. (zob. Kaneva 2011, lub Anholt 2008, 2010). Niektórzy autorzy podkreślają tylko jego zalety, np. *„with pride against prejudice*" („z dumą przeciwko uprzedzeniom) (Wilder 2007), podczas gdy inni wskazują, że budowanie marki kraju to **„commercial nationalism"** („komercyjny nacjonalizm") (Volcic - Andrejevic 2011).

Nawet jeśli krytycy nie kwestionują tego, iż kraje mogą być traktowane tak samo jak marki, to kwestionują, czy klasyczne narzędzia brandingowe mogą być stosowane w przypadku kraju i czy mogą przynieść jakiekolwiek osiągnięcia.

W rezultacie pojawiły się różne sugestie dotyczące używania **terminów alternatywnych**:

- **„Miękka siła"**: Ta teoretyczna koncepcja Josepha S. Nye'a pojawiła się w dziedzinie stosunków międzynarodowych (2003, 2005). Według Nye'a, celem danego kraju nie jest już wymuszanie swojej woli na innych graczach w systemie międzynarodowym, ale uczynienie tych krajów skłonnymi do podążania za krajem lub dołączenia do niego. W związku z tym każdy kraj ma dwa podstawowe rodzaje siły: twardą (na przykład siłę militarną) i miękką. Wizerunek i ideologia stworzone przez niego mogą uzasadniać cele polityki zagranicznej realizowane w ramach siły twardej.
- **„Zarządzanie wizerunkiem kraju"**: Ying Fan (2010) opowiedział się za tym pojęciem w swoim artykule *„Branding the nation: Towards a better understanding"*, ponieważ wiele osób ma zastrzeżenia co do terminu „branding", a z drugiej strony, ten nowy termin lepiej opisuje proces, do którego się odnosi, a mianowicie *„proces, dzięki któremu wizerunki narodów mogą być tworzone, monitorowane, oceniane i zarządzane zapobiegawczo w celu poprawy lub wzmocnienia reputacji kraju wśród docelowej publiczności międzynarodowej".* Inni autorzy również preferują wizerunek kraju (zob. np. Nebenzahl 2007), a fakt, że pierwszym takim organem utworzonym na Węgrzech było Centrum ds. Wizerunku

– **"National reputation management"**: While branding is (mistakenly) associated with advertising by the public, and even by some experts, reputation management is usually connected with public relations (PR) tools. Nevertheless, the image and brand of a country can be shaped much more by the latter. It is no coincidence that one of the country brand measurement methodologies Country RepTrak used by Reputation Institute (for more information, see https://www.reputationinstitute.com/country-reptrak, 2018). If we consider management, then this field encompasses "nation branding" and "public diplomacy" at the same time, according to an article by Angell and Modhorst (2014).
– **"Public diplomacy"**: This term appeared significantly earlier than "nation branding": it was first mentioned in the 1960's in the United States and Western Europe. In a traditional sense, "public diplomacy" is a governmental communication activity, which aims to influence the foreign and domestic public at the same time, in the interest of its own foreign policy aims. *"The aim of public diplomacy is acquiring and processing information, acquisition, the creation of long-term commitment, promotion of the country, solidifying international political positions, and – under wartime conditions – propaganda activity."* (Századvég Alapítvány 2005. 3) As a result of the important changes that took part in the 1990's, public diplomacy has undergone changes in terms of its players, publicity and toolset; previously it was almost exclusively controlled by the foreign ministry of the given country. Public diplomacy has become influenced by other ministries, scientific centres, political-strategic think tanks, NGO's and transnational companies. However, public diplomacy does not only try to reach out to the political elite domestically and in the target country; the targeted publicity has been expanded with players who may influence foreign policy decisions indirectly. The direction of development is the following: traditional G2G (government to government) diplomacy has been replaced by G2P (government to people), to be followed by P2P (people to people) diplomacy.
– **"Competitive identity"**: This expression was first mentioned by Simon Anholt, the creator of the term "nation brand" himself, when he became less and less pleased with what certain people meant by nation branding (2009). According to him, competitiveness is of key importance, because the rapid advance of globalisation means that every country must compete with all the others for its share of the world's consumers, tourists, investors, students, entrepreneurs, international sports and cultural events, and for the attention and respect of the international media, of other countries, and the people those countries. Therefore it is necessary to build a strong national identity, and, accordingly, an image. For that reason, a combination of tools

Państwa, a Rada Marki Kraju została założona dopiero później, po rozpowszechnieniu się terminów „budowanie marki kraju" i „marka kraju", nie jest dziełem przypadku.
– **„Zarządzanie reputacją narodową"** : O ile budowanie marki jest (błędnie) kojarzone przez społeczeństwo, a nawet przez niektórych ekspertów, z reklamą, zarządzanie reputacją jest zwykle związane z narzędziami public relations (PR). Niemniej jednak, wizerunek i marka kraju mogą być kształtowane znacznie bardziej przez ten drugi rodzaj działań. To, że jedna z metod pomiaru reputacji kraju, Country RepTrak, używana przez Instytut Reputacji (the Reputation Institute) nie jest zbiegiem okoliczności (więcej informacji można znaleźć na stronie https://www.reputationinstitute.com/country-reptrak, 2018). Jeśli rozważymy zarządzanie, to pole to obejmuje jednocześnie „budowanie marki narodu" i „dyplomację publiczną", zgodnie z artykułem Angella i Modhorsta (2014).
– **„Dyplomacja publiczna"**: termin ten pojawił się znacznie wcześniej niż „budowanie marki narodu": po raz pierwszy użyto go w latach sześćdziesiątych w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej. W tradycyjnym sensie, „dyplomacja publiczna" jest rządową działalnością komunikacyjną, której celem jest wywieranie wpływu jednocześnie na opinię zagraniczną i krajową, w interesie własnych celów polityki zagranicznej. *„Celem dyplomacji publicznej jest zdobywanie i przetwarzanie informacji, nabywanie, zawieranie długoterminowych zobowiązań, promocja kraju, utrwalanie międzynarodowych stanowisk politycznych oraz – w czasie wojny – działalność propagandowa"*. (Századvég Alapítvány 2005. 3) W wyniku reform, które miały miejsce w latach dziewięćdziesiątych, dyplomacja publiczna uległa zmianom pod względem podmiotów, zasięgu medialnego i dostępnych narzędzi; poprzednio była prawie wyłącznie kontrolowana przez ministerstwo spraw zagranicznych danego kraju. Na dyplomację publiczną wpłynęły inne ministerstwa, ośrodki naukowe, think tanki polityczno-strategiczne, organizacje pozarządowe i firmy ponadnarodowe. Jednak celem dyplomacji publicznej jest nie tylko dotarcie do elity politycznej we własnym kraju oraz państwie docelowym; docelowy zasięg medialny uwzględniła graczy, którzy w sposób pośredni mogą wywierać wpływ na decyzje dotyczące polityki zagranicznej. Kierunek rozwoju jest następujący: tradycyjna dyplomacja G2G (rząd wobec rządu) została zastąpiona przez G2P (rząd wobec ludzi), a następnie dyplomację P2P (ludzie wobec ludzi).
– **„Tożsamość konkurencyjna"**: Określenie to zostało użyte po raz pierwszy przez samego Simona Anholta, twórcę terminu „marka narodu", ponieważ nie podobało mu się, co niektórzy ludzie rozumieją przez branding narodowy (2009). Według niego konkurencyjność ma kluczowe znaczenie, ponieważ szybki postęp globalizacji

is required. As Anholt says (2009). *"Competitive Identity (or CI) is the term I use to describe the synthesis of brand management with public diplomacy and with trade, investment, tourism and export promotion. (...) Far more can be achieved if the work of these stakeholders is coordinated, of consistently high quality, and harmonised to an overall national strategy that sets clear goals for the country's economy, its society and its political and cultural relations with other countries. This is a role that none of the conventional disciplines of public diplomacy or sectoral promotion are able to perform alone. (...) CI is a model for enhanced national competitiveness in a global world, and one that is already beginning to pay dividends for a number of countries, cities and regions, both rich and poor."* As he points out, competitive identity is actually a peaceful, humanistic approach to international relations, based on competition, consumer choice and consumer power, and not classical economic, political, or military power. In the latter case, most countries would lose before the race even started.

oznacza, że każde państwo musi rywalizować ze wszystkimi pozostałymi o swoją część konsumentów, turystów, inwestorów, studentów, uczniów przedsiębiorców, udział w sportach międzynarodowych, wydarzeniach kulturowych, a także o uwagę i szacunek międzynarodowych mediów, innych krajów i ludzi z nich pochodzących. Dlatego konieczne jest zbudowanie silnej tożsamości narodowej, jak również wizerunku. Z tego powodu konieczne jest łączne użycie dostępnych narzędzi. Jak mówi Anholt (2009): *„Tożsamość konkurencyjna (lub CI) to termin, którego używam do opisania syntezy zarządzania marką i dyplomacji publicznej oraz handlu, inwestycji, turystyki i promocji eksportu. (...) Można osiągnąć o wiele lepsze rezultaty, jeśli praca zainteresowanych stron jest skoordynowana, konsekwentnie wysokiej jakości i zharmonizowana z ogólną strategią narodu, która wyznacza jasne cele gospodarce kraju, jego społeczeństwu oraz określa polityczne i kulturalne stosunki z innymi krajami. Jest to rola, której żadna z konwencjonalnych dyscyplin dyplomacji publicznej lub promocji sektorowej nie jest w stanie wykonać wyłącznie we własnym zakresie. (...) „CI jest modelem zwiększającym konkurencyjność narodu w globalnym świecie, a wiele krajów, miast i regionów, zarówno bogatych, jak i biednych, już odczuwa płynące z niego korzyści".* Anholt podkreśla, że tożsamość konkurencyjna to w rzeczywistości pokojowe, humanistyczne podejście do stosunków międzynarodowych, oparte na konkurencji, wyborze konsumenta i sile konsumenckiej, a nie klasycznej sile gospodarczej, politycznej lub militarnej. W przypadku tej ostatniej, większość krajów przegrałaby już w przedbiegach.

A summary of findings

Concluding the study, it is worth to summarize the following aspects in an overview table:

- what terminologies connected to country branding have appeared in practice and the literature on country branding,
- the branding of which industry has the most in common with country branding,
- what terminologies can be adapted from the world of branding,
- and, finally, what alternative terms have appeared from beyond the world of branding.

This is a novel summary of the interpretation framework cumulated in the past two decades, all surrounding country branding as a term and activity.

Podsumowanie ustaleń

Na zakończenie badania, warto podsumować następujące aspekty w tabeli poglądowej:

- jakie rodzaje terminologii związane z brandingiem krajowym pojawiły się w działaniach i literaturze dotyczącej brandingu krajowego,
- branding której branży ma najwięcej wspólnego z brandingiem krajowym,
- jakie elementy terminologii mogą zostać przejęte ze świata brandingu,
- i wreszcie, jakie pojawiły się alternatywne terminy, pochodzące spoza świata brandingu.

Jest to nowatorskie podsumowanie ram interpretacyjnych zebranych w ciągu ostatnich dwóch dekad, odnoszących się w całości do brandingu krajowego jako terminu i działania.

Table 3. A classification of terms in connection with country branding
Tabela 3. Klasyfikacja terminów w związku z budowaniem marki kraju

Country branding, synonymous and other connected terminologies/ Branding krajowy, synonimy i inne powiązane terminologie Country branding/ Branding krajowy Nation branding/ Branding narodowy State branding/ Branding państwowy Country-of-origin branding/ Branding kraju pochodzenia Destination branding/ Branding destynacji Location branding/ Branding lokalizacji Territorial branding, or inter-territorial branding/ Branding terytorialny i branding międzyterytorialny Region branding (across country borders)/ Branding regionu (w granicach kraju) Place branding/ Branding miejsca
The sources of branding techniques that can be adapted from other industries/ Źródła technik budowania marki, które mogą zostać przejęte z innych branż Corporate brands operating on the market of products (e.g. the "branded house" philosophy by Samsung)/ Marki korporacyjne działające na rynku produktów (np. filozofia „branded house" firmy Samsung) Umbrella branding/ Branding parasolowy (Product) family branding/ Branding serii produktów Component/ingredient branding (e.g. Intel Inside, Lycra, Teflon, Gore-Tex)/ Branding komponentów / składników (np. Intel Inside, Lycra, Teflon, Gore-Tex) Package branding (Tetra Pak)/ Branding opakowań (Tetra Pak) Service branding/ Branding usług Employer branding/ Employer branding Political branding/ Branding polityczny The branding of non-profit organizations/ Branding organizacji non-profit Business-to-business (B2B) branding/ Branding business-to-business (B2B)
Significant terms from the world of branding that can be adapted for countries/ Znaczące terminy ze świata brandingu, które można dostosować do krajów Brand communication/ Komunikacja marki Brand image/ Wizerunek marki Brand identity/ Tożsamość marki Brand equity*/ Wartość marki* Brand purpose*/ Cel marki* Brand positioning, USP (Unique selling proposition)/ Pozycjonowanie marki, USP (unikalna propozycja sprzedaży) Brand personality/ Osobowość marki Brand innovation / Innowacje marki Lovemark/ Lovemark – budowanie marki oparte na emocjach
Related approaches from beyond the world of branding/ Podobne podejścia spoza świata budowania marki Soft power/ Siła miękka National image management/ Zarządzanie wizerunkiem kraju National reputation management/ Zarządzanie reputacją kraju Public diplomacy/ Dyplomacja publiczna Competitive identity/ Tożsamość konkurencyjna

Source: A summary by the author based on the terms discussed in the article.
Źródło: Podsumowanie autora na podstawie terminów omówionych w artykule.

Conclusions and future directions of research

The aim of the study was to collect and systematize the synonyms of country branding and the terms connected to it. The theoretical significance of the writing is that it serves as a kind of starting point for further research in the field, and provides help for upcoming studies regarding the consistent use of related terminologies.

The practical significance of the study would be especially highlighted if organizations engaged in the building of country brands considered it while setting up the abovementioned theoretical frameworks for their strategy. Conscious country branding (a concept that goes significantly beyond destination branding and raising tourists's interest) may result in high added value in the long term: it

Wnioski i przyszłe kierunki badań

Celem badania było zebranie i usystematyzowanie synonimów brandingu krajowego i związanych z nim terminów. Teoretyczne znaczenie pracy polega na tym, że służy ona jako punkt wyjścia do dalszych badań w tej dziedzinie i zapewnia pomoc w nadchodzących badaniach dotyczących konsekwentnego stosowania powiązanych terminów.

Praktyczne znaczenie tego badania zostałoby uwidocznione szczególnie, jeśli organizacje zaangażowane w budowanie marek krajowych rozważyłyby je podczas tworzenia wyżej wymienionych teoretycznych ram swojej strategii. Świadomy branding krajowy (koncepcja znacznie wykraczająca poza branding destynacji i zwiększanie zainteresowania turystów) może w dłuższej perspektywie mieć wysoką wartość:

may contribute to the stimulation of investment, the increasing of the turnover and exports of the country's products, and the attraction and retaining of talents. Country branding may even improve the country's position in foreign affairs.

As a result of the systematization of terminologies, the subchapters of strategic documents discussing the development of competitiveness may include country branding in a more conscious and focused way. At the same time, the article has also revealed the criticism of the concept of country branding, which should also be considered to facilitate successful country brand building.

The findings of this study may be used for further in-depth research on various aspects of the topic. Each of the four categories explained in the summary table (synonymous and other connected terminologies, branding techniques that can be adapted, terms from the world of branding that can be adapted for countries, related approaches from beyond the world of branding) may be a topic for further study. In a practical sense, it may be especially interesting to analyse the positioning of each country as a brand, get acquainted with good and bad practices, and draw the conclusions.

może przyczynić się do zapoczątkowania inwestycji, zwiększenia obrotów i eksportu produktów krajowych, oraz przyciągnięcia talentów i zatrzymania ich na stałe. Branding krajowy może nawet poprawić pozycję kraju na polu spraw zagranicznych.

W wyniku usystematyzowania terminologii, podrozdziały dokumentów strategicznych omawiających rozwój konkurencyjności mogą uwzględnić budowanie marki kraju w bardziej świadomy i skoncentrowany sposób. Jednocześnie, artykuł ukazuje również krytykę pojęcia budowania marki kraju, którą również należy rozważyć podczas budowania skutecznej marki kraju.

Wyniki tego badania można wykorzystać do przeprowadzenia dalszych dogłębnych badań dotyczących różnych aspektów tego tematu. Każda z czterech kategorii opisanych w tabeli podsumowującej (synonimy i inne powiązane terminologie, techniki brandingowe, które można dostosować, terminy ze świata brandingu, które można dostosować do krajów, powiązane podejścia spoza świata brandingu) mogą być tematem do dalszych badań. W sensie praktycznym, szczególnie interesująca może być analiza pozycji każdego kraju jako marki, zapoznanie się z dobrymi i złymi praktykami oraz wyciągnięcie wniosków.

References/ Literatura

1. Andersson, M. (2007). Region branding: The case of the Baltic Sea Region. *Place Branding and Public Diplomacy, 3*(2), 120-130. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000057
2. Angell, S. I., Mordhorst, M. (2014). National Reputation Management and the Competition State. *Journal of Cultural Economy, 8*(2), 184-201. https://doi.org/10.1080/17530350.2014.885459
3. Anholt, S. (1998). Nation-brands of the twenty-first century. *Journal of Brand Management, 5*(6), 395-406. https://doi.org/10.1057/bm.1998.30
4. Anholt, S. (2002). Foreword to the Special Issue on Country Branding. *Journal of Brand Management, 9*(4), 229-239. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540074
5. Anholt, S. (2005). *Brand New Justice – How Branding Places and Products Can Help the Developing World*. Oxford, UK: Elsevier Butterworth Heinemann.
6. Anholt, S. (2007). *Competitive Identity – The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave MacMillan. https://doi.org/10.1057/9780230627727
7. Anholt, S. (2008). Place branding: Is it marketing, or isn't it? *Place Branding and Public Diplomacy, 4*(1), 1-6. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000088
8. Anholt, S. (2009). *Places: Identity, Image and Reputation*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave MacMillan. https://doi.org/10.1057/9780230251281
9. Anholt, S. (2010). Why ‚Nation Branding' Doesn't Exist. *The Economic Times*. Retrieved from: https://economictimes.indiatimes.com/magazines/brand-equity/why-nation-branding-doesnt-exist/articleshow/5799304.cms
10. Anholt, S. (2011). Beyond the nation brand: The role of identity and image in international relations. In: A. Pike*, Brands and Branding Geographies* (p. 289-301). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
11. Anholt, Simon - Hildreth, Jeremy (2004). *Brand America – The Mother of All Brands*. London, UK: Cyan Books.
12. Barrow, S., Mosley, R. (2005). *The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*. US: Wiley.
13. Berács, J., Clifton, R., Davidson, H., Johnston, Y., Lodge, C., Melissen, J., Morgan, N., Norrman, K.E., Pant, D.R., Porritt, J., Rainisto, S., Wästberg, O. (2006). How has place branding developed during the year that Place Branding has been in publication? *Place Branding and Public Diplomacy, 2*(1), 6-17. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990041
14. Bíró, P. (2009). Magyarországkép 2009: Másképp, más kép – Feltételek és esélyek. („Otherwise, other image – Conditions and chances"). *Marketing és Menedzsment, 43*(2), 56-62.
15. Blain, C., Levy, S.E., Brent Ritchie, J.R. (2005). Destination Branding: Insights and Practices from Destination Management Organizations. *Journal of Travel Research, 43*(4), 328-338. https://doi.org/10.1177/0047287505274646
16. Brodie, R.J., Benson-Rea, M. (2016). Country-of-origin branding – An integrative perspective. *Journal of Product and Brand Management. 25*(4), 322-336. https://doi.org/10.1108/JPBM-04-2016-1138
17. Caldwell, N., Freire, J. R. (2004). The differences between branding a country, a region and a city: Applying the Brand Box Model. *Journal of Brand Management, 12*(1), 50-61. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540201
18. Country RepTrak (2018). *A survey by the Reputation Institute*. Retrieved from: https://www.reputationinstitute.com/country-reptrak
19. Dinnie, K. (ed.) (2008). *Nation Branding – Concepts, Issues, Practice*. Oxford, UK: Elsevier Butterworth-Heinemann.
20. Dzenovska, D. (2005). Remaking the Nation of Latvia: Anthropological perspectives on nation branding. *Place Branding, 1*(2), 173-186. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990019

21. Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy, 6*(2), 97-103. https://doi.org/10.1057/pb.2010.16
22. Feinberg, B.M., Zhao, X. (2011). The Anholt-Gfk Roper Nation Brands Index: Navigating the Changing World. In: F.M. Go, R. Govers, *International Place Branding Yearbook – Managing Reputational Risk* (p. 63-76). Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan.
23. Florek, M. (2005). The country brand as a new challenge for Poland. *Place Branding, 1*(2), 205-214. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990021
24. Fry, J.N. (1967). Family Branding and Consumer Brand Choice. *Journal of Marketing Research, 4*(3), 237-247. https://doi.org/10.1177/00222437670040030 1https://doi.org/10.2307/3149455
25. Gertner, D. (2007). Place branding: Dilemma or reconciliation between political ideology and economic pragmatism? *Place Branding and Public Diplomacy*, *3*(1), 3–7. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000053
26. Giannopoulos, A.A., Piha, L.P., Avlonitis, G.J. (2011). *„Desti–Nation Branding": What for? From the notions of tourism and nation branding to an integrated framework*. Retrieved from: http://culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011/april/biec-roa-nua/desti-nation_branding-_antonios_giannopoulos.pdf
27. Gilmore, F. (2002). A country – Can it be repositioned? Spain – The success story of country branding. *Brand Management, 9*(4), 281-293. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540078
28. Hall, J. (2004). Branding Britain. *Journal of Vacation Marketing. 10*(2), 171-185. https://doi.org/10.1177/135676670401000207
29. Hankiss E. (2000). *Farkasok a Kánaánban, avagy találjuk ki újra Magyarországot - Egy ország keresi a helyét. („Wolves in Cannan, or, let us (re)define Hungary – A country trying to find its place")* In: E. Hankiss Elemér, *Proletár reneszánsz – Tanulmányok az európai civilizációról és a magyar társadalomról („Proletarian renaissance – Studies on European civilization and Hungarian society")* (p. 199-211). Budapest: Helikon Kiadó.
30. Hanna, S., Rowley, J. (2008). An analysis of terminology use in place branding. *Place Branding and Public Diplomacy, 4*(1), 61-75. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000084
31. Henderson, J.C. (2007). Uniquely Singapore? A case study in destination branding. *Journal of Vacation Marketing, 13*(3), 261-274. https://doi.org/10.1177/1356766707077695
32. Herstein, R. (2012). Thin line between country, city, and region branding. *Journal of Vacation Marketing, 18*(2), 147-155. https://doi.org/10.1177/1356766711435976
33. Hunt, J.D. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research, 13*(3), 1-7. https://doi.org/10.1177/004728757501300301
34. Ind, N. (2001). *Living the brand – How to transform every member of your organization into a brand ambassador*. US: Kogan Page.
35. Jenes, B., Malota, E., Simon, J. (2008). Az országimázs mérhetősége elméletben és gyakorlatban. („The measurability of country image in theory and practice"). *Marketing és Menedzsment, 42*(5-6), 137-149.
36. Kaneva, N. (2011). Nation Branding: Toward an Agenda for Critical Research. *International Journal of Communication - USC Annenberg School for Communication and Journalism, 5*, 117-141.
37. Kapferer, J.-N. (2012). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. US: Kogan Page.
38. Kavaratzis, M. (2005). Place Branding: A Review of Trends and Conceptual Models. *The Marketing Review, 5*(4), 329-342. https://doi.org/10.1362/146934705775186854
39. Kerr, G. (2006). From destination brand to location brand. *Journal of Brand Management, 13*(4-5), 276-283. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540271
40. Konecnik, M., Go, F. (2008). Tourism Destination Brand Identity: The Case of Slovenia. *Journal of Brand Management, 15*(3), 177-189. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2550114
41. Konecnik, M. (2002). The Image as a Possible Source of Competitive Advantage of the Destination – The Case of Slovenia. *Tourism Review, 57*(1/2), 6-12. https://doi.org/10.1108/eb058373
42. Kotler, Ph., Haider, D.D., Rein, I. (1993). *Marketing Places – Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York, USA: The Free Press.
43. Lodge, C. (2006). Opinion pieces: How has place branding developed during the year that place branding has been in publication. *Place Branding, 2*(1), 6-17. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990041
44. Malota, E. (2008). Országeredet-hatás. („Country-of-origin effect") In: T. Tóth, *Nemzetközi marketing. („International marketing")* (p. 218-229). Budapest: Akadémiai Kiadó.
45. Malota, E., Gyulavári, T. (2014). Az észlelt kultúraszemélyiség és hatása az ország turisztikai és üzleti célpontként való megítélésére. („The perceived cultural personality and its influence on the judgment of the country as a touristic and commercial destination."). *Vezetéstudomány, 65*(1), 2-13.
46. Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R. (ed.) (2002). *Destination Branding – Creating the Unique Destination Proposition*. London, UK: Elsevier Butterworth Heinemann.
47. Morgan, N. J., Pritchard, A., Piggott, R. (2003). Destination branding and the role of stakeholders: The case of New Zealand. *Journal of Vacation Marketing, 9*(3), 285-299. https://doi.org/10.1177/135676670300900307
48. Morley, M. (2009). Location branding. In: Morley, Michael (ed.). *The Global Corporate Brand Book* (p. 78-88). London, UK: Palgrave MacMillan. https://doi.org/10.1057/9780230239456_7
49. Nebenzahl, I.D. (2007). *National Image and Competitive Advantage*. II Simpósio Internacional de Administração / IV Congresso de Administração da ESPM; Negócios Internacionais: Identidade Nacional, Cultura Global. Sao Paulo, 25-27 July 2007.
50. Noronha, I., Coca-Stefaniak, J.A., Morrison, A. M. (2017). Confused branding? An exploratory study of place branding practices among place management professionals. *CITIES*, 66, 91-98. https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.04.001
51. Nye, J. S. (2003). Propaganda isn't the way: Soft power. *The International Herald Tribune*, 10 January 2003.
52. Nye, J. S. (2005). *The Means to Success in World Politics*. US: PublicAffairs.
53. Olins, W.(2000). *Trading Identities: Why Countries and Companies are Taking on Each Others' Roles*. London, UK: Foreign Policy Centre.
54. Olins, W. (2004). *A márkák – A márkák világa, a világ márkái. („On B®and")* Budapest: Jószöveg Műhely – British Council.
55. Pant, D.R. (2005). A place brand strategy for the Republic of Armenia: ‚Quality of context' and ‚sustainability' as competitive advantage. *Place Branding, 1*(3), 273-282. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990028

56. Papadopoulos, N., Heslop, L. A. (2002). Country Equity and Country Branding. *Journal of Brand Management, 9*(4), 294-314. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540079
57. Papp-Váry, Á.F. (2009). Országmárkázástól a versenyképes identitásig - és még tovább. A country branding megjelenése, céljai és természete. („From country branding to competitive identity – and even further. The rise, aims and nature of country branding.") *Marketing és Menedzsment, 43*(2), 4-19.
58. Pasquinelli, C. (2013). Competition, cooperation and co-opetition: unfolding the process of inter-territorial branding. *Urban Research and Practice, 6*(2013), 1-18. https://doi.org/10.1080/17535069.2012.727579
59. Piskóti, I. (2012). *Régió- és településmarketing – Marketingorientált fejlesztés, márkázás. („Regional and city marketing – Marketing-focused development and branding")*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
60. Rendon, J. (2018). When Nations Need A Little Marketing. *New York Times*, 23 November 2003. Retrieved from: http://www.nytimes.com/2003/11/23/business/business-when-nations-need-a-little-marketing.html
61. Ritchie Brent, J.R., Ritchie, R.J.B. (1998). *The Branding of Tourism Destination: Past Achievements and Future Trends*. Reports of 48th Congress, AIEST, St-Gall, pp. 89-116.
62. Roberts, K. (2004). *Lovemarks – A jövő a márkák után. („Lovemarks: the future beyond brands").* Budapest: Magyar Könyvklub.
63. Subramanian, S.(2017). How to sell a country: the booming business of nation branding. *The Guardian*. 7 November 2017, Retrieved from: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/07/nation-branding-industry-how-to-sell-a-country.
64. Századvég, A. (2015). *Public diplomacy stratégiák. („Public diplomacy strategies").* Retrieved from: https://szazadveg.hu/uploads/media/587ceed607ef2/public-diplomacy-strat.pdf
65. Sziva, I. (2015). *Hazai desztinációs márkák online felmérése – a Magyar TDM Szövetséggel való közös kutatás eredményei – Kutatási jelentés* („An online survey of domestic destination brands – The results of a research project in cooperation with the Hungarian TDM Association"), Budapesti Metropolitan Egyetem – TDM Szövetség, Retrieved from: http://www.tdmszovetseg.eu/files/_tdmsz/download_files/ 103/Desztinaciosmarkakonlineertekelese_Kutatasiosszefoglalo_SzivaIvett.pdf
66. Therkelsen, A., Halkier, H. (2004). *Umbrella Place Branding. A Study of Friendly Exoticism and Exotic Friendliness in Coordinated National Tourism and Investment Promotion – Discussion Paper. Aalborg University, School for Postgraduate Interdisciplinary Research on Interculturalism and Transnationality, Center for International Studies*. Aalborg, Denmark: Spirit Publications.
67. Törőcsik, M., Somogyi, Z. (2009). Az országmárkázás kérdései. („Questions of country branding") *Marketing és Menedzsment, 43*(2), 20-29.
68. Volcic, Z., Andrejevic, M. (2011). Nation Branding in the Era of Commercial Nationalism. *International Journal of Communication - USC Annenberg School for Communication and Journalism, 5*(2011), 598-618.
69. Wilder, J. (2007). Nation branding: With pride against prejudice. *Place Branding and Public Diplomacy, 3*(2), 144-150. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000055
70. Van Ham, P. (2002a). A márkás állam felemelkedése – Az imázs és a hírnév posztmodern logikája. („The rise of the brand state – The postmodern logic of image and reputation") *Marketing és Menedzsment, 36*(1), 3-7.
71. Van Ham, P. (2002b). Branding Territory: Inside the Wonderful Worlds of PR and IR Theory. *Millenium: Journal of International Studies, 31*(2), 249-269. https://doi.org/10.1177/03058298020310020101
72. Youde, J. (2009). Selling the state: State branding as a political resource in South Africa. *Place Branding and Public Diplomacy, 5*(2), 126–140. https://doi.org/10.1057/pb.2009.5

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

IDENTIFYING COCOA MARKETING SYSTEM (*THEOBROMA CACAO L.*) AT UTCUBAMBA AND BAGUA PROVINCES IN THE REGION OF AMAZONAS-PERU

OKREŚLENIE SYSTEMU MARKETINGOWEGO KAKAO (*THEOBROMA CACAO L.*) W PROWINCJACH UTCUBAMBA I BAGUA W REGIONIE AMAZONAS-PERU

Vicente M. Castañeda Chávez[1(A,D,E,F,G)], **Polito M. Huayama Sopla**[1(A,C,G)], **Pablo A. Rituay Trujillo**[1(B)]

[1]Institute of Agri-business, Toribio Rodríguez de Mendoza National University in Chachapoyas, Amazonas-Peru
Instytut Agrobiznesu, Narodowy Uniwersytet Toribio Rodrígueza de Mendoza w Chachapoyas, Amazonas-Peru

Castañeda Chávez, V. M., Huayama Sopla, P. M., Rituay Trujillo, P.A. (2018). Identifying cocoa marketing system (*Theobroma Cacao L.*) at Utcubamba and Bagua provinces in the region of Amazonas-Peru/ Określenie systemu marketingowego kakao (*Theobroma Cacao L.*) w prowincjach Utcubamba i Bagua w regionie Amazonas-Peru . *Economic and Regional Studies, 11*(4), 27-36. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0033

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: Q13

Submitted:
October 2018

Accepted:
December 2018

Tables: 1
Figures: 7
References: 14

Summary

Subject and purpose of work: The purpose of the study was to identify the marketing system of cocoa (*Theobroma cacao L.*) traditionally used by producers in the provinces of Utcubamba and Bagua in the Amazonas region in Peru.
Materials and methods: The study was conducted by means of the diagnostic survey method, using direct interviews with a specified population that consisted of 90 producers out of a total of 1239 affiliates grouped in 3 agricultural organizations. The study was developed in 2017.
Results: The cocoa marketing system in the Amazonas region is related to the traditionally used forms and methods of production as well as to the agents involved in it.
Conclusions: The cocoa marketing system identified in the provinces under study is a free market governed by laws of supply and demand with the sale of the product to intermediaries mainly in its fresh state and as raw material.

Keywords: Cocoa, production and marketing systems, district, province, region, producer organization

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: Q13

Zgłoszony:
październik 2018

Zaakceptowany:
grudzień 2018

Tabele: 1
Rysunki: 7
Literatura: 14

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Przedmiotem i celem pracy było określenie systemu marketingowego kakao (*Theobroma cacao L.*) tradycyjnie stosowanego przez producentów w prowincjach Utcubamba i Bagua w regionie Amazonas w Peru.
Materiały i metody: Badanie przeprowadzono metodą ankiety diagnostycznej, wykorzystując bezpośrednie wywiady z określoną liczebnie populacją, która wynosiła dokładnie 90 producentów spośród 1239 podmiotów stowarzyszonych w 3 organizacjach rolniczych. Badanie zostało opracowane w 2017 roku.
Wyniki: System marketingowy kakao w regionie Amazonas jest związany z tradycyjnie stosowanymi formami i metodami produkcji oraz z podmiotami, które w nich uczestniczą.
Wnioski: System marketingowy kakao zidentyfikowany w badanych prowincjach jest wolnym rynkiem regulowanym przez prawa popytu i podaży, gdzie produkt jest sprzedawany pośrednikom głównie w stanie nieprzetworzonym i jako surowiec.

Słowa kluczowe: kakao, systemy produkcji i marketingu, okręg, prowincja, region, organizacja producentów

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *Prof. Dr. Hab. Vicente Marino Castañeda Chávez (ORCID 0000-0002-9886-8136), Calle Las Violetas N° 111, Depto. N° 102, Casuarinas Sur, Santiago de Surco, Lima 33, telephone: +51 995 078 623, e-mail: v.mcast@hotmail.com; Mgr. Eng. Polito Michael Sopla Huayama (ORCID 0000-0002-4892-5331), Adjunct professor at UNTRM, telephone: +51 969 894 620. e-mail: polito.huayama@untrm.edu.pe; Pablo Alfredo Rituay Trujillo, UNTRM, telephone: +51 987 119 698; e-mail: prituaytrujillo@gmail.com;*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Vicente M. Castañeda Chávez, Polito M. Huayama Sopla, Pablo A. Rituay Trujillo. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

In a consultancy conducted within the framework of the joint study on quality products linked to origin, the FAO-IICA organizations (2007) consider that "the center of the origin of cocoa seems to be located in the Northwest part of South America, in the high Amazon area. However, indications of large cacao plantations have been found in the territories occupied by the Mayan civilization in the Yucatan peninsula. It is currently cultivated in most tropical countries, in an area between 20° North latitude and 20° South latitude of the equatorial line" (p. 11). "Cocoa is a food rich in minerals, vitamins and fiber, which offers numerous benefits. In addition, it has nutritional and therapeutic properties, used for the production of various products" (MINAGRI 2016, p. 6).

In the Study Notes of Tutor 2u Economics (pp. 1-3) one can find that cocoa is a cash crop for some of the world's poorest farmers – revenue from producing and selling cocoa provides a livelihood to 40-50 million people in Africa, Latin America, and Southeast Asia. The freeing up of the cocoa marketing systems in the 1990s meant that prices in most cocoa producing countries have been largely determined by international prices... With open trading on international markets, cocoa prices have shown greater variation in most cocoa-producing countries, reflecting changes in international cocoa prices and variations in exchange rates.

In relation to the Supply-side, the study argues -between others- that most cocoa is grown by smaller farms; that supply is vulnerable to pests and extreme weather conditions such as intense rainy or dry periods; that long-term cocoa production has been affected by a lack of investment in cocoa plantations and also by population shift away from farms towards urban areas; that competition from other more profitable crops has hit cocoa production (such as rubber in Brazil and Indonesia or the coca plant in Peru); that productivity is low – as measured by yields per hectare. This is partly the result of limited capital investment spending but also due to ageing trees and limited producer uptake of selection and breeding programmes. Soil fertility levels are declining in many countries

About cocoa prices, incomes and economic development the study considers: that the importance of cocoa to developing country producers cannot be overestimated - more than three million farmers depend on cocoa for a major part of their income; that it is imperative for producers to move up the value chain into manufacturing, marketing and sales, as countries can capture more income from their participation in the chocolate industry; that the price that a small-scale cocoa farmer gets for their raw product is a tiny percentage of the price paid by final consumers; that corporations themselves recognize the threats of unstable incomes, ageing plantations and falling productivity on cocoa supplies.

With respect to the demand-side, the study considers: that most of the global demand for cocoa

Wstęp

W konsultacjach prowadzonych w ramach wspólnego badania jakości produktów w powiązaniu z ich pochodzeniem, organizacje FAO-IICA (2007) uważają, że „centrum pochodzenia kakao wydaje się znajdować w północno-zachodniej części Ameryki Południowej, w wyższych partiach obszaru Amazonas. Jednakże dane wskazujące na istnienie wielkich plantacji kakao znaleziono na terytoriach zajmowanych przez cywilizację Majów na półwyspie Jukatan. Obecnie uprawiane jest ono w większości krajów tropikalnych, na obszarze pomiędzy 20° szerokości północnej a 20° szerokości geograficznej południowej, wzdłuż linii równikowej" (s. 11). „Kakao jest pokarmem bogatym w minerały, witaminy i błonnik, o licznych korzystnych właściwościach. Ponadto posiada ono właściwości odżywcze i terapeutyczne, wykorzystywane do produkcji różnych produktów" (MINAGRI 2016, s. 6).

W Uwagach Badawczych Tutor 2u Economics (s. 1-3) można znaleźć twierdzenie, że kakao jest uprawą towarową dla jednych z najbiedniejszych rolników na świecie - dochody z produkcji i sprzedaży kakao stanowią źródło utrzymania dla 40-50 milionów ludzi w Afryce, Ameryce Łacińskiej i Azji Południowo -Wschodniej. Uwolnienie systemów marketingowych kakao w latach 90 ubiegłego stulecia spowodowało, że ceny w większości krajów produkujących kakao były w dużej mierze uzależnione od cen międzynarodowych... W przypadku otwartego handlu na rynkach międzynarodowych ceny kakao wykazały większe zróżnicowanie w większości krajów produkujących kakao, odzwierciedlając zmiany w międzynarodowych cenach kakao i zmiany kursów walut.

W odniesieniu do strony Podaży, badania dowodzą - między innymi - że większość kakao jest uprawiana przez mniejsze gospodarstwa; że podaż jest wrażliwa na występowanie szkodników i ekstremalnych warunków pogodowych, takich jak intensywne pory deszczowe lub pory suche; że długoterminowa produkcja kakao została dotknięta brakiem inwestycji w plantacje kakao, a także przez przesunięcie populacji z gospodarstw rolnych w kierunku obszarów miejskich; że konkurencja ze strony innych, bardziej dochodowych upraw wpłynęła negatywnie na produkcję kakao (np. kauczuk w Brazylii i Indonezji lub koka w Peru); że wydajność jest niska - mierząc ją plonami z hektara. Wynika to częściowo z ograniczonych nakładów inwestycyjnych, ale również z powodu starzenia się drzew i ograniczonego udziału producentów w programach selekcji i hodowli. Poziomy żyzności gleby spadają w wielu krajach

W odniesieniu do cena kakao, dochodów i rozwoju gospodarczego, badanie to stwierdza, że: znaczenie kakao dla producentów z krajów rozwijających się jest nie do przecenienia - znacząca część dochodu ponad trzech milionów rolników uzależniona jest od kakao; sprawą wielkiej wagi jest to, aby producenci zajęli wyższą pozycję w łańcuchu wartości dążąc w kierunku produkcji, marketingu i sprzedaży, ponieważ ich kraje mogą czerpać więcej dochodów z uczestnictwa w branży czekoladowej; cena, jaką drobny plantator kakao otrzymuje za swój surowiec, jest niewielkim

comes from processing-businesses who use cocoa beans to make chocolate-based products including chocolate bars, powdered drinks and powdered chocolate used in cakes; that global demand for cocoa in richer developed countries has grown only slowly in recent years and in some countries it has fallen because of the effects of the recession, etc.

To CEI (2012), "around 90% of production comes from small properties that do not have more than 5 hectares, are poorly organized and have precarious infrastructures that often have to resort to intermediaries to sell their crops. They face a very concentrated market with few buyers (also called traders), who sell cocoa beans to an equally concentrated processing industry. Two-thirds of the world's cocoa production are processed in the industrialized world" (p. 5).

According to figures provided by ICCO (2017), in 2015, Africa is the first producer of cocoa beans with 72.3% of total world production, followed by America with 18.3% and finally Asia and Oceania with 9.4%. For CEI (2012) "the world production of cocoa currently occupies more than seven million hectares and the main producing areas are in tropical rainforest zones. Given the enormous value of this habitat for the ecological health of the planet, the ecological impacts that have occurred in its area of production undoubtedly have an influence that goes far beyond the geographical limits of the crop" (p. 55). The world production of cocoa beans reaches an average of 460 Kg/Ha. CEI (2012, p.15) considers that there are two types of cocoa: the "basic" cocoa and the "fine" aromatic cocoa. More than 90% of the cocoa produced each year is basic or in bulk cocoa. The basic cocoa comes mostly from Africa and Brazil, especially from the variety "forastero" (outsider). The fine aromatic cocoa has different characteristics of aroma and flavor, that is why it is very sought after by chocolate manufacturers (p.15). For Durán Ramírez (2010) the "criollo" (creole), fine or "trinitario" (trinitary) cocoa, "only represents between 5% and 8% of the world production, to the extent that its cultivation is very difficult, prone to plagues: this situation has influenced the limited spread and even decrease of their cultivation areas" (p. 44). MINAGRI (2014), assures that around 44% of Peruvian production corresponds to fine cocoa (Creole + native) and 56% corresponds to basic cocoa (CCN-51 + outsider). Peru is considered as a net exporting country of fine aromatic cocoa, occupying in 2016, third place in the world in this area.

The Diario Gestión (2016, June 1), reports that, when interviewing the Minister of Agriculture of Peru, he argued that there are now more than ninety thousand cocoa-producing families in 16 of the 25 regions of the country and that it is currently the third producer in Latin America with a level of eighty five thousand metric tons of production.

The average production of cocoa in Peru is concentrated in 7 of the 16 regions where it is grown, that is, 93% in San Martín, Junín, Cusco, Ucayali, Ayacucho, Amazonas and Huánuco (MINAGRI 2017,

odsetkiem ceny płaconej przez konsumentów końcowych; same korporacje dostrzegają zagrożenia niestabilnego dochodu, starzenia się plantacji i spadku wydajności dostaw kakao.

Jeśli chodzi o stronę popytową, badanie stwierdza, że: większość globalnego zapotrzebowania na kakao pochodzi z przetwórstwa - przedsiębiorstw, które wykorzystują ziarno kakaowca do wytwarzania produktów czekoladowych, w tym batoników czekoladowych, napojów w proszku i sproszkowanej czekolady stosowanej w wypiekach; globalne zapotrzebowanie na kakao w bogatszych krajach rozwiniętych rośnie w ostatnich latach powoli, a w niektórych krajach spadło z powodu skutków recesji itp.

Według CEI (2012) „około 90% produkcji pochodzi z małych plantacji, które nie mają więcej niż 5 hektarów, są słabo zorganizowane i mają chwiejną infrastrukturę, i które często muszą się uciekać się do korzystania z pośredników, aby sprzedawać swoje plony. Stawiają one czoła bardzo skoncentrowanemu rynkowi z niewielką liczbą nabywców (zwanych także handlarzami), którzy odsprzedają ziarno kakaowca przemysłowi przetwórczemu o podobnym stopniu koncentracji. Dwie trzecie światowej produkcji kakao przetwarzane jest w świecie uprzemysłowionym" (s. 5).

Według danych dostarczonych przez ICCO (2017), w 2015 r. Afryka jest pierwszym producentem ziarna kakaowca wytwarzającym 72,3% całkowitej światowej produkcji, za którym pasuje się Ameryka z 18,3%, a na końcu Azja i Oceania z 9,4%. Według CEI (2012) „światowa produkcja kakao zajmuje obecnie obszar ponad siedmiu milionów hektarów, a główne obszary produkcji znajdują się w strefach tropikalnych lasów deszczowych. Biorąc pod uwagę ogromną wartość tego siedliska dla ekologicznego zdrowia planety, skutki ekologiczne, które wystąpiły w obszarze jego produkcji niewątpliwie mają wpływ, który wykracza daleko poza granice geograficzne upraw» (str. 55). Światowa produkcja ziarna kakaowca wynosi średnio 460 kg/ha. CEI (2012, s. 15) uważa, że istnieją dwa rodzaje kakao: „podstawowe" kakao i „delikatne" aromatyczne kakao. Ponad 90% rocznej produkcji kakao to odmiana podstawowa, czy też kakao luzem. Podstawowe kakao pochodzi głównie z Afryki i Brazylii, szczególnie z odmiany „forastero" (zagraniczna). Delikatne aromatyczne kakao ma odmienne cechy aromatyczne i smakowe, dlatego jest bardzo poszukiwane przez producentów czekolady (s.15). W opinii Durán Ramírez (2010) odmiany kakao „criollo" (creole), delikatne lub „trinitario" (trinitary) „stanowią jedynie od 5% do 8% światowej produkcji, ze względu na to, że ich uprawa jest bardzo trudna i są one podatne na choroby: sytuacja ta wpłynęła na ich ograniczone rozprzestrzenienie się, a nawet na zmniejszenie ich obszarów uprawnych" (s. 44). MINAGRI (2014) zapewnia, że około 44% peruwiańskiej produkcji to delikatne kakao (Creole + rodzime), a 56% to kakao podstawowe (CCN-51 + obce). Peru jest uważane za kraj eksportowy delikatnego aromatycznego kakao, zajmując w 2016 r. trzecie miejsce na świecie w tej kategorii.

Diario Gestión (2016, 1 czerwca) informuje, że podczas wywiadu Minister Rolnictwa Peru twierdził, że

p. 2). Amazonas ranks 5th in the national production with a yield of 0.6 MT/Ha, and a share of 5.7% of the total (MINAGRI 2017, p. 3). MINAGRI (2016), reports that the national production of cocoa showed a significant increase between 2009 and 2015, going from 36.8 thousand tons in 2009 to 87.3 thousand tons in 2015. It means an increase of 137.2% in that period (p. 48).

The cultivation of cocoa in the Amazonas region is very important for the family economy of rural areas, since small farmers, in addition to coffee and other fruit-trees, include it as an integral part of the diversified productive unit. Currently, at the region level, it is estimated that there are about 3783 hectares of cocoa plantations, of which 20% is farmed under irrigation and the remaining 80% in water deficient areas, obtaining yields ranging from 550 to 650 Kg/Ha.

This activity involves approximately 2700 cocoa farmers. The districts with the highest production of cocoa are Copallín, La Peca and Imaza in the province of Bagua; the districts of Cumba, Lonya Grande, Bagua Grande and Cajaruro in the province of Utcubamba. Throughout the region, 2300 metric tons of dry cocoa are produced. The highest concentration of plantations and cocoa production is found in the province of Bagua, where there are currently 2862 hectares of cocoa for an involved population of 2350 families (MINCETUR-UE-PERU/PENX 2008, September, p. 69). According to MINAGRI (2016), the weather conditions of the Amazonas region allow the production of cocoa of the creole variety or native, a variety that occupies 90% of the plantations in this area. The size of the farms is approximately 1.3 hectares on average per producer family (p. 49).

INFOCOMM-UNCTAD (2007, September 1), (cited by Andrade Aguirre, CM (2007, November 30, pp. 21-22) indicates that in the international market there are three types of marketing systems in cocoa-producing countries: The Marketing Board, the Stabilization Box and the Free Market(p. 25). The Marketing Board is a system that is used mainly in Anglo-Saxon-speaking African countries … This is characterized by having a State agency that serves as monopoly on the internal and external marketing of cocoa. The Stabilization Box is another system used by French-speaking African countries. It works similarly to the Marketing Board, but with less State intervention, and the handling of the product for export. It is carried out by private agents that have been previously authorized by the box…The Free Market, which is used in almost all the producing countries of America, Indonesia and Malaysia, presents a variety of private agents that participate in the marketing chain; there is no direct State intervention in internal and external commercialization; so the prices are determined according to international standards. The government has a limited role, only in relation to quality controls, taxes and supervision (p. 26).

According to Ramírez (2006), in the commercialization of cocoa "international

obecnie ponad dziewięćdziesiąt tysięcy rodzin w 16 z 25 regionów kraju zajmuje się produkcją kakao i że czyni to Peru trzecim producentem Ameryki Łacińskiej, którego poziom produkcji wynosi osiemdziesiąt pięć tysięcy ton.

Średni poziom produkcji kakao jest skoncentrowany w 7 z 16 regionów Peru, w których jest uprawiane, tj. 93% w San Martín, Juninie, Cusco, Ucayali, Ayacucho, Amazonas i Huánuco (MINAGRI 2017, s. 2). Amazonas zajmuje 5-te miejsce w krajowej produkcji z wydajnością 0,6 MT/ha i udziałem wynoszącym 5,7% produkcji całkowitej (MINAGRI 2017, s. 3). Według MINAGRI (2016) krajowa produkcja kakao znacznie wzrosła w latach 2009-2015. Odnotowano wzrost z 36,8 tys. ton w 2009 r. do 87,3 tys. ton w 2015 r. Oznacza to, że w tym okresie produkcja kakao wzrosła o 137,2% (s. 48).

Uprawa kakao w regionie Amazonas jest bardzo ważna dla gospodarki rodzinnej obszarów wiejskich, ponieważ dla drobnych rolników stanowi ona, oprócz kawy i innych drzew owocowych, integralną część zdywersyfikowanej jednostki produkcyjnej. Obecnie, na poziomie regionalnym, szacuje się, że istnieje około 3783 hektarów plantacji kakao, z których 20% jest uprawiane z nawodnieniem, a pozostałe 80% na obszarach z niedoborem wody. Uzyskane plony wahają się od 550 do 650 kg/ha.

W tą działalność zaangażowanych jest około 2700 rolników. Okręgi o najwyższej produkcji kakao to Copallín, La Peca i Imaza w prowincji Bagua; okręgi Cumba, Lonya Grande, Bagua Grande i Cajaruro w prowincji Utcubamba. W całym regionie produkuje się 2300 ton suchego kakao. Najwyższa koncentracja plantacji i produkcji kakao znajduje się w prowincji Bagua, gdzie obecnie znajduje się 2862 hektarów upraw kakao na których pracuje 2350 rodzin (MINCETUR-UE-PERU/PENX 2008, wrzesień, s. 69). Według MINAGRI (2016), warunki pogodowe w regionie Amazonas umożliwiają produkcję kakao z odmiany creole lub rodzimej, którą zajmuje się 90% plantacji na tym obszarze. Wielkość gospodarstw wynosi średnio około 1,3 hektara na jedną rodzinę producentów (s. 49).

INFOCOMM-UNCTAD (1 września 2007), (cytowany przez Andrade Aguirre, CM (30 listopada 2007, s. 21-22) wskazuje, że rynek międzynarodowy w krajach produkujących kakao funkcjonuje dzięki trzem rodzajom systemów marketingowych: Rada ds. Marketingu, Pole Stabilizacji i Wolny Rynek (s. 25). Rada ds. Marketingu to system stosowany głównie w krajach afrykańskich posługujących się językiem angielskim. Charakteryzuje się on występowaniem agencji rządowej działającej jak monopolista w zakresie wewnętrznego i zewnętrznego marketingu kakao. Pole Stabilizacji to kolejny system używany głównie przez francuskojęzyczne kraje afrykańskie. Działanie tego systemu jest podobne do Rady ds. Marketingu, ale zakłada mniejszą interwencję państwa i przygotowywanie produktu do eksportu. Realizacją tego systemu zajmują się prywatne podmioty upoważnione do tego przez pole stabilizacji. Na System Wolnego rynku, stosowany obecnie przez prawie wszystkie kraje producenckie Ameryki, Indonezji i Malezji składa się grupa prywatnych agentów, którzy uczestniczą w łańcuchu marketingowym;

standards require that it has to be dry and fermented (maximum of 7.5% humidity), free of grain with smoke odor, free of abnormal odors and any evidence of adulteration so that the product is of negotiable quality. In addition, it must be reasonably free from live insects, broken grains, fragments and parts of shells and uniform in size" (p. 13).

In Amazonas due to the deficient technological-productive development, the limitations to the access of the credit, the disorganization among the producer associations, among other factors, it has not yet been possible to improve the commercialization systems in a technical way that allow improvement of the income of the producers of cocoa. It gives the impression that this situation also occurs in the neighboring cocoa producing countries, in this regard Pérez Gutiérrez (2013) commenting on the same topic in his thesis, says that "in Ecuador, the same farmer is generally responsible for the harvest and for the transport of the product to the point of business with the intermediary, either in the farmhouse, on the neighborhood road or near a market" (p. 34).

In a publication of CATIE (2012), Eduardo Somarriba, when speaking about the quality of cacao, believes that "in the context of changes that the food market is undergoing, quality is now seen with different eyes. For example, the quality of cocoa is not restricted now to the determination of fat content, the percentages of husk and industrial yield, but it takes also into account organoleptic aspects (flavor, aroma, etc.), human health (presence of contaminants such as agrochemicals or toxins produced by fungi and molds) and environmental awareness (organic and ecological seals) and social aspects (fair trade) (p. 12).

nie ma bezpośredniej ingerencji państwa w wewnętrzne ani zewnętrzne stosunki handlowe; więc ceny są ustalane zgodnie z międzynarodowymi standardami. Rząd ma ograniczoną rolę, która sprowadza się do kontroli jakości, podatków i nadzoru (s. 26).

Według Ramíreza (2006), aby kakao mogło zostać wprowadzone do obrotu, „międzynarodowe standardy wymagają: wysuszenia i poddania fermentacji (maksymalnie 7,5% wilgotności), braku ziaren o dymnym zapachu, nieprzyjemnej woni, czy też śladów zafałszowania, aby produkt posiadał jakość pozwalającą na ustalenie ceny handlowej. Ponadto, w racjonalnym wymiarze, nie może zawierać żywych owadów, połamanych ziaren, fragmentów ani części łusek i musi być jednorodne pod względem rozmiaru" (s. 13).

Poprawa systemu wprowadzania do obrotu handlowego, umożliwiająca wzrost dochodów producentów kakao w Amazonas nie jest jeszcze możliwa ze względu na niewystarczający rozwój technologiczno -produkcyjny, ograniczenia dostępu do kredytu i dezorganizację wśród stowarzyszeń producentów. Wydaje się, że ta sytuacja ma również miejsce w sąsiednich krajach produkujących kakao, co sprowokowało komentarz Pérez'a Gutiérrez'a, że „w Ekwadorze ten sam rolnik jest generalnie odpowiedzialny zarówno za zbiory jak i transport produktu do miejsca zawierania transakcji z pośrednikiem, w gospodarstwie, na drodze nieopodal lub w pobliżu targowiska"(s. 34).

W publikacji CATIE (2012), Eduardo Somarriba, mówiąc o jakości kakao, uważa, że „w kontekście zmian, które zachodzą na rynku żywności, jakość jest obecnie postrzegana inaczej. Jakość kakao nie zależy już tylko od zawartości tłuszczu, procentów łuski i wydajności przemysłowej. Pod uwagę są również brane aspekty organoleptyczne (smak, aromat, itp.), zdrowie człowieka (obecność zanieczyszczeń takich jak jako agrochemia lub toksyny wytwarzane przez grzyby i pleśnie) oraz świadomość ekologiczna (oznaczenia klasy organicznej i ekologicznej) oraz aspekty społeczne (sprawiedliwy handel) (s. 12).

Materials and methods

The research was developed in the districts of Bagua Grande and Cajaruro in the province of Utcubamba and in the districts of Bagua, La Peca, Copallín, Aramango and Imaza in the province of Bagua, covering a total of 1239 producers who grow cocoa in a total area of 1710 hectares and that are partners of the agricultural organizations, shown in Table 1.

The investigation was carried out by means of the diagnostic survey method and validated interviews, which were carried out using questionnaires developed on the basis of previous investigations. The interviews were applied to a stratified sample of a finite population of 90 producers representing the three organizations under study, as indicated below:

Materiały i metody

Badania zostały przeprowadzone w okręgach Bagua Grande i Cajaruro w prowincji Utcubamba oraz w okręgach Bagua, La Peca, Copallín, Aramango i Imaza w prowincji Bagua, obejmując łącznie 1239 producentów uprawiających kakao na łącznej powierzchni wynoszącej 1710 ha i będących partnerami organizacji rolniczych przedstawionych w tabeli 1.

Badania zostały przeprowadzone za pomocą metody sondażu diagnostycznego i zweryfikowanych wywiadów, które odbyły się z zastosowaniem kwestionariuszy opracowanych na podstawie wcześniejszych badań. Wywiady zastosowano wobec rozwarstwionej próby populacji o określonej liczbie, tj. 90 producentów, reprezentujących trzy badane organizacje, jak wskazano poniżej:

Table 1. Sampling plan
Tabela 1. Schemat doboru próby

Association or Cooperative/ **Stowarzyszenie lub Spółdzielnia**	N° of partners/ **Liczba partnerów**	N° of partners * $F_{E/}$ Liczba partnerów * FE	n_i
Central Association of Agricultural Producers of Amazonas (CEPROAA)/ Centralne Stowarzyszenie Producentów Rolnych Amazonas (CEPROAA)	512	37.19	37
Association of Cocoa and Coffee Producers of Amazonas (APROCAM)/ Stowarzyszenie Producentów Kakao i Kawy regionu Amazonas (APROCAM)	420	30.51	31
Coffee Cooperative "La Palma" Ltd. (CCPALMA)/ Coffee Cooperative (Spółdzielnia Producentów Kawy) „La Palma" Ltd. (CCPALMA)	307	22.3	22
Total/ Razem	**1239**		90

Source: Own elaboration.
Źródło: Opracowanie własne.

The study was carried out in the year 2017. The information was organized, tabulated and processed to present the results through the distribution of frequencies and graphic representations using Excel 2013 software.

Badanie przeprowadzono w roku 2017. Informacje zostały uporządkowane, zestawione w tabele i przetworzone w celu przedstawienia wyników poprzez rozkład częstotliwości i przedstawienia graficzne za pomocą oprogramowania Excel 2013.

Results

The survey conducted among producers under study revealed that the partners of the organizations are individual producers, some are traders and a minimal selection of them are producers and traders at the same time.

Wyniki

Badanie przeprowadzone wśród producentów ujawniło, że partnerami organizacji są indywidualni producenci, niektórzy z nich to handlowcy, a niewielka część to jednocześnie producenci i handlowcy.

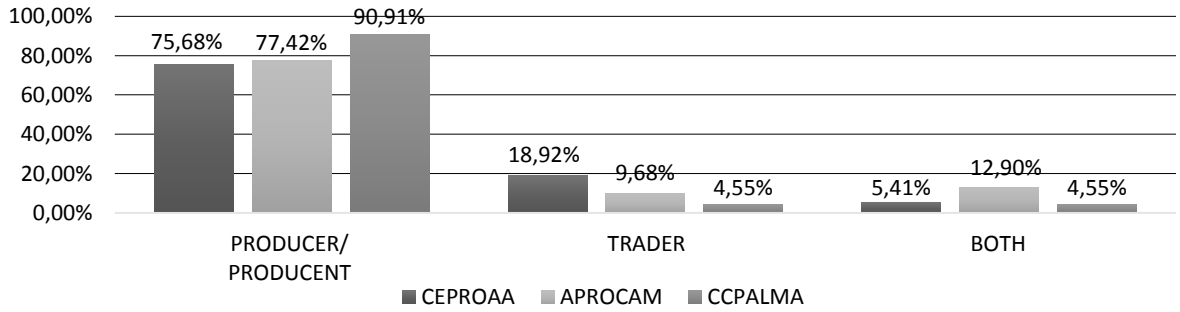

Figure 1. Conditions of partners of the organizations
Rysunek 1. Warunki partnerów organizacji
Source: Own elaboration.
Źródło: Opracowanie własne.

The producers have been associated with eminent purposes of crop placement and sale, which correspond mostly to the "native" variety. The sale is mostly in a fresh state because it is more profitable for them. Individual producers sell the harvest to their own organizations, who are in charge of placing the product in the internal or external market.

Producenci stowarzyszyli się mając przede wszystkim na celu uprawę i sprzedaż plonów, co oznacza głównie plony odmiany „rodzimej". Produkty sprzedawane są w stanie nieprzetworzonym, ponieważ jest to bardziej dochodowe dla producentów. Producenci indywidualni sprzedają zbiory swoim własnym organizacjom, które są odpowiedzialne za wprowadzenie produktu na rynek wewnętrzny i zewnętrzny.

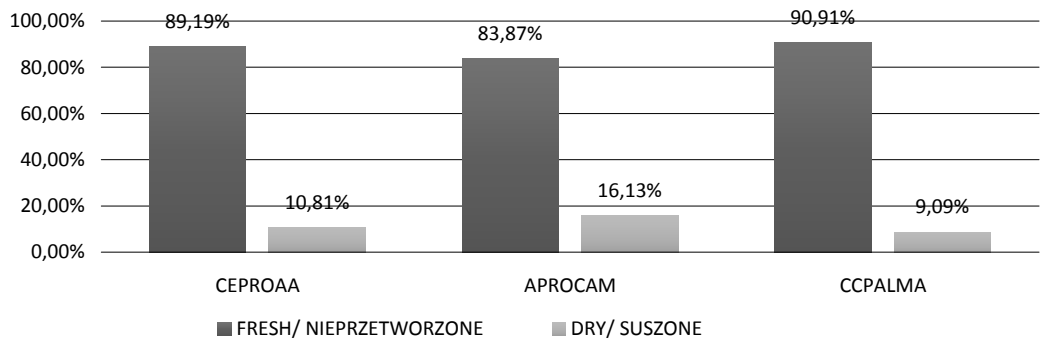

Figure 2. State in which the product is sold
Rysunek 2. Stan w jakim produkt jest sprzedawany
Source: Own elaboration.
Źródło: Opracowanie własne.

The conditions that traders impose to buy fresh cocoa have to do with the variety of the product followed by the price and finally the contents of impurities. When traders buy dry product, they take into consideration the variety, then the humidity percentage and finally the price.

Warunki, które handlarze nakładają przy skupie kakao w stanie nieprzetworzonym dotyczą odmiany produktu, ceny oraz zawartości zanieczyszczeń. W przypadku zakupu produktu wysuszonego, handlarze biorą pod uwagę odmianę, procent wilgotności, a na końcu cenę.

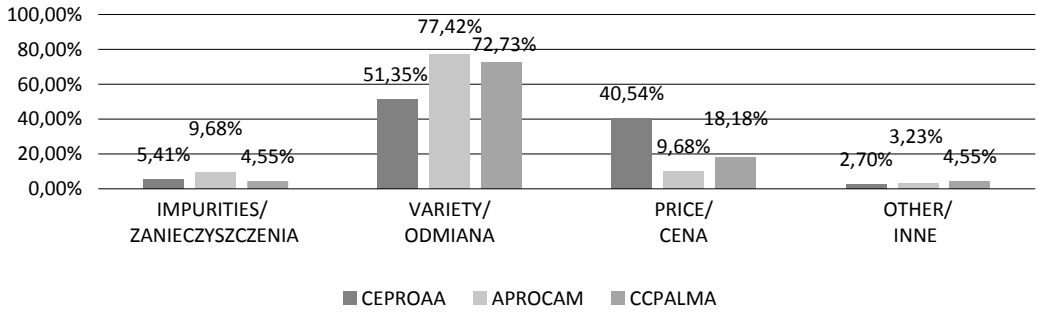

Figure 3. Purchase conditions of fresh cocoa
Rysunek 3. Warunki skupu kakao w stanie niepzretworzonym
Source: Own elaboration.
Źródło: Opracowanie własne.

There are few producers who give some additional value to the product and most of them do not receive any benefits from the State or from traders. The majority consider that it is necessary to improve marketing channels, however, 100% of them are not satisfied with the prices paid by collectors per quintal of the product.

Tylko kilku producentów podnosi wartość produktu, przy czym większość z nich nie otrzymuje żadnych świadczeń od państwa czy też handlarzy. Większość z nich uważa, że konieczne jest usprawnienie kanałów marketingowych, natomiast 100% z nich jest niezadowolonych z cen płaconych przez skupujących za kwintal produktu.

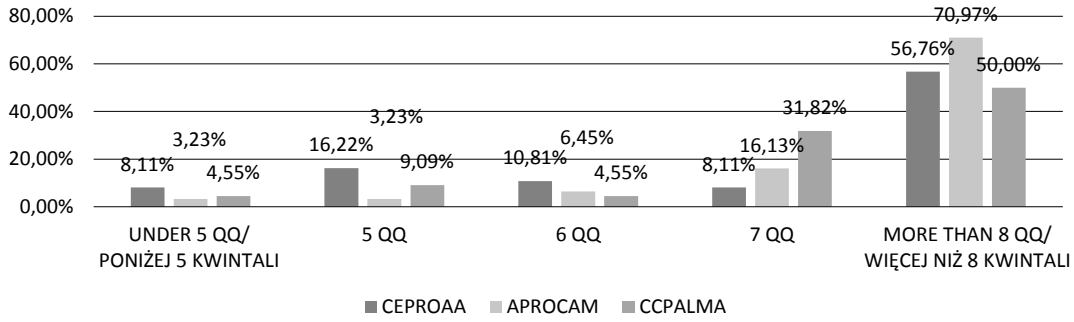

Figure 4. Yield per hectare
Rysunek 4. Plony z hektara
Source: Own elaboration.
Źródło: Opracowanie własne.

Producers used to dry cocoa beans outdoors. The process by dryers or awning is very small, due to the fact that available mechanical means are in very bad condition or are non existent.

Producenci suszyli ziarna kakaowca na zewnątrz. Proces suszenia za pomocą suszarni lub zadaszenia jest ograniczony, z uwagi na zły stan środków mechanicznych lub ich brak.

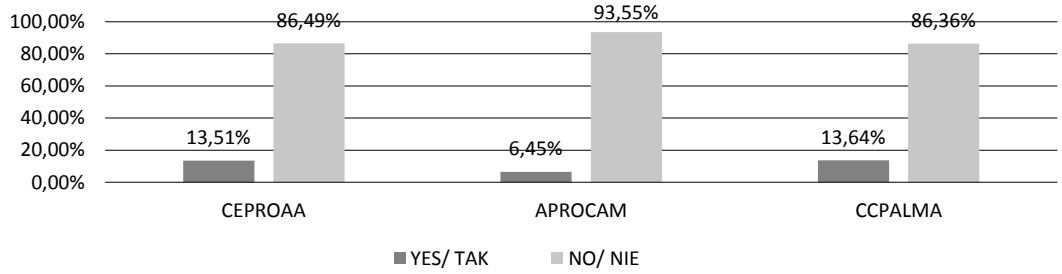

Figure 5. Inadequate infrastructure
Rysunek 5. Nieodpowiednia infrastruktura
Source: Own elaboration.
Źródło: Opracowanie własne.

The producers in their majority carry out the fermentation in the collector centers of their organizations, taking approximately 3 to 4 days to complete the process. A minority of them ferment the product on their own farms.

Producenci w większości przypadków prowadzą fermentację w magazynach zbiorczych swoich organizacji, a zakończenie tego procesu zajmuje około od 3 do 4 dni. Mniejsza część producentów fermentuje produkt we własnych gospodarstwach.

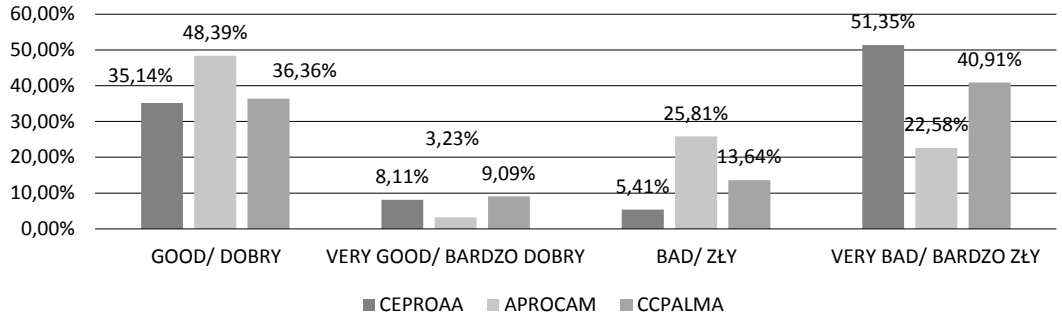

Figure 6. Mechanical means for drying cocoa
Rysunek 6. Mechaniczne metody suszenia kakao
Source: Own elaboration.
Źródło: Opracowanie własne.

Also producers in their majority consider it necessary to process the product on their own. In second position we find that producers consider that it is better to sell cocoa for export in grain.

Większość producentów również uznaje za konieczne samodzielne przetworzenie produktu. Na drugim miejscu znajdujemy producentów uważających, że lepiej sprzedawać kakao na eksport w postaci ziarna.

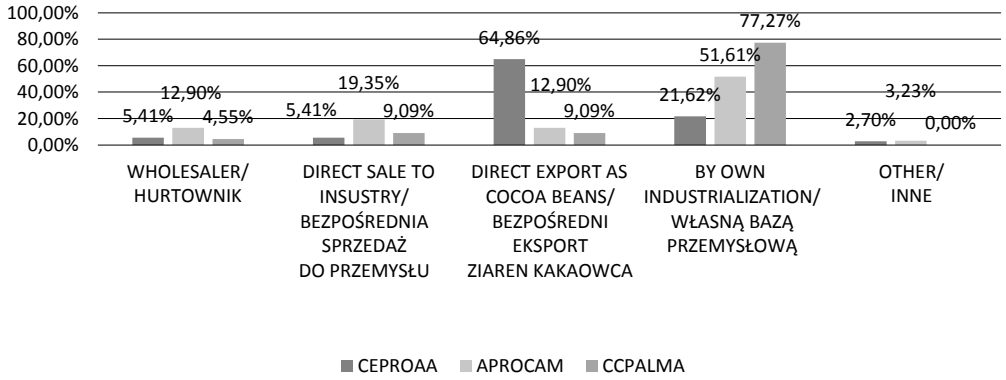

Figure 7. Selling types of the product
Rysunek 7. Rodzaje sprzedaży produktu
Source: Own elaboration.
Źródło: Opracowanie własne.

Discussion

The organizations under study, have a large majority of members who are dedicated to the production of cocoa, that is to say, they are producers that produce and commercialize cocoa mostly of the conventional or native variety and that usually sell it in a fresh state because they find it more profitable due to the elimination of post-harvest treatment costs. In this way, we can see that 90,91% of associates of CCPALMA, 77,42% of associates of APROCAM and 75,68% of associates of CEPROAA are basically producers. In relation to the production of varieties, the native one is produced at 86,49% by CEPROAA, 68,18% by CCPALMA and 67,74% by APROCAM. CCPALMA, CEPROAA and APROCAM report a sale of cocoa as a fresh product in 90,91%; 89,19% and 83,87% respectively.

For this type of sale, they must comply with the conditions imposed by traders, such as the variety of the product, reasonable prices and that the product is free of impurities. There is no doubt that for the wholesale buyer, it is more profitable to buy the product but in a dry state, for which it imposes conditions such as the variety, the percentage of humidity as well as the price of the product. APROCAM, CCPALMA and CEPROAA report the sale of fresh cocoa depending on the variety at 77,42%; 72,73% and 51,35% respectively. In relation to dry cocoa the percentages depending on the variety are as follow: 72,97% for CEPROAA, 61,29% for APROCAM and 36,36% for CCPALMA.

The conditions of production and commercialization of the grain are really inadequate and are carried out by hand without any intervention or support from the State or from the traders themselves. The properties lack adequate infrastructure. The grain is dried outdoors whether on their own farms or in the facilities of the organizations, the same happens with the fermentation process, which takes place between 3 and 6 days. APROCAM shows a 93,55% of inadequate infrastructure for production and commercialization follows by CEPROAA with 86,49% and finally by CCPALMA with 86,36%. in relation to mechanical means for drying cocoa, CEPROAA reports a 51,35% of equipment in very bad condition, meanwhile APROCAM reports that 48,39% of its equipment is in good condition.

The producers also do not feel satisfied with the prices obtained per kilogram of cocoa beans sold. However, the prices in the provinces under study as well as at the national level are governed by the rules of the free market and consequently by the increase or decrease of the supply and demand of the product. APROCAM reports that it produces more than 8 quintals per hectare of cocoa in a 70,97% follows by CEPROAA with 56,76% and finally CCPALMA with 50,00%, however in relation to prices obtained from traders, all of them are in disagree with the amounts received.

Dyskusja

Znaczna większość członków badanych organizacji, którzy zajmują się produkcją kakao, to producenci, którzy wytwarzają i wprowadzają do obrotu głównie kakao odmiany konwencjonalnej lub rodzimej, które zwykle sprzedawane jest w stanie nieprzetworzonym, co jest korzystniejsze dla producentów, z powodu eliminacji kosztów przetwarzania plonów po zbiorze. W ten sposób widzimy, że 90,91% członków CCPALMA, 77,42% członków APROCAM i 75,68% członków CEPROAA to w zasadzie producenci. W odniesieniu do produkcji odmian, odmiana rodzima jest produkowana w 86,49% przez CEPROAA, w 68,18% przez CCPALMA i w 67,74% przez APROCAM. CCPALMA, CEPROAA i APROCAM odnotowały sprzedaż kakao jako produktu nieprzetworzonego w wysokości odpowiednio 90,91%, 89,19% i 83,87%.

W przypadku sprzedaży kakao w tym stanie, producenci muszą spełnić warunki nałożone przez handlarzy, takie jak odmiana produktu, rozsądne ceny oraz to, że produkt jest wolny od zanieczyszczeń. Nie ma wątpliwości, że dla odbiorcy hurtowego korzystniejszy jest zakup produktu w stanie suchym, na który nakłada takie warunki jak odmiana, procent wilgotności, a także cena produktu. APROCAM, CCPALMA i CEPROAA podały sprzedaż kakao w stanie nieprzetworzonym w zależności od odmiany w wysokości odpowiednio 77,42%, 72,73% i 51,35%. W odniesieniu do kakao w stanie suchym, udział procentowy zależny od odmiany to kolejno: 72,97% dla CEPROAA, 61,29% dla APROCAM i 36,36% dla CCPALMA.

Warunki, w jakich ziarna są produkowane i wprowadzane do handlu są nieodpowiednie, ponieważ odbywa się to ręcznie bez jakiejkolwiek interwencji czy wsparcia ze strony państwa lub samych handlarzy. Tereny uprawne nie posiadają odpowiedniej infrastruktury. Suszenie ziarna odbywa się na zewnątrz, niezależnie od tego czy w gospodarstwach producentów, czy w obiektach organizacji, dotyczy to także procesu fermentacji, który trwa od 3 do 6 dni. APROCAM wykazuje w 93,55% nieodpowiednią infrastrukturę dla procesów produkcyjnych i handlowych w stosunku do CEPROAA z 86,49% i na końcu CCPALMA z 86,36%, w odniesieniu do mechanicznych metod suszenia kakao, CEPROAA odnotowało 51,35% urządzeń w bardzo złym stanie, podczas gdy APROCAM odnotowało 48,39% urządzeń w stanie dobrym.

Producenci nie czują się również zadowoleni z cen uzyskanych za sprzedany kilogram ziaren kakaowca. Jednakże ceny w badanych prowincjach, jak również na poziomie krajowym podlegają zasadom wolnego rynku i w rezultacie są zależne od wzrostu lub spadku podaży i popytu na produkt. APROCAM podaje, że ponad 8 kwintali kakao z hektara produkuje 70,97% producentów, następnie CEPROAA z odsetkiem 56,76% i wreszcie CCPALMA z odsetkiem 50,00%, jednak odnośnie cen uzyskanych od handlarzy żadna z tych trzech organizacji nie zgadza się z otrzymywanymi kwotami.

Conclusions

The cocoa (Theobroma cacao L.) market system identified via the present study in the provinces of Utcubamba and Bagua in the Amazonas region, is a Free Market with a wide variety of private agents participating in the production and marketing chain, without the direct or indirect intervention of the State in the internal and external commercialization, which is why the prices are fixed according to the offer and the demand of the product and according to the international standards.

The agents involved in the chains of production and marketing are composed of small producers who, for the purposes of stockpiling and marketing, have been associated with the next link in these chains and which are the three organizations that are the subject of the study. These organizations are responsible for post-harvest processing and the subsequent sale of the product to the national and international market via medium and large intermediaries settled in some cities in the northern part of the country or in the capital of the republic.

Producers in the provinces of Utcubamba and Bagua prefer to market fresh cocoa, that is, as raw material, since this allows them to minimize post-harvest costs, but this type of sale is only for the domestic market. For export, the demand is mostly in dry cocoa, drying process that is carried out in the facilities of the three organizations.

Amazonas produces 90% of native cocoa variety, that is to say, of the fine and aromatic variety, which makes it competitive in the international market, but to accomplish with such a purpose it must develop conveniently all its processes of production and commercialization.

Wnioski

System marketingowy kakao (Theobroma cacao L.) zidentyfikowany na podstawie niniejszego studium w prowincjach Utcubamba i Bagua w regionie Amazonas to wolnorynkowy system z szeroką gamą prywatnych podmiotów uczestniczących w łańcuchu produkcji i sprzedaży, bez pośredniej lub bezpośredniej interwencji państwa w handel wewnętrzny lub zewnętrzny, co powoduje, że ceny ustalane są zgodnie z podażą i popytem na dany produkt oraz zgodnie z normami międzynarodowymi.

Podmiotami zaangażowanymi w łańcuchy produkcji i sprzedaży są drobni producenci, którzy dla celów gromadzenia zapasów i handlu zostali powiązani z kolejnym ogniwem tych łańcuchów, czyli trzema organizacjami, które są przedmiotem badania. Organizacje te są odpowiedzialne za przetwarzanie produktu po zbiorach, a następnie za jego sprzedaż na rynek krajowy i międzynarodowy poprzez średnich i dużych pośredników, którzy mają siedziby w niektórych miastach w północnej części kraju lub w stolicy republiki.

Producenci w prowincjach Utcubamba i Bagua wolą wprowadzać do obrotu kakao w stanie nieprzetworzonym, czyli jako surowiec, ponieważ pozwala to zminimalizować koszty przetwarzania produktu po zbiorach, jednak ten rodzaj sprzedaży przeznaczony jest wyłącznie na rynek krajowy. Na eksport sprzedaje się głównie kakao w postaci wysuszonej, a proces suszenia odbywa się w obiektach tych trzech organizacji.

Amazonas produkuje 90% kakao odmiany rodzimej, czyli delikatnej i aromatycznej, co zapewnia jej konkurencyjność na rynku międzynarodowym, jednak, aby osiągnąć taki cel, musi ona w dogodny sposób rozwinąć wszystkie procesy produkcji i sprzedaży.

References/ Literatura:

1. Andrade Aguirre, C.M. (2007). *La viabilidad económica del cultivo del cacao en México a través de una economía sostenible.* (Tesis inédita de título). México: Universidad de Las Américas, Puebla.
2. CATIE (2012). *Calidad del Cacao en Centroamérica: Un vistazo a la situación en 2009.* En M. Villalobos Rodríguez, Sh. Orozco Estrada (Compls.). Parte 1: Conferencias magistrales: *La calidad del cacao.* Costa Rica: Turrialba.
3. CEI (2012). *Perfil Cacao Orgánico. Perfil de mercado: cacao orgánico-Europa.* Managua: Trade Point Managua.
4. Cocoa Market/tutor2uEconomics. Retrieved from: https://www.tutor2u.net/economics/reference/cocoa-market
5. Diario Gestión (2016). Lima: Gestión.
6. Durán Ramírez, F. (2010). *Cultivo y Explotación del Cacao.* Bogotá: Grupo Latino Editores.
7. *FAO-IICA (2007). Estudio de caso: Determinación de origen "Cacao Arriba".* Quito: IICA.
8. ICCO (2017, agosto 31). *Cocoayear 201/17.*Quarterly Bulletin of Cocoa statistics, XLIII(3). INFOCOMM-UNCTAD (2007, septiembre). *Información de Mercado sobre Productos Básicos: Cacao.* Retrieved from: http://www.Unctad.org/infocomm/espagnol/cacao/cadena.htm
9. MINAGRI (2017). *Cacao. El Perú Centro de Origen de la Biodiversidad del Cacao.* Cocoa Fact Sheet. Lima: Dirección General Agrícola.
10. MINAGRI (2016). *Estudio del CACAO en el Perú y el Mundo. Un análisis de la producción y el comercio*. Lima: dirección de Estudios Económicos e Información Agraria.
11. MINAGRI (2014). *Catálogo de Cultivares de Cacao del Perú.* 3ª ed. Lima: Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria.
12. MINCETUR-UE-PERÚ/PENX (2008). *Estudio de caracterización del potencial genético del Cacao en el Perú.* Lima: M & O CONSULTING S.A.C.
13. Pérez Gutiérrez, G.S. (2013). *Plan de negocios para la exportación de cacao producido en la región 7 (Loja, Zamora y El Oro) hacia Holanda.* (Tesis inédita de maestría), Universidad de Cuenca, Ecuador.
14. Ramírez, P. (Comp.) (2006, Junio). *Estructura y dinámica de la cadena de cacao en el Ecuador: Sistematización de información y procesos en marcha.* Quito: GTZ-Programa GESOREN.

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

TYPES OF RISK IN BANKING OPERATIONS – CATEGORIZATION AND DEFINITIONS

RODZAJE RYZYKA W DZIAŁALNOŚCI BANKOWEJ – KATEGORYZACJA I DEFINICJE

Tomasz Adamowicz[1(A,B,C,D,E,F,G)]

[1]Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

Adamowicz, T. (2018). Types of risk in banking operations - categorization and definitions/ Rodzaje ryzyka w działalności bankowej – kategoryzacja i definicje. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 37-56. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0034

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: G32

Submitted:
October 2018

Accepted:
November 2018

Tables: 3
Figures: 0
References: 18

Summary

Subject and purpose of work: The article deals with the issue of risk mainly in banking activity. Different definitions of risk were reviewed as tools for risk management in banks and for regulatory activities by institutions. **Materials and methods:** The research material was taken from the subject literature and official documents of financial market institutions - international organizations, as well as foreign and domestic financial institutions. They were mainly legal acts, standards and guidelines/ recommendations. Particular attention was paid to documents published by banking supervision authorities. **Results:** As a result of the study, the multiplicity of concepts and approaches were found to define and identify banking risks as the categorizations presented by regulators seemed to be a standard to apply in risk management practices. **Conclusions:** Among the risk categorization used by banks, the leading ones have been presented by supervisory authorities. Defining the types of risk in operations should be the first stage of the internal risk management process which is necessary for banks' survival. Ensuring high quality of the implementation of the first stage determines the efficiency and effectiveness of the entire process. The decisive requirements set by European and national regulators with regard to banks' application of risk categorization as part of the risk management system contributed to mitigating the phenomena related to the global financial crisis among banks in Europe.

Keywords: risk, banking risk, banking risk management, prudential regulations

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: G32

Zgłoszony:
październik 2018

Zaakceptowany:
listopad 2018

Tabele: 3
Rysunki: 0
Literatura: 18

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Przedmiotem pracy jest ryzyko, szczególnie ryzyko bankowe. Dokonano przeglądu i oceny różnych definicji ryzyka i możliwości ich wykorzystania do zarządzania ryzykiem w bankach i do działalności regulacyjnej instytucji nadzorczych. **Materiały i metody:** Materiał badawczy został zaczerpnięty z literatury przedmiotu oraz oficjalnych dokumentów instytucji rynku finansowego – organizacji międzynarodowych, zagranicznych i krajowych instytucji finansowych. Są to głównie akty prawne, standardy oraz wytyczne/zalecenia. Szczególną uwagę poświęcono dokumentom opublikowanym przez organy nadzoru bankowego. **Wyniki:** W wyniku badań stwierdzono wielość koncepcji i podejść dotyczących definiowania i identyfikacji ryzyka bankowego, przy czym jako wzorcowe do zastosowania w praktyce zarządzania ryzykiem wydają się kategoryzacje prezentowane przez regulatorów. **Wnioski:** Wśród kategoryzacji ryzyka używanych przez banki, wiodące są zaprezentowane przez ograny nadzorcze. Zdefiniowanie rodzajów ryzyka w działalności powinno być pierwszym etapem wewnętrznego procesu zarządzania ryzykiem, który jest niezbędny do przetrwania banków. Zapewnienie wysokiej jakości realizacji pierwszego etapu warunkuje skuteczność i efektywność całego procesu. Zdecydowane wymagania stawiane przez europejskich i krajowych regulatorów, w zakresie posiadania i stosowania przez banki kategoryzacji ryzyka w ramach systemu zarządzania ryzykiem, przyczyniły się do złagodzenia wśród banków zjawisk związanych ze światowym kryzysem finansowym w Europie.

Słowa kluczowe: ryzyko, ryzyko bankowe, zarządzanie ryzykiem bankowym, regulacje ostrożnościowe

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *mgr Tomasz Adamowicz (ORCID 0000-0003-0378-3832), Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Wydział Nauk Ekonomicznych i Technicznych, ul. Sidorska 95/97, 21-500 Biała Podlaska, Polska; tel: +48 83 344-99-05, e-mail: htjp@wp.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Tomasz Adamowicz. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

This article aims to review and evaluate various definitions of risk and the possibilities of their use for risk management in banks and for regulatory activities. Various definitions of risk, risk concepts and attitudes towards it have been presented. Focusing on the risk in the operation of banks, its types and categorization methods have been illustrated. Identification of these issues in the bank is the starting point for establishing a risk management process. It also provides the necessary basis for further work on risk management.

The importance of banking risk and proper management is of great practical importance, as negligence in this area inevitably leads to large financial losses and may endanger the survival of the institution. Then, all achievements in the area of sales, the effort of many employees will be wasted, and most importantly, the funds deposited by the clients as well as the owners' resources may be at risk of losing. The systemic risk aspect resulting from the problems of a single but large bank may prove even more important.

Research methodology

The work uses knowledge and conclusions from the analysis of literature in the field of banking risk management. In addition to articles and books, the official documents of financial market institutions - international organizations, foreign and domestic financial institutions, especially central banks as well as domestic and foreign supervisory authorities, were used extensively. These are mainly legal acts, standards and guidelines/recommendations that regulate the issue of risk management[1]. The documents of global and European bodies - the Basel Committee[2] and the European Banking Authority are of particular importance here (EBA)[3]. Own experience of over a dozen years of work as a supervisor of banking supervision was also used.

Risk in business activity, its essence and ways of defining

From the beginning of the twenty-first century, starting from corporate scandals (Enron, Worldcom), through the global financial crisis commenced in 2008, which is still smouldering, the importance of phenomena in the following areas has increased significantly in the economic environments:

– risk - in the context of its proper understanding and management,

[1] Supervisory documents are a kind of framework in which risk identification and its management in banks in located.

[2] The Basel Committee is an organization operating at the Bank for International Settlements to set global standards for prudential regulation for banks and provides a forum for a regular cooperation in banking supervision matters

[3] EBA (European Banking Authority) is an independent institution of the European Union aimed at ensuring effective and consistent prudential regulation and supervision in the European banking sector.

Wstęp

Niniejszy artykuł ma na celu przegląd i ocenę różnych definicji ryzyka i możliwości ich wykorzystania do zarządzania ryzykiem w bankach i do działalności regulacyjnej. Prezentowane są różnorodne definicje ryzyka, koncepcje ryzyka oraz postawy wobec niego. Koncentrując się na ryzyku w działalności banków, przedstawiono jego rodzaje i sposoby kategoryzacji. Identyfikacja tych zagadnień w banku jest punktem startowym ustanowienia procesu zarządzania ryzykiem. Stanowi ona także niezbędną kanwę dla dalszych prac traktujących o zarządzaniu ryzykiem.

Istotność ryzyka bankowego i właściwego nim zarządzania ma ważne znaczenie praktyczne, gdyż zaniedbania w tym obszarze nieuchronnie prowadzą do dużych strat finansowych i mogą zagrozić przetrwaniu instytucji. Wtedy wszelkie osiągnięcia w obszarze sprzedaży, wysiłek wielu pracowników zostanie zmarnowany, a co najważniejsze, zagrożone utratą mogą być zarówno środki wpłacone przez klientów jak i zasoby właścicieli. Jeszcze ważniejszy może okazać się aspekt ryzyka systemowego, wynikającego z problemów pojedynczego, lecz dużego banku.

Metodyka badań

W pracy wykorzystane zostały wiedza i wnioski z analizy literatury w zakresie zarządzania ryzykiem bankowym. Poza artykułami i pozycjami książkowymi w szerokim zakresie wykorzystano oficjalne dokumenty instytucji rynku finansowego – organizacji międzynarodowych, zagranicznych i krajowych instytucji finansowych, zwłaszcza banków centralnych oraz krajowych i zagranicznych organów nadzorczych. Są to głównie akty prawne, standardy oraz wytyczne/zalecenia, regulujące problematykę zarządzania ryzykiem[1]. Szczególnie ważne są tu dokumenty organów o zasięgu światowym i europejskim – Komitetu Bazylejskiego[2] i Europejskiego Urzędu ds. Nadzoru Bankowego (EBA)[3]. Wykorzystano także własne doświadczenia kilkunastu lat pracy jako inspektora nadzoru bankowego.

Ryzyko w działalności gospodarczej, jego istota i sposoby definiowania

Od początku dwudziestego pierwszego wieku, zaczynając od skandali korporacyjnych (Enron, Worldcom), poprzez światowy kryzys finansowy rozpoczęty w 2008 roku, który tli się nadal, w środowiskach gospodarczych wzrosło istotnie znaczenie zjawisk w obszarach:

[1] Dokumenty nadzorcze stanowią swojego rodzaju ramy, w których posadowiona jest identyfikacja ryzyka i dalsze nim zarządzanie w bankach

[2] Komitet Bazylejski jest organizacją działającą przy Banku Rozrachunków Międzynarodowych zajmującą się ustanawianiem globalnych standardów w zakresie regulacji ostrożnościowych dla banków i stanowi forum regularnej współpracy w sprawach nadzoru bankowego

3 EBA (European Banking Authority) jest niezależną instytucją Unii Europejskiej mającą na celu zapewnienie efektywnych i spójnych regulacji ostrożnościowych i nadzoru w europejskim sektorze bankowym.

– corporate governance,
– regulations and provisions standardizing banking activity.

Economic shocks, a crisis in many countries of the world in various dimensions and at various levels: on the real estate, financial, debt and other markets caused that a wide range of stakeholders of financial institutions - owners, creditors, employees, managers, regulators, as well as some clients - increased their requirements towards financial institutions in the area of identification and risk sensitivity as well as transparency, i.e. disclosure of the level of risk incurred by these institutions. This means the need to understand and increase the level of knowledge among these groups of stakeholders in the field of risk and to look for methods of risk management, in particular financial risk.

– ryzyka – w kontekście jego właściwego zrozumienia i zarządzania,
– ładu korporacyjnego,
– regulacji i przepisów normujących działalność bankową.

Wstrząsy gospodarcze, kryzys w wielu krajach świata w różnych wymiarach i na różnych płaszczyznach: na rynku nieruchomości, finansowym, zadłużeniowym i innych sprawiły, iż szerokie grono interesariuszy instytucji finansowych – właściciele, wierzyciele, pracownicy, osoby zarządzające, regulatorzy, a także część klientów – zwiększyło swoje wymagania wobec instytucji finansowych w sferze identyfikacji i wrażliwości na ryzyko oraz przejrzystości, czyli ujawnienia poziomu ryzyka, na jakie narażone są te instytucje. Oznacza to konieczność zrozumienia i zwiększenia poziomu wiedzy wśród wymienionych grup interesariuszy w dziedzinie ryzyka oraz poszukiwania metod zarządzania ryzykiem, w szczególności ryzykiem finansowym.

Definition of risk

Risk is one of the most important phenomena in economic sciences, especially in financial sciences. It is also a concept present in the everyday life of people and in business. A significant number of people and business entities notice the need to know the risk, its aspects and effects, and want to protect against it, reduce its level or accept such a size, which in "normal" circumstances will bring satisfactory income. This last observation refers primarily to financial institutions which activity is to a large extent based on taking financial risks.

Risk is an abstract concept and its roots come from a trivial observation that life in its various spheres is full of surprises. The word 'risk' comes from the old Italian word 'risicare', which means 'dare'. Risk applies to people, business entities and larger communities, e.g. states. The concept of risk is also associated with other concepts: happiness, unhappiness, destiny, uncertainty, probability, chance, etc.

Risk is an ambiguous concept, difficult to define. In various fields of science it is interpreted differently, therefore the creation of one universal definition is impossible. The identified, most important definitions of risk, focusing on different aspects of this concept are presented below.

1. In natural language, risk means a measure/assessment of a threat or hazard resulting either from probable events independent from us or the possibility of consequences of a decision. Therefore, risk is an indicator of a state or an event that can lead to losses (http://pl.wikipedia.org/wiki/Ryzyko 17/09/2017).
2. The term of risk is also commonly used to describe other situations or conditions, such as: (a) the state of emergency, (b) the possibility of an unforeseen event, (c) the possibility of obtaining a result different from the expected one.
3. Generally, in the colloquial sense, risk is usually understood as the possibility of unpredictable

Definicja ryzyka

Ryzyko jest jednym z najbardziej istotnych zjawisk w naukach ekonomicznych, szczególnie w naukach o finansach. Jest to również pojęcie obecne w codziennym życiu ludzi oraz w działalności gospodarczej. Znaczna część ludzi i podmiotów gospodarczych zauważa potrzebę poznania ryzyka, jego aspektów i skutków oraz pragnie zabezpieczyć się przed nim, zmniejszyć jego poziom lub też zaakceptować taką jego wielkość, która w „normalnych" okolicznościach przyniesie zadawalający dochód. Tta ostatnia obserwacja odnosi się przede wszystkim do instytucji finansowych, których działalność opiera się w znacznym stopniu na podejmowaniu ryzyka finansowego.

Ryzyko jest pojęciem abstrakcyjnym a jego korzenie wywodzą się z trywialnej obserwacji, że życie w jego różnych sferach jest pełne niespodzianek. Słowo „ryzyko" pochodzi od starowłoskiego słowa „risicare", co oznacza „odważyć się". Ryzyko dotyczy zarówno ludzi, podmiotów gospodarczych, jak i większych zbiorowości, na przykład państw. Z pojęciem ryzyka wiązane są również inne pojęcia: szczęście, nieszczęście, przeznaczenie, niepewność, prawdopodobieństwo, szansa, itp.

Ryzyko jest pojęciem wieloznacznym, trudnym do zdefiniowania. W różnych dziedzinach nauk jest ono różnie interpretowane, dla tego stworzenie jednej uniwersalnej definicji jest niemożliwe. Poniżej zaprezentowano zidentyfikowane, najważniejsze definicje ryzyka, koncentrujące się na różnych aspektach tego pojęcia.

1. W języku naturalnym ryzyko oznacza jakąś miarę/ocenę zagrożenia czy niebezpieczeństwa wynikającego albo z prawdopodobnych zdarzeń od nas niezależnych, albo z możliwości konsekwencji podjęcia decyzji. Ryzyko jest więc wskaźnikiem stanu lub zdarzenia, które może prowadzić do strat (http://pl.wikipedia.org/wiki/Ryzyko, 17.09.2017).
2. Termin ryzyko jest jednak używany powszechnie także na określenie innych sytuacji lub sta-

events, resulting in adverse effects - the risk of losing a job, the risk of a traffic accident, flood risk, risk of financial loss, risk of death. However, the above common definition of risk does not seem to be correct in terms of financial risk and risk in the activity of banks. In this area of definition, one should consider two states in which decisions can be made: state of certainty and state of uncertainty. Confidence is the lack of doubt. In the conditions of certainty, it is sufficient to choose between the effects of actions in the selection of optimization measures, so that the selection of consequences clearly defines one of the methods of action (Gątarek, et al., 2001, p. 7). Unfortunately, in real life or economic conditions, the state of certainty is rather rare.

4. Risk can be understood as potential variability of events. This variability means that the effects of actions cannot be precisely predicted and uncertainty can be experienced. Exposure to risk - in every aspect - occurs wherever any activity, actions or activities generate potential benefits or losses that cannot be predicted. Risk is an objective concept and can therefore be measured (Williams, Smith, Young, 2002, pp. 28-29).
5. Scientific risk definitions are associated with states of certainty and uncertainty. The first concept of the economic risk theory was announced by A.H. Willet in 1901, which assumed that risk is a term with different meanings commonly used in everyday life. Combining the concept of risk with the concept of uncertainty, he decided that one should only talk about the impression or illusion of randomness, which is the result of the imperfection of knowledge about the laws that govern the reality. According to Willet: "Risk is an objectified uncertainty of an undesirable event. Risk changes with uncertainty, not with the degree of probability "(Willet, 1951, p. 6). Therefore, risk is objective, because it is understood as the state of the environment and is correlated with subjective uncertainty.
6. In the concept, formulated in 1921 by F.H. Knight, two terms were clearly separated from each other: risk and uncertainty. The variability of phenomena, which can be measured in terms of one of the three probability types: mathematical, statistical and estimated, was referred to as risk. Uncertainty, in this situation, is the changeability of the phenomena that cannot be measured (Knight, 1921, pp. 19-20). Therefore, risk is the measurable uncertainty and in uncertainty in the strict sense is the unmeasurable uncertainty.
7. As a result of the work of the Commission for Insurance Terminology in the US, two definitions of risk were created in 1966. The first one says that risk is an uncertainty about the occurrence of a specific event in the conditions of two or more possibilities. The second applies to the

nów, takich jak: (a) stan zagrożenia, (b) możliwość wystąpienia zdarzenia nieprzewidzianego, (c) możliwość uzyskania wyniku odmiennego od oczekiwanego.

3. Generalnie, w znaczeniu potocznym, ryzyko rozumiane jest najczęściej jako możliwość wystąpienia zdarzenia nieprzewidywalnego, powodującego negatywne skutki – ryzyko utraty pracy, ryzyko wypadku drogowego, ryzyko powodzi, ryzyko straty finansowej, ryzyko śmierci. Jednak powyższa potoczna definicja ryzyka nie wydaje się prawidłowa w odniesieniu do ryzyka finansowego oraz ryzyka w działalności banków. W tym obszarze definicji należy rozważyć dwa stany, w których podejmowane mogą być decyzje: stan pewności i stan niepewności. Pewność to brak wątpliwości. W warunkach pewności do wyboru działań optymalizujących wystarcza dokonanie wyboru między skutkami działań tak, że wybór następstw jednoznacznie określa jeden ze sposobów działania (Gątarek, i in., 2001, s. 7). Niestety w realnych warunkach życiowych czy też gospodarczych, stan pewności występuje raczej rzadko.
4. Ryzyko może być rozumiane jako potencjalna zmienność zdarzeń. Zmienność ta sprawia, że skutki działań nie mogą być precyzyjnie przewidziane i odczuwana jest niepewność. Narażenie na ryzyko – w każdym aspekcie – występuje wszędzie tam, gdzie jakaś aktywność, działania, czynności powodują powstawanie potencjalnych korzyści lub strat, których nie można przewidzieć. Ryzyko jest pojęciem obiektywnym i wobec tego może być mierzone (Williams, Smith, Young, 2002, s. 28-29).
5. Ze stanami pewności i niepewności związane są naukowe definicje ryzyka. Pierwsza koncepcja ekonomicznej teorii ryzyka została ogłoszona przez A.H. Willeta w 1901 roku, który przyjął założenie, że ryzyko jest terminem o różnych znaczeniach powszechnie używanych w życiu codziennym. Łącząc pojęcie ryzyka z pojęciem niepewności uznał, że powinno się mówić jedynie o wrażeniu lub złudzeniu przypadkowości, co jest efektem niedoskonałości wiedzy o prawach rządzących rzeczywistością. Według Willeta: „Ryzyko jest zobiektywizowaną niepewnością wystąpienia niepożądanego zdarzenia. Ryzyko zmienia się wraz z niepewnością, nie zaś ze stopniem prawdopodobieństwa" (Willet, 1951, s. 6). Ryzyko jest więc obiektywne, gdyż jest rozumiane jako stan otoczenia i jest skorelowane z subiektywną niepewnością.
6. W koncepcji, sformułowanej w 1921 roku przez F.H. Knighta, wyraźnie oddzielone zostały od siebie dwa pojęcia: ryzyko i niepewność. Ryzykiem nazwana została zmienność zjawisk, którą można zmierzyć w kategoriach jednego z trzech rodzajów prawdopodobieństwa: matematycznego, statystycznego i szacunkowego. Niepewność w tej sytuacji jest zmiennością zjawisk, której nie można zmierzyć (Knight, 1921, s. 19-20). Zatem niepewność mierzalna to ryzyko,

insurance, claiming that risk is an insured person or entity. Thus, the notions of uncertainty and risk are variously defined here. Confidence means the lack of doubt, uncertainty is the opposite of this and means that the effects of the current actions cannot be known with absolute certainty. According to this concept, risk is unavoidable, but the financial institutions can measure and manage it, or control it. Decisions in this range are made under the following conditions:

a) certainty - when there is a belief that a certain sequence of events will occur without any disturbances; this usually refers to the routine activities related to the simple tasks;
b) risk - decisions are made under the conditions of a set of possible outcomes, each of which has a probability known to the decision-makers;
c) uncertainty - if the methods of action have repercussions in the form of possible results, which probability of achievement is unknown or speaking about them makes no sense (Janasz, 2005, pp. 187-188).

8. Uncertainty is the existence of doubts that occur whenever we are not sure what will happen in the future. In turn, risk is uncertainty which is important because it affects the well-being/situation of the persons or entities concerned. Therefore, uncertainty is a necessary but insufficient condition for the emergence of risk. Each risky situation is at the same time uncertain, but uncertainty may arise without the element of risk (Bodie, Merton, 2003, p. 364).
9. Among the definitions of risks based on probabilistic or statistical measures of the phenomenon the following definitions should be given, of D.G. Uyemura and D.R. van Deventer, according to which "risk is a variable - standard deviation - of the net cash flows generated by the economic entity" and definition of H. Markowitz for the purposes of the capital market "Risk is the variance of the rate of return, which is undesirable and which size an investor wants to mitigate" According to J. Tomaszewski: "risk is a measurable probability of an event with features other than the expected event and affecting directly or indirectly the deviation of value from the assumed level " (Tomaszewski J., 2012, p. 2).
10. E. Kubińska-Kaleta distinguishes a number of the following risk senses (Kubińska-Kaleta, 2008, p.11):
    – risk in the sense of possibility - risk means the possibility that the result of the action is not always in line with expectations and - more radically - means the possibility of suffering damage;
    – risk in the sense of the additions of a possibilities - risk is the addition of the possibilities that the expectations (goals) of the company are not met due to the existing disruptions;

a niepewność niemierzalna to niepewność sensu stricto.

7. W efekcie prac Komisji do spraw Terminologii Ubezpieczeniowej w USA powstały w 1966 r. dwie definicje ryzyka. Pierwsza z nich głosi, że ryzyko jest to niepewność co do zaistnienia określonego zdarzenia w warunkach dwóch lub więcej możliwości. Druga odnosi się do ubezpieczeń, głosząc, że ryzyko jest to ubezpieczona osoba lub podmiot. Zatem pojęcia niepewność i ryzyko są tu różnie definiowane. Pewność to brak wątpliwości, niepewność zaś jest przeciwieństwem tejże pewności i oznacza, że skutki obecnych działań nie mogą być poznane z absolutną pewnością. Według tej koncepcji ryzyko jest nie do uniknięcia lecz instytucje finansowe mogą je mierzyć i nim zarządzać, czy też kontrolować. Decyzje w tym zakresie podejmowane są w następujących warunkach:

a) pewności – gdy istnieje przekonanie, że określona sekwencja zdarzeń wystąpi bez żadnych zakłóceń; odnosi się to najczęściej to rutynowych czynności, związanych z prostymi zadaniami;
b) ryzyka – decyzje są podejmowane w warunkach określonego zbioru możliwych wyników, z których każdy ma przypisane prawdopodobieństwo, znane decydentom;
c) niepewności – jeśli sposoby działania mają jako swe następstwa zbiór możliwych wyników, których prawdopodobieństwo osiągnięcia nie jest znane lub mówienie o nich nie ma sensu (Janasz, 2005, s. 187-188).

8. Niepewność to istnienie wątpliwości, które występują zawsze wtedy gdy nie jesteśmy pewni co wydarzy się w przyszłości. Ryzyko jest zaś niepewnością, która ma znaczenie, ponieważ wpływa na dobrobyt/sytuację zainteresowanych osób czy podmiotów. Niepewność jest więc niezbędnym, ale niewystarczającym warunkiem pojawienia się ryzyka. Każda ryzykowna sytuacja jest jednocześnie niepewna, może jednak pojawić się niepewność bez elementu ryzyka (Bodie, Merton, 2003, s. 364).
9. Wśród definicji ryzyka opierających się na probabilistycznych lub statystycznych miarach zjawiska należy przytoczyć definicję D.G. Uyemury i D.R. van Deventera, zgodnie z którą „ryzyko to zmienność – odchylenie standardowe – strumieni pieniężnych netto generowanych przez podmiot gospodarujący" oraz definicję H. Markowitza dla potrzeb rynku kapitałowego, mówiącą iż „ryzyko to wariancja stopy zwrotu, która jest rzeczą niepożądaną i której wielkość inwestor chce zminimalizować" Według J. Tomaszewskiego: "ryzyko to mierzalne prawdopodobieństwo wystąpienia zdarzenia o cechach innych niż zdarzenie oczekiwane i wpływającego w sposób bezpośredni lub pośredni na odchylenie wartości docelowej od poziomu zakładanego" (Tomaszewski J., 2012, s. 2).
10. E. Kubińska-Kaleta wyróżnia szereg następujących sensów ryzyka (Kubińska-Kaleta, 2008, s.11):

– risk in the sense of variability - risk can be defined as the changeability of the expected future incomes from the planned project. In this general variability, a systematic element related to the area of the company's operations can be distinguished;
– risk in the sense of uncertainty - risk is the uncertainty of predicting events in the future, resulting from the uncertainty and inaccuracy of the statistical data on the basis of which the estimation of the future is made;
– risk in the sense of action - risk is an action, and thus the involvement of material resources, human energy and ingenuity, in order to overcome the threat of a negative deviation from the expected result;
– risk in the sense of a situation - here, risk is a situation in which future economic conditions cannot be predicted with certainty, whereas the probability distribution of these conditions is known;
– risk in the sense of a measure of uncertainty - risk is a measure of uncertainty of a future income. Therefore, risk and income should be considered together. If risk is high, it should be compensated by a correspondingly high expected income.

All the definitions of risk presented above have a common thread, but it is difficult to say which definition most accurately expresses the essence of risk. All definitions cited, emphasizing certain aspects of risk, create cumulative knowledge that can be useful in the scientific cognition and interpretation of this phenomenon. However, it is possible to try to sort out the definitions presented.

– ryzyko w sensie możliwości – ryzyko oznacza możliwość, że wynik działania nie zawsze jest zgodny z oczekiwaniami i – bardziej radykalnie – oznacza możliwość poniesienia szkody;
– ryzyko w sensie sumy możliwości – ryzyko to suma możliwości, że oczekiwania (cele) przedsiębiorstwa nie zostają spełnione wskutek istniejących zakłóceń;
– ryzyko w sensie zmienności – ryzyko można określić jako zmienność oczekiwanych przyszłych wpływów z projektowanego przedsięwzięcia. W tej ogólnej zmienności można wyróżnić element systematyczny związany z obszarem działalności przedsiębiorstwa;
– ryzyko w sensie niepewności – ryzyko to niepewność przewidywania zdarzeń w przyszłości, wynikająca z niepewności i niedokładności danych statystycznych, na podstawie których dokonuje się szacowania przyszłości;
– ryzyko w sensie działania – ryzyko to działanie, a więc angażowanie środków materialnych, ludzkiej energii i pomysłowości, w celu pokonania groźby odchylenia ujemnego od oczekiwanego rezultatu;
– ryzyko w sensie sytuacji – ryzyko oznacza tu sytuację, w której przyszłych warunków gospodarowania nie można przewidzieć z całą pewnością, znany jest natomiast rozkład prawdopodobieństwa wystąpienia tych warunków;
– ryzyko w sensie miary niepewności – ryzyko jest miarą niepewności przyszłych dochodów. Toteż ryzyko i dochód powinny być rozpatrywane łącznie. Jeśli ryzyko jest wysokie, powinno być ono skompensowane przez odpowiednio wysoki oczekiwany dochód.

Wszystkie przedstawione wyżej definicje ryzyka mają pewien wspólny wątek, trudno jednak stwierdzić, która z definicji najtrafniej wyraża istotę ryzyka. Wszystkie przytoczone definicje, akcentując pewne aspekty ryzyka, tworzą skumulowaną wiedzę, która może być przydatna przy naukowym poznaniu i interpretacji tego zjawiska. Można jednak podejmować próbę uporządkowania przedstawionych definicji.

An approach to risk and attitudes to risk

When analysing the definitions above, in principle it is possible to distinguish two basic concepts of risk present in the economic sciences. According to K. Jajuga they can be referred to as: a negative concept of risk and a neutral risk concept (Jajuga, 2007, p. 13).

The negative risk concept treats risk as a threat. Risk is treated here as the possibility of suffering losses, damages or not realizing a specific goal or result. The definitions 1, 2 (a) and 3 apply to this concept of risk. The neutral risk concept treats it, on the one hand, as an opportunity and, on the other, as a threat. It seems that this is close to the original significance of risk in the sense of taking up the challenge. In this concept, risk means that the result of an action or activity is not certain, therefore the

Podejście do ryzyka i postawy wobec ryzyka

Analizując powyższe definicje, można wyróżnić w zasadzie dwie podstawowe koncepcje ryzyka obecne w naukach ekonomicznych. Można je nazwać – za K. Jajugą: negatywną koncepcją ryzyka i neutralną koncepcją ryzyka (Jajuga, 2007, s. 13).

Negatywna koncepcja ryzyka podchodzi do ryzyka jako do zagrożenia. Ryzyko jest tu traktowane jako możliwość poniesienia straty, szkody, czy też niezrealizowania określonego celu, rezultatu. Do tejże koncepcji ryzyka odnoszą się definicje numer 1, 2 (a), 3. Neutralna koncepcja ryzyka traktuje je z jednej strony jako szansę, a z drugiej jako zagrożenie. Wydaje się, że jest to bliskie pierwotnemu znaczeniu ryzyka w sensie podjęcia wyzwania, czy też odważenia się. W koncepcji tej ryzyko oznacza, że nie jest

result obtained may be both better and worse than expected. Risk is both a threat and an opportunity. The majority of definitions cited refer to the neutral risk concept (2 (b, c), 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10).

The above two risk concepts are widely used. All entities - natural or economic persons - undertake activities consistent with the negative concept of the approach to risk, that is, they actively try to reduce the risk in terms of suffering damage or loss. On the other hand, some individuals and some business entities act in accordance with the neutral risk concept. In general, this is based on a conscious risk taking, with a prospect of obtaining an increased income (or other benefits) as a result. This increased income or benefit is called the risk premium.

It should be noted that the neutral risk concept does not exist in those areas where a certain natural (desirable) state can be distinguished and risk is related to the deterioration of this condition. Such a situation occurs, for example, in the case of ecological risk. The same applies to the other risk areas, for example, in a medical risk situation. Negative risk concept dominates here and the concept of neutral risk appears rather rarely, for example, when as a result of a decision about surgery, both the deterioration and improvement of a patient's health condition may occur.

In addition to the existing two risk concepts, we should distinguish three different types of attitude to risk, from the point of view of the person/entity making decisions about the level of risk he/she desires. These include the following attitudes to risk:

- risk aversion - risk is only taken if compensation or reimbursement is expected in the amount of a satisfactory risk premium;
- the indifference to risk - the magnitude of risk is not relevant to making decisions;
- propensity to risk - the person/entity is ready to incur additional expenses in order to be able to make a decision with a higher level of risk.

In business, including banking, the indifferent and affirmative attitude towards it. Risk aversion is common, but its level is different in various entities. A clear unidirectional relationship is observed here that combines the magnitude of risk aversion with the level of risk premium - the higher the risk aversion, the higher the expected risk premium and vice versa. The issues of risk-taking or risk-taking attitude are becoming more and more important in financial institutions in which various methods of risk management are developed and applied. A clear declaration of institutions in this area, in the form of the formulation of the so-called "risk appetite", becomes a starting point in many institutions not only for a comprehensive risk management process, but also for the development of a business plan (budget), medium and long-term strategy. Activities in the area of "risk appetite" are at the same time the basis for risk measurement using economic capital models and are part of the risk measurement.

It seems that the neutral risk concept prevails in financial institutions, especially in banks, because the risk in banking activity means, on the one hand,

pewny wynik jakiegoś działania, czy też czynności, zatem otrzymany rezultat może być zarówno lepszy, jak i gorszy od oczekiwanego. Ryzyko jest zarówno zagrożeniem, jak i szansą. Do neutralnej koncepcji ryzyka odnosi się większość przytoczonych definicji (2 (b,c), 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10).

Powyższe dwie koncepcje ryzyka są szeroko stosowane. Wszystkie podmioty – osoby fizyczne czy gospodarcze – podejmują działania zgodne z negatywną koncepcją podejścia do ryzyka, to znaczy aktywnie starają się zmniejszyć ryzyko w sensie poniesienia szkody czy straty. Z drugiej strony, część osób fizycznych oraz część podmiotów gospodarczych, działa zgodnie z neutralną koncepcją ryzyka. Polega to w ogólności na świadomym podjęciu ryzyka, mając w perspektywie uzyskanie podwyższonego w wyniku tego zwiększonego ryzyka dochodu (czy innych korzyści). Ten zwiększony dochód, czy korzyści nazywany jest premią za ryzyko.

Należy nadmienić, że neutralna koncepcja ryzyka nie występuje w tych dziedzinach, w których można wyróżnić pewien stan naturalny (pożądany), a ryzyko wiąże się z pogorszeniem tego stanu. Taka sytuacja występuje przykładowo w przypadku ryzyka ekologicznego. Podobnie dzieje się w innych obszarach ryzyka, na przykład w sytuacji ryzyka medycznego. Dominuje tu negatywna koncepcja ryzyka, a koncepcja neutralna ryzyka pojawia się raczej rzadko, na przykład gdy w wyniku podjęcia decyzji o operacji może nastąpić zarówno pogorszenie, jak i polepszenie stanu zdrowia pacjenta.

Obok występujących dwóch koncepcji ryzyka, należy wyróżnić odmienne trzy rodzaje stosunku do ryzyka, z punktu widzenia osoby / podmiotu podejmującego decyzje odnośnie pożądanego przez niego poziomu ryzyka. Są to następujące postawy względem ryzyka:

- awersja do ryzyka – ryzyko podejmowane jest tylko wtedy, gdy oczekiwane jest uzyskanie rekompensaty, czy też zwrotu, w wielkości satysfakcjonującej premii za ryzyko;
- obojętność na ryzyko – wielkość ryzyka nie ma znaczenia przy podejmowaniu decyzji;
- skłonność do ryzyka – osoba / podmiot gotowy jest ponieść dodatkowe nakłady, aby mieć możliwość podjęcia decyzji, niosącej w sobie wyższy poziom ryzyka.

W działalności gospodarczej, w tym bankowej, rzadko spotykany jest obojętny i afirmujący podjęcie ryzyka stosunek do niego. Dominuje powszechnie awersja do ryzyka, przy czym jej poziom jest różny u różnych podmiotów. Obserwowany jest tu wyraźny jednokierunkowy związek, który łączy wielkość awersji do ryzyka z wysokością premii za ryzyko – im wyższa niechęć do ryzyka, tym większa jest oczekiwana premia za ryzyko i odwrotnie. Kwestie skłonności do podejmowania ryzyka, czy też stosunku do ryzyka nabierają coraz większego znaczenia w instytucjach finansowych, w których wypracowuje się i stosuje różne sposoby zarządzania ryzykiem. Wyraźna deklaracja instytucji w tym obszarze, w postaci sformułowania tak zwanego „apetytu na ryzyko", staje się w wielu instytucjach punktem wyjścia nie

the possibility of incurring losses due to different types of risk factors present and, on the other hand, the possibility of obtaining above-average income (risk premium). The risk takers expect return on risk positions. At the same time, there is an attitude of risk aversion among some institutions.

With such a large number of risk definitions, it is difficult to choose one, generalized and universally binding. Often the concepts of risk and uncertainty are used interchangeably, mixed and understood differently in business practice. Therefore, regardless of the definition, the phenomena of risk and uncertainty must be deliberately limited by appropriate management in business entities in order to avoid unwanted losses resulting from the risk. This is particularly important in financial institutions, including banks, which activity is based on their nature and character on taking risks of a larger and different kind than in non-financial institutions. This determines the need to implement the operational system, everyday and efficient risk/uncertainty management in various dimensions of the business.

Banking risk, its types and varieties

Banks are a special type of enterprises in the economy, and their specificity is clearly visible in the area of risk. The level of risk in the operations of banks is much higher than in other industries, which is mainly due to high financial leverage, which is the most recognizable feature of banks' balance sheets. Banks operate virtually exclusively on the basis of funds borrowed from customers, which they are obliged to return at their request, despite the existence of contractual maturities. This generates the entire spectrum of liquidity risk and market risk types. On the other hand, borrowed funds are invested in loans in which various types of credit risks are embedded that do not exist in other industries. In addition, banks generate systemic risk, in which the collapse of one of them causes an increased probability of the collapse of others, and the collapse of several banks (especially large ones) may disturb the functioning of the entire economy. Therefore, it is in the vital interest not only of banks, but also of other enterprises and private persons to ensure the proper functioning of the bank risk management system and to limit its occurrence in banks.

As with other risk categories, there are many definitions of banking risk and many types of this risk. Two examples are presented below, by M. Iwanicz-

tylko do kompleksowego procesu zarządzania ryzykiem, ale również do opracowania planu biznesowego (budżetu), strategii średnio- i długoterminowej. Działania w obszarze „apetytu na ryzyko" są jednocześnie podstawą pomiaru ryzyka wykorzystującego modele kapitału ekonomicznego oraz stanowią element pomiaru ryzyka.

Wydaje się, że w instytucjach finansowych, a zwłaszcza w bankach dominuje neutralna koncepcja ryzyka, gdyż ryzyko w działalności bankowej oznacza z jednej strony możliwość poniesienia strat z tytułu obecnych różnego rodzaju czynników ryzyka, a z drugiej strony możliwość uzyskanie ponadprzeciętnych dochodów (premii za ryzyko). Podmioty podejmujące ryzyko oczekują zwrotu z tytułu pozycji obarczonych ryzykiem. Równocześnie wśród części instytucji występuje postawa awersji do ryzyka.

Przy tak dużej liczbie definicji ryzyka, trudno jest wybrać jedną, uniwersalną i powszechnie obowiązującą. Często pojęcia ryzyka i niepewności są używane zamiennie, mieszane i różnie rozumiane w praktyce działalności gospodarczej. Dlatego też, niezależnie od definicji, zjawiska ryzyka i niepewności muszą być świadomie ograniczane poprzez odpowiednie zarządzanie w podmiotach gospodarczych, po to aby uniknąć niepożądanych strat, będących efektem ryzyka. Jest to szczególnie ważne w instytucjach finansowych, w tym bankach, których działalność polega ze swojej natury i charakteru na podejmowaniu ryzyka większego i odmiennego rodzaju, niż w instytucjach niefinansowych. Determinuje to konieczność wdrożenia systemu operacyjnego, codziennego i sprawnego zarządzania ryzykiem / niepewnością w różnych wymiarach prowadzonej działalności.

Ryzyko bankowe, jego typy i rodzaje

Banki są szczególnym rodzajem przedsiębiorstw w gospodarce, a ich szczególność uwidacznia się bardzo wyraźnie w obszarze ryzyka. Poziom ryzyka w działalności banków jest znacznie wyższy niż w innych branżach, co wynika to głównie z wysokiej dźwigni finansowej, będącej najbardziej rozpoznawalną cechą bilansu banków. Banki prowadzą działalność praktycznie wyłącznie w oparciu o środki pożyczone od klientów, które są zobowiązane zwrócić na każde ich żądanie, mimo istnienia umownych terminów wymagalności. Generuje to całe spektrum rodzajów ryzyka płynności i ryzyka rynkowego. Z drugiej strony, pożyczone środki inwestowane są w kredyty, w które wbudowane są różne rodzaje ryzyka kredytowego, nie występujące w innych branżach. Obok tego, banki generują ryzyko systemowe, polegające na tym, że upadek jednego z nich powoduje zwiększone prawdopodobieństwo upadku innych, a upadek kilku banków (szczególnie dużych) może zaburzyć funkcjonowanie całej gospodarki. Stąd też w żywotnym interesie nie tylko banków, ale także innych przedsiębiorstw i osób prywatnych jest prawidłowe funkcjonowanie systemu zarządzania ryzykiem bankowym i ograniczania jego wystąpienia w bankach.

Podobnie jak w przy innych kategoriach ryzyka, istnieje wiele definicji ryzyka bankowego oraz

Drozdowska and T. Cicirko. M. Iwanicz-Drozdowska defines banking risk as a threat of failure to achieve goals set by the bank, for example, optimizing profit and ensuring operational safety. This risk is tantamount to the probability of events adversely affecting the bank's situation and prospects for its development (Iwanicz-Drozdowska, 2005, p. 26). According to T. Cicirko, banking risk is the measured uncertainty that has financial consequences as a result of actions taken by the bank to generate a satisfactory result, while maintaining the expected level of security and liquidity (Cicirko, 2012, p. 24).

Undoubtedly, it is difficult to develop a universal, commonly recognized definition of banking risk. However, it seems that the broad definition, which understands banking risk as all types of risk identified in the bank's operations, is more useful. Such a defining attempt, using the risk structure, makes it necessary to first define the types of banking risk.

In the set of bank risk types, one can find many definitions formulated by different authors. Two groups can be generally distinguished among them: definitions in line with the supervisory approach and other definitions. Definitions from the "other" group are formulated by scientists and persons who deal theoretically with the banking risk area, while the "supervisory" definitions are based on studies, guidelines and regulations formulated by supervisory and regulatory authorities:

- Basel Committee on Banking Supervision (Basel Committee),
- CEBS (Committee of European Banking Supervisors), recently replaced by the EBA (European Office for Banking Supervision) and the Austrian National Bank together with the Austrian Financial Supervisory Authority (OeNB and FMA),
- PFSA (Polish Financial Supervision Authority, which replaced the Commission for Banking Supervision operating until 2008).

Banking risk in the documents of the Basel Committee

The definitions of risk types formulated in the supervisory sphere have their source in the work of the Basel Committee on Banking Supervision. The institution develops and publishes, commonly accepted as good standards and practices, documents regarding the so-called prudence standards and broadly understood risk management.

The document commonly referred to as "Basel II"[4], published in June 2006 and introduced into the European Union legislation by the Directives

[4] Basel II was preceded by the so-called 1st Capital Accord of 1988, containing the first set of capital regulations for international banks

wiele rodzajów tego ryzyka. Poniżej przedstawiono dwa przykłady, przedstawione przez M. Iwanicz-Drozdowską i T. Cicirko. M. Iwanicz-Drozdowska definiuje ryzyko bankowe jako zagrożenie nieosiągnięcia wyznaczonych przez bank celów, na przykład optymalizacji zysku i zapewnienia bezpieczeństwa działania. Ryzyko to jest równoznaczne z prawdopodobieństwem wystąpienia zdarzeń oddziałujących negatywnie na sytuację banku i perspektywy jego rozwoju (Iwanicz-Drozdowska, 2005, s. 26). Według T. Cicirko, ryzyko bankowe to zmierzona niepewność wywołująca skutki finansowe w wyniku podejmowanych przez bank działań mających na celu wygenerowanie zadowalającego wyniku, przy zachowaniu oczekiwanego poziomu bezpieczeństwa i płynności (Cicirko, 2012, s. 24).

Niewątpliwie trudno jest wypracować uniwersalną, powszechnie uznawaną definicję ryzyka bankowego. Wydaje się jednak, że bardziej przydatna jest definicja szeroka, która rozumie ryzyko bankowe jako wszystkie rodzaje ryzyka, zidentyfikowane w działalności banku. Taka próba definicji, wykorzystująca strukturę ryzyka, powoduje konieczność uprzedniego zdefiniowania rodzajów ryzyka bankowego.

W zbiorze rodzajów ryzyka bankowego, można odnaleźć wiele definicji, formułowanych przez różnych autorów. Wyróżnić wśród nich można generalnie dwie grupy: definicje zgodne z podejściem nadzorczym i definicje inne. Definicje z grupy „inne" formułowane są przez naukowców i osoby zajmujące się teoretycznie obszarem ryzyka bankowego, natomiast definicje „nadzorcze" bazują na opracowaniach, wytycznych i regulacjach sformułowanych przez organy nadzorcze i regulacyjne:

- Bazylejski Komitet do spraw Nadzoru Bankowego (Komitet Bazylejski),
- CEBS (Komitet Europejskich Nadzorów Bankowych), zastąpiony od niedawna przez EBA (Europejski Urząd do spraw Nadzoru Bankowego) oraz Austriacki Bank Narodowy wraz z austriackim urzędem nadzoru finansowego (OeNB i FMA),
- KNF (Komisja Nadzoru Finansowego w Polsce, która zastąpiła działającą do 2008 roku Komisję Nadzoru Bankowego).

Ryzyko bankowe w dokumentach Komitetu Bazylejskiego

Sformułowane w sferze nadzorczej definicje rodzajów ryzyka mają swoje źródło w opracowaniach Bazylejskiego Komitetu do Spraw Nadzoru Bankowego. Instytucja ta opracowuje i publikuje, powszechnie przyjmowane jako dobre standardy i praktyki, dokumenty dotyczące tak zwanych norm ostrożnościowych oraz szeroko pojętego zarządzania ryzykiem.

Dokument powszechnie nazywany „Bazylea II"[4], opublikowany w czerwcu 2006 roku i wprowadzonym do ustawodawstwa Unii Europejskiej Dyrek-

[4] Bazylea II była poprzedzona tak zwaną I Umową Kapitałową z 1988 r., zawierającą pierwszy zbiór regulacji kapitałowych dla międzynarodowych banków

2006/48/EC 2006/49/EC refers to the following risks (often referred to as I Pillar risk types)[5]:

- Credit risk, including the area related to securitization,
- Operational risk,
- Market risk, including the following sub-types:
  - Interest rate general risk,
  - Specific risk of debt instruments,
  - Risk of equity prices of securities,
  - Currency exchange risk,
  - Risk associated with the price of goods,
  - Risk related to options.

For all of the above risks, banks and investment companies should keep a part of their fund to cover or secure them, referred to as capital requirements. The manner of estimating these capital requirements has been precisely defined by the Basel Committee and national supervisory authorities.

The document refers simultaneously to other types of banking risk in the so-called "II Pillar", defined as the so-called *Supervisory Review Process*. II Pillar treats about the following types of risk:

- Residual risk,
- The risk of credit concentration,
- Contractor's credit risk,
- Interest rate risk in the banking portfolio.

For types of II Pillar risk, banks and investment companies do not have to maintain minimum capital requirements in a manner specified by supervisory authorities. However, they are obligated to calculate the so-called internal capital to cover them, using their own methods adapted to their own specificity. In addition, internal capital should be maintained to cover important risks different than those presented above.

In any case it cannot be said that the risks of the I Pillar are "more important" or "more substantial" than the risks of the II Pillar. Such an assessment may be formulated differently, depending on which entity is being analysed. The method of calculating capital for a risk protection - imposed by external bodies (I Pillar) or being its own methodology of banks or investment firms (II Pillar) is the only indisputable dividing line between the I and II Pillar.

From the beginning of 2014, Basel II was replaced by the so-called Basel III , introduced into the legislation of the European Union by two legal acts: Regulation of the European Parliament and of the Council No. 575/2013 and Directive of the European Parliament and of the Council 2013/36/EU (http://www.bis.org/publ/bcbs189.pdf,http://www.bis.org/publ/bcbs238.htm, access: 18/09/2016). Basel III, in addition to the risks already regulated in the previous guidelines, puts a lot of emphasis on a liquidity risk which has not been the subject of a particular interest before.

[5] http://www.bis.org/publ/bcbs128.pdf, access:15/10/2016

tywami 2006/48/WE 2006/49/WE odnosi się do poniższych rodzajów ryzyka (nazywanych często rodzajami ryzyka I Filaru)[5]:

- Ryzyko kredytowe, w tym obszar dotyczący sekurytyzacji,
- Ryzyko operacyjne,
- Ryzyko rynkowe, obejmujące poniższe podrodzaje:
  - Ryzyko ogólne stopy procentowej,
  - Ryzyko szczególne cen instrumentów dłużnych,
  - Ryzyko cen kapitałowych papierów,
  - Ryzyko wymiany walutowej,
  - Ryzyko związane z ceną towarów,
  - Ryzyko związane z opcjami.

W odniesieniu do wszystkich powyższych rodzajów ryzyka, banki i firmy inwestycyjne powinny utrzymywać na ich pokrycie czy też zabezpieczenie część swoich funduszy własnych, określaną mianem wymogów kapitałowych. Sposób oszacowania owych wymogów kapitałowych został ściśle określony przez Komitet Bazylejski oraz krajowe organy nadzorcze.

Dokument odnosi się jednocześnie do innych rodzajów ryzyka bankowego w tak zwanym „Filarze II", określonym jako tzw. Proces Przeglądu Nadzorczego *(ang.: Supervisory Review Process)*. II Filar traktuje o następujących rodzajach ryzyka:

- Ryzyko rezydualne,
- Ryzyko koncentracji kredytowej,
- Ryzyko kredytowe kontrahenta,
- Ryzyko stopy procentowej w portfelu bankowym.

Na rodzaje ryzyka II Filaru banki i firmy inwestycyjne nie muszą utrzymywać minimalnych wymogów kapitałowych w sposób określony przez organy nadzorcze. Jednak zobowiązane są do obliczania tak zwanego kapitału wewnętrznego na ich pokrycie, przy użyciu własnych, dostosowanych do własnej specyfiki metod. Dodatkowo kapitał wewnętrzny powinien być utrzymywany na pokrycie innych, niż powyżej przedstawione, istotnych w działalności rodzajów ryzyka.

Nie można w żadnym wypadku twierdzić, że rodzaje ryzyka I Filaru są „ważniejsze", czy „bardziej istotne" niż ryzyka II Filaru. Ocena taka może być sformułowana różnie, w zależności od analizowanego podmiotu. Jedyną niepodważalną linią podziału między I i II Filarem jest sposób wyliczania kapitału na zabezpieczenie ryzyka – narzucony przez organy zewnętrzne (I Filar) lub będący własną metodyką banków lub firm inwestycyjnych (II Filar).

Od początku 2014 roku Bazylea II została zastąpiona przez tak zwaną Bazyleę III, wprowadzoną do ustawodawstwa Unii Europejskiej dwoma aktami prawnymi: Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady nr 575/2013 oraz Dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/36/UE (http://www.bis.org/publ/bcbs189.pdf, http://www.bis.org/publ/bcbs238.htm, dostęp: 18.09.2016). Bazylea III, obok rodzajów ryzyka regulowanych już w poprzednich wytycznych, duży nacisk kładzie na ryzyko płynności, które nie było uprzednio przedmiotem szczegółowego zainteresowania.

[5] http://www.bis.org/publ/bcbs128.pdf, dostęp: 15.10.2016

The banking risk in documents of European and Austrian banking supervision

In documents issued by the regulatory and supervisory authorities two sets are drawing the attention: a coherent and consistent catalogue of the banking risk definitions presented in the guidelines issued by the Committee of European Banking Supervisors CEBS applying to the supervisory review in the II Pillar (so-called Guidelines CP03) (www.eba.europa.eu/-/cebs-publishes-guidelines-on-supervision-review-process,access: 08/03/2011) and a document of the Austrian National Bank prepared in cooperation with the Austrian Financial Supervisory Authority (OeNB and FMA, 2006) "Guidelines in the field of a banking risk management - the process of assessing the adequacy of an internal capital. The table presents the definitions of the risk types contained in CP03.

Ryzyko bankowe w dokumentach europejskiego i austriackiego nadzoru bankowego

W dokumentach wydanych przez organy regulacyjne i nadzorcze zwracają uwagę dwa zestawy: spójny i zwarty katalog definicji ryzyka bankowego przedstawiony w wydanych przez Komitet Europejskich Nadzorów Bankowych CEBS wytycznych dla organów nadzorczych dotyczących zastosowania procesu przeglądu nadzorczego w II Filarze (tzw. Wytyczne CP03) (www.eba.europa.eu/-/cebs-publishes-guidelines-on-supervisory-review-process, dostęp: 08.03.2011) oraz dokument Austriackiego Banku Narodowego przygotowanym we współpracy z austriackim urzędem nadzoru finansowego (OeNB i FMA, 2006) „Wytyczne w zakresie zarządzania ryzykiem bankowym – proces oceny adekwatności kapitału wewnętrznego. W tabeli przedstawiono definicje rodzajów ryzyka zawarte w CP03.

Table 1. Risk types formulated in CP03
Tabela 1. Rodzaje ryzyka sformułowane w CP03

Type of risk	Definition
	Risk of the I Pillar
Credit risk/ Ryzyko kredytowe	Current and future risks to the financial result and own funds resulting from the debtor's cessation of fulfilling the provisions of any contract concluded with the institution (here: the bank) or fulfilling these provisions contrary to the contract. This risk includes: residual risk, credit risk related to securitization and cross-border risk (transfer risk)/ Obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające z zaprzestania przez dłużnika wypełniania postanowień jakiejkolwiek umowy zawartej z instytucją (tu: bankiem) lub wypełnianie tych postanowień niezgodnie z umową. Ryzyko to obejmuje: ryzyko rezydualne, ryzyko kredytowe związane z sekurytyzacją i ryzyko transgraniczne (ryzyko transferu).
Market risk/ Ryzyko rynkowe	Current and future risks to the financial result and own funds resulting from adverse changes in the prices of securities or commodities or currency exchange rates in the account book. This risk may arise from market-making operations, dealer operations, maintaining the open positions in securities, currencies, commodities or derivatives (related to securities, currencies or commodities). This risk includes currency risk, defined as current and future risks to the financial result and own funds resulting from the adverse changes in the exchange rates/ Obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające z niekorzystnych zmian w cenach papierów wartościowych lub towarów lub kursów wymiany walut w księdze handlowej. Ryzyko to może wynikać z operacji kształtujących rynek („market-making"), operacji dealerskich, utrzymywania otwartych pozycji w papierach wartościowych walutach, towarach lub instrumentach pochodnych (związanych z papierami wartościowymi, walutami lub towarami). Ryzyko to obejmuje ryzyko wymiany walutowej, zdefiniowane jako obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające z niekorzystnych zmian w kursach wymiany walut.
Operational risk/ Ryzyko operacyjne	The risk of loss resulting from inadequate or erroneous internal processes, human errors, system errors or events caused by the external factors. This risk includes IT, legal and strategic risk/ Ryzyko straty wynikające z nieodpowiednich lub błędnych procesów wewnętrznych, błędów ludzkich, błędów systemów lub wydarzeń spowodowanych czynnikami zewnętrznymi. Ryzyko to obejmuje ryzyko IT, ryzyko prawne i strategiczne.
IT risk (operational risk category)/ Ryzyko IT (kategoria ryzyka operacyjnego)	current and future risks to the financial result and own funds resulting from the use of inadequate information technology and data processing in the area of ensuring continuity, proper control, consistency, exclusivity, manageability or resulting from inadequate IT strategy/policy or due to inadequate use of the information technology/ obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające ze stosowania nieodpowiedniej technologii informatycznej i procesowania danych w obszarze zapewnienia kontynuacji działania, właściwej kontroli, spójności, wyłączności, możliwości zarządzania, lub wynikające z nieodpowiedniej strategii/polityki w obszarze IT lub wynikające z nieodpowiedniego wykorzystania technologii informatycznych.
Legal and compliance risk (operational risk category)/ Ryzyko prawne i zgodności (kategoria ryzyka operacyjnego)	Current and future risks to financial result and own funds resulting from the violation or non-compliance with laws, regulations, agreements, accepted practices or ethical standards/ Obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające ze złamania lub nieprzestrzegania prawa, regulacji, umów, przyjętych praktyk lub standardów etycznych.

Risk of the II Pillar/ Ryzyko II Filaru	
Concentration risk (credit risk category)/ Ryzyko koncentracji (kategoria ryzyka kredytowego)	As a sub-risk of credit risk, concentration risk includes (i) large exposures to individual entities (and large exposures to groups of related entities) and (ii) large exposures to groups of entities whose likelihood of repayment of liabilities results from common factors, e.g. entities from one industry, sector, geographic residence, type of involvement/ Jako podrodzaj ryzyka kredytowego, ryzyko koncentracji zawiera (i) duże ekspozycje wobec indywidualnych podmiotów (oraz duże ekspozycje wobec grup podmiotów powiązanych) i (ii) duże ekspozycje wobec grup podmiotów, których prawdopodobieństwo zaprzestania spłaty zobowiązań wynika ze wspólnych czynników, np. podmioty z jednej branży, sektora, siedziby geograficznej, typu zaangażowania.
Residual risk (credit risk category)/ Ryzyko rezydualne (kategoria ryzyka kredytowego)	Risk associated with risk measurement and mitigation techniques used by institutions which are less effective than expected/ Ryzyko związane z technikami pomiaru i ograniczania ryzyka używanymi przez instytucje, które to techniki okazują się mniej efektywne niż oczekiwano.
Interest rate risk/ Ryzyko stopy procentowej	Current and future risks to the financial result and own funds resulting from adverse changes in interest rates/ Obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające z niekorzystnych zmian stóp procentowych.
Liquidity risk/ Ryzyko płynności	Current and future risks to the financial result and own funds resulting from the institution's inability to pay its debts as required/ Obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające z niezdolności instytucji do spłaty zobowiązań w wymaganym terminie.
Settlement risk/ Ryzyko rozliczenia	The risk of an event that the institution will provide with sold assets or cash to the contractor and will not receive the purchased assets or cash, as expected. In this approach, the risk includes the credit risk and the liquidity risk/ Ryzyko polegające na zdarzeniu, że instytucja dostarczy sprzedane aktywa lub gotówkę do kontrahenta i nie otrzyma zakupionych aktywów lub gotówki, jak się tego spodziewała. W takim ujęciu, ryzyko to obejmuje ryzyko kredytowe i ryzyko płynności.
Reputation risk/ Ryzyko reputacji	Current and future risks to the financial result and own funds resulting from unfavourable perception of the institutions by customers, contractors, shareholders, investors or regulators/ Obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające z niekorzystnego postrzegania instytucji przez klientów, kontrahentów, akcjonariuszy, inwestorów lub regulatorów.
Strategic risk/ Ryzyko strategiczne	Current and future risks to the financial result and own funds resulting from changes in the business environment or from unfavourable business decisions, an improper implementation of a decision or a lack of appropriate response to changes in the business environment/ Obecne i przyszłe ryzyko dla wyniku finansowego i funduszy własnych wynikające ze zmian w środowisku biznesowym lub z niekorzystnych decyzji biznesowych, niewłaściwego wdrożenia decyzji lub braku odpowiedniej reakcji na zmiany w środowisku biznesowym.

Source: own elaboration based on the Committee of European Banking Supervisors, CEBS (2006) Guidelines of the Supervisory Review Process under Pillar 2 (CP03 revised, p. 39-40.
Źródło: opracowanie własne na podstawie Committee of European Banking Supervisors, CEBS (2006) Guidelines of the Supervisory Review Process under Pillar 2 (CP03 revised, str. 39-40).

Table 2 presents the definitions of risk types contained in the OANB "ICAAP Guidelines", provided that they differ from those presented in the CP03 document

The last four types of risk in the "ICAAP Guidelines" are treated as other types of risk. They group the types of risks for which there are no quantitative methods of measurement, or such methods are very inaccurate.

A slightly different, more aggregated approach to the risk categorization is presented in the CEBS guidelines for a joint assessment of elements covered by the supervisory review and assessment process (SREP) and a joint decision on capital adequacy in cross-border groups (the so-called CP39 Guidelines) (CEBS, 2010, p. 15). These are: credit risk, including non-residual risk related to the use of recognized risk mitigation techniques, risk arising from risk transfer by securitization, market risk, operational risk,

W Tabeli 2 przedstawiono definicje rodzajów ryzyka zawarte w „Wytycznych ICAAP" OeNB, o ile różnią się w stosunku do przedstawionych w dokumencie CP03.

Ostatnie cztery rodzaje ryzyka w „Wytycznych ICAAP" traktowane są jako inne rodzaje ryzyka. Grupują one rodzaje ryzyka odnośnie których nie istnieją ilościowe metody pomiaru, lub metody takowe są bardzo niedokładne.

Nieco inne, bardziej zagregowane podejście do kategoryzacji ryzyka prezentowane jest w wytycznych CEBS dotyczących wspólnej oceny elementów objętych procesem przeglądu i oceny nadzorczej (SREP) i wspólnej decyzji odnośnie adekwatności kapitałowej w grupach transgranicznych (tzw. Wytyczne CP39) (CEBS, 2010, s. 15). Są to: ryzyko kredytowe, włączając w nie ryzyko rezydualne związane z użyciem uznanych technik ograniczenia ryzyka, ryzyko wynikające z transferu ryzyka przez sekurytyzację,

Table 2. Risk types formulated by OeNB and FMA in the "ICAAP Guidelines" OeNB
Tabela 2. Rodzaje ryzyka sformułowane przez OeNB i FMA w dokumencie „Wytyczne ICAAP" OeNB

Type of risk	Definition
	Risk of the I Pillar
Credit risk/ Ryzyko kredytowe	Negative consequences resulting from the customer's cessation of a repayment to the bank or non-performance of other provisions of the loan agreement, due to the deterioration of the client's "credit quality[6]" (counterparty's credit quality)/ Negatywne konsekwencje wynikające z zaprzestania spłaty zobowiązań przez klienta wobec banku lub niewykonania innych postanowień umowy kredytowej, w związku z pogorszeniem „jakości kredytowej[6]" klienta (ang.: counterparty's credit quality)
Client risk/default risk[7] (credit risk category)/ Ryzyka klienta/default[7] (kategoria ryzyka kredytowego)	The risk resulting from the debtor ceasing to fulfill the provisions of any contract concluded with the institution (here: the bank) or complying with these provisions incompatibly with the contract/ Ryzyko wynikające z zaprzestania przez dłużnika wypełniania postanowień jakiejkolwiek umowy zawartej z instytucją (tu: bankiem) lub wypełnianie tych postanowień niezgodnie z umową.
Market risk/ Ryzyko rynkowe	Risk related to the effects of price changes on the money and capital markets. It is related to the volatility of market prices (e.g. share prices), currency exchange rates, interest rates and commodity prices. The market risk categories are:/ Ryzyko odnoszące się do skutków zmian cen na rynkach pieniężnych i kapitałowych. Związane jest ze zmiennością cen rynkowych (np. cen akcji), kursów wymiany walut, stóp procentowych i cen towarów. Kategoriami ryzyka rynkowego są: – equity risk/ ryzyko cen instrumentów kapitałowych – currency exchange risk/ ryzyko wymiany walutowej – interest rate risk/ ryzyko stopy procentowej – commodity risk/ ryzyko cen towarów
operational risk/ Ryzyko rynkowe	As in the CP03 document[8]/ Jak w dokumencie CP0[8]
	Risk of the II Pillar/ Ryzyko II Filaru
Capital risk [shares]/ (category of credit risk)/ Ryzyko kapitałowe [udziałów] / (kategoria ryzyka kredytowego)	The risk of a loss of the capital holdings held by the bank in other entities as a result of the deterioration of the economic and financial standing of these entities/ Ryzyko utraty wartości posiadanych przez bank udziałów kapitałowych w innych podmiotach na skutek pogorszenia sytuacji ekonomiczno-finansowej tych podmiotów.
Concentration risk (credit risk category)/ Ryzyko koncentracji kredytowej (kategoria ryzyka kredytowego)	As in the CP03 document and additionally indirect risk of credit concentration resulting from a risk mitigation techniques/ Jak w dokumencie CP03 i dodatkowo pośrednie ryzyko koncentracji kredytowej wynikające z technik ograniczania ryzyka
Securitization risk (credit risk category)/ Ryzyko sekurytyzacji (kategoria ryzyka kredytowego)	Credit risk related to securitization/ Ryzyko kredytowe związane z sekurytyzacją
Transfer risk (credit risk category)/ Ryzyko transferu (kategoria ryzyka kredytowego)	Credit risk related to the introduction of a ban or restrictions on the transfer of funds by the government of a given country and/or conversion of a national currency into foreign currencies/ Ryzyko kredytowe związane z wprowadzeniem przez rząd danego państwa zakazu lub ograniczeń dokonywania transferów funduszy i/lub zamiany waluty krajowej na waluty obce.
Country risk (credit risk category)/ Ryzyko kraju (kategoria ryzyka kredytowego)	Credit risk related to a government intervention in the economy of a specific country or some of its sectors/ Ryzyko kredytowe związane z interwencją rządów w gospodarkę konkretnego kraju lub niektóre jego sektory.

[6] „Credit quality" - can be identified with the creditworthiness or credit value of the client. Creditworthiness is understood as the borrower's ability to repay the loan (capital plus interest) within contractual payment terms. Credit value - the maximum amount of a bank's credit exposure to a given client or the maximum amount of money a customer is able to pay to the bank every month without a significant deterioration of the quality of life (individual client) or financial situation (client - business entity).

[7] Default - in general terms, the state of cessation of the client's/ contractor's performance of the financial obligations to the bank; in detail, the default criteria are defined in the supervisory regulations and are partly formulated by banks

[8] given for completeness of the number of I Pillar risk types

[6] „Jakość kredytowa" – może być utożsamiona ze zdolnością kredytową lub wiarygodnością kredytowa klienta. Zdolność kredytowa jest rozumiana jako zdolność kredytobiorcy do spłaty kredytu (kapitał wraz z odsetkami) w umownych terminach płatności. Wiarygodność kredytowa – maksymalna kwota zaangażowania kredytowego banku wobec danego klienta lub maksymalna kwota jaką klient jest w stanie spłacać bankowi co miesiąc, bez istotnego pogorszenia jakości życia (klient indywidualny) lub sytuacji finansowej (klient – podmiot gospodarczy).

[7] Default – w ujęciu ogólnym, stan zaprzestania wykonywania przez klienta/kontrahenta zobowiązań finansowych wobec banku; w ujęciu szczegółowym kryteria default są określone w regulacjach nadzorczych oraz częściowo są formułowane przez banki

[8] podano dla zachowania kompletności ilości rodzajów ryzyka I Filaru

Residual risk (credit risk category)/ Ryzyko rezydualne (kategoria ryzyka kredytowego)	A credit risk resulting from the use of the credit risk mitigation techniques. It is expressed in the lack of possibility or insufficient possibility to implement/liquidate the loan repayment security. One aspect of this risk is to obtain a smaller amount from the collateral than expected. Another aspect is the lack of an effective legal mechanism that will ensure the right to take over or liquidate the collateral/ Ryzyko kredytowe wynikające z wykorzystania technik ograniczania ryzyka kredytowego. Wyraża się w braku możliwości lub niedostatecznej możliwości realizacji / upłynnienia posiadanego zabezpieczenia spłaty kredytu. Jednym z aspektów tego ryzyka jest uzyskanie z realizacji zabezpieczenia mniejszej kwoty niż oczekiwano. Innym aspektem jest brak skutecznego mechanizmu prawnego, który zapewni prawo do przejęcia lub upłynnienia zabezpieczenia.
Liquidity risk (liquidity risk category)/ Ryzyko terminów płynności (kategoria ryzyka płynności)	Liquidity risk (term liquidity risk) - risk of an unexpected extension of the liability to pay capital in credit transactions/ Ryzyko terminów płynności (ang.: term liquidity risk) – ryzyko niespodziewanej prolongaty zobowiązania do wypłaty kapitału w transakcjach kredytowych.
Risk of withdrawal (liquidity risk category)/ Ryzyko wycofania (kategoria ryzyka płynności)	Risk of withdrawal (call) - risk that more credit lines will be used by customers and/or more deposits will be withdrawn from the bank by customers than expected. The risk is that the bank will not be able to meet its payment obligations without any restrictions/ Ryzyko wycofania (ang.: withdrawal/call risk) – ryzyko, że więcej linii kredytowych zostanie wykorzystanych przez klientów i/lub więcej depozytów zostanie wycofanych z banku przez klientów, niż jest to oczekiwane. Powoduje to ryzyko, że bank nie będzie w stanie wykonać swoich zobowiązań płatniczych bez ograniczeń.
Structural liquidity risk [Liquidity risk] (liquidity risk category)/ Ryzyko strukturalne płynności [Ryzyko finansowania płynności] (kategoria ryzyka płynności)	Structural liquidity risk arises when the necessary financing transactions cannot be performed (or these transactions are concluded on less favourable terms than expected)/ Ryzyko strukturalne płynności powstaje, gdy nie można wykonać niezbędnych transakcji finansujących bank (lub transakcje te zawierane są na mniej korzystnych warunkach niż oczekiwano).
Market liquidity risk (liquidity risk category)/ Ryzyko płynności rynkowej (kategoria ryzyka płynności)	Market liquidity risk is the risk of the inability to sell assets quickly, or it is possible to sell such assets at a lower price than expected/ Ryzyko płynności rynkowej to ryzyko braku możliwości szybkiej sprzedaży aktywów, lub istnieje możliwość takiej sprzedaży po cenie niższej niż oczekiwano.
Strategic ris/ Ryzyko strategiczne	As in the CP03 document and the aspect of negative results of changes in the economic environment and the lack of adequate response to changes in the economic environment/ Jak w dokumencie CP03 oraz aspekt negatywnych rezultatów zmian w środowisku ekonomicznym i braku odpowiedniej reakcji na zmiany w środowisku ekonomicznym.
Capital risk/ Ryzyko kapitałowe	The risk resulting from the mismatch of the internal capital structure to the nature and size of the risk in the bank as well as the difficulty in increasing the capital base serving to secure the risk/ Ryzyko wynikające z niedopasowania struktury kapitału wewnętrznego do charakteru i wielkości ryzyka w banku a także z trudności w zwiększeniu bazy kapitałowej służącej zabezpieczeniu ryzyka.
Income risk/ Ryzyko przychodów	The risk resulting from inadequate diversification of the bank's income structure or inability to achieve a sufficient and long-term income level/ Ang.: earnings risk – ryzyko wynikające z nieodpowiedniej dywersyfikacji struktury przychodów banku lub niezdolności do uzyskania wystarczającego i długotrwałego poziomu przychodowości.

Source: own study based on op.cit.: OeNB and FMA, pp. 35-52.
Źródło: opracowanie własne na podstawie op.cit: OeNB i FMA, str. 35-52.

liquidity risk, concentration risk, interest rate risk from a non-account book (banking portfolio) and other risks identified as significant.

The above list contains, according to CEBS, the main risks that should be discussed in the supervisory colleges regarding the risk assessment of international banking groups in the context of

ryzyko rynkowe, ryzyko operacyjne, ryzyko płynności, ryzyko koncentracji, ryzyko stopy procentowej wynikające z księgi niehandlowej (portfel bankowy) oraz inne rodzaje ryzyka zidentyfikowane jako istotne.

Powyższa lista zawiera według CEBS główne rodzaje ryzyka, które powinny być omawiane na kolegiach nadzorczych dotyczących oceny ryzyka

risk assessment and the effectiveness of the risk management system. At the same time, in a different place of CP39 - a table summarizing the joint risk assessment and control factors, the business and strategic risk are listed additionally.

międzynarodowych grup bankowych, w kontekście oceny poziomu ryzyka oraz efektywności systemu zarządzania ryzykiem. Jednocześnie w innym miejscu CP39 – tabela podsumowująca wspólną ocenę ryzyka i czynników kontrolnych, wymieniane jest dodatkowo ryzyko biznesowe i strategiczne.

Banking risk in the documents of the Office of the Polish Financial Supervision Authority

A more granular approach to the risks is presented by the Office of the Polish Financial Supervision Authority in the BION Approach (UKNF, 2013) - guidelines for banks and financial supervisors on conducting the supervisory examination and assessment process required in the NCA II Pillar.

Ryzyko bankowe w dokumentach polskiego Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego

Bardziej granularne podejście do rodzajów ryzyka prezentuje polski Urząd Komisji Nadzoru Finansowego w Metodyce BION (UKNF, 2013) – wytycznych dla banków i pracowników nadzoru finansowego na temat przeprowadzania procesu badania i oceny nadzorczej, wymaganego w II Filarze NUK.

Table 3. The risk types formulated by the Office of the Polish Financial Supervision Authority
Tabela 3. Rodzaje ryzyka sformułowane przez Urząd Komisji Nadzoru Finansowego w Polsce

Type of risk	Definition
	Risk of the I Pillar
Credit risk/ Ryzyko kredytowe	Exposing the bank to a potential financial loss resulting from the client's failure to perform the contracted liability or its part as specified in the contract/ Narażanie banku na potencjalną stratę finansową wynikającą z niewykonania przez klienta zaciągniętego zobowiązania lub jego części w określonych w umowie terminowych.
Counterparty risk (pre-settlement and settlement)/ Ryzyko kontrahenta (przedrozliczeniowe i rozliczeniowe)	Pre-settlement risk (counterparty default risk - loss of future cash flows as a result of the counterparty's insolvency) and settlement risk (counterparty default risk at the contractual date), price risk of the debt instrument as a result of the debtor's credibility deterioration/ Ryzyko przedrozliczeniowe (ryzyko niewykonania zobowiązania przez kontrahenta – utrata przyszłych przepływów w wyniku niewypłacalności kontrahenta) i ryzyko rozliczeniowe (ryzyko niewykonania zobowiązania przez kontrahenta w terminie umownym), ryzyko ceny instrumentu dłużnego jako rezultat spadku wiarygodności dłużnika.
Market risk/ Ryzyko rynkowe	Risk of asset impairment, increase in the level of liabilities or change in the financial result due to sensitivity to variability of market parameters (prices on the market)/ Ryzyko utraty wartości aktywów, wzrostu poziomu zobowiązań lub zmiany wyniku finansowego w rezultacie wrażliwości na zmienność parametrów rynkowych (cen na rynku).
Market risk, foreign exchange risk (currency risk)/ Ryzyko rynkowe, ryzyko kursowe (walutowe)	Risk of impairment of assets, increase in the level of liabilities or change in the financial result as a result of sensitivity to changes in exchange rates/ Ryzyko utraty wartości aktywów, wzrostu poziomu zobowiązań lub zmiany wyniku finansowego w rezultacie wrażliwości na zmiany kursów walut
Market risk, interest rate risk/ Ryzyko rynkowe, ryzyko stóp procentowych	Risk of asset impairment, increase in the level of liabilities or change in the financial result as a consequence of sensitivity to changes in interest rates. This risk includes interest rate risk in the banking portfolio and in the trading portfolio. The interest rate risk results from the following sources:/ Ryzyko utraty wartości aktywów, wzrostu poziomu zobowiązań lub zmiany wyniku finansowego w konsekwencji wrażliwości na zmiany stóp procentowych. Ryzyko to obejmuje ryzyko stopy procentowej w portfelu bankowym oraz w portfelu handlowym. Ryzyko stopy procentowej wynika z następujących źródeł: – Mismatch of time limits for changing interest rates on assets, liabilities and off-balance items (risk of revaluation dates)/ Niedopasowanie terminów zmiany oprocentowania aktywów, pasywów oraz pozycji pozabilansowych (ryzyko terminów przeszacowania); – Changes in the relationship between income curves that affect the determination of interest rates on the instruments in the bank's portfolio and cause changes in the relationship between interest rates on these instruments (underlying risk)/ Zmian w relacjach między krzywymi dochodowości, które wpływają na ustalanie oprocentowania instrumentów znajdujących się w portfelu banku i powodują zmiany relacji pomiędzy oprocentowaniem tych instrumentów (ryzyko bazowe); – Changing relationship between interest rates for individual maturity dates/maturities of the income curve (risk of change in the shape of the income curve)/ Zmieniających się relacji między oprocentowaniem dla poszczególnych terminów zapadalności/wymagalności krzywej dochodowości (ryzyko zmiany kształtu krzywej dochodowości); – Interest rate options included in banking products, e.g. the option of early repayment (option risk)/ Opcji związanych z oprocentowaniem, zawartych w produktach bankowych, np. opcja wcześniejszej spłaty (ryzyko opcji).

Market risk, commodity price risk/ Ryzyko rynkowe, ryzyko cen towarów	Risk of impairment of assets or change in the financial result as a consequence of sensitivity to changes in commodity prices (homogeneous - e.g. platinum, crude oil)/ Ryzyko utraty wartości aktywów lub zmiany wyniku finansowego w konsekwencji wrażliwości na zmiany cen towarów (jednorodnych – np. platyna, ropa naftowa)
Market risk, instrument price risk/ Ryzyko rynkowe, ryzyko cen instrumentów	Risk of asset impairment, increase in the level of liabilities or change in the financial result as a consequence of sensitivity to changes in the prices of financial instruments (debt and equity)/ Ryzyko utraty wartości aktywów, wzrostu poziomu zobowiązań lub zmiany wyniku finansowego w konsekwencji wrażliwości na zmiany cen instrumentów finansowych (dłużnych i kapitałowych)
Operational risk/ Ryzyko operacyjne	Possibility of loss resulting from non-compliance or failure of internal processes, people and systems or from external events, including legal risk/ Możliwość wystąpienia straty wynikającej z niedostosowania lub zawodności procesów wewnętrznych, ludzi i systemów lub ze zdarzeń zewnętrznych, w tym również ryzyko prawne.
Operational risk, technological and technical risk/ Ryzyko operacyjne, ryzyko technologiczne i techniczne	The risk of disruptions in the operations of the entity as a result of work disruptions in the IT and information systems/ Ryzyko zakłóceń działalności podmiotu wskutek zaburzeń pracy systemów teleinformatycznych i informacyjnych.
Operational risk, The risk of outsourcing/ Ryzyko operacyjne, Ryzyko outsourcingu	The risk of a negative influence on the part of an external entity on the continuity, integrity or quality of the entity, its assets or employees/ Ryzyko negatywnego wpływu ze strony podmiotu zewnętrznego na ciągłość, integralność lub jakość funkcjonowania podmiotu, jego majątku lub pracowników.
Operational risk, Risk of fraud/ embezzlement/ Ryzyko operacyjne, Ryzyko nadużyć / defraudacji	The risk associated with the conscious act to the detriment of the entity by its employees or third parties/ Ryzyko związane ze świadomym działaniem na szkodę podmiotu przez jego pracowników lub osoby trzecie.
Operational risk, Money laundering risk/ Ryzyko operacyjne, Ryzyko prania pieniędzy	The risk of incurring losses as a result of entangling in the money laundering conducted by clients, agents or employees/ Ryzyko poniesienia strat w wyniku zamieszania w proceder prania pieniędzy prowadzony przez klientów, pośredników lub pracowników.
Operational risk, Safety risk/ Ryzyko operacyjne, Ryzyko bezpieczeństwa	Risk of disruption of the entity's functioning or financial losses as a result of insufficient protection of its resources and information/ Ryzyko zakłócenia funkcjonowania podmiotu lub strat finansowych w wyniku niedostatecznej ochrony jego zasobów i informacji.
Operational risk, Risk of external events (business continuity)/ Ryzyko operacyjne, Ryzyko zdarzeń zewnętrznych (ciągłości działania)	The risk of the entity not being able to operate or suffering losses as a result of extraordinary events such as earthquakes, fires, floods, acts of terror, lack of access to the office (place of business) or the media/ Ryzyko braku możliwości prowadzenia działalności przez podmiot lub poniesienia strat w wyniku zdarzeń nadzwyczajnych takich jak trzęsienia ziemi, pożary, powodzie, akty terroru, brak dostępu do siedziby (miejsca prowadzenia działalności) lub mediów.
Operational risk, Legal risk/ Ryzyko operacyjne, Ryzyko prawne	Risk of incurring losses as a result of erroneous or too late elaboration or adoption of regulations, their instability, changes in case-law, erroneous formation of legal relations, quality of formal and legal documentation or unfavourable decisions of courts or other bodies in disputes conducted in other entities/ Ryzyko poniesienia strat na skutek błędnego lub zbyt późnego opracowania lub uchwalenia regulacji, ich niestabilności, zmian w orzecznictwie, błędnego ukształtowania stosunków prawnych, jakości dokumentacji formalno-prawnej czy niekorzystnych rozstrzygnięć sądów lub innych organów w sprawach spornych prowadzonych w innymi podmiotami.
Operational risk, Tax and accounting risk/ Ryzyko operacyjne, Ryzyko podatkowe i rachunkowe	The risk of negative economic effects for the entity due to improper (incorrect) accounting records, reporting, erroneous determination of tax liabilities of the entity or their untimely payment/ Ryzyko negatywnych skutków ekonomicznych dla podmiotu z powodu niewłaściwej (nieprawidłowej) ewidencji rachunkowej, sprawozdawczości, błędnego wyznaczania zobowiązań podatkowych podmiotu lub ich nieterminowej zapłaty.

Operational risk, Product risk (customer complaints)/ Ryzyko operacyjne, Ryzyko produktu (skarg klientów)	The risk associated with the sale of the product (services) by the entity, which: does not meet the requirements and needs of clients, is not compliant with laws and regulations, generates additional risk (for the entity and its clients), there is not enough support in the processes taking place in the entity, or the employees/ Ryzyko związane ze sprzedażą przez podmiot produktu (usług), który: nie spełnia wymagań i potrzeb klientów, nie jest zgodny z prawem i regulacjami, generuje dodatkowe ryzyko (dla podmiotu i jego klientów), nie ma dostatecznego wsparcia w procesach zachodzących w podmiocie, czy też pracownikach.
Risk of II Pillar/ Ryzyko II Filaru	
Concentration risk/ Ryzyko koncentracji	Risk of deterioration of creditworthiness that threatens the fulfilment of obligations as a result of dependence (lack of diversification) or excessive exposure to one entity or related entities/ Ryzyko pogorszenia się zdolności kredytowej zagrażającej wykonaniu zobowiązania w wyniku uzależnienia się (braku dywersyfikacji) lub nadmiernej ekspozycji wobec jednego podmiotu lub podmiotów powiązanych.
Investment risk/ Ryzyko inwestycji	The risk of not receiving a planned return from a financial instrument or losing the invested funds/ Ryzyko nieotrzymania planowanego zwrotu z instrumentu finansowego lub utraty zainwestowanych środków
Interest rate risk in the banking book/ Ryzyko stopy procentowej w księdze bankowej	The risk of losses resulting from adverse changes in interest rates that lead to a drop in an interest income, an increase in interest costs or a decrease in the net present value of items sensitive to changes in an interest rates/ Ryzyko strat wynikających z niekorzystnych zmian stóp procentowych, które prowadzą do spadku przychodów odsetkowych, wzrostu kosztów odsetkowych lub zmniejszenia wartości bieżącej netto pozycji wrażliwych na zmiany stóp procentowych.
Liquidity risk/ Ryzyko płynności	Risk of default on the current financial liabilities/ Ryzyko niewywiązania się z bieżących zobowiązań finansowych
Risk of mismatch of the assets and liabilities, including:/ Ryzyko niedopasowania aktywów i pasywów, w tym:	Risk of default on current liabilities resulting from discrepancies in the amount and time of financial flows resulting from the maturity of assets and maturity of liabilities. The risk of a mismatch is analysed in the following categories, taking into account the time horizon: Ryzyko niewywiązania się z bieżących zobowiązań wynikających z rozbieżności w wysokości i czasie przepływów finansowych wynikających z zapadalności aktywów i wymagalności zobowiązań. Ryzyko niedopasowania jest analizowane w następujących kategoriach, biorąc pod uwagę horyzont czasowy:
Current liquidity risk/ Ryzyko płynności bieżącej	Ability to perform all monetary obligations within the payment period of 7 consecutive days/ Zdolność wykonania wszystkich zobowiązań pieniężnych w terminie płatności przypadającym w okresie 7 kolejnych dni
Short-term liquidity risk/ Ryzyko płynności krótkoterminowej	Ability to perform all monetary obligations within the payment period of the next 30 days Zdolność wykonania wszystkich zobowiązań pieniężnych w terminie płatności przypadającym w okresie 30 kolejnych dni
The risk of medium-term liquidity/ Ryzyko płynności średnioterminowej	Ability to fulfil all monetary obligations within the payment period of the period above 1 month and up to 12 months/ Zdolność wykonania wszystkich zobowiązań pieniężnych w terminie płatności przypadającym w okresie powyżej 1 miesiąca i do 12 miesięcy
The risk of long-term liquidity/ Ryzyko płynności długoterminowej	Ability to perform all monetary obligations within the payment period of over 12 months Zdolność wykonania wszystkich zobowiązań pieniężnych w terminie płatności przypadającym w okresie powyżej 12 miesięcy
Option risk/ Ryzyko opcji	Risk of default on current liabilities due to the counterparty's right to change the amount and timing of the cash flows/ Ryzyko niewywiązania się z bieżących zobowiązań ze względu na prawo kontrahenta do zmiany wysokości i terminów przepływów pieniężnych.
Risk of financial result/ Ryzyko wyniku finansowego	Risk of achieving the financial result below the requirements resulting from the need to conduct current operations and development, mainly in order to properly supply capital/ Ryzyko realizacji wyniku finansowego poniżej wymagań wynikających z potrzeby prowadzenia bieżącej działalności i rozwoju, głównie w celu odpowiedniego zasilenia kapitału.
Capital risk/ Ryzyko kapitałowe	The risk resulting from a failure to provide sufficient capital to absorb unexpected losses/ Ryzyko wynikające z niezapewnienia kapitału wystarczającego do absorpcji strat nieoczekiwanych.
Another type/types of risk considered significant/ Inny rodzaj / rodzaje ryzyka, uznane za istotne	According to the bank's definition/ Według definicji banku

Source: UKNF (UKNF) (2013).
Źródło: UKNF (UKNF) (2013).

It seems that the most comprehensive and the most universal categorization and definition of risk types has been presented in the BION methodology. However, it is not devoid of irregularities. First of all, the risk of a financial result should be indicated here. This type of risk in practice should not be separated, as "the financial performance below the requirements" is a derivative or the result of "materialization" (implementation) of other types of risk. Secondly, what is surprising is the lack of a strategic risk in the catalogue, defined similarly as in CP03 and ICAAP Guidelines. The issue of the unfavourable management decisions and the lack of a preparation for changes in the external environment require defining a separate type of risk in order to include it in the appropriate management process.

All of the above categorizations of bank risk types are basically based on "risk factors", that is specific reasons for the materialization of a given type of risk. This is the most appropriate approach, because it reflects the essence of a given type of risk well. However, two other risk-relevant categorizations must be presented.

The first of these categorizations applies to the division of risk in terms of the "measurability" into: measurable, hardly measurable and non-measurable risks. Measurable risk includes types of risk, the results of which can be measured using statistical and/or econometric and/or mathematical methods, and then expressed using a specific measure (usually a unit of currency). The existence of quantitative methods for measuring a given risk is a circumstance that clearly simplifies the functioning of the entire risk management process.

The uncertainty risk applies to those types of risk, for which there are difficulties in the development of quantitative measurement methods, due to the specificity of a given type of risk or a small amount of data in terms of losses due to the materialisation of risk.

Finally, the non-measurable risk refers to the types of risk in which it is extremely difficult and even impossible to develop methods of quantification. In this situation, the risk measurement is a quality assessment.

The second categorization uses the division of banking risk into significant and insignificant risk.

The material risk is a risk which implementation may result in "significant" financial losses. Assessing "relevance" is the bank's task. The non-significant risk is the opposite of the material risk, therefore its implementation does not cause significant financial losses.

Conclusions

All of the above-mentioned views on the categorization of the banking risk are different but at the same time similar to each other. They differ from each other mainly in the degree of detail. All supervisory definitions are based on and are an extension of the documents of the Basel

Wydaje się, że najpełniejsza i najbardziej uniwersalna kategoryzacja i zdefiniowanie rodzajów ryzyka zostało przedstawione w Metodyce BION. Nie jest ona jednak pozbawiona nieprawidłowości. Należy tu wskazać po pierwsze ryzyko wyniku finansowego. Ten rodzaj ryzyka w praktyce nie powinien zostać wyodrębniony, jako że „realizacja wyniku finansowego poniżej wymagań" jest pochodną, czy też rezultatem „materializacji" (realizacji) innych rodzajów ryzyka. Po drugie, zdziwienie budzi brak w katalogu ryzyka strategicznego, zdefiniowanego podobnie jak w CP03 i Wytycznych ICAAP. Kwestia niekorzystnych decyzji zarządczych i braku przygotowania na zmiany w środowisku zewnętrznym wymagają zdefiniowania odrębnego rodzaju ryzyka, w celu objęcia jej odpowiednim procesem zarządzania.

Wszystkie powyższe kategoryzacje rodzajów ryzyka bankowego bazują w zasadzie na „czynnikach ryzyka", czyli określonych przyczynach materializacji danego rodzaju ryzyka. Jest to podejście jak najbardziej właściwe, gdyż dobrze oddaje istotę danego rodzaju ryzyka. Trzeba jednak przedstawić dwie inne, ważne w praktyce zarządzania ryzykiem, kategoryzacje ryzyka.

Pierwsze z tych kategoryzacji dotyczy podziału ryzyka pod względem „mierzalności" na: ryzyko mierzalne, trudnomierzalne oraz niemierzalne. Ryzyko mierzalne obejmuje rodzaje ryzyka, których rezultaty materializacji można zmierzyć przy pomocy metod statystycznych i/lub ekonometrycznych i/lub matematycznych, a następnie wyrazić przy pomocy określonej miary (najczęściej jednostki waluty). Istnienie ilościowych metod pomiaru danego ryzyka jest okolicznością wyraźnie ułatwiającą funkcjonowanie całego procesu zarządzania ryzykiem.

Ryzyko trudnomierzalne dotyczy tych rodzajów ryzyka, co do których istnieją trudności w zakresie opracowania ilościowych metod pomiaru, z powodu specyfiki danego rodzaju ryzyka lub małej ilości danych w zakresie strat spowodowanych materializacją ryzyka.

Wreszcie ryzyko niemierzalne odnosi się do rodzajów ryzyka, w stosunku do których niezwykle utrudnione, a wręcz niemożliwe jest opracowanie metod kwantyfikacji. W takiej sytuacji pomiar ryzyka ma charakter oceny jakościowej.

Druga kategoryzacja stosuje podział ryzyka bankowego na ryzyko istotne i nieistotne.

Ryzyko istotne to ryzyko, którego realizacja może spowodować „istotne", znaczące straty finansowe. Określenie „istotności" jest zadaniem banku. Ryzyko nieistotne jest przeciwieństwem ryzyka istotnego, zatem jego realizacja nie powoduje znaczących strat finansowych.

Wnioski

Wszystkie powyżej przedstawione spojrzenia na kategoryzację ryzyka bankowego są odmienne, lecz jednocześnie zbliżone siebie. Różnią się od siebie głównie stopniem szczegółowości. Wszystkie definicje nadzorcze opierają się i są rozwinięciem dokumentów Komitetu Bazylejskiego. Najwięcej podrodzajów,

Committee. The most sub-categories of risk types were determined for credit, market and operational risk (I Pillar). These types of risks are of particular interest to the supervisory authorities, of course due to the largest potential financial losses. They are also considered the most important in the activities of banks, although this cannot be considered a rule. In each bank there is undoubtedly - in a manner unlike in other sectors of the economy - liquidity risk, which results from the specificity of banking operations. There are also other types of "II Pillar" risk practically in every institution, although in smaller and less complex banks many of them may not have significant meaning.

Defining the risk in banking operations should be the first stage of the risk management process. At the same time, the risk management process is the most important among all management processes in the bank (such processes include, for example, sale of products, recovery, accounting, IT), as it determines its survival under crisis conditions and maintaining the security of the funds deposited by depositors. The reliable organization and ensuring high quality of the implementation of the first stage of the risk management determines the effectiveness and efficiency of the entire process.

Having defined and categorized risk types is a basic but insufficient condition to minimize the occurrence of threats and crisis phenomena in banks. Strong requirements made in the European Union, including Poland, by European and national regulators, including the PFSA, in the scope of banks categorizing risk as part of the risk management system, have contributed to alleviating the phenomena that result from the global financial crisis in European banks in 2008-2011.

czy też podkategorii rodzajów ryzyka określono dla ryzyka kredytowego, rynkowego i operacyjnego (I Filar). Te rodzaje ryzyka znajdują się w szczególnym zainteresowaniu organów nadzorczych, oczywiście ze względu na największe potencjalne straty finansowe. Są one też uznawane za najważniejsze w działalności banków, aczkolwiek nie może to zostać uznane za regułę. W każdym banku występuje niewątpliwie – w sposób niepodobny do innych sektorów gospodarki - ryzyko płynności, co wynika ze specyfiki działalności bankowej. Praktycznie w każdej instytucji obecne są również inne rodzaje ryzyka „II Filaru", chociaż w mniejszych i mniej skomplikowanych bankach wiele z nich może nie mieć istotnego znaczenia.

Zdefiniowanie ryzyka w działalności bankowej powinno być pierwszym etapem procesu zarządzania ryzykiem. Jednocześnie proces zarządzania ryzykiem jest najważniejszym wśród wszystkich procesów zarządczych w banku (procesy takie to przykładowo sprzedaż produktów, windykacja, księgowość, IT), gdyż warunkuje jego przetrwanie w warunkach kryzysowych i utrzymanie bezpieczeństwa środków wpłaconych przez deponentów. Rzetelne zorganizowanie oraz zapewnienie wysokiej jakości realizacji pierwszego etapu zarządzania ryzykiem warunkuje skuteczność i efektywność całego procesu.

Posiadanie zdefiniowanych i skategoryzowanych rodzajów ryzyka jest warunkiem podstawowym, ale niewystarczającym, do minimalizacji wystąpienia zagrożeń i zjawisk kryzysowych w bankach. Zdecydowane wymagania stawiane w Unii Europejskiej, w tym w Polsce, przez europejskich i krajowych regulatorów, w tym UKNF, w zakresie posiadania i stosowania przez banki kategoryzacji ryzyka w ramach systemu zarządzania ryzykiem, przyczyniły się do złagodzenia wśród banków zjawisk będących następstwem światowego kryzysu finansowego w Europie w latach 2008-2011.

References/ Literatura:

1. Basel Committee on Banking Supervision (2006). *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards (A Revised Framework Comprehensive Version).* Pobrane z: www.bis.org/publ/bcbs128.pdf.
2. Basel Committee on Banking Supervision (2011). *Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems" version revised in June 2011.* Pobrane z: www.bis.org/publ/bcbs189.pdf.
3. Basel Committee on Banking Supervision (2013). *Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and liquidity risk monitoring tools.* Pobrane z: www.bis.org/publ/bcbs238.htm.
4. Bodie, Z., Merton, R.C. (2003). *Finanse*, Warszawa: PWE.
5. Cicirko, T. (2012). *Efektywne zarządzanie kapitałem banku komercyjnego w Polsce w świetle standardów adekwatności kapitałowej.* Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie.
6. Committee of European Banking Supervisors, CEBS (2006). *Guidelines of the Supervisory Review Process under Pillar 2 (CP03 revised)*, Pobrane z: www.eba.europa.eu/-/cebs-publishes-guidelines-on-supervisory-review-process.
7. Committee of European Banking Supervisors, CEBS (2010). *Guidelines for the joint assessment of the elements covered by the supervisory review and evaluation process (SREP) and the joint decision regarding the capital adequacy of cross border groups (CP3)*. London: CEBS.
8. Gątarek, D., Maksymiuk, R., Krysiak, M., Witkowski, Ł. (2001). *Nowoczesne metody zarządzania ryzykiem finansowym.* Warszawa: WIG-Press.
9. Iwanicz-Drozdowska, M. (2005). *Zarządzanie finansowe bankiem.* Warszawa: PWE.
10. Jajuga, K. (2007). *Zarządzanie ryzykiem*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
11. Janasz, K. (red.) (2005). Ryzyko i niepewność w projektach innowacyjnych. W: W. Janasz (red.), *Innowacje w działalności przedsiębiorstw w integracji z Unią Europejską* (s. 187-188). Warszawa: Wydawnictwo Difin.
12. Knight, F.H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit,* Boston: Houghton Miffin Company.
13. Kubińska-Kaleta, E. (2008). *Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwach przemysłowych na przykładzie huty stali.* Kraków: Wydawnictwo AGH.

14. Oesterreichische NationalBank (OeNB), Financial Market Authority (FMA) (2006). *Guidelines on Bank-Wide Risk Management – Internal Capital Adequacy Assessment Process.* Vienna: OeNB i FMA.
15. Tomaszewski, J. (2012). *Wykład I – ryzyko – zagadnienia podstawowe, Zarządzanie ryzykiem finansowym w przedsiębiorstwie*, Pobrane z: www.e-sgh.pl/niezbednik/student_przedmiot.php?pid=1676.
16. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego (UKNF) (2013). *Metodyka Badania i Oceny Nadzorczej Banków Komercyjnych, Zrzeszających oraz Spółdzielczych (Metodyka BION).* Pobrane z: www.knf.gov.pl.
17. Willet, A.H. (1951). *The Economic Theory of Risk Insurance*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press. https://doi.org/10.9783/9781512808995
18. Williams, C.A. Jr., Smith, M.L., Young, P.C. (2002). *Zarządzanie ryzykiem a ubezpieczenia*. Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

OPPORTUNITIES AND BARRIERS FOR SMART RURAL DEVELOPMENT IN POLAND IN LIGHT OF FIELD STUDIES

MOŻLIWOŚCI I BARIERY INTELIGENTNEGO ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH W POLSCE W ŚWIETLE BADAŃ TERENOWYCH

Michał Dudek[1(A,B,C,D,E,F,G)]

[1]Institute of Agricultural and Food Economics – National Research Institute
Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy

Dudek, M. (2018). Opportunities and barriers for smart rural development in Poland in the light of field studies/ Możliwości i bariery inteligentnego rozwoju obszarów wiejskich w Polsce w świetle badań terenowych. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 57-68. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0035

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: O18

Submitted:
June 2018

Accepted:
November 2018

Tables: 1
Figures: 1
References: 22

Summary

Subject and purpose of work: The paper focuses on identifying and assessing selected conditions and limitations of smart rural development in Poland. The concepts of smart development pointed out in the literature were used to analyse the results of field studies carried out in 2011 and 2016 in ten purposefully selected villages located in various regions of the country.
Materials and methods: The conclusions were drawn on the basis of empirical material which took a form of quantitative data and qualitative information gathered from the interviews with village mayors (sołtys) and observations of the interviewers. For the purpose of the paper the statistical methods were used and the analysis of the content of responses was performed.
Results and conclusions: The results of the surveys indicated a presence of both the potential of smart development in the surveyed villages and the barriers to it. The important determinants to activate local economic progress based on knowledge, education and new technologies were connected mainly with a convenient location and the environmental and cultural resources available. As for an insufficient level of valorisation of the aforementioned elements, it proved to be an obstacle to this process, which was largely due to the limited accumulation of human and social capital.

Keywords: countryside, smart development, resources, networks, human capital

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: O18

Zgłoszony:
czerwiec 2018

Zaakceptowany:
listopad 2018

Tabele: 1
Rysunki: 1
Literatura: 22

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Artykuł koncentruje się na identyfikacji i ocenie wybranych przesłanek oraz ograniczeń inteligentnego rozwoju wsi w Polsce. Wskazane w literaturze przedmiotu przejawy inteligentnego rozwoju wykorzystano do analizy wyników badań terenowych przeprowadzonych w 2011 i 2016 roku w dziesięciu celowo dobranych miejscowościach, położonych w różnych regionach kraju.
Materiały i metody: Podstawą sporządzonych wniosków był materiał empiryczny w postaci danych ilościowych i informacji jakościowych pozyskanych z wywiadów z sołtysami oraz obserwacji osób ankietujących. Na potrzeby opracowania wykorzystano metody statystyczne oraz analizę treści udzielanych odpowiedzi.
Wyniki i wnioski: Przeprowadzone analizy udokumentowały zaznaczanie się zarówno potencjału, jak i barier inteligentnego rozwoju w badanych wsiach. Istotne determinanty uaktywnienia lokalnego postępu gospodarczego opartego na wiedzy, edukacji i nowych technologiach wiązały się przede wszystkim z dogodną lokalizacją oraz posiadanymi zasobami środowiskowymi i kulturowymi. Z kolei jako przeszkodę w tym procesie wskazano na niedostateczny poziom waloryzacji wymienionych elementów, wynikający w znacznej mierze z ograniczonej akumulacji kapitału ludzkiego i społecznego.

Słowa kluczowe: wieś, inteligentny rozwój, zasoby, sieci, kapitał ludzki

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr Michał Dudek, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej - Państwowy Instytut Badawczy, ul. Świętokrzyska 20, 00-002 Warszawa, Polska; tel.: +48 22 50 54 578, e-mail: michal.dudek@ierigz.waw.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Michał Dudek. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

In analysing the possibilities of rural development in Poland, many determinants of this process are highlighted. So far, the main role in activating economic progress in the countryside has been associated with the disagrarisation of the economy and employment. The market mechanism, expressed by the growing competition and concentration of added value in the non-agricultural industries, has stimulated the restructuring and professionalisation of farms as well as the labour and spatial mobility of the farming families. Despite the apparent modernisation effect of the agricultural sector and the improved level and conditions of living of rural populations, achieved with great support of funds from the EU budget, rural areas in the country still experience structural problems (Sikorska 2013). They include the fragmentation of farms, hidden unemployment in agriculture, small occupational activity and dependence of rural populations on social benefits (Karwat-Woźniak, Chmieliński 2013, Niedzielski 2015). In addition, now we can see the emergence of the increasingly raised challenges facing these areas, such as spatial economic disparities, depopulation or biodiversity loss, which manifest themselves with the varying intensity in the individual regions (Bański 2014, Bański 2017). Economic and social problems are particularly visible in peripheral localities characterised by historically defined economic *path dependence*, limited transport accessibility, low population density, deficits in technical and social infrastructure, as well as low level of education of their residents (Wójcik 2011). These characteristics define the barriers and opportunities of improving the economic situation of that population based on bottom-up and exogenous development mechanisms. One way of achieving this objective are the concepts of smart development implemented by the public policy. The objectives and instruments of smart development are more and more clearly present in the strategies and practices of the regional and rural policies of the EU and its Member States (McCann 2015).

This paper confronts the selected objectives of the smart rural development policy which are present in the EU and national official strategies with the results of empirical studies of the Polish countryside. The next part of the text concerns the closer overview of the theoretical bases of the smart rural development concept. The following subchapter describes the empirical data source and the study methodology. The third part of the paper contains a presentation of the research results. The text is ended with the conclusions.

Smart rural development: objectives and public policy

The sources of the smart rural development concept are to be sought in a number of theories and studies in the field of economics (such as the theory of innovation, human capital, competitiveness),

Wstęp

Przy rozpatrywaniu możliwości rozwoju obszarów wiejskich w Polsce zwraca się uwagę na wiele uwarunkowań tego procesu. Zasadniczą rolę w uaktywnieniu postępu ekonomicznego na wsi wiązano dotychczas przede wszystkim z dezagraryzacją gospodarki i zatrudnienia. Mechanizm rynkowy wyrażający się w narastającej konkurencji i koncentracji wartości dodanej w branżach pozarolniczych pobudzał restrukturyzację i profesjonalizację gospodarstw oraz mobilność zawodową i przestrzenną ludności z nimi związanej. Pomimo widocznego efektu modernizacyjnego sektora rolnego oraz poprawy poziomu i warunków życia mieszkańców terenów wiejskich, osiągniętych przy wydatnym wsparciu funduszy pochodzących z budżetu UE, na obszarach wiejskich w kraju nadal zaznaczają się problemy strukturalne (Sikorska, 2013). Należą do nich rozdrobnienie gospodarstw rolnych, ukryte bezrobocie w rolnictwie, mała aktywność zawodowa i uzależnienie społeczności wiejskich od świadczeń społecznych (Karwat-Woźniak, Chmieliński, 2013, Niedzielski, 2015). Obok tego pojawiają się obecnie coraz częściej podnoszone wyzwania stojące przed tymi terenami, takie jak przestrzenne dysproporcje ekonomiczne, depopulacja czy zanik bioróżnorodności, uwidaczniające się z różnym natężeniem w poszczególnych regionach (Bański, 2014, Bański, 2017). Problemy gospodarcze i społeczne szczególnie zaznaczają się w miejscowościach peryferyjnych cechujących się historycznie określonymi zapóźnieniami gospodarczymi, ograniczoną dostępnością komunikacyjną, niewielkim zaludnieniem, deficytami po stronie infrastruktury technicznej i społecznej, a także niskim poziomem wykształcenia mieszkańców (Wójcik, 2011). Charakterystyki te określają bariery i możliwości poprawy położenia ekonomicznego tamtejszej ludności w oparciu o oddolne i zewnętrzne mechanizmy rozwojowe. Jako jeden ze sposobów osiągnięcia tego celu wskazuje się koncepcję inteligentnego rozwoju realizowanego przy pomocy polityki publicznej. Założenia i instrumenty inteligentnego rozwoju są coraz wyraźniej obecne strategiach i praktykach polityki regionalnej i wiejskiej UE oraz jej państw członkowskich (McCann 2015).

Niniejszy artykuł konfrontuje wybrane założenia polityki inteligentnego rozwoju wsi obecne w unijnych i krajowych oficjalnych dokumentach strategicznych z wynikami badań empirycznych wsi w Polsce. Następna część artykułu dotyczy przybliżenia podstaw teoretycznych koncepcji inteligentnego rozwoju wsi. W kolejnym podrozdziale opisano źródło danych empirycznych oraz metodologię badania. Trzecia część artykułu zawiera przedstawienie uzyskanych wyników. Tekst kończą wnioski.

Inteligentny rozwój wsi: założenia a polityka publiczna

Źródeł koncepcji inteligentnego rozwoju wsi (*smart rural development*) należy poszukiwać w szeregu teorii i badań z zakresu ekonomii (takich jak: teoria innowacji, kapitału ludzkiego, konkurencyj-

regional and spatial studies (concepts of innovative milieu, growth poles, core and periphery) (Dudek M., Karwat-Woźniak B., Wrzochalska A., 2016). The growing interest in technologies, as well as the search for new sources of institutional legitimisation, resulted in the adaptation and a specific compilation of some conclusions from research achievements of the above-mentioned views for the purposes of public policy (policy-oriented concept). The idea of smart rural development has been initiated and is present at the level of the EU economic strategy and practice, covering the issues of cohesion, agriculture and rural areas (CAP). According to EU documents, the term "smart" refers to the economic growth, whose components are innovation and knowledge. In this context, smart rural development should be understood as the type of economic progress achieved through the innovative, educational and research activities in rural areas. In this perspective, the role of public institutions is seen in creating conditions for implementing the above types of activities by creating an appropriate legal framework, promoting cross-sectoral cooperation among economic actors, non-governmental and public institutions or co-financing various projects from public funds (Komisja Europejska, 2010a, 2010b).

Only recently, the issue of basing the economy on innovation and research, which is the leading motive of smart rural development, has been reflected in the EU policies. This concept is therefore a part of the currently dominant paradigm of the knowledge- and innovation-based economy (Zarycki, 2014). However, it is argued that, irrespective of the declared objectives, the public policy based on innovation and research paradoxically has little chance of success in rural areas (McCann, Ortega-Argiles 2015). As shown by many analyses in the field of economic geography, knowledge- and innovation-based development models are usually the right instrument for cities as their effects depend on the degree of entrepreneurship, diversification of the economy, availability of capital and intensity of relationships among entities (the effect of agglomeration) (Teräs, Dubois, Sörvik, Pertoldi, 2015). The intense stimulation of rural development by means of investing in innovation or new technologies may not deliver the expected effects due to supply-side constraints.

Significant distances and the relatively lower level of development of transport and communication network, no cooperation among companies, research organisations and supporting institutions are an organisational obstacle and force alternative forms of contact. Therefore, it is pointed out that, given the specific nature of the countryside, the model of its smart development should be based on objectives other than in urbanised areas, where the dominant paradigm is a need to strengthen competitiveness (Hadyński 2015). As appropriate for rural areas, postulated is the prospect of sustainable development which identifies the countryside as the terrain which is separate and diversified in terms of resources and market relations, requiring preservation and not only a distance reduction in relation to cities (Saraceno

ności), studiów regionalnych i przestrzennych (koncepcje *innovative muilieu*, biegunów wzrostu, rdzenia i peryferii) (Dudek M., Karwat-Woźniak B., Wrzochalska A., 2016). Rosnące zainteresowanie technologiami, jak również poszukiwanie nowych źródeł legitymizacji instytucjonalnej zaowocowało adaptacją i swoistą kompilacją części wniosków płynących z dorobku badawczego wymienionych poglądów na potrzeby prowadzenia polityki publicznej (*policy oreinted concept*). Idea inteligentnego rozwoju wsi została zainicjowana i jest obecna na płaszczyźnie strategii i praktyki gospodarczej realizowanej przez UE, obejmującej kwestie spójności, rolnictwa i obszarów wiejskich (WPR). Według dokumentów UE, określenie inteligentny odnosi się do wzrostu gospodarczego, którego elementami składowymi są innowacja i wiedza. W tym kontekście inteligentny rozwój wsi należy rozumieć jako rodzaj postępu ekonomicznego osiąganego w następstwie prowadzenia działalności innowacyjnej, edukacyjnej i badawczej na obszarach wiejskich. W tej perspektywie rolę instytucji publicznych widzi się w tworzeniu warunków dla realizowania wymienionych typów aktywności poprzez kreowanie odpowiednich ram prawnych, promowanie międzysektorowej współpracy wśród podmiotów gospodarczych, instytucji pozarządowych i publicznych czy współfinansowanie różnorodnych przedsięwzięć ze środków publicznych. (Komisja Europejska, 2010a, 2010b).

Kwestia oparcia gospodarki na innowacjach i badaniach, która jest motywem przewodnim inteligentnego rozwoju wsi, znalazła odzwierciedlenie w polityce UE od niedawna. Wpisuje się ona w dominujący obecnie paradygmat gospodarki opartej na wiedzy i innowacjonizmie (Zarycki, 2014). Niezależnie od deklarowanych celów polityka publiczna bazująca na tych elementach paradoksalnie ma niewielkie szanse powodzenia na obszarach wiejskich (McCann, Ortega-Argiles, 2015). Jak pokazują liczne analizy z dziedziny geografii ekonomicznej, oparte na wiedzy i innowacjach modele rozwoju stanowią zwykle odpowiedni instrument dla miast, ponieważ ich efekty zależą od stopnia przedsiębiorczości, zróżnicowania gospodarki, dostępności kapitału i intensywności powiązań między podmiotami (efekt aglomeracji) (Teräs, Dubois, Sörvik, Pertoldi, 2015). Intensywne pobudzanie rozwoju obszarów wiejskich inwestycjami w innowacje czy nowe technologie może nie przynosić zakładanych efektów ze względu na ograniczenia po stronie podażowej.

Znaczące odległości i relatywnie gorzej rozwinięta sieć transportowa i komunikacyjna, brak współpracy przedsiębiorstw, organizacji naukowo-badawczych i instytucji wspierających stanowi utrudnienie organizacyjne i wymusza alternatywne formy kontaktów. Dlatego wskazuje się, że ze względu na specyfikę wsi model jej inteligentnego rozwoju powinien być oparty na innych założeniach niż w przypadku obszarów zurbanizowanych, gdzie dominujący paradygmat stanowi konieczność wzmacniania konkurencyjności (Hadyński, 2015). Dla terenów wiejskich odpowiedni powinien być model zrównoważonego rozwoju, rozpatrujący wieś jako obszar odręb-

2013). In this context of smart development, in the foreground there should be the local potential of the countryside in a form of economic, social, environmental and cultural capital (Bryden, Dawe 2008). Its components are usually rare goods in a form of natural and environmental resources (land, forests, landscape, fauna and flora) which are a basis for industries or activities deeply rooted in the economic structure of the local market (Fig. 1). However, their functioning should be based on the conceptual and technological transformation of offered products and services (expanding, changing concepts, increasing the group of customers, using new technologies in creating and selling) which results in their increased value (valorisation).

ny i zróżnicowany pod względem zasobów i relacji rynkowych, wymagający działań na rzecz zachowania, a nie tylko nadrabiania dystansu w stosunku do miast (Saraceno, 2013). W takim ujęciu inteligentnego rozwoju na pierwszym planie powinien znajdować lokalny potencjał wsi w postaci kapitału ekonomicznego, społecznego, środowiskowego i kulturowego (Bryden, Dawe, 2008). Jego składnikami są zwykle dobra rzadkie w postaci zasobów naturalnych i przyrodniczych (ziemia, lasy, krajobraz, fauna i flora), stanowiąc podstawę dla branż czy działalności zakorzenionych w strukturze gospodarczej miejscowego rynku (rysunek 1). Jednak ich funkcjonowanie powinno się opierać na przekształceniu koncepcyjnemu i technologicznemu oferowanych produktów i usług (poszerzenie, zmiana koncepcji, zwiększenie kręgu odbiorców, wykorzystanie nowych technologii przy tworzeniu i sprzedaży), skutkującym wzrostem ich wartości (waloryzacja).

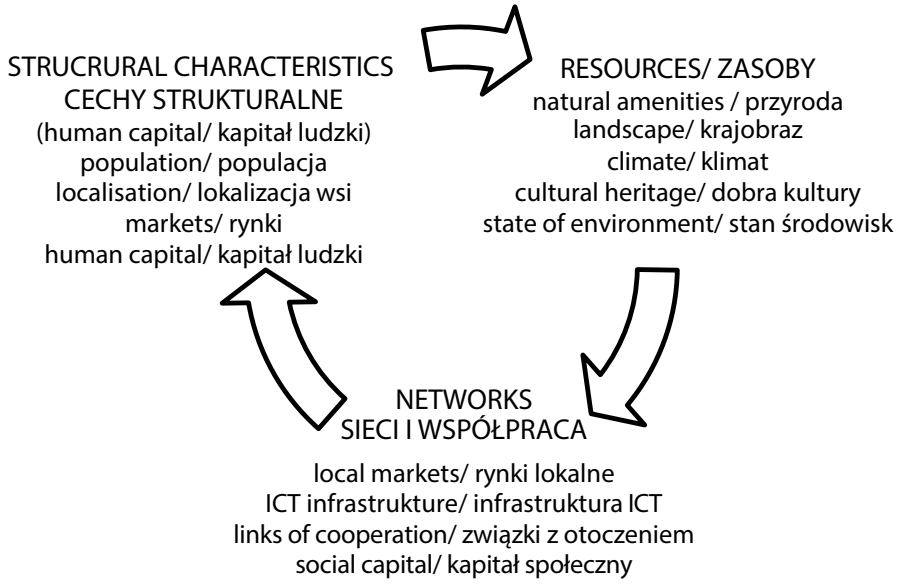

Figure 1. Factors of smart rural development
Rysunek 1. Czynniki inteligentnego rozwoju wsi
Source: Own elaboration based on (Naldi, Nilsson, Westlund, Wixe, 2015).
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: (Naldi, Nilsson, Westlund, Wixe, 2015).

Among the industries likely to provide a stimulus for smart rural development, we can mention the services related to tourism, health, recreation, organic production, traditional food production, handicrafts and culture (e.g. festivals) (Naldi, Nilsson, Westlund, Wixe, 2015). They are often market niches to be discovered and developed in local conditions. It is believed that in addition to the changes in the market offer, for activating the smart development processes, rural operators should introduce organisational and marketing changes consisting in intensifying business cooperation (clusters), establishing public-private partnerships and new relations with growth areas. The system of these relationships can be based on cooperation with a large company, which is a source of knowledge, technology, solutions used in regional and international markets, which will allow to reach supra-local outlet markets (Teräs et al., 2015).

Wśród branż mogących stanowić bodziec dla inteligentnego rozwoju wsi wymienia się usługi turystyczne, zdrowotne, rekreacyjne, produkcję ekologiczną, wytwarzanie tradycyjnej żywności, rękodzieło czy usługi kulturalne (np. festiwale) (Naldi, Nilsson, Westlund, Wixe, 2015). Stanowią one nierzadko nisze rynkowe wymagające odkrycia i rozwoju w warunkach lokalnych. Uważa się, że obok przeobrażeń w ofercie rynkowej, dla uaktywnienia procesów inteligentnego rozwoju, wiejskie podmioty gospodarcze powinny wprowadzać zmiany organizacyjne i marketingowe, polegające na intensyfikacji współpracy biznesowej (klastry), nawiązywaniu partnerstw publiczno-prywatnych oraz nowych relacji z obszarami wzrostu. Schemat tych relacji może opierać się na kooperacji z dużym przedsiębiorstwem będącym źródłem wiedzy, technologii, rozwiązań stosowanych na rynkach regionalnych i międzyna-

Actions to develop the resource inflow channels and to increase the outflow of products and services for companies and farms from rural areas seem attractive in the context of the growing demand for high quality products and services related to the promotion of healthy lifestyles. The demand for them is reported particularly by the so-called new middle class, which more and more often selects the countryside as a place to live and relax (Halamska 2015). The progressive gentrification of rural areas is therefore an opportunity to significantly deepen local markets from the demand and supply side.

It can be assumed that smart rural development is identified by interrelated factors which include structural economic determinants, social, environmental and cultural resources, as well as networks of links and cooperation (Naldi et al., 2015) (Fig. 1). The structural factors in a form of the number of consumers, economic entities and their profile determine the intensity and potential of the development of market relations. On the other hand, natural resources, environmental and recreational facilities are a basis for smart rural development. The possibility of their valorisation and creative use determine the characteristics and attitudes of the local community (level of human capital, social mobility). An important component of the entire system is cooperation and networks of between the residents and external actors possessing knowledge valuable in market terms, which can be used in discovering and developing market niches and typical economic activities.

Materials and methods

The objective of the study was to identify barriers to and opportunities of smart rural development in Poland. The analyses were based on the material derived from the IAFE-NRI field studies carried out in the years 2011 and 2016 in the same 10 villages located in 5 different macroregions of the country (two villages per one macroregion). These villages have been in the IAFE-NRI field of observation for many years and selected purposefully to reflect the characteristics of agriculture (in particular, the agrarian structure of all farms) and rural population in the identified large territorial units (Sikorska 2013). The division of the country covered five macroregions grouping from two to four regions: Central-Western (Kujawsko-Pomorskie and Wielkopolskie), Central-Eastern (Mazowieckie, Lubelskie, Łódzkie and Podlaskie), South-Eastern (Małopolskie, Podkarpackie, Śląskie and Świętokrzyskie), South-Western (Dolnośląskie, Lubuskie and Opolskie) and Northern (Zachodniopomorskie, Pomorskie, Warmińsko-mazurskie). In the analysed villages, the quantitative and qualitative information was collected by means of a questionnaire (known as *Characteristics of the village*), addressed to the village

rodowych, co umożliwi dotarcie do ponadlokalnych rynków zbytu (Teräs i in., 2015).

Działania służące rozwojowi kanałów napływu zasobów oraz zwiększeniu natężenia odpływu produktów i usług dla firm i gospodarstw rolnych z terenów wiejskich wydają się atrakcyjne w kontekście rosnącego zapotrzebowania na produkty i usługi wysokiej jakości związanych z popularyzacją zdrowego trybu życia. Popyt na nie zgłasza szczególnie tzw. nowa klasa średnia, która coraz częściej wybiera wieś jako miejsce zamieszkania i wypoczynku (Halamska, 2015). Postępująca gentryfikacja obszarów wiejskich stanowi zatem szansę na znaczące pogłębienie lokalnych rynków od strony popytowej i podażowej.

Można zakładać, iż inteligentny rozwój wsi określają wzajemnie powiązane ze sobą czynniki obejmujące strukturalne uwarunkowania gospodarcze, zasoby społeczne, środowiskowe i kulturowe oraz sieci powiązań i współpracy (Naldi i in., 2015) (rysunek 1). Czynniki strukturalne w postaci liczebności konsumentów, podmiotów gospodarczych i ich profilu decydują o intensywności, i możliwościach rozwoju relacji rynkowych. Z kolei zasoby naturalne, udogodnienia środowiskowe i rekreacyjne stanowią bazę rozwoju inteligentnego wsi. Możliwość ich waloryzacji i kreatywnego wykorzystania warunkują cechy i postawy społeczności lokalnej (poziom kapitału ludzkiego, mobilność społeczna). Istotnym komponentem całego układu jest współpraca i sieci powiązań mieszkańców z aktorami zewnętrznymi posiadającymi wiedzę cenną rynkowo, która może być wykorzystania w odkrywaniu i rozwoju nisz rynkowych oraz typowych działalności gospodarczych.

Cel, materiał, metodologia badania

Celem badania była identyfikacja barier i możliwości inteligentnego rozwoju obszarów wiejskich w Polsce. Rozważania oparto o materiał źródłowy pochodzący z badań terenowych IERiGŻ-PIB przeprowadzonych w latach 2011 i 2016 w tych samych 10 wsiach zlokalizowanych w 5 różnych makroregionach kraju (dwie miejscowości przypadały na jeden makroregion). Miejscowości te znajdowały się w polu obserwacji IERiGŻ-PIB od wielu lat i były dobrane sposób celowy, tak aby odzwierciedlały charakterystyki rolnictwa (zwłaszcza struktury agrarnej ogółu gospodarstw rolnych) i społeczności wiejskich w wyróżnionych dużych układach terytorialnych (Sikorska, 2013). Podział kraju obejmował pięć makroregionów grupujących od dwóch do czterech województw: środkowozachodni (kujawsko-pomorskie i wielkopolskie), środkowo-wschodni (mazowieckie, lubelskie, łódzkie i podlaskie), południowo-wschodni (małopolskie, podkarpackie, śląskie i świętokrzyskie), południowo-zachodni (opolskie, lubuskie, dolnośląskie) oraz północny (zachodnio-pomorskie, pomorskie, warmińsko-mazurskie). W badanych miejscowościach zbierano informacje o charakterze ilościowym i jakościowym przy pomocy kwestionariusza (tzw. *Charakterystyka wsi*), skierowanego do

mayor[1]. The gathered data was also supplemented by observations of the interviewers and information provided to them by other village residents. The study covered a number of issues related to rural characteristics (location, local economy, technical and social infrastructure, relationships with the cities and other villages, environmental status, natural and cultural resources), as well as the life of the local community (social activity, socio-demographic characteristics, social problems). It should be noted that the analysed villages were more agricultural than the whole of rural localities as they did not include typical suburban locations.

The difficulties in measuring smart rural development stem from the lack of a well-established way of understanding this concept. The indicators adopted seem to be appropriate for countries, less for regions, sub-regions (e.g. the share of R&D expenses in GDP, formal education level) (Bonfiglio, Camaioni, Coderoni, Esposti, Pagliacci, Sotte, 2017). Data deficits are observed for smaller spatial units, including single rural localities. However, the unique empirical material gathered in the IAFE-NRI studies allowed to partially overcome these restrictions and to formulate the diagnosis of the state and prospects of smart development of the analysed localities in an indirect way indicated in one of the studies by Naldi (2015). The methodological difficulties associated with the analysed issue have been deepened by the fact of a differentiated view on the issue of development, from the narrow one focusing on the global value of products and services, to the broad one, accentuating its social and environmental correlates (Wilkin, 2018). The study adopted the way of understanding rural development as a multi-faceted process which aims at improving the prosperity of all people living and working in the countryside in a long term (Moseley, 2003).

Results

The studies showed that the villages were characterised by different structural characteristics relating to the location, population size and local economy. Regardless of the fact that the surveyed villages were at different distances from larger urban centres[2], in all cases they were a separate territorial and social system, with the compact or dispersed housing (Table 1). According to the surveyed village mayors, many of them were characterised by good accessibility (eight of ten villages), mainly due to the lack of restrictions on the land relief, location at a short distance from the seat of the commune and urban centres (exclusive of the villages Ib, IVa and Va), as well as near regional, national and international roads (Ia, IVb). A beneficial location in the space

[1] The study kept the anonymity of the villages surveyed. In the paper, in order to distinguish between the individual localities, they were assigned the digits (I to V) denoting the macroregions: I – Central-western, II – Central-eastern, III – South-eastern, IV – South-western, V – Northern, and the letters (a, b).

[2] These centres were the seat of the district or commune. The distance from the villages surveyed to the cities ranged from 6 to 17 km.

sołtysa[1]. Gromadzone dane były również uzupełniane o obserwacje osób ankietujących i informacje przekazywane im przez pozostałych mieszkańców wsi. Dotyczyły one szeregu kwestii związanych z cechami wsi (lokalizacja, gospodarka lokalna, infrastruktura techniczna i społeczna, związki z otoczeniem, stan środowiska, zasoby przyrodnicze, kulturowe), jak również życiem lokalnej społeczności (aktywność ekonomiczna mieszkańców, cechy społeczno-demograficzne, problemy społeczne). Należy zaznaczyć, że badane wsie były bardziej rolnicze niż ogół wiejskich miejscowości, ponieważ w ich skład nie wchodziły lokalizacje podmiejskie.

Trudności w pomiarze inteligentnego rozwoju wsi wynikają z faktu braku ugruntowanego sposobu rozumienia tego konceptu. Przyjęte wskaźniki wydają się odpowiednie dla krajów, rzadziej regionów, subregionów (np. udział wydatków na badania i rozwój w PKB, poziom formalnego wykształcenia) (Bonfiglio, Camaioni, Coderoni, Esposti, Pagliacci, Sotte, 2017). Obserwuje się deficyt danych dla mniejszych jednostek przestrzennych, w tym pojedynczych miejscowości wiejskich. Unikalny materiał empiryczny zgromadzony w badaniach IERiGŻ-PIB umożliwiał jednakże częściowe przełamanie tych ograniczeń i sformułowanie diagnozy stanu oraz perspektyw inteligentnego rozwoju badanych miejscowości w sposób pośredni, który był wskazany w jednym z badań (Naldi i in., 2015). Trudności metodologiczne związane z analizowanym zagadnieniem pogłębiał fakt zróżnicowanego spojrzenia na zagadnienie rozwoju, od wąskiego koncentrującego się na globalnej wartości produktów i usług, po szeroki, akcentujący społeczne i środowiskowe jego korelaty (Wilkin, 2018). W opracowaniu przyjęto sposób rozumienia rozwoju wsi jako wielowymiarowy proces, którego cel stanowi poprawa dobrobytu wszystkich osób zamieszkujących i pracujących w jej obrębie w perspektywie długiego okresu (Moseley, 2003).

Wyniki badania

Z przeprowadzonych badań wynikało, że miejscowości charakteryzowały się odmiennymi cechami strukturalnymi odnoszącymi się do lokalizacji, wielkości populacji oraz gospodarki lokalnej. Niezależnie od tego, że ankietowane wsie znajdowały się w różnej odległości od większych ośrodków miejskich[2], we wszystkich przypadkach stanowiły one odrębny układ terytorialno-społeczny, o zwartej lub rozproszonej zabudowie (tabela 1). Zdaniem ankietowanych sołtysów znaczna część z nich odznaczała się dobrą dostępnością (osiem z dziesięciu wsi), wynikającą przede wszystkim z braku ograniczeń rzeźby terenu, położenia w niewielkiej odległości od siedziby gminy i ośrodków miejskich (z wyjątkiem wsi Ib, IVa i Va), a także w pobliżu dróg wo-

[1] W badaniu zachowano anonimowość ankietowanych wsi. W artykule w celu rozróżnienia poszczególnym miejscowościom przyporządkowano cyfry (od I do V) oznaczające makroregiony: I – środkowozachodni, II – środkowowschodni, III – południowo-wschodni, IV – południowo-zachodni, V – północny oraz litery (a, b).

[2] Ośrodki te były siedzibą powiatu lub gminy. Odległość od badanych wsi do miast wahała się od 6 do 17 km.

and in the road network was generally accompanied by good technical condition of local roads (usually asphalt roads)[3], thus entering and leaving the village was not made difficult. It should be stressed that, for the vast majority of the locations, a significant improvement was visible in terms of the quality of road infrastructure (eight villages). Sections of commune and district roads in the neighbourhood and in the villages themselves have been built or renovated. These works were a result of investments undertaken in the years 2005-2016 from public funds[4]. Despite favourable road and location conditions for the movement of the population between the analysed villages and the environment and the prevalence of cars in households[5], an insufficient supply and quality of transport services has been recorded. In the villages, passenger transport services were offered, mainly by public supplier, less often by private companies. However, according to the village mayors and residents of the analysed villages, the frequency of daily runs, their timetable and the location of bus stops remained unsuitable for the needs (IIa). This applied, in particular, to commuters and elderly persons who do not use a car (Ib,). It must be added that only in one village, the residents had access to rail transport (Va, Vb). In turn, the positive aspect of the operation of public transport in most villages was a good organisation of transporting children to schools. Attention was paid, *inter alia*, to the efficiency and passenger safety as well as to good technical condition of buses (Ia, IIb, IIIb, Vb).

The IAFE-NRI studies confirmed that good accessibility to the majority of the analysed villages was accompanied by the different level of their size in terms of their population (Table 1). Within the analysed group, most of them (five) were relatively large settlements with more than four hundred residents. They were located in the south-east and south-west of the country, i.e. in the regions with the traditionally relatively higher population density (IIIa, IIIb, IVa, IVb, Va). The other villages were two small populations (less than two hundred residents) and three medium population villages (from two to four hundred residents), mainly located in the central and northern part of Poland. The population size closely linked to the size of the group of families living in the analysed villages has not been reflected in the average size of the latter, which could have attributed to the diverse demographic situation of the analysed areas. The gathered material did not indicate any apparent symptoms of their depopulation as, for most of the locations, there was a relatively constant number of families and a limited scale of their permanent departures, balanced by the inflow of new households (IIIb, IVb). However, a small average number of household members (three persons), abandoned residential buildings (recorded in six

[3] The use of the unpaved road has been reported only in the case of a small part of the rural population with dispersed housing.

[4] They came from local government budgets and from EU funds. Investments in road infrastructure were recorded for the villages Ia, IIa, IIb, IIIb and IVb.

5 According to the village mayors, 70-90% of the residents of the surveyed villages had access to cars.

jewódzkich, krajowych i międzynarodowych (Ia, IVb). Korzystnemu usytuowaniu w przestrzeni i w układzie sieci drogowej towarzyszył na ogół dobry stan techniczny dróg lokalnych (zwykle jezdnie asfaltowe)[3], przez co dojazd do i wyjazd z miejscowości nie był utrudniony. Należy zaznaczyć, że w przypadku zdecydowanej większości rozpatrywanych lokalizacji zaznaczyła się istotna poprawa pod względem jakości infrastruktury drogowej (osiem wsi). Stworzono lub wyremontowano odcinki dróg gminnych i powiatowych w sąsiedztwie i w samych miejscowościach. Prace te były wynikiem inwestycji podejmowanych w okresie między 2005-2016 rokiem ze środków publicznych[4]. Mimo sprzyjających warunków drogowych i lokalizacyjnych do przemieszczania się ludności między badanymi wsiami a otoczeniem oraz rozpowszechnieniem wśród wiejskich gospodarstw domowych samochodów[5] odnotowano niedostateczną podaż i jakość usług transportowych. W miejscowościach oferowano usługi przewozowe osób, przede wszystkim ze strony PKS, rzadziej firm prywatnych. Jednak zdaniem sołtysów i mieszkańców badanych miejscowości częstotliwość kursów na dobę, ich rozkład w ciągu dnia czy usytuowanie przystanków pozostawały niedostosowane do potrzeb (IIa). Dotyczyło to w szczególności niekorzystających z samochodu dojeżdżających pracowników i osób starszych (Ib,). Trzeba dodać, że tylko w przypadku jednej wsi mieszkańcy mieli dostęp do transportu kolejowego (Va, Vb). Z kolei pozytywnym aspektem funkcjonowania transportu publicznego w większości wsi była dobra organizacja dowozu dzieci do szkół. Zwrócono uwagę m.in. na sprawność i bezpieczeństwo pasażerów oraz dobry stan techniczny autobusów (Ia, IIb, IIIb, Vb).

Badania IERiGŻ-PIB świadczyły o tym, że dobrej dostępności większości rozpatrywanych wsi towarzyszył zróżnicowany poziom ich wielkości pod względem liczebności mieszkańców (tabela 1). W obrębie badanego zbioru większość z nich (pięć) stanowiły względnie duże osady liczące ponad czterystu mieszkańców. Były one zlokalizowane na południowym wschodzie i południowym zachodzie kraju, czyli regionach o tradycyjnie relatywnie większej gęstości zaludnienia (IIIa, IIIb, IVa, IVb, Va). Pozostałe miejscowości stanowiły dwa skupiska małe (poniżej dwustu mieszkańców) i trzy średnie (od dwustu do czterystu mieszkańców), zlokalizowane głównie w centralnej i północnej części Polski. Rozmiar populacji ściśle powiązany z wielkością zbioru rodzin zamieszkujących analizowane wsie nie znalazł odzwierciedlenia w przeciętnej liczebność tych ostatnich, co mogło świadczyć o zróżnicowanej sytuacji demograficznej badanych terenów. Zgormadzony materiał nie wskazywał na wyraźne symptomy ich depopulacji, ponieważ w odniesieniu do większości lokalizacji odnotowano względnie stałą liczbę rodzin oraz ograniczoną skalę ich trwałych wyjazdów, równoważoną przez napływ nowych gospodarstw domowych (IIIb, IVb). Jednakże niewielka przeciętna liczba

[3] Korzystanie z drogi nieutwardzonej zgłaszano tylko w przypadku niewielkiej części mieszkańców wsi z rozproszoną zabudową.

[4] Pochodziły one z budżetów samorządów oraz z funduszy UE. Inwestycje w infrastrukturę drogową odnotowano w przypadku miejscowości Ia, IIa, IIb, IIIb, IVb.

[5] Zdaniem sołtysów od 70-90% mieszkańców badanych wsi miało dostęp do samochodów.

cases) or reported living and health problems of the elderly could have attested to the presence of adverse demographic phenomena.

członków gospodarstwach domowych (trzy osoby), opuszczone zabudowania mieszkalne (notowane w sześciu przypadkach) czy zgłaszane problemy by-

Table 1. The level of selected determinants of smart rural development*
Tabela 1. Poziom wybranych czynników inteligentnego rozwoju wsi*

	Specification/ Wyszczególnienie	Ia	Ib	IIa	IIb	IIIa	IIIb	IVa	IVb	Va	Vb
STRUCTURE/ STRUKTURA	distance to town (in km)/ odległość od miasta (w km)	12	17	11	11	10	11	7	9	17	6
	location, accessibility/ dostępność, lokalizacja	good/ dobra	good/ dobra	-	good/ dobra	good/ dobra	good/ dobra	-	good/ dobra	good/ dobra	good/ dobra
	number of residents/ liczba mieszkańców	147	293	151	296	407	645	733	613	550	292
	number of families/ liczba rodzin	42	106	64	112	121	210	275	186	172	105
	families in-migration/ liczba rodzin (przyjazd)	2	2	1	0	7	3	5	12	0	1
	families out-migration/ liczba rodzin (wyjazd)	1	5	0	0	0	3	0	11	5	0
	% farming families***/ % rodzin rolniczych***	36	43	55	56	47	32	20	18	15	20
	market-oriented farms*** liczba rynkowych GR***	11	10	8	40	2	8	15	12	10	15
	number of enterprises/ liczba firm	3	5	4	3	20	2	6^	6	-	14
	employed people****/ pracownicy najemni****	26/18	40/7	33/7	26/22^	69/55	200	61/43^	100/20	-	52/23
RESOURCES/ ZASOBY	natural amenities/ walory przyrodnicze	yes/ tak	no/ brak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak
	built amenities/ walory turystyczne	yes/ tak	yes/ tak	no/ brak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak
	climate conditions/ walory klimatyczne	no/ brak	no/ brak	no/ brak	no/ brak	no/ brak	yes/ tak	no/ brak	no/ brak	yes/ tak	yes/ tak
	environment condition*****/ stan środowiska*****	4/4/3/4	4/-/4/-	4/3/4/4	4/4/3/4	4/3/4/4	4/4/4/3	5/5/4/5	4/3/4/4	4/4/4/4	4/4/4/4
	organic farming/ rolnictwo ekologiczne	0	0	0	0	0	1	0	2	0	2
	human potential/ potencjał ludzki	-	-	-	-	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	-	-	-
NETWORKS/ SIECI	local markets/ rynki lokalne	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak
	cross-industry activities/ wielosektorowość	-	-	yes/ tak	-	-	yes/ tak	-	yes/ tak	-	-
	access to ICT/ publiczny dostęp do ICT	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak
	external links/ związki z otoczeniem	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	no/ brak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak	yes/ tak

* elaborated mainly on the village's mayor answers. The questions in the questionnaire were both open and close. The study kept the anonymity of the villages surveyed. In the paper, in order to distinguish between the individual localities, they were assigned the digits (I to V) denoting the macroregions: I – Central-western, II – Central-eastern, III – South-eastern, IV – South-western, V – Northern, and the letters (a, b). Two villages were surveyed in case of each macroregion. The sign „-„ meant lack of information or answer, sign „^" referred to the data from 2011 survey/ sporządzono głównie na podstawie odpowiedzi sołtysa wsi na zadane przez ankietera pytania. Pytania miały charakter zamknięty i otwarty. Dla rozróżnienia poszczególnym miejscowościom przyporządkowano cyfry (od I do V) oznaczające makroregiony: I – środkowozachodni, II – środkowowschodni, III – południowo-wschodni, IV – południowo-zachodni, V – północny oraz litery (a, b). Ankietowano dwie wsie w przypadku każdego makroregionu. W tabeli znak „-„ oznaczał brak informacji lub brak odpowiedzi na pytanie, a znak „^" informację pochodzącą z badania z 2011 roku.

** the number of such farms/ skrót GR oznacza gospodarstwo rolne

*** the share of farming families in total number of families in the village/ odsetek rodzin z użytkownikiem gospodarstwa rolnego wśród ogółu rodzin zamieszkujących daną wieś.

**** number of people employed in urban areas/number of people employed in rural areas/ liczba pracujących w miastach/ liczba pracujących na wsi.

Source: Own elaboration and calculations based on IAFE-NRI surveys 2011, 2016.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań IERiGŻ-PIB 2011, 2016.

Apart from the historical trajectory of economic development, largely determined by the process of urbanisation, also the size, depth and level of multifunctionality of local markets in the surveyed villages were largely determined by the population size. With regard to the surveyed villages, the scale of settlement was directly linked to the size of the set of agricultural and non-agricultural economic entities and also labour resources. It should be noted that in all analysed cases for the functioning of local economies of key importance with regard to created products and services, as well as to places of employment, were non-agricultural industries. The majority of the active population worked mainly in surrounding cities and towns, and less often in the place of residence and neighbouring localities (Table 1). An important source of earning for the part of the considered rural populations was also the work abroad (especially Ib and IIIb). A significantly smaller population (on average, one-tenth of the economically active population) pursued own small-scale business (commercial and service)[6]. The relatively highest scale of the non-agricultural economic activity and non-agricultural earning was visible in large villages located in the South-east and South-west of the country (IIIa, IIIb, IVb), where the processes of multifunctional rural development, urbanization and disagrarisation of the economy have been advanced for a long time. An important place of work, particularly in the villages from the central-eastern and southern-eastern macroregion were also farms (IIa, IIb, IIIa, IIIb), whereby in most of them the production was oriented primarily or exclusively towards the needs of users. They usually sold small lots of agricultural products in local markets[7], mainly marketplaces located in surrounding villages[8]. The production oriented towards the larger-scale sale (wholesale markets, commodity exchanges, agri-food processors) was conducted in all analysed villages, whereby this activity was widespread particularly in typically agricultural villages (Ia and IIb).

The studies showed that in most of the surveyed villages there were valuable natural and cultural resources (Table 1). They included forests, lakes, agricultural land of good quality and ponds, creating a typically rural landscape. In general, the good environmental condition (of land, water, air and forest) was also identified. In addition, in nine out of ten cases the location of significant facilities, important in terms of the environmental protection, leisure, recreation, such as national parks, landscapes, protected areas (Natura 2000), natural monuments, sacral and architectural monuments has been identified. Nevertheless, despite favourable conditions, most village mayors pointed out that the analysed villages are not a tourist attraction and have no conditions to pursue such activity. This assessment also confirmed the fact that the residents

[6] In the case of all villages, the most common was the commercial activity (grocery stores), craft industry, renovation and construction services, car repair services, services for agriculture.

[7] Marketplaces as the places to sell agricultural products were used by 7 to 50% of all users of farms in the surveyed villages.

[8] The on-site marketplace was present in the case of the locality IVa.

towe i zdrowotne gospodarstw domowych osób starszych mogły świadczyć o zaznaczaniu się niekorzystnych zjawisk demograficznych.

Obok warunkowanej w znacznej mierze przez proces urbanizacji historycznej trajektorii rozwoju gospodarczego rozmiar, głębokość i poziom wielofunkcyjności lokalnych rynków ankietowanych wsi wyznaczała w dużym stopniu liczebność mieszkańców. W odniesieniu do ankietowanych miejscowości skala osadnictwa łączyła się bezpośrednio z wielkością zbioru rolniczych i nierolniczych podmiotów gospodarczych, a także zasobów pracy. Należy odnotować, że we wszystkich analizowanych przypadkach dla funkcjonowania gospodarek lokalnych najważniejsze znaczenie w zakresie tworzonych produktów i usług, jak również miejsc zatrudnienia miały branże pozarolnicze. Większość aktywnej zawodowo ludności pracowała głównie w okolicznych miastach, a rzadziej w miejscu zamieszkania i sąsiednich miejscowościach (tabela 1). Istotnym źródłem zarobkowania dla części rozpatrywanych społeczności wiejskich była również praca za granicą (szczególnie Ib i IIIb). Znacznie mniejsza zbiorowość (przeciętnie około jedna dziesiąta aktywnych zarobkowo) prowadziła własną działalność gospodarczą na niewielką skalę (handlową i usługową)[6]. Względnie najwyższa skala nierolniczej działalności gospodarczej i nierolniczego zarobkowania zaznaczała się w dużych wsiach położonych na południowym wschodzie i południowym zachodzie kraju (IIIa, IIIb, IVb), gdzie procesy wielofunkcyjnego rozwoju wsi, urbanizacji i dezagraryzacji gospodarki były od dawana zaawansowane. Ważne miejsce pracy, szczególnie we wsiach z makroregionu środkowo -wschodniego i południowo-wschodniego stanowiły także gospodarstwa rolne (IIa, IIb, IIIa, IIIb), przy czym w większości z nich produkcja była nastawiona głównie lub wyłącznie na potrzeby użytkowników. Sprzedawali oni zwykle niewielkie partie produktów rolnych na rynkach lokalnych[7], głównie targowiskach położonych w okolicznych miejscowościach[8]. Produkcję zorientowaną na sprzedaż na większą skalę (rynki hurtowe, giełdy towarowe, podmioty przetwórstwa rolno-spożywczego) prowadzono we wszystkich badanych miejscowościach, przy czym działalność ta rozpowszechniona była szczególnie we wsiach typowo rolniczych (Ia i IIb).

Z przeprowadzonych badań wynikało, że w większości ankietowanych wsi znajdowały się cenne zasoby przyrodnicze i kulturalne (tabela 1). Należały do nich lasy, jeziora, grunty rolne dobrej jakości oraz stawy, tworzące typowo wiejskich krajobraz. Na ogół odnotowywano również dobry stan środowiska naturalnego (ziemi, wód, powietrza i lasu) Dodatkowo w dziewięciu na dziesięć przypadków zidentyfikowano usytuowanie znaczących obiektów, ważnych z punktu widzenia ochrony środowiska, wypoczynku,

[6] W przypadku ogółu miejscowości najbardziej rozpowszechniona była działalność handlowa (sklepy spożywcze), rzemieślnicza, usługi remontowo-budowlane, usługi napraw samochodów, usługi dla rolnictwa.

[7] Z targowisk jako miejsca sprzedaży produktów rolnych w ankietowanych wsiach korzystało od 7 do 50% wszystkich użytkowników gospodarstw rolnych.

[8] Targowisko na miejscu zlokalizowane było w przypadku miejscowości IVa.

of the analysed villages did not conduct the service and production activities based on the indicated environmental, landscape and cultural amenities. In only three villages, there were 1-2 farms producing organic products (IIIb, IVb and Vb). Most farmers did not decide on pursuing this type of activity due to its high production costs, lack of required knowledge and skills and low demand. Only one village (Va) offered agri-tourism services, and such activity was planned to be started in another village (Vb). Moreover, in the areas under consideration, there were no entities with the economic profile combining various industries rooted in local markets (agri-food industry, gastronomy, tourism, hospitality, health services, energy production from renewable sources).

The lack of modern external investments, as well as the deficit of bottom-up business initiatives based on the local natural and cultural potential often stemmed from the insufficient level of qualifications, knowledge and skills among the local communities. Human capital of the population contributing to the activation of attractive business ventures was considered as a strength only for three villages characterised by strong links with the environment and the diversification of local economies (IIIa, IIIb and IVa). Regardless of this, all the surveyed villages were characterised by strong links with the environment, which resulted in a possibility of acquiring new information or competence valuable in market terms. These resources could be obtained at a workplace abroad (economic migration), in neighbouring cities (during training and provision of consultancy services by local authorities, agricultural advisory centres), and on the spot through the activity as part of joint ventures (producer groups, LAG). A limitation in initiating various rural projects was, as declared by the village mayors, the small activity of local communities and the insufficient level of integration. The exception in this respect were the villages in which cooperation and involvement of the residents was accompanied by the high level of human capital (IIIb and IVa). In addition, a certain barrier to the absorption of new information was the level of access to the free Internet, the use of which was possible on a limited scale and scope (municipal office, library, school, rural community hall).

Conclusions

The paper presents the foundations for smart rural development from the perspective of the sustainable development theory. According to this interpretation,

rekreacji, takich jak parki narodowe, krajobrazowe, obszary chronione (Natura 2000), pomniki przyrody, zabytki sakralne i architektoniczne. Niemniej, mimo korzystnych uwarunkowań, większość sołtysów wskazywała, iż badane miejscowości nie stanowią atrakcji turystycznej i nie mają warunków do jej prowadzenia. Taką ocenę potwierdzał również fakt braku prowadzenia przez mieszkańców ankietowanych miejscowości działalności usługowych i produkcyjnych bazujących na wskazanych walorach środowiskowych, krajobrazowych i kulturowych. Zaledwie w trzech wsiach funkcjonowały od jednego do dwóch gospodarstw gdzie wytwarzano produkty ekologiczne (IIIb, IVb i Vb). Większość rolników nie decydowała się na ten rodzaj działalności ze względu na wysokie koszty produkcji, brak odpowiedniej wiedzy i umiejętności oraz niski popyt. Tylko w jednej miejscowości (Va) oferowano usługi agroturystyczne, a w innej planowano ją rozpocząć (Vb). Ponadto na terenie analizowanych obszarów nie były zwykle zlokalizowane i nie funkcjonowały podmioty o profilu gospodarczym, który łączyłby różne branże zakorzenione na rynkach lokalnych (przemysł rolno-spożywczy, gastronomia, turystyka, hotelarstwo, usługi zdrowotne, produkcja energii ze źródeł odnawialnych).

Brak nowoczesnych inwestycji zewnętrznych, jak również deficyt oddolnych inicjatyw biznesowych opierających się na lokalnym potencjale przyrodniczo -kulturowym wynikał nierzadko niewystarczającego poziomu kwalifikacji, wiedzy i umiejętności wśród społeczności lokalnych. Kapitał ludzki mieszkańców przyczyniający się do uaktywnienia atrakcyjnych przedsięwzięć gospodarczych uznano za mocną stronę jedynie w przypadku trzech miejscowości cechujących się silnymi związkami z otoczeniem i zróżnicowaniem tamtejszych gospodarek (IIIa, IIIb i IVa). Niezależnie od tego wszystkie ankietowane miejscowości charakteryzowały silne relacje z otoczeniem, które wpływały na możliwość zdobywania nowych, cennych rynkowo informacji czy kompetencji. Zasoby te mogły być pozyskiwane w miejscu pracy za granicą (migracje zarobkowe), w sąsiednich miastach (podczas szkoleń i świadczenia usług doradztwa przez instytucje samorządowe, ODR-y), oraz na miejscu poprzez aktywność w ramach przedsięwzięć zbiorowych (grupy producenckie, LGD). Ograniczeniem w inicjowaniu różnych projektów służących wsi była deklarowana przez sołtysów niewielka aktywność społeczności lokalnych i niewystarczający poziom jej zintegrowania. Wyjątkiem pod tym względem były wsie, w których współpracy i zaangażowaniu mieszkańców towarzyszył wysoki poziom kapitału ludzkiego (IIIb i IVa). Dodatkowo pewną barierą w absorbcji nowych informacji był poziom dostępu do bezpłatnego z interentu, korzystanie z którego było możliwe w ograniczonej skali i zakresie (urząd gminy, biblioteka, szkoła, świetlica wiejska).

Wnioski

W artykule przedstawiono przesłanki inteligentnego rozwoju wsi z perspektywy teorii zrównoważonego rozwoju. Zgodnie z taką interpretacją czynniki

the factors of mentioned process were structural elements determining the effect of agglomeration (accessibility, location, population, local economy profile), environmental, cultural and human capital resources, as well as networks and cooperation. The study focused on the identification and assessment of the indicated premises and limitations of smart rural development in Poland. The signs of smart development derived from the literature were used to analyse the results of field studies carried out in ten purposefully selected villages in different regions of the country. Analyses documented the presence of both the potential of and barriers to smart development in the analysed villages. It must be stressed that the factors of this process were visible in the case of the considered villages with a varying intensity. The relatively strongest opportunities in activating smart development were those of the localities in south-western and south-eastern Poland, *inter alia*, due to a significant level of advancement in the local economies diversification and strong external links. Regardless of the whole analysed group of the villages, it should be noted that the significant determinants of stimulating local economic progress based on knowledge, education and new technologies were associated mainly with a convenient location, improving infrastructure condition and existing environmental and cultural amenities. In turn, as a significant obstacle in this process is the insufficient level of their valorisation, resulting largely from the limited accumulation of human and social capital.

tego procesu stanowiły elementy strukturalne decydujące o efekcie aglomeracji (dostępność, lokalizacja, populacja, profil gospodarki lokalnej), zasoby środowiskowe, kulturowe i kapitał ludzki, jak również sieci i współpraca. Opracowanie koncentrowało się na identyfikacji i ocenie wskazanych przesłanek oraz ograniczeń inteligentnego rozwoju wsi w Polsce. Zaczerpnięte z literatury przedmiotu przejawy inteligentnego rozwoju wykorzystano przy analizie wyników badań terenowych przeprowadzonych w dziesięciu celowo dobranych miejscowościach, położonych w różnych regionach kraju. Przeprowadzone analizy udokumentowały zaznaczanie się zarówno potencjału, jak i barier inteligentnego rozwoju badanych wsi. Trzeba zaznaczyć, że czynniki tego procesu uwidaczniały się w przypadku badanych miejscowości w zróżnicowanym natężeniu. Względnie największe możliwości w uaktywnianiu inteligentnego rozwoju miały lokalizacje z terenów południowego zachodu i południowego wschodu Polski m.in. ze względu na znaczący poziom zaawansowania dywersyfikacji lokalnych gospodarek oraz silne związki z otoczeniem. Niezależnie od tego w odniesieniu do całego rozpatrywanego zbioru wsi należy zaznaczyć, iż istotne determinanty pobudzenia lokalnego postępu gospodarczego opartego na wiedzy, edukacji i nowych technologiach wiązały się przede wszystkim z dogodną lokalizacją, poprawiającym się stanem infrastruktury oraz posiadanymi zasobami środowiskowymi i kulturowymi. Z kolei za poważną przeszkodę w tym procesie trzeba uznać niedostateczny poziom ich waloryzacji, wynikający w znacznej mierze z ograniczonej akumulacji kapitału ludzkiego i społecznego.

References/ Literatura:

1. Bański, J. (2014). Perspektywy rozwoju polskiej wsi – wybrane zagadnienia. *Wieś i Rolnictwo*, *4*(165), 13-25.
2. Bański, J. (2017). *Rozwój obszarów wiejskich. Wybrane zagadnienia*. Warszawa: PWE.
3. Bonfiglio, A., Camaioni, B., Coderoni, S., Esposti, R., Pagliacci, F., Sotte, F. (2017). Are rural regions prioritizing knowledge transfer and innovation? Evidence from Rural Development Policy expenditure across the EU space. *Journal of Rural Studies, 53*, 78-87. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.05.005
4. Bryden, J.M., Dawe, S.P. (1998). Development strategies for remote rural regions: what do we know so far. W: OECD International Conference on Remote Rural Areas: *Developing through Natural and Cultural Assets* (s. 1-16). Albarracin: OECD.
5. da Rosa Pires, A., Pertoldi, M., Edwards, J., Hegyis, F.B. (2014). *Smart Specialisation and innovation in rural areas*. S3 Policy Brief Series No. 09/2014. Pobrane z: http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/114990/JRC90000_S3_Innovation_RuralAreas.pdf/8731e203-42b2-4a14-9350-8c50456ea068.
6. Dudek, M., Karwat-Woźniak, B., Wrzochalska, A. (2016). *Wybrane determinanty polaryzacji społecznej oraz stabilności ekonomicznej na obszarach wiejskich i w rolnictwie*. Monografie Programu Wieloletniego 2015-2019 nr 33. Warszawa: IERiGŻ-PIB.
7. Hadyński, J. (2015). *Regionalna konkurencyjność obszarów wiejskich*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu.
8. Halamska, M. (2015). Zróżnicowanie społeczne „wiejskiej Europy". *Wieś i Rolnictwo, 4*(169), 47-65.
9. Karwat-Woźniak, B., Chmieliński P. (2013). *Ludność wiejska oraz jej aktywność zawodowa i sytuacja na rynku pracy*. W: M. Kiełkowska (red.), *Rynek pracy wobec zmian demograficznych* (s. 65-92). Warszawa: Instytut Obywatelski.
10. Komisja Europejska (2010a). *Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*. Bruksela: Komisja Europejska.
11. Komisja Europejska (2010b). *Polityka regionalna jako czynnik przyczyniający się do inteligentnego rozwoju w ramach strategii Europa 2020*. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. KOM (2010). Bruksela: Komisja Europejska.
12. Komisja Europejska (2014). *Inwestycje na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia. Promowanie rozwoju i dobrego rządzenia w regionach UE i miastach. Szósty raport na temat spójności gospodarczej, społecznej i terytorialnej*. Bruksela: Komisja Europejska.
13. McCann, P., Ortega-Argiles, R. (2013). Transforming European regional policy: a results driven agenda and smart specialization. *Oxford Review of Economic Policy*, *29*(2), 405-431. https://doi.org/10.1093/oxrep/grt021

14. McCann, P. (2015). *The regional and urban policy of the European Union. Cohesion, Results-orientation and smart specialisation*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. https://doi.org/10.4337/9781783479511
15. McCann, P., Ortega-Argiles, R. (2015). Smart specialisations, regional growth and applications to European Union cohesion policy. *Regional Studies*, *49*(8), 1291-1302. https://doi.org/10.1080/00343404.2013.799769
16. Moseley, M.J. (2003). *Rural development. Principles and practice.* London-ThousandOaks-NewDehli: Sage Publications.
17. Naldi, L., Nilsson, P., Westlund, H., Wixe, S. (2015). What is smart rural development?. *Journal of Rural Studies*, *40*, 90-101. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.06.006
18. Niedzielski, E. (2015). *Funkcje obszarów wiejskich i ich rozwój*. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, *343*(2), 84-93. https://doi.org/10.5604/00441600.1152187
19. Saraceno, E. (2013). Disparity and diversity: their use in EU rural policies. *Sociologia Ruralis, 53*(3), 331-348. https://doi.org/10.1111/soru.12017
20. Sikorska, A. (2013). *Procesy przekształceń strukturalnych w wiejskiej społeczności i chłopskim rolnictwie. Synteza*. Warszawa: IERiGŻ-PIB.
21. Teräs, J., Dubois, A., Sörvik, J., Pertoldi, M. (2015). *Implementing smart specialisation in sparsely populated areas*. S3 Working Papers Series no 10/2015. Sevilla: JRC Technical Papers. Pobrano z: https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/implementing-smart-specialisation-sparsely-populated-areas.
22. Zarycki, T., (2014). Innowacjonizm jako legitymizacja. Dyskursy innowacji, gospodarki opartej na wiedzy, społeczeństwa informacyjnego i pokrewne w perspektywie krytycznej. *Zarządzanie Publiczne*, *1*(27), 20-34.

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

THE SPECIFIC NATURE OF AGRICULTURAL PRODUCTION IN THE VICINITY OF THE CZARNORZECKO-STRZYŻOWSKI LANDSCAPE PARK

SPECYFIKA PRODUKCJI ROLNICZEJ NA TERENACH CZARNORZECKO-STRZYŻOWSKIEGO PARKU KRAJOBRAZOWEGO

Marta Pisarek[1(A,B,C,D,E)], **Jadwiga Lechowska**[2(A,B,C,D,E)], **Zbigniew W. Czerniakowski**[2(F,G)], **Jadwiga Topczewska**[2(F,G)]

[1]State Higher Vocational School in Krosno, Institute of Health and Economy
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie, Instytut Zdrowia i Gospodarki
[2]The University of Rzeszów, Faculty of Biology and Agriculture
Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Biologiczno-Rolniczy

Pisarek, M., Lechowska, J., Czerniakowski, Z.W., Topczewska, J. (2018). The specific nature of agricultural production in the vicinity of the Czarnorzecko-Strzyżowski Landscape Park/ Specyfika produkcji rolniczej na terenach Czarnorzecko-Strzyżowskiego Parku Krajobrazowego. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 69-80. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0036

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: Q1, Q5, P28, P32

Submitted:
December 2017

Accepted:
November 2018

Tables: 0
Figures: 11
References: 27

Summary

Subject and purpose of work: The aim of the study was to evaluate activities of farms located in the Czarnorzecko-Strzyżowski Landscape Park according to the principles of sustainable development.
Materials and methods: Survey research was carried out in the Korczyna commune among randomly selected farm owners at the turn of 2014 and 2015.
Results and conclusion: Agricultural production is rather versatile and unspecialized in most of the farm-holdings covered by the study in Korczyna Local Government Area (LGA). Cereals dominate the cropping system, while animal husbandry is predominantly by using the Simmental cattle breed. The farmers are aware that they farm in specific conditions, where sustainable land use is crucial for protecting biodiversity and preserving cultural heritage, thus permitting inhabitants to live in an uncontaminated environment. The Korczyna Local Government Area enjoys favourable conditions for the running of ecological farms, but with farmers visibly lacking in motivation as they consider such farming system as unprofitable, besides requiring lots of time and work.

Keywords: agricultural production, Czarnorzecko-Strzyżowski Landscape Park, sustainable development

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: Q1, Q5, P28, P32

Zgłoszony:
grudzień 2017

Zaakceptowany:
listopad 2018

Tabele: 0
Rysunki: 11
Literatura: 27

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Celem badań była ocena funkcjonowania gospodarstw rolnych położonych na terenach Czarnorzecko-Strzyżowskiego Parku Krajobrazowego zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.
Materiały i metody: Badania ankietowe zostały przeprowadzone na terenie gminy Korczyna wśród losowo wybranych właścicieli gospodarstw rolnych na przełomie 2014 i 2015 roku.
Wyniki i wnioski: W większości badanych gospodarstw w gminie Korczyna produkcja rolna ma charakter wszechstronny oraz niewyspecjalizowany. W uprawach dominują zboża, a w produkcji zwierzęcej użytkowanie bydła rasy simentalskiej. Rolnicy mają świadomość, że gospodarują w specyficznych warunkach, gdzie zrównoważone użytkowanie gruntów jest bardzo ważne dla ochrony różnorodności biologicznej oraz zachowania dziedzictwa kulturowego, a także pozwala mieszkańcom na życie w nieskażonym środowisku. Gmina Korczyna posiada sprzyjające warunki do tworzenia gospodarstw ekologicznych, ale zaobserwowano brak motywacji ze strony rolników, którzy uważają ten typ gospodarowania za nieopłacalny oraz wymagający dużego nakładu pracy i czasu.

Słowa kluczowe: produkcja rolna, Czarnorzecko-Strzyżowski Park Krajobrazowy, zrównoważony rozwój

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr inż. Marta Pisarek (ORCID 0000-0003-0799-9905), Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie, Instytut Zdrowia i Gospodarki, ul. Dmochowskiego 12, 38-400 Krosno, Polska; tel. +48 13 437 55 80, e-mail:arion33@wp.pl; dr inż. Jadwiga Lechowska (ORCID 0000-0002-2866-0997), Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Biologiczno-Rolniczy, ul. Ćwiklińskiej 1, 35-601 Rzeszów, Polska; tel. +48 17 875 53 52, jlechowska@ur.edu.pl; dr hab. inż. prof. UR Zbigniew W. Czerniakowski (ORCID 0000-0002-9483-0448), tel. +48 17 872 16 31, e-mail: willow@ur.edu.pl; dr hab. inż. prof. UR Jadwiga Topczewska (ORCID 0000-0003-3921-5116), tel. +48 17 875 53 50, jtopczewska@ur.edu.pl;*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Marta Pisarek, Jadwiga Lechowska, Zbigniew W. Czerniakowski, Jadwiga Topczewska. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

The sustainable development of land areas in Poland and the EU is essential, not only from a legal perspective. It should provide the basis for appropriate landscape management, whose crucial objective is to preserve naturally significant areas, create favourable living conditions and activities for local communities. The implementation of sustainable development in protected areas should rely on key spheres of activity, the basic amongst which is the proper choice of agricultural production patterns in compliance with environmental protection regulations, the search for innovative and additional sources of income for the local communities (Staniak, 2008). The ideal solution for these areas is organic farming, which serves as a compromise between nature conservation and agricultural practices (Staniak, Księżak, 2010).

The Czarnorzecko-Strzyżowski Landscape Park was established 4th April 1993 by the decision of the then governors of the provinces of Krosno, Tarnów and Rzeszów, but currently lies within Podkarpacie Province. It covers an area of 25,784 Ha, with a total enclaved area of 34,392 Ha (Studium…, 2003). The entire Park is located within the Strzyżowski and Dynowski foothills. It has typically agricultural and forest features with fir and pines trees in domination. The whole area falls within the Carpathian range. The geological rock structure is from the Tertiary and Cretaceous periods (Cyran, 2007). The characteristic feature of the region's flora and fauna is the intermingling of both low and highland features. Protected plant species occurring in this area include orchids such as broad-leafed and spotted cuckoo, round-necked and multi-floral gilts, male orchid and ostrich-plum fern. In addition, there are about 140 protected species of vertebrates and rare species listed in the Polish Red Register of Animals in the park. These include the black stork, Carpathian newt, wolf, lynx, otter and spotted eagle. Some protected invertebrates that can be seen in the park are the deer stag beetle, 26 running species, 19 bumblebee species and many other rare butterflies like the queen's face, sailor's face and the rainbow (Kozak, Ciba, Rybak, Wcisło, 2012). In order to protect non-forest landscapes, it recommended that traditional forms of agriculture be put to use. The principles of management within the Czarnorzecko-Strzyżowski Landscape Park are laid out in the regulation agreed on by former governors of Rzeszów, Tarnów and Krosno provinces (Studium…, 2003).

The aim of the study was to evaluate the functioning of farm-holdings located in the Czarnorzecko-Strzyżowski Landscape Park in keeping with the principles of sustainable development. The research subject matter allowed to assess the legitimacy of the use of chemical means of production and the awareness of farmers in running a farm in protected areas.

Wstęp

W Polsce i Unii Europejskiej niezbędny jest zrównoważony rozwój obszarów nie tylko prawnie chronionych. Powinien stanowić podstawę odpowiedniego kształtowania środowiska, którego nadrzędnym celem jest zachowanie terenów ważnych przyrodniczo i stworzenie odpowiednich warunków do życia i działania społeczności lokalnej. Wdrożenie zrównoważonego rozwoju na terenach z obszarem objętym ochroną powinno bazować na istotnych kierunkach działania, z których podstawowym jest właściwy dobór kierunków produkcji rolniczej zgodny z przepisami ochrony środowiska i poszukiwanie innowacyjnych lub dodatkowych źródeł dochodu dla społeczności lokalnej (Staniak, 2008). Idealnym rozwiązaniem na tych obszarach jest rolnictwo ekologiczne, któro daje kompromis pomiędzy ochroną przyrody a gospodarką rolną (Staniak, Księżak, 2010).

Czarnorzecko-Strzyżowski Park Krajobrazowy został utworzony 4 kwietnia 1993 roku na mocy decyzji ówczesnych wojewodów; krośnieńskiego, tarnowskiego oraz rzeszowskiego, a obecnie leży na terenie województwa podkarpackiego. Jego powierzchnia wynosi 25 784 ha, a jego otulina – 34392 ha (Studium…, 2003). Obszar Parku położony jest na terenie Pogórza Strzyżowskiego oraz Dynowskiego. Ma on charakter rolniczo-leśny, a w drzewostanach przeważa jodła i sosna zwyczajna. Obszar Parku należy do Karpat Fliszowych. W podłożu geologicznym znajdują się skały z trzeciorzędu oraz okresu kredowego (Cyran, 2007).Charakterystyczną cechą fauny i flory tego regionu jest przenikanie się wzajemnie elementów niżowych oraz górskich. Gatunki roślin chronionych występujące na tym obszarze to storczyk, np.: kukułka szerokolistna i plamista, buławik mieczolistny i wielokwiatowy, storczyk samczy oraz paproć pióropusznik strusi. Ponad to w Parku żyje około 140 chronionych gatunków kręgowców oraz gatunki rzadkie, które są umieszczone w Polskiej czerwonej Księdze Zwierząt. Należą do nich: bocian czarny, traszka karpacka, wilk, ryś, wydra, orlik krzykliwy. Z chronionych bezkręgowców na terenie Parku można spotkać chrząszcza jelonka rogacza, 26 gatunków biegaczy, 19 gatunków trzmieli oraz wiele rzadkich motyli, tj. paź królowej, paź żeglarz oraz tęczowiec (Kozak, Ciba, Rybak, Wcisło, 2012). Aby chronić zbiorowiska nieleśne zaleca się stosować tradycyjne formy gospodarki rolnej. Zasady gospodarowania na obszarze Czarnorzecko-Strzyżowskiego Parku Krajobrazowego są określone w rozporządzeniach byłych wojewodów: rzeszowskiego, tarnowskiego i krośnieńskiego (Studium…, 2003).

Celem badań była ocena funkcjonowania gospodarstw rolnych położonych na terenach Czarnorzecko-Strzyżowskiego Parku Krajobrazowego zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Podjęta tematyka badań pozwoliła ocenić zasadność stosowania chemicznych środków produkcji oraz świadomość rolników w zakresie prowadzenia gospodarstwa rolnego na obszarach objętych ochroną.

Research Material and Methods

The research material consisted of inventory data obtained from farmers using a questionnaire survey and direct interviews with respective farm owners. The knowledge thus gained enabled our familiarization with the functioning of farm-holdings in the Korczyna local government.

The study was conducted at the turn of 2014 and 2015 among 44 randomly selected owners of farm-holdings, which includes 18 farms with less than 1 Ha in size and 26 others with more than 1 Ha. The interview (work) card contained questions on selected farming conditions, methods of fertilization, and crop protection. The economic value of ESU was achieved using a calculator available at the Ministry of Agriculture and Rural Development website, which is analytical and illustrative in nature. The economic value enables the comparison of varied types of farm-holdings irrespective of their land areas. Consequently, the farm-holdings were classified with regards to the land area not exceeding 1 Ha (agricultural property), and over 1 Ha (farm), which were subsequently sorted according to their economic values up to 2 ESU and over 2 ESU.

Majority of the respondents, farm owners, were men aged 56 to 65. The average age of agricultural property owners was 49, while that of those manager over 1 Ha was 45. Only 11% of responding farm owners had qualifications in agricultural disciplines. Farm work was the only source of income for almost 80% of agricultural farm owners, while only 5.6% of agricultural property owners declared that working on the farm was their only source of income.

Materiał i metody badań

Materiał badawczy stanowiły dane inwentaryzacyjne pozyskane od rolników za pomocą kwestionariusza ankiety oraz bezpośredniej rozmowy z właścicielami gospodarstw. Wiedza zdobyta w ten sposób pozwoliła na zapoznanie się z funkcjonowaniem gospodarstw rolnych na terenie gminy Korczyna.

Badania przeprowadzono na przełomie 2014 i 2015 roku, wśród 44 właścicieli losowo wybranych gospodarstw, w tym 18 gospodarstw o powierzchni poniżej 1ha i 26 o powierzchni powyżej 1ha. Karta pracy zawierała pytania dotyczące wybranych warunków prowadzenia działalności gospodarczej, sposobu nawożenia i ochrony roślin. Wartość ekonomiczna ESU obliczono w kalkulatorze dostępnym na stronie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi i ma charakter analityczno-poglądowy. Wielkość ekonomiczna pozwala na porównanie różnych typów gospodarstw przy zróżnicowanej ich powierzchni. W związku z powyższym badane gospodarstwa zostały podzielone pod względem powierzchni do 1 ha (nieruchomość rolna) oraz powyżej 1 ha (gospodarstwo rolne), a te z kolei wg wartości ekonomicznej do 2 ESU oraz powyżej 2 ESU.

Wśród ankietowanych właścicielami gospodarstw w zdecydowanej większości byli to mężczyźni, w wieku 56-65 lat. Średni wiek ankietowanych posiadających nieruchomości rolne – 49 lat, a gospodarujących na powierzchniach powyżej 1 ha – 45 lat. Wśród badanych właścicieli gospodarstw tylko 11% posiadało wykształcenie rolnicze. Dla blisko 80% właścicieli gospodarstw rolnych praca w gospodarstwie rolnym była jedynym źródłem utrzymania, a tylko 5,6% osób posiadających nieruchomości rolne deklarowało, że jedynym źródłem utrzymania jest praca w gospodarstwie.

Research results and discussion

None of the agricultural properties up to 1 Ha in size in the Korczyna LGA exceeded the economic value of 2 ESU. These are typically small, and subsistent farms with an average ESU indicator of 0.4. The data presented in Figure 1 do, however, indicate that only farms with land area exceeding 10 Ha attained an ESU economic indicator of over 8.0 and as such undertake commercial farming activities (Sarris, Doucha, Mathijs, 1999; Narayanan, Gulati, 2002).

Studies conducted by Dudzińska and Kocur-Ber (2013) indicate that 50% of Polish farms fall within the 2 ESU category. In Kopiński's (2015) opinion the intensification of agricultural production and organization has continued to deepen in south-eastern Poland. Czudec (2007) believes that agriculture in Podkarpacie province is economically inefficient, with a high number of people relying on the farms for their livelihood and a low propensity for changes of any kind. Every other farm in Podkarpacie province has, according to Tobiasz-Salach, Jankowska-Miąsik, Bobrecka-Jamro (2013) a land area of less than 1 Ha, while 64% has less than 2 Ha, which is a contributory

Wyniki badań i dyskusja

Wszystkie nieruchomości rolne (do 1 ha) w gminie Korczyna nie przekraczają wielkości ekonomicznej 2 ESU. Są to gospodarstwa bardzo małe o charakterze socjalnym. Ich średni wskaźnik ESU wyniósł 0,4. Natomiast z danych przedstawionych na rysunku 1 wynika, że tylko gospodarstwa powyżej 10 ha osiągnęły wskaźnik ekonomiczny powyżej 8 ESU, a tym samym prowadzą system gospodarowania towarowego (Sarris, Doucha, Mathijs, 1999; Narayanan, Gulati, 2002).

Z badań Dudzińskiej i Kocur-Bera (2013) wynika, że w Polsce 50% gospodarstw mieści się w przedziale do 2ESU. Zdaniem Kopińskiego (2015) w województwach południowo-wschodnich ekstensyfikacja organizacji i produkcji rolniczej stale pogłębia się. Czudec (2007) uważa, że rolnictwo w województwie podkarpackim jest słabe ekonomicznie, jednocześnie przy wysokiej liczbie osób utrzymujących się z tego sektora oraz niskiej skłonności do jakichkolwiek zmian. Według Tobiasz-Salach, Jankowskiej-Miąsik, Bobreckiej-Jamro (2013) w województwie podkarpackim co drugie gospodarstwo ma powierzchnię poniżej 1ha, a 64% poniżej 2ha, co jest powodem ni-

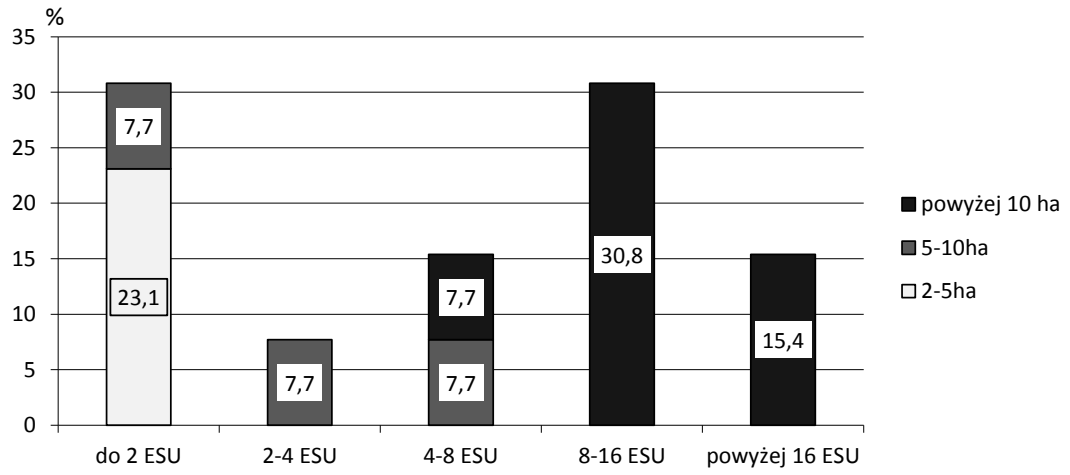

Figure 1. Classification of farms in respect of the ESU economic value in Korczyna Local Government Area (%)
Rysunek 1. Podział gospodarstw wg wielkości ekonomicznej ESU w gminie Korczyna (%)
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

factor to the low profitability of most of them. The average farm in Podkarpacie consist of several plots.

Agricultural production in most farms covered in the survey in Korczyna LGA is typically versatile and non-specialised. Cereals and root crops, especially potatoes dominate crop production (Fig. 2). Cropping system, according to studies conducted by Buczek, Janas, Majda, Bobrecka-Jamro (2010) in 114 local governments in Podkarpacie province, is dominated by cereals with a share participation of 70%. In contrast, the Simmental cattle breed dominated the animal production (Fig. 3). The breeding and rearing of the Simmental cattle, according to Chorosza B. and Chorosza Z. (2013) is of great economic significance. This is an ideal approach by farms engaged in cattle

skiej opłacalności ekonomicznej większości z nich. Przeciętne gospodarstwo na terenie województwa składa się z kilku działek.

W większości badanych gospodarstw w gminie Korczyna produkcja rolna ma charakter wszechstronny oraz niewyspecjalizowany. W uprawach dominują zboża oraz okopowe (głównie ziemniak) (Rys. 2). Według badań przeprowadzonych przez Buczka, Janas, Majdę, Bobrecką-Jamro (2010) w 114 gminach w województwie podkarpackim uprawach dominują zboża, których udział wynosi około 70%. Natomiast w produkcji zwierzęcej dominowało bydło rasy simentalskiej (Rys. 3). Według Choroszy B. i Choroszy Z. (2013) hodowla i chów bydła simentalskiego ma duże znaczenie ekonomiczne. Jest idealną podstawą

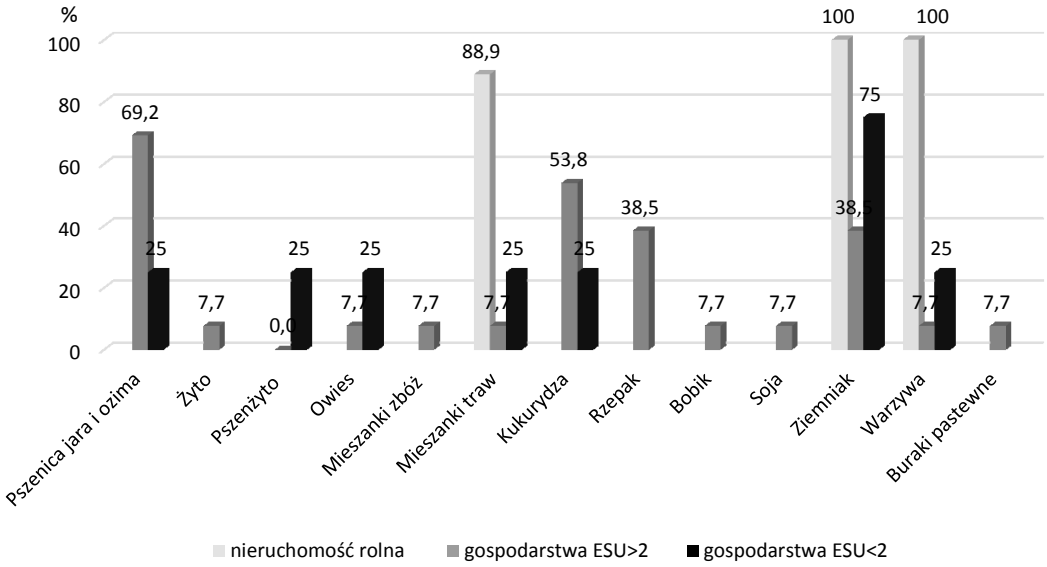

Figure 2. Cropping pattern in Korczyna Local Government Area in 2014
Rysunek 2. Struktura upraw w gminie Korczyna w 2014 r.
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

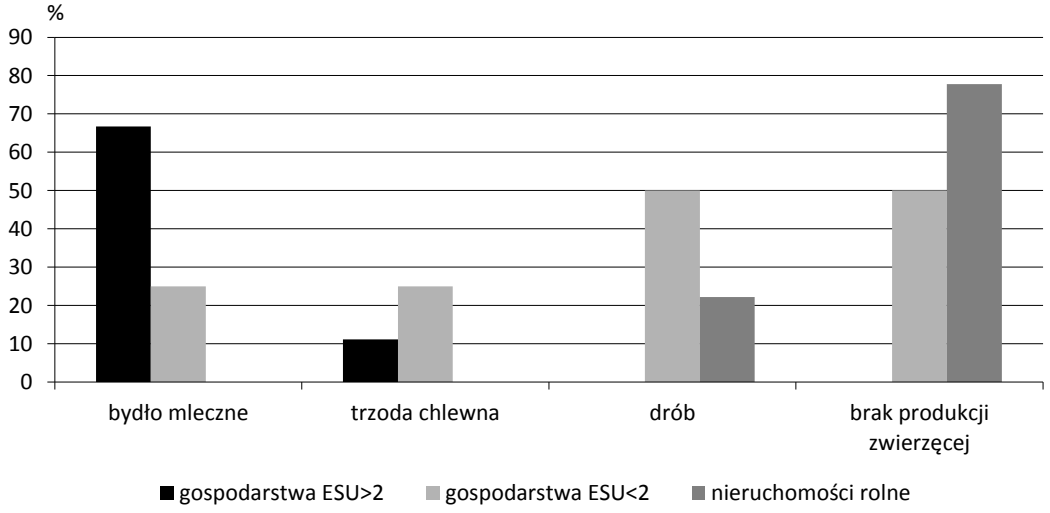

Figure 3. Livestock Inventory in Korczyna Local Government Area
Rysunek 3. Inwentarz w gminie Korczyna
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

rearing as it offers a two-pronged utility namely, high milk and meat yield. The breed, in addition, adapts well to varied climatic conditions.

All surveyed agricultural property owners, including 87.5% of those owning farms larger than 1 Ha in size and with ESU<2 as well as 11.1% having farms with ESU>2 declared that they never conduct pH nor soil fertility tests. However, 53.8% of owners of farms larger than 1 Ha usually carried out such tests every three years, but not less than once in five years. Soil analysis ought to be conducted regularly every 4-6 years by an Agricultural and Chemical Centre (Duer, Fotyma, Madej, 2004).

As much as 44.4% of responding agricultural property owners, 55.6% of farmers with a farmland larger than 1 Ha and with ESU>2 as well as 25% of

dla gospodarstw, które zajmują się chowem bydła, ponieważ posiada dwukierunkowość użytkowania, wysoką wydajność mleczną oraz mięsną. Dodatkowo rasa ta dobrze przystosowuje się do różnych warunków klimatycznych.

Wszyscy ankietowani posiadających nieruchomość rolną i 87,5% ankietowanych posiadających gospodarstwa powyżej 1ha, o ESU<2 oraz11,1% posiadających gospodarstwa rolne o ESU>2 deklarowało, że nie wykonuje badań gleby stwierdzających pH, jak również zasobność w składniki pokarmowe. Natomiast 53,8% właścicieli gospodarstw powyżej 1ha wykonywało tego typu badania, najczęściej co 3 lata, ale nie rzadziej niż raz na 5 lat. Analiza gleby powinna być wykonywana regularnie, co 4-6 lat, przez Stację Chemiczno-Rolniczą (Duer, Fotyma, Madej, 2004).

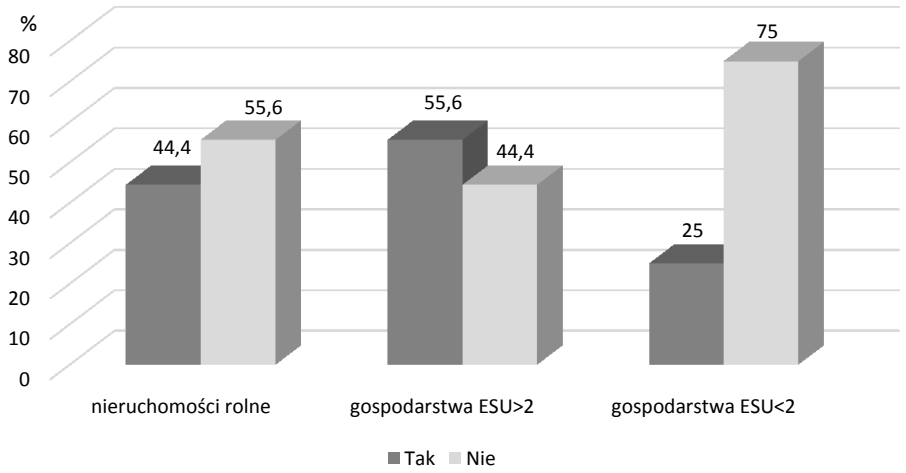

Figure 4. Organic Fertilization by Respondents
Rysunek 4. Stosowanie nawożenia organicznego przez ankietowanych
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

farm owners with ESU<2 revealed they apply organic fertilizers, usually manure and/or slurry (see Fig. 4).

Mineral fertilization was applied by both 88.9% of agricultural property owners and 100% of owners of farms larger than 1Ha and with ESU>2 as well as 75% of farm owners with ESU<2(see Fig. 5). Farmers purchased only fertilizers containing macronutrients. One of the sources of ammonium emission is, according to Marcinkowski and Kierończyk (2006), farmlands on which organic and nitrogenous mineral fertilizers were applied. Jarecki and Bobrecka-Jamro (2013) postulate that mineral (NPK) application during 2002-2011increased by almost 4kg per hectare of agricultural land.

Wśród 44,4% ankietowanych, którzy posiadają nieruchomości rolne oraz 55,6% rolników posiadających gospodarstwa powyżej 1ha o ESU>2 i 25% właścicieli gospodarstw rolnych o ESU<2 deklarowało, że stosuje nawożenie organiczne i był to najczęściej obornik lub/i gnojowica (Rys. 4).

Nawożenie mineralne stosowało 88,9% posiadaczy nieruchomości rolnych i 100% właścicieli gospodarstw powyżej 1ha o ESU>2 oraz 75% właścicieli gospodarstw rolnych o ESU<2 (Rys. 5). Rolnicy kupowali tylko nawozy zawierające makroskładniki. Zdaniem Marcinkowskiego i Kierończyka (2006) jednym ze źródeł emisji amoniaku są pola uprawne, gdzie zostały zastosowane nawozy naturalne oraz mineralne nawozy azotowe. Według Jareckiego i Bobreckiej -Jamro (2013) w Polsce, w latach 2002-2011 zużycie nawozów mineralnych NPK wzrosło o blisko 4kg na 1 ha użytków rolnych.

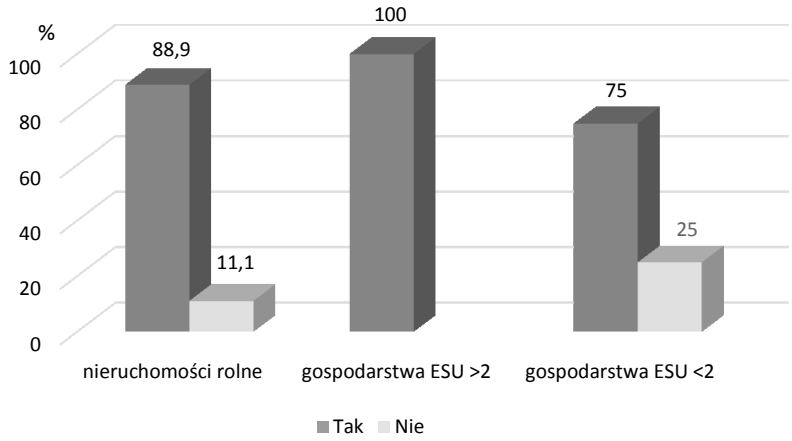

Figure 5. Mineral Fertilization by Respondents
Rysunek 5. Stosowanie nawożenia mineralnego przez ankietowanych
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

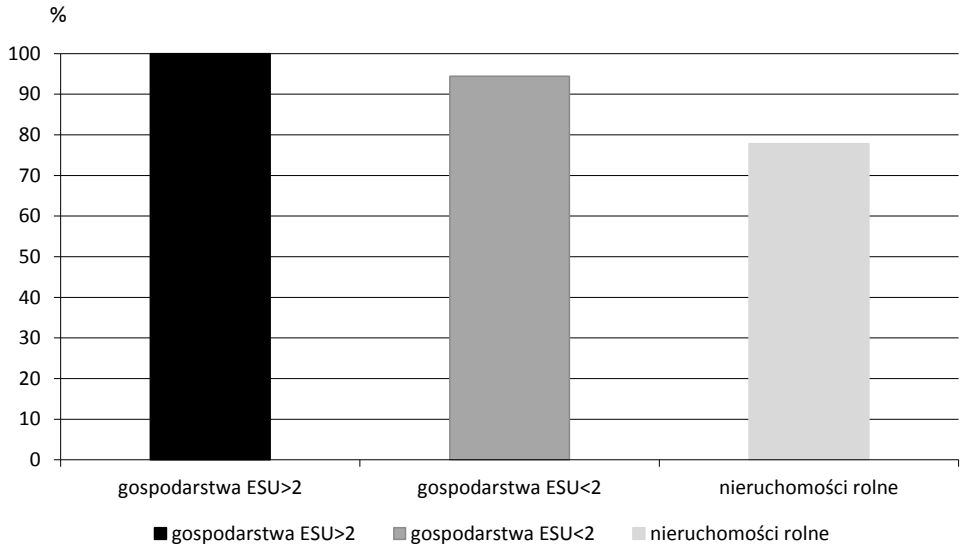

Figure 6. Percentage of Farms Applying Plant Protection Chemical Relative to Farm Size
Rysunek 6. Procent gospodarstw stosujących chemiczne środki ochrony roślin w zależności od wielkości gospodarstwa
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

Majority of respondents from Korczyna LGA applied crop protection chemicals (see Fig. 6).

While 65% of farm owners with ESU>2, apply plant protection chemicals irrespective of the number of pests, weeds or disease intensity, 29.4% make use of chemical only when pests are observed and 5.9% only make use of seed treatment chemicals. Majority (62.5%) of farmers with ESU<2 apply plant protection chemicals regardless of the number of pests, weeds or disease intensity while 37.5% of responding farmers apply chemicals only when pests appear. With respect to agricultural property owners, however, plant protection chemicals are applied by 57% of them only with the occurrence of pests, while 43% use them after exceeding the threshold of pest infestation (Fig. 7).

Większość ankietowanych z gminy Korczyna stosowało chemiczne środki ochrony roślin (Rys. 6).

Wśród właścicieli gospodarstw rolnych o ESU>2, 65% stosuje chemiczne środki ochrony roślin niezależnie od liczby szkodników, chwastów lub nasilenia choroby, 29,4% sięga po środki jeśli tylko pojawi się agrofag, a 5,9% stosuje tylko zaprawianie nasion. Właściciele gospodarstw rolnych o ESU<2 w większości stosują chemiczne środki ochrony roślin niezależnie od liczby szkodników, chwastów lub nasilenia choroby (62,5%), natomiast 37,5% ankietowanych stosuje środki, kiedy tylko pojawi się agrofag. Jeśli chodzi o gospodarzy posiadających nieruchomości rolne, to 57% stosuje chemiczne środki ochrony jeśli tylko pojawi się agrofag, a 43% po przekroczeniu przez agrofaga progu szkodliwości (Rys. 7).

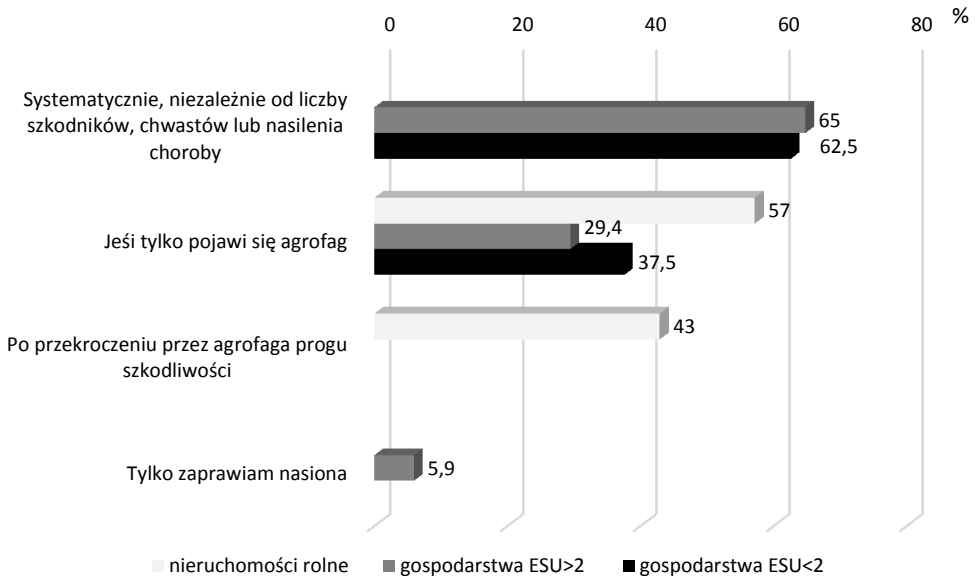

Figure 7. Methods of Applying Plant Protection Chemicals
Rysunek 7. Sposób stosowania chemicznych środków ochrony roślin
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

Plant protection chemicals have, in the opinion of Makles and Domański (2008) positive impacts on crop production although they may have negative impacts as well. The main characteristic feature of plant protection chemicals is their toxicity, which makes it dangerous for humans, animals and the environment. Any careless use of the products may result in illnesses and poisoning to farmers and food products consumers (Walesiuk et al., 2010).The plant protection chemicals applied by the respondents are characterized by their harmfulness, irritability and sensitization, amongst others, to humans and even carcinogenic (Karate Zeon050 CS, Proteus 110 OD, Tango Star 334 SE). Regarding their threats to bees, most of the products used by farmers remain unclassified due to their low level risk. Nevertheless, the use of Miedzian 50 WP and Proteus 110 OD by farmers is toxic due to their average level of risk, while those in the insecticide (zoocide) category namely, Apacz 50 WG, Bulldoc 025 EC, Decis Mega 50

Zdaniem Maklesa i Domańskiego (2008) środki ochrony roślin mają pozytywny wpływ na produkcję roślinną, ale mogą mieć również negatywne skutki uboczne. Główną cechą środków ochrony roślin jest ich toksyczność, co powoduje niebezpieczeństwo dla ludzi, zwierząt i środowiska przyrodniczego. Nieprawidłowe stosowanie środków może być przyczyną chorób oraz zatruć dla rolników i odbiorców produktów spożywczych (Walesiuk i in., 2010). Środki ochrony roślin stosowane przez ankietowanych charakteryzują się m.in. szkodliwością, są drażniące oraz uczulające dla człowieka, a nawet rakotwórcze (Karate Zeon 050 CS, Proteus 110 OD, Tango Star 334 SE). Jeśli chodzi o zagrożenie dla pszczół to większość środków stosowanych przez rolników nie została sklasyfikowana ze względu na niskie ryzyko. Nie mniej jednak używany przez rolników Miedzian 50 WP i Proteus 110 OD jest toksyczny ze względu na średnie ryzyko, a wśród zoocydów: Apacz 50 WG, Bulldoc 025 EC, Decis Mega 50 WG, Steward 30 WG

WG, Steward 30 WG and Titan 100EW are considered highly toxic for bees, hence their period of quarantine need to be ensured.

All respondents, both agricultural property owners and farmers having over 1Ha are aware of the fact that the Czarnorzecko-Strzyżowski Landscape Park exists with the Korczyna LGA. Only 33.3% of surveyed farm owners holding over 1Ha with ESU > 2 as well as 22.2% of agricultural property owners are aware of the ensuing limitations (Fig. 8).

i Titan 100EW to środki zaliczane do bardzo toksycznych dla pszczół, dlatego też należy przestrzegać okresu prewencji.

Wszyscy ankietowani, zarówno właściciele nieruchomości rolnych oraz gospodarstw powyżej 1ha mają świadomość, że na terenie gminy Korczyna istnieje Czarnorzecko-Strzyżowski Park Krajobrazowy. Tylko 33,3% ankietowanych właścicieli gospodarstw powyżej 1ha o ESU > 2 i 22,2% właścicieli nieruchomości rolnych zna ograniczenia wynikające z tego faktu (Rys. 8).

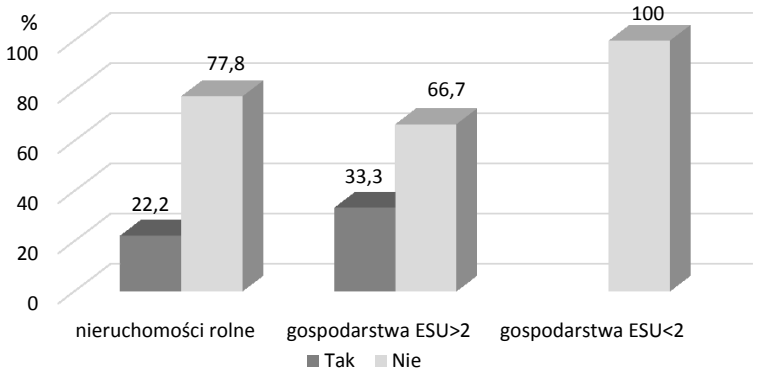

Figure 8. Awareness of Respondents Regarding the Ensuing Limitations due to their Farms Location Within the Landscape Park

Rysunek 8. Świadomość ankietowanych na temat ograniczeń wynikających z położenia gospodarstwa na terenie Parku Krajobrazowego

Source: Own work on the basis of direct inquiry.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

The main associations of Korczyna LGA residents with the Landscape Park are not only in respect of the form of nature conservation, possibilities of regional development, chances of obtaining subsidies, but also the prohibitions and restrictions on regional investments. Studies conducted by Szkirucia (2005) in the Wigierski National Park did not confirm the incurement of losses or costs for residing in a protected territory among 63.1% of respondents. Studies conducted by Gotkiewicz (2005, 2014) in the provinces of Warmińsko-Mazurski and Podlaski also asserted that farms did not suffer any negative impacts due to their location in the Natura 2000 or in any other protected areas.

The impact of agriculture on the environment was rather positively assessed by the respondents. More positive responses were obtained from agricultural property owners and farmers holding over 1Ha with ESU>2 than from farmers with ESU<2. Farmers with ESU<2 did not, however, share their opinion regarding the issue (Fig. 9).

There is the need to implement environmentally friendly, and innovative techniques and production technologies to limit the negative impacts of agriculture on the environment (Kagan, 2011). While assessing environmentally friendly methods of farming 44.4% of agricultural property owners asserted they were both labour intensive and time consuming, while 33.3% agreed that they provide high quality food using technology without interfering with the environment. 22.2% of them,

Główne skojarzenie mieszkańców gminy Korczyna z parkiem krajobrazowym to: forma ochrony przyrody, możliwość rozwoju regionu, zdobycia dofinansowania, ale również zakazy i ograniczenia dotyczące inwestycji w regionie. Według badań przeprowadzonych przez Szkirucia (2005) w Wigierskim Parku Narodowym 63,1% ankietowanych nie stwierdziło, aby ponosiło straty lub koszty wynikające z zamieszkiwania na terenie chronionym. Badania Gotkiewicza (2005, 2014) przeprowadzone w województwie warmińsko-mazurskim i województwie podlaskim potwierdziły, że gospodarstwa rolne nie odczuwają negatywnego wpływu wynikającego z położenia na terenie Natura 2000 lub innych terenach objętych ochroną.

Wpływ rolnictwa na środowisko ankietowani oceniali raczej pozytywnie. Więcej pozytywnych odpowiedzi udzielili właścicieli nieruchomości rolnych oraz posiadający gospodarstwa powyżej 1ha o ESU>2 niż właściciele gospodarstw o ESU<2. Właściciele gospodarstw o ESU<2 przede wszystkim nie mieli zdania w tej kwestii (Rys. 9).

Według Kagana (2011), aby ograniczyć niekorzystny wpływ rolnictwa na środowisko należy wdrażać prośrodowiskowe, innowacyjne techniki oraz technologię wytwarzania. Właściciele nieruchomości rolnych oceniając proekologiczne metody gospodarowania w rolnictwie stwierdzili w 44,4%, że wymagają dużego nakładu pracy i czasu, 33,3% że dostarczają żywności wysokiej jakości technologią nie ingerując w środowisko, 22,2% oceniło proeko-

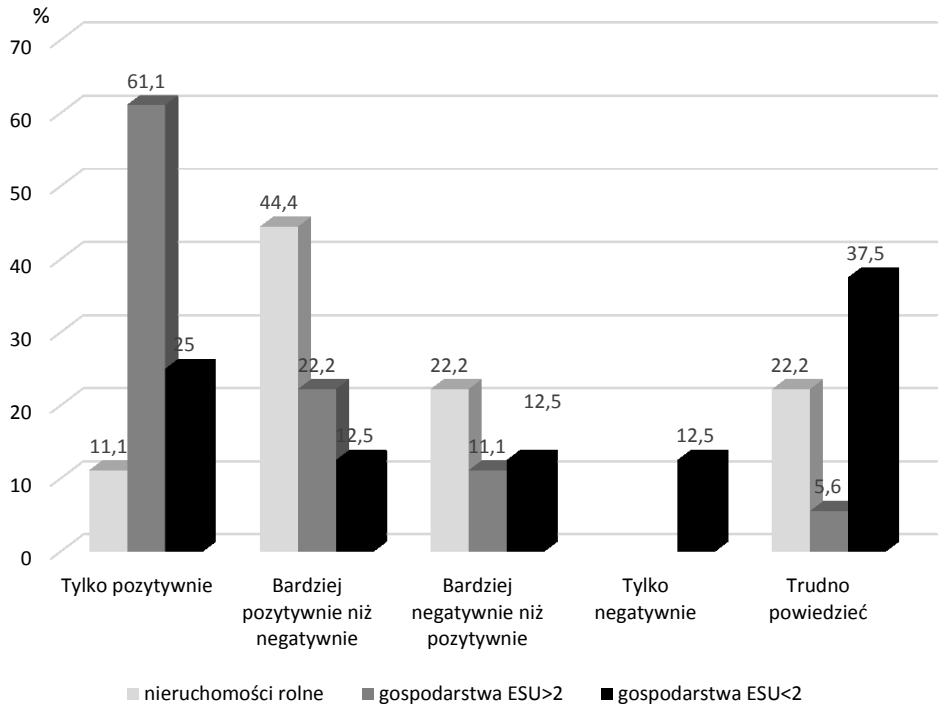

Figure 9. Impacts of Agriculture on the Environment
Rysunek 9. Wpływ rolnictwa na środowisko
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

however, assessed environmentally friendly methods of farming as unprofitable. Half of the respondents having farms larger than 1Ha with ESU>2 are of the opinion that environmentally friendly methods provide high quality food, while 38.9% claim the method requires huge labour investment and another 11.1% of farmers claim it is unprofitable. The opinion of farmers with ESU<2 concerning the farming methods earlier mentioned include the following namely, they are labour intensive (50%), it provides high quality food using technologies without interfering with the environment (37.5%) while 12.5% claim it is unprofitable. The province of Podkarpacie is, according to Romankiewicz and Krupa (2012) an ideal region for organic farming since it is endowed with favourable soil and climate conditions, unpolluted atmosphere and water as well as tourist attractions that enhances the development of agritourism. There were, as at 2015, 1261 organic farms existing in Podkarpacie province, thus constituting 5.7% of all such farms in Poland (www.ijhar-s.gov.pl/index.php/raporty-i-analizy.html). Organic farming seems to be, according to Bera (2014) the ideal solution for local governments located in protected areas. This form of agriculture can help to reduce unemployment and curtail youth emigration. Despite this, much of the produce from the area is exported abroad as there is lack of extensive interests in organic products. Difficulties in managing organic farms are, in the opinion of Jasiński, Michalski, Śpiewak (2013) due to excessive regulations, that are often subjected to amendments, while a farmers asset is diligence and the family-based manner of farming.

logiczne metody gospodarowania jako nieopłacalną produkcję. Połowa ankietowanych, którzy posiadają gospodarstwa o powierzchni powyżej 1ha o ESU>2 uważa, że proekologiczne metody dostarczają żywności wysokiej jakości, 38,9%, że metoda ta wymaga dużego nakładu pracy, a dla 11,1% rolników jest nieopłacalna. Zdanie na temat w/w metod gospodarowania wśród właścicieli gospodarstw o ESU<2 wygląda następująco: 50%, że wymaga dużego nakładu pracy, 37,5% stwierdziło, że dostarcza żywności wysokiej jakości technologią, która nie ingeruje w środowisko, a 12,5% deklarowało, że jest to produkcja nieopłacalna. Według Romankiewicz i Krupy (2012) województwo podkarpackie jest idealnym regionem do upraw ekologicznych ponieważ posiada dobre warunki klimatyczno-glebowe, niezanieczyszczone powietrze oraz wodę i walory turystyczne, które sprzyjają rozwojowi agroturystyki. W 2015 roku na Podkarpaciu funkcjonowało 1261 gospodarstw ekologicznych, co stanowiło 5,7% wszystkich tego typu gospodarstw w kraju (www.ijhar-s.gov.pl/index.php/raporty-i-analizy.html). Zdaniem Bera (2014) idealnym rozwiązaniem dla gmin usytuowanych na terenach chronionych jest rolnictwo ekologiczne. Dzięki tej formie rolnictwa można zmniejszyć bezrobocie oraz ograniczyć migrację młodych ludzi. Nie mniej jednak, ze względu na brak szerokiego zainteresowania produktami ekologicznymi na miejscu, towar trafia za granicę. Według Jasińskiego, Michalskiego i Śpiewaka (2013) utrudnieniem w prowadzeniu gospodarstwa ekologicznego jest nadmiar przepisów, które często się zmieniają, a atutem pracowitość rolników oraz rodzinny charakter gospodarowania.

The main cause of environmental concerns amongst responding owners of agricultural property is the improvement of their living conditions (66.7%) or the care of future generations (33.3%). In the case of farmers having more than 1Ha, with ESU>2 the factors placed first are improvement of their living standards and that of future generations 22.2% as well as the belief that the environment ought to be taken care of for the sake of the region's tourist values. Similar ratings were noted in responses from farmers owning farms with ESU<2 (Fig.10). Studies on ecological awareness and behaviour of Polish residents indicate that 49% of those polled agreed that they care about the environment in the interest of future generations, 48% in concern of their health, while 33% for the sake of the value of nature (Romankiewicz, Krupa 2012).

Głównymi powodami troski o środowisko wśród ankietowanych posiadających nieruchomości rolne jest poprawa warunków własnego życia (66,7%) lub dla przyszłych pokoleń (33,3%). Wśród właścicieli gospodarstw o powierzchni powyżej 1ha i ESU>2 na pierwszym miejscu stawiana jest poprawa warunków życia własnego i dla przyszłych pokoleń a 22,2% uważa, że o środowisko należy dbać dla wartości turystycznej regionu. Podobne proporcje odpowiedzi są wśród rolników posiadających gospodarstw o ESU<2 (Rys. 10). W badaniu świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski: 49% ankietowanych odpowiedziało, że dba o środowisko w trosce o przyszłe pokolenia, 48% w trosce o zdrowie człowieka, a 33% dla wartości przyrody (Romankiewicz i Krupy 2012).

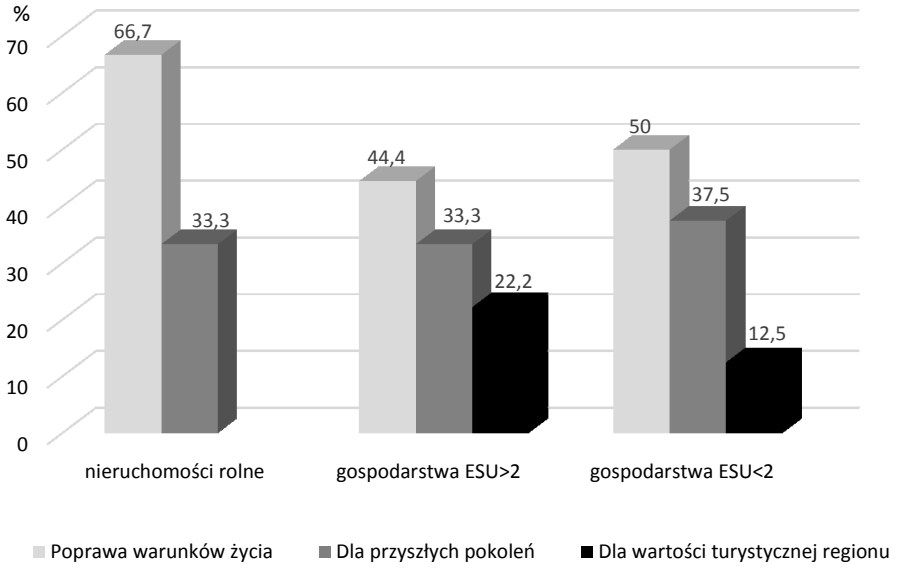

Figure 10. Reasons for the Environmental care of Respondents
Rysunek 10. Powody ankietowanych troski o środowisko
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

72.2% of the surveyed owners of farms larger than 1Ha with ESU>2 and only 25% of surveyed owners of farms with ESU<2 are aware of the chances of making proper use of the protected areas (Fig. 11).

Studies conducted by Szkirucia (2005) in the Wigierski National Park indicate that 20% of the local community derive benefits either from running agribusiness activities or from available natural resources. 22.8% of those residing within the park as well as 14.8% of communities living in the enclave intend to set up their agritourism farms.

Wśród ankietowanych 72,2% właścicieli gospodarstw o powierzchni powyżej 1ha i ESU>2 oraz tylko 25% ankietowanych posiadających gospodarstwa o ESU<2 zna możliwości czerpania korzyści finansowych z obszarów chronionych (Rys. 11).

Według badań przeprowadzonych przez Szkirucia (2005) w Wigierskim Parku Narodowym 20% społeczności lokalnej czerpie korzyści z prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego lub zasobów przyrodniczych okolicy. W przyszłości 22,8% mieszkańców tego Parku oraz 14,8% społeczności zamieszkującej otulinę ma zamiar otworzyć gospodarstwo agroturystyczne.

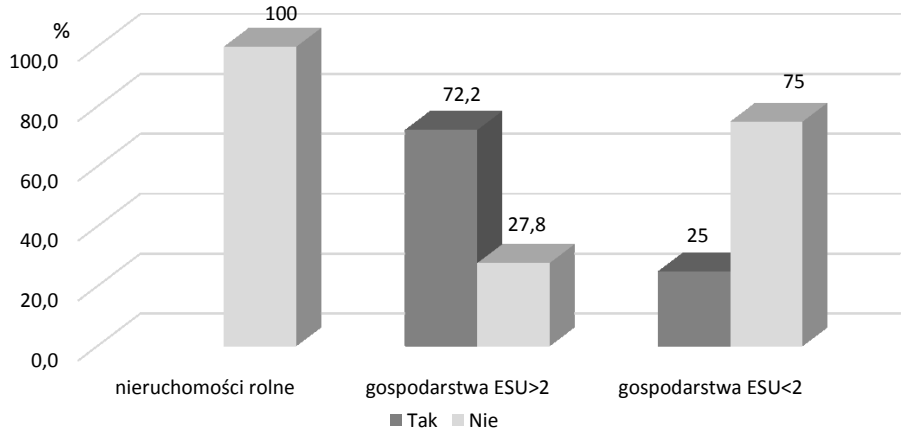

Figure 11. Possibilities of Benefiting Financially from Legally Protected Areas
Rysunek 11. Możliwości czerpania korzyści finansowych z obszarów prawnie chronionych
Source: Own work on the basis of direct inquiry.
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadu bezpośredniego.

Conclusion

Agricultural production in most of the farms surveyed in Korczyna LGA is versatile. The performance of farms depends, to a large extent, on economic indicators. Although the farmers are conscious of the fact of farming in an area environmentally protected, only a part of them know of the consequential limitations. Agricultural production is carried out in accordance with the principles of sustainable development. Farmers use fertilizers and plant protection products in accordance with Good Agricultural Practice. They are aware that they manage in the area covered by legal protection of nature, but only some of them know the limitations resulting from this fact. The actions they undertake are mostly intuitive than those resulting from knowledge. Korczyna Local Government Area has favourable conditions for setting up of organic farms, but the farmers consider this sort of farming as less profitable and requires a lot of capital outlay and time. This is perhaps due to poor information dissemination system as well as lack of external incentives for farmers. Nevertheless, the farmers are convinced that sustainable land-use is very important for the preservation of biodiversity and sustenance of cultural heritage, while allowing residents to live in an uncontaminated environment. The multifunctional model of agriculture, beside the production of food products, provides non-market goods and services that are relevant to farm holdings, near and further (Czudec, 2013).

Podsumowanie

W większości badanych gospodarstw w gminie Korczyna produkcja rolna ma charakter wszechstronny. Funkcjonowanie gospodarstwa w dużym stopniu zależy od wskaźnika ekonomicznego. Produkcja rolnicza prowadzona jest zgodnie zasadami zrównoważonego rozwoju. Rolnicy stosują nawozy i środki ochrony roślin zgodnie z Dobrą Praktyką Rolniczą. Mają oni świadomość, że gospodarują na terenie objętym prawną ochroną przyrody, ale tylko część z nich zna ograniczenia wynikające z tego faktu. Podejmowane przez nich działania w większości są intuicyjne niż wynikające z wiedzy. Gmina Korczyna posiada sprzyjające warunki do tworzenia gospodarstw ekologicznych, ale rolnicy uważają ten typ gospodarowania za mało opłacalny oraz wymagający dużego nakładu pracy i czasu. Być może jest to spowodowane słabym systemem informacyjnym oraz brakiem działań zewnętrznych zachęcających rolników. Nie mniej jednak rolnicy są przekonani, że zrównoważone użytkowanie gruntów jest bardzo ważne dla ochrony różnorodności biologicznej oraz zachowania dziedzictwa kulturowego, a także pozwala mieszkańcom na życie w nieskażonym środowisku. Model rolnictwa wielofunkcyjnego, poza wytwarzaniem produktów żywnościowych dostarcza również dobra i usługi o charakterze nierynkowym, mające znaczenie dla bliższego i dalszego otoczenia gospodarstwa rolnego (Czudec, 2013).

References/ Literatura:

1. Bera, M. (2014). Rolnictwo ekologiczne jako czynnik rozwoju gmin położonych na obszarach chronionych. *Progress in Economic Sciences,* 1, 122-127.
2. Buczek, J., Janas, A., Majda, J., Bobrecka-Jamro, D. (2010). Zagospodarowanie ziemi i gruntów ornych w gminach województwa Podkarpackiego. *Zesz. Prob. Post. Nauk Rol.,* 549, 21-32.
3. Choroszy, B., Choroszy, Z. (2013). Hodowla bydła simentalskiego w wybranych krajach członkowskich. *Wiadomości Zootechniczne, LI*(4), 83-90.
4. Cyran, A. (2007). *Zarys monograficzny Korczyny*. Krosno: Wyd. PUW Roksana.

5. Czudec, A. (2007). Ekspertyza dotycząca województwa Podkarpackiego. W: *Ekspertyzy do Strategii Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020.* Warszawa: Wyd. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.
6. Czudec, A. (2013). Wielofunkcyjność rolnictwa górskiego i podgórskiego (na przykładzie Bieszczadów i Beskidu Niskiego). *Polish Journal of Agronomy,* 13, 3-9.
7. Dudzińska, M., Kocur-Bera, K. (2013). Definicja małego gospodarstwa. *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, *1*(IV), 17-30.
8. Duer, I, Fotyma, M., Madej, A. (2004). *Kodeks Dobrej Praktyki Rolniczej*. Warszawa: Wyd. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwo Środowiska.
9. Gotkiewicz, W. (2005). *Uwarunkowania i możliwości aktywizacji właścicieli gospodarstw rolnych na obszarach prawnie chronionych*. Olsztyn: Wyd. UWM.
10. Gotkiewicz, W. (2014). Wpływ sieci Natura 2000 na działalność gospodarstw rolnych położonych na terenie obszarów specjalnej ochrony „Ostoja Warmińska" i „Przełomowa Dolina Narwi". *Woda-Środowisko-Obszary Wiejskie* (I-III), *14*, 1(45), 5-17.
11. Jarecki, W., Bobrecka-Jamro, D. (2013). Zużycie środków do produkcji rolniczej w Polsce w kontekście retardacji przemian rolniczej przestrzeni produkcyjnej. *Inżynieria Ekologiczna*, 3, 121-126. https://doi.org/10.12912/23920629/325
12. Jasiński, J., Michalski, S., Śpiewak, R. (2013). Rolnictwo ekologiczne czynnikiem rozwoju lokalnego - analiza wybranych przypadków. *Wieś i Rolnictwo*, 3, 12-59.
13. Kagan, A. (2011). Oddziaływanie rolnictwa na środowisko naturalne. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej, 328*(3), 99-115.
14. Kozak, E., Ciba, J., Rybak, T., Wcisło, A. (2012). *Stan środowiska i walory przyrodnicze Powiatu Strzyżowskiego.* Rzeszów: Wyd. WIOŚ.
15. Kopiński, J. (2015). Agri-environmental effects of changes in agricultural production in Poland / Agrośrodowiskowe skutki zmian produkcji rolniczej w Polsce. *Economic and Regional Studies*, *8*(3), 5-18.
16. Makles, Z., Domański, W. (2008). Ślady pestycydów - niebezpieczne dla człowieka i środowiska. *Bezpieczeństwo Pracy,* 5-9.
17. Marcinkowski, T., Kierończyk, M. (2006). Emisja amoniaku z wybranych nawozów naturalnych i mineralnych. *Zesz. Probl. Post. Nauk Rol.,* 512, 411-419.
18. Narayanan, S., Gulati, A. (2002). Globalization and the smallholders: a review of issues, approaches, and implications. *Markets and Structural Studies Division Discussion* Paper No. 50. Washington, D.C.: International Food Policy Research Institute.
19. Romankiewicz, B., Krupa, J. (2012). Stan i perspektywy rolnictwa ekologicznego w województwie podkarpackim., W:[w:] Krupa J., Soliński T., (red.), *Ochrona środowiska w aspekcie zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego Pogórza Dynowskiego. (s. 171-180). [w:] Krupa J., Soliński T., (red.) Materiały z konferencji 2-3 czerwca 2011r.* (s. 171-180). Dynów:, Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, Dynów.
20. Sarris, A.H., Doucha, T., Mathijs, E. (1999). Agricultural restructuring in Central and Eastern Europe: implications for competitiveness and rural development. *European Review of Agricultural Economics, 26*(3), 305-331. https://doi.org/10.1093/erae/26.3.305
21. Staniak, M. (2008). Mały poradnik ochrony przyrody. W: J. Michalczyk (red.), *Człowiek a przyroda*. Lublin: KUL Lublin, Kuratorium Oświaty Lublin.
22. Staniak, M., Księżak, J. (2010). Kierunki rozwoju działalności rolniczej na obszarach prawnie chronionych. *J. Res. Appl. Agric. Eng., 55*(1), 96-100.
23. Urząd Gminy Korczyna (2003). *Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Gminy Korczyna.* Pobrano z: http://korczyna.bip.krosoft.pl/?mainid=14&jb=33
24. Szkiruć, Z. (2005). *Społeczne aspekty funkcjonowania Wigierskiego Parku Narodowego. Między Ochroną Przyrody a Gospodarką-bliżej ochrony*. Sosnowiec-Ojców: Oddział Katowicki PTG.
25. Walesiuk, A., Wojewódzka-Żelazniakowicz, M., Halim, N., Łukasik-Głęboska, M., Czaban, S., Myćko, G., Pazio, L., Ładny, J. (2010). Zatrucia środkami ochrony roślin. *Postępy Nauk Medycznych*, 9, 729-735.
26. www.ijhar-s.gov.pl/index.php/raporty-i-analizy.html
27. Tobiasz- Salach, R., Janowska-Miąsik, E., Bobrecka-Jamro, D. (2013). Produkcja zbóż w województwie podkarpackim w latach 2002-2011. *Fragm. Agron., 30*(2), 153-161.

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN THE NATURAL AND URBAN AREAS OF THE LUBLIN PROVINCE

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW W DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ NA TERENACH CENNYCH PRZYRODNICZO I ZURBANIZOWANYCH WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO

Anna Mazurek-Kusiak[1(A,B,C,D,E,F,G)]

[1]University of Life Sciencesin Lublin/ Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

Mazurek-Kusiak, A. (2018). Corporate social responsibility of business in the natural and urban areas of the Lublin Province/ Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w działalności gospodarczej na terenach cennych przyrodniczo i zurbanizowanych województwa lubelskiego. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 81- 89. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0037

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: P25, P28, Q57

Submitted:
November 2017

Accepted:
November 2018

Tables: 0
Figures: 7
References: 23

Summary

Subject and purpose of work: The purpose of the study was to compare the behavior of companies located in the areas of nature value and in their proximity with companies located in urbanized areas in the Lublin Region in terms of Corporate Social Responsibility (CSR).
Materials and methods: The study was conducted by means of the diagnostic survey method, using direct interviews.
Results and conclusions: Companies located in valuable natural or close to natural areas tend to undertake ecological and environmental investments (27.68%), care for the common good (54.46%), and treat employees well (54.46%) as compared with the companies located in urban areas (10.72%, 25.89% and 25.89%, respectively). Sensitivity to nature is primarily the result of the company's direct contact with nature, the recognition of the importance of protecting it, as well as of good treatment of employees, that is it results mainly from the combination of business and personal relationships with employees. Firms located in urban areas are much more likely to support charitable donations (22.33%), which is a result of higher returns by these companies and more frequent requests for financial assistance. Further research in this regard should concern factors that make the entrepreneurs more willing to implement CSRs in their companies.

Keywords: Corporate Social Responsibility, entrepreneurship, the natural province, urban province

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: P25, P28, Q57

Zgłoszony:
listopad 2017

Zaakceptowany:
listopad 2018

Tabele: 0
Rysunki: 7
Literatura: 23

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Celem badań było porównanie zachowań przedsiębiorstw zlokalizowanych na obszarach cennych przyrodniczo i w ich pobliżu z przedsiębiorstwami zlokalizowanymi na terenach zurbanizowanych pod kątem społecznej odpowiedzialności (CSR).
Materiały i metody: Badania przeprowadzoną metodą sondażu diagnostycznego, przy pomocy wywiadów bezpośrednich.
Wyniki i wnioski: Przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenach cennych przyrodniczo lub w ich pobliżu zdecydowanie częściej podnajmują inwestycje ekologiczne i na ochronę środowiska (27,68%), dbają o dobro wspólne (54,46%) i dobrze traktują pracowników (54,46%), niż przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenach zurbanizowanych (odpowiednio: 10,72%; 25,89% i 25,89%). Wrażliwość przyrodnicza wynika głównie z faktu bezpośrednich kontaktów przedsiębiorstwa z przyrodą i zauważenia jak ważna jest jego ochrona, podobnie dobre traktowanie pracowników głównie wynika z łączenia relacji biznesowych i osobistych z pracownikami. Przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenach zurbanizowanych zdecydowanie częściej natomiast wspierają akcje charytatywne (22,33%), co jest wynikiem osiągania wyższych zysków przez te przedsiębiorstwa i częstszymi prośbami o taką pomoc. Dalsze badania w tym zakresie powinny dotyczyć czynników jakie wpływają na to, że przedsiębiorcy chętniej będą w rozwoju swoich firm wprowadzać CSR.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność przedsiębiorców, przedsiębiorczość, obszary prawnie chronione, tereny zurbanizowane

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr Anna K. Mazurek-Kusiak (ORCID 0000-0002-3786-8861), Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Katedra Turystyki i Rekreacji, ul. Akademicka 15, 20-950 Lublin, Polska; tel. +48 81 445 66 46; e-mail: anna.mazurek@up.lublin.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Anna Mazurek-Kusiak. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

Corporate Social Responsibility (CSR) is a term commonly used in conducting business around the world (Lindgreen, Swaen and Maon, 2009). It can be used to define the way a company operates, which in its strategy voluntarily takes into account social, ethical, ecological, and not only economic aspects of the activity (Carroll 1979). It is also the company's investment in sustainable development and environmental protection. The goal of a company is not to make the most profit or sales, but to build a positive reputation and strike a balance between efficiency and social interest (Rok, 2004). Such behavior of economic entities is aimed at providing a long-term competitive advantage (Bilińska, 2013).

CSR is an excellent tool for enhancing the company's competitiveness (Handelman, Arnold, 1999), due to creating a positive image and interest in the affairs of the local community (Sen, Bhattacharya, 2001). This is important, as Bowen (1999) argues, because business activity affects not only the internal affairs of a company, but also its surroundings, therefore companies should function so that the company's goals align with social goals and that is not just a personal interest of a company, but also the willingness to bear responsibility for the collective affairs (Rabiański, 2011).

Research conducted by Sloan Management Review has shown that at present 70% of US companies taking sustainable development into their business plans have been doing so for six years and 20% for two years (Kiron et al. 2012). In opinion by Rybak (2004), in Poland, the approach to business is changing as well, with more and more companies paying attention to social activities, charity and environmental protection. Motivations for engaging in environmental and social initiatives vary widely between companies. Some consider CSRs as a way of improving the contact with the environment, others as investing in the image, and others as a moral obligation (Pedersen, 2006a; Pedersen, Neergard, 2006). Ethics and morality of owners, managers and supervisors are the main determinants of CSR activities (Pedersen, 2006b).

PARP (2012) agrees that the most important and key tools for corporate social responsibility are: 74% consumer relations, 72% employee treatment, 65% workplace organization, 53% partnerships, 46% environmental responsibility.

Purpose and research methods

The purpose of the study was to compare the behavior of companies located in areas of natural value and proximity with companies located in urbanized areas in Lublin Province in a view of Corporate Social Responsibility (CSR).

Wstęp

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, w skrócie CSR jest terminem powszechnie używanym w prowadzeniu działalności gospodarczej na całym świecie (Lindgreen, Swaen, i Maon, 2009). Można nim określić sposób funkcjonowania przedsiębiorstwa, który w swojej strategii dobrowolnie uwzględnia społeczne, etyczne, ekologiczne, a nie tylko ekonomiczne aspekty działalności (Carroll 1979). Są to także inwestycje przedsiębiorstwa w zrównoważony rozwój i ochronę środowiska. Celem firmy nie jest osiągnięcie jak największego zysku, czy sprzedaży, ale wypracowanie pozytywnej opinii i renomy przedsiębiorstwa oraz osiągnięcie równowagi pomiędzy efektywnością a interesem społecznym (Rok 2004). Takie zachowanie podmiotów gospodarczych ma na celu zapewnienie długookresowej przewagi konkurencyjnej (Balińska 2013).

CSR jest doskonałym narzędziem do wzmocnienia konkurencyjności przedsiębiorstwa (Handelman, Arnold 1999), dzięki stworzeniu pozytywnego wizerunku i zainteresowanie się sprawami społeczności lokalnej (Sen, Bhattacharya 2001). Jest to ważne jak uzasadnia Bowena (1999), ponieważ aktywność biznesowa dotyka nie tylko spraw wewnętrznych danego przedsiębiorstwa, lecz także jego otoczenia, latego firmy powinny tak funkcjonować, żeby cele przedsiębiorstwa były zbieżne z celami społecznymi i jest to spojrzenie nie tylko na podmiotowy interes firmy, ale także na chęć ponoszenia odpowiedzialności za sprawy ogólnospołeczne (Rabiański 2011).

Badania prowadzone przez Sloan Management Review wykazały, iż obecnie 70% amerykańskich firm uwzględniających zrównoważony rozwój w swoich planach biznesowych, robi to od sześciu lat, a 20% od dwóch lat (Kiron et al. 2012). Zdaniem Rybak (2004) w Polsce także zmienia się podejście do biznesu, coraz więcej przedsiębiorstw zwraca uwagę na działalność społeczną, charytatywną oraz ochronę środowiska. Motywacje do angażowania się w inicjatywy ekologiczne i społeczne znacznie różnią się pomiędzy różnymi przedsiębiorstwami. CSR jedni traktują jako sposób poprawy kontaktów z otoczeniem, inni jako inwestycje w image, a jeszcze inni jako swój obowiązek moralny (Pedersen, 2006a; Pedersen, Neergard, 2006). Etyka i moralność właścicieli, menadżerów i kierowników przedsiębiorstwa są głównymi wyznacznikami działań w zakresie CSR (Pedersen, 2006b).

PARP (2012) uznaje, że najważniejszymi i kluczowymi narzędziami społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i biznesu są: relacje z konsumentami 74%, sposób traktowania pracowników 72%, organizacja pracy w przedsiębiorstwie 65%, ucztowość w relacjach z partnerami 53%, dbałość o środowisko 46%.

Cel i metody badań

Celem badań było porównanie zachowań przedsiębiorstw zlokalizowanych na obszarach cennych przyrodniczo i w ich pobliżu z przedsiębiorstwami zlokalizowanymi na terenach zurbanizowanych w województwie lubelskim pod kątem społecznej odpowiedzialności (CSR).

The study was conducted by means of the diagnostic survey method, using direct interviews. The interview was carried out using the author's own questionnaire developed on the basis of earlier research by Soroka, Mazurek-Kusiak (2014). In the Lublin voivodship in 2017, CSR uses 5% of small enterprises (round about 6,400 private enterprises) and 1% of medium and large enterprises (round about 130 commercial company)(GUS, 2017). The test sample was 3% of all enterprises from the Lublin province. The interview was offered to 200 entrepreneurs located in the natural and nearby natural areas (10 km from these areas) in the Lublin province. Interview was agreed by 112 private entrepreneurs or business managers. Subsequently, proposals and interviews were conducted with entrepreneurs or managers conducting business in urban areas (i.e. in Lublin, Chełm and Zamość) until the same research sample, i.e. 112 companies of similar profile and size that were surveyed in areas of natural value. The study was conducted in 2016. Likert's five-point scale was used to measure the attitudes.

Statistica 13.1 PL software was used for statistical analyzes, and there were the population tables. Charts were created using Excel 2016 software.

Badania przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego, przy pomocy wywiadów bezpośrednich. Wywiad przeprowadzono za pomocą autorskiego kwestionariusza opracowanego na podstawie wcześniejszych badań Soroki, Mazurek-Kusiak (2014). W województwie lubelskim CSR stosuje 5% małych przedsiębiorstw tj. ok. 6400 przedsiębiorstw osób fizycznych oraz 1% średnich i dużych przedsiębiorstw tj. ok. 130 spółek prawa handlowego (GUS 2017). Próba do badań wynosiła 3% wszystkich przedsiębiorstw z województwa lubelskiego. Wywiad zaproponowano 200 przedsiębiorcom zlokalizowanym na obszarach cennych przyrodniczo i w ich pobliżu (10 km od tych obszarów) w województwie lubelskim. Zgodziło się na wywiad 112 prywatnych przedsiębiorców lub menadżerów przedsiębiorstw. Następnie proponowano i przeprowadzono wywiady z przedsiębiorcami lub menadżerami, prowadzącymi przedsiębiorstwa na terenach zurbanizowanych (tj. w Lublinie, Chełmie i Zamościu) aż do uzyskania tej samej próby badawczej tj. 112 przedsiębiorstw o podobnym profilu i wielkości, jakie przebadano na terenach cennych przyrodniczo. Badania przeprowadzono w 2016 roku. Do pomiaru postaw wykorzystano pięciostopniową skalę Likerta.

Przy analizach statystycznych wykorzystano program Statistica 13.1 PL, a w nim tabele liczności. Wykresy sporządzono za pomocą programu Excel 2016.

Results

At the beginning of the survey, entrepreneurs were asked if they agree that they treat their employees well. Entrepreneurs were able to respond within Likert's 5-point scale (from 1 - strongly disagree, to 5 - strongly agree) and then justify their statement.

Wyniki badań

Na początku badań zapytano przedsiębiorców czy zgadzają się z twierdzeniem, że dobrze traktują swoich pracowników. Przedsiębiorcy mogli udzielić odpowiedzi w 5-cio stopniowej skali Likerta (od 1 – zdecydowanie nie zgadzam się, do 5 – zdecydowanie zgadzam się), a następnie uzasadnić swoją wypowiedź.

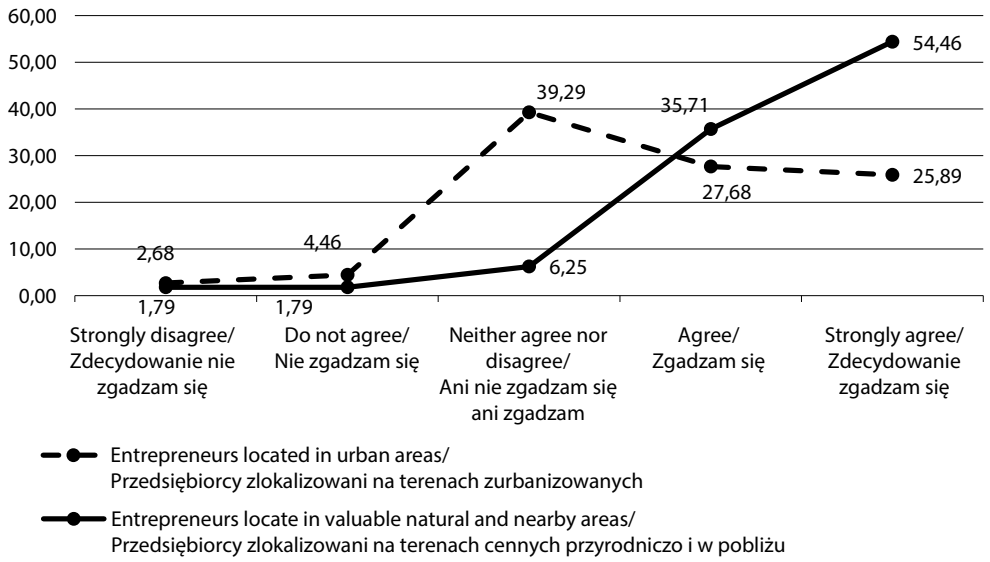

Figure 1. Good treatment of employees by entrepreneurs (data in%)
Rysunek 1. Dobre traktowanie pracowników przez przedsiębiorców (dane w %)
Source: Own study based on research.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

On the basis of data presented in Figure 1, it can be seen that entrepreneurs who are established in the area of or near natural valuable areas significantly more often (54,46%) consider themselves to be goodwill-dealing their employees than those who have their headquarters in the urbanized area (25.89%). As the "protected-area" entrepreneurs point out, they must treat their employees well, because they are often neighbors or acquaintances, thus business relationships move to personal and family ones (37% statement). City entrepreneurs, on the other hand, believe that the question cannot be unequivocally stated, because there are different employees and differently to be dealt with, depending on character traits, occupation and professional predispositions (29% statement).

Na podstawie danych przedstawionych na rysunku 1 można zauważyć, że przedsiębiorcy, którzy mają siedzibę firmy na terenie lub w pobliżu obszarów cennych przyrodniczo zdecydowanie częściej (54,46%) uważają się za przedsiębiorców dobrze traktujących swoich pracowników niż przedsiębiorcy, którzy mają zlokalizowane siedziby na terenach zurbanizowanych (25,89%). Jak podkreślają przedsiębiorcy „z terenów ochronnych" muszą dobrze traktować swoich pracowników, bo często są to sąsiedzi lub znajomi, wiec relacje biznesowe przenoszą się do relacji osobistych i rodzinnych (37% wypowiedzi). Przedsiębiorcy z miast uważają natomiast, że nie można na to pytanie opowiedzieć jednoznacznie, ponieważ są różni pracownicy i różnie należy z nimi postępować, w zależności od cech charakteru, zajmowanego stanowiska i predyspozycji zawodowych (29% wypowiedzi).

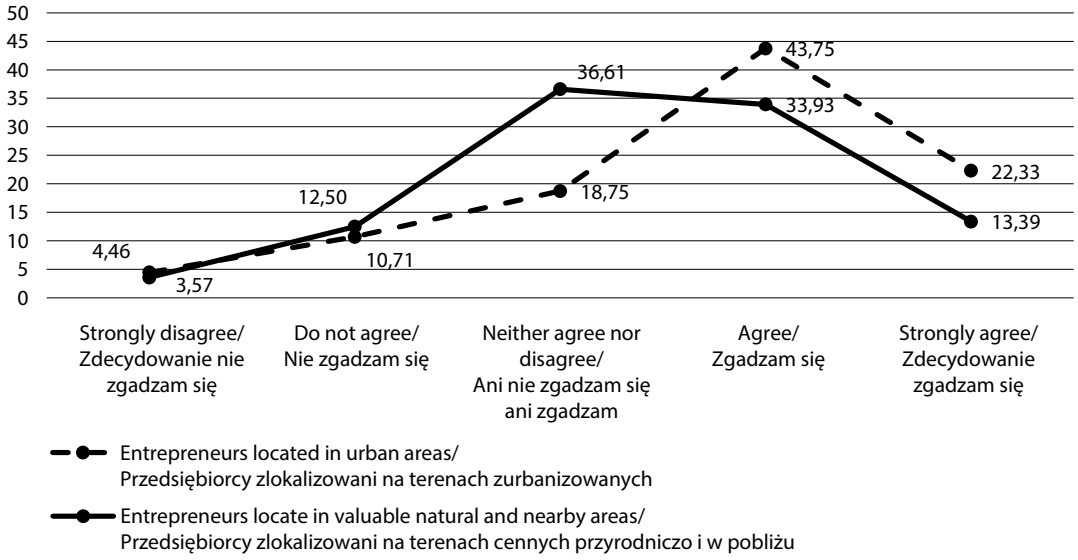

Figure 2. Support for charitable donations by entrepreneurs (data in%)
Rysunek 2. Wspieranie akcji charytatywnej przez przedsiębiorców (dane w %)
Source: Own study based on research.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Charitable actions are more often sponsored by entrepreneurs from urban areas (22.33% strongly agree that they are such a person, and 43.78% agree) than entrepreneurs established in natural valuable areas (13.39% and 33.93%, respectively), as shown in Figure 2. This is mainly due to the fact that the former entrepreneurs get more positive financial results from their business and can share their profit (19% statement) , and they are also often asked for support by various organizations (22% statement) . On the other hand, the other group of entrepreneurs often stated that they would like to support various kinds of charitable actions, but they cannot afford it (34% statement) .

Another question that entrepreneurs were asked was about business honesty, both to state institutions (tax office, social security), as well as partners and contractors. The responses of two groups of entrepreneurs were close to each other, as shown in Figure 3. More than 60% of entrepreneurs in each group agree or strongly agree with the statement

Akcje charytatywne częściej natomiast sponsorują przedsiębiorcy z terenów zurbanizowanych (22,33% zdecydowanie się zgadza, że jest taką osobą, i 43,78% zgadza się) niż przedsiębiorcy, mający siedzibę na obszarach cennych przyrodniczo (odpowiednio 13,39% i 33,93%), co widać na rysunku 2. Wynika to głównie z faktu, że Ci pierwsi przedsiębiorcy osiągają większy dodatni wyniki finansowy z działalności i mogą się zyskami podzielić (19% wypowiedzi), są także bardzo często proszeni o takie wsparcie przez różne organizacje (22% wypowiedzi). Natomiast druga grupa przedsiębiorców często zaznaczała, że chciałaby wspierać różnego rodzaju akcje charytatywne, ale ich na to nie stać (34% wypowiedzi).

Kolejne pytanie jakie zadano przedsiębiorcom dotyczyło uczciwości biznesowej, zarówno w stosunku do instytucji państwowych (urząd skarbowy, zakład ubezpieczeń społecznych), jak i partnerów oraz kontrahentów. Odpowiedzi dwóch grup przedsiębiorców były zbliżone do siebie, co przedstawia rysunek 3. Ponad 60% przedsiębiorców z każdej grupy zgadza

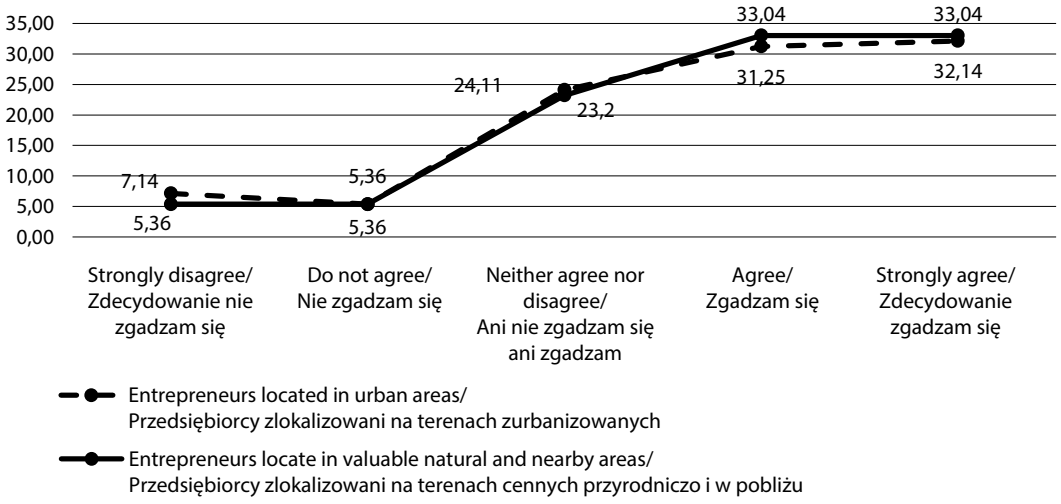

Figure 3. Business honesty of entrepreneurs to state institutions (data in%)
Rysunek 3. Uczciwość biznesowa przedsiębiorców w stosunku do instytucji państwowych (dane w %)
Source: Own study based on research.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

"I am a honest entrepreneur" and reliably fulfills their tax and insurance obligations, as well as towards business partners.

się lub zdecydowanie zgadza się, ze stwierdzeniem „jestem uczciwym przedsiębiorcą" i w sposób rzetelny oraz solidny wywiązuje się ze swoich zobowiązań podatkowych, ubezpieczeniowych i wobec parterów biznesowych.

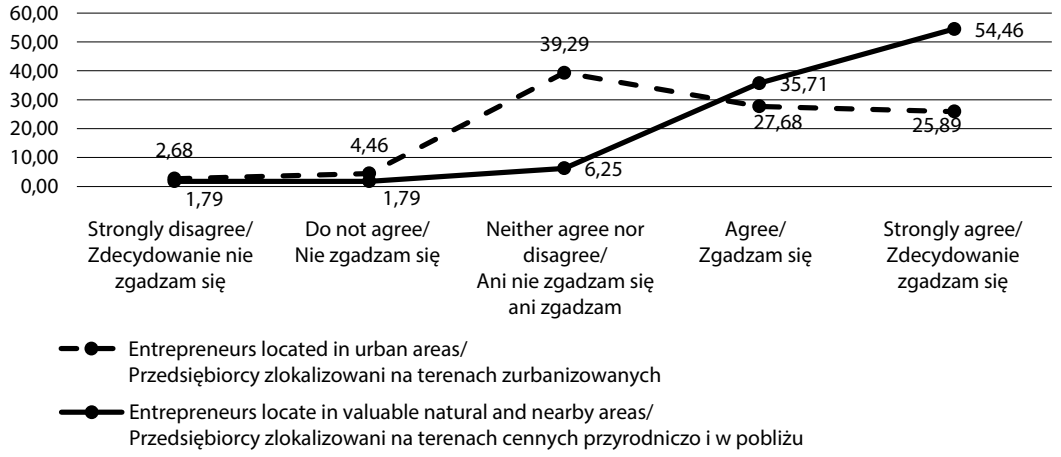

Figure 4. Entrepreneurs' caring for the common good (data in %)
Rysunek 4. Dbanie przedsiębiorców o dobro wspólne (dane w %)
Source: Own study based on research.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Every business entity belongs to the social community and environment in which it operates, hence it must also be responsible for the negative effects of its actions as well. Ideally, if they contribute to the realization of a common good while pursuing an economic goal. Entrepreneurs should take care of their own ethos by respecting individuals in society, behaving ethically towards other people and the environment, thinking about the future state of the world. Based on the data collected in Figure 4, it can be seen that the greater need to care for the common good and thinking with social categories is expressed

Każdy podmiot gospodarczy, należy do zbiorowości społecznej i otoczenia w którym funkcjonuje, więc musi być odpowiedzialny także za negatywne efekty swoich działań. Najlepiej, jeżeli wnoszą wkład w realizację dobra wspólnego przy okazji realizacji celu gospodarczego. Przedsiębiorcy powinni dbać o własny etos szanując jednostki w społeczeństwie, zachowując się etycznie w stosunku do innych osób i do środowiska naturalnego, myśleć o przyszłym stanie świata. Na podstawie danych zgromadzonych na rysunku 4 można zauważyć, że większą potrzebę dbania o dobro wspólne i myślenie kategoriami spo-

by entrepreneurs in areas close to protected areas. As many as 54.46% of them strongly agree and 35.71% agree with the statement that by directing their business they also think about how their actions affect their environment. Entrepreneurs from urban areas, however, strongly agree with the above statement in 25.89%, and agree in 27.68%.

łecznymi mają przedsiębiorcy z terenów blisko położonych obszarach chronionych. Aż 54,46% z nich zdecydowanie się zgadza i 35,71% zgadza się ze stwierdzeniem, że kierując swoją firmą myślą także o tym jak ich działania wpływają na otoczenie w którym funkcjonują. Przedsiębiorcy z terenów zurbanizowanych natomiast zdecydowanie zgadza się z powyższym stwierdzeniem w 25,89%, a zgadzają się w 27,68%.

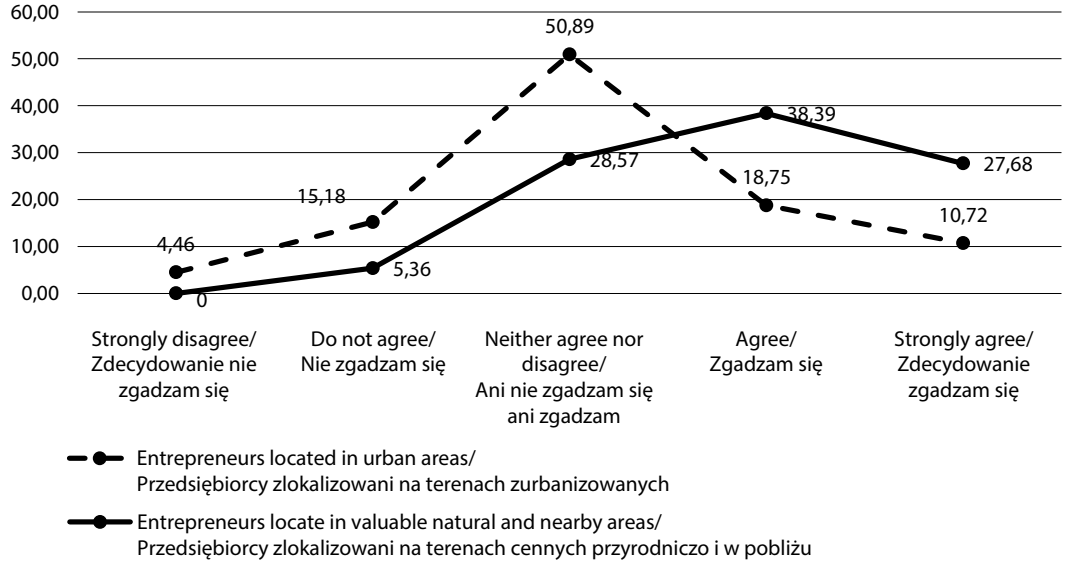

Figure 5. Ecological investments and environmental protection investments of entrepreneurs (data in %)
Rysunek 5. Inwestycje ekologiczne i na ochronę środowiska przedsiębiorców (dane w %)
Source: Own study based on research.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ecological investments are activities that ensure a rational use of natural environment and its protection, while investments in environmental protection are additional, identifiable expenditures, through which the environment is less degraded, such as pollution reduction or environmental damage compensation. Figure 5 provides an overview of whether entrepreneurs believe that they are investing in ecological and environmental investments in their business. As many as 27.68% of entrepreneurs established in valuable natural and near natural areas strongly agree with this statement and 38.39% agree. The entrepreneurs from the cities, are significantly less likely to make such investments, respectively 10.72% and 18.75%.

Environmental investments and investments in environmental protection are not led by 19.64% of the surveyed enterprises, up to 5% of their revenues are allocated to those investments by 42.86% of respondents, and from 6% to 15% of revenues – by 27.68% of businesses. Only 9.82% of entrepreneurs from natural valuable and environmental areas devote to environmental and ecological investments from 16 to 30% of their revenues. More than 30% of revenues are from companies that do not invest in ecology and environmental protection (Figure 6).

The situation is much worse in the case of companies based in large cities. Between 16% and

Inwestycje ekologiczne są to działania zapewniające racjonalne korzystanie ze środowiska naturalnego oraz jego ochrona, natomiast inwestycje na ochronę środowiska są to dodatkowe, możliwe do identyfikowania nakłady dzięki którym środowisko jest mniej zdegradowane np. na redukcję zanieczyszczeń, czy naprawę szkód środowiskowych. Rysunek 5 przedstawia opinię czy przedsiębiorcy uważają, że w swojej działalności gospodarczej podejmują inwestycje ekologiczne i na ochronę środowiska. Aż 27,68% przedsiębiorców mających siedzibę na obszarach cennych przyrodniczo i w ich pobliżu zdecydowanie zgadza się z tym stwierdzeniem i 38,39% zgadza się. Zdecydowanie w mniejszym stopniu prowadzą takie inwestycje przedsiębiorcy z miast, odpowiednio: 10,72% i 18,75%.

Inwestycji ekologicznych i nakładów na ochronę środowiska nie prowadzi 19,64% badanych przedsiębiorstw, do 5% swoich przychodów przeznacza na te inwestycje 42,86% respondentów, a od 6 do 15% przychodów - 27,68% jednostek gospodarczych. Tylko 9,82% przedsiębiorców z obszarów cennych przyrodniczo i okolicy przeznacza na inwestycje środowiskowe i ekologiczne od 16 do 30% przychodów. Powyżej 30% przychodów żadna z firm nie inwestuje w ekologię i ochronę środowiska (rysunek 6).

Zdecydowanie gorzej przedstawia się sytuacja w przypadku przedsiębiorstw mających siedzibę na

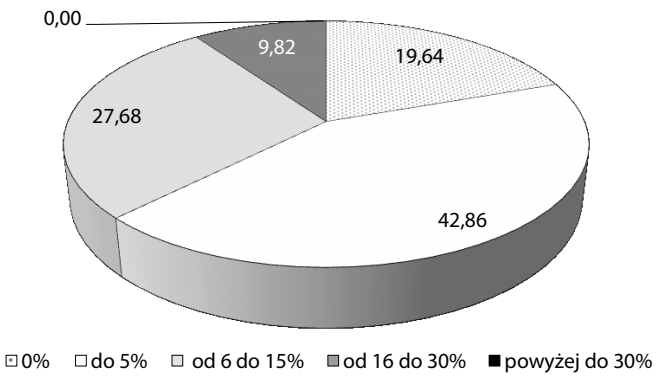

Figure 6. Part of revenues for environmental investments and environmental protection by entrepreneurs who are established in or near natural valuable areas in %
Rysunek 6. Udział przychodów przeznaczany na inwestycje ekologiczne i na ochronę środowiska przez przedsiębiorców, którzy mają siedzibę na terenach cennych przyrodniczo lub w ich pobliżu w %
Source: Own study based on research.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

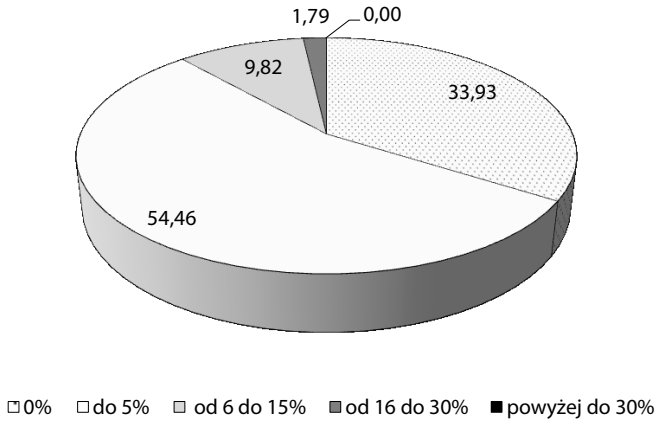

Figure 7. Part of revenues for environmental investments and environmental protection by entrepreneurs who are based in urban areas in %
Rysunek 7. Udział przychodów przeznaczany na inwestycje ekologiczne i na ochronę środowiska przez przedsiębiorców, którzy mają siedzibę na terenach zurbanizowanych w %
Source: Own study based on research.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

30% of revenues for environmental investments and investments associated with environment protection are devoted by only 1.79% of companies surveyed, up to 15% of revenues are invested by 9.82% of respondents, and up to 5% - by 54.46% of entrepreneurs. As much as 33.93% of respondents do not invest at all.

Discussion

Being a socially responsible company means that individuals and business entities demonstrate ethical behavior and are sensitive to social, cultural, economic and environmental issues (Rogowski, 2003). It is confirmed that the implementation of these behaviors is beneficial for the functioning of companies. For example, the Asia-Pacific CSR Group was created to support environmental and human-resource activities in this region of the world (Gautam, Singh, 2010). According to Rabiański

terenie dużych miast. Od 16% do 30% przychodów na inwestycje ekologiczne i związane z ochroną środowiska przeznacza tylko 1,79% badanych firm, do 15% przychodów inwestuje 9,82% respondentów, a do 5% - 54,46% przedsiębiorców. Nie prowadzi takich inwestycji aż 33,93% respondentów.

Dyskusja i wnioski

Bycie społecznie odpowiedzialnym przedsiębiorstwem oznacza, aby jednostki i podmioty gospodarcze manifestowały zachowania etyczne i wykazywały wrażliwość na kwestie społeczne, kulturowe, gospodarcze i środowiskowe (Rogowski 2003). Potwierdza się, że wdrożenie tych zachowań jest korzystne dla funkcjonowania firm. Na przykład Grupa ds. CSR w Azji i Pacyfiku została utworzona w celu wsparcia działań związanych z ochroną środowiska i zasobami ludzkimi w tym regionie świata (Gautam,

(2011), corporate social responsibility consists in ethics of entrepreneurs based on their honesty and reliability, and mutual concessions and compromises are important. Walsh, Weber, Margolis (2003) believe, based on the analysis of 1738 empirical articles from around the world from 1958 to 2000, that the basis of CSR is supporting charities and investing in infrastructure serving the public, such as the construction of schools, hospitals, libraries. Environmental investments and environmental protection are also an important factor in CSR (Gautam, Singh, 2010), because people can function properly and develop properly only in a clean environment (Hildebrand, 2000). Nazari, Hrazdil, Mahmouduan (2015) research shows greater interest in protecting the environment of entrepreneurs living in ecological areas. Research carried out in 2013 on a group of 1180 companies located in North America. The treatment of employees also speaks a lot about the ethics of entrepreneurs; employees are internal customers, and therefore are particularly important in the internal policies of any organization (Lim, Greenwood 2017, Rok, 2009).

Zwolińskiej–Ligaj (2015) research shows that entrepreneurs are aware of the impact of economic activities on the natural environment of a given commune. According to declarations of entrepreneurs, non-economic factors play an above-average role in business decision-making process of analysed enterprises. Entrepreneurs declared an important role of both durability of relationship with contractors and employees' and customers' welfare. In addition, Zwolińska–Ligaj (2015) shows that 60% s of socially responsible enterprises protect the environment, 50% disseminate local entrepreneurship, 37.5% protect local cultural heritage, 25% increase knowledge and skills of local population and the same activates the local community for social activities. The research was carried out in 2013 on a group of 150 entrepreneurs in 30 communes with the highest environmental value in the Lubelskie Province. This is confirmed by the authors of the article. Similar results were obtained by Sokołowska (2013), with the less importance of entrepreneurs to activating the local community and protecting the natural environment.

Conclusions

Companies located in valuable natural or near natural areas tend to undertake ecological and environmental investments (27.68%), care for the common good (54.46%), and treat employees well (54.46%) than the companies located in urban areas (10.72%, 25.89% and 25.89%, respectively). Sensitivity to nature is primarily a result of the company's direct contact with nature and the importance of protecting it, and the good treatment of employees results mainly from the combination of business and personal relationships with employees.

Firms located in urban areas are much more likely to support charitable donations (22.33%), which is

Singh, 2010). Podstawą społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw zdaniem Rabińskiego (2011) są zachowania etyczne przedsiębiorców oparte na ich uczciwości oraz rzetelności, ważne są także wzajemne ustępstwa i kompromis. Walsh, Weber, Margolis (2003) uważają, na podstawie analizy 1738 artykułów empirycznych z całego świata z lat 1958- 2000, że podstawą CSR jest wspieranie organizacji charytatywnych oraz inwestycje w infrastrukturę służącą społeczeństwu, np.: budowa szkół, szpitali, bibliotek. Ważnym czynnikiem CSR są także inwestycje ekologiczne i w ochronę środowiska (Gautam, Singh, 2010), ponieważ tylko w czystym środowisku ludzie mogą prawidłowo funkcjonować i poprawnie rozwijać się (Hildebrand 2000). Badania Nazari, Hrazdil, Mahmouduan (2015) pokazują większe zainteresowanie ochroną środowiska przedsiębiorców mieszkających na terenach ekologicznych. Badania przeprowadzono w 2013 roku na grupie 1180 przedsiębiorstw w zlokalizowanych w Ameryce Północnej. Relacje między pracodawcami a pracownikami także świadczą o etyce o etyce przedsiębiorców, pracownicy są klientami wewnętrznymi przedsiębiorstw, dlatego są szczególnie ważni w wewnętrznej polityce każdej organizacji (Lim, Greenwood 2017, Rok 2009). Badania Zwolińskiej–Ligaj (2015) wykazały, że przedsiębiorcy mają świadomość wpływu działalności gospodarczej na środowisko przyrodnicze gminy. Pozaekonomiczne czynniki odgrywają ponadprzeciętną rolę w decyzjach dotyczących badanych przedsiębiorstw. Przedsiębiorcy deklarowali istotną rolę trwałości relacji z kontrahentami, interesu pracowników i klientów. Dodatkowo Zwolińska–Ligaj (2015) wykazuje, że aż 60% przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie chroni środowisko, 50% upowszechnia lokalną przedsiębiorczość, 37,5% chroni lokalne dziedzictwo kulturowe, 25% podnosi wiedzę i umiejętności miejscowej ludności oraz tyle samo aktywizuje społeczności lokalną do działań społecznych. Badania przeprowadzono w 2013 r. na grupie 150 przedsiębiorców w 30 gminach o największej cenności ekologicznej województwa lubelskiego. Potwierdzają to badania autora artykułu. Podobne wyniki uzyskała Sokołowska (2013), z tym że przedsiębiorcy mniejsze znaczenie przywiązują do aktywizowania społeczności lokalnej oraz ochrony środowiska naturalnego.

Wnioski

Przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenach cennych przyrodniczo lub w ich pobliżu zdecydowanie częściej podnajmują inwestycje ekologiczne i na ochronę środowiska (27,68%), dbają o dobro wspólne (54,46%) i dobrze traktują pracowników (54,46%), niż przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenach zurbanizowanych (odpowiednio: 10,72%; 25,89% i 25,89%). Wrażliwość przyrodnicza wynika głównie z faktu bezpośrednich kontaktów przedsiębiorstwa z przyrodą i zauważenia jak ważna jest jego ochrona, podobnie dobre traktowanie pracowników wynika głównie z łączenia relacji biznesowych i osobistych z pracownikami.

a result of higher returns by these companies and more frequent requests for financial assistance.

Further research in this regard should concern factors that influence on the entrepreneur's willingness to develop CSRs in their companies.

Przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenach zurbanizowanych zdecydowanie częściej natomiast wspierają akcje charytatywne (22,33%), co jest wynikiem osiągania wyższych zysków przez te przedsiębiorstwa i częstszymi prośbami o taką pomoc.

Dalsze badania w tym zakresie powinny dotyczyć, czynników jakie wpływają na to, że przedsiębiorcy chętniej będą w rozwoju swoich firm wprowadzać CSR.

References/ Literatura:

1. Bilińska, K. (2013). Wykorzystanie koncepcji CRS w działalności sieci handlu detalicznego. *Handel wewnętrzny – rynek – przedsiębiorstwo – konsumpcja - marketing*, *3*, 72-79.
2. Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row.
3. Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management* Review, *4*(4), 497-505. https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296 https://doi.org/10.2307/257850
4. Gautam, R., Singh, A. (2010). Corporate social responsibility practices in India: A study of top 500 companies. *Global Business & Management Research, 2*(1), 41-56.
5. GUS (2017). Bank danych lokalnych. Pobrano z: https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start
6. Handelman, J.M., Stephen, J.A. (1999). The role of marketing actions with a social dimension*:* Appeals to the Intuitional Environment. *Journal of Marketing, 63*, 33-48. https://doi.org/10.2307/1251774
7. Hildebrand, Ch. (2000). *Probleme und Tendezen bei der Entwickl ung eines einheitlichen Unweltgutezeichens fur das Hotel, und Gaststattendewerbe, Diplomarbeit, Fachhochshule Munchen. Studiengang Tourismus, Zusammenarbeit mit Herbert Hamele*, ECOTRANS, unpublished, Referenced in FEMATOUR.
8. Kiron, D., Kruschwitz, N., Haanaes, K., Streng, V., Velken I. (2012). Sustainability nears a tipping point mit Sloan. *Management Review, 53*(2), 52-64.
9. Lim, J.S., Greenwood, C.A. (2017). Communicating corporate social responsibility (CSR): Stakeholder responsiveness and engagement strategy to achieve CSR goals. *Public Relations Review, 1*(6), 186-192. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.06.007
10. Lindgreen, A., Swaen, V., Maon, F. (2009). Introduction: Corporate social responsibility implementation. *Journal of Business Ethics, 85*, 251-256. https://doi.org/10.1007/s10551-008-9732-1
11. Nazari, J.A., Hrazdil O.K., Mahmoudian, F. (2017). Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting & Economics, 13*(2), 166-178. https://doi.org/10.1016/j.jcae.2017.05.002
12. Pedersen, E. R. (2006b). *Between Hopes and Realities: Reflections on the Promises and Practices of Corporate Social Responsibility (CSR*). Copenhagen: PhD School of Technologies of Managing/Copenhagen Business School.
13. Pedersen, E. R., Neergaard, P. (2006a). The bottom line of CSR: A different view. In: B. Measuring, F. Hond, G.A. Bakker., P. Neergaard (eds), *Forthcoming in Managing Corporate Social Responsibility in Action* (p. 55-62). Hampshire: Ashgate Publishing.
14. Rabiański, R. (2011). Biznes odpowiedzialny społecznie. Zagadnienia, korzyści, praktyki, In: *Wschodnioeuropejskie Centrum Demokratyczne. Norweski Mechanizm Finansowy* (p. 1-30). Warszawa: Minister Spraw Zagranicznych RP.
15. Rogowski, R. (2003). Znaczenie wartości moralnych w działalności gospodarczej przedsiębiorcy. In: L. Kaliszczak, S. Marczuk (eds.), *Społeczne i ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości – subregion tarnobrzeski w procesie zmian* (s. 11-25). Tarnobrzeg: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu.
16. Rok, B. (2004). *Odpowiedzialny biznes.* Warszawa: Wydawnictwo Forum Odpowiedzialności Biznesu.
17. Rok, B. (2009), Czy przywództwo etyczne w działalności gospodarczej jest możliwe? *Prakseologia, 149*, 187-203.
18. Rybak, M. (2004). *Etyka menedżera - społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWN.
19. Sen, S., Bhattacharya, C.B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of Marketing Research, 38*, 225-243. https://doi.org/10.1509/jmkr.38.2.225.18838
20. Sokołowska, A. (2013). *Społeczna odpowiedzialność małego przedsiębiorstwa. Identyfikacja – ocena – kierunki doskonalenia*. Wroclaw: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
21. Soroka, A., Mazurek-Kusiak, A. (2014), The importance of corporate social responsibility of enterprises in business. *Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia, 12*(2), 117-125.
22. Walsh, J.P*.,* Weber K., Margolis, J.D. (2003). Social issues and management: our lost cause found*. Journal of Management*, 29*,* 860–882.https://doi.org/10.1016/S0149-2063_03_00082-5 https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00082-5
23. Zwolińska-Ligaj, M. (2015). Społeczna odpowiedzialność biznesu w sektorze biogospodarki na obszarach przyrodniczo cennych województwa lubelskiego. *Economic and Regional Studies/Studia Ekonomiczne i Regionalne, 8*(1), 92-111.

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

CHALLENGES OF URBAN TRANSPORT IN THE FACE OF STUDENTIFICATION – A CASE STUDY OF TORUŃ

WYZWANIA TRANSPORTU MIEJSKIEGO WOBEC STUDENTYFIKACJI – PRZYKŁAD TORUNIA

Mirosław Wylon[1(A,B,E,F)], **Agnieszka Kempa**[1(C,D,E,F)], **Alicja Słowy**[1(B,C,D)], **Justyna Chodkowska-Miszczuk**[1(A,C,D,E,F)]

[1]The Nicolaus Copernicus University in Toruń, The Faculty of Earth Sciences
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Wydział Nauk o Ziemi

Wylon, M., Kempa, A., Słowy, A., Chodkowska-Miszczuk, J. (2018). Challenges of urban transport in the face of studentification – a case study of Toruń/ Wyzwania transportu miejskiego wobec studentyfikacji – przykład Torunia. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 90-109. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0038

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: A14, R41, O21

Submitted:
July 2018

Accepted:
December 2018

Tables: 0
Figures: 13
References: 37

Summary

Subject and purpose of work: Urban transport is a key element of the functioning of urban agglomerations around the world. As it is of strategic importance, the needs of its users have to be diagnosed. Due to the fact that students are the most numerous social group using public transport, particular attention should be paid to students as the real creators of the needs of urban transport. The paper aims to diagnose the challenges in urban transport shaped by the process of studentification based on the case study of Toruń.
Materials and methods: The multi-stage research approach was adopted, among others a survey among students. The choice of the research area was determined by the fact that Toruń is one of the largest academic centres in Poland.
Results: Toruń is experiencing the effects of the studentification process in different dimensions, including the spatial and transport facets.
Conclusions: The majority of students use public transport, daily or several times a week. The most preferred means of transport is the tram owing to its relative speed and punctuality.

Keywords: urban transport, studentification, Y generation, Poland

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: A14, R41, O21

Zgłoszony:
lipiec 2018

Zaakceptowany:
grudzień 2018

Tabele: 0
Rysunki: 13
Literatura: 37

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Transport miejski jest kluczowym elementem funkcjonowania aglomeracji miejskich. Jego strategiczne znaczenie powoduje, że zdiagnozowanie potrzeb użytkowników jest ważne. Zważywszy na fakt, że najliczniejszą grupą społeczną korzystającą z miejskiego transportu publicznego są osoby młode, studenci, to uwagę należy poświęcić kwestiom związanym z korzystaniem z transportu miejskiego przez tę właśnie grupę użytkowników – realnych kreatorów potrzeb w zakresie transportu miejskiego. Celem pracy jest diagnoza wyzwań w zakresie transportu miejskiego kształtowanych przez proces studentyfikacji na przykładzie miasta Torunia.
Materiały i metody: Zastosowano wieloetapową procedurę badawczą obejmującą m.in. badanie ankietowe przeprowadzone wśród studentów. Wybór obszaru badań został podyktowany faktem, że Toruń to jeden z największych ośrodków akademickich w Polsce.
Wyniki: W wyniku przeprowadzonych badań zidentyfikowano efekty procesu studentyfikacji w wymiarze przestrzenno-transportowym, wskazano także najważniejsze wyzwania w zakresie transportu miejskiego.
Wnioski: Większość studentów korzysta z komunikacji publicznej, codziennie lub kilka razy w tygodniu. Najchętniej wybieranym środkiem transportu jest tramwaj, przede wszystkim z uwagi na stosunkowo krótki czas przejazdu i punktualność.

Słowa kluczowe: transport miejski, studentyfikacja, pokolenie Y, Polska

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr Justyna Chodkowska-Miszczuk (ORCID: 0000-0002-4436-475X), Wydział Nauk o Ziemi, Katedra Studiów Miejskich i Rozwoju Regionalnego, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Lwowska 1, 87-100, Toruń, Polska; tel. +48 56 611 25 85; e-mail: jchodkow@umk.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Mirosław Wylon, Agnieszka Kempa, Alicja Słowy, Justyna Chodkowska-Miszczuk. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

Travel, similar to many other elements of everyday life, has been transforming along with the progress of civilisation. The invention of the steam machine in the 18th century proved to be a defining moment of that process. Subsequently, growing urbanisation and spatial development of urban areas led city-dwellers to cover increasing distances during their daily activities. This generated a need to establish efficient public transport serving entire cities.

Contemporary urban public transport features a defined connection network allowing users to move between strategic points of a city and its individual functional areas. Therefore, it is an element that consolidates the urban area and facilitates everyday lives of residents (and tourists). Due to the strategic significance of urban transport, it is pivotal to diagnose and assess the needs of its users. In light of the fact that young people, including students, are among the most numerous social groups using public transport (Attitudes of...., 2013), particular attention should be paid to issues related to that group's use of urban transport as they are the real creators of needs in the scope of urban transport. It should be noted here that young people form an extremely diverse social group. For instance, the age criterion used to define young people ranges between 15 and 34 years (Boni, Szafraniec, 2011; Sosnowska, 2014). Due to the fact that university students are of legal age, it is justified to move the lower age limit to 18 years of age. Without doubt, students are young people, representing generation Y (millennials), which is the most dynamic, innovative and creative generation that shapes society, space, economy and culture, and exhibits pro-environmental awareness (Delbosc, Currie, 2013; Hopkins, Stephenson, 2014; Dewalska-Opitek, 2017; Rogatka et al., 2017).

The paper aims to diagnose the challenges in urban transport which are shaped by the process of studentification. The research objective is analysed using the case study of the city of Toruń. The choice of the research area was grounded in the fact that Toruń is one of the largest academic centres in Poland. Moreover, it is experiencing the effects of the studentification process in different dimensions, including the spatial and transport facets. The present study fits into the research stream concerning city space transformations generated by university students – an exceptionally diverse social group articulating transport needs related both to the fact of studying, and to various forms of leisure activities. Thus, providing effective public transport meeting the needs of all city space users, including students, is one of the key developmental challenges of modern academic cities.

Wstęp

Podróżowanie, jak wiele innych elementów życia codziennego, kształtowało się wraz z postępem cywilizacyjnym. Kluczowym momentem tego procesu okazało się wynalezienie maszyny parowej w XVIII w. Z kolei rosnąca urbanizacja i rozwój przestrzenny obszarów miejskich przyczyniły się do tego, że codzienna ruchliwość ludności miejskiej obejmowała coraz większe odległości. Zaistniała sytuacja generowała potrzebę budowania sprawnie funkcjonującego, obsługującego całe miasto transportu zbiorowego.

Współczesny miejski transport publiczny cechuje określona sieć połączeń pozwalająca na przemieszczanie się pomiędzy głównymi punktami w mieście i jego poszczególnymi obszarami funkcjonalnymi. Jest zatem elementem scalającym obszar miejski oraz usprawniającym codzienne życie mieszkańców (i turystów). Strategiczne znaczenie transportu miejskiego powoduje, że zdiagnozowanie i ocena potrzeb jego użytkowników jest niezwykle ważna. Zważywszy na fakt, że jedną z najliczniejszych grup społecznych korzystających z miejskiego transportu publicznego są osoby młode, w tym studenci (Attitudes of...., 2013), to szczególną uwagę należy poświęcić kwestiom związanym z korzystaniem z transportu miejskiego przez tę właśnie grupę użytkowników – realnych kreatorów potrzeb w zakresie transportu miejskiego. Warto tu nadmienić, że osoby młode to niezwykle zróżnicowana grupa społeczna. Wskazuje na to chociażby kryterium wieku stosowane w celu definicji osób młodych: 15-34 lata (Boni, Szafraniec, 2011; Sosnowska, 2014). Z uwagi na fakt, że studenci to osoby pełnoletnie, właściwszym w tym wypadku wydaje się uznanie dolnej granicy 18 roku życia. Niewątpliwie studenci są osobami młodymi, są także przedstawicielami pokolenia Y (*millennials*), czyli generacji najbardziej dynamicznej, innowacyjnej i kreatywnej, kształtującej społeczeństwo, przestrzeń, gospodarkę i kulturę, cechującej się świadomością proekologiczną (Delbosc, Currie 2013; Hopkins, Stephenson 2014; Dewalska-Opitek, 2017; Rogatka i in., 2017).

Zasadniczym celem pracy jest diagnoza wyzwań w zakresie transportu miejskiego kształtowanych przez proces studentyfikacji. Cel niniejszego badania zrealizowano w odniesieniu do studium przypadku miasta Torunia. Wybór obszaru badań został podyktowany faktem, że Toruń to jeden z największych ośrodków akademickich w Polsce. Ponadto w Toruniu są identyfikowane efekty procesu studentyfikacji w różnorodnych wymiarach, także przestrzenno -transportowym. Niniejsze opracowanie wpisuje się w nurt badań z zakresu przeobrażeń zachodzących w przestrzeni miasta generowanych przez studentów - niezwykle zróżnicowaną grupę społeczną artykułującą potrzeby transportowe, tak związane z procesem studiowania, jak i różnorodnymi formami spędzania czasu wolnego. Wobec powyższego zapewnienie sprawnie działającego transportu publicznego, spełniającego oczekiwania wszystkich użytkowników przestrzeni miejskiej, a więc także studentów stanowi jedno z najistotniejszych wyzwań rozwojowych współczesnych miast akademickich.

Theoretical framework

The first insights into the impact of the student community, as one of the most numerous social groups, on student cities were provided in the 1990s (Bajerski, 2015). The term *studentification* was introduced by Darren Smith (2002; 2005) who separated it as a component of the gentrification process. Studentification consists in changes to city space in the social, cultural, economic and physical aspects which are related to the migration of students to a given city. The four dimensions of studentification mentioned in the definition cover transformations of the whole city space:

- the economic dimension relates to changes in the real property market caused by students renting flats,
- the social dimension is marked by an increase in the share of young people, singles in the structure of the local community,
- the cultural dimension is reflected in the proliferation of the student lifestyle, everyday practices and consumer behaviours,
- the physical dimension is related to transformations of the city infrastructure which take into account the needs of students (Smith, 2002; 2005; Środa-Murawska et al., 2016; Fabula et al., 2017).

The original research on the said process was carried out in the United Kingdom and covered British student cities (Bajerski, 2015). In Poland, city space studentification was analysed in the largest academic centres, e.g., in Poznań (Gaczek et al., 2006), Łódź (Jakóbczyk-Gryszkiewicz, 2013; Jakóbczyk-Gryszkiewicz et al., 2014), Kraków and Gdańsk (Murzyn-Kupisz, Szmytkowska, 2012; Grabkowska, Frankowski, 2016). Studies focused on the increasing number of students and the diagnosis of their housing preferences. Due to historical and political conditions manifested by restricted access to universities during socialism, and the subsequent dynamic development of higher education at the turn of the 1990s, the process of studentification differs between the countries of Central and Western Europe. The abovementioned shifts, their range and tempo, have resulted in a strong potential of students as creators of space (Bernt et al., 2015; Kährik et al., 2016), because in post-socialist cities they are more spatially dispersed and do not concentrate solely around university campuses. Most often, they choose big housing estates comprising multi-family large-panel buildings. These estates boast a beneficial location within the city and convenient public transport connections (Grabkowska, Frankowski, 2016). Students flocking into those areas contribute to the creation of places sometimes called "retired/student" areas (Rodzoś, Flaga, 2010) which feature polarisation and erosion of social cohesion (Szafrańska, 2017).

Studentification is increasingly visible in the transport dimension where students play a key role as public transport users. A study conducted in the United States proves that youths withdraw from

Teoretyczne podstawy badań

Pierwsze spostrzeżenia dotyczące oddziaływania społeczności studenckiej, jako jednej z liczniejszych grup społecznych na miasta studenckie miały miejsce w latach 90. XX wieku (Bajerski, 2015). Termin studentyfikacja do literatury wprowadził Darren Smith (2002; 2005) wyodrębniając go jako składowy element procesu gentryfikacji („uszlachetniania przestrzeni"). Studentyfikacja polega na przemianach zachodzących w przestrzeni miasta w aspektach: społecznym, kulturowym, ekonomicznym i fizycznym, a związanych z migracją studentów do danego miasta. Wyróżnione w definicji cztery wymiary studentyfikacji obejmują przeobrażenia w całej przestrzeni miasta:

- ekonomiczny oznacza zmiany na rynku nieruchomości spowodowane wynajmem mieszkań przez studentów,
- społeczny charakteryzuje się wzrostem udziału osób młodych, singli w strukturze lokalnej społeczności,
- kulturowy objawia się upowszechnieniem studenckiego stylu życia, codziennych praktyk i zachowań konsumpcyjnych,
- fizyczny jest powiązany z przekształceniami infrastruktury miasta z uwzględnieniem potrzeb studentów (Smith, 2002; 2005; Środa-Murawska i in., 2016; Fabula i in., 2017).

Pierwotne badania nad wspomnianym procesem prowadzili Brytyjczycy opierając się na brytyjskich miastach studenckich (Bajerski, 2015). Z kolei w Polsce analizy z zakresu studentyfikacji przestrzeni miejskiej miały miejsce w największych krajowych ośrodkach akademickich, m.in. w: Poznaniu (Gaczek i in., 2006), Łodzi (Jakóbczyk-Gryszkiewicz, 2013; Jakóbczyk - Gryszkiewicz i in., 2014), Krakowie i Gdańsku (Murzyn-Kupisz, Szmytkowska, 2012; Grabkowska, Frankowski 2016). Opierały się na ocenie zwiększającej się liczby studentów i diagnozie ich preferencji mieszkaniowych. Z uwagi na uwarunkowania historyczno -polityczne przejawiające się w hamowaniu dostępu do szkół wyższych w okresie socjalizmu, a następnie w dynamicznym rozwoju szkolnictwa wyższego po przełomie lat 80-tych i 90-tych XX w., proces studentyfikacji przebiega odmiennie w krajach Europy Centralnej w porównaniu do krajów Europy Zachodniej. Zmiany te, ich zakres i tempo przyczyniły się do budowania silnego potencjału studentów, jako kreatorów przestrzeni (Bernt i in., 2015; Kährik i in., 2016), bowiem studenci w miastach post-socjalistycznych są bardziej rozproszeni przestrzennie, nie koncentrują się wyłącznie na obszarach sąsiadujących z uczelniami. Najczęściej, jako miejsce zamieszkania wybierają duże osiedla, które tworzą wielorodzinnej budynki z tzw. wielkiej płyty. Osiedla te charakteryzują się pożądaną lokalizacją w przestrzeni miasta i dogodnymi połączeniami transportu publicznego (Grabkowska, Frankowski, 2016). Napływający do tych osiedli studenci przyczyniają się do tworzenia miejsc, które bywają określane mianem „emerycko-studenckie" (Rodzoś, Flaga, 2010) cechujące się polaryzacją i zachwianiem spójności społecznej (Szafrańska, 2017).

travelling by car in favour of public transport (Brown et al., 2016). Members of generation Y (born between the years 1980 and 2000) exhibit more pronounced interest in alternative forms of travel, including by public transport. In a 2013 study by the Urban Land Institute, 39% of respondents from generation Y said that convenient public transport was important for them, as compared to 29% of baby boomers (1946–1964) and 25% of generation X (1965–1979) (Brown et al., 2016). Moreover, a study carried out by Deloitte in 2016 and 2017 on around 22,000 respondents from 17 countries (Canada, USA, Mexico, Brazil, the United Kingdom, France, Belgium, Germany, Italy, India, China, South Korea, Japan, Thailand, Indonesia, Malaysia and South Africa) shows that 75% of representatives of generation Y are planning to rent or buy a vehicle for personal use within the next five years. Among reasons discouraging them from buying their own car, the respondents point to: lack of funds (80%), high usage costs (75%), and leading an eco-friendly public transport- or bicycle-oriented life (67%) (Dewalska-Opitek, 2017). The outcomes of the abovementioned studies are confirmed by other sources, e.g., in accordance with information contained in *Attitudes of...* (2013), young people representing generation Y—students—are one of the most numerous social groups using urban public transport in Europe, including in Poland.

As presented above, public transport is becoming more and more popular among young people. Polish cities are also experiencing a very distinctive relation between studentification and the development of transport. Toruń, with its university campus built in the years 1963–1965 in the Bielany housing estate, is one such example. Over the years, the estate has become one of the better-connected parts of the city. A similar process occurred at the turn of the century in the Morasko campus of the Adam Mickiewicz University and in the vicinity of the Cracow University of Technology. In this last example, the school's location generated an expansion of transport connections (Środa-Murawska et al., 2016).

One other factor underpinning further dissemination of public transport is the quality of services provided, comprising: cost, time, accessibility and convenience (Milenkiewicz, Halicka, 2011 after: Jackiewicz et al. 2010; Jonkis, 2010). It is also key to satisfy the expectations regarding transport services articulated by young people—students in the case of academic cities—who are a user group shaping urban transport and voicing real needs referring to the collective transport system. Students are a social group forming the spatial arrangement of cities. Their spatial behaviour is determined, on the one hand, by their duties and activities related to the process of receiving higher education and, on the other hand, by a desire to participate in parties and cultural events, and joint leisure activities. In contrast to Western European students, in Poland this group adjusts to other social groups living in different parts of the city rather than creating their own estates, student enclaves. The factors driving students to choose a place to live are: price, comfort, sense of security

Studentyfikacja jest zauważalna w coraz to większym stopniu w wymiarze transportowym, gdzie kluczową rolę pełnią studenci jako użytkownicy transportu miejskiego. Z przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych badań wynika, że młodzi rezygnują z podróży samochodami na rzecz transportu publicznego (Brown i in., 2016). Osoby z tzw. pokolenia Y (urodzeni w latach 1980-2000) wykazują zwiększone zainteresowanie alternatywnymi formami podróży, w tym właśnie za pomocą transportu publicznego. W badaniu Urban Land Institute z 2013 roku 39% przedstawicieli pokolenia Y stwierdziło, że wygodny transport publiczny był dla nich ważny, w porównaniu do 29% badanych pokolenia wyżu demograficznego (1946-1964) i 25% pokolenia X (1965-1979) (Brown i in., 2016). Co więcej, Z badań zrealizowanych przez firmę Deloitte w latach 2016 i 2017 wśród grupy liczącej około 22 000 respondentów z 17 krajów (Kanady, USA, Meksyku, Brazylii, Wielkiej Brytanii, Francji, Belgii, Niemiec, Włoch, Indii, Chin, Korei Południowej, Japonii, Tajlandii, Indonezji, Malezji i Republiki Południowej Afryki) wynika, że 75% przedstawicieli pokolenia Y planuje w ciągu najbliższych 5 lat wynajmować lub zakupić pojazd na własny użytek. Wśród powodów nie przemawiających za kupnem indywidualnego samochodu badani wymieniają: brak środków na jego zakup (80% badanych), wysokie koszty użytkowania (75%) oraz prowadzenie ekologicznego stylu życia nastawionego na korzystanie z publicznych środków transportu, roweru (67%) (Dewalska-Opitek, 2017). Efekty tych badań znajdują potwierdzenie także w innych opracowaniach, np. zgodnie z informacjami zawartymi w Attitudes of....(2013) jedną z najliczniejszych grup społecznych korzystających z miejskiego transportu publicznego w Europie, a więc także w Polsce są osoby młode, przedstawiciele pokolenia Y - studenci.

Jak wynika z powyższego transport publiczny cieszy się coraz większym zainteresowaniem osób młodych. W polskich miastach również widać bardzo wyraźny związek między zjawiskiem studentyfikacji i rozwojem transportu. Przykładem jest omawiany w tym artykule Toruń wraz z miasteczkiem uniwersyteckim, wybudowanym w latach 1963 – 1965 na osiedlu Bielany. Osiedle to na przestrzeni kolejnych lat stało się jednym z lepiej skomunikowanych osiedli w mieście. Podobny proces miał miejsce na przełomie wieków w Poznaniu wokół kampusu Morasko Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza oraz w sąsiedztwie Politechniki Krakowskiej, której lokalizacja generowała rozbudowę sieci połączeń transportowych (Środa-Murawska i in., 2016).

Istotną kwestią stanowiącą o dalszym upowszechnianiu transportu publicznego jest jakość oferowanych usług, na którą składają się: koszt, czas, dostępność i wygoda (Milenkiewicz, Halicka, 2011 za Jackiewicz i i4)4n. 2010; Jonkis, 2010). Kluczowa jest także realizacja oczekiwań w zakresie usług transportowych artykułowanych przez osoby młode, a w przypadku miast akademickich - studentów - grupę użytkowników kształtującą transport miejski i wykazującą realne potrzeby w zakresie systemu ruchu zbiorowego. Studenci to grupa społeczna kształtująca układ prze-

and a robust, effective network of public transport connections in a given area (Brzozowska, 2014; Środa-Murawska et al., 2017; Fabula et al., 2017).

Research methodology

Materials and methods

In order to achieve the objective of the present study, the authors applied a three-stage procedure based on both qualitative and quantitative methods. The first stage consisted in desk research, including available strategic documents (Toruń Development Strategy until 2020, the Study of Spatial Development Conditions and Directions for the City of Toruń), scientific materials and studies regarding the process of studentification, public transport services, spatial development and urban transport in Toruń.

The subsequent stage covered an on-site query in the area selected for detailed analysis, i.e. the campus of the Nicolaus Copernicus University in Toruń (NCU). The query consisted in identifying and stocktaking public transport stops (bus and tram stops), as well as elements in the vicinity, with particular attention paid to manifestations of urban space studentification. The authors also made observations at the site, focusing on the quality of bus and tram stops, the available fleet, availability of timetables, ticket sales outlets and urban transport users. The query was recorded in the form of photographic documentation.

The third stage of the analysis aimed at obtaining students' opinions regarding the functioning of urban transport in Toruń, and in particular in the area of the University campus. Therefore, a survey was conducted. The questionnaire form included 21 closed-ended questions with an option to add remarks and observations. The survey was conducted using the CAWI method – the surveys were filled in online (Żmijewska-Jędrzejczyk, 2004). The authors opted for the CAWI method in order to: i) reach a wide and diverse range of respondents; ii) obtain high levels of standardisation; iii) use the natural way of reaching the analysed group—generation Y students—that uses the Internet on a regular basis (cf. Benfield, Szlemko, 2006). Members of this generation are highly IT-literate, thrive in the social media, and delve into them more actively than any other social group. The Internet is their living environment (Delbosc, Currie, 2013; Hopkins, Stephenson, 2014). In light of the above, the Internet is the proper place to carry out a survey for this particular social group, and therefore it was conducted online.

strzenny miast. Ich zachowania przestrzenne są determinowane z jednej strony z obowiązkami i działaniami związanymi z procesem studiowania, z drugiej strony zaś z chęcią udziału w imprezach i wydarzeniach kulturalnych, wspólnym spędzaniem czasu wolnego. W odróżnieniu od studentów zachodnioeuropejskich, polscy żacy częściej dostosowują się do innych grup społecznych zamieszkujących różne części miasta, niż tworzą dzielnice, enklawy studenckie. Znaczący wpływ na wybór miejsca zamieszkania mają: cena, komfort, poczucie bezpieczeństwa i bogata, efektywna sieć połączeń transportu publicznego charakteryzująca dane miejsce (Brzozowska, 2014; Środa-Murawska i in., 2017; Fabula i in., 2017).

Metodologia badań

Materiały i metody badawcze

Realizując cel niniejszego badania wykonano trójetapową procedurę badawczą bazującą zarówno na badaniach jakościowych, jak i ilościowych. W pierwszym etapie badań przeprowadzono analizę materiałów zastanych, w tym dostępnych dokumentów strategicznych (Strategii Rozwoju Miasta Torunia do 2020 r., Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Torunia), materiałów i opracowań naukowych z zakresu procesu studentyfikacji, usług transportu publicznego oraz zagospodarowania przestrzennego i transportu miejskiego Torunia.

W kolejnym etapie badań zrealizowano kwerendę terenową w obszarze wytypowanym do analiz szczegółowych, tj. kampusie Uniwersytetu Mikołaja Kopernika (UMK) w Toruniu. Kwerenda terenowa polegała na identyfikacji i inwentaryzacji przystanków transportu zbiorowego (autobusowego i tramwajowego) oraz elementów ich najbliższego otoczenia z uwzględnieniem przejawów studentyfikacji przestrzeni miejskiej Torunia wraz z obserwacją w miejscu badania. Skupiono się na jakości przystanków autobusowych i tramwajowych, obserwacji dostępnego taboru, dostępności rozkładów jazdy, punktów sprzedaży biletów oraz użytkownikach transportu miejskiego. Kwerenda terenowa została zarchiwizowana w postaci dokumentacji fotograficznej.

Celem trzeciego etapu badań było uzyskanie opinii studentów na temat funkcjonowania transportu miejskiego w Toruniu, a w szczególności w obszarze kampusu UMK, dlatego zrealizowano badanie ankietowe. Kwestionariusz ankiety składał się 21 pytań zamkniętych z możliwością dopisania własnych uwag i spostrzeżeń. Badanie ankietowe przeprowadzono metodą CAWI - ankiety były wypełniane on-line (Żmijewska-Jędrzejczyk, 2004). Decyzja o wyborze metody CAWI wynikała z następujących przesłanek: i) dotarcie do szerokiej i zróżnicowanej grupy odbiorców; ii) uzyskanie wysokiego stopnia standaryzacji; iii) naturalny sposób dotarcia do badanej grupy - przedstawicieli pokolenia Y - studentów, którzy są systematycznymi użytkownikami Internetu (por. Benfield, Szlemko, 2006). Członkowie tej generacji to osoby niezwykle zaznajomione z nowym technika-

The questions were composed so as to gain an insight into the needs of NCU students regarding public transport provided by Miejski Zakład Komunikacji w Toruniu Sp z o.o. (MZK), a city-owned company. The survey was conducted in May 2018 on a sample comprising 313 respondents. The obtained results were collated in a database that was then analysed through IBM SPSS. The study outcomes are presented in the form of tables, figures, maps developed using QGIS 3.0. Apart from summarising the research results, the authors also proposed solutions streamlining the daily functioning of residents and movement within the city. These solutions improve the transport undertakings of local authorities that consider the needs of students.

mi, mediami społecznościowym, najaktywniej z nich korzystające w porównaniu do innych grup społecznych. Internet to jest środowisko życia tych osób (Delbosc, Currie 2013; Hopkins, Stephenson 2014). Wobec powyższego właściwym miejscem realizacji badania wśród tej grupy społecznej jest właśnie Internet i w związku z tym badania ankietowe wykonane metodą on-line.

Zestaw pytań został skonstruowany tak, aby uzyskać ocenę potrzeb studentów UMK w zakresie transportu zbiorowego świadczonego przez przedsiębiorstwo Miejski Zakład Komunikacji w Toruniu Sp z.o.o. (MZK). Badanie przeprowadzono w maju 2018 roku na próbie 313 respondentów. Uzyskane wyniki badań zostały zestawione w postaci bazy danych, na której podstawie dokonano analiz przy pomocy oprogramowania IBM SPSS. Rezultaty badań przedstawiono w postaci tabel, rycin, map opracowanych z wykorzystaniem oprogramowania QGIS 3.0. Podsumowując rezultaty badań przedstawiono propozycje rozwiązań usprawniających codzienne funkcjonowanie mieszkańców i przemieszczanie się w obrębie miasta, stanowiących rozwinięcie zainicjowanych przez władze lokalne przedsięwzięć transportowych uwzględniających potrzeby studentów.

Study area

Toruń is one of the capitals of the Kujawsko-Pomorskie Voivodeship and a city with poviat (county) rights. The Vistula river crosses the city, and the university campus is located at the right bank of the river, in Bielany, one the 24 districts constituting Toruń (Fig. 1). According to the Central Statistical Office of Poland, in 2017 the city's population was 202.5 thousand (https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica).

Obszar badań

Toruń jest jedną ze stolic województwa kujawsko-pomorskiego i miastem na prawach powiatu. Przez miasto przepływa rzeka Wisła, a obszar kampusu uniwersyteckiego znajduje się na prawobrzeżnej stronie miasta - na Bielanach - jednej z 24 jednostek urbanistycznych, na które podzielony jest obszar Torunia (Ryc.1). Według danych GUS w 2017 roku miasto zamieszkiwało ponad 202,5 tys. osób (https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica).

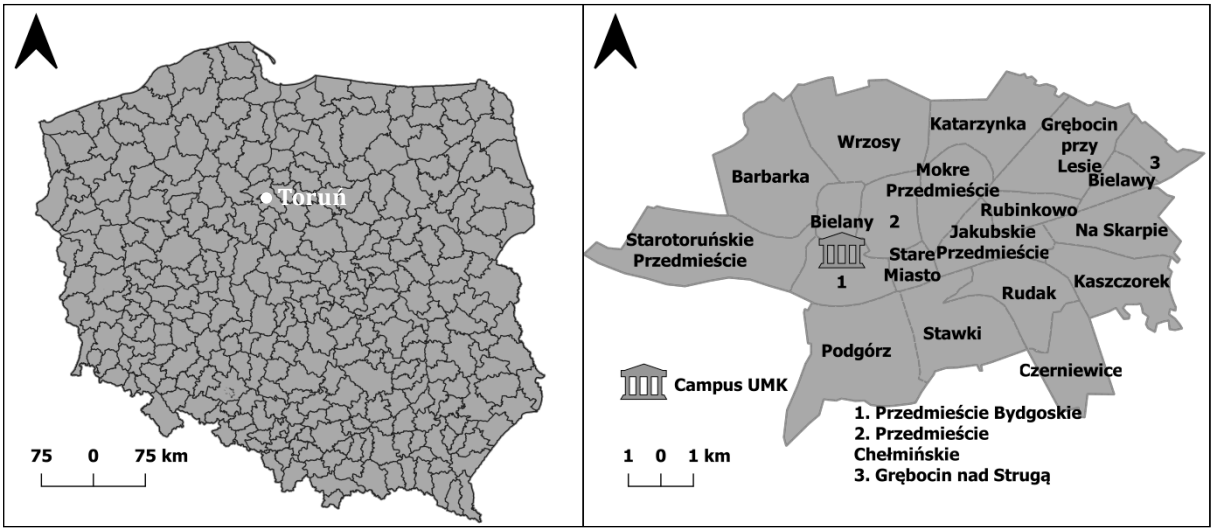

Figure 1. Location of Toruń and the campus of the Nicolaus Copernicus University
Rycina 1. Położenie Torunia i kampusu UMK
Source: Own study in the QGIS 3.0 program.
Źródło: Opracowanie własne w programie QGIS 3.0.

The establishment of the Nicolaus Copernicus University on 24 August 1945 resulted in the inflow of students to the city. The university began with two faculties housing 1600 students (Bełkot, 1999). Currently, the NCU campus in Toruń[1] provides higher education to over 17,000 students (https://www.umk.pl/uczelnia/liczby/). Around 38% of them come from outside the region. The other 62% of originate in the Kujawsko-Pomorskie Voivodeship, including Toruń (Herbst, 2009). Such a numerous social group, heterogeneous in terms of socio-cultural features, affects city space and the functioning of the whole city.

As mentioned above, the NCU campus lies at the right-hand side of the city and takes up around 82 ha (https://www.umk.pl/uczelnia/historia/). This complex comprises faculties, student dormitories, assistants' hotels, institutes, departments and centres located outside faculty buildings as well as other entities, e.g., the Academic Medical Clinic, the University Library, the Rectorate, the Practical Foreign Language Learning Department or the Physical Education and Sports Department. This accumulation within the campus generates increased daily movement in the whole area. Transport is primarily based on private cars which, similar to other Polish cities, are the most important means of transport in the transport structure of Toruń, making up nearly 67% of all transport within the city. In turn, 33% of travels are made using public transport

Powstanie Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 24 sierpnia 1945 roku spowodowało napływ społeczności studenckiej do Torunia. Początki UMK to dwa wydziały kształcące około 1600 studentów (Bełkot, 1999). Obecnie w kampusie UMK w Toruniu[1] kształci się ponad 17 tys. studentów (https://www.umk.pl/uczelnia/liczby/). Około 38% studentów pochodzi spoza regionu. Pozostałe 62% studentów to osoby z województwa kujawsko-pomorskiego, w tym także z Torunia (Herbst, 2009). Tak znaczna grupa społeczna, heterogeniczna pod względem cech społeczno-kulturowych wpływa na przestrzeń miasta i funkcjonowanie całego Torunia.

Jak wspomniano wyżej, kampus uniwersytecki UMK, potocznie zwany „miasteczkiem akademickim", znajduje się na prawobrzeżnej stronie miasta i zajmuje obszar około 82 ha (https://www.umk.pl/uczelnia/historia/). Kompleks ten budują wydziały, domy studenckie, hotele asystenckie, instytuty, katedry i zakłady znajdujące się poza siedzibami wydziałów oraz inne jednostki jak np.: Akademicka Przychodnia Lekarska, Biblioteka Uniwersytecka, Rektorat UMK, Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych czy Studium Wychowania Fizycznego i Sportu. Ich skumulowanie w obrębie kampusu generuje wzmożoną codzienną ruchliwość w obrębie miasteczka akademickiego i w jego pobliżu. Przemieszczanie się następuje głównie z wykorzystaniem indywidualnego transportu samochodowego, który w Toruniu, podobnie jak w innych miastach polskich ma największe

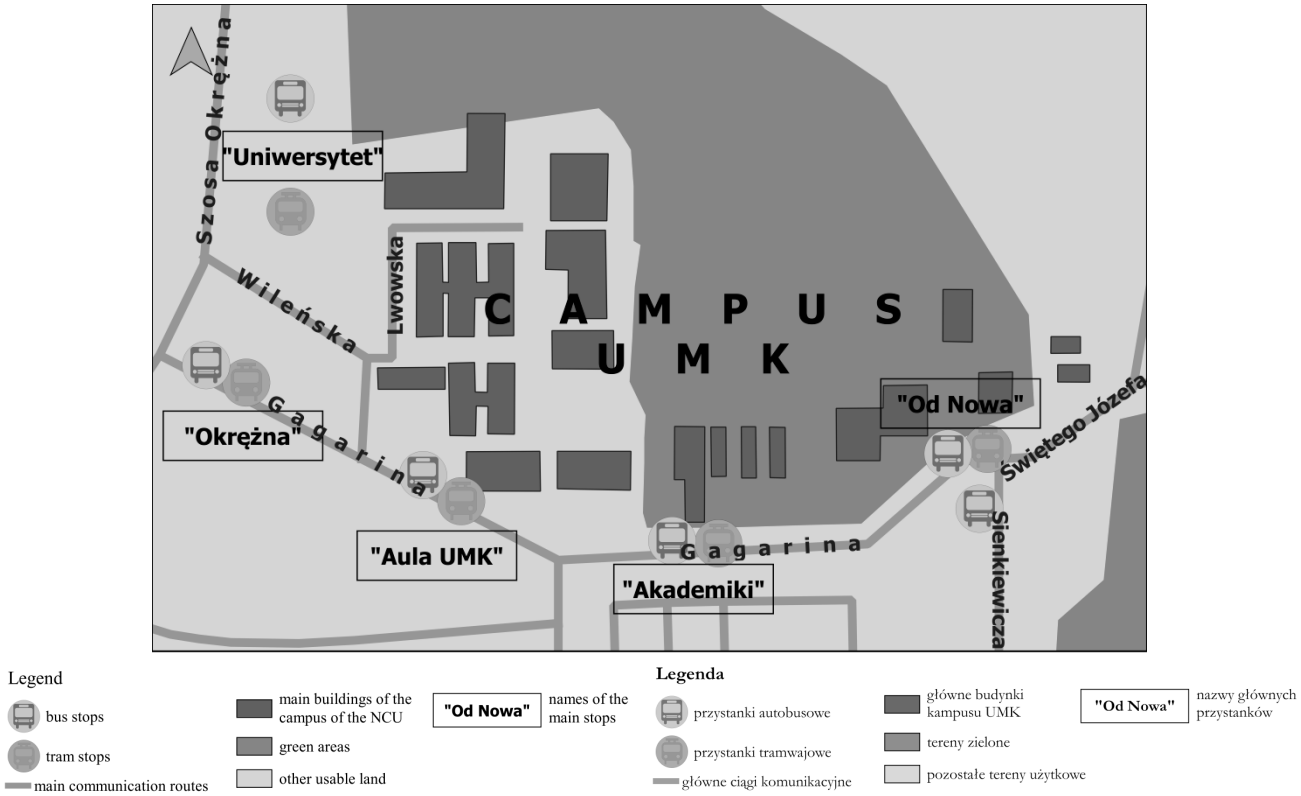

Figure 2. The distribution of tram and bus stops on the campus of the Nicolaus Copernicus University
Rycina 2. Rozkład przystanków tramwajowych i autobusowych na kampusie UMK
Source: Own study in the QGIS 3.0 program.
Źródło: Opracowanie własne w programie QGIS 3.0.

[1] The NCU has campuses in Toruń and Bydgoszcz.

[1] UMK tworzą kampusy w Toruniu i w Bydgoszczy

(Studium...2017) which is prioritised in accordance with the Toruń Development Strategy until 2020. Therefore, city authorities are taking a number of actions to improve it, taking into account solutions to serve University students.

The university campus is serviced by both bus and tram lines. Fig. 2 presents their detailed layout and the location of public transport stops. In 2014 a tram line connecting the city centre and the NCU campus was put into service – this is one of the effects of the studentification of Toruń's space. This route is serviced by two tram lines, no 1 and 4, comprising five stops. Bus lines also stop at five stops (numbers: 15, 17, 18, 25, 26, 32, 34, 36, 40).

Research results

Symptoms of studentification in the functioning of urban transport

The on-site query carried out in and around the university campus shows that a large portion of students commute to the university. Most people using public transport are young people – students. However, the elderly also appear at bus and tram stops, while parents with children are the third, least visible group. The existing transport routes are therefore also used by Toruń residents, including those living in the Bielany estate where the campus is located. Tram transport is particularly popular. The choice of a tram as a means of transport is above all the result of a well-adjusted timetable, and the sufficient frequency of carriages on a relatively long route beginning in the city centre. Moreover, it is much more difficult to follow this route by road transport due to the inconvenience caused by road traffic congestion. Another advantage of the tram line is the modern and comfortable fleet. In summary, the construction of a tram line connecting the peripherally located NCU campus with the city centre has made it much easier for campus users and local residents to travel within the city boundaries.

When characterising the level of use of public transport stops in the NCU campus area, it should be underlined that they overwhelmingly (all but one) allow passengers to use both bus and tram lines (Fig. 2), thus implementing contemporary trends related to the proliferation of intermodal transport. "Aula UMK" is the most popular bus and tram stop among students. Its intensive use is owed to its convenient location – close proximity to university buildings housing faculties, libraries, the rectorate, etc., and to surrounding blocks of flats. What is pivotal is that the stop functions as a node. Its key role in the transport infrastructure of the campus and the eastern part of Toruń is reflected, among other things, in the fact that numerous service outlets and restaurants are located

znaczenie w strukturze transportu realizując blisko 67% wszystkich przewozów na terenie miasta. Natomiast około 33% podróży odbywa się transportem zbiorowym (Studium...2017), który zgodnie z zapisami Strategii Rozwoju Miasta Torunia do 2020 r. jest typowany jako priorytetowy, dlatego władze miasta podejmują szereg działań zmierzających do jego udoskonalania, w tym także z uwzględnieniem rozwiązań służących obsłudze młodzieży akademickiej.

Kampus uniwersytecki jest obsługiwany zarówno przez linie autobusowe, jak i tramwajowe. Ich dokładny rozkład wraz z rozmieszczeniem przystanków komunikacji publicznej przedstawia Ryc. 2. W 2014 r. oddano do użytku linię tramwajową łączącą centrum miasta z kampusem UMK; jest to jeden z efektów procesu studentyfikacji przestrzeni Torunia. Tę trasę obsługują 2 linie tramwajowe, o numerach 1 i 4 obejmujące 5 przystanków. Natomiast linie autobusowe zatrzymują się na 5 przystankach (numery: 15,17, 18, 25, 26, 32, 34, 36, 40).

Wyniki badań

Przejawy procesu studentyfikacji w funkcjonowaniu transportu miejskiego

Z przeprowadzonej kwerendy terenowej na terenie i w pobliżu kampusu uniwersyteckiego wynika, iż znaczna część studentów dojeżdża na zajęcia komunikacją publiczną. Najwięcej osób korzystających z transportu publicznego to osoby młode - studenci. Jednakże na przystankach pojawiają się również osoby starsze, rzadziej, aczkolwiek także, rodzice z dziećmi. Z istniejących tras komunikacyjnych korzystają więc także mieszkańcy Torunia, w tym osiedla Bielany, w granicach którego istnieje miasteczko akademickie. Wyjątkową popularnością cieszy się transport tramwajowy. Wybór tramwaju, jako środka transportu wynika przede wszystkim z dopasowanego rozkładu jazdy, odpowiednio dużej częstotliwości przejazdów na stosunkowo długiej trasie prowadzącej z centrum miasta, której pokonanie transportem kołowym wiąże się z niedogodnościami wywołanymi kongestią w ruchu samochodowym. Dodatkowym atutem linii tramwajowej jest nowoczesny i komfortowy tabor. Reasumując, budowa linii tramwajowej łączącej peryferyjnie położony kampus UMK z centrum miasta bardzo ułatwiła użytkownikom kampusu, ale także okolicznym mieszkańcom przemieszczanie się w obrębie miasta.

Charakteryzując stopień wykorzystania przystanków komunikacji publicznej na terenie kampusu UMK nie można pominąć faktu, że w zdecydowanej większości (prócz jednego) umożliwiają one korzystanie tak z linii autobusowych, jak i tramwajowych (Ryc. 2), będąc tym samym realizacją współczesnych trendów związanych z upowszechnianiem się transportu intermodalnego. Najbardziej popularnym wśród studentów jest przystanek autobusowy i tramwajowy „Aula UMK". Intensywne wykorzystanie tego przystanku wynika z jego dogodnej lokalizacji - bliskiego położenia względem budynków uczelni, w których usytuowane są: poszczególne wydziały, biblioteki, rektorat

in its vicinity. Such high concentration results from demand generated also by the large number of people using the "Aula UMK" stop. There is a particular abundance of relatively cheap catering outlets, e.g., food tracks, popular with the young (Photo 1).

i in., a także okolicznych bloków mieszkalnych. Istotna jest także węzłowa funkcja tego przystanku. Za kluczową rolą tego przystanku w infrastrukturze transportowej kampusu i wschodniej części Torunia przemawia m.in. fakt, że w jego bliskim otoczeniu znajdują się liczne punkty usługowe i gastronomiczne. Tak duże ich natężenie wynika z zapotrzebowania generowanego także znaczną liczbą osób korzystających z przystanku „Aula UMK". Szczególnie dużo jest względnie tanich punktów gastronomicznych, np. food trucks popularnych wśród osób młodych (Fot. 1).

Photo 1. Food truck at the "Aula UMK" stop
Fotografia 1. Food truck przy przystanku „Aula UMK"
Source: Agnieszka Kempa.
Źródło: Agnieszka Kempa.

The terminus, named "Uniwerystet", is another important spot. Due to its location in the immediate vicinity of NCU buildings, it is dedicated in particular to the university's students (and staff). The third, equally important, stop—"Akademiki"—is used by students living in dormitories or nearby residential buildings. The "Okrężna" stop is of least interest among travellers. In comparison to other stops, it is somewhat further away from nearby buildings, including NCU buildings.

The symptoms of studentification may also be found in public information campaigns carried out by the operator of Toruń's public transport. More and more often, MZK provides visually attractive and expressive posters placed in vehicles as a form of communication with public transport users. The form of conveying information (graphics, phrases and slogans) indicates that the posters are addressed to young people, primarily students (Photo 2). The campaign is aimed at educating passengers—students in this case— about proper conduct on a bus or tram, because this group is perceived as noisy and irresponsible, exhibiting such behaviour also on public transport vehicles.

Innym ważnym punktem jest przystanek końcowy o nazwie „Uniwersytet". Z uwagi na swoje położenie w bliskim sąsiedztwie budynków UMK jest on dedykowany w szczególności studentom (i pracownikom) Uczelni. Trzecim, równie istotnym jest przystanek „Akademiki", z którego korzystają studenci mieszkających w domach studenckich lub w pobliskich blokach mieszkalnych. Najmniejszym zainteresowaniem wśród podróżnych cechuje się przystanek „Okrężna". W porównaniu do innych przystanków jest on nieco bardziej oddalony od zabudowań, w tym budynków UMK.

Przejawy procesu studentyfikacji można odnaleźć także kampaniach informacyjnych realizowanych przez operatora miejskiego transportu publicznego w Toruniu. Coraz powszechniej wykorzystywaną formą komunikacji przewoźnika (przedsiębiorstwa MZK) z użytkownikami transportu publicznego jest atrakcyjny wizualnie i wyrazisty plakat umieszczany w pojazdach. Forma przekazywania informacji (grafika, stosowane zwroty i hasła) wskazuje na fakt, że plakaty te są dedykowane osobom młodym, przede wszystkim studentom (Fot. 2). Realizowana kampania ma na celu edukację w zakresie właściwych zachowań pasażerów, w tym przypadku osób młodych, studentów. Studenci bowiem bywają postrzegani jako osoby hałaśliwe i nieodpowiedzialne i z takimi zachowaniami można się spotkać także w pojazdach komunikacji miejskiej.

Photo 2. An example of MZK advertising campaigns placed on public transport vehicles serving the university campus
Fotografia 2. Przykład kampanii reklamowych MZK umieszczanych na pojazdach komunikacji publicznej obsługujących kampus uniwersytecki
Source: Agnieszka Kempa.
Źródło: Agnieszka Kempa.

Functionality of urban transport servicing the university campus according to students

The survey conducted among NCU students covered 313 people, of which 79% were women and 21% men. The sampling reflects the sex structure of NCU students because the share of women studying at the Nicolaus Copernicus University is 70% (Szkoły wyższe…, 2016). People aged 20–25 constituted 89% of the respondents. Most of the surveyed people–61%–are taking a BA course, 29% are in an MA course, and 6% have an MA and continue their education in other courses of study (with a student status). The remaining 4% of the surveyed are long-cycle Master's degree students and doctoral students. Most of the respondents have been living in Toruń between two and five years (55%), 18% have been living there for a year, 5% for more than five years, but not their entire lives, and 10% since birth. Twelve percent commute to the city from nearby locations (Fig. 3). Only 4% of the surveyed do not use public transport available in the campus. The main reasons listed are: i) having their own car (64%), ii) travelling on foot (36%).

Funkcjonalność transportu miejskiego obsługującego kampus uniwersytecki w opinii studentów

W przeprowadzonym wśród studentów UMK badaniu ankietowym wzięło udział 313 osób, w tym 79% kobiet i 21% mężczyzn. Dobór grupy badawczej stanowi odzwierciedlenie struktury płci studentów UMK, bowiem udział kobiet studiujących na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika wynosi 70% (Szkoły wyższe…, 2016). Najwięcej, bo aż 89%, stanowiły osoby w wieku 20 – 25 lat. Większość badanych - 61% - to osoby kształcące się na studiach I stopnia, kolejne 29% to ich absolwenci, 6% stanowią osoby posiadające tytuł magistra i kontynuujące edukację na kolejnych kierunkach studiów (mające status studenta). Pozostałe 4% ankietowanych to studenci jednolitych studiów i studiach doktoranckich. Większość badanych mieszka w Toruniu od 2 do 5 lat (55%), 18 % mieszka tutaj od roku, 5 % więcej niż 5 lat, ale nie od zawsze, a 10% od urodzenia. 12% osób dojeżdża do miasta z pobliskich miejscowości (Ryc. 3). Wśród badanych jedynie 4% nie korzysta z komunikacji miejskiej dostępnej w kampusie. Wśród głównych przyczyn badani wymieniają: i) posiadanie własnego samochodu (64%), ii) przemieszczanie się pieszo (36%).

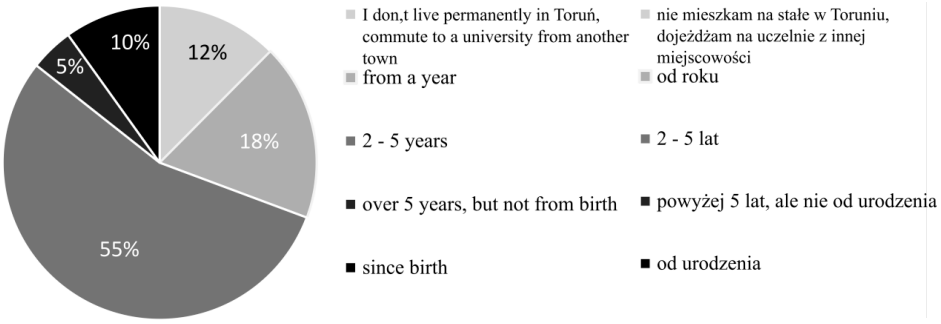

Figure 3. Length of residence in Toruń
Rycina 3. Długość czasu zamieszkania w Toruniu
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

Availability of the public transport network

Almost half of the respondents use urban transport several times a week, 34% daily, and 12% once a week (Fig. 4). Students predominantly (74%) use trams alone, 5% only buses, and 21% both means of transport (Fig. 5).

Dostępność sieci komunikacji publicznej

Prawie połowa badanych korzysta z komunikacji MZK kilka razy w tygodniu, 34% codziennie, a raz w tygodniu - 12% (Ryc. 4). Zdecydowana większość studentów (74%) korzysta jedynie z tramwajów, 5% z autobusów, a 21% z obu środków transportu (Ryc. 5).

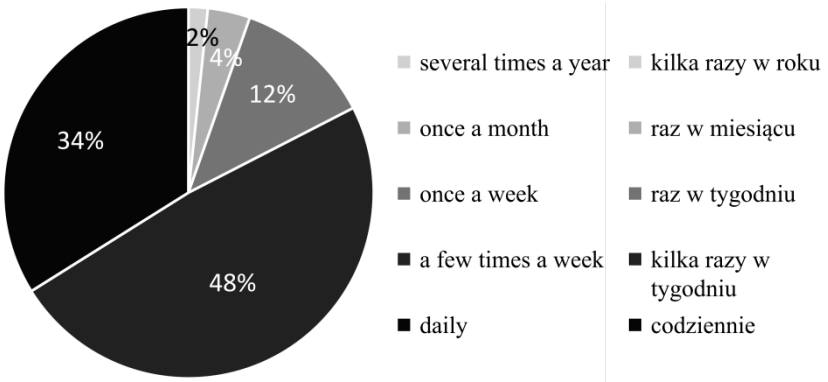

Figure 4. Distribution of answers to the question: "How often do you use the MZK communication infrastructure in the NCU campus?"
Rycina 4. Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Jak często Pan/i korzysta z infrastruktury komunikacyjnej MZK na kampusie UMK?"
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

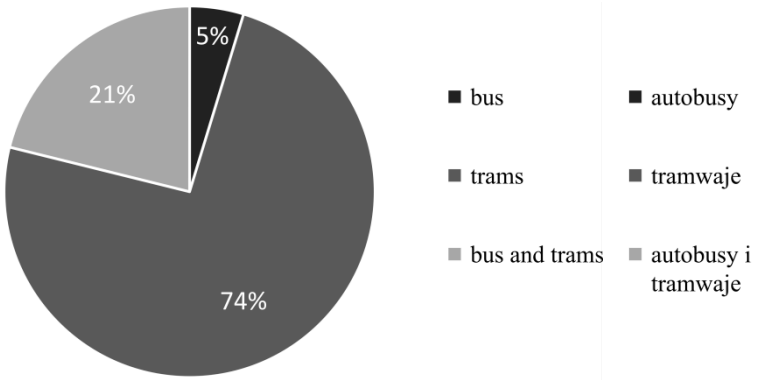

Figure 5. Distribution of answers to the question: "What MZK means of transport do you use?"
Rycina 5. Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Z jakiego typu środków komunikacji MZK Pan/i korzysta?"
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

For students, the primary source of information regarding the timetable consists in mobile applications (75%). They are more reluctant to use timetables posted at stops (14%) and interactive screens (11%) (Fig. 6). Most grade access to information sources on timetables as positive (79%), some as average (16%), but there are also some negative views (5%). Negative opinions primarily concern the lack of markings on buses and timetables on stops. Most students are familiar with the "Jak dojadę" application (55%), and some know "Mobile MPK" (18%). Only few people have heard of applications such as: „Transportoid", the municipal „Toruń" application, and „Go2Stop". Four percent of the surveyed also use the MZK website to find information on courses of individual bus/tram lines.

Podstawowym źródłem informacji studentów na temat rozkładu jazdy są aplikacje mobilne (75%). Zdecydowanie rzadziej korzystają z rozkładów jazdy znajdujących się na przystankach (14%) i z tablic interaktywnych (11%) (Ryc. 6). Dostęp do źródeł informacji dotyczących rozkładów jazdy większość ocenia pozytywnie (79%), średnio (16%), ale też pojawiają się oceny negatywne (5%). Negatywne opinie dotyczą głównie braków oznaczeń na autobusach oraz rozkładów linii komunikacyjnych na przystankach. Większość studentów zna aplikację „Jak dojadę?" (55%), a także „Mobile MPK" (18%). Pojedyncze osoby znają również aplikacje takie jak: „Transportoid", miejska aplikacja mobilna „Toruń" i „Go2Stop". 4% ankietowanych korzysta także ze strony internetowej MZK w celu znalezienia informacji o kursach na poszczególnych liniach.

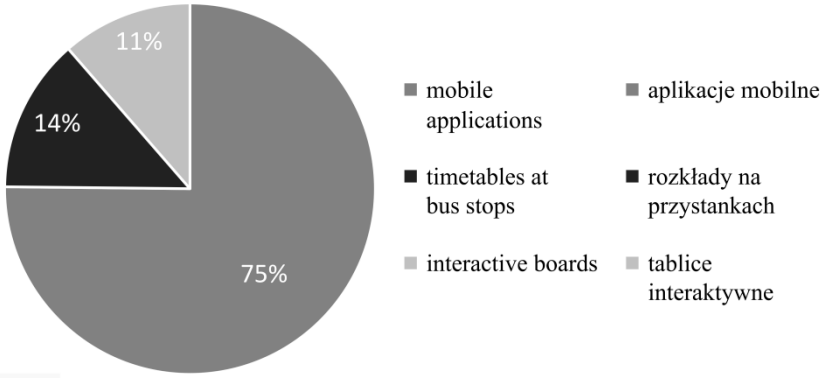

Figure 6. Distribution of answers to the question: "What form of information on courses do you use most often?"
Rycina 6. Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Z której formy informacji o kursach korzysta Pan/Pani najczęściej?"
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

The diversity and availability of connections in the context of individual travel needs was graded much better. These were deemed good by 63%, average by 22%, mediocre by 11%, and bad and very bad by 4% of the respondents (Fig. 7).

Różnorodność i dostępność linii komunikacyjnych w kontekście osobistych potrzeb przemieszczania się została oceniona znacznie lepiej. 63% ankietowanych oceniło je pozytywnie, 22% średnio, 11% słabo oraz 4% źle i bardzo źle (Ryc. 7).

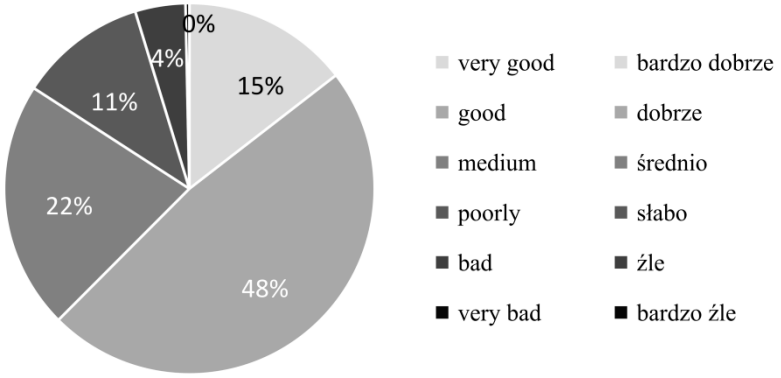

Figure 7. Distribution of answers to the question: "How do you assess the diversity and availability of connections in the context of your own travel needs?"
Rycina 7. Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Jak ocenia Pan/i różnorodność i dostępność linii komunikacyjnych w kontekście własnych potrzeb przemieszczania się?"
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

In terms of the assessment of how often vehicles circulate on individual lines, 12% of the surveyed students graded frequency as very good, 43% as good, and 25% as average (Fig. 8). It appears that the sex of the surveyed affected the results: women were more reluctant than men to indicate full satisfaction with the frequency of courses (answers: very good) and gave negative grades more often (mediocre and bad). Among the most frequent remarks regarding frequency, respondents articulated their need for a significant increase in the number of buses reaching the main railway station (line 36) and then the left bank of the river (lines 34, 17, 18). Their scarcity is severely felt primarily in rush hours and during the night time. According to the students, the worst-connected districts are those located peripherally against the university campus – at the left bank of the Vistula.

Rozpatrując natomiast ocenę częstości kursowania pojazdów na poszczególnych liniach należy zauważyć, że 12% badanych studentów oceniło ją bardzo dobrze, 43% dobrze, a 25% przeciętnie (Ryc. 8). Okazuje się że płeć ankietowanych miała wpływ na uzyskane wyniki, kobiety w porównaniu z mężczyznami rzadziej wskazywały pełne zadowolenie z częstości kursowania linii (odpowiedzi bardzo dobrze), jak i częściej zaznaczały mniej przychylne odpowiedzi (słabo i źle). Wśród najczęstszych uwag odnoszących się do częstotliwości kursowania respondenci artykułowali potrzebę znacznie większej liczby autobusów dojeżdżających do dworca głównego PKP (linia nr 36) i dalej na lewobrzeżną część Torunia (linie nr: 34, 17, 18). Ich zbyt mała liczba jest zauważalna przede wszystkim w godzinach szczytów komunikacyjnych i w porach nocnych. Zdaniem studentów najmniej dogodne połączenia komunikacji miejskiej charakteryzują osiedla zlokalizowane peryferyjnie względem kampusu uniwersyteckiego, położone na lewobrzeżnej stronie miasta.

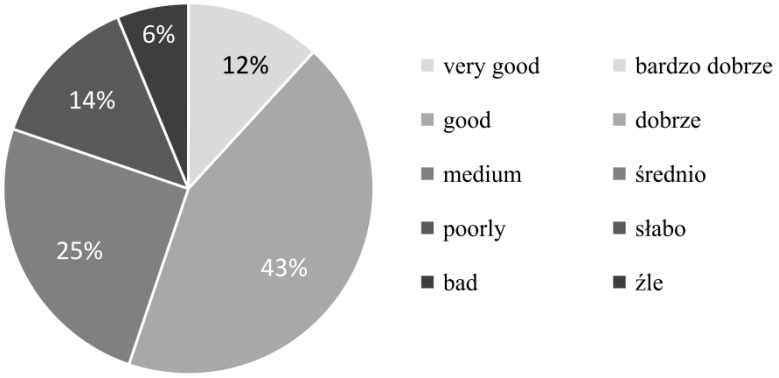

Figure 8. Distribution of answers to the question: "How do you assess the frequency of the most used public transport lines?"
Rycina 8. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i częstość kursowania najczęściej wykorzystywanych linii komunikacyjnych?"
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

Quality of travel by urban public transport

The quality of travel depends on many factors, the level of security pursued by passengers being among the most important of them. Students assess the level of security at stops located near the university buildings as good (65%) or even very good (19%) and average (15%) (Fig. 9). According to 24% of the respondents, the least safe stop is "Aula UMK", the most popular stop among students, serving the function of an interchange nod. The level of security in MZK vehicles is graded quite differently. While the answer "good" is also dominant here, its share in the total number of answers is considerably lower and reaches 59%. "Average" is more common in this case, as every third respondent described the level of security in urban buses and trams this way (Fig. 9).

Jakość podróżowania miejskim transportem publicznym

O jakości podróżowania stanowi wiele czynników, wśród których niezwykle istotny jest poziom bezpieczeństwa odczuwany przez pasażerów. Poziom bezpieczeństwa na przystankach ulokowanych w pobliżu budynków Uniwersytetu studenci oceniają dobrze (65%), a nawet bardzo dobrze (19%) i średnio (15%) (Ryc. 9). Zdaniem 24% badanych najniebezpieczniej jest na przystanku „Aula UMK" - najpopularniejszym wśród studentów przystanku, pełniącym rolę węzłowego punktu przesiadkowego. Nieco inaczej oceniany jest poziom bezpieczeństwa w pojazdach MZK. Co prawda, tu też dominuje odpowiedź „dobrze", aczkolwiek jej udział w ogólnej liczbie odpowiedzi jest zdecydowanie niższy i wynosi 59%. Więcej natomiast jest odpowiedzi „średnio", w taki sposób poziom bezpieczeństwa w autobusach miejskich i tramwajach ocenił co trzeci ankietowany (Ryc. 9).

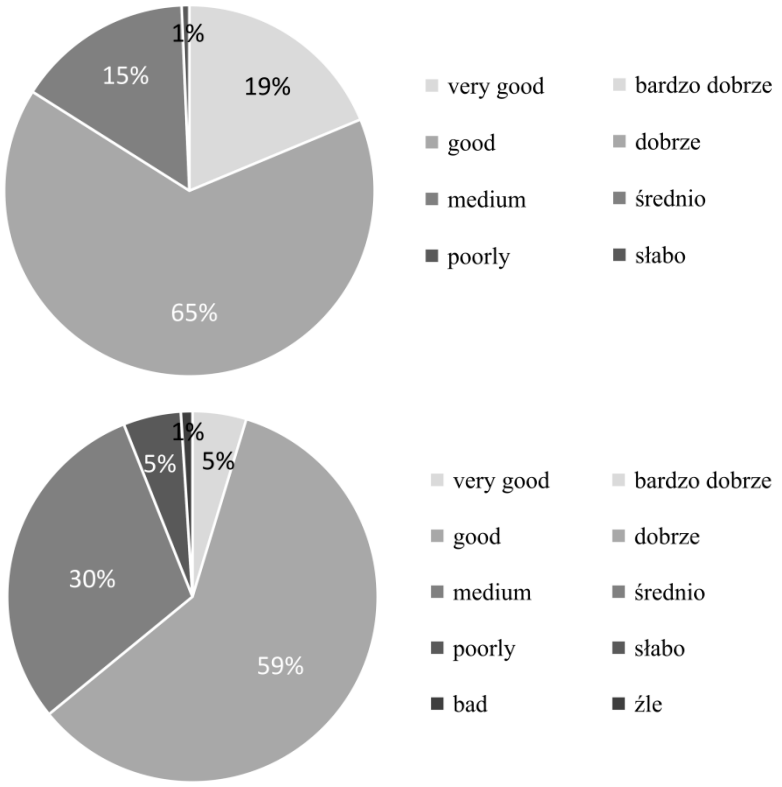

Figure 9. Distribution of answers to the questions: "How do you assess the level of security at stops on the NCU campus?" and "How do you assess the level of security in MZK vehicles?"
Rycina 9. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i poziom bezpieczeństwa na przystankach na kampusie UMK?" oraz „Jak ocenia Pan/Pani poziom bezpieczeństwa w pojazdach MZK?"
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

The next question referred to the comfort of travel by urban transport vehicles. It received positive grades from 45% of the surveyed students (Fig. 10). One of the respondents stated that "*the new trams lack seats and older trams are better equipped*". Another one remarked that there are few seats and it is stuffy inside the vehicles in the summer. A different student observed that the conditions are better in trams than in buses. Interestingly, the respondents gave an even more scathing assessment of the accessibility of seats and comfort of travel of the elderly and people with disabilities: as many as 42% pointed to "average", 14% to "mediocre" and 8% to "bad". Frequent negative answers were "*in older vehicles the stairs at the doors are burdensome*". One of the students pointed to the lack of functionality inside the vehicles.

Kolejne pytanie dotyczyło komfortu podróżowania pojazdami komunikacji miejskiej. Pozytywnie oceniło go 45% badanych (Ryc. 10). Jedna z ankietowanych osób stwierdziła: *„w najnowszych tramwajach jest za mało miejsc do siedzenia, a starsze tramwaje są lepiej wyposażone"*. Inna z badanych osób zauważyła, że jest mało miejsc siedzących oraz latem jest duszno w środku pojazdów. Jeszcze inny badany zauważył, iż w tramwajach warunki są lepsze niż w autobusach. Co ciekawe, dostępność miejsc i komfort jazdy dla osób starszych i z niepełnosprawnościami ankietowani określili jeszcze bardziej negatywnie, bowiem aż 42% respondentów wskazało na ocenę: „średnio", 14% - „słabo", a 8% - „źle". Wśród negatywnych odpowiedzi dominowały: *„w starszych pojazdach uciążliwe są schody przy wejściu"*. Jeden z respondentów wskazał na niefunkcjonalność wnętrza pojazdów.

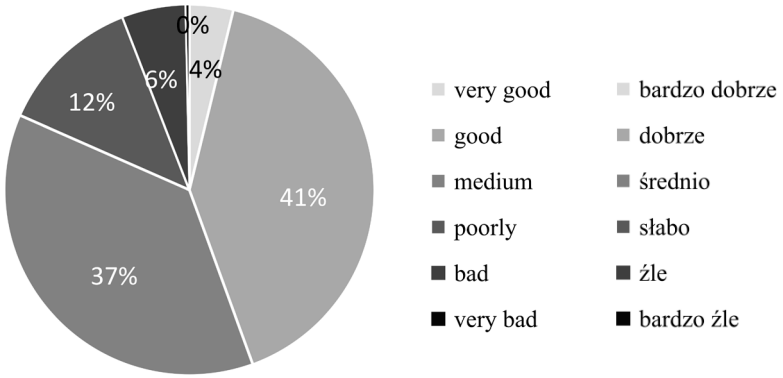

Figure 10. Distribution of answers to the question: "How do you assess the comfort of travel (accessibility of seats, equipment) of MZK vehicles"?
Rycina 10. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i komfort jazdy (wygodę, dostępność miejsc siedzących, wyposażenie) w pojazdach MZK?"
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

Travel time is an important factor determining the choice of public transport. Among the surveyed, 64% have a positive view ("good" and "very good") of this aspect of travel (Fig. 11). Twenty-one percent answered "average", 10% "mediocre" and 5% "bad". According to one student, "*bus no 36 going to the main railway station in rush hours takes half an hour instead of under 20 minutes because of the traffic jam on the bridge over the Vistula*", but overall, she gave a positive grade to travel time. Two other respondents also addressed the fact that bus line number 36 is often delayed, while trams arrive according to schedule. One of the respondents added that "*the newest trams are late five minutes on average, and buses number 34 and 40 – seven to ten minutes*".

Istotnym czynnikiem determinującym wybór transportu publicznego jest czas przejazdu. 64% badanych ocenia pozytywnie (bardzo dobrze i dobrze) ten aspekt podróży (Ryc. 11). Odpowiedź „średnio" zaznaczyło 21% ankietowanych, „słabo" 10% i „źle" 5%. Według jednej z osób *„Autobus nr „36" jadący na dworzec główny PKP w godzinach szczytu jedzie pół godziny zamiast kilkunastu minut ze względu na korki na moście przez Wisłę"*, jednak ogólnie czas przejazdu oceniła pozytywnie. Dwie inne osoby również zwróciły uwagę na fakt, że linia autobusowa nr „36" ma opóźnienia, podczas gdy przejazd tramwajem jest zgodny z rozkładem jazdy. Jeden z respondentów dodał, *„że najnowsze tramwaje spóźniają się średnio o 5 minut, a autobusy nr „34" i „40" o 7-10 minut"*.

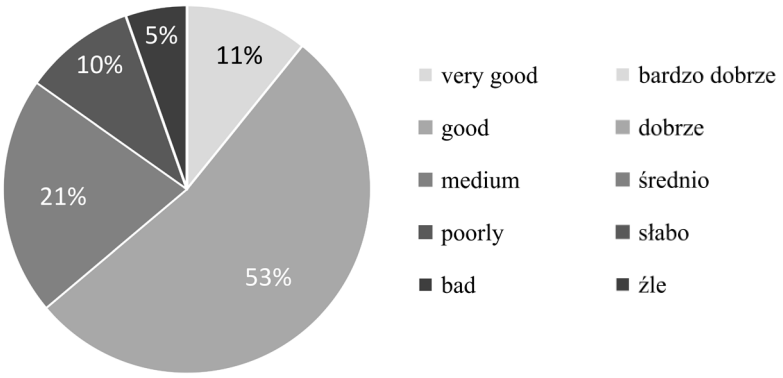

Figure 11. Distribution of answers to the question: "How do you assess travel time on the most used public transport lines?"
Rycina 11. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i czas przejazdu na najczęściej wykorzystanych liniach komunikacyjnych?"
Source: Own study based on a survey, n = 313.
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, n=313.

Fare prices and availability of ticket sales outlets also have a profound impact on the use of urban transport. Most students (53%) state that they view the options to buy bus/tram tickets on campus as

Ważną kwestią warunkującą korzystanie z miejskiego transportu publicznego jest także cena biletów i dostępność punktów ich sprzedaży. Większość studentów (53%) ocenia możliwość zakupienia biletów

good, 30% as average, 12% as mediocre and 5% as bad. One of the respondents saw the frequently offline ticket machines on buses and trams as a drawback but hailed the fact that in most of them you can pay by card. Several of the surveyed students also claimed that sometimes the ticket machines were not working and buying tickets from drivers may cause delays in the course. Others proposed that ticket machines should be placed at every public transport stop. Most of the respondents think that the fares in urban transport are acceptable: 32% graded them as very good, 49% as good. One person suggested that it would be beneficial to introduce cheaper time-limit tickets, e.g. 15-minute.

komunikacji miejskiej na kampusie korzystnie, 30% średnio, 12% słabo i 5% źle. Według jednego z ankietowanych minusem są często nieczynne biletomaty w autobusach i tramwajach, choć zaletą jest możliwość płatności kartą w większości z nich. Kilkoro z badanych stwierdziło również, że biletomaty czasami nie działają, a kupowanie u kierowców pojazdów może powodować opóźnienia w ich kursowaniu. Niektórzy zaproponowali również, żeby biletomaty znajdowały się na każdym przystanku komunikacji publicznej. Znaczna część respondentów ocenia pozytywnie cenę biletów komunikacji miejskiej: 32% bardzo dobrze i 49% dobrze badanych uważa, że cena jest korzystna. Jedna z osób zwróciła uwagę, że korzystne byłoby także wprowadzenie tańszych biletów czasowych, np. 15-minutowych.

Proposed improvements to the urban transport system in the context of studentification

The results of the study led authors to propose certain changes in the functioning of the urban public transport that would take into account the current needs of students. In view of their duration, cost of possible transformations, and their scope, the changes were divided into short- and long-term.

Improvements that can be introduced in a relatively short time include: (1) adjusting the frequency of courses connecting the university campus with the city centre, bus and railway stations and the left bank of the river to the current needs of students, (2) increasing the frequency of night and weekend courses, (3) improving the availability of information on current timetables.

Due to the fact that a sizeable number of students commute to Toruń from different locations in the Kujawsko-Pomorskie Voivodeship on a daily basis using public transport (12% of the surveyed group), there is a need to strengthen connections between the bus and railway stations and the university campus. The integration of railway and bus transport with the urban transport system will contribute to the promotion of intermodal transport and will be an important incentive for the use of public transport. Travel between the stations and the campus may also be streamlined through: increasing the number of courses on those lines, particularly in rush hours, but also through a minor modification of existing lines so as to increase the number of vehicles covering that route. It is also critical to consider the role of the tram line because the tram is the students' preferred means of public transport.

The NCU campus is used and inhabited largely by young people – students who have a natural need to spend free time together. Their preferred locations are primarily in the city centre. Therefore, it would be convenient to increase the frequency of night tram and bus courses, as it would not only improve the functioning of students in the city, but also have a beneficial effect on the revival of the city centre.

The third proposed solution consists in improving information on the courses of individual lines. What may also be considered is placing QR codes on the

Proponowane usprawnienia komunikacji miejskiej w kontekście procesu studentyfikacji

Wyniki przeprowadzonych badań skłoniły do przedstawienia propozycji wprowadzenia pewnych zmian w zakresie funkcjonowania miejskiego transportu publicznego z uwzględnieniem bieżących potrzeb studentów. Ze względu na czas trwania, koszt ewentualnych przekształceń, jak i ich zasięg, prezentowane zmiany podzielono na krótkodystansowe i długodystansowe.

Wśród usprawnień możliwych do realizacji w stosunkowo krótkim czasie wymienić można: (1) dostosowanie częstości kursowania linii łączących kampus uniwersytecki z centrum miasta, dworcami autobusowymi i kolejowymi oraz lewobrzeżną część miasta do aktualnych potrzeb studentów, (2) zwiększenie kursów nocnych i w trakcie weekendów, (3) poprawa dostępności do informacji o obowiązujących rozkładach jazdy.

Z uwagi na fakt, że znaczna część studentów to osoby codziennie dojeżdżające do Torunia z różnych miejscowości w województwie kujawsko-pomorskim transportem publicznym (12% badanych), wzmocnienia wymagają połączenia pomiędzy dworcami: autobusowymi i kolejowymi a kampusem uniwersyteckim. Zintegrowanie transportu kolejowego i autobusowego z miejskim przyczyni się do upowszechniania transportu intermodalnego i będzie stanowić istotny czynnik zachęcający do korzystania z transportu zbiorowego. Usprawnienie podróży pomiędzy dworcami a kampusem może odbywać się poprzez: zwiększenie liczby kursów pojazdów obsługujących te linie, szczególnie w godzinach szczytów komunikacyjnych, ale także poprzez drobną modyfikację istniejących linii, tak aby zwiększyć liczbę pojazdów obsługujących tę trasę. Istotne jest uwzględnienie także roli linii tramwajowej, bowiem to właśnie tramwaj jest preferowanym przez studentów środkiem transportu publicznego.

Kampus UMK jest głównie użytkowany (i zamieszkiwany) przez osoby młode - studentów, którzy cechują się naturalną potrzebą wspólnego spędzania czasu wolnego. Miejsca do tego predestynowane znajdują się przede wszystkim w centrum miasta. Dlatego też udogodnieniem byłoby zwiększenie częstotliwości kursowania nocnych linii tramwajowych i autobu-

timetable that would refer to relevant content on websites.

Long-term alterations would mean much higher financial, logistic and other input. Changes leading to improved functionality of the urban transport system include: (1) replacing and/or improving the technical state of the vehicle fleet, (2) streamlining connections between the left and the right bank of the Vistula, (3) increasing the options to buy urban transport tickets. If implemented, the said actions would inevitably improve the attractiveness of Toruń as an academic city, because efficient and comfortable public transport is one of the factors considered when choosing a place to study and subsequently settle for good.

One of the inconveniences associated with the use of urban transport is the use of obsolete vehicles – trams and buses. Such vehicles make travel uncomfortable: noise, ventilation problems, malfunctions and defects, etc. The use of such vehicles is difficult from the point of view of meeting the transport needs of seniors, persons with children in prams or persons with disabilities, including students. Therefore, it is not surprising that one of the expectations of passengers is to travel in a modern fleet that provides comfort.

Toruń is an example of a city whose spatial development covers both banks of the river, and thus it is necessary to integrate those areas by applying improvements in communication. Due to the fact that such investments are extremely costly, one should look for alternatives improving the comfort of users of both parts of the city. An example of such solution is the construction of different types of connections between both banks of the Vistula (Kubiak-Wójcicka et al., 2017), including, e.g., footbridges for pedestrians and cyclists as part of the intermodal system.

The last of the presented solutions regards improving the options for buying tickets. Of course, the first step may be to increase the number of ticket machines at stops and in buses, but the ultimate solution, particularly in the case of students, is to promote the purchase of electronic tickets through the use of an application. While this method of buying tickets is already available, it is not sufficiently popular. There is a need for large-scale education aimed not only at showing how to buy a ticket easily and quickly, but also at indicating benefits resulting from connecting interurban transport (e.g. railway transport) with urban transport by using a single ticket.

sów. Ich większa dostępność nie tylko usprawniłaby funkcjonowanie studentów w mieście, ale korzystnie wpłynęła na ożywienie centrum miasta.

Trzecie proponowane rozwiązanie odnosi się do polepszenia informacji o kursach poszczególnych linii. Pewnym pomysłem może być także udostępnianie na rozkładzie jazdy kodów QR, które po zeskanowaniu odsyłają do właściwych treści umieszczonych w serwisach internetowych.

Zmiany długofalowe są obarczone zdecydowanie większymi nakładami finansowymi, logistycznymi i in. W zakresie poprawy funkcjonalności transportu miejskiego, jako najważniejsze należy wskazać: (1) wymianę i/lub poprawę techniczną taboru pojazdów, (2) usprawnienie połączeń pomiędzy lewobrzeżną a prawobrzeżną częścią miasta, (3) zwiększenie możliwości zakupu biletów komunikacji miejskiej. Realizacja powyższych działań jest nieodzownym elementem wzrostu atrakcyjności Torunia, jako miasta akademickiego, bowiem zapewnienie sprawnego i komfortowego transportu publicznego stanowi także o wyborze miejsca studiowania, a następnie zamieszkania w nim na stałe.

Jedną z uciążliwości związaną z korzystaniem z transportu miejskiego jest eksploatacja przestarzałych pojazdów - tramwajów i autobusów. Podróżowanie takimi pojazdami obniża komfort jazdy: hałas, problemy z wentylacją, usterki i uszkodzenia, itp. Korzystanie z tego typu pojazdów jest utrudnione z punktu widzenia realizacji potrzeb transportowych seniorów, osób z dziećmi w wózkach, czy osób z niepełnosprawnościami, także studentów. Dlatego nie dziwi fakt, że jednym z oczekiwań pasażerów jest podróżowanie nowoczesnym taborem, zapewniającym komfort jazdy.

Toruń jest przykładem miasta, którego rozwój przestrzenny odbywa się po obu brzegach rzeki, stąd istnieje potrzeba integracji tych obszarów poprzez zastosowanie usprawnień komunikacyjnych. Z uwagi na fakt, że inwestycje tego typu są niezwykle kosztochłonne należy poszukiwać alternatyw poprawiających komfort użytkowników lewo- i prawobrzeżnej części miasta. Przykładem takiego rozwiązania jest budowa różnego typu połączeń między obu brzegami Wisły (Kubiak-Wójcicka i in., 2017), w tym np. kładki dla pieszych i rowerzystów, jako elementu systemu intermodalnego.

Ostatnie z zaprezentowanych rozwiązań dotyczy poszerzenia możliwości nabycia biletów. Oczywiście pierwszym krokiem może być zwiększenie liczby biletomatów na przystankach i w autobusach, ale docelowym rozwiązaniem, szczególnie w przypadku studentów jest upowszechnianie zakupu biletu elektronicznego, poprzez skorzystanie z aplikacji. Co prawda ten sposób zakupu biletów jest już dostępny, ale nie jest on jeszcze wystarczająco rozpowszechniony. Potrzebna jest w tym zakresie szeroko zakrojona edukacja, której celem jest nie tylko instrukcja w jaki sposób prosto i szybko kupić bilet komunikacji miejskiej, ale także wskazanie korzyści wynikających z łączenia transportu międzymiastowego, np. kolejowego z miejskim poprzez zastosowanie jednego biletu na przejazd.

Conclusions

Students are a social group that significantly shapes city space, therefore taking into account the needs they express is one of the developmental challenges of academic cities. The quality of life in a given city depends on efficient public transport which according to strategic documents of international, national, regional or local level plays a key role not only in efficient travel within a city, but also in the implementation of sustainable development principles. In order to fulfil the assumption of prioritising collective transport in the structure of urban transport, one should take into account the current needs of its users, including students in particular. Students inhabit different parts of the city, and when deciding on the place to live they consider not only the price, but also easy and relatively quick transport to the three most important points in the city space, i.e. to the university, to the city centre (a place of student meetings) and bus and railway stations which enable them to efficiently travel between the academic city and their home town.

The results of the study prove that Toruń's urban transport is undergoing studentification. Apart from identified changes in the connection network, including the construction of a tram line connecting the university campus with the city centre, one can observe also other transformations, e.g. with reference to the arrangement of public transport stops, advertising campaigns which improve the functionality of public transport. The vast majority of students use public transport daily or several times a week. The most popular means of transport is the tram, primarily due to the relatively short travel time and punctuality. Rail transport, the tram in this case, is highly valued by city dwellers. Apart from the fact that it relatively shortens travel time, it should be underlined that its development plays into the idea of sustainable urban mobility promoting non-emission vehicles, including electric vehicles. In general, opinions regarding the quality of services provided by the public transport operator are good or even very good. Students feel safe at public transport stops, they have a fairly positive opinion of the vehicle markings and even ticket prices. Among the main issues requiring improvement they indicate the need for better-integrated transport between the university campus, bus and railway stations and the part of the city lying on the left bank of the Vistula. The second matter in need of more attention is the improvement of the technical state of their vehicles, including primarily solutions allowing passengers with disabilities or people with small children in prams and seniors to travel comfortably. The introduction of technical improvements in vehicles would definitely facilitate the daily use of public transport.

Travel by means of public transport is improved by innovative technological solutions, including mobile applications aiding access to the timetable or the purchase of tickets. Those technological innovations are extremely important from the

Wnioski

Studenci to grupa społeczna istotnie kształtująca przestrzeń miasta, dlatego też uwzględnianie potrzeb artykułowanych przez młodzież akademicką jest jednym z wyzwań rozwojowych miast uniwersyteckich. O jakości życia w danym mieście stanowi sprawnie funkcjonujący transport publiczny, który zgodnie z dokumentami strategicznymi, szczebla międzynarodowego, krajowego, regionalnego, czy lokalnego odgrywa kluczową rolę nie tylko w sprawnym przemieszczaniu się w obrębie miasta, ale także we wdrażaniu zasad rozwoju zrównoważonego. Aby założenie o priorytetowości transportu zbiorowego w strukturze transportu miejskiego zostało spełnione, należy uwzględnić bieżące potrzeby jego użytkowników, w tym właśnie studentów. Studenci zamieszkują różne części miasta, a wśród kryteriów wyboru miejsca zamieszkania prócz ceny istotna jest łatwa i stosunkowo szybka możliwość przemieszczenia się do trzech najważniejszych punktów w przestrzeni miasta, tj.: na uczelnię, do centrum miasta (miejsca spotkań studentów) oraz dworców autobusowych i kolejowych umożliwiających sprawne poruszanie się na linii: miasto akademickie - miejscowość rodzinna.

Wyniki przeprowadzonych badań dowodzą, że transport miejski Torunia podlega procesowi studentyfikacji. Prócz zidentyfikowanych zmian w zakresie sieci połączeń, w tym budowy linii tramwajowej łączącej kampus uniwersytecki z centrum miasta, obserwowane są także inne przekształcenia, np. w odniesieniu do zagospodarowania przystanków komunikacji publicznej, prowadzonych kampanii reklamowych, które poprawiają funkcjonalność transportu publicznego. Zdecydowana większość studentów korzysta z komunikacji publicznej, codziennie lub kilka razy w tygodniu. Najchętniej wybieranym środkiem transportu jest tramwaj, przede wszystkim z uwagi na stosunkowo krótki czas przejazdu i punktualność. Transport szynowy, w tym przypadku tramwaj jest niezwykle ceniony przez mieszkańców miast. Prócz faktu, że korzystanie z niego relatywnie skraca czas podróży, należy podkreślić, że jego rozwój wpisuje się w ideę zrównoważonej mobilności miejskiej premiującej pojazdy nieemisyjne, w tym elektryczne. Ogólne opinie dotyczące jakości usług oferowanych przez operatora komunikacji miejskiej są dobre lub nawet bardzo dobre. Studenci czują się bezpiecznie na przystankach komunikacji miejskiej, dosyć dobrze oceniają oznaczenia pojazdów, a nawet cenę biletów. Wśród głównych kwestii wymagających usprawnienia wskazują przede wszystkim potrzebę większej integracji komunikacyjnej pomiędzy kampusem uniwersyteckim a dworcami autobusowymi i kolejowymi oraz całą lewobrzeżną częścią miasta. Drugą kwestią wymagającą większej uwagi jest poprawa stanu technicznego pojazdów, w tym przede wszystkim rozwiązania umożliwiające podróżowanie osób z niepełnosprawnościami, czy osób z małymi dziećmi w wózkach oraz seniorów. Wprowadzenie usprawnień technicznych pojazdów zdecydowanie ułatwiłoby codzienne korzystanie z transportu publicznego.

viewpoint of students – a social group 'embedded' in online applications, and the growing importance of Internet tools generates the need to promote them and educate passengers in terms of their use.

Podróżowanie środkami komunikacji publicznej poprawiają innowacyjne rozwiązania technologiczne, w tym aplikacje mobilne ułatwiające dostęp do rozkładu jazdy, czy zakupu biletów na przejazd. Te innowacje technologiczne są niezwykle ważne z punktu widzenia studentów - grupy społecznej ‚zakorzenionej' w aplikacjach internetowych, a rosnące znaczenie narzędzi internetowych generuje potrzeba popularyzacji i edukacji w zakresie ich stosowania.

References/ Literatura:

1. Bajerski, A. (2015). Student jako użytkownik miasta: brytyjskie doświadczenia studentyfikacji. *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna, 31,* 47–56. https://doi.org/10.14746/rrpr.2015.31.05
2. Bełkot, J. (1999). *Uniwersytet Mikołaja Kopernika – informator*. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
3. Bernt, M., Gentile, M., Marcińczak, S. (2015). Gentrification in post-communist countries: An Introduction. *Geografie*, *120*(2), 104–112.
4. Benfield, J.A., Szlemko, W.J. (2006). Internet-Based Data Collection: Promises and Realities. *Journal of Research Practice*, *2*(*2*), 1-15.
5. Boni, M., Szafraniec, K. (2011). *Młodzi*. Warszawa: KPRM.
6. Brzozowska, B. (2014). Miasto kreatywne - miasto studentyfikowane? W: P. Sztompka, K. Matuszek, *Idea uniwersytetu, reaktywacja* (s. 151-164). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
7. Brown, A.E., Blumenberg, E., Taylor, B. D., Ralph, K., Voulgaris, C.T. (2016). A Taste for Transit? Analyzing Public Transit Use Trends among Youth. *Journal of Public Transportation, 19*(1), 49-67. https://doi.org/10.5038/2375-0901.19.1.4
8. Delbosc, A., Currie, G. (2013). Causes of youth licensing decline: a synthesis of evidence. *Transport Reviews*, *33*, 271–290. https://doi.org/10.1080/01441647.2013.801929
9. Dewalska-Opitek, A. (2017). Generation Y consumer preferences and mobility choices – an empirical approach. *Archives of Transport System Telematics, 10*(1), 17-23.
10. Fabula, Sz., Boros, L., Kovacs, Z., Horwath, D., Pal, V. (2017). Studentification, diversity and social cohesion in post-socialist Budapest. *Hungarian Geographical Bulletin,* 66(2), 157-173. https://doi.org/10.15201/hungeobull.66.2.5
11. Gaczek, W., Kaczmarek, M., Marcinowicz, D. (2006). *Poznański ośrodek akademicki. Próba określenia wpływu studentów na rozwój miasta.* Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
12. Grabkowska, M., Frankowski, J. (2016). 'Close to the city centre, close to the university'. Are there symptoms of studentification in Gdańsk, Poland? *Bulletin of Geography. Socio–economic Series,* 32, 73–83.
13. Hopkins, D., Stephenson, J. (2014). Generation Y mobilities through the lens of energy cultures: a preliminary exploration of mobility cultures. *Transportation Geography*, *38*, 88–91. https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2014.05.013
14. Herbst, M. (2009). *T*worzenie i absorpcja kapitału ludzkiego w polskich miastach akademickich. *Studia Regionalne i Lokalne, 4*(38), 21-38.
15. Kährik, A., Temelová, J., Kadarik, K., Kubeš, J. (2016). What attracts people to inner city areas? The cases of two post-socialist cities in Estonia and the Czech Republic. *Urban Studies*, *53*(2), 355–372. https://doi.org/10.1177/0042098014567444
16. Kubiak-Wójcicka, K., Chodkowska-Miszczuk, J., Rogatka, K. (2017). Integration or disintegration of the ecological and urban functions of the river in the city? A Polish perspective. In*: Transylv. Rev. Adm. Sci.,* 52, 59-76.
17. Jakóbczyk-Gryszkiewicz, J. (2013). Procesy studentyfikacji w Łodzi. W: J. Jakóbczyk-Gryszkiewicz (red.), *Procesy gentryfikacji, część II, XXVI Konwersatorium Wiedzy o Mieście* (s. 95–107). Łódź: Wydawnictwo UŁ.
18. Jakóbczyk-Gryszkiewicz, J., Marcińczak, S., Wolaniuk, A. (2014). Gentrification processes the city. W: T. Marszał (red.), *Society and Space in Contemporary Poland in* Łódź *University Geographical Research* (s. 83–111). Łódź: University of Łódź.
19. Milenkiewicz, B. J., Halicka, K. (2011). Ocena jakości usług w transporcie zbiorowym na przykładzie Białostockiej Komunikacji Miejskiej. *Ekonomia i Zarządzanie, 3*(4), 76 -86.
20. Murzyn-Kupisz, M., Szmytkowska, M. (2012). Procesy studentyfikacji w przestrzeni polskich miast: na przykładzie Krakowa i Trójmiasta. W: J. Jakóbczyk-Gryszkiewicz (red.), *XXV Konwersatorium Wiedzy o Mieście* (s. 199-219). Łódź: Wydawnictwo UŁ.
21. Rogatka, K., Chodkowska-Miszczuk, J., Biegańska, J., Grzelak-Kostulska, E., Środa-Murawska, S. (2017). Perception of the Cultural Landscape Related to Wind Parks – Generation Y Perspective. *Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft*, *159,* 131–149.
22. Rodzoś, J., Flaga, M. (2010). Nowa sytuacja społeczna starych osiedli mieszkaniowych na przykładzie osiedla im. A. Mickiewicza w Lublinie. W: I. Jażdżewska (red.), *Osiedla blokowe w strukturze przestrzennej miast* (s. 101–118). XXIII Konwersatorium Wiedzy o Mieście. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
23. Smith, D.P. (2002). Patterns and processes of studentification in Leeds*. Regional Review, 1,* 14–16.
24. Smith, D.P. (2005). Studentification: The gentrification factory?.W: R. Atkinson, G. Bridge (red.), *Gentrificationin a Global Context: The New Urban Colonialism* (s. 72-89). London: Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203392089_chapter_5
25. Sosnowska, M. (2014). Europejski model monitorowania osób młodych na rynku pracy w dobie przemian społeczno-gospodarczych. *Studia Ekonomiczne*, *167*, 211-220.
26. Szafrańska, E. (2017). Starzenie się mieszkańców wielkich osiedli mieszkaniowych w mieście postsocjalistycznym przykład Łodzi. *Space – Society – Economy, 20*, 43–64. https://doi.org/10.18778/1733-3180.20.04
27. Środa-Murawska, S., Dąbrowski, L., Dolińska, M., Godzieba, D. (2016). Rozwój sieci komunikacyjnej Torunia jako przykład przestrzennego wymiaru studentyfikacji. *Acta Sci. Pol., Administratio Locorum, 15(2),* 21-31.
28. Środa-Murawska, S., Grzelak-Kostulska, E., Biegańska, J., Chodkowska-Miszczuk, J., Dąbrowski, L. (2017). *Leksykon współczesnego miasta*. Toruń: Urząd Miasta Torunia.

29. Żmijewska-Jędrzejczyk, T. (2004). Badania Internetowe. W: P.B. Sztabiński, F. Sztabiński, Z. Sawiński (red.), *Nowe metody, nowe podejścia badawcze w naukach społecznych* (s. 241-259). Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
30. *Attitudes of Europeans towards urban mobility, report, Special Eurobarometer 406*, (2013).
31. *Strategia Rozwoju Miasta Torunia do 2020 r..* Gmina Miasta Toruń, Uchwałą RMT 935/2010. Pobrane z: http://www.bip.torun.pl/dokumenty.php?Kod=8618
32. *Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Torunia, część II: Kierunki i zasady rozwoju przestrzennego miasta (*2017).
33. *Szkoły wyższe i ich finanse w 2016 r*. Główny Urząd Statystyczny, 2017.

Websites/ Strony internetowe:

34. https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica
35. https://www.umk.pl/uczelnia/liczby/
36. https://www.umk.pl/uczelnia/historia/
37. https://www.umk.pl/kontakt/mapy/bielany/

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

MARKETING QUALITY OF TEXTS POSTED ON THE WEBSITES OF RURAL TOURISM FACILITIES IN POLAND

JAKOŚĆ MARKETINGOWA TEKSTÓW ZAMIESZCZONYCH NA STRONACH INTERNETOWYCH OBIEKTÓW TURYSTYKI WIEJSKIEJ W POLSCE

Karol Król[1(A,B,C,D,E,F,G)]

[1]University of Agriculture in Krakow
Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie

Król, K. (2018). Marketing quality of texts posted on the websites of rural tourism facilities in Poland/ Jakość marketingowa tekstów zamieszczonych na stronach internetowych obiektów turystyki wiejskiej w Polsce. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 110-118. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0039

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: M31, R58, L86

Submitted:
October 2018

Accepted:
November 2018

Tables: 1
Figures: 0
References: 23

Summary

Subject and purpose of work: The subject of the research were texts published on the websites of rural tourism facilities in Poland, and the purpose of the work was to assess their marketing quality.
Materials and methods: The evaluation of the marketing quality of the texts was carried out using the web application Audyt Hekko (Blink) on a collection of 842 websites of rural tourism facilities.
Results: Texts with a low (poor) marketing utility (as assessed by the testing algorithm) were found on 362 websites, which constituted approximately 44% of the set. Approximately 46.5% of the websites contained texts whose marketing utility was sufficient. Texts posted on 10% of the analysed websites were rated as useful for marketing.
Conclusions: The semantic evaluation of the texts published on most rural tourism facilities websites has shown that they have been written in the language of benefits, with the use of phrases that may arouse interest and curiosity. At the same time, however, they required optimization and a greater marketing orientation.

Keywords: rural tourism, marketing, quality of content, text semantics

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: M31, R58, L86

Zgłoszony:
październik 2018

Zaakceptowany:
listopad 2018

Tabele: 1
Rysunki: 0
Literatura: 23

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Przedmiotem badań były teksty opublikowane na stronach internetowych obiektów turystyki wiejskiej w Polsce, a celem pracy była ocena ich jakości marketingowej.
Materiały i metody: Ocenę jakości marketingowej tekstów przeprowadzono przy pomocy aplikacji internetowej Audyt Hekko (Blink) w zbiorze 842 witryn internetowych obiektów turystyki wiejskiej.
Wyniki: Teksty o małej (miernej) przydatności marketingowej (według algorytmu testującego) odnotowano na 362 witrynach, co stanowiło około 44% zbioru. Na około 46,5% witryn odnotowano teksty o dostatecznej przydatności marketingowej. Na 10% badanych witryn odnotowano tekst oceniony jako przydatny marketingowo.
Wnioski: Ocena semantyczna tekstów opublikowanych na większości witryn obiektów turystyki wiejskiej wykazała, że zostały one napisane językiem korzyści, z wykorzystaniem zwrotów, które mogą wywołać zainteresowanie i ciekawość. Jednocześnie jednak wymagały one optymalizacji i większego ukierunkowania na marketing.

Słowa kluczowe: turystyka wiejska, marketing, jakość treści, semantyka tekstu

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr inż. Karol Król (ORCID 0000-0003-0534-8471), Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, Wydział Inżynierii Środowiska i Geodezji, al. Mickiewicza 24/28, 30-059 Kraków, Polska; tel. +48 12 662 40 16; e-mail: k.krol@onet.com.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Karol Król. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

One of the factors influencing local development is rural tourism, consistent with the multifunctional rural development model (Adamowicz, Zwolińska-Ligaj, 2009). Studies have shown that the vast majority of local strategic approaches contain provisions related to the development of rural tourism, including agritourism, and the stimulation of its development is treated by local governments as a priority (Bednarek-Szczepańska, 2011, Guzal-Dec, 2015). Rural tourism stimulates economic activity on the local market and contributes to the economic animation of villages (Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2013; Gołębiewska, Pajewski, 2015). Rural tourism also plays an educational, formative and integrative role. It develops as a social, cultural and spatial phenomenon, integrating the factors which stimulate local development in its essence (Balińska, Zawadka, 2013).

The development of rural tourism encounters many obstacles that may be divided into: natural and geographical, socio-psychological, legal and tax, institutional and technical, but also micro-social, e.g. the lack of entrepreneurship and the ability to find gaps in the market, as well as macro-social ones, e.g. the lack of knowledge of marketing rules by the people and institutions involved in rural tourism and the lack of coordination of activities in this area at various levels of administration (Halamska, 2011). The development of rural tourism is influenced by the locals' stance on it, their attitude towards the development of tourist initiatives, involvement in increasing the attractiveness of a given region and their attitudes towards visitors (Kuźniar, 2015). In addition, conducting tourist activities requires entrepreneurship and the availability of capital for investments. The lack of financial resources is most frequently by the owners of small farms as the reason which prevents them from opening a (agri-) tourism business (Mikulska, 2008; Bednarek-Szczepańska, 2011). In addition, the operation of rural tourism facilities in the era of digital economy requires supplementing the deficits in knowledge from the area of technologies that may be used in business, particularly in tourism industry management, as well as acquiring the ability to use these technologies to improve competitiveness (Kachniewska, 2012). Marketing activities, which are increasingly undertaken using the Internet, also have a significant impact on the development of rural tourism (Sawicki, Golian, 2013).

The Internet is an effective marketing channel that makes it possible to reach a wide audience. Owners of rural tourism facilities most often choose websites from the group of online forms of promotion (Król, Halva, 2017). Industry portals and social media have also gained in importance (Kachniewska, 2015). The websites of rural tourism facilities usually have an informative, contact and marketing function. They rarely allow for making a booking (booking a stay), and the possibility of electronic payment is even less frequent (Król, Bedla, 2014). As a consequence,

Wstęp

Jednym z czynników wpływających na rozwój lokalny jest turystyka wiejska wpisująca się w model wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich (Adamowicz, Zwolińska-Ligaj, 2009). Badania pokazały, że zdecydowana większość lokalnych opracowań strategicznych zawiera zapisy związane z rozwojem turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki, a stymulowanie jej rozwoju jest traktowane przez władze samorządowe priorytetowo (Bednarek-Szczepańska, 2011; Guzal-Dec, 2015). Turystyka wiejska pobudza aktywność gospodarczą na lokalnym rynku i przyczynia się do ożywienia gospodarczego wsi (Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2013; Gołębiewska, Pajewski, 2015). Turystyka wiejska pełni także funkcje wychowawczą, kształceniową i integracyjną. Rozwija się jako zjawisko społeczne, kulturowe i przestrzenne, integrując w swojej istocie czynniki pobudzające rozwój lokalny (Balińska, Zawadka, 2013).

Rozwój turystyki wiejskiej napotyka na wiele barier, które można podzielić na: przyrodniczo-geograficzne, społeczno-psychologiczne, prawno-podatkowe, instytucjonalne oraz techniczne, ale także mikrospołeczne, np. brak przedsiębiorczości i umiejętności znajdowania rynkowych luk oraz makrospołeczne, np. brak znajomości zasad marketingu u osób i instytucji zajmujących się turystyką wiejską i brak koordynacji działań w tym obszarze na różnych szczeblach administracji (Halamska, 2011). Na rozwój turystyki wiejskiej wpływają postawy mieszkańców, ich nastawienie do rozwoju przedsięwzięć turystycznych, zaangażowanie w podnoszenie atrakcyjności danego regionu oraz postawy względem gości (Kuźniar, 2015). Ponadto prowadzenie działalności turystycznej wymaga przedsiębiorczości i dostępności kapitału na inwestycje. Brak środków finansowych jest przez właścicieli niedużych gospodarstw rolnych najczęściej wymienianym powodem, który uniemożliwia im rozpoczęcie działalności (agro)turystycznej (Mikulska, 2008; Bednarek-Szczepańska, 2011). Ponadto funkcjonowanie obiektów turystyki wiejskiej w warunkach gospodarki cyfrowej wymaga uzupełnienia niedostatków wiedzy w zakresie znajomości technologii, które mogą mieć zastosowanie w działalności gospodarczej, w szczególności w obsłudze rynku turystycznego, a także nabycia umiejętności wykorzystania tych technologii w celu poprawy konkurencyjności (Kachniewska, 2012). Duży wpływ na rozwój turystyki wiejskiej mają również działania marketingowe, które coraz częściej podejmowane są z wykorzystaniem Internetu (Sawicki, Golian, 2013).

Internet stanowi efektywny kanał marketingowy, który pozwala dotrzeć do szerokiego grona odbiorców. Spośród internetowych form promocji właściciele obiektów turystyki wiejskiej najczęściej wybierają strony internetowe (Król, Halva, 2017). Na znaczeniu zyskują również portale branżowe oraz media społecznościowe (Kachniewska, 2015). Witryny internetowe obiektów turystyki wiejskiej pełnią przeważnie funkcję informacyjną, kontaktową i marketingową. Rzadko umożliwiają rezerwację noclegu (pobytu),

content is gaining in importance, including texts such as offers, descriptions and accounts, which should be written and presented in a specific way. A text which is properly edited, comprehensive and up-to-date may make a positive impression on the recipient, thus encouraging him or her to take advantage of the offer. The aim of this work is to assess the marketing quality of texts published on websites of rural tourism facilities.

Content on a website and the assessment of its quality

Quality is a particularly ambiguous concept. From the point of view of a consumer, quality means meeting needs that can be divided into functional and non-functional ones. The former are related to taking advantage of a product and its availability. They include comfort of use and fulfilment of utilitarian functions (e.g. reliability). Non-functional needs relate, among others, to aesthetics and image (Radkowska, Radkowski, Sobotkiewicz, 2009).

The notion of the quality of websites encompasses both functional and non-functional needs. It concerns both the usefulness of a website and the form it adopts. In technical terms, quality is determined without taking the recipient into account. A norm, standard or design constitutes the applicable benchmark. In addition, extending the strictly technical approach to also include the buyer allows for quality in technical and economic terms to be defined as a preference for specific properties that should be given to products, so that they meet the users' expectations (Prussak, 2006).

The quality of a website is influenced by many factors that may be divided into two main groups: (1) *on-site* ones, referring to the site's utilitarian quality and its content, for instance the usefulness of the content and the way it is presented, as well as (2) *off-site* ones, related to the site's environment, e.g. the number of incoming links.

Research has shown that websites of rural tourism facilities in Poland are poor in content (Król, 2018). This is due to the fact that many of these websites act as Internet business cards or peculiar "(hyper) information cards", that reduce the whole act of presenting the tourist facility to a single hypertext document. The lack of content or a small amount of it usually means that a website is less useful and may result in it being placed further down the list of search results. The low technical quality of a website and the lack of content affect the so-called *machine experience*, understood as a perception of the quality of a telecommunication product, in particular websites and internet applications, through the prism of the so-called web robots or *web crawlers*. Using a simplification, one may say that they evaluate the broadly understood quality of sites and classify them according to pre-defined criteria. The *machine experience* approach has until now been practised widely in the optimization and positioning of websites for search engines and involved the adaptation

jeszcze rzadziej pośredniczą w płatności elektronicznej (Król, Bedla, 2014). W konsekwencji na znaczeniu zyskują treści, w tym teksty np. ofertowe, opisy i relacje, które powinny być w określony sposób napisane i zaprezentowane. Odpowiednio zredagowany tekst, wyczerpujący i aktualny, może wywołać pozytywne wrażenia u odbiorcy, przez co skłonić go do skorzystania z oferty. Celem pracy jest ocena jakości marketingowej tekstów opublikowanych na stronach internetowych obiektów turystyki wiejskiej.

Treści na stronie internetowej i ocena ich jakości

Jakość jest pojęciem szczególnie wieloznacznym. Z punktu widzenia konsumenta to spełnienie potrzeb, które można podzielić na funkcjonalne i niefunkcjonalne. Pierwsze z nich są związane z eksploatacją i dyspozycyjnością produktu. Obejmują komfort użytkowania oraz spełnienie funkcji użytkowych (np. niezawodność). Potrzeby niefunkcjonalne dotyczą m.in. estetyki i wizerunku (Radkowska, Radkowski, Sobotkiewicz, 2009).

Jakość witryn internetowych wpisuje się zarówno w potrzeby funkcjonalne, jak i niefunkcjonalne. Dotyczy bowiem zarówno przydatności witryny, jak i formy jaką przyjmuje. W ujęciu technicznym jakość jest określana z pominięciem odbiorcy. Wzorcem jest norma, standard, projekt. Ponadto rozszerzenie podejścia ściśle technicznego o nabywcę pozwala na określenie jakości w rozumieniu techniczno-ekonomicznym jako preferowanie określonych właściwości, które należy nadać produktom, aby spełniały oczekiwania użytkowników (Prussak, 2006).

Na jakość witryny internetowej wpływa wiele czynników, które można podzielić na dwie zasadnicze grupy: (1) wewnętrzne (*on-site*), odnoszące się do jakości użytkowej witryny oraz do jej zawartości np. przydatność treści, sposób ich prezentacji, a także (2) zewnętrzne (*off-site*), związane z otoczeniem witryny np. liczba linków przychodzących.

Badania pokazały, że strony internetowe obiektów turystyki wiejskiej w Polsce są ubogie w treści (Król, 2018). Wynika to z faktu, że wiele z takich witryn pełni rolę wizytówek internetowych lub swoistych „(hiper)kart informacyjnych", które sprowadzają całość prezentacji obiektu do jednego dokumentu hipertekstowego. Brak treści lub jej niewielka ilość przeważnie oznacza mniejszą przydatność witryny i może skutkować uplasowaniem jej na odległym miejscu w wynikach wyszukiwania. Niska jakość techniczna witryny i brak treści wpływają na tzw. doświadczania maszyny (ang. *machine experience*), rozumiane jako postrzeganie jakości produktu teleinformatycznego, w szczególności witryn i aplikacji internetowych, przez pryzmat tzw. robotów, czy też pająków internetowych (ang. *web crawlers*). W pewnym uproszczeniu – oceniają one szeroko rozumianą jakość witryn i klasyfikują je według zaprogramowanych kryteriów. Podejście *machine experience* było dotychczas powszechnie praktykowane w optymalizacji i pozycjonowaniu witryn internetowych dla wyszukiwarek i polegało na dostosowywaniu witryn do „oczekiwań robotów internetowych". Spowodowało

of websites to the "expectations of web robots". This resulted in an increase in various (unethical) practices that caused a site to be placed higher up the list of search results, but this did not correspond with its usefulness. The usefulness of a website and the *user experience* (UX) have gained in importance along with the changes to search engine algorithms.

One of the most significant factors influencing the usability and effectiveness of a website is the suitable quality of its content. Here, text quality should be distinguished from content quality. The content published on websites may include, among others, multimedia materials such as videos, aerial panoramas, virtual tours, as well as graphical elements, including infographics and the so-called image rotators and carousels, but also *user-generated content*, e.g. in the form of comments and opinions. Nevertheless, written texts are the basic type of content published on websites. They can be divided into several basic types (Król, 2018): (1) *evergreen content* – text which are timeless, universal, up-to-date forever or for a long period of time and which have a great potential for generating organic traffic; (2) *breaking news* – "hot topics", texts with a relatively short, limited lifespan, ones that attract attention; and (3) *cyclical content*, texts devoted to events, phenomena, trends that take place regularly or which can be forecast or predicted.

Texts that are relevant, for example from the perspective of business processes, including advertising, descriptions of offers, or which are supposed to increase profits, should be written in the appropriate language and form. Essentially, four factors are distinguished, which make any textual message intelligible (Miodek, Maziarz, Piekot, Poprawa, Zarzeczny, 2010): (1) legibility of the text - long sentences and polysyllabic words may discourage the reader, (2) the sender's empathy in communication (meaning the genuine acceptance of the reader's perspective, imitating the language and way of thinking typical of the receiver), (3) the consistency of linguistic choices – stylistic chaos and lack of homogeneity make the reception of a text difficult, as well as (4) correctness of the language. Moreover, in order for the text to be received in accordance with the intention of the sender, the act of its writing should be preceded by answering four fundamental questions defining the purpose, topic, recipient and style of the text: (1) why are we writing the text? (2) what are we writing about?, (3) to whom are we writing? and (4) how are we going to shape our text, what textual patterns are we going to use? (Miodek et al., 2010, p. 14). Advertisement texts should also be prepared in accordance with the principles of effective communication. One of them is the 2P principle – personalization and personification. It is related to, among others, using direct forms of address and photographs of people's faces. In addition, it is advisable to focus the text on highlighting the benefits (egotism), embedding the text in the reader's circumstances of life (locality) and the involvement of all of their senses (engagement of senses).

to nasilenie się różnych (nieetycznych) praktyk, które sprawiały, że witryna była plasowana na wysokim miejscu w wynikach wyszukiwania, lecz nie korespondowało to z jej przydatnością. Wraz ze zmianami w algorytmach wyszukiwarek na znaczeniu zyskała użyteczność witryny i doświadczenia użytkownika (ang. *user experience*, UX).

Jednym z najistotniejszych czynników wpływających na przydatność i efektywność witryny są treści o odpowiedniej jakości. W tym miejscu należy rozróżnić jakość tekstu od jakości treści. Do treści publikowanych na stronach internetowych można bowiem zaliczyć m.in. materiały multimedialne, w tym filmy wideo, panoramy sferyczne, wirtualne wycieczki, a także obiekty graficzne, w tym infografiki oraz tzw. rotatory i karuzele obrazów, ale także treści generowane przez użytkowników (ang. *user-generated content*), np. w postaci komentarzy i opinii. Niemniej jednak podstawowym rodzajem treści publikowanych na stronach internetowych są teksty pisane. Można je podzielić na kilka zasadniczych typów (Król, 2018): (1) *evergreen content* – teksty ponadczasowe, uniwersalne, długo lub zawsze aktualne, posiadające duży potencjał generowania ruchu organicznego; (2) *breaking news* – „gorące tematy", teksty o relatywnie krótkiej, ograniczonej żywotności, przykuwające uwagę; oraz (3) *cyclical content*, teksty poświęcone wydarzeniom, zjawiskom, trendom, które odbywają się cyklicznie, lub które można prognozować, przewidywać.

Teksty, które są istotne np. z perspektywy procesów biznesowych, w tym reklamowe, opisy ofert, lub które mają zwiększyć zyski, powinny być napisane odpowiednim językiem i przyjmować stosowną formę. Zasadniczo wyróżnia się cztery czynniki, które sprawiają, że dowolny przekaz tekstowy jest zrozumiały (Miodek, Maziarz, Piekot, Poprawa, Zarzeczny, 2010): (1) czytelność tekstu – długie zdania i wielosylabowe wyrazy mogą zniechęcić czytelnika, (2) empatia komunikacyjna nadawcy (oznacza autentyczne przyjęcie perspektywy czytelnika, naśladowanie języka i sposobu myślenia typowego odbiorcy), (3) spójność językowych wyborów – stylistyczny chaos i brak jednorodności utrudnia odbiór tekstu, a także (4) poprawność języka. Ponadto aby tekst mógł być odebrany zgodnie z intencją nadawcy, jego napisanie powinno być poprzedzone odpowiedzią na cztery zasadnicze pytania, określające cel, temat, odbiorcę i styl tekstu: (1) po co piszemy tekst?, (2) o czym piszemy?, (3) do kogo piszemy? oraz (4) w jaki sposób ukształtujemy nasz tekst: jakie wzorce tekstowe wykorzystamy? (Miodek i in., 2010, s. 14). Teksty ofertowe powinny być także przygotowywane według zasad skutecznej komunikacji. Jedną z nich jest zasada 2P – personalizacji i personifikacji. Jest to związane m.in. z zastosowaniem zwrotów bezpośrednich i fotografii ludzkich twarzy. Ponadto wskazane są: koncentracja tekstu na podkreśleniu korzyści (egotyzm), osadzenie tekstu w realiach życiowych odbiorcy (lokalność) oraz zaangażowanie wszystkich zmysłów odbiorcy (sensoryczność).

Jakość tekstów opublikowanych na stronie internetowej można ocenić np. przy pomocy badań ankie-

The quality of texts published on a website may be assessed, for example, by means of empirical surveys, but also by means of analytical methods that use formulas or by means of internet applications (see Król, 2017b). They analyse and evaluate, among others, the amount of text (expressed using the synthetic *Text to HTML Ratio*[1] indicator), the perceptive accessibility of a text (e.g. using the Jasnopis application and the *Gunning Fog Index*[2]) as well as its marketing effectiveness (e.g. by way of a semantic analysis).

Materials and methods

Texts published on the websites of rural tourism facilities in Poland constituted the object of the study. The research took into account those websites whose owners declared on the home page that they run an agritourism farm or a rural tourism facility. The addresses of websites were obtained using the Google search engine and the website directory provided by the "agroturystyka.pl" portal, a website of the Polish Federation of Rural Tourism (Polska Federacja Turystyki Wiejskiej) "Gospodarstwa Gościnne". Google's search engine was chosen because of its high popularity around the world. The research covered 842 sites in paid domains, including the *country code top-level domain* (the ".pl" domain, ccTLD), commercial, European, regional and other subscription-based ones (see Król, 2017a).

The quality of the texts was assessed using the Audyt Hekko (Blink) application[3], which according to its publishers, in addition to assessing the degree of *search engine optimization* (SEO[4]), also evaluates the marketing relevance of the texts published on the website, conducting their semantic analysis[5]. The application's algorithm identifies individual words and phrases (desirable and unfavorable ones) and classifies them according to the adopted categories such as action (e.g. buy now, try it out), advantage (e.g. cheap, economical, fast), uniqueness (e.g. wonderful, only this product), as well as fear or negation (e.g. the use of the word "no"). The words assigned to specific categories are recorded, and their number translates

[1] Text to HTML Ratio (THR) is a synthetic index reflecting the ratio of content to a website's code (a quantitative measure). The basis for calculating THR lies in the assumption that the fundamental type of content published on websites is written text. The THR index ranges from 0 to 100 percentage points.

[2] *The Gunning Fog Index* (FOG) is one of the most popular indicators in the world for determining the accessibility of a text. It defines the degree of lexical and grammatical difficulty of a text (Broda, Maziarz, Piekot, Radziszewski, 2010).

[3] Internet address of the application (URL): http://audyt.hekko.pl

[4] Search engine optimization (SEO) is a series of activities whose aim is to adapt select parameters of a website to the changing design standards (*user experience design*) and to the requirements imposed on websites by search engine algorithms (*machine experience*).

[5] Words used in interpersonal communication have a specific meaning. Some encourage us to act, constitute a "*call to action*" (CTA), others give a sense of security or arouse curiosity (interest). Linguistic semantics examines the problem of meaning in language, as well as the relationship between the form of a sign and the signified content. It discusses the issue of using an abstract system of signs that a language constitutes to describe objects and abstract ideas – "*semantics are fulfilled in the relationships of signs to their referents, i.e. the objects, activities, states and processes described*" (Kiklewicz, 2011, p. 25).

towych o charakterze empirycznym, ale także przy pomocy metod analitycznych, które wykorzystują formuły (wzory) lub przy pomocy aplikacji internetowych (zob. Król, 2017b). Analizują one i oceniają m.in. ilość tekstu (wyrażoną syntetycznym wskaźnikiem *Text to HTML Ratio*[1]), przystępność percepcyjną tekstu (np. przy pomocy aplikacji Jasnopis i wskaźnika mglistości *Gunning Fog Index*[2]) oraz skuteczność marketingową (np. poprzez analizę semantyczną).

Materiały i metody

Przedmiotem badań były teksty opublikowane na stronach internetowych obiektów turystyki wiejskiej w Polsce. W badaniach uwzględniono witryny internetowe obiektów, których właściciele zadeklarowali na stronie głównej, że prowadzą gospodarstwo agroturystyczne lub obiekt turystyki wiejskiej. Adresy witryn pozyskano z wyszukiwarki Google oraz z katalogu witryn udostępnianego przez portal 'agroturystyka.pl', serwis Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne". Wyszukiwarkę Google wybrano z uwagi na jej dużą popularność w świecie. Badaniami objęto 842 witryny w domenach płatnych, w tym w domenie krajowej (domena .pl, ang. *country code top-level domain*, ccTLD), komercyjnych, europejskiej, regionalnych i innych abonamentowych (zob. Król, 2017a).

Ocenę jakości tekstów przeprowadzono przy pomocy aplikacji Audyt Hekko (Blink)[3], która według jej wydawców, oprócz oceny stopnia optymalizacji witryny dla wyszukiwarek (ang. *search engine optimization*, SEO[4]), ocenia także przydatności marketingową tekstów opublikowanych na stronie, dokonując ich analizy semantycznej[5]. Algorytm aplikacji identyfikuje poszczególne słowa i zwroty (pożądane i niekorzystne) i klasyfikuje je według przyjętych kategorii m.in. akcja (np. kup teraz, wypróbuj), korzyść (np. tanio, oszczędnie, szybko), wyjątkowość (np. wspaniały, tylko ten

[1] Text to HTML Ratio (THR) to syntetyczny wskaźnik oddający stosunek treści do kodu strony internetowej (miara ilościowa). U podstawy naliczenia THR leży założenie, że zasadniczym rodzajem treści udostępnianych na stronach internetowych jest tekst pisany. Wskaźnik THR mieści się w przedziale od 0 do 100 punktów procentowych.

[2] Indeks mglistości Gunninga (*Gunning Fog Index*, FOG) to jeden z najpopularniejszych w świecie wskaźników umożliwiających określenie przystępności tekstu. Określa on stopień trudności leksykalnej i gramatycznej tekstu (Broda, Maziarz, Piekot, Radziszewski, 2010).

[3] Adres internetowy aplikacji (URL): http://audyt.hekko.pl

[4] Optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (SEO) to szereg czynności, których celem jest dostosowanie wybranych parametrów witryny do zmieniających się standardów projektowych (*user experience design*) oraz do wymogów, jakie stawiają witrynom algorytmy wyszukiwarek (*machine experience*).

[5] Słowa używane w komunikacji międzyludzkiej mają konkretne znaczenie. Wybrane zachęcają do działania, stanowią „wezwanie do akcji" (ang. *call to action*, CTA), inne dają poczucie bezpieczeństwa lub wywołują ciekawość (zainteresowanie). Semantyka językoznawcza bada problem znaczenia w języku, a także relacji formy znaku do treści oznaczanej. Porusza kwestie wykorzystania abstrakcyjnego systemu znaków, jakim jest język, do opisywania przedmiotów oraz abstrakcyjnych idei – „*semantyka realizuje się w relacjach znaków do desygnatów, tzn. nazywanych przedmiotów, czynności, stanów i procesów*" (Kiklewicz, 2011, s. 25).

into a final mark awarded on a scale from 0 to 100 percentage points, the so-called "semantic score", with 100% indicating the highest – according to the testing algorithm – marketing usefulness of the text. The data obtained in this way was compiled with the result of the SEO audit, which is performed by the Hekko application simultaneously with the semantic evaluation of the text. The SEO audit is closed out by a synthetic final mark on a scale from 0 to 100 percentage points. The higher the index value, the greater the degree of website optimization for search engines (according to the test application algorithm).

produkt), a także strach lub negacja (np. wykorzystanie słowa „nie"). Słowa klasyfikowane w poszczególnych kategoriach są odnotowywane, a ich liczba przekłada się na notę końcową, przyznawaną w skali od 0 do 100 punktów procentowych, tzw. „wynik semantyczny", przy czym 100% oznacza największą, według algorytmu testującego, przydatność marketingową tekstu. Tak pozyskane dane zestawiono z wynikiem audytu SEO, który jest wykonywany przez aplikację Hekko jednocześnie z oceną semantyczną tekstu. Audyt SEO jest wieńczony syntetyczną notą końcową w skali od 0 do 100 punktów procentowych. Im większa wartość wskaźnika, tym większy stopień optymalizacji witryny dla wyszukiwarek internetowych (według algorytmu aplikacji testującej).

Results and conclusions

On a large number of the websites surveyed, there were texts with low (poor) marketing relevance (according to the testing algorithm). In total, they were recorded on 362 websites (approximately 44%). At the same time, about 46.5% of the websites had texts of sufficient marketing utility, written using a relatively large number of phrases that could spark interest and arouse curiosity. Text posted on approximately 10% of the websites was rated as useful for marketing[6]. Little to no marketing utility of the text was recorded on only two of the websites (tab. 1).

Wyniki i wnioski

Na dużej liczbie badanych witryn odnotowano teksty o małej (miernej) przydatności marketingowej (według algorytmu testującego). Łącznie odnotowano je na 362 witrynach (około 44%). Jednocześnie na około 46,5% witryn odnotowano teksty o dostatecznej przydatności marketingowej, napisane z wykorzystaniem relatywnie dużej liczby zwrotów, które mogły wywołać zainteresowanie i wzbudzić ciekawość. Tekst zamieszczony na około 10% witryn został oceniony jako przydatny marketingowo[6]. Jedynie na dwóch witrynach odnotowano znikomą lub żadną przydatność marketingową tekstu (tab. 1).

Table 1. The degree of marketing utility of the text according to the mark obtained in the semantic analysis and the number of sites according to the point scale
Tabela 1. Stopień przydatności marketingowej tekstu według noty uzyskanej w ocenie semantyki i liczba witryn według skali punktowej

Quality ranges (point scale)/ Przedziały jakościowe (skala punktowa)	25-30	35-50	55-70	75-85	90-100
Number of websites/ Liczba witryn	2	366	391	83	0
Percentage (%)/ Ujęcie procentowe (%)	0.2	43.5	46.4	9.9	0
The marketing utility of the text/ Przydatność marketingowa tekstu	Little to no/ Znikoma lub żadna	Low (poor)/ Mała (mierna)	Sufficient/ Dostateczna	Good/ Dobra	Very good/ Bardzo dobra

Source: own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

The strength of the relationship between the mark awarded to a website in the semantic test and the mark obtained in the SEO test was verified using Pearson's r coefficient ($r = 0.547$, $n = 842$, $\alpha = 0.05$, $r^2 = 0.299$, $p < \alpha$). According to Guilford's scale, the strength of the relationship between these variables is high. This means that websites that obtained a relatively high score of optimization for search engines tended to also obtain high scores for the marketing quality of the text (according to the testing algorithm).

Siłę związku pomiędzy notą przyznaną witrynie w teście semantycznym a notą uzyskaną w teście SEO zweryfikowano przy pomocy korelacji liniowej r-Pearsona ($r = 0{,}547$, $n = 842$, $\alpha = 0{,}05$, $r^2 = 0{,}299$, $p < \alpha$). Według skali Guilforda siła związku pomiędzy tymi zmiennymi jest wysoka. Oznacza to, że witryny, które uzyskiwały relatywnie wysoką ocenę stopnia optymalizacji dla wyszukiwarek internetowych często uzyskiwały także wysoką ocenę jakości marketingowej tekstu (według algorytmu testującego).

[6] In this case, marketing utility means the lack of words and expressions qualified by the testing algorithm as negative, with the simultaneous presence of a large number of words and expressions whose overtone is favourable (in a marketing context).

[6] Przydatność marketingowa tekstu oznacza w tym przypadku brak słów i zwrotów kwalifikowanych przez algorytm testujący jako negatywne przy jednoczesnej dużej liczbie słów i zwrotów o pozytywnym wydźwięku (w kontekście marketingowym).

The module of semantic analysis is rarely available in the free versions of the tools. Thus, the conducted analysis gave rise to the question whether an algorithmic evaluation of text semantics is possible in the first place. The obtained results prompted a negative answer. This is not only due to technical limitations, understood as difficulties with programming the "intelligent algorithm". People may also have problems with assessing the actual meaning of an utterance, and it is often a consequence of the influence that the context of an utterance has on its meaning, as well as the interpretation assigned to a message by its receiver. It is all the more "difficult for a machine" (computer software). Buczkowska (2014, p. 26) noted that: "*the actual meaning which should be attributed to a given utterance depends on many components: e.g. the verbal context, the situation in which the statement was made, the speaker's intention, the recipient's knowledge, etc., and not only on the meaning which is conventionally attributed to the expression used in the utterance*". The algorithmic evaluation of a "text's semantics" collides with the fact that linguistic meaning is established as a result of using an expression in specific contexts, and not by its representative properties determined systemically and conventionally (Buczkowska, 2014).

The computer algorithm interprets the given phrases invariably. Currently, it is difficult to find a widely accessible application, whose algorithm would be able to spot the difference between the actual signification of an utterance and the literal meaning of the linguistic expressions used in it. A significant difference may exist between the literal meaning of a given expression and the actual sentiment which its sender wished to express or the meaning assigned to an utterance by its receiver.

The study showed that the Hekko application verifies the use of selected keywords in the text, counts the words and phrases but does not analyse the context in which they were used. Such an operation is not "intelligent," it is mechanical at most. Furthermore, it is difficult to deduce how the final mark, the so-called "semantic score," is calculated. It seems that the algorithm only identifies a specific string of characters - "from space to space" and classifies it into a defined category of words (phrases). Moreover, during the research, it was noticed that an empty hypertext document, devoid of a text and any other elements, received a score of 40 percentage points in the semantic evaluation. This proved that the application used in the tests works "mechanically."

W narzędziach udostępnianych bezpłatnie moduł oceny semantycznej tekstu występuje rzadko. Przeprowadzone badania zrodziły zatem pytanie czy algorytmiczna ocena semantyki tekstu jest w ogóle możliwa? Uzyskane wyniki skłoniły do odpowiedzi przeczącej. Wynika to nie tylko z ograniczeń technicznych, rozumianych jako trudność zaprogramowania „inteligentnego algorytmu". Problemy z oceną faktycznego sensu wypowiedzi mogą mieć także ludzie, a wynika on często z wpływu kontekstu wypowiedzi na jej sens oraz z interpretacji, jaką nadaje wyrażeniu odbiorca przekazu. Tym bardziej jest to „trudne dla maszyny" (oprogramowania komputerowego). Buczkowska (2014, s. 26) zauważyła, że: „*to, jaki faktyczny sens należy przypisać danej wypowiedzi zależy od wielu składników: np. kontekstu słownego, sytuacji, w jakiej nastąpiła wypowiedź, intencji mówiącego, wiedzy odbiorcy itd., a nie tylko od znaczenia konwencjonalnie przypisanego użytemu w wypowiedzi wyrażeniu*". Algorytmiczna ocena „semantyki tekstu" zderza się z faktem, że znaczenie językowe jest konstytuowane jako wynik użycia wyrażenia w określonych kontekstach, a nie przez jego reprezentacyjne własności określone systemowo i konwencjonalnie (Buczkowska, 2014).

Algorytm komputerowy interpretuje dane zwroty bezwzględnie. Trudno obecnie znaleźć ogólnodostępną aplikację, której algorytm potrafiłby znaleźć różnicę pomiędzy tym, jaki przekaz faktycznie niesie dana wypowiedź, a jakie jest literalne znaczenie użytych w niej wyrażeń języka. Może bowiem zaistnieć istotna różnica pomiędzy literalnym znaczeniem danego wyrażenia, a myślą, jaką przez jego użycie chciał wyrazić nadawca przekazu lub znaczeniem jakie danej wypowiedzi przypisuje odbiorca.

Z badań wynikło, że aplikacja Hekko weryfikuje wykorzystanie w tekście wybranych słów kluczowych, zlicza wyrazy i zwroty, jednak nie analizuje kontekstu w jakim zostały użyte. Nie jest to działanie „inteligentne", a co najwyżej mechaniczne. Ponadto trudno wnioskować w jaki sposób naliczana jest nota końcowa, tzw. „wynik semantyczny". Wszystko wskazuje na to, że algorytm identyfikuje jedynie określony ciąg znaków – „od spacji do spacji" i zalicza go do określonej kategorii wyrazów (zwrotów). Ponadto w trakcie badań zauważono, że pusty dokument hipertekstowy, pozbawiony tekstu i jakichkolwiek innych elementów otrzymał w ocenie semantyki notę 40 punktów procentowych. Dowiodło to, że wykorzystana w testach aplikacja działa „mechanicznie".

Conclusion

The semantic evaluation of the texts published on the majority of rural tourism websites has shown that they have been written in a language that contains a lot of phrases that may arouse interest and curiosity. At the same time, however, they required optimization and an increase in the number of expressions connected with marketing.

Podsumowanie

Ocena semantyczna tekstów opublikowanych na większości witryn obiektów turystyki wiejskiej wykazała, że zostały one napisane językiem korzyści z wykorzystaniem zwrotów, które mogły wywołać zainteresowanie i ciekawość. Jednocześnie jednak wymagały one optymalizacji i zwiększenie liczby zwrotów marketingowych.

The results of the semantic analysis of texts in the adopted research model should not be treated as absolute. They require proper interpretation. This applies in particular to the semantic score, i.e. the final mark, which may be high due to the large number of words identified as "favourable" in the text, despite the fact that these words could have been used in a negative manner, or due to the lack of words (phrases) classified as negative. Regardless of its limitations, the Hekko application provides tips related to using a higher number of specific marketing phrases or removing the undesirable ones.

The study has shown that a complete assessment of the text on a website should also include an automated (algorithmic) measurement of its length and perceptive accessibility. However, taking such measures is still not sufficient for an appropriate evaluation of a text's quality. Nothing can replace an expert's assessment involving the direct exploration of a website. Only the interpretation of results, appropriate formatting (presentation) of the text and supplementing it with graphical elements and video materials leads to an improved use of the content's potential. These activities form the basis of content marketing.

It is difficult to demonstrate the direct impact of the quality of texts published on the websites of rural tourism facilities on socio-economic development. However, it is possible to show their indirect influence. The quality of texts is part of the "general" quality of a website. As a form of presentation and promotion and increasingly also a selling tool, a website can shape a brand's image and translate directly into an increase in the number of customers acquired by owners of rural tourism facilities via the Internet. This, in turn, stimulates economic development, particularly in the services sector, disregarding the negative effects associated with the increased tourist traffic in a given village.

Wyników analizy semantycznej tekstu, w przyjętym modelu badań, nie należy traktować bezwzględnie. Wymagają one odpowiedniej interpretacji. W szczególności dotyczy to wyniku semantycznego, tj. noty końcowej, która może być wysoka z uwagi na dużą liczbę słów w tekście, zidentyfikowanych jako „korzystne", podczas gdy słowa te mogły zostać użyte w wypowiedzi o negatywnym wydźwięku, lub brak słów (zwrotów) klasyfikowanych jako negatywne. Bez względu na ograniczenia, aplikacja Hekko dostarcza wskazówek związanych z wykorzystaniem większej liczby określonych zwrotów marketingowych lub usunięciem niepożądanych.

Badania pokazały, że kompletna ocena tekstu zamieszczonego na stronie internetowej powinna także objąć zautomatyzowany (algorytmiczny) pomiar jego ilości oraz przystępności percepcyjnej. Wciąż jednak będzie to niewystarczające do oceny jakości tekstu. Nic bowiem nie zastąpi oceny eksperckiej, polegającej na bezpośredniej eksploracji witryny. Tylko interpretacja wyników, odpowiednie formatowanie (prezentacja) tekstu oraz uzupełnienie go elementami graficznymi i materiałami wideo prowadzi do lepszego wykorzystania potencjału treści. Działania te stanowią podstawę marketingu treści.

Trudno jest wykazać bezpośredni wpływ jakości tekstów opublikowanych na stronach internetowych obiektów turystyki wiejskiej na rozwój społeczno-gospodarczy. Można jednak wykazać ich wpływ pośredni. Jakość tekstów wpisuje się bowiem w jakość witryny internetowej „w ogóle". Witryna internetowa jako forma prezentacji i promocji, coraz częściej także narzędzie sprzedaży, może kształtować wizerunek i przełożyć się na wzrost liczby klientów pozyskanych przez właścicieli obiektów turystyki wiejskiej za pośrednictwem Internetu. To z kolei stymuluje rozwój gospodarczy, w szczególności w sektorze usług, abstrahując od negatywnych skutków związanych ze wzrostem ruchu turystycznego na wsi.

References/ Literatura:

1. Adamowicz, M., Zwolińska-Ligaj, M. (2009). Koncepcja wielofunkcyjności jako element zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich. *Zeszyty Naukowe SGGW. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, *51*(2), 11-38.
2. Balińska, A., Zawadka, J. (2013). Znaczenie agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 102, 127-143.
3. Bednarek-Szczepańska, M. (2011). Mit o agroturystyce jako szansie rozwojowej dla polskiej wsi. *Czasopismo Geograficzne*, *82*(3), 249-270.
4. Buczkowska, J. (2014). Znaczenie wyrażenia a sens wypowiedzi. Semantyczne i pragmatyczne składniki komunikacji. *Studia Philosophiae Christianae UKSW*, *50*(2), 25-45.
5. Broda, B., Maziarz, M., Piekot, T., Radziszewski, A. (2010). Trudność tekstów o Funduszach Europejskich w świetle miar statystycznych. *Rozprawy Komisji Językowej WTN*, 37, 23-40.
6. Dorocki, S., Szymańska, A. I., Zdon-Korzeniowska, M. (2013). Przedsiębiorstwa agroturystyczne w gospodarce opartej na wiedzy. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 24, 38-58.
7. Gołębiewska, B., Pajewski, T. (2015). Agroturystyka i walory środowiskowe w rozwoju lokalnym. W: K. Krzyżanowska, M. Roman (red.), *Problemy rozwoju regionalnego i lokalnego w Polsce* (s. 81-91). Pułtusk: Wydawnictwo Urzędu Miejskiego w Pułtusku.
8. Guzal-Dec, D. (2015). Strategie rozwoju lokalnego jako narzędzie zarządzania rozwojem gmin położonych na obszarach przyrodniczo cennych województwa lubelskiego. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, *17*(3), 125-130.
9. Halamska, M. (2011). Drobne gospodarstwa i ich właściciele na polskiej wsi. Refleksje socjologiczne. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*, *36*(2), 113-129. https://doi.org/10.2478/v10225-012-0016-3
10. Kachniewska, M. (2012). Internetowe platformy upowszechniania wiedzy jako narzędzie poprawy konkurencyjności przedsiębiorstw i regionów turystycznych. W: M. Morawski (red.), *Zarządzanie wiedzą w turystyce a efektywność gospodarki turystycznej* (s. 13-34). Wrocław: Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu.

11. Kachniewska, M. (2015). Potencjał mediów społecznościowych w obszarze popularyzacji aktywności turystycznej. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 50, 35-48.
12. Kiklewicz, A. (2011). Reguły konwersacji HP Grice'a: pragmatyka czy semantyka?. *Linguistica Copernicana*, *2*(6), 25-38. https://doi.org/10.12775/LinCop.2011.020
13. Król, K. (2017a). Adresy internetowe gospodarstw agroturystycznych i ich wartość informacyjna. *Folia Turistica*, 45, 79-92. https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.0508
14. Król, K. (2017b). The quality of the websites of agritourism farms in Visegrad Group countries in the light of selected synthetic measures. *Economic and Regional Studies*, *10*(4), 76-85. https://doi.org/10.29316/ers-seir.2017.36
15. Król, K. (2018). Marketing treści w promocji gospodarstw agroturystycznych. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie*, 29, 175-185. https://doi.org/10.17512/znpcz.2018.1.14
16. Król, K., Bedla, D. (2014). Ocena witryn internetowych gospodarstw agroturystycznych. *Marketing i Rynek*, 11, 22-29.
17. Król, K., Halva, J. (2017). Measuring efficiency of websites of agrotouristic farms from Poland and Slovakia. *Economic and Regional Studies*, *10*(2), 50-59. https://doi.org/10.2478/ers-2017-0015
18. Kuźniar, W. (2015). Postawy lokalnej społeczności wobec rozwoju turystyki wiejskiej i ich konsekwencje dla obszaru recepcji. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, *42*(2), 296-305.
19. Mikulska, T. (2008). Korzyści i bariery rozwoju turystyki w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem województwa małopolskiego. W: I. Sikorska-Wolak (red.), *Ekonomiczne i społeczne aspekty turystyki wiejskiej* (s. 161-173). Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
20. Miodek, J., Maziarz, M., Piekot, T., Poprawa, M., Zarzeczny, G. (2010). *Jak pisać o Funduszach Europejskich?* Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.
21. Prussak, W. (2006). *Zarządzanie jakością. Wybrane elementy*. Poznań: Wyd. Politechniki Poznańskiej.
22. Radkowska, J., Radkowski, K., Sobotkiewicz, D. (2009). *Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem w warunkach gospodarki rynkowej. Wybrane zagadnienia*. Legnica: Seria wydawnicza Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Legnicy.
23. Sawicki, B., Golian, S. (2013), Promocja i dystrybucja usług noclegowych w gminie Krasnobród. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, *9*(58), 435-445.

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

ECOLOGICAL AWARENESS IN THE BEHAVIOUR OF YOUNG CONSUMERS - STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMIC AND TECHNICAL SCIENCES OF POPE JOHN PAUL II STATE SCHOOL OF HIGHER EDUCATION IN BIAŁA PODLASKA

ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA W ZACHOWANIACH MŁODYCH KONSUMENTÓW – STUDENTÓW WNET PAŃSTWOWEJ SZKOŁY WYŻSZEJ IM. PAPIEŻA JPII W BIAŁEJ PODLASKIEJ

Monika Łęska[1(A,B,D,E,F)], **Agnieszka Kuś**[1(C)]

[1]Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska

Łęska, M., Kuś, A. (2018). Ecological awareness in the behaviour of young consumers - students of the Faculty of Economic and Technical Sciences of Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska/ Świadomość ekologiczna w zachowaniach młodych konsumentów – studentów WNET Państwowej Szkoły Wyższej im. Papieża JPII w Białej Podlaskiej. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 119-129. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0040

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: D12, I23

Submitted:
December 2018

Accepted:
December 2018

Tables: 0
Figures: 8
References: 28

Summary

Subject and purpose of work: The reason for choosing the subject and undertaking the studies were information gaps regarding the behaviour of young consumers in the area of activities related to enviroment.
Materials and methods: The study employed purposeful sampling with regards to the participants' field of study (programmes with environmental education content) and the year of education, as well as stratified sampling according to the structure of the population and its division into groups based on specified features. The technique of auditorium questionnaire was used.
Results: The analysis showed that the students are characterised by a high level of ecological awareness and a sense of responsibility for it, and that is they are informed and pragmatic consumers. As involved and ecological consumers, they behave in a pro-ecological way and create desirable patterns of consumer behaviour.
Conclusions: It was found that the students have a sense of responsibility for the surrounding environment. Convinced about their individual influence, they create desirable patterns of pro-ecological behaviour.

Keywords: environmental awareness, environmental protection, environmental education, consumer behaviour

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: D12, I23

Zgłoszony:
grudzień 2018

Zaakceptowany:
grudzień 2018

Tabele: 0
Rysunki: 8
Literatura: 28

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Uzasadnieniem wyboru tematu oraz podjęcia badań były luki informacyjne w zakresie zachowań młodych konsumentów w obszarze działań związanych ze środowiskiem.
Materiały i metody: W badaniach zastosowano celowy dobór próby z uwagi na kierunek i rok kształcenia oraz warstwowy - znana była struktura populacji oraz podział na warstwy wg określonych cech. Wykorzystano technikę ankiety audytoryjnej.
Wyniki: Analizowanych studentów charakteryzuje wysoki poziom świadomości ekologicznej oraz poczucia odpowiedzialności za nie jako konsumentów poinformowanych i pragmatycznych. Podejmują oni zachowania proekologiczne oraz jako konsumenci zaangażowani i ekologiczni tworzą pożądane wzorce zachowań konsumenckich.
Wnioski: Analizowani studenci mają poczucie odpowiedzialności za otaczające ich środowisko zaś przekonanie o indywidualnym wpływie znajduje przełożenie w proekologicznych zachowaniach.

Słowa kluczowe: świadomość ekologiczna, ochrona środowiska, edukacja ekologiczna, zachowania konsumenckie

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr Monika Łęska (ORCID 0000-0001-5275-6924), dr Agnieszka Kuś (ORCID 0000-0002-6258-6823), Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Wydział Nauk Ekonomicznych i Technicznych, ul. Sidorska 95/97, 21-500 Biała Podlaska, Poland; phone: +48 83 344-99-05; e-mail: leskamon@poczta.onet.pl, lewczukaga@wp.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Monika Łęska, Agnieszka Kuś. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

The constantly deteriorating condition of the natural environment determines the search for more effective ways of protecting the surrounding nature. This search focuses on measures in the field of technology (modern, protecting and restoring the balanced ecosystem technologies), socioeconomic, and political and legal areas, adopting the form of co-operation between social and economic organisations in order to develop both environmental protection mechanisms and their effective implementation. Nevertheless, the area of vital importance is the educational area relating to social and individual awareness (Frątczak, 1995, p. 5; Hłobił, 2010, pp. 87-94), where it is necessary to change attitudes and implement a more sensitive approach towards environmental issues expressed, inter alia, in the change of lifestyle, which will be illustrated by changes in consumer behaviour.

Defining the concept of ecological awareness is difficult due to the compilation of elements from both social and natural sciences. This is reflected in the definition of ecological awareness as a specific form of social awareness manifested in people's thinking and experiences, as well as in social standards of understanding, experiencing and valuing the biosphere (Bieniasz-Marek, 2004, pp. 83-87; Papuziński, 2006, p. 33 -40). In order to determine the state of ecological awareness, T. Burger introduced two conceptual categories: the pro-ecological attitude as a clear and decisive statement for environmental protection and ecological indifference, which may take the form of promoting environmental protection, but not demonstrating pro-ecological attitude, an indifferent form and lack of interest in issues, the form of noticing the issues of protection and yet showing lack of activity in this area, and the form of conscious opposition to environmental protection (Burger, 2005, pp. 9-11). The awareness level among the Polish people is subject to constant monitoring. The widest research in this area was carried out by the Institute for Sustainable Development (ISD), operating since 1990[1]. Fragmented project studies are also undertaken for selected areas and issues (Bołtromiuk, Burger, 2010, Albińska, 1999/2000, Bayer Ltd. 2005; Centre of Environmental Education, 2010). Worth mentioning is also a review of studies carried out throughout 2009 - 2015 concerning the awareness, attitudes and behaviours of Poles, expanded by topics and problems for which reliable data is lacking (TNS Poland for the Ministry of the Environment, 2015, p. 6) while there is a lack of knowledge about specific groups including teachers, children and young people. It is these groups that are extremely important from the perspective of disseminating ecological knowledge and shaping ecological habits. It is important to establish the conviction among children and young people that the fate of nature and the responsibility for its condition

[1] The research on ecological awareness of Polish people was carried out by CBOS in 1992, 1993, 1993, 2000, 2002, 2008, 2009, 2011 and 2012.

Wstęp

Nieustannie pogarszający się stan środowiska naturalnego determinuje poszukiwania bardziej skutecznych sposobów dbałości o otaczającą przyrodę. Owo poszukiwanie koncentruje się na działaniach w obszarze technologicznym (nowoczesne, chroniące i przywracające równowagę ekosystemową technologie) czy społeczno – ekonomicznym i polityczno – prawnym przybierającym kszałt kooperacji organizacji społecznych i gospodarczych w celu wypracowania zarówno mechanizmów ochrony środowiska, jak i ich efektywnej implementacji. Niemniej jednak obszarem o kluczowym znaczeniu jest obszar edukacyjny odnoszący się do świadomości społecznej i indywidualnej (Frątczak, 1995, s. 5; Hłobił, 2010, s. 87-94), gdzie niezbędna jest zmiana w postawie i uwrażliwienie wobec kwestii środowiskowych wyrażająca się między innymi w zmianie stylu życia czego ilustracją będą zmiany zachowań konsumenckich.

Zdefiniowanie pojęcia świadomości ekologicznej jest trudne z uwagi na kompilację elementów z dziedziny zarówno nauk społecznych, jak i przyrodniczych. Znajduje to odzwierciedlenie w definicji świadomości ekologicznej jako swoistej formy świadomości społecznej przejawiającej się w myśleniu i przeżyciach ludzi, jak i w społecznych standardach rozumienia, przeżywania i wartościowania biosfery (Bieniasz-Marek, 2004, s. 83-87; Papuziński, 2006, s. 33-40). Aby określić stan świadomości ekologicznej T. Burger wprowadził dwie kategorie pojęciowe: postawa proekologiczna jako jednoznaczne i zdecydowane opowiadanie się za ochroną środowiska i obojętność ekologiczna, która może przybierać formę sprzyjania ochronie środowiska, ale nie demonstrowania postawy proekologicznej, forma obojętna i brak zainteresowania problematyką, dostrzegania problematyki ochrony ale braku aktywności w tym zakresie oraz formę świadomego przeciwstawiania się ochronie środowiska naturalnego (Burger, 2005, s. 9-11). Stopień świadomości Polaków podlega nieustannemu monitorowaniu. Najszersze badania w tym zakresie prowadził działający od 1990 Instytut na rzecz Ekorozwoju (InE)[1]. Podejmowane są również fragmentaryczne badania projektowe dla wybranych obszarów oraz zagadnień (Bołtromiuk, Burger, 2010; Albińska, 1999/2000; Bayer Sp.z o.o. 2005; Centrum Edukacji Ekologicznej, 2010). Wartym zaznaczenia jest również przegląd badań zrealizowanych w latach 2009 – 2015 dotyczących świadomości, postaw i zachowań Polaków poszerzony o tematy i problemy, w zakresie których brakuje wiarygodnych danych (TNS Polska dla Ministerstwa Środowiska, 2015, s. 6), brakuje natomiast wiedzy o grupach specyficznych – m.in. nauczycielach, dzieciach i młodzieży. To właśnie te grupy są niezwykle istotne z perspektywy szerzenia wiedzy ekologicznej oraz kształtowania nawyków ekologicznych. Ważne jest ugruntowanie przekonania wśród dzieci i młodzieży, że losy przyrody i odpowiedzialność za jej stan nie zależą tylko od świata

[1] Badania świadomości ekologicznej Polaków były przeprowadzone przez CBOS w roku 1992,1993,1997, 2000, 2002, 2008, 2009, 2011 i 2012.

do not depend only on the world of trade and politics, but also (to the greatest extent) on individual persons, being the sum of their smaller and larger decisions.

Ecological education of the society is a task for, among others, schools at all levels, and also for universities. Sustainable development requires not only investment in modern and/or pro-ecological technologies and sustainable exploitation of natural resources but above all, investment in high ecological awareness, which also means the willingness to become involved in solving problems related to environmental protection (Moryń-Kucharczyk, 2016, p. 2654 -271). It is also important to answer the question whether the presumptions within the formation of ecological awareness are the result of understanding the nature of the problem or is it a manifestation of political correctness, or perhaps a social fashion for being "eco"?

The study on ecological awareness of students is part of a wide context of social attitudes (responsibility, care for others) which constitute motivation and determine the direction of people's action (Garczewska, 2017, pp. 166-199), and therefore it is necessary to look more closely at generational issues.

Generation (Latin generatio) is a term showing connotations with birth both in social and natural sciences[2] (Gwarek et al. 2014, pp. 127-142; Baran, Kłos, 2014, pp. 923-928; Rusak, 2013, pp. 10-12) and the common generational experience emphasised by many researchers (Kamińska, 2007). This understanding of the generation appeared for the first time in the works of Wilhelm Dilthey and Karl Mannheim, who referred in his youth survey to the theory of his great predecessor. He divided the generation into a potential generation as a consequence of biological generations and the actual generation - being aware of the distinctiveness formed on the basis of breakthrough events of historical or social character (Manhein, 1992/1993, pp. 136-169). In the same vein, the generation was also presented by Polish researchers. Kazimierz Wyka, the author of an influential theory created in the 1930s and present in Polish culture since the 1950s. defining a generation as people of similar biological age connected by the unity of experiences including the feeling of shared experience (Wyka, 1959, p. 295). Maria Ossowska examines the term in a more general way, giving it three non-mutually exclusive meanings: 1. "the generation as a particular link in the biological genealogy"; 2. "the generation as a particular link of cultural genealogy"; 3. "the generation as a group of people with common attitudes determined by jointly experienced historical events" (Ossowska, 1963, pp. 47-51). Contemporary youth researchers modify classical definitions, stressing that what is important

[2] Nowadays, taking into account the year of birth, there are five generations which function side by side: 1928 – 1945-"Silent generation", „Radio Babies", „Veterans"; 1946-1964-"Baby Boomers", 1965-1979-"Generation X", „Baby Busters", „Post Boomers", „SlackerGeneration", „Indifferent Generation", „Lost Generation"; 1980-1996-"Generation Y", „Millenial Generation", „The next generation" „Generation Why", „Seeking Generation", „The next generation", „Net Generation", „Digital natives," „Web Generation", „Einsten's Generation", „Echo Boomers"; after 1996, „Generation Z", „Generation C" (connected), the „iGeneration".

handlu i polityki, ale również (w największym stopniu) od poszczególnych jednostek będący sumą ich drobnych i większych decyzji.

Edukacja ekologiczna społeczeństwa to zadanie m.in. dla szkół na wszystkich jej poziomach, ale również dla uczelni wyższych. Zrównoważony rozwój wymaga bowiem inwestycji nie tylko w nowoczesne i/lub proekologiczne technologie i racjonalną gospodarkę zasobami naturalnymi, ale przede wszystkim wysokiej świadomości ekologicznej oznaczającej również gotowość do zaangażowania się w rozwiązywanie problemów związanych z ochroną środowiska naturalnego (Moryń-Kucharczyk, 2016, s. 2654-271). Ważnym pozostaje również odpowiedź na pytanie, czy dywagacje w obrębie kształtowania świadomości ekologicznej to efekt zrozumienia natury problemu czy też jest to przejaw poprawności politycznej, a może społecznej mody na bycie „eco"?

Przeprowadzone badanie świadomości ekologicznej studentów wpisuje się w szeroki kontekst zagadnień postaw społecznych (odpowiedzialność, troska o innych) stanowiących motywację i wyznaczających kierunek ludzkich działań (Garczewska, 2017, s. 166-199), a zatem konieczne staje się bliższe przyjrzenie zagadnieniom pokoleniowości.

Pokolenie (generacja – łac. generatio) to termin posiadający zarówno w naukach społecznych, jak i przyrodniczych konotację z urodzeniem[2] (Gwarek i in. 2014, s. 127-142; Baran, Kłos, 2014, s. 923-928; Rusak, 2013, s.10-12) oraz podkreślane przez wielu badaczy wspólne przeżycie pokoleniowe (Kamińska, 2007). Takie rozumienie pokolenia pojawiło się po raz pierwszy w pracach Wilhelma Diltheya oraz nawiązującego w swoich badaniach o młodzieży do teorii wielkiego poprzednika Karla Mannheima. To on podzielił pokolenie na pokolenie potencjalne będące następstwem generacji biologicznych oraz pokolenie rzeczywiste - świadome odrębności ukształtowanej na bazie przełomowych wydarzeń o charakterze historycznym lub społecznym (Manhein,1992/1993,s. 136-169). W podobnym nurcie pokolenie przedstawiali również polscy badacze. Kazimierz Wyka, twórca wpływowej teorii stworzonej w latach 30. XX wieku zaś obecnej w polskiej kulturze od lat 50. XX wieku pokoleniem określa osoby w podobnym wieku biologicznym powiązane wspólnotą doświadczeń w tym odczuciem wspólnego przeżycia (Wyka, 1959, s. 295). Nieco bardziej ogólnie rozpatruje pojęcie Maria Ossowska nadając mu trzy niewykluczające się znaczenia: 1. „pokolenie jako poszczególne ogniwo genealogii biologicznej; 2. pokolenie jako poszczególne ogniwo genealogii kulturowej; 3. pokolenie jako grupa ludzi o wspólnych postawach wyznaczonych przez wspólnie przeżyte wydarzenia historyczne" (Ossowska, 1963, s. 47-51). Współcześni badacze młodzieży modyfikują klasyczne defnicje

[2] Współcześnie biorąc pod uwagę rok urodzenie wyróżnia się pięć funkcjonujących obok siebie generacji: 1928–1945 - „Cicha generacja", „Radio Babies", „Veterans"; 1946–1964 - „Baby Boomers", 1965–1979 - „Pokolenie X", „Baby Busters", „Post Boomers", „SlackerGeneration", „Generacja obojętna", „Pokolenie stracone"; 1980–1996 - „Pokolenie Y", „Generacja Millenium", „Następna generacja" „Generacja Why", „Generacja poszukująca", „Następna generacja", „Generacja Net", „Digital natives", „Generacja sieci", „Generacja Eisteina", „Echo Boomers"; po 1996 – „Pokolenie Z", „Pokolenie C" (ang. connected), „iGeneration".

for previous generations (the uniqueness of common social or historical experiences) turns out to be less important now. Such a redefinition is provided by H. Świda - Zięba (1995) and B. Fatyga (2005, pp. 194-196), stating that the modern young generation is united by the creation of similar career paths or affiliation to subcultures to a greater extent than by the union of traumatic experiences. Baby boomer generation of the 1980s is a generation growing up in times of cultural and technological breakthrough. So far, it has received many labels[3] (Stachowska, 2012, pp. 33-56, Huntley, 2006, p. 10) and the ambiguities accumulated around the most frequently indicated traits. There is also a group of researchers who believe that "Y" labelling, one of the most popular terms for this generation, should be used only for young people in the USA and Canada, and yet it seems that the Polish variant does not differ much from the American one. The generation of today's 20-30-year-olds is an 11-million group with a heterogeneous structure (Odyseja of PR, Mobile Institute, Mexad, 2014). Older millennials (1980-1989) have much in common with the preceding Generation X, however the technological progress and social changes have made their behavioural patterns different. The development of technology have caused the need to adapt to new network conditions, but the process of adaptation is still continuing because it also requires changes in the way of communication, working or spending free time. The younger millennials (1990-2000) is a group of about 5 million, constantly connected to the network, which is the main source of information for them and the smartphone serves as an "extension of their hand" (Wojtaszczyk, 2013, pp. 22-28). The modern generation possesses competences which allow them to make and keep friends online, to learn using a computer and to perform team tasks without physical contact with other members of the group. These "virtual" competencies according to Y. Wang and N. Haggerty from the University of Ontario include knowledge and skills necessary for communication and work in a virtual space. Among the many features in relation to the representatives of this generation, it is worth noting how the millennials behave during shopping, especially in relation to their alleged consumerism. Older Millennials are shopping pragmatics "smart shoppers" - making reasonable choices while younger representatives of the "cool hunters" generation appreciate the added value in the purchase offer; if the brand of the product also supports a noble goal that a buyer can relate to, the probability of its selection increases significantly.

This is reflected in the features of the post-modern consumer, for whom the items purchased are above all a demonstration of beliefs, attitudes and lifestyle. They also appreciate the importance of relationships between man and nature, which results in support for activities contributing to environmental protection and tendency to buy and consume ecological products

[3] The terminology used in relation to the generation of modern 20-30-year-olds is very different - „Generation I", „Network generation", „Millennial generation", „Millennials", „Net Generation", „Nintendo", „Thumb Generation", „ Me me me Generation „," Game Boy Generation „," Generation of flip-flops and iPods „

akcentując, że to, co istotne dla poprzednich pokoleń (wyjątkowość wspólnych doświadczeń społecznych lub historycznych) w dzisiejszych realiach okazuje się mniej ważne. Taką redefinicję podaje H. Świda – Zięba (1995) oraz B. Fatyga (2005, s. 194-196) stwierdzając, że wpółczesne młode pokolenie bardziej niż wpólnota traumy łączy tworzenie podobnych ścieżek kariery czy przynależność do subkultur. Pokolenie wyżu demograficznego z lat 80. XX wieku to pokolenie dorastające w czasach przełomu kulturowo – technologicznego. Jak dotąd doczekało się ono wielu etykiet[3] (Stachowska, 2012, s. 33-56; Huntley, 2006, s. 10) i niejednoznaczności narosłych wokół najczęściej wskazywanych cech. Istnieje również grupa badaczy będących zdania, iż jeden z najpopularniejszych terminów w odniesieniu to tego pokolenia czyli Y należy używać wyłącznie dla młodzieży w USA i Kanadzie niemniej jednak wydaje się, iż polski wariant nie różni się znacząco od amerykańskiego. Pokolenie dzisiejszych 20-30 latków to 11 mln grupa o niejednorodnej strukturze (Odyseja PR, Mobile Institute, Mexad, 2014). Starsi Milenialsi (1980-1989) mają wiele cech charakterystycznych dla poprzedzającego ich pokolenia X jednakże postęp technologiczny oraz zmiany społeczne spowodowały, iż odmiennie uformowały się ich wzorce zachowań. Rozwój technologii spowodował konieczność dostosowania się do nowych, sieciowych warunków, ale proces adaptacji trwa ponieważ wymaga również zmian w sposobie porozumiewania się, pracy czy spędzaniu czasu wolnego. Młodsi Milenialsi (1990-2000) to około 5mln grupa nieustannie podłączona do sieci, stanowiącej dla nich główne źródło informacji zaś smartfon jest „przedłużeniem ich ręki" (Wojtaszczyk, 2013, s. 22-28). Współczesne pokolenie posiada kompetencje, pozwalające na nawiązywanie i utrzymywanie znajomości w sieci, uczenie się przy użyciu komputera oraz wykonywanie zadań zespołowych bez fizycznego kontaktu z innymi członkami grupy. Te „wirtualne" kompetencje wg Y. Wanga i N. Haggerty z Uniwersytetu w Ontario obejmują wiedzę i umiejętności niezbędne do komunikacji i pracy w wirtualnej przestrzeni. Spośród wielu cech w odniesieniu do przedstawicieli tego pokolenia warto zwrócić uwagę jak postępują Milenialsi na zakupach szczególnie w odniesieniu do zarzucanego im komsumpcjonizmu. Starsi Milenialsi to zakupowi pragmatycy „smart shoppers" – dokonujący rozsądnych wyborów natomiast młodsi przedstawiciele pokolenia „cool hunters" doceniają wartość dodaną w ofercie zakupu; jeśli za marką produktu idzie wsparcie na szczytny, bliski im cel prawdopodobieństwo wyboru znacznie wzrasta.

Ma to swoje odbicie w cechach konsumenta ponowoczesnego, dla którego kupowane przedmioty są przede wszystkim demonstracją przekonań, postaw i stylu życia. Doceniana jest przez niego także waga związków pomiędzy człowiekiem a naturą, czego efektem jest popieranie działań na rzecz ochrony środowiska oraz dążenie do nabywania i konsumowania produktów ekologicznych (Firat, Schulz, 1997, s. 186).

[3] Terminologia stosowana w odniesieniu do pokolenia współczesnych 20-30-latków jest bardzo różna - „Pokolenie Ja", „Pokolenie sieci", „Pokolenie Milenium", „Milenialsi", „Net Generation", „Nintendo", „Thumb Generation", „Me me me Genaration", „Game Boy Generation", „Pokolenie klapek i iPodów"

(Firat, Schulz, 1997, p. 186). this is especially evident at a time when the role of market regulation was taken over by consumers in the pursuit of shaping conscious and rational behaviours that put health and safety above convenience (Smyczek, Sowa, 2003, pp. 164, Harris, 2003). Today, four trends in consumer behaviour on the market can be identified. The first one presents an informed consumer, whose behaviour is influenced by the propagation of information and communication technologies. The second trend, being a supplement to the previous one, presents a pragmatic consumer who is increasingly becoming an expert in the search and acquisition of the information on products. The third trend presents an involved consumer who has access to information, is conscious and demanding, but above all values their own money, time and convenience. The last trend, being a continuation of the previous one, presents an ecological consumer. They attach great importance to diet and healthy lifestyle, because they are increasingly aware of the influence of these factors on their physical health and mental condition.

Research methodology and material

The research deficit and information gaps in the behaviour of young consumers in the area of environmental protection were the reason behind the selection of the topic and undertaking the research. The research used a diagnostic survey method, the auditorium questionnaire technique, due to the high degree of sample control and the same measurement conditions for all respondents. The questionnaire consisted of 9 questions (disjunctive closed, conjunctive semi-open and scaling questions) and the respondent profile. The selection of the sample was intentional due to the direction (educational programs containing the content of ecological education) and the year of education (the first) in the area of economic sciences (students of the Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska) and stratified - the structure of the population was known and the division into layers according to specific features (field of study: Finance and Accounting, National Security, Management, Economics). The research sample numbered N = 143 people, which constitutes 80% of the population.

The research was aimed at obtaining answers to the following research problems:

1. What level of ecological awareness and sense of responsibility characterizes students as informed and pragmatic consumers.
2. Whether students, being involved and ecological consumers, undertake pro-ecological consumer behaviour, also create desirable patterns of such behaviour.

Research Results

The social aspect of the relationship between man and environment in the opinions of respondents indicates a relatively high level of ecological awareness among students, determined on the basis

Jest to szczególnie widocznie w czasie, kiedy rolę regulowania rynku przejęli konsumenci w dążeniu do ukształtowania zachowań świadomych i racjonalnych, przedkładających zdrowie i bezpieczeństwo ponad wygodę (Smyczek, Sowa, 2003, s. 164; Harris, 2003). Współcześnie można wskazać cztery trendy w zachowaniu konsumentów na rynku. Pierwszy z nich przedstawia konsumenta poinformowanego, na którego zachowanie ma wpływ upowszechnienie się technologii informacyjnych i komunikacyjnych. Trend drugi, będący uzupełnieniem poprzedniego, przedstawia konsumenta pragmatycznego, który coraz częściej staje się ekspertem w poszukiwaniu i nabywaniu wiedzy o produkcie. Trend trzeci przedstawia konsumenta zaangażowanego, który ma dostęp do informacji, jest świadomy oraz wymagający, ale przede wszystkim ceni swoje pieniądze, czas i wygodę. Ostatni trend, będący kontynuacją poprzedniego, przedstawia konsumenta ekologicznego. Coraz większą wagę przywiązuje on do diety i zdrowego stylu życia, gdyż jest coraz bardziej świadomy wpływu tych czynników na jego zdrowie fizyczne a także kondycję psychiczną.

Materiał i metodyka badań

Uzasadnieniem wyboru tematu oraz podjęcia badań był deficyt badawczy i luki informacyjne w zakresie zachowań młodych konsumentów w obszarze działań związanych z ochroną środowiska. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, technikę ankiety audytoryjnej z uwagi na wysoki stopień kontroli próby oraz jednakowe warunki prowadzenia pomiaru dla wszystkich respondentów. Kwestionariusz ankiety składał się z 9 pytań (pytania zamknięte dysjunktywne, półotwarte koniunktywne i skalujące) oraz metryki. Dobór próby był celowy z uwagi na kierunek (programy kształcenia zawierające treści edukacji ekologicznej) i rok kształcenia (pierwszy) w obszarze nauk ekonomicznych (studenci WNEiT PSW im. Papieża JP II) oraz warstwowy - znana była struktura populacji oraz podział na warstwy wg określonych cech (kierunek studiów: Finanse i Rachunkowość, Bezpieczeństwo Narodowe, Zarządzanie, Ekonomia). Próba badawcza liczyła N=143 osoby, co stanowi 80% populacji.

Badania zmierzały do uzyskania odpowiedzi na następujące problemy badawcze:

1. Jaki poziom świadomości ekologicznej oraz poczucia odpowiedzialności za nie cechuje studentów jako konsumentów poinformowanych i pragmatycznych.
2. Czy studenci jako konsumenci zaangażowani i ekologiczni podejmują proekologiczne zachowania konsumenckie tworząc również pożądane wzorce takich zachowań.

Wyniki badań

Społeczny aspekt relacji człowiek – środowisko w opiniach respondentów wskazuje na stosunkowo wysoki poziom świadomość ekologicznej studentów określanej na podstawie wiedzy o stanie środowi-

of the knowledge about the condition of the natural environment both in Poland and in the immediate vicinity which made its assessment possible. A good condition of the natural environment, although to a different degree of intensity, was indicated by 67% of respondents (in Poland) and 85% in the area. In this context, it was necessary to examine what constitutes the main source of information for respondents.

ska naturalnego zarówno w Polsce, jak i w najbliższej okolicy pozwalającej dokonać jej oceny. Dobry stan środowiska naturalnego chociaż w różnym stopniu natężenia określiło odpowiednio 67% respondentów (w Polsce) i 85% w okolicy. W tym kontekście należało zatem zbadać co stanowi dla respondentów główne źródło informacji.

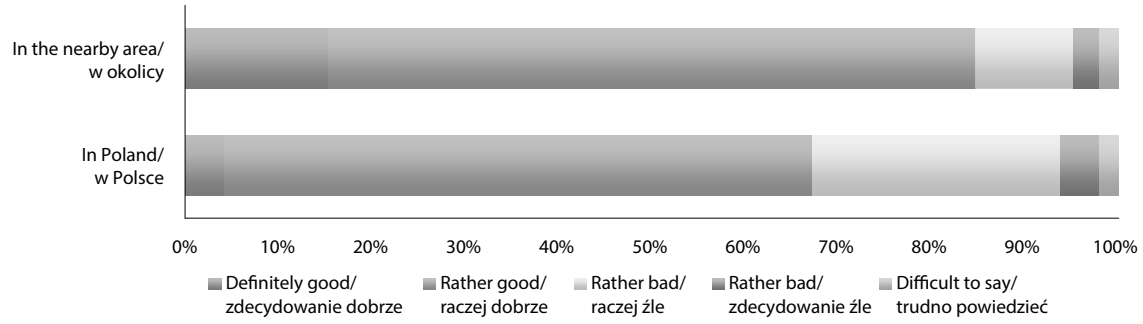

Figure 1. Assessment of the condition of the natural environment
Rysunek 1. Ocena stanu środowiska naturalnego
Source: Author's own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

For ¾ surveyed students, the main source of information on environmental protection was the Internet, while 68% indicated TV. These media are an informational reality for young consumers. It should be noted that in the next step respondents indicated their own observations (31%) and school/university (22%) as a source of information about the natural environment. This confirms the necessity of the continuation of conducting ecological education, recognising its important role in spreading knowledge, conducive to shaping appropriate attitudes. Surprising is the small number of indications for family and friends as a source of knowledge in the studied field (9%).

Dla ¾ ankietowanych studentów głównym źródłem informacji wiedzy o ochronie środowiska był internet zaś 68% wskazało na telewizję. Te media stanowią dla młodych konsumentów rzeczywistość informacyjną. Odnotowania wymaga fakt, iż w dalszej kolejności respondeci wskazali na własne obserwacje (31%) oraz szkołę/uczelnię (22%) jako źródło informacji o środowisku naturalnym. Stanowi to potwierdzenie konieczności dalszego prowadzenia edukacji ekologicznej dostrzegając jej istotną rolę w szerzeniu wiedzy, sprzyjającej kształtowaniu prawidłowych postaw. Zaskakująca jest natomiast niewielka liczba wskazań dla rodziny i znajomych jako źródła wiedzy w badanej dziedzinie (9%).

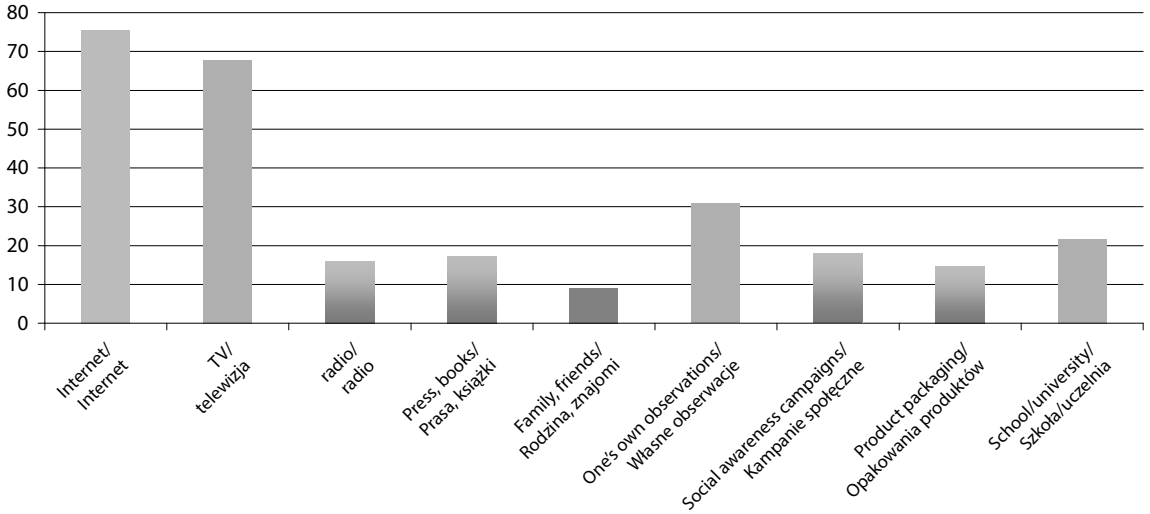

Figure 2. Sources of information on the condition of the natural environment
Rysunek 2. Źródła informacji o stanie środowiska naturalnego
Source: Authors' own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

In the aspect of the functioning of respondents as informed and pragmatic consumers, it is extremely important to indicate what/who the condition of the environment depends on. Has the increase of ecological knowledge and greater sensitivity to environmental issues, as a characteristic of young consumers (students), also caused the transfer of the burden of environmental responsibility from state institutions to the local government level, local communities and the most important one - individual level?

W aspekcie funkcjonowania respondentów jako konsumentów poinformowanych oraz pragmatycznych niezwykle istotne jest wskazanie od czego/kogo zależy stan środowiska. Czy wzrost poziomu wiedzy ekologicznej oraz uwrażliwienie na problemy środowiska naturalnego jako cechy młodych konsumentów (studentów) spowodowało również przeniesienie ciężaru odpowiedzialności za środowisko z instytucji państwowych na poziom samorządowy, społeczności lokalnych oraz najważniejszy - indywidualny?

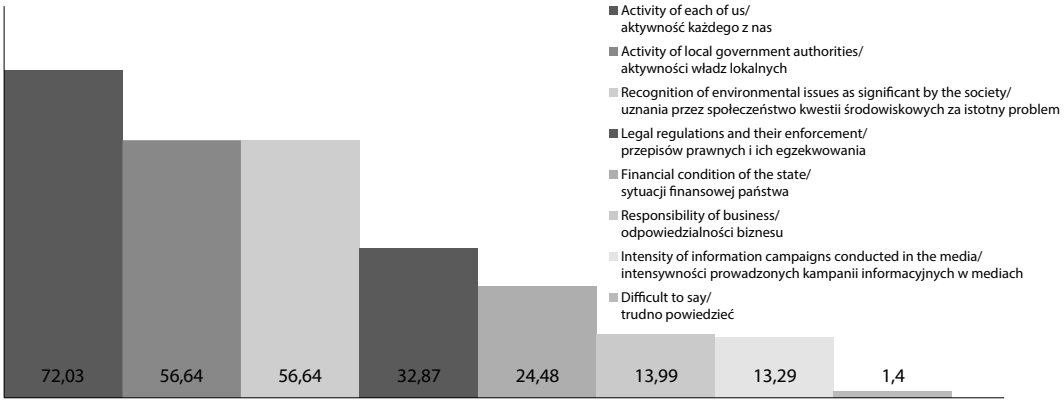

Figure 3. Responsibility for the condition of the natural environment
Rysunek 3. Odpowiedzialność na stan środowiska naturalnego
Source: Authors' own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

It is also possible to ask another question on whether respondents - young consumers - are aware of their participation in the process of shaping the surrounding natural environment and the impact of their way of life on its condition. Because they have a sense of responsibility for the surrounding environment ($^{3}/_{4}$ of respondents think that it depends on their own activity), therefore the belief in the possibilities of individual impact on the environment should be translated into pro-ecological behaviour also in the context of everyday life (shopping behaviour). In this aspect, it should be verified whether there is a discrepancy between the values declared and the actions actually implemented. The awareness of the existence of ecological values alone is not the same as their implementation.

Można również postawić kolejne pytanie czy respondenci - młodzi konsumenci są świadomi swojego udziału w procesie kształtowania otaczającego ich środowiska naturalnego oraz wpływu ich sposobu życia na jego stan. Ponieważ mają oni poczucie odpowiedzialności za otaczające ich środowisko ($^{3}/_{4}$ badanych uważa, iż zależy to od aktywności każdego z nich) dlatego przekonanie o możliwościach indywidualnego wpływu na środowisko powinno znajdować przełożenie w proekologicznych zachowaniach również w kontekście dnia codziennego (zachowania zakupowe). W tym aspekcie należy sprawdzić czy istnieje rozbieżność pomiędzy wartościami deklarowanymi i faktycznie realizowanymi działaniami. Sama świadomość istnienia wartości ekologicznych nie jest przecież tożsama z ich realizacją.

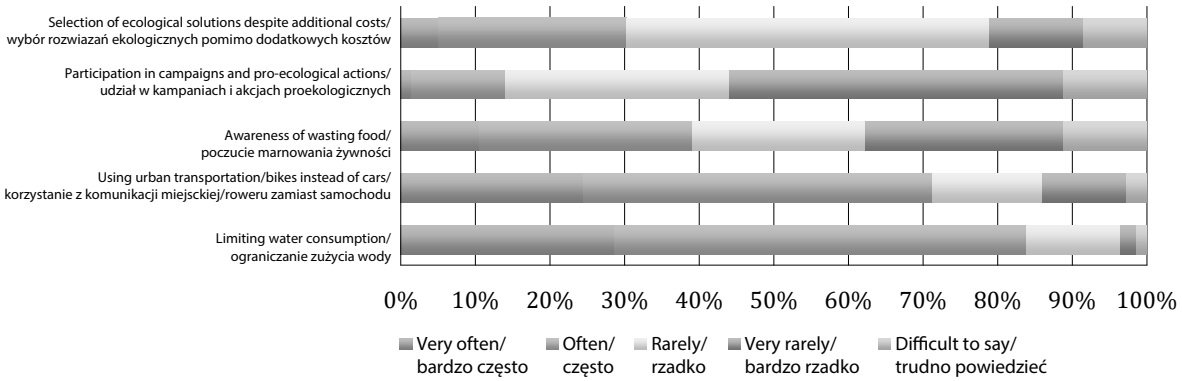

Figure 4. Declared pro-environmental consumer behaviour of respondents
Rysunek 4. Deklarowane proekologiczne zachowania konsumenckie respondentów
Source: Authors' own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

Most of the respondents declare implementation of behaviours that can be treated as pro-ecological. Over ¾ declares saving and rationalization of water consumption, while nearly ¾ replaces a car with a greener bicycle or public transport. The young generation is by far the most physically active, hence the use of a bicycle as a means of transport combining "the practical with the pleasurable" is slowly becoming a standard. This is a fairly common view in urban reality, which also makes headway into smaller towns. Young consumers also learn to take more rational actions in the area of FMCG (fast-moving consumer goods) purchases. Although changes in the shopping behaviour are affected by trends described above, their implementation apparently takes time. However, the theme of pro-ecological behaviour may raise doubts - is it actually a high level of ecological awareness or - more likely - economic reasons? This question is partly answered by the declaration of more than half of the respondents - rarely and very rarely - choosing ecological solutions if they bring additional costs.

The analysed thread of the discussion is further explored by a direct question about the reasons for which it is worth protecting the environment. Nearly ¾ of respondents without hesitation indicate the care for human health, and more than half state the concern for future generations. The economic aspect was indicated to be the least important reason.

Większość badanych deklaruje realizację zachowań, które mogą być potraktowane jako proekologiczne. Ponad ¾ deklaruje oszczędność i racjonalizację zużycia wody, zaś blisko ¾ zamienia samochód na bardziej ekologiczny rower czy komunikację miejską. Młode pokolenie jest zdecydowanie najbardziej aktywne fizyczne stąd wykorzystanie roweru jako środka transportu łączącego „przyjemne z pożytecznym" powoli staje się standardem. Jest to dość powszechny widok w miejskiej rzeczywistości wkraczający również do mniejszych miejscowości. Młodzi konsumenci uczą się również podejmowania bardziej racjonalnych działań w zakresie zakupów towarów branży FMCG (ang. fast-moving consumer goods). Chociaż na zmiany zachowań zakupowych wpływają opisywane powyżej trendy, to ich impelmentacja widocznie wymaga czasu. Wątpliwości może natomiast budzić motyw zachowań proekologicznych – czy jest nią faktycznie wysoki poziom świadomości ekologicznej czy też – co bardziej prawdopodobne – względy ekonomiczne? Na to pytanie po części odpowiada deklaracja ponad połowy respondentów - rzadko i bardzo rzadko - wybierająca rozwiązania ekologiczne jeśli niosą one za sobą dodatkowe koszty.

Pogłębieniem analizowanego wątku jest pytanie wprost o powody, dla których warto chronić środowisko. Blisko ¾ respondentów bez wahania wskazuje na dbałość o zdrowie człowieka, a ponad połowa na troskę o przyszłe pokolenia. Aspekt ekonomiczny wskazywano jako najmniej istotny powód.

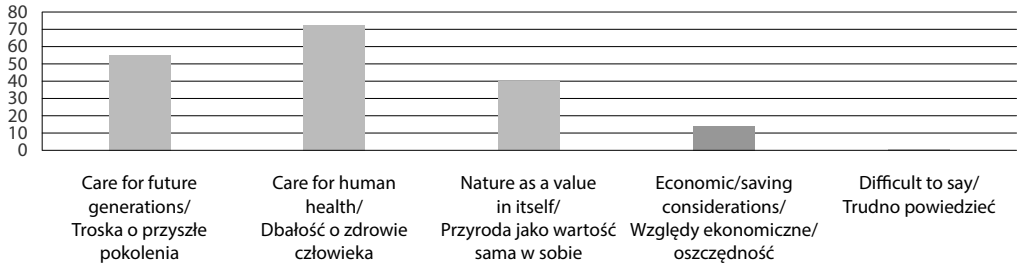

Figure 5. Reasons for the necessity to protect the natural environment
Rysunek 5. Powody konieczności ochrony środowiska naturalnego
Source: Authors' own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

What does the actual pro-ecological consumer behaviour look like in this background and does knowledge translate into practice? One may know hundreds of rules, but not use them at all. 85% of respondents use reusable bags and nearly half (49%) avoid disposable/non-durable products. Respondents also pay attention to signs related to ecology and the environment (in total 49%). Unfortunately, pro-ecological behaviours are often not implemented - rarely and very rarely (together 52%) are goods in ecological packaging chosen or produced in the area of residence (in total 51%).

Jak na tym tle wyglada realizacja faktycznych proekologicznych zachowań konsumenckich i czy wiedza przekłada się na praktykę? Można przecież znać setki zasad, ale zupełnie ich nie stosować. 85% respondentów korzysta z toreb wielorazowego użytku zaś blisko połowa (49%) unika produktów jednorazowych/nietrwałych. Responenci zwracają również uwagę na oznaczenia związane z ekologią i środowiskiem (łącznie 49%). Niestety często proekologiczne zachowania nie są realizowane – rzadko i bardzo rzadko (łacznie 52%) wybierane sa towary w ekologicznych opakowaniach czy produkowane w okolicy zamieszkania (łącznie 51%).

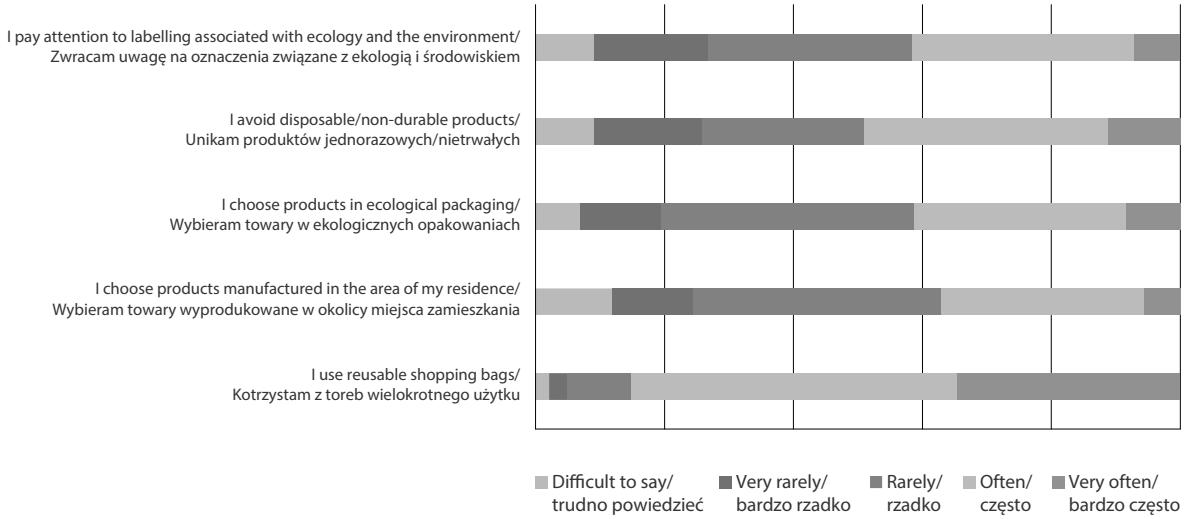

Figure 6. Implemented pro-environmental consumer behaviour of the respondents
Rysunek 6. Realizowane proekologiczne zachowania konsumenckie respondentów
Source: Authors' own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

The question of the rationalization of consumption - associated the most with the environmental protection - of the resource or energy deepens the analysed thread of discussion. Among 131 energy saving respondents, it most often takes the form of putting out lights in unused rooms (86%) and the use of energy-saving light sources (57%). Behind such behaviours, however, there is probably a pragmatism of users in the form of measurable financial benefits. This is also confirmed by consumer behaviour, where the priority of choice is often saving money, as is the case, for example, in the selection of energy-saving devices.

Pogłębieniem analizowanego wątku jest pytanie o racjonalizację zużycia - najbardziej tożsamego z ochroną środowiska - zasobu czyli energii. Sposród 131 respondentów oszczedzających energię najczęściej przybiera ona formę gaszenia świateł w nieużywanych pomieszczeniach (86%) oraz stosowania energooszczędnych źródeł światła (57%). Za takimi zachowaniami prawdopodobnie stoi jednak pragmatyzm użytkowników w postaci wymiernych korzyści finansowych. Znajduje to potwierdzenie również w zachowaniach konsumenckich, gdzie priorytetem wyboru często pozostaje oszczędność pieniędzy, jak ma to miejsce m.in w przypadku wyboru energooszczędnych urządzeń.

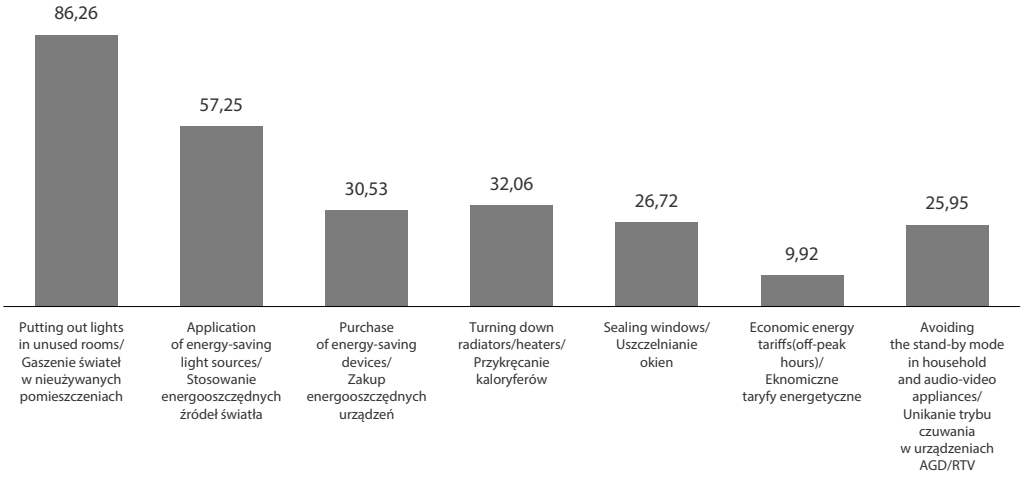

Figure 7. Implemented energy saving methods
Rysunek 7. Realizowane sposoby oszczedności energii
Source: Authors' own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

In the aspect of consumer behaviour of young involved consumers, the assessment of the recognition of ecological product designations is an important

W aspekcie zachowań konsumenckich zaangażowanych młodych konsumentów ocena rozpoznawalności ekologicznych oznaczeń produktów stanowi

factor in product selection - so what does it look like in practice? Is the declaration going hand in hand with the recognition of environmentally-friendly signs? It turns out that among the ten most common sings, the symbol that the product is recyclable is has gained the best recognition. This is due to the fact that its presence on the packaging is obligatory and the universality of occurrence on everyday goods give the average consumer a chance of encountering it repeatedly. Half of the respondents also indicated the EKO (meaning simply "ECO") ecological mark and organic production (EU).

istotny czynnik wybieralności produktów - jak zatem wyglada to w praktyce? Czy w parze z deklaracją idzie rozpoznawalność proekologicznych oznaczeń? Okazuje się, że spośród dziesięciu najpowszechniejszych oznaczeń najlepiej rozpoznawalny jest ten symbolizujący, że produkt nadaje się do recyklingu. Wynika to z faktu, iż jego obecność na opakowaniu to efekt obowiązku zaś powszechność występowania na towarach codziennego użytku dają szansę przeciętnemu konsumentowi na wielokrotne z nim zetknięcie. Połowa respondentów wskazała również znak ekologiczny EKO oraz produkcję ekologiczną (UE).

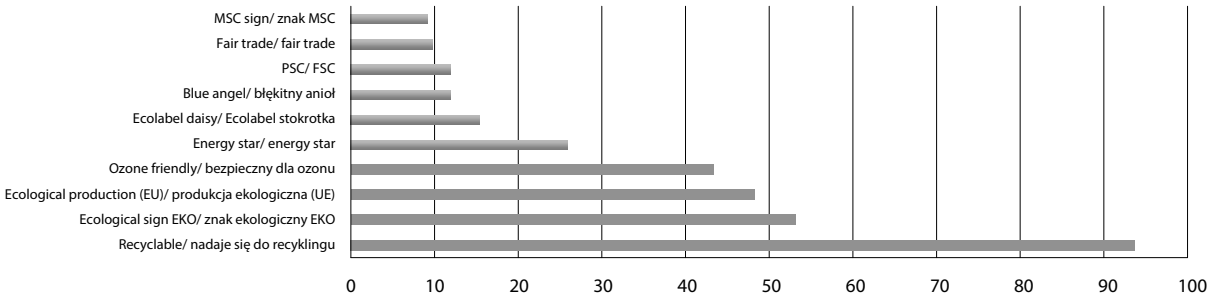

Figure 8. The degree of recognition of ecological product markings
Rysunek 8. Stopień rozpoznawalności ekologicznych oznaczeń produktów
Source: Authors' own elaboration.
Źródło: opracowanie własne.

Conclusions

Ecological awareness is the cause and consequence of human concerns about the quality of life in the situation of constantly progressing degradation of environmental components. Therefore, it is necessary to change attitudes and awareness towards environmental issues expressed among others in the change of lifestyle, which will be illustrated by changes in consumer behaviour.

The presented research reveals a fairly uniform image of ecological awareness of students as informed and pragmatic consumers. Their information reality in the form of the Internet has been supplemented with an indication of the informative role of the school, which confirms the need to conduct ecological education leading to the formation of correct attitudes. Young consumers have a sense of responsibility for the surrounding environment. Their conviction about individual impact - as involved and ecological consumers - translates into pro-ecological behaviours - they use reusable bags, avoid disposable/non-durable products and reduce energy consumption. However, environmental concerns, verbalised and implemented by the respondents were not always accompanied by real pro-ecological behaviours, especially if it meant bearing additional costs. Yet, this does not change the fact that they contribute to reducing the consumption of environmental resources.

Podsumowanie

Świadomość ekologiczna jest przyczyną i konsekwencją obaw człowieka o jakość życia w sytuacji nieustannie postępującej degradacji elementów środowiska. Niezbędna jest zatem zmiana w postawie i uwrażliwienie wobec kwestii środowiskowych wyrażająca się między innymi w zmianie stylu życia, czego ilustracją będą zmiany zachowań konsumenckich.

Z zaprezentowanych badań wyłania się dość jednolity obraz świadomości ekologicznej studentów jako konsumentów poinformowanych i pragmatycznych. Ich rzeczywistość informacyjna w postaci internetu została uzupełniona o wskazanie informacyjnej roli szkoły co stanowi potwierdzenie konieczności prowadzenia edukacji ekologicznej sprzyjającej kształtowaniu prawidłowych postaw. Młodzi konsumenci mają poczucie odpowiedzialności za otaczające ich środowisko. Ich przekonanie o indywidualnym wpływie - jako konsumentów zaangażowanych i ekologicznych - znajduje przełożenie w proekologicznych zachowaniach - korzystają z toreb wielorazowego użytku, unikają produktów jednorazwych/nietrwałych oraz ograniczają zyżycie energii. Werbalizowana i realizowana przez respondentów troska o środowisko nie zawsze jednak szła w parze z faktycznymi proekologicznymi zachowaniami, szczególnie jeśli oznaczała ona poniesienie dodatkowych kosztów. Nie zmienia to jednak faktu, że przyczyniają się one do ograniczenia zużycia zasobów środowiskowych.

References/ Literatura:

1. Agencja Odyseja Public Relations, Agencja badawcza Mobile Institute, Dom Mediowy Mexad (2014). Raport z badań.
2. Albińska, E. (1999/2000). Społeczne aspekty relacji człowiek-przyroda w ocenie młodzieży Lubelszczyzny. *Człowiek i Przyroda*, 11-12, 73-92.
3. Baran, M., Kłos, M. (2014). Pokolenie Y – prawdy i mity w kontekście zarządzania pokoleniami. *Marketing i Rynek*, 5, 923-928.
4. Bayer Sp. z o.o. (2005). *Badania świadomości ekologicznej Polaków*.
5. Bieniasz-Marek, A. (2004). Świadomość ekologiczna – czym jest i jak się kształtuje. Środowisko i Rozwój, *X*(2), 83-87.
6. Bołtromiuk, A., Burger, T. (2008). *Polacy w zwierciadle ekologicznym. Raport z badań nad świadomością ekologiczną Polaków w 2008 r*. Warszawa: InE.
7. Burger, T. (2005). Świadomość ekologiczna społeczeństwa polskiego**.** Warszawa: Instytut Gospodarki i Przestrzeni Miejskiej.
8. Fatyga, B. (2005). Pokolenie. W: J. Bokszański (red.), *Encyklopedia socjologii: suplement* (194-196).Warszawa: PWN.
9. Firat, A.F., Schultz, C.J. (1997). From Segmentation to Fragmentation. *European Journal of Marketing, 31*(3-4), 183-207. https://doi.org/10.1108/EUM0000000004321
10. Frątczak, J. (1995). Świadomość ekologiczna dzieci, młodzieży i dorosłych w aspekcie edukacji szkolenje i nieszkolnej. Bydgoszcz: WSP.
11. Garczewska, A., Garczewski, K., Jurewicz, A., Redo, J., Redo, M., Skorek, A., Świętoń, A. (2017). Wnioski z analizy wiedzy i postaw ekologicznych studentów na podstawie wyników badania - Współczesne problemy ekologiczne świata. W: A. Garczewska, *Współczesne problemy ekologiczne świata. Wybrane zagadnienia* (s. 166-199). Toruń: Kolegium Jagiellońskie -Toruńska Szkoła Wyższa.
12. Gwarek, A., Samitowska, W., Smoguła, M. (2014). Zderzenie pokoleń a rynek pracy. Ekonomiczne problemy usług. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 114, 127-142.
13. Harris, R. (2003). Corporate social responsibility and the consumer movement. *Consumer Policy Review, 13*(4),127-131.
14. Hłobił, A. (2010). Teoria i praktyka edukacji ekologicznej na rzecz zrównoważonego rozwoju. *Problemy Ekorozwoju, V*(2), 87-94.
15. Huntley, R. (2006). *The World According to Y: Inside the New Adult Generation*. Crows Nest: Allen & Unwin.
16. Kamińska, A. (2007). Kategoria pokolenia we współczesnych badaniach nad społeczeństwem i kulturą – przegląd problematyki. *Kultura i Historia*, 11.
17. Manheim, K. (1992/1993). Problemy pokoleń. *Colloquia Communia*, *1*(12), 136-169.
18. Moryń-Kucharczyk, E. (2016). Edukacja i świadomość ekologiczna studentów uczelni technicznych. *Edukacja-Technika-Informatyka*, 2(16), 264-271. https://doi.org/10.15584/eti.2016.2.35
19. Ossowska, M. (1963). Koncepcja pokolenia. *Studia Socjologiczne*, 2, 47-51.
20. Papuziński, A. (2006). Świadomość ekologiczna w świetle teorii i praktyki (Zarys politologicznego modelu świadomości ekologicznej). *Problemy Ekorozwoju, I*(1), 33-40.
21. Regionalne Centrum Edukacji Ekologicznej (2010). *Wyczuj klimat*.
22. Rusak, P. (2013/2014). X,Y,Z: pokoleniowa bitwa biurowa. W: *Rynek pracy. Przewodnik Pracodawcy* (10-13). Warszawa: Grupa Pracuj Solution Sp. z o.o.
23. Smyczek, S., Sowa, I. (2003). *Modele rynkowych zachowań konsumentów*. Katowice: WSZMiJO.
24. Stachowska, S. (2012). Oczekiwania przedstawicieli pokolenia Y wobec pracy i pracodawcy. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 2, 33-56.
25. Świda-Zięba, H. (1995). *Wartości egzystencjalne młodzieży lat dziewięćdziesiątych*. Warszawa: Wyd. UW.
26. TNS Polska dla Ministerstwa Środowiska (2015). *Raport z analizy badań świadomosci, postaw i zachowań ekologicznych Polaków przeprowadzonych w Polce w latach 2009-2015*.
27. Wojtaszczyk, K. (2013). Poziom kompetencji wirtualnych pokolenia Y i C - ocena na podstawie autodiagnozy studentów. *E-mentor, 49*(2), 22-28.
28. Wyka, K. (2010). Rozwój problemu pokolenia, Przegląd Socjologiczny, tom VII, z. 1–2, 1939. *Przegląd Socjologiczny*, *59*(1), 103-136 .

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

THE CHANGE IN THE ECONOMIC USE OF THE RIVER VALLEY AREA OF THE KRZNA AS A RESULT OF RIVERBED REGULATION

ZMIANA GOSPODARCZEGO UŻYTKOWANIA TERENU W DOLINIE KRZNY NA TLE REGULACJI JEJ KORYTA

Łukasz Zbucki[1(A,C,D,E,G)], **Tomasz Bujalski**[1(B,C,D,E,F)]

[1]Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

Zbucki, Ł., Bujalski, T. (2018). The change in the economic use of the river valley area of the Krzna as a result of riverbed regulation/ Zmiana gospodarczego użytkowania terenu w Dolinie Krzny na tle regulacji jej koryta, *Economic and Regional Studies, 11*(4), 130-137. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0041

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: Q15

Submitted:
December 2018

Accepted:
December 2018

Tables: 1
Figures: 2
References: 25

Summary

Subject and purpose of work: This article identifies changes in the economic use of the river valley area of the Krzna, which occurred as a consequence of the regulation of its bed from the Klukówka estuary to the estuary of the Krzna to the Bug.
Materials and methods: The analysis was carried out on the basis of cartographic maps and aerial photographs, as well as statistical analyses for the period 1931-2015.
Results: The study confirmed the changes in the economic use of the valley of the Krzna River for the agricultural exploitation of the area and increasing crop yields. The biggest changes encompassed wetlands and swamps, mainly in favour of grasslands, whose area increased by 566%, to 2475.7 ha.
Conclusions: The regulatory work carried out resulted in an increase in arable land, forests and areas for development, as well as in the reduction of water surface area from 251.94 ha in 1931 to 57.28 ha in 2015.

Keywords: the Krzna, river regulation, economic use of river valley area

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: Q15

Zgłoszony:
grudzień 2018

Zaakceptowany:
grudzień 2018

Tabele: 1
Rysunki: 2
Literatura: 25

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: W niniejszym artykule określono zmiany gospodarczego użytkowania terenu w dolinie rzeki Krzny, które nastąpiły pod wpływem regulacji jej koryta od ujścia Klukówki do ujścia rzeki do Bugu.
Materiały i metody: Analizy dokonano na podstawie map kartograficznych i zdjęć lotniczych oraz analiz statystycznych dla okresu 1931-2015.
Wyniki: Przeprowadzone badania potwierdziły zmiany gospodarczego użytkowania terenu w dolinie rzeki Krzny na rolnicze wykorzystanie terenu i zwiększenie plonów. Największe zmiany objęły tereny podmokłe i bagienne głównie na rzecz użytków zielonych, których powierzchnia wzrosła o 566% do 2475,7 ha.
Wnioski: Przeprowadzane prace regulacyjne spowodowały wzrost pól uprawnych, lasów i pojawienie się terenów pod zabudową oraz zmniejszenie powierzchni lustra wody z 251,94 ha w 1931 roku do 57,28 ha w 2015 roku.

Słowa kluczowe: Krzna, regulacja rzeki, gospodarcze użytkowanie terenu

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr Łukasz Zbucki (ORCID 0000-0001-8426-6479), Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Wydział Nauk Ekonomicznych i Technicznych, ul. Sidorska 95/97, 21-500 Biała Podlaska, Poland; phone: +48 83 344-99-05; e-mail: zbuckilukasz@op.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Łukasz Zbucki, Tomasz Bujalski. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

The first recorded testimony of waterworks comes from 3200 BC, during the reign of the Egyptian king Scorpion and the Code of Hammurabi (1750 BC), which defined the principles of using water for irrigation and consumption, is believed to be the first water law (Ciepielowski, 1999). Along with the development of civilization, new and increasingly complex water-management systems were implemented. Great hydraulic engineering programmes, which were implemented across Europe, were carried out in various climatic, economic and social conditions. The turn of the 18th and 19th century is the twilight of a small ice age, characterized by high, irregular rainfalls and low temperatures. In Central Europe, catastrophic floods occurred every few years. In 1813, there occurred the largest flood recorded on the entire northern hemisphere. In the 19th century in Poland, blockage floods were particularly devastating. Reduced evaporation and slightly higher amounts of rainfall made it so that arable areas, not only in valleys but also on plateaus, were bogged down (Plit, 2008).

The change of climatic conditions was the cause of the scourge of crop failure in many places. The 19th century in Poland was a period of intense natural increase, in the second half of the century it remained above 40 ‰ (Wielka Historia Polski, 2000). The rapid increase in the population (resulting in a greater demand for food) and climate changes caused famine. New arable areas which, up to this point, were excluded from agricultural use, were being sought. Efforts were also made to protect the inhabitants and river valleys from floods by building flood embankments and carrying out works aimed at clearing riverbeds. In addition, shrubs and trees were removed to accelerate the current and hinder the formation of clogs. At the bottoms of valleys useful for agricultural cultivation, drainage and land improvement works on wet dwelling places were carried out. The hydrographic network was also adapted to the needs of water transport by straightening out riverbeds, eliminating shallows and islands, cutting off side riverbeds and directing a river's current into a single bed. Channels connecting river basis were also built (Plit, 2008). In Poland, approximately 4.5 million hectares of arable land and approximately 2 million hectares of grasslands were subjected to land improvement works (Somorowski, 1993).

Rivers perform many functions and have a diverse significance. The economic function of rivers is distinguished most often (Żelazo, 2009). The economic function includes primarily the consumption of drinking water, the use of energy to power water machines, building hydroelectric power plants, its tourist attractiveness (including the regeneration of physical and mental vigour, engaging in various types of hobbies and learning about the world), the creation of specific transport corridors (Kaluski, 2010). In addition to the economic function, rivers and valleys are of importance to the nature because they perform the function of an ecological

Wstęp

Pierwsze zarejestrowane świadectwo prac wodnych pochodzi z roku 3200 p.n.e. za panowania króla egipskiego Skorpiona, a za pierwsze prawo wodne uważa się kodeks Hammurabiego (1750 r.p.n.e.), w którym określono zasady korzystania z wody do nawodnień i konsumpcji (Ciepielowski, 1999). Wraz z rozwojem cywilizacyjnym realizowano nowe i bardziej skomplikowane systemy wodnogospodarcze. Wielkie programy hydrotechniczne, które realizowane były w Europie, przeprowadzano w różnych warunkach klimatycznych, gospodarczych i społecznych. Przełom wieku XVIII i XIX to schyłkowe lata małej epoki lodowcowej, która charakteryzowała się wysokimi nieregularnymi opadami i niskimi temperaturami. W Europie Środkowej co kilka lat występowały katastrofalne powodzie. W 1813 roku miała miejsce największa powódź, którą odnotowano na całej półkuli północnej. W XIX w. na ziemiach polskich szczególnie niszczycielski charakter miały powodzie zatorowe. Zmniejszone parowanie oraz nieco wyższe sumy opadów spowodowały, że zabagnieniu uległy użytki rolne nie tylko w dolinach, ale także na płaskowyżach (Plit, 2008).

Zmiana warunków klimatycznych w wielu miejscach była przyczyną występowania klęski nieurodzaju. Wiek XIX na ziemiach polskich to okres intensywnego przyrostu naturalnego, w drugiej połowie wieku utrzymywał się na poziomie powyżej 40 ‰ (Wielka Historia Polski, 2000). Szybki wzrost liczby ludności (niosący za sobą większe zapotrzebowanie na żywność) i zmiany klimatyczne, spowodowały głód. Zaczęto poszukiwać nowych terenów pod uprawy, które były do tej pory wyłączone z użytkowania rolniczego. Podjęto również działania mające na celu ochronę mieszkańców i dolin rzecznych przed powodziami poprzez budowanie wałów przeciwpowodziowych i prace mające na celu udrożnienie koryt. Ponadto usuwano roślinność krzewiastą i drzewiastą w celu przyspieszenia nurtu i utrudnianiu powstawania zatorów. W dnach dolin przydatnych pod uprawę rolniczą, prowadzono drenaż i melioracje wilgotnych siedlisk. Przystosowywano również sieć hydrograficzną dla potrzeb transportu wodnego poprzez wyprostowywanie koryt rzecznych, likwidowanie mielizn i wysp, odcinanie koryt bocznych i prowadzenie nurtu rzeki w jedno koryto. Wybudowano również kanały łączące dorzecza (Plit, 2008). W Polsce melioracją objęto około 4,5 mln ha gruntów ornych i około 2 mln ha użytków zielonych (Somorowski, 1993).

Rzeki pełnią wiele funkcji i mają różnorodne znaczenie. Najczęściej wyróżnia się funkcję gospodarczą rzek (Żelazo, 2009). Do funkcji gospodarczej zalicza się przede wszystkim pobór wody pitnej, wykorzystanie energii do napędzania maszyn wodnych, budowanie hydroelektrowni, atrakcyjność turystyczną (m.in. regeneracja sił fizycznych i psychicznych, uprawianie różnego rodzaju hobby oraz poznawanie świata), tworzenie się specyficznych korytarzy transportowych (Kałuski, 2010). Oprócz funkcji gospodarczej, rzeki z dolinami mają znaczenie przyrodnicze, ponieważ pełnią funkcje korytarza ekologicznego, po-

corridor, have substantial aesthetic and landscape values, as well as diverse abiotic conditions in terms of the occurrence of numerous species of animals and plants (Oglęcki, 2006, Żelazo, 2009).

In Poland, the regulation of riverbeds was started as early as in the 12th century, it was used on a slightly wider scale in the 14th and 15th centuries, and popularized only at the end of the 18th century (Lipiński 2006). Large-scale regulation works on riverbeds in Poland, aimed at making rivers navigable, began only in the 19th century (Szuba, 2012). The need to drain river valleys resulted from the disturbance of the hydrological cycle and the rise of water levels due to climate changes and deforestation (Hildebrandt-Radke, Przybycin, 2011). Regulatory works on a river often give impetus for the regular deepening of the riverbed at sections with a larger slope, and at sections with a reduced slope, ones designed to shallow the riverbed (Łajczak, 2006). The result is an acceleration in the inflow of riverbed waters and, in the case of a river embankment, an increased amplitude of fluctuations in water levels. The self-cleaning capacity of water in a river with an increased flow speed is reduced. At those sections of a river where a rapid deepening of the riverbed is present, the risk of flooding may be reduced. The risk of flooding on regulated rivers may be checked effectively checked if they are equipped with larger dam reservoirs that perform a flood protection function (Łajczak, 2006).

The regulation of rivers means planning for the construction of various types of technical structures and various types of measures, with the help of which, the achievement of the intended purpose of regulation is expected. The main goal is to increase the usefulness of watercourses for the widespread use of water and to prevent the damage caused by flowing waters (Hachoł, Bondar-Nowakowska, 2017).

The main purpose of the study is to determine the changes in the economic use of the terrain in the valley of the Krzna River, which occurred as a consequence of regulating its bed. The analysis of the impact of regulation was carried out at the section from the Klukówka estuary to the estuary of the Krzna to the Bug in the years 1931-2015, by conducting an analysis of cartographic and remote sensing materials. Such analyses are commonly used, for example, in the assessment of changes in land use (Pietrzak, Siwek, 2000, Kycko, 2011, Zbucki, Konopko, 2018).

Research materials and methods

The analysis of the impact of the Krzna River's regulation on the economic use of the area in its valley was made on the basis of the Tactical Map of Poland from 1931, the sheets: Brześć nad Bugiem, Biała Podlaska and a contemporary map created on the basis of aerial photographs from 2015.

The area where river sediments were present according to the Detailed Geological Map of Poland, sheets Terespol (2007), Rokitno (2007), Biała Podlaska (2008), was adopted as the border of the valley of Krzna.

siadają duże walory estetyczne i krajobrazowe oraz zróżnicowane warunki abiotyczne pod względem występowania licznych gatunków zwierząt i roślin (Oglęcki, 2006, Żelazo, 2009).

W Polsce regulację koryt rzecznych rozpoczęto już w XII w., nieco powszechniej stosowano ją w XIV i XV w., a zwiększono dopiero pod koniec XVIII w. (Lipiński 2006). Prace regulacyjne koryt rzecznych w Polsce na dużą skalę rozpoczęto dopiero w XIX w. dążąc do uzyskania żeglowności rzeki (Szuba, 2012). Potrzeba odwadniania dolin rzecznych wynikała z zakłóceń cyklu hydrologicznego i podniesienia się poziomu wody na skutek zmian klimatycznych oraz wycinania lasów (Hildebrandt-Radke, Przybycin, 2011). Prace regulacyjne rzeki dają często impuls do regularnego pogłębiania koryta na odcinkach o większym spadku, a na odcinkach o zmniejszonym spadku doprowadzanie do wypłycania koryta (Łajczak, 2006). Skutkiem tego jest przyspieszenie spływu wód korytowych, a w przypadku obwałowania rzeki zwiększona amplituda wahań poziomu wody. Zdolność do samooczyszczania się wody w rzece o zwiększonej prędkości przepływu zmniejsza się. Na odcinkach rzeki, gdzie następuje szybkie pogłębienie się koryta, zagrożenie powodziowe może ulec zmniejszeniu. Sytuacja powodziowa na uregulowanych rzekach może podlegać efektywnemu sprawdzeniu, jeżeli znajdują się na nich większe zbiorniki zaporowe, które pełnią funkcję przeciwpowodziową (Łajczak, 2006).

Regulacja rzek to planowanie wykonania różnego rodzaju budowli technicznych i różnego rodzaju zabiegów, przy pomocy których przewiduje się osiągnięcie zamierzonego celu regulacji. Głównym celem jest zwiększenie użyteczności cieków do powszechnego wykorzystania wody oraz powstrzymanie szkód, wywołanych wodami płynącymi (Hachoł, Bondar-Nowakowska, 2017).

Głównym celem badań jest określenie zmian gospodarczego użytkowania terenu w dolinie rzeki Krzny, które nastąpiły pod wpływem regulacji jej koryta. Analizę wpływu regulacji przeprowadzono na odcinku od ujścia Klukówki do ujścia Krzny do Bugu w latach 1931-2015, wykorzystując analizę materiałów kartograficznych i teledetekcyjnych. Analizy tego typu są powszechnie stosowane np. przy ocenie zmian użytkowania ziemi (Pietrzak, Siwek, 2000; Kycko, 2011; Zbucki, Konopko, 2018).

Materiał i metody badań

Analizę wpływu regulacji rzeki Krzny na gospodarcze użytkowanie terenu w jej dolinie wykonano na podstawie Mapy Taktycznej Polski z 1931 roku, arkuszy: Brześć nad Bugiem, Biała Podlaska oraz mapy współczesnej stworzonej na podstawie zdjęć lotniczych z 2015 roku.

Za granicę doliny Krzyny przyjęto obszar występowania osadów rzecznych według Szczegółowej Mapy Geologicznej Polski, arkusze: Terespol (2007), Rokitno (2007), Biała Podlaska (2008).

In order to standardize the data and to examine it, the QGIS software version 2.18.3 was used, in which a calibration was performed, which consisted of equipping the aerial photographs and the map with georeferencing, while at the same time removing the geometrical distortions of the halftone. The way to equip the destination data with a halftone's georeference was to assign x, y coordinates to them which connect positions with destination data from a modern map. For each halftone, a minimum of 4 checkpoints were entered, whose x and y values were read from the Geoportal (www.geoportal.gov.pl) in order to precisely match it to the map. Having completed the registration of maps and aerial photographs, screen vectorization was carried out. This was done based on a visual interpretation which included: setting out the Krzna River valley, the border of grasslands, forested and wooded areas, arable fields, wetlands and swamps. The drawn maps were saved in the form of vector information layers, which allowed for a statistical analysis to be conducted in the statistics module of the QGIS software, which was then carried out in more depth in Excel.

W celu ujednolicenia danych oraz ich opracowania wykorzystano program QGIS wersja 2.18.3, w którym dokonano kalibracji polegającej na nadaniu zdjęciom lotniczym i mapie georeferencji, z jednoczesnym usunięciem zniekształceń geometrycznych rastra. Sposobem nadania geoodniesienia rastra w miejsce docelowych danych było nadanie im współrzędnych x, y, które łączą pozycje z danymi docelowymi z współczesnej mapy. Dla każdego z rastra wprowadzono minimum 4 punkty kontrolne, których wartości x i y zostały odczytane z Geoportalu (www.geoportal.gov.pl), w celu dokładnego dopasowania do mapy. Po zakończeniu rejestracji map i zdjęć lotniczych wykonano wektoryzację ekranową. Na podstawie interpretacji wizualnej obejmującą: wyznaczenie doliny rzeki Krzny, granicę użytków zielonych, użytków leśnych i terenów zadrzewionych, pól uprawnych, terenów podmokłych oraz bagien. Wykonane mapy zostały zapisane w postaci wektorowych warstw informacyjnych, które pozwoliły na przeprowadzenie analizy statystycznej, dokonanej w module statystyk programu QGIS a następnie pogłębionej w Excelu.

Characteristics of the Krzna

Krzna is the largest left-hand tributary of the Bug, flowing into the latter in the vicinity of Neple. Its length amounts to approx. 120 km, and its basin area equals 3353.2 km^2. It is a typical lowland river, it starts its course at the South Podlasie Lowland, south of Łuków. Two streams, the Northern Krzna (38.5 km) and the Southern Krzna (67.5 km), which runs through Łuków, flow parallel to each other to connect with one another in Międzyrzec Podlaski.

From the south, the Krzna drains waters from Polesie Lubelskie and from the north, from Podlasie. Left-hand tributaries (from Podlasie) are quite small: Krzywula (approx. 25 km) and Klukowka (approx.

Charakterystyka Krzny

Krzna jest największym lewostronnym dopływem Bugu, do którego uchodzi w okolicach Nepli. Jej długość wynosi ok. 120 km, a powierzchnia dorzecza 3353,2 km^2. Jest rzeką typowo nizinną, swój bieg rozpoczyna na Nizinie Południowopodlaskiej na południe od Łukowa. Dwie strugi, Krzna Północna (38,5 km) i przebiegająca przez Łuków Krzna Południowa (67,5 km), płyną równolegle do siebie, by połączyć się ze sobą w Międzyrzecu Podlaskim.

Krzna od południa odprowadza wody z Polesia Lubelskiego, natomiast z północy z Podlasia. Dopływy lewostronne (z Podlasia) są nieduże: Krzywula (ok. 25 km) i Klukówka (ok. 34 km), której przepływ

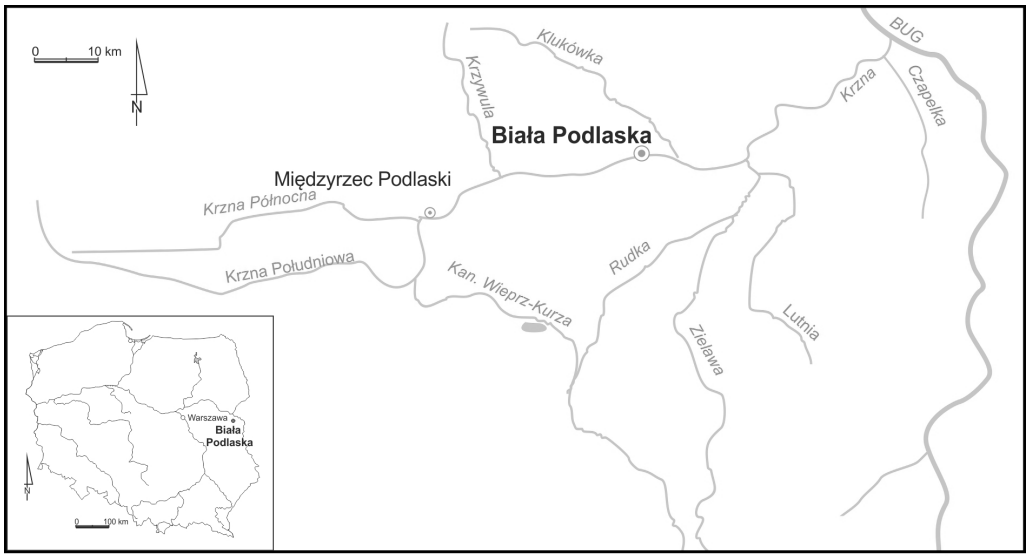

Figure 1. The Krzna's hydrographic network
Rysunek 1. Sieć hydrograficzna Krzny
Source: Authors' own work based on www.geoportal.gov.pl.
Źródło: opracowanie własne na podstawie www.geoportal.gov.pl

34 km), whose average flow amounts to 1 m^3/s of water. Right-hand tributaries are more extensive: Dziegciarka, Rudka (approx. 27.5 km), Czapelka (approx. 34 km) and Zielawa (approx. 68 km), which is the largest tributary of the Krzna (Figure 1). The surface of the Zielawa river basin equals 1226 km^2, it flows into the Krzna near the village of Woskrzenice Duze, carrying approx. 4 m^3/s of water (estimated flow).

The water catchment of the Krzna River is made up of lowland areas with an irregular terrain. The river's longitudinal slopes amount to 0.6‰ at the estuary section and 0.23‰ at the middle one (Dec 1985). A water gauge is installed 7.7 km from the estuary of Malowa Góra, its readings range from 96 to 424 cm. The average flow on this water gauge equals 10.5 m^3/s (Uziak, Turski, 2008). The highest water levels occur most frequently during spring meltwater inflows, whereas the lowest ones occur in the autumn.

The first regulatory works on the Krzna were conducted in the 1930s, but they intensified after World War II. The Southern Krzna (1948-1968) and the Northern Krzna (1945-1965) were regulated at their entire lengths. Land improvement measures on the Krzna River have intensified since 1963 (Pasnikowski, Ziebowicz, 1975).

The riverbed was not regulated at the estuary section from Neple to Malowa Góra (0.00-8.55 km). The width of the river bed bottom equalled 25-30 m, while the depth amounted to 1.5-2.5 m. The average longitudinal slope totalled 0.6 ‰. During heavy rainfall and thawing, water spills out of the riverbed, flooding almost the entire valley. The Bug river, whose eddies go back as far as to Malowa Góra, has a big influence on such fluctuations of water levels. Elevated water levels last from 10 to 30 days. This is caused by the slow rise and fall of the Bug's waters (Pasnikowski, Ziebowicz, 1975).

The regulation of the Krzna, from which the current state of the river along with its valley results, was carried out from Malowa Góra (8.55 km) to Miedzyrzec Podlaski (68.65 km). In 1961, the Krzna river draws water from the Wieprz-Krzna Canal, whereas water and drainage investments have only intensified since 1963. The river was of sufficient depth to effectively drain water away from the valley. The high water levels fitted into the riverbed without causing much flooding. The width of the bottom at the section from 8.55 to -26.50 km equalled 20 m, and 14 m at the section between 26.5 and 68.65 km, while the depth amounted to 1.8-2.8 m (Pasnikowski, Ziebowicz, 1975). The main goal of the regulatory measures carried out was to straighten the riverbed along with the network of drainage ditches. The result of the executed land improvement works was to be the increase of the cultivation and agricultural production areas, which was, for example, the effect of constructing the Wieprz-Krzna Canal (Ciepielowski, 1999).

średnio wynosi 1 m^3/s wody. Prawostronny dopływ jest bardziej rozbudowany: Dziegciarka, Rudka (ok. 27,5 km), Czapelka (ok. 34 km) i Zielawa (ok. 68 km), która jest największym dopływem Krzny (rysunek 1). Powierzchnia dorzecza Zielawy wynosi 1226 km^2, wpada ona do Krzny w pobliżu miejscowości Woskrzenice Duże niosąc ok. 4 m^3/s wody (przepływ szacunkowy).

Zlewnia Krzny ma charakter nizinny o zmiennym ukształtowaniu terenu. Spadki podłużne rzeki na odcinku ujściowym wynoszą 0,6‰ a w środkowym 0,23‰ (Dec 1985). W odległości 7,7 km od ujścia w Malowej Górze zainstalowany jest wodowskaz, jego stany wynoszą od 96 do 424 cm. Średni przepływ na tym wodowskazie wynosi 10,5 m^3/s (Uziak, Turski, 2008). Maksymalne stany wody występują najczęściej w okresach wiosennych spływów wód roztopowych, natomiast minimalne jesienią.

Pierwsze prace regulacyjne na Krznie rozpoczęto w latach 30-tych XX w., jednak ich nasilenie nastąpiło po II wojnie światowej. Krzna Południowa (1948-1968) i Północna (1945-1965) były regulowane na całej długości. Początki melioracji wodnych na samej rzece Krznie nasiliły się od roku 1963 (Paśnikowski, Ziębowicz, 1975).

W odcinku ujściowym od Nepli do Malowej Góry koryto rzeki nie było regulowane (0,00-8,55 km). Szerokość dna koryta rzeki wynosiła 25-30 m, natomiast głębokość 1,5-2,5 m. Spadek podłużny średni wynosił 0,6‰. Woda podczas wielkich opadów atmosferycznych i roztopów wylewa się z koryta rzeki, zalewając prawie całą dolinę. Na takie wahania stanu wód duży wpływ ma rzeka Bug, której cofki sięgają aż do Malowej Góry. Stany podwyższonego poziomu wód trwają od 10 do 30 dni. Spowodowane to jest powolnym przybieraniem i obniżaniem się wód Bugu (Paśnikowski, Ziębowicz, 1975).

Regulację Krzny, z której wynika stan obecny rzeki wraz z doliną, przeprowadzono od Malowej Góry (8,55 km) do Międzyrzeca Podlaskiego (68,65 km). W 1961 roku rzeka Krzna przyjmuje wodę z kanału Wieprz-Krzna, natomiast inwestycje wodno-melioracyjne nasiliły się dopiero od roku 1963. Rzeka miała wystarczającą głębokość, żeby skutecznie odprowadzać wodę z doliny. Stany wysokie wód mieściły się w korycie nie powodując większego wylewania. Szerokość dna na odcinku 8,55-26,50 km wynosiła 20 m, a na odcinku 26,5-68,65 km 14 m, zaś głębokość 1,8-2,8 m (Paśnikowski, Ziębowicz, 1975). Głównym celem przeprowadzonych zabiegów regulacyjnych było wyprostowanie koryta rzeki wraz z siecią rowów melioracyjnych. Efektem przeprowadzonych prac melioracyjnych miało być zwiększenie obszarów upraw i produkcji rolnej co było np. efektem budowy Kanału Wieprz-Krzna (Ciepielowski, 1999).

The use of terrain in the valley of the Krzna River

The analysis of the impact of the Krzna River's regulation on the economic use of the terrain in its valley was carried out at a section where regulatory work had been carried out around the same time. The regulatory works had a similar scope or were not carried out. The adopted criteria are met by the section from 0.00 km of the river's course (estuary to the Bug) to 35.7 km (Klukówka's estuary). In its upper section, the river was subjected to regulatory measures, which had been carried out earlier, e.g. maps from as early as the 18th century show traces of such activities on the territory of Biała Podlaska; moreover, the river was dammed here.

The analyses of the cartographic materials of the Tactical Map of Poland from 1931 and aerial

Użytkowanie terenów w dolinie rzeki Krzny

Analizę wpływu regulacji rzeki Krzny na gospodarcze użytkowanie terenu w jej dolinie prowadzono na odcinku, w którym prace regulacyjne wykonano w zbliżonym czasie. Prace regulacyjne miały podobny zakres lub ich nie przeprowadzono. Przyjęte kryteria spełnia odcinek od 0,00 km biegu rzeki (ujście do Bugu) do 35,7 km (ujście Klukówki). Rzeka w górnym odcinku była poddana zabiegom regulacyjnym, które przeprowadzono wcześniej np. na terenie miasta Biała Podlaska już na mapach z XVIII w. są oznaki takich działań, ponadto rzeka jest tutaj owałowana.

Z analiz materiałów kartograficznych Mapy Taktycznej Polski z 1931 roku i zdjęć lotniczych z 2015 roku wynika, że analizowany odcinek (rysunek 2A i 2B) uległ znacznym przekształceniom. Nie były to

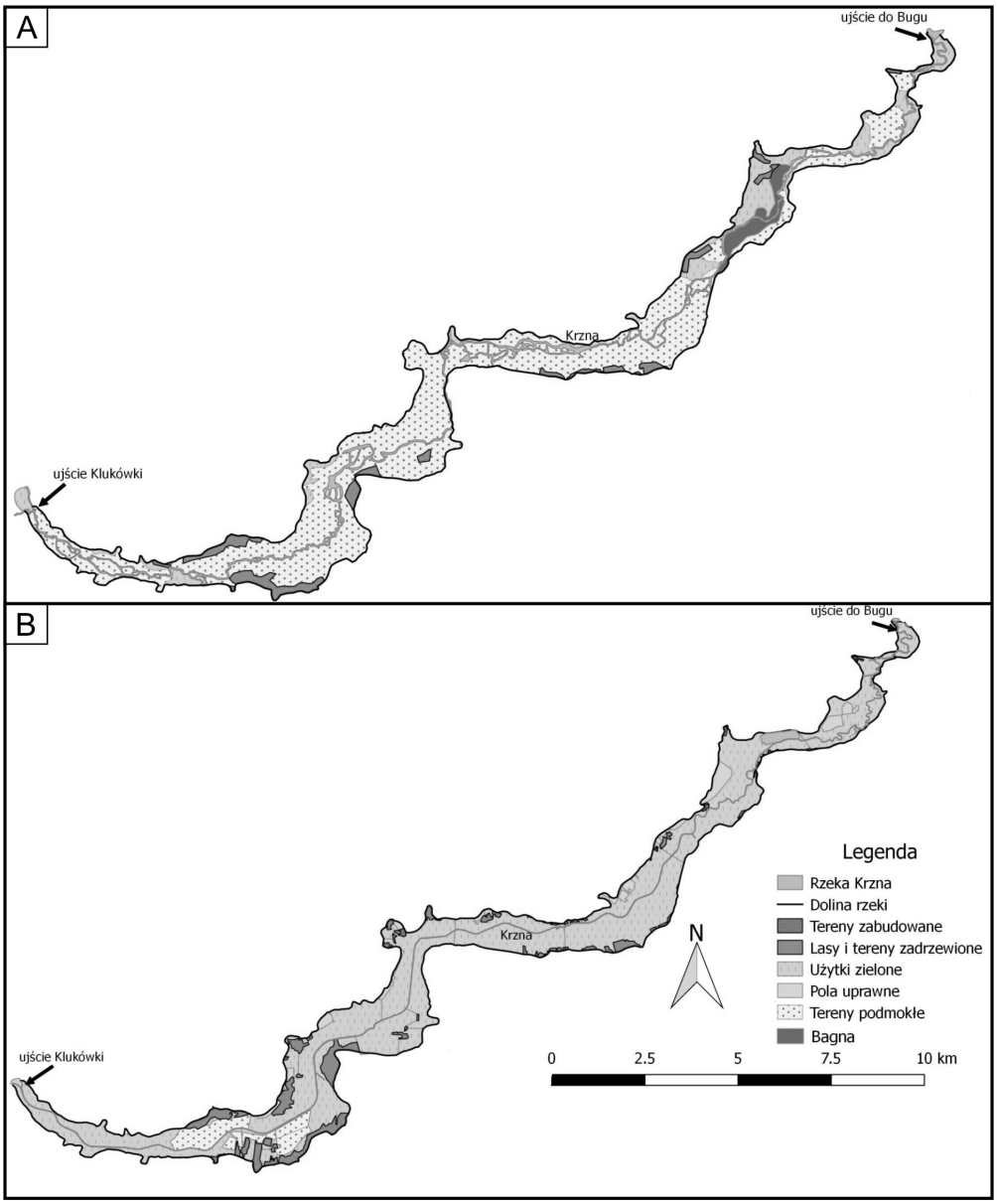

Figure 2. Use of the terrain in the Krzna River valley: A in 1931; B in 2015
Rysunek 2. Użytkowanie terenu w dolinie rzeki Krzny: A w 1931 roku; B w 2015 roku
Source: Authors' own work based on the Tactical Map of Poland (1931) and aerial photographs (2015).
Źródło: Opracowanie własne na podstawie Mapy Taktycznej Polski (1931) i zdjęć lotniczych (2015).

photographs from 2015 show that the analysed section (Figure 2A and 2B) has undergone significant transformations. These included not only natural changes but, to a greater extent, the intentional actions of people who, in the search of new agricultural areas and protection against flooding, carried out intensive regulatory and land improvement works. The river is partially regulated in the analysed area. From Malowa Góra to the Klukowka estuary, the riverbed is regular, profiled and fortified. The section from Malowa Góra to the estuary of the river into the Bug remained intact, and here the Krzna has the character of a meandering river with numerous old riverbeds in its valley.

The area of the valley in the examined section totals 3,164 ha, its width ranges from approx. 326 m at the Klukowka estuary to approx. 2 km between the village of Perkowice and Horbow-Kolonia. The regulatory measures carried out in the Krzna valley caused a reduction in the water surface area from 251.94 ha in 1931 to 57.28 ha in 2015 (Table 1).

tylko zmiany naturalne, ale w większym stopniu celowe działania ludzi, którzy w poszukiwaniu nowych terenów rolniczych i ochrony przeciwpowodziowej, prowadzili intensywne prace regulacyjne i melioracyjne. Na analizowanym terenie rzeka jest częściowo uregulowana. Od Malowej Góry do ujścia Klukówki koryto rzeki jest regularne, wyprofilowane i umocnione. Pozostały odcinek, od Malowej Góry do ujścia rzeki do Bugu, pozostał nienaruszony i tutaj Krzna ma charakter rzeki meandrującej z licznymi starorzeczami w jej dolinie.

Powierzchnia doliny na badanym odcinku wynosi 3 164 ha, jej szerokość waha się od ok. 326 m przy ujściu Klukówki do ok. 2 km pomiędzy wsią Perkowice a Horbów-Kolonia. Przeprowadzone zabiegi regulacyjne w dolinie Krzny spowodowały zmniejszenie powierzchni lustra wody z 251,94 ha w 1931 roku do 57,28 ha w 2015 roku (tabela 1).

Table 1. Changes in the use of terrain in the Krzna valley
Tabela 1. Zmiany użytkowania terenu w dolinie Krzny

Year/ Rok	Area in hectares/ Powierzchnia w ha							
	valley/ dolina	waters/ wody	forests/ lasy	wetlands/ tereny podmokłe	swamps/ bagna	grass-lands/ użytki zielone	arable lands/ grunty orne	areas under development/ tereny pod zabudową
1931	3164	251.94	212.63	2,159.65	102.91	436.87	0.0	0.0
2015	3164	57.28	279.85	204.25	0.0	2475.7	139.73	7.19

Source: Authors' own work based on the Tactical Map of Poland (1931) and aerial photographs (2015).
Źródło: opracowanie własne na podstawie Mapy Taktycznej Polski (1931) oraz zdjęć lotniczych (2015).

The regulatory measures carried out in the valley of the Krzna caused a decrease in swampy areas by 100% and wetlands by 90.5%. In lieu of them, the area of grasslands increased from 436.87 ha to 2475,7 ha (by 566%) (Table 1). Arable land (139,73 ha) and areas under development (7,19 ha) also appeared on the analysed territory.

The area of forests and wooded grounds also increased by approximately 31.6%, from 212.63 ha to 279.85 (Table 1). The largest increase in the area of forests occurred in Perkowice (from 63 ha in 1931 to 81 ha in 2015) and Horbow Kolonia (from 28 ha to 44 ha).

Przeprowadzone zabiegi regulacyjne w dolinie Krzny spowodowały ubytek terenów bagiennych o 100 % i podmokłych o 90,5%. W ich miejsce wzrosła głównie powierzchnia użytków zielonych z 436,87 ha do 2475,7 ha (o 566%) (tabela 1). Na analizowanym obszarze pojawiły się również grunty orne (139,73 ha) i tereny pod zabudową (7,19 ha).

Wzrosła również powierzchnia lasów i gruntów zalesionych o około 31,6% z 212,63 ha do 279,85 (tabela 1). Największy przyrost powierzchni lasów wystąpił w okolicach miejscowości Perkowice (z 63 ha w 1931 roku do 81 ha w 2015) i Kolonii Horbów (z 28 ha do 44 ha).

Conclusions

The conducted research confirmed the impact of the Krzna River's regulation on the economic use of the terrain in its valley in the period 1931-2015.

On the examined territory, there occurred a decrease in the area occupied by grounds with the worst conditions for agricultural activity, namely wetlands and swamps, mainly in favour of grasslands, whose area increased by 566%, to 2475.7 ha.

The land improvement measures carried out in the valley of the Krzna have contributed significantly to the profitability of production from grasslands. In addition, the significant intensification in the use

Wnioski

Przeprowadzone badania potwierdziły wpływ regulacji rzeki Krzny na gospodarcze użytkowanie terenu w jej dolinie w okresie 1931-2015.

Na badanym obszarze nastąpił spadek powierzchni zajętych przez tereny o najsłabszych możliwościach do prowadzenia gospodarki rolniczej tj. terenów podmokłych i bagien, głównie na rzecz użytków zielonych, których powierzchnia wzrosła o 566% do 2475,7 ha.

Wykonane w dolinie Krzny melioracje znacząco przyczyniły się do zwiększenia opłacalności produkcji z użytków zielonych. Oprócz tego znaczna in-

of meadows and pastures has curbed the process of their ploughing. The water regulation applied to meadow soils has created conditions favourable to the introduction of ground cultivation (139.73 ha), whose utilization was not possible in swampy areas.

The regulatory measures that occurred in the Krzna valley also contributed to the reduction of the water surface and the increase in forest areas, as well as the appearance of areas under development.

In spite of the fact that the Krzna's waters flood its valley on an almost annual basis, the conducted regulatory measures have positively influenced the agricultural utilization of this area.

tensyfikacja użytkowania łąk i pastwisk hamująco wpływała na proces ich zaorywania. Uregulowanie stosunków wodnych na glebach łąkowych stworzyło dogodne warunki do wprowadzenia upraw polowych (139,73 ha), których użytkowanie nie było możliwe na zabagnionych gruntach.

Zabiegi regulacyjne, które zaszły w dolinie Krzny, również wpłynęły na zmniejszenie się powierzchni lustra wody oraz wzrost powierzchni lasów i pojawienie się trenów pod zabudową.

Pomimo niemal corocznych wylewów wód Krzny w jej dolinie, przeprowadzone zabiegi regulacyjne wpłynęły pozytywnie na zwiększenie możliwości rolniczego wykorzystania terenu.

References/ Literatura:

1. Ciepielowski, A. (1999). *Podstawy gospodarowania wodą*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
2. Dec, E. (1985). *Charakterystyka hydrograficzna woj. bialskopodlaskiego*. Rocznik Międzyrzecki, Tom XVI-XVII, s.183-193.
3. Hachoł, J., Bondar-Nowakowska, E. (2016). *Wielokryterialna ocena skutków regulacji rzek, Interdyscyplinarne zagadnienia w inżynierii i ochronie środowiska*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, s. 108-119.
4. Hildebrandt-Radke, I., Przybycin, J. (2011). *Zmiany sieci hydrograficznej i zalesienia a melioracje regionu środkowej Obry (centralna Wielkopolska) w świetle danych historycznych i materiału kartograficznego*. Przegląd Geograficzny, 83/3, s. 323-342. https://doi.org/10.7163/PrzG.2011.3.2
5. Kałuski, S. (2010). *Rzeki a kształtowanie się transgranicznych więzi regionalnych*. Prace i Studia Geograficzne, Tom. 44, s. 69–77.
6. Kycko, M. (2011). *Analiza zmian użytkowania ziemi w Gorlicach.* Teledetekcja środowiska 45, s. 66-73.
7. Lipiński, J. (2006). *Zarys rozwoju oraz produkcyjne i środowiskowe znaczenie melioracji w świetle badań*. Acta Sci. Pol., Formatio Circumiectus, 5 (1), s. 3–15.
8. Łajczak, A. (2006). *Regulacja rzeki a zagrożenie powodziowe, na przykładzie Wisły między Skoczowem i Puławami.* Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich, Nr. 4/1, s. 197-215.
9. Oglęcki, P. (2006). *Ocena hydromorfologiczna rzek nizinnych na przykładzie rzeki Wkry*. Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich, Nr. 4/1, s. 175-184.
10. Paśnikowski, S., Ziębowicz, J. (1975). *Studium generalne rzeki Krzny*. Maszynopis.
11. Pietrzak, M., Siwek, J. (2000). *Wykorzystanie map historycznych, przetworzonych przy użyciu GIS do oceny zmian użytkowania ziemi na Pogórzu Wiśnickim. W: W.* Chełmicki (red.), *Przemiany środowiska na Pogórzu Karpackim,* , s. 21-30 t. 1, Kraków IGiGP UJ, s. 21-30.
12. Plit, J. (2018). *Zarządzanie krajobrazem dolin rzecznych.* Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego Nr 10, s. 230-240.
13. Somorowski, Cz. (1999). *Współczesne problemy melioracji*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
14. Szuba, K. (2012). *Przemiany stosunków wodnych w zlewni i dolinie Dunajca w kontekście poszukiwania środków ograniczenia zagrożenia powodziowego.* Czasopismo Techniczne. Środowisko, 109.2-Ś, s. 237-251.
15. Uziak, S., Turski, R. (2008). *Środowisko przyrodnicze Lubelszczyzny*. Lublin: Lubelskie Towarzystwo Naukowe.
16. Wielka Historia Polski. (2000). Kraków: Wydawnictwo Pinnex.
17. www.geoportal.gov.pl (10.05.2018)
18. Zbucki Ł., Konopka A. (2018). *Zmiany użytkowania terenu w Białej Podlaskiej w latach 1983–2015*. Acta Geographica Silesiana, 12/4 (32), s. 73-81.
19. Żelazo, J. (2009). *Wybrane problemy zabudowy rzek o szczególnych wartościach przyrodniczych.* Nauka Przyroda Technologie, Tom 3 Zeszyt 3, s. 1-13.

Cartographic materials/ Materiały kartograficzne:

20. Brest by the Bug (1931). A Tactical Map of Poland in a scale of 1: 100,000/ Brześć nad Bugiem (1931). Mapa Taktyczna Polski w skali 1:100 000
21. Biala Podlaska (1931). A Tactical Map of Poland in a scale of 1: 100,000/ Biała Podlaska (1931). Mapa Taktyczna Polski w skali 1:100 000
22. A detailed geological map of Poland in the scale of 1:50 000 Terespol (2007)/ Szczegółowa mapa geologiczna Polski w skali 1:50 000 Terespol (2007)
23. A detailed geological map of Poland in the scale of 1:50 000 - Rokitno (2007)/ Szczegółowa mapa geologiczna Polski w skali 1:50 000 – Rokitno (2007)
24. A detailed geological map of Poland in the scale of 1:50 000 - Biala Podlaska (2008)/ Szczegółowa mapa geologiczna Polski w skali 1:50 000 – Biała Podlaska (2008)
25. Aerial photographs (2015) No. 5/2473, 24/3125, 20/2432, 21/2654, 22/2651, 1/0318, 1/0319, 1/0320, 1/0321, 1/0322, 1/0323, 1/0324, 2/0281, 29/1531, 29/1532, 3/0229, 5/0213, 6/0161, 6/0162, 7/0143, 79/3045, 802/0726, 82/3087, 82 / 3088, 83/3116, 83/3117, 87/3176, 88/3193 license number DIO.7211.437.2017 PL N/ Zdjęcia lotnicze (2015) nr 5/2473, 24/3125, 20/2432, 21/2654, 22/2651, 1/0318, 1/0319, 1/0320, 1/0321, 1/0322, 1/0323, 1/0324, 2/0281, 29/1531, 29/1532, 3/0229, 5/0213, 6/0161, 6/0162, 7/0143, 79/3045, 802/0726, 82/3087, 82/3088, 83/3116, 83/3117, 87/3176, 88/3193 licencja nr DIO.7211.437.2017 PL N

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

AN INCUBATOR OF LOCAL PROCESSING AS A BUSINESS OPPORTUNITY FOR REGIONAL DEVELOPMENT IN POLAND

INKUBATOR PRZETWÓRSTWA LOKALNEGO JAKO BIZNESOWA SZANSA ROZWOJU REGIONALNEGO W POLSCE

Ewelina Kasandra Wasilewska[1(A, B, C, D, E, F)]

[1]University of Natural Sciences and Humanities in Siedlce, Student Scientific Association of Agricultural Engineering
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Studenckie Koło Naukowe Inżynierii Rolniczej

Wasilewska, E. K. (2018). An incubator of local processing as a business opportunity for regional development in Poland/ Inkubator przetwórstwa lokalnego jako biznesowa szansa rozwoju regionalnego w Polsce. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 138-146. https://doi.org/10.2478/ers-2018-0042

ORIGINAL ARTICLE

JEL code: Q19

Submitted:
October 2017

Accepted:
June 2018

Tables: 2
Figures: 0
References: 21

Summary

Subject and purpose of work: In recent years, kitchen incubators have captured increasingly larger and more sophisticated titles in the local and national press. Organised local producers have been applying for funds to build such facilities. This article aims to introduce the notion of a kitchen incubator, its functioning, as well as present its role in the local development in the food production industry.
Materials and methods: The available Polish and foreign literature on the subject in question was studied. The current study was based on the analysis and observation of the kitchen incubators which are already in operation.
Results: The investigations conducted have demonstrated that kitchen incubators constitute a very important element in the development of the local economy.
Conclusions: The operation of kitchen incubators should be monitored so as to enhance their development.

Keywords: co-financing, LEADER initiative, local development, Local Action Groups, kitchen incubator

ORYGINALNY ARTYKUŁ NAUKOWY

Klasyfikacja JEL: Q19

Zgłoszony:
październik 2017

Zaakceptowany:
czerwiec 2018

Tabele: 2
Rysunki: 0
Literatura: 21

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: W ciągu ostatnich lat inkubatory kuchenne przykuły uwagę coraz większych i wyrafinowanych tytułów w prasie lokalnej i krajowej. Zrzeszeni lokalni producenci starają się na pozyskanie środków na tego rodzaju inwestycje. Niniejszy artykuł ma na celu przybliżenie pojęcia inkubatora kuchennego, jego funkcjonowania oraz przedstawienie jego roli dla rozwoju lokalnego w produkcji żywności.
Materiały i metody: Przestudiowano dostępną literaturę polską i zagraniczną dotyczącą podjętego problemu. Opracowanie powstało na podstawie analizy i obserwacji funkcjonujących już inkubatorów kuchennych.
Wyniki: Przeprowadzone dociekania wykazują, że inkubatory kuchenne stanowią bardzo ważny element rozwoju gospodarki lokalnej.
Wnioski: Należy monitorować działanie inkubatorów kuchennych i na tej podstawie usprawniać rozwój tych obiektów.

Słowa kluczowe: dofinansowanie, inicjatywa LEADER, rozwój lokalny, Lokalne Grupy Działania, inkubator kuchenny

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *Ewelina Kasandra Wasilewska, Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Studenckie Koło Naukowe Inżynierii Rolniczej, ul. Stanisława Konarskiego 2, 08-110 Siedlce, Poland; tel.: +48 517-809-710; e-mail: wasilesia14@wp.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Ewelina Kasandra Wasilewska. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

Entrepreneurship in the countryside and rural areas is a very important element of the national economy, especially in the context of combating unemployment, undertaking professional activation and enabling access to a wide range of products and services to the inhabitants of these areas. Processing the produce grown on a farmer's property in order to add to its value and therefore generate more income plays an important role here. For the processing industry to be able to develop further, it needs financial resources for new investments.

Consumers in Poland are increasingly more willing to buy food directly from a farmer. Such a phenomenon is part of the Pan-European trend of seeking food of known origin and is conducive to the continued desire for protection against food modification. As a result, there is a growing interest in procuring food directly from the agricultural farm or region where it was produced. Authentic traditional or regional products which are closely related to specific cities or regions are sought more and more often (Publikacja zbiorowa. Jak uruchomić i prowadzić inkubator kuchenny w lokalnym systemie żywnościowym. Poradnik 2015, p.4). The more we are flooded by food which is produced massively and sold in large stores, the more we look for local dishes, old recipes, regional flavours and products that allow us to eat tastily.

Regional, traditional or local products retain their original recipes thanks to the use of a processing base and ingredients which are natural for a given place in the process of preparing them. It is not unusual for recipes for dishes and preserves produced on agricultural farms to not be widely available and used, it is difficult to find them in culinary literature, and it is precisely this kind of food that gives a wonderful expression to the singularity and uniqueness of a region. Selling local products, including processed ones, has increasingly become an important source of income for farms, and for buyers, it is quite the attraction, associated with staying in a given area. One must not also forget that when buying from local sellers, the prices are competitive because they do not contain the margin. The direct contact between the producer and the buyer is significant as well. The direct transaction creates a perspective of survival of small, local producers, and at the same time guarantees the advantage of the product being genuine.

The importance of Local Action Groups for the development of local processing incubators

A local action group is a kind of territorial partnership, which is created in rural areas, bringing together representatives of local organisations and residents of a given territory, whose border is determined by the member municipalities. These are most often organisations and associations, companies as well as cooperative societies operating in a given

Wstęp

Przedsiębiorczość na wsi i obszarach wiejskich to bardzo ważny element gospodarki narodowej szczególnie w kontekście walki z bezrobociem, aktywizacji zawodowej oraz umożliwianie dostępu do szerokiej gamy produktów i usług mieszkańcom tych obszarów. Istotną rolę odgrywa tu przetworzenie wyprodukowanego w gospodarstwie rolnika surowca by nadać mu wartość dodaną i uzyskiwać dzięki temu zwiększone dochody. Aby przetwórstwo mogło się dalej rozwijać potrzebuje środków finansowych na nowe inwestycje.

Konsumenci w Polsce coraz chętniej zakupują żywność prosto od rolnika. Takie zjawisko wpisuje się w ogólnoeuropejski trend poszukiwania żywności wiadomego pochodzenia i sprzyja wciąż kumulującej się chęci zabezpieczenia się przed preparowaniem żywności. W związku z tym wzrasta zainteresowanie nabywaniem żywności bezpośrednio w gospodarstwie rolnym, bądź w regionie, w którym została ona wyprodukowana. Coraz częściej wyszukiwane są autentyczne produkty tradycyjne czy regionalne, które są ściśle związane z określonymi miejscowościami czy regionami(Publikacja zbiorowa. Jak uruchomić i prowadzić inkubator kuchenny w lokalnym systemie żywnościowym. Poradnik 2015, s.4). Im bardziej zalewa nas żywność produkowana masowo i sprzedawana w wielkich sklepach, tym bardziej poszukujemy lokalnych potraw, starych przepisów, regionalnych smaków i produktów, które pozwalają nam smacznie jeść.

Regionalne, tradycyjne czy też lokalne produkty zachowują oryginalne receptury poprzez wykorzystanie do wykonania bazy przetwórczej i składników naturalnych dla danego miejsca. Nie rzadko przepisy na dania i przetwory produkowane w gospodarstwach rolnych nie są ogólnie dostępne i stosowane, z trudnością znajdujemy je w literaturze kulinarnej, a to właśnie one dają wspaniały wyraz wyjątkowości i unikalności regionu. Sprzedaż lokalnych produktów, również tych przetworzonych coraz częściej staje się ważnym dochodem dla gospodarstw, dla kupujących natomiast jest nie lada atrakcją, która wiąże się z przebywaniem na danym obszarze. Nie można zapomnieć również o tym, że kupując od lokalnych sprzedawców ceny są konkurencyjne, ponieważ nie zawierają marży. Swoje znaczenie ma również bezpośredni kontakt wytwórcy z nabywcą. Transakcja bezpośrednia tworzy perspektywę przetrwania małych, lokalnych producentów, a jednocześnie gwarantuje walor wiarygodności wyrobu.

Znaczenie Lokalnych Grup Działania dla rozwoju inkubatorów przetwórstwa lokalnego

Lokalna grupa działania jest rodzajem partnerstwa terytorialnego, które jest tworzone na obszarach wiejskich, zrzeszającego przedstawicieli lokalnych organizacji oraz mieszkańców danego terytorium, którego granica jest wyznaczana przez gminy członkowskie. Są to najczęściej organizacje i stowarzyszenia działające na danym terenie, firmy,

area. Often, these are also representatives of local governments, cultural and educational institutions or parishes. The basic principles of their operation are determined by relevant laws. Local Action Groups are usually entered into the National Court Register mainly as associations, but there are also cases of them being registered as foundations or compounds of associations. Each of the local action groups has its own statute and elected authorities. The most important decision-making committee is the general assembly of LAG members.

There are 332 local action groups registered in the country (Table 1). Most groups are located in the Lesser Poland province - 32. In the Greater Poland province, there is one group fewer - 31. The smallest number of LAGs is registered in the Lubusz and Opole province - 11 each.

a także spółdzielnie. Często również przedstawiciele samorządów gmin, kultury, placówek oświaty czy też parafii. Podstawy funkcjonowania są określone odpowiednimi ustawami. Lokalne Grupy Działania zazwyczaj są zarejestrowane w Krajowym Rejestrze sądowym głównie jako stowarzyszenia, ale również zdarzają się przypadki rejestrowania jako fundacji, czy związków stowarzyszeń. Każda z lokalnych grup działania posiada swój statut i wybrane władze. Najważniejszym greminium decyzyjnym jest zgromadzenie członków LGD.

Na terenie kraju jest zarejestrowanych 332 lokalnych grup działania (Tabela 1). Najwięcej grup znajduje się w województwie małopolskim – 32. W województwie wielkopolskim o jedno mniej – 31. Najmniejsza liczba LGD zarejestrowana jest w województwach lubuskim i opolskim – po 11.

Table 1. Local action groups in the country on a regional basis - as of April 2017
Tabela 1. Lokalne grupy działania na terenie kraju w ujęciu regionalnym – stan na kwiecień 2017

Specification/ Wyszczególnienie	Number of registered LAGs/ Liczba zarejestrowanych LGD
Lower Silesian/ Dolnośląskie	16
Kuyavian-Pomeranian/ Kujawsko-pomorskie	28
Lublin/ Lubelskie	23
Lubusz/ Lubuskie	11
Łódź/ Łódzkie	17
Lesser Poland/ Małopolskie	32
Masovian/ Mazowieckie	29
Opole/ Opolskie	11
Podkarpackie/ Podkarpackie	28
Podlaskie/ Podlaskie	13
Pomeranian/ Pomorskie	20
Silesian/ Śląskie	16
Świętokrzyskie/ Świętokrzyskie	18
Warmian-Masurian/ Warmińsko-mazurskie	12
Greater Poland/ Wielkopolskie	31
West Pomeranian/ Zachodnio-pomorskie	17
Total/ Ogółem:	332

Source: own elaboration based on the database of the National Network of Rural Areas in the years 2014-2020.
Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich w latach 2014-2020.

Collaboration within such groups brings many benefits. One may distinguish the following:
- integration of local communities,
- development of a public-private partnership,
- development of public and social initiatives,
- activation of local communities,
- economic development of local government units (Kołodziejczak 2011).

Partnerships such as Local Action Groups, place particular emphasis on the promotion and development of local resources present in a given area. The implemented projects are an increasingly popular way of financing local initiatives. One should pay attention to a correlation according to which the greater the territorial scope of the implemented local strategy, the bigger the budget for its implementation. A bigger number of members municipalities also contributes to the success. Thanks to these

Współpraca w ramach grup niesie ze sobą szereg korzyści. Wyróżnić tu należy:
- integrowanie społeczności lokalnych,
- rozwój partnerstwa publiczno-prywatnego,
- rozwój inicjatyw publicznych i społecznych,
- aktywizacja lokalnych społeczności,
- rozwój gospodarczy jednostek samorządu terytorialnego (Kołodziejczak 2011).

Towarzystwa jakimi są Lokalne Grupy Działania kładą szczególny nacisk na promocję i rozwój lokalnych zasobów występujących na danym obszarze. Projekty realizowane są coraz popularniejszym sposobem finansowania lokalnych inicjatyw. Należy zwrócić uwagę na zależność, że im większy zasięg terytorialny wdrażanej strategii lokalnej, tym większy budżet na jego realizację. Również większa liczba członków przyczynia się do sukcesu. Dzięki temu faktem staje się większa ilość pomysłów w związku z re-

measures, a greater number of ideas are being brought into effect in relation to the implemented projects and the competition between them. This provides an opportunity for the social integration and development of civic initiatives, but also the opportunity to better use the social infrastructure facilities that are built as a result. (Pałka 2015). A kitchen incubator constitutes such a facility.

Local products cultivated in incubators built by LAGs have a wider range of availability on the market because they can be produced even in wholesale quantities. Due to such an action, little-known products with unique formulas have a chance to emerge on the global market. As part of the European System for the Protection of Regional and Traditional Products, processors may apply for registration of the name of an agricultural product or foodstuff as a Protected Designation of Origin, Protected Geographical Indication or Traditional Specialty Guaranteed. The details of applying for grants are regulated by the legal regulation implemented by the Act on registration and protection of names and designations of agricultural products and foodstuffs and traditional products (Journal of Laws of 2005, No. 10, item 68).

Being granted a designation protects producers from the unauthorized use of a product's name, which allows for its specificity to be emphasised.

Support as part of the LEADER initiative

The absorption of structural funds by enterprises in Poland is also a factor which increases competitiveness. Funds made available as part of the Structural Funds may be used for various purposes, which include increased investment, modernization, adaptation to requirements, productivity improvements, increased exports and international cooperation, increased employment and the achievement of European Union standards in the field of environmental protection (Karpińska 2015 pp. 40-41). The LEADER program is a successful way of using the developmental potential of rural areas in an optimal way. It is a method of inclusion of the inhabitants of villages, who should be perceived as the priority in undertaking bottom-up activities to improve living conditions (Kamiński 2008 p.246).

LEADER is a community-led local development project supported by the European Agricultural Fund for rural development. This initiative is implemented in Axis 4 as part of the Rural Development Programme for 2014-2020. The goal of Axis 4 is primarily to build social capital by activating inhabitants and contributing to the creation of new jobs in rural areas, as well as improving the management of local resources (Kołodziejczak 2011). The program may be implemented in rural areas, which should be understood as the area excluding cities with a number of more than 20,000 inhabitants (the number of 20,000 related to the size of a rural area is defined in the LEADER program).

The developmental aid may only be granted to entities that are located in a rural area covered by

alizowanymi projektami i konkurencji między nimi. Stanowi to szansę na integrację społeczną oraz rozwój inicjatyw obywatelskich, ale również możliwość lepszego wykorzystania powstałych obiektów infrastruktury społecznej (Pałka 2015). Takim obiektem jest inkubator kuchenny.

Produkty lokalne wytwarzane w inkubatorach budowanych przez LGD mają większy zasięg dostępności na rynku, gdyż mogą być wytwarzane nawet w ilościach hurtowych. W związku z takim działaniem mało znane przetwory o unikalnych recepturach mają możliwość wypłynąć na światowy rynek. W ramach Europejskiego Systemu Ochrony Produktów Regionalnych i Tradycyjnych przetwórcy mogą starać się o zarejestrowanie nazwy produktu rolnego lub środka spożywczego jako Chronionej Nazwy Pochodzenia, Chronionego Oznaczenia Geograficznego bądź Gwarantowanej Tradycyjnej Specjalności. Szczegóły ubiegania się o przyznanie reguluje rozporządzenie prawne wdrożone ustawą o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych(Dz. U. 2005, Nr.10, poz. 68).

Przyznanie oznaczenia chroni producentów przed nieuprawnionym wykorzystaniem nazwy produktu, co pozwala na podkreślenie jego specyficzności.

Wsparcie w ramach inicjatywy LEADER

Absorpcja funduszy strukturalnych przez przedsiębiorstwa w Polsce jest również czynnikiem podnoszącym konkurencyjność. Środki udostępnione w ramach funduszy strukturalnych mogą być wykorzystane na różne cele, do których można zaliczyć zwiększenie inwestycji, modernizację, dostosowanie do wymogów, poprawę produktywności, zwiększenie eksportu i kooperacji międzynarodowej, zwiększenie zatrudnienia oraz osiągnięcie standardów Unii Europejskiej w zakresie ochrony środowiska (Karpińska 2015 s.40-41). Program LEADER jest udanym sposobem optymalnego wykorzystania potencjału rozwojowego terenów wiejskich. Stanowi on metodę włączenia mieszkańców wsi, których należy postrzegać jako pierwszoplanowy podmiot w podejmowaniu oddolnych działań dla poprawy warunków życia (Kamiński 2008 s.246).

LEADER to rozwój lokalny kierowany przez społeczność, wspierany ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz rozwoju obszarów wiejskich. Działanie to jest realizowane w osi 4 w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 – 2020. Celem osi 4 jest przede wszystkim budowa kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców oraz przyczynianie się do powstawania nowych miejsc pracy na obszarach wiejskich, a także polepszenie zarządzania lokalnymi zasobami (Kołodziejczak 2011). Program może być realizowany na obszarach wiejskich, przez które należy rozumieć obszar z wyłączeniem miast o liczbie większej niż 20 tysięcy (liczbę 20 tysięcy dotyczącą wielkości dla obszaru wiejskiego określa w swoich założeniach program LEADER).

the Local Development Strategy, which until now has not been granted an aid for starting or developing a business activity in the field of foodstuffs production or beverage production. A municipality may also apply for such assistance.

The implementation of the undertaking involves the fulfilment of appropriate conditions. The beneficiary must be a food company in which activities are carried out within the scope of producing, processing or distributing food of plant or animal origin or introducing such food onto the market. The initiative assumes that the infrastructure of a local processing incubator will be used by entities other than those applying for an aid. In addition, the initiative assumes the creation of at least one workplace per average annual full-time position, and the person will be employed under an employment contract or a cooperative employment contract.

The amount that may be granted for a given initiative is allocated by the LAG under the assigned limit of funds for the creation of a local processing incubator - the aid amounts to 500,000. The aid is granted in the form of a reimbursement of part of the eligible costs incurred.

Pomoc na rozwój może być przyznana jedynie podmiotom, które mieszczą się na obszarze wiejskim objętym Lokalną Strategią Rozwoju, któremu dotychczas nie została przyznana pomoc na rozpoczęcie lub rozwijanie działalności gospodarczej w zakresie produkcji artykułów spożywczych lub produkcji napojów. O taką pomoc może się ubiegać również gmina.

Realizacja przedsięwzięcia wiąże się ze spełnieniem odpowiednich warunków. Beneficjent musi być przedsiębiorstwem spożywczym, w którym jest prowadzona działalność w zakresie produkcji, przetwarzania lub dystrybucji żywności pochodzenia roślinnego lub zwierzęcego lub wprowadzania tej żywności na rynek. Operacja zakłada korzystanie z infrastruktury inkubatora przetwórstwa lokalnego przez podmioty inne niż ubiegające się o przyznanie pomocy. Dodatkowo działanie zakłada utworzenie co najmniej jednego miejsca pracy w przeliczeniu na pełne etaty średnioroczne, a osoba będzie zatrudniona na podstawie umowy o pracę lub spółdzielczej umowy o pracę.

Kwota jaka może być przyznana dla danej operacji jest przydzielana przez LGD w ramach przyznanego limitu na utworzenie inkubatora przetwórstwa lokalnego – 500 000 kwoty pomocy. Forma przyznania to refundacja części poniesionych kosztów kwalifikowanych.

The notion of a kitchen incubator

A kitchen incubator, also known as a processing incubator, is one of the ways to help local food producers enter the path of professional production and sales before they invest bigger amounts of resources into launching their own enterprise (Publikacja zbiorowa. Inkubator kuchenny. Pordanik tworzenia i funkcjonowania 2016, p.3). A local processing incubator (a kitchen incubator) is understood to mean a food company in which activities are carried out within the scope of producing, processing or distributing food or plant or animal origin, where processing is the basis of the incubator's operations. It is worth emphasizing that the fundamental feature of the facility's functioning is the assumption that it will be used by separate entities, where the incubator's owner adapts the plant so that its operation is compatible with all procedures. Due to such a definition of the local processing incubator, an analysis of what is meant by the term "food processing" ought to be carried out. "Processing" means any operation which alters the source product significantly, including reheating, smoking, salting, maturing, drying, marinating, extraction, extrusion or a combination of these processes (Regulation (EC) No 852/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the hygiene of foodstuffs). Currently, there are three Local Processing Incubators operating in Poland. There is no official information as to how many facilities of this type are under construction or whether there are any plans for their creation.

Pojęcie inkubatora kuchennego

Inkubator kuchenny, zwany również przetwórczym, jest jednym ze sposobów pomocy lokalnym producentom żywności w wejściu na drogę profesjonalnej produkcji i sprzedaży zanim zainwestują większe środki w uruchomienie własnego przedsięwzięcia(Publikacja zbiorowa. Inkubator kuchenny. Poradnik tworzenia i funkcjonowania 2016, s.3). Przez inkubator przetwórstwa lokalnego (inkubator kuchenny) rozumie się przedsiębiorstwo spożywcze, w których jest wykonywana działalność w zakresie produkcji, przetwarzania lub dystrybucji żywności pochodzenia roślinnego lub zwierzęcego lub wprowadzania tej żywności na rynek, przy czym podstawą działalności tego inkubatora jest przetwarzanie. Warto podkreślić, że podstawową cechą funkcjonowania urządzenia jest założenie, że korzystać z niego będą podmioty odrębne, przy czym to właściciel inkubatora dostosowuje zakład tak, aby jego działanie było zgodne z wszelkimi procedurami. Z uwagi na taką definicję inkubatora przetwórstwa lokalnego należy poddać analizie co rozumie się przez pojęcie „przetwarzania żywności". „Przetwarzanie" oznacza każde działanie, które zmienia znacznie produkt wyjściowy, a w tym ogrzewanie, wędzenie, solenie, dojrzewanie, suszenie, marynowanie, ekstrakcję, wyciskanie lub połączenie tych procesów(Rozporządzenie (WE) nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych). Obecnie w Polsce działają trzy Inkubatory Przetwórstwa Lokalnego. Nie ma oficjalnych informacji ile tego typu obiektów jest w budowie, bądź czy są plany ich powstania.

Operation

Although the concept of a common commercial kitchen that an incubator constitutes is no longer completely new in global terms, it demonstrates the variety and creativity of models (Table.2) (Kitchen incubators: an industry snapshot 2013). Assessing a given model as the best remains at the discretion of an incubator's owner and local producers. The simultaneous use of several solutions or the choice of a solution deemed optimal under given circumstances is not excluded either. When choosing a model of using the service that is a local processing incubator by the farmer, taxes and insurances currently in force should be accounted for, so as not to burden the production process with costs that might be avoided.

Funkcjonowanie

Chociaż koncepcja wspólnej kuchni komercyjnej jaką jest inkubator nie jest już zupełnie nowa w ujęciu światowym, pokazuje różnorodność i kreatywność modeli (Tabela.2) (Kitchen incubators: an industry snapshot 2013). To, który model zostanie uznany za najlepszy leży w gestii właściciela inkubatora i lokalnych wytwórców. Nie wyklucza się również korzystania z kilku rozwiązań jednocześnie lub wyboru optymalnego dla danych okoliczności. Przy wyborze modelu korzystania z usługi jaką jest inkubator przetwórstwa lokalnego przez rolnika, należy wziąć pod uwagę podatki i ubezpieczenia aktualnie obowiązujące tak, aby nie narazić procesu produkcji na koszty, których można uniknąć.

Table 2. Examples of the models that may be used
Tabela 2. Przykładowe modele możliwe do zastosowania

Model Number/ Numer modelu	Farmer/ Rolnik	Incubator/ Inkubator
I	• supplies the produce/ dostarcza surowiec • owns the recipe/ posiada recepturę • processes the product/ przetwarza produkt • sells the product/ sprzedaje produkt	• provides the infrastructure/ udostępnia infrastrukturę
II	• supplies the produce/ dostarcza surowiec • owns the recipe/ posiada recepturę • sells the product/ sprzedaje produkt	• processes the product/ przetwarza produkt
III	• supplies the produce/ dostarcza surowiec • owns the recipe/ posiada recepturę • processes the product/ przetwarza produkt	• sells the product/ sprzedaje produkt
IV	• supplies the produce/ dostarcza surowiec • processes the product/ przetwarza produkt	• owns the recipe/ posiada recepturę • sells the product/ sprzedaje produkt
V	• sells the produce/ sprzedaje surowiec • owns the recipe/ posiada recepturę	• processes the product/ przetwarza produkt • sells the product/ sprzedaje produkt
VI	• sells the produce/ sprzedaje surowiec	• owns the recipe/ posiada recepturę • processes the product/ przetwarza produkt • sells the product/ sprzedaje produkt

Source: own elaboration based on the data from the publication: Inkubator kuchenny. Poradnik posiadania i funkcjonowania 2016.
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z publikacji Inkubator kuchenny Poradnik posiadania i funkcjonowania 2016.

In model I, the kitchen incubator is made available to the interested parties. They provide the produce themselves, process it according to their own recipe, and subsequently sell the final product in person. In the second case, the produce is processed by the person operating the incubator on behalf of the farmer who supplies the produce and the recipe himself. As in model I, the farmer is still responsible for the distribution of the final product. Another model - III, is significantly different from the previous ones. The farmer supplies the raw produce, the recipe and makes the product but it is not him who handles the sale of the final product. This role is taken over by the incubator, as this is where the farmer sells his product. In model IV, similarly to model III, the raw material is supplied and processed by the farmer, however the recipe for manufacturing the product comes from the incubator. It is also important in this case that it is the incubator that buys this product

W modelu I inkubator kuchenny jest udostępniany zainteresowanym. Chętni sami dostarczają surowiec, przetwarzają go według własnej receptury, a następnie sprzedają osobiście gotowy produkt. W drugim przypadku przetworzeniem surowca zajmuje się osoba obsługująca inkubator na zalecenie rolnika, który sam dostarcza surowiec oraz recepturę. Tak jak w I modelu to rolnik dalej odpowiada za dystrybucję gotowego produktu. Kolejny model – III znacznie różni się od poprzednich. Rolnik dostarcza surowiec, recepturę oraz wytwarza produkt, jednak nie zajmuje się już sprzedażą gotowego produktu. Tę rolę przejmuje inkubator, ponieważ rolnik sprzedaje tam swój wyrób. W IV modelu, podobnie jak w III surowiec jest dostarczany i przetwarzany przez rolnika, jednak receptura wytworzenia towaru pochodzi z inkubatora. Istotne jest tu również, że to inkubator kupuje ten wytwór oraz zajmuje się jego dalszą dystrybucją. V model uwzględnia sprzedaż surowca do

and deals with its further distribution. Model V includes the sale of the produce to the incubator and processing it according to the recipe provided by the farmer. The incubator handles manufacturing and selling the final product. The last model limits the role of the farmer only to the sale of the produce. All other activities are at the discretion of the incubator. The incubator is the owner of the recipe - in contrast to model V.

Strengths and weaknesses

The creation of a kitchen incubator will primarily benefit candidates for future local food producers and processors. They will have the opportunity to focus on selling and manufacturing their products, as it is the kitchen incubator (as a company) that will take care of all the procedures, sanitary and veterinary regulations, investments carried out on the premises, machinery and equipment. Another significant issue is the possibility of introducing products that have never been produced before, due to the lack of financial means and adequately supplied infrastructure, onto the local market.

The food incubator system does not only connect entrepreneurs with the kitchen. Another positive aspect is the counselling in the field of produce processing. Additionally, the incubator provides the opportunity to exchange experiences, which are particularly important from the perspective of development directions (Food incubators transforming regions 2016). Good quality local foodstuffs of known origin will be created, produced in accordance with applicable regulations.

Apart from the initiatives that may be implemented in a "small business" that a kitchen incubator constitutes, there are also a number of other functions which it might perform. The town in which it is created becomes more interesting, as well as integrates residents during joint activities, and thus it is a component which contributes to the tightening of ties in a local community. Such a course of actions provides the possibility to organise various competitions or festivals, depending on how creative the users of the incubator are. Such activities are associated with the promotion of the region and attract both local inhabitants, as well as tourists. Moreover, thanks to organising demonstrations and culinary workshops, it constitutes an attractive educational offer for children and the elderly. The most important advantage of the above-mentioned tourist attraction may be the tasty satisfaction drawn from the dish prepared by the participants and taken home (Publikacja zbiorowa. Inkubator kuchenny. Poradnik tworzenia i funkcjonowania 2016, p.16). The possibility of storing a particular product for a shorter or longer time is also a significant feature.

There are also many challenges that accompany the creation of an incubator. The fundamental factor is the collection of funds for the investment and the preparation of all documents related to the construction, as well as the settlement of the project. There is no doubt that these tasks are not simple.

inkubatora oraz przetworzenie go według receptury jaką dostarcza rolnik. Trawestacją oraz sprzedażą gotowego produktu zajmuje się inkubator. Ostatni model ogranicza rolę rolnika jedynie do sprzedaży surowca. Wszystkie inne działania leżą w kwestii inkubatora. Właścicielem receptury jest inkubator – w przeciwieństwie do modelu V.

Słabe i mocne strony

Na utworzeniu inkubatora kuchennego skorzystają przede wszystkim kandydaci na przyszłych lokalnych wytwórców i przetwórców żywności. Będą mieli oni możliwość skupienia się na sprzedaży i produkcji swoich wyrobów, ponieważ to inkubator kuchenny (jako przedsiębiorstwo) zadba o wszelkie procedury, przepisy sanitarne i weterynaryjne, inwestycje prowadzone na terenie obiektu, maszyny i wyposażenie. Ważną kwestią jest również możliwość wprowadzenia na lokalny rynek produktów, które nigdy wcześniej nie były wytwarzane z braku możliwości finansowych i odpowiednio zaopatrzonej infrastruktury.

System inkubatora żywności nie tylko łączy przedsiębiorców z kuchnią. Doradztwo w zakresie przetwórstwa surowców jest kolejnym pozytywnym aspektem. Dodatkowo inkubator stwarza możliwość wymiany doświadczeń, które są szczególnie ważne w perspektywie kierunków rozwoju(Food incubators transforming regions 2016). Powstaną lokalne produkty żywności o dobrej jakości i wiadomym pochodzeniu, produkowane zgodnie z obowiązującymi przepisami.

Po za działaniami jakie można zastosować w „małym przedsiębiorstwie" jakim jest inkubator kuchenny istnieje również szereg innych funkcji jakie może pełnić. Miejscowość w jakiej powstaje staje się dodatkowo ciekawa, jak również integruje mieszkańców podczas wspólnych działań, a więc stanowi komponent sprzyjający zacieśnianiu więzi lokalnej społeczności. Taki bieg sprawy daje możliwość organizacji różnego rodzaju konkursów czy festynów, w zależności jak bardzo kreatywni są użytkownicy inkubatora. Tego typu działania wiążą się z promocją regionu i przyciągają zarówno tubylców, jak i turystów. Ponadto stanowi on również ciekawą ofertę edukacyjną dla dzieci i osób starszych przez organizację pokazów oraz warsztatów kulinarnych. Najważniejszym atutem wyżej wymienionej atrakcji turystycznej może być smakowita satysfakcja z własnoręcznie stworzonego dzieła kulinarnego, które uczestnicy zabierają do domów(Publikacja zbiorowa. Inkubator kuchenny. Poradnik tworzenia i funkcjonowania 2016, s.16). Istotną funkcją jest również możliwość przechowywania danego towaru na krótszy, bądź dłuższy okres.

Istnieje również wiele wyzwań jakie towarzyszą utworzeniu inkubatora. Podstawowym czynnikiem jest pozyskanie środków na inwestycję i przygotowanie wszystkich dokumentów związanych z budową jak również rozliczenie projektu. Nie ulega wątpliwości, że te zadania nie są proste. Niełatwo wybrać

It is difficult to choose the ones with the greatest commercial potential from an array of innovative ideas (Kim, Mauborge 2006, p. 89). The stage of developing the concept involves consulting the relevant authorities. While there may be many users, there is only one owner of the incubator, so the task that the potential beneficiary is responsible for is a very time-consuming one. Therefore, it is necessary to establish general rules governing the use of the incubator's infrastructure and the performance of basic activities, such as cleaning. Managing the facility in a way which allows for the obtained income to cover the operating costs associated with its use should be considered. At this point, attention should be paid primarily to the small area of the premises of the facilities which are already in operation. Such incubators can accommodate a small number of users at once (Wodka 2016, p. 4). Rules regarding the responsibility for introducing food onto the market must also be established.

None of these aspects are easy, but without undertaking such actions the achievement of the goals set will not be possible. The reward for the efforts made will be an increase in the tourist attractiveness of the region, a wider offer of local products, additional income for farmers, better use of local resources and increased competitiveness.

At present, due to the small number of kitchen incubators in Poland, it is not possible to evaluate which of the models is the most effective and the most profitable one. Additionally, neither of them has provided official sales data.

Conclusions

A common commercial kitchen for local communities may be a key element in creating economic opportunities. It also plays an important role in the development of a healthy and safe supply of traditional food, especially during the crisis of healthy food, which is being replaced on a large scale by food which is genetically modified.

Facilities operating in the country at present are new, therefore data on their effectiveness is limited. Observation over a span of the upcoming years is important for specifying how these incubators should be constructed and equipped, as well as evaluating which model of operation is the most effective. Organisations or individuals wishing to start such an investment should initiate market research before commencing activities related to construction.

The state of the local economy and customer's demands should be monitored, to provide as much information as possible. Thanks to such research, the chances of succeeding in the changing and uncertain climate of the food industry are the greatest.

spośród innowacyjnych pomysłów te, które mają największy potencjał komercyjny (Kim, Mauborge 2006, s.89). Etap tworzenia koncepcji wiąże ze sobą konsultowanie się z odpowiednimi służbami. Właściciel inkubatora jest jeden, natomiast użytkowników może być wielu, zatem zadanie jakie ciąży na potencjalnym beneficjencie jest bardzo czasochłonne. W związku z powyższym należy ustalić ogólne zasady korzystania z infrastruktury inkubatora oraz wykonywanie podstawowych czynności takich jak np. sprzątanie. Na uwadze należy mieć kierowanie obiektem, tak aby uzyskiwane dochody pokrywały koszty operacyjne jego użytkowania. W tym miejscu należy przede wszystkich zwrócić uwagę na niewielką powierzchnię powstałych już urządzeń. Inkubatory te mogą pomieścić niewielką liczbę użytkowników na raz (Wodka 2016, s.4). Ustalone muszą zostać również zasady dotyczące odpowiedzialności za wprowadzenie żywności do obrotu.

Wszystkie wymienione aspekty nie należą do najłatwiejszych, jednak osiągnięcie założonych celi bez takich działań nie będzie możliwe. Wzrost atrakcyjności turystycznej regionu, bogatsza oferta produktów lokalnych, dodatkowe dochody dla rolników, lepsze wykorzystanie zasobów lokalnych czy też zwiększenie konkurencyjności będą nagrodą za włożony wysiłek.

Na dzień dzisiejszy nie można stwierdzić, który z modeli jest najskuteczniejszy i najbardziej opłacalny z powodu małej ilości inkubatorów kuchennych w Polsce. Również żaden z nich nie udostępnił oficjalnych danych dotyczących sprzedaży.

Wnioski

Wspólna kuchnia komercyjna dla społeczności lokalnych może stanowić kluczowy element w budowaniu gospodarczych możliwości. Odgrywa również istotną rolę w rozwoju zdrowego i bezpiecznego zaopatrzenia w tradycyjną żywność zwłaszcza w czasie kryzysu zdrowej żywności, którą zastępuje na szeroką skalę żywność modyfikowana genetycznie.

Urządzenia działające dzisiaj na terenie kraju są nowe, zatem ograniczone są dane na temat ich skuteczności. Ważne jest obserwacja w ciągu najbliższych lat, aby określić jak należy wykonywać te inkubatory oraz ich wyposażenie, a także jaki model działania jest najskuteczniejszy. Organizacje bądź osoby chcące rozpocząć taką inwestycję powinny zainicjować badania na rynku przed rozpoczęciem działań związanych z budową.

Należy monitorować stan gospodarki lokalnej oraz zapotrzebowanie klientów tak, aby dostarczać jak najwięcej informacji. Dzięki takim badaniom szanse na sukces w zmieniającym się i nie pewnym klimacie w przemyśle spożywczym są największe.

References/ Literatura:

1. *Food incubator transforming regions* (2016). Pobrano z: http://www.foodincubators.how/wp-content/uploads/2016/06/FITR-Guide.pdf
2. Kamiński, R. (2008). *Aktywność społeczności wiejskich. Lokalne inicjatywy organizacji pozarządowych*. Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk.
3. Karpińska, J. (2006). Realizacja sektorowych programów operacyjnych oraz ich wpływ na wzrost konkurencyjności polskich przedsiębiorstw. W: M.Ciska (red.), *Regionalizacja w funkcjonowaniu nowoczesnego przedsiębiorstwa* (s. 35-44). Siedlce: Wydawnictwo Akademii Podlaskiej.
4. Kim, Ch., Mauborge R. (2006). Jak ocenić potencjał rynkowy nowych produktów. W: *Zarządzanie innowacją* (s. 89-116). Gliwice: Wydawnictwo HELION.
5. Kołodziejczak, A. (2011). Lokalne grupy działania jako czynnik rozwoju wiejskich obszarów peryferyjnych w województwach lubelskim i podlaskim. W: M. Wesołowska (red.), *Wiejskie obszary peryferyjne – uwarunkowania i czynniki aktywizacji* (s. 203-215). „Studia obszarów wiejskich" t. XXVI. Warszawa: IGiPZ PAN, Warszawa.
6. Pałka, E. (2015). Rola lokalnych grup działania rozwoju obszarów wiejskich. Przykład województwa świętokrzyskiego. *Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae*, 3, 189-203.
7. Econsult Solutions (2013). *U.S. Kitchen Incubators: An Industry Snapshot*. Pobrano z: http://www.econsultsolutions.com/wp-content/uploads/2013/08/ESI-SharedKitchenReport_2013.pdf
8. Publikacja zbiorowa (2016). *Inkubator kuchenny. Poradnik tworzenia i funkcjonowania*. Minkowo: Ośrodek Promowania Przedsiębiorczości. Pobrano z: http://www.swietokrzyskieswiss.pl/dopobrania/inkubatory_przetworcze/swietokrzyskieswiss_pl_poradnik_tworzenia_inkubatora.pdf
9. Publikacja zbiorowa (2015). *Jak uruchomić i prowadzić inkubator kuchenny w lokalnym systemie żywnościowym*. Kraków, Lanckorona: Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, http://gosciniec4zywiolow.pl/filemanager/img/podrecznik_inkubator_kuchenny_RS24122014.pdf
10. Wodka, A. (2016). *U.S. Kitchen Incubators An Industry Update*. Pobrano z: http://www.actimpact.org/wp-content/uploads/2016/03/U.S.-Kitchen-Incubators-An-Industry-Update_Final.pdf

Legal acts/ Akty prawne:

11. Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności, art. 3 pkt. 2. Pobrano z: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=celex%3A32002R0178
12. Rozporządzenie (WE) nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych, Dziennik Urzędowy L139 z dnia 30.04.2004 r., poz.0001 – 0054. Pobrano z: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=celex%3A32004R0852
13. 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. Pobrano z: http://isap.sejm.gov.pl/Download?id=WDU20050100068&type=1

Websites/ Strony internetowe:

14. Dotacje unijne: Koszty kwalifikowane i niekwalifikowane. Pobrano z: http://www.rp.pl/Firma/310289993-Dotacje-unijne-koszty-kwalifikowane-i-niekwalifikowane.html#ap-1
15. Innowacyjna Radomka http://innowacyjnaradomka.pl/
16. Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich, Baza LGD 2014-2020. Pobrano z: http://ksow.pl/baza-lgd-2014-2020.html?no_cache=1
17. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Pobrano z: http://www.minrol.gov.pl/Wsparcie-rolnictwa/Program-Rozwoju-Obszarow-Wiejskich-2014-2020
18. Nasza Kalwaria Niezależny info portal. Pobrano z: http://naszakalwaria.pl/uruchomiono-inkubator-kuchenny/
19. Produkt lokalny z Małopolski, Inkubator kuchenny Pobrano z: http://produktlokalny.pl/inkubator-kuchenny/
20. Strefa Agro. Pobrano z: http://www.strefaagro.gazetakrakowska.pl/artykul/inkubator-kuchenny-pomyslem-na-rozwoj
21. Stryszów Serwis Gminny, Otwarcie „Inkubatora Kuchennego" w Zakrzowie – 22.09.2016. Pobrano z: http://www.stryszow.pl/gmina/wydarzenia/2038-otwarcie-inkubatora-kuchennego-w-zakrzowie-22-09-2016

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

PROTOECONOMICS - ELEMENTS OF ECONOMICS IN ANTIQUITY

PROTOEKONOMIA – ELEMENTY EKONOMII W STAROŻYTNOŚCI

Włodzimierz Wójcicki[1](B,E,F)

[1]Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

Wójcicki, W. (2018). Protoeconomics - elements of economics in antiquity/ Protoekonomia – elementy ekonomii w starożytności. *Economic and Regional Studies, 11*(4), 147-159.
https://doi.org/10.2478/ers-2018-0043

REVIEW ARTICLE

JEL code: B25

Submitted:
August 2017

Accepted:
December 2018

Tables: 0
Figures: 0
References: 17

Summary

Subject and purpose of work: The work presents the emergence and shaping of basic economic issues since the dawn of human economic activity. Contemporary views on important economic issues have their roots in antiquity. The shaping of concepts such as money, interest, contract, credit as a part of the law, began a long time ago and exerted an influence on the way they are understood today.
Materials and methods: The basis for the considerations is the study of literature on the history of the development of economics and the science of management in economic, philosophical and ethical aspects. The work has shown the non-linear nature of the development of new phenomena emerging in volatile political, technical, religious and moral conditions, which are largely spontaneous, and a reciprocal overlap of various fields of knowledge in a general and individual sense. Particular discoverers were found to present a wide spectrum of interests.
Results: Historically, the development of economic knowledge began with the issues from the border of economics and management, from microeconomics (household) to macroeconomics (money); little information concerns large undertakings such as irrigation systems, pyramids or waging wars.
Conclusions: Generally speaking - monarchs' edicts came before the deliberations of thinkers, concrete reasoning came before abstract considerations.

Keywords: ethics in economics, debts, money, fair exchange, development of law

ARTYKUŁ
PRZEGLĄDOWY

Klasyfikacja JEL: B25

Zgłoszony:
sierpień 2017

Zaakceptowany:
grudzień 2018

Tabele: 0
Rysunki: 0
Literatura: 17

Streszczenie

Przedmiot i cel pracy: Praca przedstawia wyłanianie i kształtowanie się podstawowych zagadnień ekonomicznych od zarania działalności gospodarczej człowieka. Współczesne poglądy na istotne kwestie ekonomiczne mają ugruntowanie w starożytności. Kształtowanie takich pojęć jak pieniądz, procent, kontrakt, kredyt, przy udziale prawa, zaczęło się dawno temu i wywarło wpływ na ich dzisiejsze rozumienie.
Materiały i metody: Podstawą dociekań są badania literatury dotyczącej historii rozwoju gospodarki i nauki o gospodarowaniu w aspektach ekonomicznych, filozoficznych, etycznych. W pracy wskazano na nielinearny charakter rozwoju, nowe zjawiska powstają na gruncie zmiennych uwarunkowań politycznych, technicznych, religijno-moralnych, które w dużej mierze mają charakter spontaniczny. Widzimy też wzajemne przenikanie różnych dziedzin wiedzy w znaczeniu ogólnym oraz indywidualnym – poszczególni odkrywcy prezentują szerokie spektrum zainteresowań.
Wyniki: Historycznie rozwój wiedzy ekonomicznej rozpoczął się od zagadnień z pogranicza ekonomii i zarządzania, od mikroekonomii (gospodarstwo domowe) do makroekonomii (pieniądz); mało informacji dotyczy dużych przedsięwzięć jak systemy irygacyjne, piramidy czy prowadzenie wojen.
Wnioski: Uogólniając – edykty monarchów wyprzedzały dociekania myślicieli, rozumowanie konkretne wyprzedzało rozważania abstrakcyjne.

Słowa kluczowe: etyka w ekonomii, długi, pieniądz, sprawiedliwa wymiana, kształtowanie prawa

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr hab. Włodzimierz Wójcicki (ORCID 0000-0002-4607-3972), Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Wydział Nauk Ekonomicznych i Technicznych, ul. Sidorska 95/97, 21-500 Biała Podlaska, Poland; phone: +48 83 344-99-05; e-mail: wl.wojcicki@gmail.com.*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Włodzimierz Wójcicki. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Introduction

We shall start with an important reflection. The progress of biology, medicine, physics, chemistry, IT, cosmology, mathematics and any other field is currently so enormous that we may **be under the illusion that only now are we wise,** more so than all previous generations. Additionally, the fascination with new discoveries forces us somewhat to think mainly about the future. Cloning, transplants, the fast "cloning" of elements using 3D printers, Teflon, graphene and other *wonders* of material engineering, miniaturization, new drives, metallic hydrogen as an example of a condensation of energy which was thus far unimaginable, Large Hadron Collider, the real perspective of obtaining artificial intelligence, the Internet of Things, spare parts for transplantation, not created in a laboratory any more but mass-produced instead - do they not, in a way, without us realizing it, lower our assessment of past achievements? And yet, it would be difficult to replicate some of these achievements even today. Let us omit - with all due respect - the historical achievements of Christ or Muhammad, since we assume the direct support of the Lord for their actions. But the works of architecture, music, painting and sculpture, opera, literature, philosophy, infrastructure, astronomy, as well as protomedicine, protochemistry, protophysics, protobiology and all other *proto* areas, have been created by people who, *at most,* had God's blessing. Let us emphasize - the omission of protoeconomics in modern economic research would be like examining the functioning of a plant while disregarding its roots. The knowledge of what was right and wrong facilitates - while taking into account the conditions changed in the course of history - decision-making.

With regard to word-formation, the *proto* element, used as the *first part of a compound word, means the antecedence in time, order, position, etc. in relation to what the second part of the word signifies* (https://pl.wiktionary.org/wiki/proto- date of access: 2016.12.12). The expression is derived from Greek, where *protos, proteros* means first; examples include words such as prototype, protoplast, protodeacon, proto-Renaissance. Protoeconomics, therefore, encompasses views, theories, positions on economic issues[1], formulated before the shaping of economics as a branch of knowledge, as a science. Tomáš Sedláček (Sedláček, 2012, p. 16) states "It would be unwise to assume that economic considerations only appeared in the age of science." Thus, protoeconomics is an inherent part of economics, created before the formation of the theory of economics. However, it is difficult to precisely determine the time window, as in before/after something. After all, since Adam Smith is considered to be the father of economics, then the publication of his work in 1776 is significant, but we are less certain whether the authors contemporary to A. Smith, from whose legacy he benefited, and, therefore, whose achievements he ennobled as

[1] We consider economic issues while keeping meta-economics and economic imperialism in mind, thus, going beyond curricula but without having a clearly defined scope of interest.

Wstęp

Zaczniemy od ważnej refleksji. Postęp naukowy biologiczny, medyczny, fizyczny, chemiczny, informatyczny, kosmologiczny, matematyczny i w każdej innej dziedzinie jest obecnie tak ogromny, że **można ulec złudzeniu, iż dopiero teraz jesteśmy mądrzy,** w stopniu wyższym od wszystkich poprzednich pokoleń. Dodatkowo fascynacja nowymi odkryciami niejako zmusza nas do wybiegania myślami głównie w przyszłość. Klonowanie, przeszczepy, szybkie „klonowanie" elementów przy pomocy drukarek 3D, teflon, grafen i inne *cuda* inżynierii materiałowej, miniaturyzacja, nowe napędy, metaliczny wodór jako przykład dotąd niewyobrażalnej kondensacji energii, Wielki Zderzacz Hadronów, realne widoki na uzyskanie sztucznej inteligencji, Internet rzeczy (IoT - Internet of Things), części zamienne do transplantacji wytwarzane już nie laboratoryjnie a przemysłowo – czy nie pomniejszają poniekąd bezwiednie naszej oceny przeszłych dokonań? A przecież nawet dzisiaj trudno byłoby niektóre z tych dokonań powtórzyć. Pomińmy – z szacunkiem – historyczne osiągnięcia Chrystusa czy Mahometa, jako że zakładamy bezpośrednie wsparcie Najwyższego dla ich działań. Ale już dzieła architektury, muzyki, malarstwa i rzeźby, opery, literatury, filozofii, infrastruktury, astronomii, a także protomedycyny, protochemii, protofizyki, protobiologii oraz wszystkich innych *proto* dziedzin stworzyli ludzie, co '*najwyżej'* z bożym błogosławieństwem. Podkreślmy - pominięcie protoekonomii w współczesnych badaniach ekonomicznych byłoby jak badanie funkcjonowania organizmu rośliny z pominięciem jej korzeni. Znajomość tego, co było słuszne, a co błędne, ułatwia – przy uwzględnieniu zmienionych historycznie warunków – dokonywanie wyborów.

W aspekcie słowotwórczym cząstka *proto*, użyta jako *pierwszy człon wyrazu złożonego oznacza pierwszeństwo w czasie, kolejności, stanowisku itp. tego, o czym mówi drugi człon wyrazu* (https://pl.wiktionary.org/wiki/proto- data dostępu: 2016.12.12). Wyrażenie zaczerpnięto z języka greckiego, gdzie *protos, proteros* oznacza pierwszy; przykłady to prototyp, protoplasta, protodiakon, protorenesans. Protoekonomia zatem obejmuje poglądy, teorie, stanowiska w kwestiach ekonomicznych[1], sformułowane przed ukształtowaniem ekonomii jako dziedziny wiedzy, jako nauki. Tomáš Sedláček (Sedláček, 2012, s. 16) stwierdza „Niemądrze byłoby wychodzić z założenia, że dociekania ekonomiczne pojawiły się dopiero w epoce nauki." Jest więc protoekonomia immanentną częścią ekonomii powstałą przed uformowaniem teorii ekonomicznej. Trudno jednak określić precyzyjnie cezurę czasową w sensie przed/po. Wszak skoro uznaje się Adama Smitha za ojca ekonomii, to ważne jest wydanie jego dzieła w 1776 roku, ale z mniejszą pewnością podejdziemy do rozstrzygania czy współcześni A. Smithowi autorzy, z których dorobku korzystał, i których dorobek przez to nobili-

[1] Problematykę ekonomiczną postrzegamy z uwzględnieniem metaekonomii oraz imperializmu ekonomii, czyli wychodząc poza programy nauczania, aczkolwiek bez ściśle zakreślonego obrębu.

economic, or those who were active at the same time and were unknown to him, belong to the area of economics or protoeconomics. Currently, authors omit these kinds of nuances when going back to the Middle Ages and ancient times which do not raise such doubts; we shall do likewise here. Nuances fade into the background in the face of realizing the great importance of history.

The available source materials are not sufficient to determine how ancient economic ideas developed over space and time. One may try to write them down, although it is immediately clear that it will not be a complete list because if entire civilizations have become extinct, ideas could fail to survive all the easier. However, even the initial review of source materials brings some reflections. First of all, solutions often associated with contemporary systems of governing are not an invention of our times. State-set prices are recorded in the Code of Hammurabi from thousands of years ago, state-run distribution was used in the construction of pyramids or irrigation systems. Secondly, in Europe, in the times closer to ours - where the situation is known more accurately than in Asia, Africa or the Middle East - borders changed relatively often. For example, the lands with which Poland borders in the east once belonged to the Duchy of Lithuania, later to the Polish-Lithuanian Commonwealth, and later still, they were under Russian rule (it was Tsar Alexander II who abolished villeinage in this area in March 1864, during the January Uprising);[2] now they belong to Lithuania, Belarus, Ukraine - so, with whose legacy is their history connected? Thirdly, until the popularization of democracy, authoritarian systems in particular states[3] and historical periods differed from one another so much that any parallels between them can hardly be considered legitimate, or even acceptable; hence, a more detailed comparative analysis would not be justified.

The supremacy of law over economic thought in antiquity

While trying to come to generalizations, it is worth pointing out the connections between economics and law, as evidenced by the contract theory, the field awarded with the Noble Prize in 2016; usually, the contemporary development of a given theory contributes to the search for its sources and the deeper into the depths of history it reaches, the more such a search is valued. Wacław Stankiewicz (Stankiewicz, 2013, pp. 273-276) seeks sources of the concept of *homo contractus* in tribal law and the Code of Hammurabi in antiquity. He outlines the logical sequence of the development of economics and law as follows:

[2] However, since it happened almost 90 years after the publication of A. Smith's work in 1776, it is probably not "protoeconomy"; nevertheless, it concerns the history of economic philosophy.

[3] The very understanding of the state was different, city-states like Sparta or Athens were something different and the Roman empire, which, incidentally, originated from the city-state of Rome, was something different still.

tował jako ekonomiczny, albo którzy tworzyli w tym samym czasie i nie byli mu znani, są w obszarze ekonomii czy protoekonomii. Aktualnie autorzy omijają tego rodzaju niuanse sięgając do średniowiecza i czasów starożytnych, które nie wzbudzają takich wątpliwości; tu uczynimy podobnie. Niuanse schodzą na dalszy plan wobec uświadomienia ogromnego znaczenia historii.

Dostępne materiały źródłowe nie są wystarczające aby ustalić jak w czasie oraz przestrzeni rozwijały się starożytne idee ekonomiczne. Można próbować je spisać, chociaż z góry wiadomo, że nie będzie to wykaz kompletny, bo skoro ginęły całe cywilizacje, to tym bardziej mogły nie przetrwać idee. Już jednak wstępny przegląd materiałów źródłowych rodzi pewne refleksje. Po pierwsze rozwiązania często kojarzone z współczesnymi systemami ustrojowymi nie są wynalazkiem naszych czasów. Ceny „urzędowe" znajdujemy zapisane w Kodeksie Hammurabiego przed tysiącami lat, państwową dystrybucję stosowano przy budowie piramid czy systemów irygacyjnych. Po drugie w Europie, w bliższych nam czasach - gdzie sytuacja jest znana dokładniej niż w Azji, Afryce czy na bliskim wschodzie, granice zmieniano względnie często. I na przykład ziemie, z którymi Polska graniczy na wschodzie należały kiedyś do Księstwa Litewskiego, później do Rzeczypospolitej obojga narodów, jeszcze później były pod zaborem rosyjskim (na tym terenie to car Aleksander II zniósł pańszczyznę w marcu 1864 roku, jeszcze w czasie trwania powstania styczniowego)[2] obecnie do Litwy, Białorusi, Ukrainy – więc czyim dziedzictwem jest związana z nimi historia? Po trzecie do czasów upowszechnienia demokracji, ustrojowe systemy autorytarne w poszczególnych państwach[3] i okresach historycznych różniły się tak bardzo, że jakiekolwiek paralele pomiędzy nimi trudno uznać za uzasadnione, czy nawet za dopuszczalne; głębsza analiza porównawcza nie byłaby więc uzasadniona.

Prymat prawa przed myślą ekonomiczną w starożytności

Próbując dochodzić do uogólnień warto wskazać na związki ekonomii i prawa, czego dowodem jest teoria kontraktów, dziedzina wyróżniona ekonomicznym Noblem w 2016 roku; zwykle współczesny rozwój jakiejś teorii sprzyja poszukiwaniu jej źródeł, a jakość poszukiwania ceni się tym bardziej, im głębiej do historii ono sięga. Wacław Stankiewicz (Stankiewicz, 2013, s. 273-276) poszukuje źródeł koncepcji *homo contractus* w prawie plemiennym i Kodeksie Hammurabiego w starożytności. Logiczną sekwencję rozwoju ekonomii i prawa układa następująco:

a) instynkt (łac. *instinctus – podnieta, popęd)* stanowiący dyspozycję biopsychiczną, która powoduje, że osobnik, który ją posiada, zacho-

[2] Skoro jednak nastąpiło to w prawie 90 lat po opublikowaniu dzieła A. Smitha w 1776 roku, więc raczej nie jest to „protoekonomia"; tym niemniej dotyczy historii myśli ekonomicznej.

[3] Samo pojmowanie państwa było różne, czym innym były państwa – miasta jak Sparta czy Ateny, a czym innym imperium rzymskie, które nawiasem mówiąc, powstało z miasta -państwa Rzym.

a) **an instinct** (Latin *instinctus - excitement, urge)* which is a bio-psychical disposition that causes the individual who possesses it to behave or want to behave in a way, which is driven more so by the innate emotional intelligence, than the rational mind; the relationship of instinct with the theory of evolution, and therefore its certain flexibility, was observed by Charles Darwin (https://pl.wikipedia.org/wiki/Instynkt, date of access: 2017.01.08), while Thorstein Veblen emphasized the importance of the instinct of good work in the context of criticizing the *leisure class,*

b) **a custom** in the sociological aspect is a way of behaving determined in a collectivity (https://pl.wikipedia.org/wiki/Zwyczaj, date of access: 2017.01.08), and, in a dictionary interpretation, it is a commonly accepted, traditional way of acting; both the arrangements in a collectivity and traditions are not made *once and for all,* they are a process and not an act which only happens once, they are subject to change, primarily under the influence of changes in cultural conditions,

c) **a protonorm** is born out of a custom[4] and is helpful in identifying the guidelines of the activity of a *homo contractus,* such as the principles of justice, private property and the freedom associated with it, or the freedom to conclude contracts,

d) **a contract** introduces the problem into the area of *law and economics* by using two different paths set out by the theory of law *(jurisprudence*) (https://pl.wikipedia.org/wiki/Common_law access date: 2017.01.08):
   – the first one is *common law,* which has been used widely from the 12th century; here, the law is created under the auspices of courts, which adopt the law, precedent and custom, grant a significant role to the jury, do not use codification - this legal order is characteristic for Anglo-Saxon countries; the Anglo-Saxon doctrine distinguishes between tort law (codified in many US states) and contract law,
   – the second is *equity*, where courts - without a jury - rely on positive law and principles of justice, while benefiting from partial codification.

W. Stankiewicz (Stankiewicz, 2013, pp. 279-282) emphasizes the importance of the bonds between law and economics (ethics, sociology, other sciences) in ordering the functioning of societies in various dimensions, based on various contracts. Very early on, back in Mesopotamia, Babylonia and Assyria, buy-sell agreements became popular; parties to the contract and various clauses were examined in detail, especially when buying slaves. Buy-sell agreements, contracts regarding loans, lending, renting, commissions and companies, were efficiently

[4] A custom emphasizes the prescription to behave in a particular way, by foreseeing economic effects, and can also have an international dimension. On the other hand, a manner allows for the freedom of action within a vaguely-outlined frame, set, for example, by fashion, tact or good taste.

wuje się lub pragnie zachowywać się w sposób określony bardziej przez wrodzoną inteligencję emocjonalną niż racjonalny umysł; związek instynktu z teorią ewolucji, a zatem pewną jego plastyczność, postrzegał Karol Darwin (https://pl.wikipedia.org/wiki/Instynkt, data dostępu: 2017.01.08), natomiast Thorstein Veblen podkreślał znaczenie instynktu dobrej roboty na tle krytyki *klasy próżniaczej,*

b) **zwyczaj** w aspekcie socjologicznym to ustalony w zbiorowości sposób zachowania się (https://pl.wikipedia.org/wiki/Zwyczaj, data dostępu: 2017.01.08), a w interpretacji słownikowej to powszechnie przyjęty, tradycyjny sposób postępowania; zarówno ustalenia w zbiorowości jak i tradycje nie są stanowione *raz na zawsze,* są procesem a nie aktem jednorazowym, ulegają przemianom przede wszystkim pod wpływem zmian uwarunkowań kulturowych,

c) **protonorma** rodzi się ze zwyczaju[4] i jest pomocna w identyfikacji wytycznych działalności *homo contractus,* takich jak zasady sprawiedliwości, własność prywatna i związana z nią wolność, czy swoboda zawierania umów,

d) **kontrakt** wprowadza problem do obszaru *law and economics,* korzystając z dwóch różnych ścieżek wyodrębnionych przez teorię prawa *(jurysprudencję*) (https://pl.wikipedia.org/wiki/Common_law, data dostępu: 2017.01.08):
   – pierwsza to *common law,* upowszechniona od XII wieku, tu prawo jest tworzone pod auspicjami sądów, które za podstawę wyrokowania przyjmują prawo, precedens i zwyczaj, przyznają dużą rolę ławie przysięgłych, nie korzystają z kodyfikacji – ten porządek prawny jest charakterystyczny dla krajów anglosaskich; doktryna anglosaska wyodrębnia prawo deliktów (w wielu stanach USA skodyfikowane) i prawo kontraktów,
   – druga to *equity*, gdzie sądy – bez ławy przysięgłych - opierają się na prawie stanowionym i regułach słuszności, przy tym korzystają z częściowej kodyfikacji.

W. Stankiewicz (Stankiewicz, 2013, s. 279-282) podkreśla znaczenie więzi prawa i ekonomii (etyki, socjologii, innych nauk) w porządkowaniu funkcjonowania społeczeństw na różnych płaszczyznach, w oparciu o różnorodne kontrakty. Bardzo wcześnie, już w Mezopotamii, Babilonii, Asyrii upowszechniły się kontrakty kupna-sprzedaży; stronom kontraktu i różnym klauzulom poświęcano dużo uwagi zwłaszcza przy kupnie niewolników. Kontrakty kupna-sprzedaży, pożyczki, użyczenia, najmu, zlecenia i spółki sprawnie ujęto w proste formuły w starożytnym Rzymie, co kwitowano maksymą *clara pacta, claros amicis* (jasne umowy czynią strony umowy przyjaciółmi). Jasności zawieranych umów sprzyjało przejrzyste definiowanie pojęć związanych z umowami, takich jak np. zobowiązanie (*obligatio*). Wyma-

[4] Zwyczaj akcentuje nakaz określonego zachowania się, przewidując skutki gospodarcze, może też mieć wymiar międzynarodowy. Natomiast obyczaj dopuszcza swobodę postępowania w ogólnie zakreślonych ramach, na przykład przez modę, takt czy dobry smak.

encompassed by simple forms in ancient Rome, which was summed up by the maxim *clara pacta, claros amicis* (good agreements make good friends). The transparent nature of defining the terms associated with contracts, such as "an obligation" (*obligatio*), was conducive to the clarity of the agreements concluded. A contract was required to be based on an agreement between its parties *(consensus)* and on a legal cause *(causa civilis);* compliance with both of these rules prevented the possibility of concluding unlawful contracts.

An inseparable element of the contract is an **obligation**; even when concluding a buy-sell agreement to exchange bread for cash, the seller guarantees the quality and the buyer must pay using legally recognized money, hence, the mere act of handing over the commodity and the money does not put a definite end to the operation. In the case of larger transactions, or before concluding them, a credit or a loan is often involved. T. Sedláček recognizes the clay, negotiable tablets from more than five thousand years ago, found in Mesopotamia, on which debts were written as proto-money; coins in today's form appeared in Greece about 600 years BC (2015, p. 94). In economy, a debt is created by buying or selling, performing a commission or as a result of taking out a loan and means a delay in the payment which is a sacrifice for the creditor and a benefit to the debtor and, as such, requires compensation. The delay is inherently connected with a risk, which introduces a new element to the conclusion of a contract: if the price of a purchase is "*taken from the market*," then the compensation for the risk is determined on a case-by-case basis and largely depends on the *"bargaining power"* (which, in turn, depends mainly on the market position and financial standing) of a particular debtor and a particular creditor. Both of them are part of the economy and enforcing such rules was in the interest of the society, as well as the country, which shall not allow one individual to destroy another by virtue of being driven by selfishness and greed. As such:

a) the debtor cannot indebt himself in excess of his repayment possibilities under the threat of being enslaved for debts, where he will work off the entirety, or at least part, of his debt.
b) the creditor cannot demand excessive compensation for the delay in repayment in such a way, that the interest drastically exceeds the achievable return on capital; usury, or even any interests whatsoever, were forbidden on ethical or religious grounds.

Legal guarantees of debt recovery were equally harsh across various eras. However, some of the nuances of this severity are difficult to grasp today. The Law of Twelve Tables in ancient Rome (451-450 BC) granted the debtor an additional period of 30 days for repayment. If he failed to do so, the creditor could imprison the debtor for a period of 60 days, and if at that time nobody came to help him, the creditor could kill the debtor or sell him abroad as a slave; a free citizen of Rome could not be a slave in his own country (Rogozina, 2016, p. 33). Hence, we have here a peculiar example of "political correctness". In

gano aby kontrakt opierał się na porozumieniu stron *(consensus)* i na przyczynie prawnej *(causa civilis);* łączne przestrzeganie tych zasad wykluczało możliwość zawierania kontraktów sprzecznych z prawem.

Nieodłącznym elementem kontraktu jest **zobowiązanie**, nawet przy kupnie-sprzedaży pieczywa za gotówkę sprzedawca udziela gwarancji jakości, a kupujący ma zapłacić prawnie uznanym pieniądzem, a więc samo wręczenie towaru i pieniądza nie kończy definitywnie operacji. Przy większych transakcjach, albo przed nimi, często pojawia się kredyt lub pożyczka. T. Sedláček odnalezione w Mezopotamii gliniane, zbywalne tabliczki, sprzed ponad pięciu tysięcy lat, na których zapisywano długi, uznaje za protopieniądz; znane w dzisiejszej formie monety pojawiły się w Grecji około 600 lat przed naszą erą (2015, s. 94). W gospodarce dług powstaje poprzez kupno-sprzedaż, wykonanie zamówienia albo wskutek zaciągnięcia pożyczki i oznacza opóźnienie zapłaty, które dla wierzyciela jest wyrzeczeniem a dla dłużnika korzyścią i jako takie wymaga wynagrodzenia. Opóźnienie jest immanentnie związane z ryzykiem, co wprowadza do realizacji kontraktu nowy element: o ile cena zakupu jest „*brana z rynku*", to wynagrodzenie za ryzyko jest ustalane indywidualnie i w dużej mierze zależy od *„siły przetargowej"* (zależnej głównie od pozycji rynkowej i standingu finansowego) konkretnego dłużnika i konkretnego wierzyciela. Obaj są cząstką gospodarki i w interesie społeczeństwa, w interesie państwa leżało ustalenie i egzekwowanie takich reguł, które nie pozwolą aby jeden zniszczył drugiego kierując się egoizmem i chciwością. Tak więc:

a) dłużnik nie może zadłużać się ponad własną możliwość spłaty pod groźbą trafienia do niewoli za długi, gdzie cały dług lub przynajmniej jego część odpracuje,
b) wierzyciel nie może żądać nadmiernego wynagrodzenia za opóźnienie w spłacie tak, że odsetki drastycznie przewyższają osiągalną rentowność kapitału; lichwa, a nawet jakiekolwiek odsetki bywały zakazywane ze względów etycznych lub religijnych.

Prawne gwarancje odzyskania długu w różnych epokach były niezmiennie surowe. Aczkolwiek niektóre niuanse tej surowości dzisiaj są trudne do ogarnięcia. Ustawy XII tablic w starożytnym Rzymie (451-450 r. p.n.e.) dawały dłużnikowi dodatkowe 30 dni na spłatę. W przeciwnym razie wierzyciel mógł uwięzić dłużnika na okres 60 dni, a jeżeli i w tym czasie nikt nie przyszedł mu z pomocą, wierzyciel mógł dłużnika zabić albo sprzedać w niewolę za granicę; wolny obywatel Rzymu nie mógł być niewolnikiem we własnym kraju (Rogozina, 2016, s. 33) Mamy więc przykład swoistej „poprawności politycznej". Pozbawienie życia w majestacie prawa jest dopuszczalne, ale uczynienie niewolnikiem już nie. Dzisiaj godzimy się na „adresowane" zabójstwo (na wojnie przeciwnicy do siebie strzelają, ale mierzą ogólnie do wroga, nie zaś do konkretnej osoby, znanej z imienia i nazwiska) przez snajpera lub przy użyciu drona, na mocy decyzji z natury rzeczy podjętej przez anonimowe gremium lub osobę. Natomiast sąd uosabiający sprawiedliwość nie może skazać na śmierć najbardziej

light of the law, taking someone's life is permitted but making someone a slave is not. Today, we accept "targeted" murder (at war, opponents shoot each other, but they aim at the enemy in general, not at a specific person known by name) executed by a sniper or by using a drone, by virtue of a decision made by an anonymous assembly or a person On the other hand, a court, which acts as the embodiment of justice, cannot sentence even the nastiest serial killer to capital punishment; hence, nuances of this type are not a feature of the ancient times. Although, we are far from the legal permission to divide the body of a killed debtor among his creditors, which is also mentioned by S. Rogozina.

The interference of law on the debt market is based not only on ethical or economic considerations but also on political ones. W.L. Klunia (Klunia, 2016, pp. 49-53) sees this type of regulations occurring in the Egypt of the 18th century BC as **counteracting the stratification** of society, which could lead to a civil war and pauperization of the countryside. The author also reports that in the Code of Hammurabi (also adopted in the 18th century BC), the maximum interest rate on a monetary loan was set at 20%, while for a loan in kind it was 33%. Everyone who took possession of someone else's property, including that of a slave, could be made a slave themselves or have their life taken. If a royal warrior or a Babylonian citizen did not pay his taxes on time, he could be deprived of the land he was granted. On the other hand, someone who was taken into slavery for debt, could not stay in it for more than 3 years, and after the sentence was served, the debt was remitted. In turn, in India, in the late 4th and early 3rd century BC, a slave could own and accumulate assets to buy himself out of slavery at the right time. Those who did not pay taxes for using land were in danger of being enslaved for a period of time, or even for life. Such actions countered the petrification of structures enabling both social degradation and advancement and probably constituted a strong motivation for economic activity.

ohydnego wielokrotnego mordercę; tego typu niuanse nie są więc atrybutem starożytności. Chociaż nie możemy się mierzyć z prawnym dopuszczeniem podziału ciała zabitego dłużnika pomiędzy wierzycieli, w proporcji do wielkości długu, o czym też wspomina S. Rogozina.

Ingerencja prawa na rynku długów opiera się nie tylko na przesłankach etycznych czy ekonomicznych, także na politycznych. W.L. Klunia (Klunia, 2016, s. 49-53) tego typu regulacje występujące w Egipcie w XVIII wieku p.n.e. widzi jako **przeciwdziałanie rozwarstwieniu** społeczeństwa, które mogłoby prowadzić do wojny domowej i pauperyzacji wsi. Podaje też, że w Kodeksie Hammurabiego (także przyjętym w XVIII wieku p.n.e.) ustalono maksymalne oprocentowanie pożyczki pieniężnej na 20%, zaś w naturaliach na 33%. Każdy kto zagarnął cudzą własność, także niewolnika, sam mógł być uczyniony niewolnikiem albo pozbawiony życia. Jeżeli królewski wojownik albo obywatel Babilonii nie płacił terminowo podatków – mógł być pozbawiony nadanej ziemi. Z drugiej strony ktoś, kto popadał w niewolę za długi, nie mógł w niej pozostawać dłużej niż 3. lata, a po odbyciu skazania dług umarzano. Z kolei w Indiach, na przełomie IV i III wieku p.n.e. niewolnik mógł posiadać i gromadzić majątek, aby w odpowiednim momencie dokonać samowykupu. Tym, którzy nie opłacali podatków za korzystanie z ziemi, groziło okresowe lub nawet dożywotnie popadnięcie w niewolę. Takie działania przeciwstawiały się petryfikacji struktur umożliwiając zarówno degradację jak i awans społeczny i prawdopodobnie stanowiły silną motywację dla aktywności ekonomicznej.

The beginnings of the public sector

Much later, in the 6th century BC in ancient Rome, we see a completely different approach to this issue. Inhabitants were divided into two groups: the wealthy and the poor; in the first group, five classes were additionally distinguished according to their property - public offices were reserved for them. A person who possessed the talent of practical management and demonstrated the ability to multiply their own assets could become an official. In turn, a person who failed to satisfy his own needs would also fail to satisfy the public interest; this fact indirectly contributed to the procedure of keeping a record of one's own assets in *household books.* After these records were checked by special state officials (censor), the citizen was entered into a cadastral register; here, in turn, we can see the spirit of public bookkeeping, similarly to ancient Greece. In Greece, the reports of temples and state institutions, engraved

Początki sektora publicznego

Dużo później, w VI w. p.n.e. w starożytnym Rzymie widzimy zgoła inne podejście do tej kwestii. Mieszkańców podzielono na dwie grupy: zamożnych i niezamożnych, w pierwszej grupie ponadto wyodrębniono pięć klas według posiadanego majątku – dla nich zastrzeżono funkcje publiczne. Urzędnikiem mógł zostać ten, kto posiada talent praktycznego gospodarowania, kto wykazał się umiejętnością pomnożenia własnego majątku. Kto zaś nie zadbał o własne potrzeby, ten nie jest w stanie dbać o interes publiczny; pośrednio stymulowało to ewidencję własnego stanu posiadania w *księgach domowych.* Po sprawdzeniu tych zapisów przez specjalnych urzędników państwowych (cenzorów), obywatela wpisywano do rejestrów katastralnych; tu z kolei widzimy publiczny charakter sprawozdawczości, podobnie jak w starożytnej Grecji. W Grecji sprawozdania świątyń oraz organizacji państwowych, wyryte w drewnie

in wood or marble, were displayed next to temples or along the roads. In Rome, taxes were paid according to the property, the *tax police* were responsible for collecting and transferring them to the quaestors (Latin: *quaestor* - treasurer). Budget payments and withdrawals were recorded in a special book called *Brevarium.* The case of Scipio Africanus, the victor over Hannibal and his brother Scipio Asiaticus, who was also an excellent commander, is interesting. Scipio Asiaticus was blamed for accepting a bribe, but the senate demanded that it be paid back by Scipio Africanus. The bribe amounted to 4 million sestertii, while the spoils of war paid into the budget equalled as much as 200 million sestertii. The hero tore the account book apart and accused the senators themselves of the incommensurability of the reason for the accusation and merits; after that, he was acquitted (Rogozina, 2016, pp. 26, 29-31). We can clearly see here economic rationality[5] being valued above the law, but also a logical approach to numbers - in the face of the spoils' accuracy of 100 million, "mere" 4 million do not deserve mention. As a side note to this information, it is also worth noting that various forms of recording or estimating the value for cadastral and tax purposes strengthened the role of money, irrespective of transaction needs.

In the 6th/5th century BC, in China, there appeared an idea, attributed to Confucius, which survived until the 4th/3rd century BC, imposing on the state the obligation to regulate the price of bread, thanks to the convenient crediting of producers and through appropriate inventory management.

This idea was tracked down in documents from the 3rd century BC by Rene Luchinger (2007, p. 11), who writes: "The authorship a half of the 86 texts is attributed to Kuan Chung. In them, he deals with such topics as money, prices and taxes. As an "early Keynesian," caring for a stable economic situation against cyclicity (...) He also deals with effective and fair taxation, which is to finance the essential national budget. " Meanwhile, the introduction entitled "*How economics became a science*," reads: "Everything began with the Scottish economist Adam Smith. His book *The Wealth of Nations*[6] was the first comprehensive and full work devoted to human economy. It is right, therefore, that he is granted the title of the father of economics as a science. From that time onwards, economics will be an independent discipline." (Luchinger, 2007, p. 9). From this, we may conclude from that, in its full meaning, the term *protoeconomics* refers both to the stirrings of contemporary ideas that existed centuries ago, as well as until the times preceding the publication of the fundamental work of A. Smith.

J.M. Keynes is not the only one who could look for his predecessor in the past. The distinction between

[5] Latin rationalis - *reasonable, from ratio* - reason, method, calculation, judgment (Rogozina, 2016, p. 31).

[6] In many publications, for example, McCreadie Karen (2012, p. 8) it is written: "By detailing with the benefits, relationships and consequences of the free market, *'The Wealth of Nations'*, "published in 1776, paved the way for modern capitalism." This abbreviation for the full title *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* is used (Bremond J. et al., 2012, p. 17).

lub marmurze, wystawiano obok świątyń lub wzdłuż dróg. W Rzymie podatki płacono według stanu majątkowego, za pobór odpowiadała *policja podatkowa*, która przekazywała je kwestorom (łac. *quaestor* – podskarbi). Wpłaty i wypłaty budżetowe rejestrowano w specjalnej księdze *Brevarium.* Ciekawy jest przypadek Scypiona Afrykańskiego, zwycięzcy Hannibala i jego brata Scypiona Azjatyckiego, również znakomitego dowódcy. Scypion Azjatycki był obwiniany o przyjęcie łapówki, ale senat domagał się jej zwrotu od Scypiona Afrykańskiego. Łapówka wyniosła 4 mln sestercji, zaś łupy wojenne wpłacone do budżetu aż 200 mln sestercji. Bohater rozerwał księgę rachunkową i sam zarzucił senatorom niewspółmierność powodu oskarżenia i zasług; po tym uzyskał uniewinnienie (Rogozina, 2016, s. 26, 29-31). Widzimy tu wyraźnie postawienie racjonalności[5] ekonomicznej ponad prawem, ale też logiczne podejście do liczb – wobec oszacowania łupów z dokładnością do 100 mln, „marne" 4 mln nie zasługują na uwagę. Na marginesie tych informacji warto też zauważyć, że różne formy ewidencji czy szacowania wartości dla celów katastralnych i podatkowych umacniały rolę pieniądza, niezależnie od potrzeb transakcyjnych.

W VI-V wieku p.n.e. w Chinach pojawiła się idea, przypisywana Konfucjuszowi, która przetrwała do IV-III wieku p.n.e., nakładająca na państwo obowiązek regulowania cen chleba, dzięki dogodnemu kredytowaniu producentów i poprzez odpowiednie gospodarowanie zapasami.

Tę ideę w dokumentach z III wieku p.n.e., wytropił Rene Luchinger (2007, s. 11), który pisze: „Autorstwo połowy z 86 tekstów przypisuje się Kuan Chungowi. Zajmuje się w nich pieniądzem, cenami i podatkami. Jako „wczesny keynesista", troszczący się o stabilną koniunkturę wbrew cykliczności (...) Zajmuje się on również efektywnym i sprawiedliwym opodatkowaniem, które ma finansować niezbędny budżet państwa." Zaś we wprowadzeniu noszącym tytuł *Jak ekonomia stała się nauką* pisze: „Wszystko zaczęło się od Szkota Adama Smitha. Jego książka *Bogactwo narodów*[6] była pierwszym obszernym i pełnym dziełem poświęconym ludzkiej gospodarce. Słusznie więc przyznaje się mu tytuł twórcy ekonomii jako nauki. Odtąd ekonomia będzie już samodzielną dyscypliną." (Luchinger, 2007, s. 9). Możemy z tego wnioskować, że w pełnym rozumieniu pojęcie *protoekonomia* nawiązuje zarówno do zalążków współczesnych idei występujących przed wiekami, jak i do czasów poprzedzających wydanie fundamentalnego dzieła A. Smitha.

Nie tylko J.M. Keynes mógłby w dawnych czasach upatrywać swojego poprzednika. Wyodrębnienie kosztów stałych i zmiennych jest przypisywane A. Marshallowi (https://www.bryk.pl/wypracowania/pozostałe/ekonomia/14644-historia_myśli_eko-

[5] Łac. *rationalis – rozsądny,* od *ratio* – rozum, metoda, rachunek, osąd (Rogozina, 2016, s. 31).

[6] W wielu publikacjach, na przykład McCreadie Karen (2012, s. 8) pisze „Opublikowane w 1776 roku *Bogactwo narodów*, szczegółowo przedstawiając korzyści, związki i konsekwencje wolnego rynku, torowało drogę nowożytnemu kapitalizmowi." jest używany ten skrót pełnego tytułu *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów* (Bremond J. i inni, 2012, s. 17).

fixed and variable costs is attributed to A. Marshall (https://www.bryk.pl/wypracowania/pozostałe/ekonomia/14644-historia_myśli_ekonomicznej.html, date of access: 2017.04.06). It is not entirely certain whether A. Marshall came up with it himself, or whether he presented it in the course of the great work of ordering and systematizing the existing knowledge. A. Zawiślak (Zawiślak, 2011, p. 220) cites the opinion of J.M. Keynes about A. Marshall: "he created the entire Copernican system, in which all elements of the economic universe remain in their places as a result of mutual balance and interaction." In fact, long before A. Marshall (1842-1924), in the 12th/13thcentury, Cato the Elder, the manager of a latifundium, one of the three, whose records have survived from the Roman era to our times, divided the costs into fixed and variable ones, assessing the coverage of fixed costs to be a direct responsibility of the owner; only the one who multiplies the estate deserves respect (Rogozina, 2016, p. 35).

Crucial protoeconomic aspects undoubtedly appear in the case of the Code of Hammurabi. S. Sztaba (Sztaba, 2013, p. 97) writes: "... I reached for the Code, looked inside it and saw, that there are amazingly modern legal regulations in it." From the relevant literature (Sztaba, 2013, pp. 100-102), he cites views, whose meaning is similar. It was there, in Babylon, before Hammurabi's reign, that - as we would say today - an **economic restructuring** occurred. The dominant role of temples was limited in favour of the royal economy (state-owned, one that had a fixed character, could not be privatized, could be used by private individuals on the basis of a lease or bestowed upon soldiers). The farms of free citizens and territorial communities, craft establishments, merchant and usury services (also in the form of companies) flourished, local and professional governments were established. "It is not without reason that this period (...) is considered to be the age of **'Old-Babylonian capitalism'.**"[7] Two sectors operated in the economy: the royal (state) one and the private one. Three social classes were distinguished: landowners with full civil rights, leaseholders of royal grounds (in the event of a death in the war, the lease was transferred onto the oldest son), slaves with the right to income and possessions that could be used to buy oneself out of slavery. A royal man could acquire land and become a citizen, but a citizen could also be enslaved for debt. What is the most interesting, however, is that in the second and twenty-first year of his reign, the ruler would announce the remission of debts, which had a redistributive and anti-monopolistic significance, in addition to counteracting the petrification of the social structure, making the society open. In this context, the figure of Hammurabi, reigning in 1792-1750 BC, is interesting. Namely, he carried out the remission of debts in the second and fifth year of his reign, making it difficult for both debtors and creditors to use this custom for speculative purposes.

[7] It is worth noting how much it differs from the historical sequence preserved in school textbooks: tribal community - slavery - feudalism - capitalism, something like an economic deja vu.

nomicznej.html, data dostępu: 2017.04.06). Nie jest całkowicie pewne, czy A. Marshall sam na to wpadł, czy przedstawił w trakcie wielkiego dzieła porządkowania, systematyzowania istniejącej wiedzy. A. Zawiślak (Zawiślak, 2011, s. 220) cytuje opinię J.M. Keynesa o A. Marshallu: „stworzył cały system kopernikański, w którym wszystkie elementy ekonomicznego wszechświata utrzymują się na swoich miejscach w wyniku wzajemnej równowagi i wzajemnego oddziaływania." W rzeczywistości na długo przed A. Marshallem (1842-1924), bo w XII-XIII w. Marek Porcjusz Cato, zarządca latyfundium, jeden z trzech, których ewidencje z czasów rzymskich przetrwały do naszych czasów, podzielił koszty na stałe i zmienne, uznając pokrywanie kosztów stałych za bezpośrednie zadanie właściciela; na szacunek zasługuje tylko ten, kto pomnaża majątek (Rogozina, 2016, s. 35).

Bardzo ważne aspekty protoekonomiczne niewątpliwie występują w przypadku Kodeksu Hammurabiego. S. Sztaba (Sztaba, 2013, s. 97) pisze: „... sięgnąłem po kodeks, zajrzałem do środka i zobaczyłem, że są tam zdumiewająco nowoczesne regulacje prawne." Z literatury (Sztaba, 2013, s. 100-102) przytacza poglądy o podobnej wymowie. Oto w Babilonii, przed panowaniem Hammurabiego, nastąpiła – dzisiaj powiedzielibyśmy – **restrukturyzacja gospodarki.** Ograniczono dominującą rolę gospodarstw świątynnych na rzecz gospodarki królewskiej (państwowej, która miała trwały charakter, nie mogła być prywatyzowana, można ją było użytkować w formie najmu osobom prywatnym lub nadania żołnierzom). Rozwinęły się gospodarstwa wolnych obywateli oraz wspólnot terytorialnych, zakłady rzemieślnicze, usługi kupiecko-lichwiarskie (także w formie spółek), powstały samorządy terytorialne oraz zawodowe. „Nie bez słuszności zatem okres ten (...) uchodzi za epokę **„kapitalizmu starobabilońskiego.**"[7] W gospodarce funkcjonowały dwa sektory: królewski (państwowy) oraz prywatny. W społeczeństwie wyodrębniono trzy warstwy: właściciele ziemi mający pełnię praw obywatelskich, dzierżawcy ziem królewskich (w przypadku śmierci na wojnie dzierżawa przechodziła na najstarszego syna), niewolnicy z prawem do dochodu i posiadania majątku, którym mogli się posłużyć do wykupienia z niewoli. Człowiek królewski mógł nabyć ziemię i stać się obywatelem, ale też obywatel mógł popaść w niewolę za długi. Najciekawsze jednak jest to, że zwyczajowo w drugim i dwudziestym pierwszym roku panowania władca ogłaszał umorzenie długów, co miało znaczenie redystrybucyjne i antymonopolowe, przeciwdziałało też petryfikacji struktury społecznej, czyniąc społeczeństwo otwartym. Na tym tle ciekawie rysuje się sylwetka Hammurabiego, panującego w latach 1792-1750 p.n.e., który umorzenie długów przeprowadził w drugim i w piątym roku panowania, utrudniając zarówno dłużnikom jak i wierzycielom wykorzystanie tego zwyczaju w celach spekulacyjnych.

Zaskakujące jest też to, że Kodeks Hammurabiego

[7] Godzi się zauważyć jak dalece odbiega to od utrwalonej w podręcznikach szkolnych sekwencji historycznej: wspólnota plemienna – niewolnictwo – feudalizm – kapitalizm, coś jakby ekonomiczne deja vu.

It is also surprising that the Code of Hammurabi is, in fact**, a collection** of **royal court rulings**, and not a code in the sense of jurisprudence, it is closer to a set of laws in the meaning of *common law* and not *equity.* Hence, it is a series of specific, precedent regulations which do not claim to regulate specific areas in a comprehensive manner; although, the long period over which the rulings were collected, both before[8] and during the reign of the ruler, favoured various regulations. The Code contains 282 paragraphs, a preamble which emphasizes the divine origin of Hammurabi's authority - which gave considerable significance to royal rulings - and an afterword which stressed the obligation of future monarchs to respect the established laws and to do justice in protecting the weaker, widows and orphans (this is yet another prescription inhibiting social stratification).

The possibility of changing the status of a person over the course of their life and the periodic remission of debts counteracted the petrification of social structures and motivated to the cultivation of positive attitudes in the economic sphere. Together with the order of protecting the weaker, widows and orphans, combating usury, regulating decent prices and wages[9], a clear delineation of an individual's responsibility for the common good (like the order to compensate for the losses resulting from the negligence to strengthen the dike) and responsibility of the municipality (if a robber is not caught, the municipality will give a citizen what has been stolen*),* the enforcement of the judges' integrity under the threat of expulsion from the profession and a fine 12 times higher than the sentence changed by an act of corruption, severe penalties for inefficient healthcare, medical and veterinary services (a doctor or veterinarian could refuse treatment), the determination of the legal sum of interests, but also the release from paying the interest in the year a natural disaster occurred – are an important proof of the presence of **ethics in economics**. They show how wrong it is to rudimentarily expose the severity of the law by labelling it using phrases such as "an eye for an eye, a tooth for a tooth."

The acknowledged divine origin of Hammurabi gave royal rulings the attribute of infallibility. It probably did not determine their unlimited durability, his successors probably also cared about the recognition of their own divine origin. Still, the metaphor of S. Sztaba (Sztaba, 2013, p. 115), referring to the stone stele with the code engraved on it, warms our hearts: "I long for such durability of laws that they might be etched in stone."

The six-volume work *Historia rozwoju ekonomii. It was written by Mirosław Bochenek (Bochenek, 2016),* who relied on a wide selection of literature, both in

[8] It should be assumed that in matters of legislature, people did not start from scratch when a new ruler began his reign; age-old customs, which, after all, do not change overnight, were also of importance, especially in the system of hereditary monarchy, where the heir is prepared to exercise his power by the current ruler.

[9] All rulings have an individual character, concern a specific case, which is why, in our opinion, the given sums of fees are decent in their nature and not merely state-set, as assessed by S. Sztaba in the above-mentioned article (2013, pp. 106-107).

w rzeczywistości **jest zbiorem królewskich wyroków sądowych**, a nie kodeksem w sensie jurysprudencji, jest bliższy stanowieniu praw w trybie *common law* a nie w trybie *eguity.* Stąd szereg uregulowań szczegółowych, precedensowych, nie pretendujących do kompleksowego uregulowania określonych dziedzin; chociaż długi okres gromadzenia wyroków przed[8] i w czasie panowania władcy sprzyjał wielorakim regulacjom. Kodeks zawiera 282 paragrafy, część wstępną, w której podkreślono boskie pochodzenie władzy Hammurabiego - co nadawało wysokie znaczenie wyrokom królewskim - i część końcową akcentującą zobowiązanie przyszłych monarchów do zachowania ustanowionych praw oraz do czynienia sprawiedliwości w ochronie słabszych, wdów i sierot (to jeszcze jedno zalecenie hamujące rozwarstwienie społeczne).

Możliwość zmiany statusu człowieka w ciągu jego życia oraz okresowe umorzenia długów przeciwdziałały petryfikacji struktury społecznej i motywowały do kultywowania pozytywnych postaw w sferze gospodarczej. Łącznie z nakazem ochrony słabszych, wdów i sierot, przeciwdziałaniem lichwie, stanowieniem cen i płac godziwych[9], wyraźnym kreowaniem odpowiedzialności jednostki za dobro wspólne (jak nakaz wyrównania strat wynikłych z zaniedbania umacniania grobli) i odpowiedzialności gminy (jeżeli rabuś nie zostanie złapany, gmina odda obywatelowi to, co zostało zrabowane*),* egzekwowaniem uczciwości sędziów pod groźbą wydalenia z zawodu i grzywny 12. krotnie wyższej od zmienionego poprzez korupcję wyroku, surowymi karami za nieskuteczne usługi lecznicze lekarskie i weterynaryjne (lekarz albo weterynarz mógł odmówić leczenia), określeniem dopuszczalnej wysokości odsetek, ale i uwolnieniem od odsetek w roku wystąpienie klęski żywiołowej – to ważne przesłanki obecności **etyki w ekonomii**. Pokazują jak mylne bywa uproszczone eksponowanie surowości prawa poprzez jego etykietowanie w stylu „oko za oko, ząb za ząb".

Uznawane boskie pochodzenie Hammurabiego nadawało królewski wyrokom atrybut nieomylności. To chyba jednak nie przesądzało o ich nieograniczonej trwałości, następcy też pewnie dbali o uznanie ich boskiego pochodzenia. Rozczula jednak metafora S. Sztaby (Sztaba, 2013, s. 115): nawiązująca do kamiennej stelli z wyrytym kodeksem: „Wzbiera we mnie tęsknota do takiej trwałości praw, by można je wykuwać w kamieniu."

Sześciotomowe dzieło *Historia rozwoju ekonomii. Od starożytności do szkoły klasycznej,* w oparciu o szeroką, w znaczeniu tematycznym i czasowym, literaturę opracował Mirosław Bochenek (Bochenek, 2016) posługując się manierą *ex cathedra,* która

[8] Należy przyjąć, że w stanowieniu prawa nie rozpoczynano od zera w momencie nastania nowego władcy; duże znaczenie miały przecież ukształtowane zwyczaje, a te nie zmieniają się gwałtownie, zwłaszcza w ustroju monarchii dziedzicznej, gdzie następca jest przygotowywany do sprawowania władzy pod wpływem aktualnie panującego.

[9] Wszelkie wyroki mają charakter indywidualny, dotyczą konkretnego przypadku, dlatego naszym zdaniem podane wielkości zapłaty mają charakter ceny godziwej, nie zaś ceny urzędowej, jak ocenia w rzeczonym artykule S. Sztaba (2013, s. 106-107).

terms of the themes, as well as the time frame it spans, to encompass the history of economics from antiquity to classical trends, doing so in an *ex cathedra* manner which, at this point, seems a bit peculiar due to the extensive range of issues (which we note with much recognition), diversity, time and place of editing the sources used[10]; with that being said, the author - in our opinion - interprets the sources quite freely, for example, he quotes a fragment of Homer's *Iliad* (Bochenek, 2016):

For Diomed's brafs arms, of mean device
For which nine oxen paid, (a vulgar price),/
He gave his own, of gold divinely wrought,/
A hundred beeves the shining purchase bought.

From this passage, he concludes that Homer "addressed the problem of the exchange of goods", while what is mentioned here, is *the divine plaything of depriving someone of their senses,* **not an economic relationship.**

Money and interest

M. Bochenek places the era of antiquity in a range between approximately 4000 BC and 476 AD - when the fall of the Western Roman Empire took place. However, he focuses his attention on the Greek and Roman ideas from the final ages of the old era and the beginnings of the new one. Hesiod, living at the turn of the 8th and 7th century BC, praised self-sufficient households/farms, was sceptical about the risk associated with shipping and trade, he **noticed the desire for money**. It has survived to this day - the possession of money is the only need that cannot be fully satisfied. Thales of Miletus - a philosopher, mathematician, physicist and astronomer, and, with regard to his practical activity, a merchant - in the 6th century BC, he experimentally proved the power of monopoly. Having foreseen the abundant yield of olives, he rented out all the olive-oil presses in Miletus and on the island of Chios for a low price and, as his prediction turned out to be true, he dictated the prices for the rental of presses, making sizeable profits, Herodotus (485-425 BC), in turn, ***promoted* royalty payments** - by reciting fragments of his work, written thanks to historical research, in public, he received a gift amounting to 10 talents.[11] The author credits Democritus (460-380 BC) as the first writer in history to have identified the "**free rider problem"**[12]. Hippocrates, meanwhile, coined the **term *crisis,*** to which he attributed a breakthrough, the sudden decline of a disease which, although it leads to recovery, is not fully explainable. Aristophanes (born 445 BC) condemned the devaluation of money

[10] Before the first chapter, we quoted Solomon after S. Rogozina who, in her work, refers to J.W. Sokołow. We tried to check the context of this excerpt in the edition of the Holy Bible quoted by us, but we did not manage to find it; perhaps it is to be found in the Orthodox version of the Bible, but a shadow of uncertainty remains nonetheless.

[11] We have already stated that, without specifying when and where, Wikipedia defines a talent as equal to 30.5 kg of silver.

[12] However, we do not see it as *the beginnings of considerations on informal economy*, in our opinion, the theory of public goods and informal economy are separate issues, especially in the context of the activity of *beneficiaries.*

w tym miejscu wydaje się nieco osobliwa ze względu na obszerną problematykę (co stwierdzamy z dużym uznaniem), różnorodność, czas i miejsce edycji wykorzystanych źródeł[10]; przy czym autor – naszym zdaniem – dość swobodnie interpretuje źródła, na przykład cytuje fragment *Iliady* Homera (Bochenek, 2016):

Ale Kronida Dzeus pozbawił zmysłów Glaukona,
Który złotą swą zbroję, na wołów sto szacowaną,
Na brązową zamienił wartości wołów dziewięciu.

Z tego fragmentu wywodzi wniosek, że Homer „poruszył problem wymiany dóbr", tu zaś mowa o *boskiej igraszce pozbawienia zmysłów,* a **nie o ekonomicznej relacji.**

Pieniądz i procent

M. Bochenek epokę starożytności sytuuje od około 4000 r. p.n.e. do 476 r. n.e. – kiedy nastąpił upadek Zachodniego Cesarstwa Rzymskiego. Uwagę skupia jednak na myśli greckiej i rzymskiej w końcowych wiekach starej ery i początkowych nowej. Hezjod żyjący na przełomie VIII i VII w. p.n.e. pochwalał samowystarczalne gospodarstwa domowe/rolne, był sceptyczny wobec ryzyka w żegludze i handlu, **zauważył pożądanie pieniądza**. Przetrwało ono do dnia dzisiejszego – posiadanie pieniędzy jest jedyną potrzebą, której nie udaje się w pełni zaspokoić. Tales z Miletu – filozof, matematyk, fizyk i astronom, a w praktycznej działalności kupiec - w VI w. p.n.e. eksperymentalnie dowiódł potęgi monopolu. Przewidziawszy obfity plon oliwek wcześniej za niską cenę wynajął w Milecie i na wyspie Chios wszystkie prasy do tłoczenia oliwy i przy trafionej prognozie dyktował ceny za wypożyczenie pras, osiągając duży dochód. Herodot (485-425 r. p.n.e.) z kolei ***wypromował* honorarium autorskie** – publicznie recytując fragmenty swojego dzieła, napisanego dzięki badaniom historycznym, otrzymał dar w rozmiarze 10 talentów.[11] Demokrytowi (460-380 r. p.n.e.) jako pierwszemu w historii autor przypisuje zidentyfikowanie problemu „**gapowicza"**[12]. Hipokrates zaś wynalazł **termin *kryzys,*** któremu przypisał przełom, nagłe przesilenie choroby, co prawda prowadzące ku poprawie, ale nie do końca wytłumaczalne. Arystofanes (ur. 445 r. p.n.e.) w swoich utworach literackich potępiał psucie pieniądza, widząc w tym zagrożenie dla społeczeństwa i dla państwa. Z kolei Ksenofont

[10] Przed pierwszym rozdziałem zacytowaliśmy Solomona, za S. Rogoziną, która w swojej pracy powołuje się na J.W. Sokołowa. Usiłowaliśmy sprawdzić kontekst tego fragmentu w cytowanym przez nas wydaniu Pisma Świętego ale nie zdołaliśmy go znaleźć; być może znajduje się on w prawosławnej wersji Biblii, tym niemniej cień niejasności pozostaje.

[11] Już podawaliśmy, że bez precyzowania kiedy i gdzie, wikipedia określa talent na 30,5 kg srebra.

[12] Nie dostrzegamy jednak w tym *zapoczątkowania rozważań na temat szarej strefy*, naszym zdaniem teoria dóbr publicznych i szara strefa to odrębne zagadnienia, zwłaszcza w aspekcie działalności *beneficjentów.*

in his literary works, seeing in it a threat to the society and the state. In turn, Xenophon (430 - 354 BC) gave the title *Oikonomikos* to his outstanding work, which M. Bochenek - not without reason - considers to be the precursor of the term *economics,* especially since Xenophon devoted much attention to the division of labour, the problems of accumulating wealth, the public tasks of the state and financial reforms in his work. T. Sedláček (Sedláček, 2012, p. 15), however, sees the term "economics" differently from the way it was used by Xenophon, namely, as household management, hence the opinion "(...) even if a man has little wealth, the science of economics exists anyway." From Hesiod (*chremata* - money) through Xenophon (chrematistics- the achievement of accumulating land and cattle) after Aristotle (chrematistics -*gaining* and multiplying money), the problems of becoming wealthy, which underlies today's finances, is ever-present. After Xenophon, macroeconomic considerations were continued by Deinarchos (360 - 290 BC), who expanded the understanding of *oikonomikos.* A little earlier, and, to a certain extent, simultaneously, Plato (427 - 347 BC), proposed the model of an idealistic, total state, placing it more so in the sphere of ideology and politics than economics. The goal of the state was the achievement of perfection by its citizens; in a "more real" version, it assumed a classless society, nationalization of the land, autarky, money minted from a non-precious metal, and a ban on taking interest. According to M. Bochenek (Bochenek, 2016, p. 36), Plato's concepts "... constituted the starting point for later collectivist concepts." It is difficult to refrain from a reflection on what exactly can be born in a state sometimes regarded as the cradle of democratic ideas. Aristotle (384 - 322 BC), although he was a student of Plato, did not share his views on common ownership and equal distribution of land; it cannot be ruled out that his opinions were shaped in this way during his stay at the court of Philip of Macedon, where he was the tutor of Alexander of Macedon. Recognizing the spiritual improvement of citizens as the goal of the state, he accepted private property and praised natural agricultural economy, he approved of exchange in the scope necessary to run it and to satisfy one's needs, that is, the exchange of things used on a daily basis. However, he distinguished between two forms of exchange: (G-M-G) and (M-G-M), which became the starting point for defining the **three functions of money** as a means of exchange, measuring value, and accumulating wealth. He considered taking interest from the money lent to be in utmost conflict with nature since interest is money generated by money. The ancient people have mentally approved the accumulation of wealth through profits from the social position, management, conquests, but the fact that money makes money, no matter in whose hands it is, was difficult to accept universally; on the other hand, the irresistible charm of wealth caused the erosion of opposition to interest. Even in the Gospel of St. Matthew, in the parable of the talents, the master condemns the servant because he did not give the talent entrusted to him to a banker who would take care of

(430 – 354 r. p.n.e.) swoje wybitne dzieło zatytułował *Oikonomikos,* co M. Bochenek – nie bez racji - uznaje za pierwowzór pojęcia *ekonomia,* zwłaszcza że Ksenofont w swojej twórczości dużo uwagi poświęcił podziałowi pracy, problematyce bogacenia się, zadaniom publicznym państwa i reformom skarbowym. T. Sedláček (Sedláček, 2012, s. 15) widzi jednak inaczej rozumienie terminu ekonomia, użytego przez Ksenofonta, jako zarządzanie gospodarstwem domowym, stąd opinia „(…) nawet jeśli człowiek ma niewiele bogactwa, to nauka o ekonomii i tak istnieje." Od Hezjoda (*chremata* – pieniądze) do Ksenofonta (*chremastyka* – osiąganie koncentracji ziemi i bydła) po Arystotelesa (*chremastyka* - zdobywanie i pomnażanie pieniędzy) przewija się problematyka bogacenia się, leżąca u podstaw dzisiejszych finansów. Rozważania makrogospodarcze po Ksenofoncie kontynuował Deinarchos (360 – 290 r. p.n.e.) rozszerzając pojmowanie *oikonomikos.* Nieco wcześniej, a do pewnego stopnia równolegle, model idealistycznego, totalnego państwa proponował Platon (427 – 347 r. p.n.e.), sytuując go bardziej w sferze ideologii i polityki niż ekonomii. Celem państwa miało być osiąganie doskonałości przez obywateli; w „urealnionej" wersji zakładał bezklasowe społeczeństwo, upaństwowienie ziemi, autarkię, pieniądze z kruszcu nieszlachetnego i zakaz pobierania procentu. Według M. Bochenka (Bochenek, 2016, s. 36) koncepcje Platona „… stanowiły punkt wyjścia późniejszych koncepcji kolektywistycznych". Trudno powstrzymać się od refleksji – co też może się zrodzić w kraju uważanym niekiedy za kolebkę idei demokratycznych. Arystoteles (384 – 322 r. p.n.e.), chociaż był uczniem Platona, nie podzielał jego poglądów o wspólnej własności i równym podziale ziemi; nie jest wykluczone, że stało się tak pod wpływem pobytu na dworze Filipa Macedońskiego, gdzie był wychowawcą Aleksandra Macedońskiego. Uznając duchowe doskonalenie obywateli za cel państwa akceptował własność prywatną i pochwalał naturalną gospodarkę rolną, aprobował wymianę niezbędną dla jej prowadzenia i dla zaspokajania potrzeb, czyli wymianę rzeczy użytecznych. Rozróżniał jednak dwie formy wymiany: (T – P – T) oraz (P – T – P), co stało się punktem wyjścia do określenia **trzech funkcji pieniądza**, jako środka: wymiany, miernika wartości, gromadzenia bogactwa. Pobieranie procentu od pożyczonych pieniędzy uważał za sprzeczne w najwyższym stopniu z naturą, jako że procent jest pieniądzem powstającym z pieniądza. Starożytni zaaprobowali mentalnie gromadzenie bogactwa poprzez profity z pozycji społecznej, gospodarowanie, podboje, ale to, że pieniądz robi pieniądz w obojętnie czyich rękach będąc, było trudne do powszechnego zaakceptowania; z drugiej strony nieodparty urok bogactwa powodował erozję sprzeciwu wobec procentu. Nawet w ewangelii św. Mateusza, w przypowieści o talentach, pan potępia sługę, że nie oddał powierzonego talentu bankierowi, który zadbałby o pomnożenie kapitału. Zaś bankierzy posługują się od dawna przede wszystkim procentem. **Ambiwalentne podejście do pożyczania na procent** jest powodem wielu meandrów na przestrzeni wieków: pożyczanie na wyprawy kupieckie –

multiplying the capital. Bankers, in turn, have mostly been using interest for a long time. **The ambivalent approach to borrowing with interest** has been the cause of many meanders over the centuries: when borrowing to finance trading expeditions - we consent to interest, when lending money to beggars, so that they may survive - no interest is permitted, Christians are not allowed to take interest, Jews - yes, but only from infidels and in Islamic finances, interest is prohibited. **In Christianity, Calvinism contributed to the ultimate acceptance of interest under the pressure of wealthy merchants and craftsmen in need of credit institutions**, with the reservation that income from *usury* should not be the basis of livelihood, and the loan security must not be excessive (Chmielewska, 2016, p. 44)

In ancient Rome (Bochenek, 2016, pp. 39-43), like centuries before in Greece, **the beginnings of economic thought were related to the farm**. Marcus Porcius Cato (234-149 BC) was also an advocate of the intense exploitation of slaves, Marcus Terentius Reatinus Varro (116-27 BC) on the contrary - he advocated technical progress and caring for slaves; they both were veterans of war campaigns but held a different view on *the exploitation of the workforce.* As befits a philosopher and statesman Marcus Tullius Cicero, had (106-43 BC), had broader intellectual horizons; by combining theories derived from the different schools of philosophy, including the ideas of Homer, Hesiod and Xenophon, he wrote a book *De officiis* (On competition), focusing on the concept of "dignity of competition", which refers in a general manner to the scale of activities (he placed small trade and craftsmanship, and, in particular, usury, at the bottom of his esteem ranking, while at the top of the pyramid, he located large-scale agriculture and trade, which enable the accumulation of the wealth that opens the possibility of engaging in political and cultural activities, although, to be fair, it was politics that killed him). In his poem "Georgica," Piublius Vergilius Maro (70-19 BC) wrote about land-farming, breeding cattle and bees, fruit-growing. Caius Secundus Plinius (23-79 AD), relying on Greek and Roman literature, wrote an encyclopedia which consisted of 37 volumes. In the work entitled *Naturalis historia*, he presented the economic history of the ancient world and the rules of farm management. In *De re rustica* (On Agriculture), Lucius Junius Moderatus Columella (4-70 AD) explained the problems of the colonus system, low efficiency of slave labour and the need to intensify agriculture. St. Augustine of Hippo lived (354-430) and occupied himself with artistic creation during the twilight of the ancient Roman Empire. In a work entitled *De civitas Dei* (The City of God), he included the concept of a Christian state; in it, he rejected slavery, recognized private property on the assumption that it originates from a state-wide law; he considered work, carried out on God's orders, to be a duty of every person and believed physical work to be superior to intellectual work and trade, he was against the accumulation of goods over the means necessary to stay alive.

From the above, it may be inferred that one would

zgoda na procent, pożyczanie biedakom na przeżycie – bez procentu, chrześcijanom nie wolno było brać odsetek, Żydom – tak, ale tylko od innowierców, w finansach islamskich procent jest zakazany. **W chrześcijaństwie do ostatecznej akceptacji procentu przyczynił się kalwinizm pod presją zamożnych kupców i rzemieślników potrzebujących instytucji kredytu**, z zastrzeżeniem, że dochody z *lichwy* nie powinny stanowić podstawy utrzymania, a zabezpieczenie pożyczki nie może być przesadne (Chmielewska, 2016, s. 44)

W starożytnym Rzymie (Bochenek, 2016, s. 39-43) podobnie jak wieki wcześniej w Grecji, **początki myśli ekonomicznej dotyczyły gospodarstwa rolnego**. Marcus Porcius Cato (234-149 p.n.e.) był przy tym zwolennikiem intensywnego wyzysku niewolników, Marcus Terentius Reatinus Varro (116-27 p.n.e.) przeciwnie – zalecał postęp techniczny i dbałość o niewolników; obaj mieli za sobą kampanie wojenne, ale inny pogląd na *eksploatację siły roboczej.* Szersze horyzonty myślowe, jak przystało na filozofa i męża stanu, miał Marcus Tullius Cicero (106-43 p.n.e.), który łącząc teorie wywodzące się z różnych szkół filozofii, w tym myśli Homera, Hezjoda i Ksenofonta, napisał książkę *De officiis* (O zawodach), skupiając uwagę na koncepcji „godności zawodów", ogólnie nawiązującej do skali działalności (drobny handel i rzemiosło, a w szczególności lichwiarstwo umieścił na dole rankingu poważania, zaś wielkie rolnictwo i handel, umożliwiające gromadzenie bogactwa dającego możliwości podjęcia działalności politycznej i kulturalnej, umieścił na szczycie piramidy, co prawda przez politykę został zamordowany). Publius Vergilius Maro (70-19 p.n.e.) w poemacie Georgica (Ziemiaństwo) pisał o uprawie roli, hodowli bydła i pszczół, sadownictwie. Caius Secundus Plinius (23-79 n.e.) w oparciu o literaturę grecką i rzymską napisał 37. tomową encyklopedię. W dziele *Naturalis historia* przedstawił historię gospodarczą świata antycznego i zasady prowadzenia gospodarstw rolnych. Lucius Junius Moderatus Columella (4-70 n.e.) w dziele *De re rustica* (O rolnictwie) wyjaśnił problemy kolonatu, niską wydajność pracy niewolniczej i potrzebę intensyfikacji rolnictwa. W okresie schyłkowym starożytnego Rzymu żył (354-430) i tworzył św. Aureliusz Augustyn. W dziele *De civitas Dei* (O państwie bożym) zawarł koncepcję państwa chrześcijańskiego; w niej odrzucił niewolnictwo, uznał własność prywatną przy założeniu, iż pochodzi z prawa państwowego, pracę, z nakazu boskiego, uznał za obowiązek każdego człowieka przyznając prymat pracy fizycznej przed pracą umysłową i handlem, był przeciwny gromadzeniu dóbr ponad środki niezbędne do utrzymania się przy życiu.

Można z powyższego wnosić, że starożytną myśl ekonomiczną Grecji i Rzymu trudno byłoby wynieść ponad to, co znajdujemy u Konfucjusza, Hammurabiego czy w Biblii (Ravasi, 2017). Używając dzisiejszych pojęć wskażemy w niej zagadnienia mikroekonomiczne i dopiero **Arystoteles oraz** św. **Augustyn**[13] **szerzej dostrzegali kwestie państwowe, problematykę własności i pracy.** Trzeba jednak przyznać

[13] Filozof, teolog, doktor Kościoła, żył w latach 354-430

be hard-pressed to find anything beyond what was stated by Confucius, Hammurabi or in the Bible with regard to the economic philosophy of ancient Greece and Rome (Gianfranco, 2017). In today's terms, what we will find in it are microeconomic issues; only **Aristotle and St. Augustine[13] looked at the matters of the state, problems related to property and work, from a broader perspective.** However, we must give credit to the Greeks for their early recognition of the importance of money and accumulation of wealth, to the Romans - for their achievements in legally regulating the issues of commitments, contracts, citizenship, and to the Bible - for its versatile moral, phraseological and historical character.

Grekom wczesne dostrzeżenie znaczenia pieniądza i gromadzenia bogactwa, Rzymianom – osiągnięcia w uregulowaniu prawnym zobowiązań, kontraktów, obywatelstwa, a Biblii – we wszechstronności, moralności, frazeologii, historii.

Conclusion

Rulers' edicts and old-age customs appeared before abstract considerations. Concrete reasoning, called protoeconomy, has, however, become an inherent part of economic knowledge, accepted by the theory of economics. Terms such as contract, credit, money, interest, fixed costs, reasonable debtor-creditor relationship (both are part of the economy), protection of the weaker, regulated prices, restructuring of the economy, interventionism, taxes, have deep roots, although they have not always been defined in the same way as they are today. It is worth knowing their origin, so as not to return onto the path we have already walked and to advance faster, with the help of new techniques and technologies.

Podsumowanie

Edykty władców i ukształtowane zwyczaje wyprzedzają rozważanie abstrakcyjne. Rozumowanie konkretne, nazywane protoekonomią, stało się jednak immanentną częścią wiedzy ekonomicznej, zaakceptowaną przez teorię ekonomiczną. Takie pojęcia jak kontrakt, kredyt, pieniądz, procent, koszty stałe, rozsądna relacja dłużnik – wierzyciel (obaj są częścią gospodarki), ochrona słabszych, ceny regulowane, restrukturyzacja gospodarki, interwencjonizm, podatki, mają głębokie korzenie, chociaż nie od początku były definiowane tak, jak dzisiaj. Warto znać ich genezę, aby nie wracać na drogę, którą już przeszliśmy i aby tym szybciej iść naprzód z pomocą nowych technik i technologii.

References/ Literatura:

1. Bochenek, M. (2016). *Historia rozwoju ekonomii. Od starożytności do szkoły klasycznej.* Tom 1. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
2. Bremond, J., Couet, J.F., Salort, M.M. (2012). *Kompendium wiedzy o ekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
3. Chmielewska, L. (2016). Myśl ekonomiczna kalwinizmu. *Annales. Etyka w życiu gospodarczym/ Annales. Ethics in Economic Life, 19*(3), 35-46. http://dx.doi.org/10.18778/1899-2226.19.3.04
4. Klunia, W.L. (2016). Ekonomiczeskaja myśl drewnosti. W: W.L. Klunia, A.W. Czernowałow, Ż.W. Czernowałowa, *Istorija ekonomiczeskich uczenij*. Kurs lekcji, Mińsk.
5. Luchinger, R. (2007). *12 ikon ekonomii od Smitha do Stiglitza.* Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.
6. McCreadie, K. (2012). *Adam Smith. Bogactwo Narodów. Współczesne interpretacje klasycznej ekonomii.* Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.
7. Ravasi, G. (2017). *Biblia we fragmentach. 200 bram do Starego i Nowego Testamentu.* Kielce: Wydawnictwo Jedność.
8. Rogozina, S. (2016). *Niestandardowy podręcznik do rachunkowości. Rachunkowość pół żartem i na serio.* Warszawa: CeDeWu. PL.
9. Sedláček, T. (2012). *Ekonomia dobra i zła. W poszukiwaniu istoty ekonomii od Gilgamesza do Wall Street.* Warszawa: Studio EMKA.
10. Stankiewicz, W. (2013). Instytucjonalna teoria kontraktów – presja ekonomii i prawa. *Ekonomia – Economics, 4*(25), 273-288.
11. Sztaba, S. (2013). *Kodeks Hammurabiego widziany oczami ekonomisty.* Pobrano z: Kolegia.sgh.waw.pl./pl/KES/kwartalnik/Documents/ssztaba132013.pdf
12. Zawiślak, A. M. (2011). *O kwantach, rynkach i ekonomistach. Ikebana zadziwień i paradoksów.* Warszawa: Poltext.

Websites/ Strony internetowe:

13. https://pl.wikipedia.org/wiki/Common_law
14. https://pl.wikipedia.org/wiki/Instynkt
15. https://pl.wikipedia.org/wiki/Zwyczaj
16. https://www.bryk.pl/wypracowania/pozostałe/ekonomia/14644-historia_myśli_ekonomicznej.html
17. https://pl.wiktionary.org/wiki/proto-

[13] A philosopher, theologian, Doctor of the Church, he lived in the years 354-430

ECREG STUDIES
Vol. 11, No. 4, 2018
www.ers.edu.pl
PDF OPEN ACCESS
eISSN 2451-182X

sciendo

ECONOMIC AND REGIONAL STUDIES
STUDIA EKONOMICZNE I REGIONALNE

ISSN 2083-3725 Volume 11, No. 4, 2018

Authors' contribution/
Wkład autorów:
A. Zaplanowanie badań/
Study design
B. Zebranie danych/
Data collection
C. Analiza statystyczna/
Statistical analysis
D. Interpretacja danych/
Data interpretation
E. Przygotowanie tekstu/
Manuscript preparation
F. Opracowanie
piśmiennictwa/
Literature search
G. Pozyskanie funduszy/
Funds collection

REVIEW OF "RESOURCES AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF AGRICULTURE IN POLAND AFTER THE EUROPEAN UNION ACCESSION" BY KATARZYNA SMĘDZIK-AMBROŻY

RECENZJA PRACY KATARZYNY SMĘDZIK-AMBROŻY „ZASOBY A ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ ROLNICTWA W POLSCE PO AKCESJI DO UNII EUROPEJSKIEJ"

Agnieszka Brelik[1]

[1]West Pomeranian University of Technology in Szczecin, Faculty of Economics
Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, Wydział Ekonomiczny

Brelik, A. (2018). Review of "Resources and sustainable development of agriculture in Poland after the European Union accession" by Katarzyna Smędzik-Ambroży/ Recenzja pracy Katarzyny Smędzik-Ambroży „Zasoby a zrównoważony rozwój rolnictwa w Polsce po akcesji do Unii Europejskiej". *Economic and Regional Studies, 11*(4), 160-164.
https://doi.org/10.2478/ers-2018-0044

The assessed monograph by Katarzyna Smędzik-Ambroży addresses the extremely important and current problem of the impact of the location of resources, and the resource conditions resulting from it, on the agricultural sector on a national or regional scale, on the sustainability of individual farming after Poland's integration with the EU, based on the experience of existing FADN farms. The author seeks answers to important questions: To what extent have the current principles of distributing financial resources from the EU's agricultural policy contributed to the intensification/reduction of inter-regional differences within the scope of the development of agriculture?; Which practices deserve to be given priority, what level of economic activity of beneficiaries would be desirable?

A structure of considerations build in such a way is accurate and appropriate in order to determine the impact of resource and institutional conditions, resulting from the EU's common agricultural policy, on the sustainability of farms located in areas with different agricultural resource conditions. It is exactly these issues related to the whole of deliberations lead by the Author that constitute her major contribution to the advancement of the theory of economy. The problem of the impact of resource and institutional conditions on the sustainability of agriculture, although not entirely new, causes many doubts and objections raised by the representatives

W ocenianej monografii Katarzyny Smędzik-Ambroży poruszono niezwykle istotny i aktualny problem oddziaływania położenia i wynikających z niego uwarunkowań zasobowych dla sektora rolnego w skalach krajowej lub regionalnej, na zrównoważenie rolnictwa indywidualnego po integracji Polski z UE, w oparciu o doświadczenia istniejących gospodarstw rolnych FADN. Autorka poszukuje odpowiedzi na istotne pytania: Na ile zasady obecnego rozdziału środków finansowych z polityki rolnej UE, przyczyniły się do nasilenia/ograniczenia różnic międzyregionalnych w zakresie rozwoju rolnictwa?; Które praktyki zasługują na preferencje, jaki poziom aktywności ekonomicznej beneficjentów byłby pożądany?

Tak skonstruowana struktura dociekań jest trafna i właściwa dla określenia wpływu uwarunkowań zasobowych i instytucjonalnych, wynikających ze wspólnej polityki rolnej UE, na zrównoważenie gospodarstw rolnych znajdujących się na obszarach różniących się uwarunkowaniami zasobowymi rolnictwa. To właśnie te kwestie prowadzonych rozważań stanowią najważniejszy wkład Autorki w rozwój teorii ekonomii. Problem wpływu uwarunkowań zasobowych i instytucjonalnych na zrównoważenie rolnictwa, choć nie jest zupełnie nowy, budzi wiele wątpliwości i zastrzeżeń zgłaszanych przez przedstawicieli różnych nurtów w ekonomii. Uwzględniając ten aspekt trzeba podkreślić, iż Autorka postawi-

Address for correspondence/ Adres korespondencyjny: *dr hab. Agnieszka Brelik, prof. nadzw. (ORCID 0000-0003-0199-2040), Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, Wydział Ekonomiczny, ul. Żołnierska 47/101, 71-210 Szczecin, Polska; tel. +48 606 529 592; e-mail: agnieszka.brelik@zut.edu.pl*

Journal indexed in/ Czasopismo indeksowane w: AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List, ICV 2017: 100,00; Polish Ministry of Science and Higher Education 2016: 9 points/ AgEcon Search, AGRO, BazEkon, Index Copernicus Journal Master List ICV 2017: 100,00; Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2016: 9 punktów. **Copyright:** © 2018 Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska, Agnieszka Brelik. All articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

of various trends in economics. Taking this aspect into account, it should be emphasized that the Author has set herself the difficult, and, at the same time, ambitious task of assessing the sustainable development of agriculture in Poland within the scope of using production factors, i.e. land, labour and capital. The Author confronts her considerations with the results of studies by other researchers, thus creating a relatively coherent system for analysing sustainable development.

The paper consists of 288 pages and six chapters, an introduction and conclusions section, bibliography, indices of tabular and graphical forms, an annexe and a summary. The body of the paper was supplemented with 35 tables, 4 drawings, 1 diagram, 43 annexes. The paper is well-documented and based on the rich subject literature comprising domestic and foreign authors, comprising 325 articles and books (including 79 foreign ones), supplemented with 66 reports, expert opinions and legal acts. The references include classics from economic literature, as well as specialist studies presenting the results of research in the field of sustainable agricultural development, which is a testimony to the fact that the Author has demonstrated the ability to take advantage of numerous publications, as well as to synthesize knowledge. The discussed theoretical and empirical issues have been presented correctly.

ła sobie niełatwe, a równocześnie ambitne zadanie oceny zrównoważonego rozwoju rolnictwa w Polsce w aspekcie wykorzystania czynników produkcji, tj. ziemi, pracy i kapitału. Autorka konfrontuje swoje rozważania z wynikami prac innych badaczy budując względnie spójny system analizy zrównoważonego rozwoju.

Praca liczy 288 stron i składa się z sześciu rozdziałów, wprowadzenia oraz podsumowania, bibliografii, spisów form tabelarycznych i graficznych, aneksu oraz summary. Zasadnicza część pracy została uzupełniona 35. tabelami, 4. rysunkami, 1. schematem, 43. załącznikami. Praca jest dobrze udokumentowana i oparta na bogatej literaturze przedmiotu krajowych i zagranicznych autorów obejmującej 325 artykułów i książek (w tym 79 zagranicznych) uzupełnionych 66. raportami, ekspertyzami oraz aktami prawnymi. Nie zabrakło w niej zarówno klasycznej literatury ekonomicznej, jak i specjalistycznych opracowań, prezentujących wyniki badań z zakresu zrównoważonego rozwoju rolnictwa, co świadczy, że Autorka wykazała się umiejętnością posługiwania się licznymi publikacjami i zdolnością syntezy wiedzy. Właściwie zaprezentowano poruszaną problematykę o charakterze teoretycznym i empirycznym.

The subject and structure of the work

The choice of the topic of the work should be considered accurate and substantively justified. Problems regarding the sustainable development of agriculture in Poland in the aspect of the use of production factors are crucially important, both from the point of view of the need for the theory and also because of the value related to their practical application. The latter refers to the current and future changes that take place in agricultural policy, especially in European Union countries, and are associated with the challenges related to regional development. Exploring this topic is important for the formulation of conclusions and recommendations in the field of agricultural policy. The research problems of this work are significant from the point of view of economic sciences and have been clearly formulated. The author unambiguously presents the method of verification of the assumed hypotheses and the choice of research instruments and uses the language of science correctly. The structure of the work is clear, but certain doubts arise with regard to the appropriate ordering and location of the aspects under consideration. This particularly applies to the methodical aspects.

The two initial chapters are devoted to theoretical issues and concern the role of resources in agricultural activity and the issues of sustainable development. The first chapter has been set in the framework of the theory of economics. Among others, the author described the theories of Thünen, Weber, Lösch, core-periphery, and factors of production. The scientific discourse led in this part of the work

Tematyka i struktura pracy

Wybór tematu pracy należy uznać za trafny i uzasadniony merytorycznie. Problemy zrównoważonego rozwoju rolnictwa w Polsce w aspekcie wykorzystania czynników produkcji są niezwykle istotne zarówno z punktu widzenia potrzeby teorii, jak również ze względu na walory aplikacyjne. Te drugie odwołują się do bieżących i przyszłych przemian jakie zachodzą w polityce rolnej, zwłaszcza państw Unii Europejskiej oraz dotyczą wyzwań związanych z rozwojem regionalnym. Zgłębienie tego wątku jest ważne dla formułowania wniosków i rekomendacji w zakresie polityki rolnej. Problemy badawcze pracy są istotne z punktu widzenia nauk ekonomicznych i zostały jasno sformułowane. Autorka jednoznacznie przedstawia sposób weryfikacji postawionych hipotez i wybór instrumentarium badawczego i posługuje się poprawnie językiem nauki. Struktura pracy jest czytelna, jednak rodzą się niekiedy wątpliwości związane z właściwą kolejnością i usytuowaniem rozważanych aspektów. Dotyczy to zwłaszcza aspektów metodycznych.

Początkowe dwa rozdziały poświęcone są zagadnieniom teoretycznym i dotyczą miejsca zasobów w działalności rolniczej oraz problematyce rozwoju zrównoważonego. Pierwszy rozdział został osadzony w teorii ekonomii. Autorka opisała, m.in. teorie Thünena, Webera, Löscha, rdzenia i peryferii oraz czynniki produkcji. Dyskurs naukowy prowadzony w tej części pracy należy uznać za dojrzały. Stanowi on podłoże do dalszych analiz ekonomicznych i rozważań związanych z problematyką rozwoju zrównoważonego w rolnictwie. Podstawy teoretyczne

should be considered mature. It provides the basis for further economic analyses and considerations related to the issue of sustainable development in agriculture. The theoretical foundations presented in the first two chapters constituted the background for the description of research methods and tools used in the study, which constitutes the author's contribution to economic sciences.

The empirical analysis presented in the next chapter concerns the assessment of the territorial variability of resource distribution for agricultural production in Poland, ordered by regions (provinces) and, in the region of Greater Poland, by poviats. The author thus enters the scope of interest of regional studies. She correctly conducted an analysis of the comparative assessment of the distribution of land resources, capital and labour in provinces and poviats, using to this end a method of assessing the distribution of resources that she herself had devised. The ability to apply this method adds value to the reviewed work.

In the fifth chapter, the changes in the economic and environmental sustainability of production in individual FADN farms from these areas and the changes that occurred after the accession of Poland into the EU were assessed. The author also skillfully evaluated, whether in 2004-2014 there were tendencies towards convergence or divergence in the sustainability levels of individual FADN agriculture in the regions.

In the sixth chapter, the impact of institutional conditions resulting from the agricultural policy of the EU and the presence of production factors on the economic and environmental sustainability of individual FADN agricultural farms, from areas characterized by specific resource conditions related to agriculture, was emphasized. The sixth chapter constitutes a kind of summary of the whole dissertation and defines the Author's contribution to science in terms of the new research methods which were used and applied by her. The presented conclusions are of both scientific and practical value. The reviewed monograph fits the category of works from the field economic sciences and contains the results of research that undoubtedly enriches the knowledge about important and interesting economic phenomena. The following components presented in the monograph should be considered as advantages and research achievements of the Author:

1. Carrying out a retrospective assessment of the theory regarding the spatial distribution of businesses in the light of their significance for the diversification of agriculture across space;
2. Defining the importance of agriculture for sustainable development;
3. Assessing the impact of the common agricultural policy reforms on the creation of conditions for the sustainable development of agriculture in the EU;
4. Establishing relationships between the basic production factors and the economic and environmental situation of agriculture;
5. Comparing and carrying out a comparative assessment of land, capital and labour resources

przedstawione w dwóch pierwszych rozdziałach stanowiły tło do opisu metod i narzędzi badawczych zastosowanych w badaniach, które stanowią wkład Autorki do nauk ekonomicznych.

Przedstawiona w kolejnym rozdziale analiza empiryczna dotyczy oceny przestrzennego zróżnicowania zasobowych uwarunkowań do produkcji rolnej w Polsce wg regionów (województw) i w regionie Wielkopolski wg powiatów. Autorka tym wpisuje się w zakres rozważań regionalistyki. Właściwie przeprowadziła analizę komparatywnej oceny wyposażenia województw i powiatów w zasoby ziemi, kapitału i pracy wykorzystując w tym celu autorską metodę oceny uwarunkowań zasobowych. Umiejętność zastosowania tej metody stanowi wartość dodaną recenzowanej pracy.

W piątym rozdziale ocenione zostały zmiany w zrównoważeniu ekonomicznym i środowiskowym produkcji indywidualnych gospodarstw rolnych FADN z tych obszarów oraz zmian w tym zakresie jakie zaistniały po wstąpieniu Polski do UE. Autorka umiejętnie oceniła również, czy w latach 2004-2014 miały miejsce tendencje do konwergencji czy dywergencji w poziomach zrównoważenia rolnictwa indywidualnego FADN w regionach.

W rozdziale szóstym podkreślono wpływ uwarunkowań instytucjonalnych, wynikających z polityki rolnej UE oraz wyposażenia w czynniki produkcji na zrównoważenie ekonomiczne i środowiskowe indywidualnych gospodarstw rolnych FADN, z obszarów o określonych uwarunkowaniach zasobowych rolnictwa. Rozdział szósty stanowi pewne podsumowanie całej rozprawy i określa wkład Autorki do nauki w zakresie zastosowanych i wykorzystanych nowych metod badawczych. Przedstawione wnioski posiadają walory zarówno naukowe jak i aplikacyjne. Oceniana monografia mieści się w nurcie prac z zakresu nauk ekonomicznych i zawiera wyniki badań, które niewątpliwie wzbogacają wiedzę o ważnych i interesujących zjawiskach gospodarczych. Za zalety i osiągnięcia badawcze Autorki zaprezentowane w monografii należy uznać następujące komponenty:

1. Dokonanie retrospektywnej oceny teorii przestrzennego rozmieszczenia działalności w świetle ich znaczenia dla zróżnicowania rolnictwa w przestrzeni;
2. Określenie znaczenia rolnictwa dla rozwoju zrównoważonego;
3. Ocenę oddziaływania reform wspólnej polityki rolnej na tworzenie warunków dla zrównoważonego rozwoju rolnictwa w UE;
4. Ustalenie związków pomiędzy podstawowymi czynnikami wytwórczymi a sytuacją ekonomiczną i środowiskową rolnictwa;
5. Porównanie i komparatywną ocenę wyposażenia w zasoby ziemi, kapitału i pracy (w zakresie ilości i jakości) w Polsce według regionów oraz według powiatów regionu Wielkopolski z wykorzystaniem autorskiej metody oceny uwarunkowań zasobowych;
6. Wyłonienie obszarów o relatywnie korzystnych, neutralnych i niekorzystnych uwarunkowaniach zasobowych do produkcji rolnej

(in terms of their quantity and quality) in Poland, by regions, as well as by the poviats in the Greater Poland region, using the author's own method of assessing resource conditions;
6. Selecting areas characterized by relatively favourable, neutral and unfavourable resource conditions for agricultural production on a national scale (groups of provinces in Poland) and a regional scale (clusters of poviats from the Greater Poland province);
7. Assessing the changes in the years 2005-2014 in the economic and environmental sustainability of individual FADN agricultural farms from areas differing in the resource conditions for individual farming, on a national and regional scale;
8. Describing the tendencies occurring in the years 2005-2014 with respect to 2004 towards the convergence/divergence between individual FADN agricultural farms from areas differing in the resource conditions of individual farming, at the level of their even distribution and in the economic and environmental order;
9. Assessing the impact of the presence of production factors and institutional conditions, resulting from the EU's common agricultural policy, on the economic and environmental sustainability of individual FADN agriculture in areas characterized by specific resource conditions for this sector, after the accession of Poland into the EU.

An advantage of the dissertation is its rich and clear graphical and tabular presentation of the examined phenomena and correlations. In addition to the advantages, the work has a number of flaws regarding the lack of precision and formulation of research hypotheses, language, research methodology and the work's structure. It seems that the content of the introduction and the methods section ought to be linked together more closely.

In conclusion, it should be stated that the reviewed work is of a multifaceted nature. It discusses issues related to the sustainable development of agriculture and rural areas, public goods and regionalization, which are a testimony to the appropriate choice of topic, interesting from the point of view of both the theory and practice of agricultural life. The main advantage of the monograph is its complexity and multidimensionality of the presented approach to the problem. The author has proven that she has a solid scientific workshop, which she used effectively in the process of formulating research premises, the conducted empirical analysis and conclusions drawn from the examinations performed.

The work is a contribution to the considerations on the significance of resource conditions for the implementation of the concept of sustainable development by agricultural holdings in the case of adopting the perspective of changes in the common agricultural policy of the EU. The issue of sustainable development elaborated and explained by the Author not only in the context of the region of Greater Poland, but also all the regions of Poland, emerges as the final

w skali krajowej (grupy województw w Polsce) i regionalnej (skupienia powiatów z województwa wielkopolskiego);
7. Ocenę zmian w latach 2005-2014 w zrównoważeniu ekonomicznym i środowiskowym indywidualnych gospodarstw rolnych FADN z obszarów, różniących się uwarunkowaniami zasobowymi dla rolnictwa indywidualnego, w skalach krajowej i regionalnej;
8. Określenie tendencji zachodzących w latach 2005-2014 względem 2004 r. do konwergencji/dywergencji między indywidualnymi gospodarstwami rolnymi FADN z obszarów, różniących się uwarunkowaniami zasobowymi rolnictwa indywidualnego, w poziomie ich zrównoważenia oraz w ładzie ekonomicznym i środowiskowym;
9. Ocenę wpływu wyposażenia w czynniki produkcji i uwarunkowań instytucjonalnych, wynikających ze wspólnej polityki rolnej UE, na zrównoważenie ekonomiczne i środowiskowe rolnictwa indywidualnego FADN z obszarów o określonych uwarunkowaniach zasobowych dla tego sektora, po integracji Polski z UE.

Zaletą rozprawy jest bogata i przejrzysta prezentacja graficzna i tabelaryczna badanych zjawisk i zależności. Poza zaletami praca ma szereg słabości dotyczących braku precyzji i sformułowania hipotez badawczych, języka, metodyki badań czy struktury pracy. Wydaje się, że należało ściślej powiązać treści wstępu i rozdziału metodycznego.

W konkluzji należy stwierdzić, że recenzowana praca ma charakter wielowątkowy. Poruszane są w niej kwestie, związane z rozwojem zrównoważonym rolnictwa i obszarów wiejskich, dobrami publicznymi i regionalizacją, świadczą o wyborze właściwej tematyki interesującej zarówno z punktu widzenia teorii jaki i praktyki życia gospodarczego. Podstawową zaletą monografii jest jej kompleksowość i wielowymiarowość zaprezentowanego ujęcia problemu. Autorka dowiodła iż posiada poprawny warsztat naukowy, który efektywnie wykorzystała w procesie formułowania założeń procesu badawczego, przeprowadzonej analizie empirycznej i wnioskowaniu na podstawie przeprowadzonych dociekań.

Praca stanowi wkład w rozważania nad znaczeniem uwarunkowań zasobowych dla realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju przez gospodarstwa rolne przy przyjęciu optyki przemian we wspólnej polityce rolnej UE. Ostatecznym efektem tych badań staje się przygotowane i wyjaśnione przez Autorkę zagadnienie zrównoważenia nie tylko w regionie Wielkopolski, ale również wszystkich regionach Polski. Należy docenić zwłaszcza dokonanie waloryzacji wyposażenia w podstawowe czynniki wytwórcze rolnictwa indywidualnego, a przede wszystkim skonstruowanie autorskiego syntetycznego wskaźnika oceny uwarunkowań zasobowych względem obszarów referencyjnych.

Istotny jest także wkład Autorki w wyjaśnienie badań wpływu środków finansowych z UE na zrównoważenie w ładzie ekonomicznym i środowiskowym oraz czynnika ziemi i pracy na zrównoważe-

effect of the study. The evaluation of the presence of basic production factors with regard to individual farming, and, above all, the invention of an original synthetic indicator for the assessment of resource conditions in comparison to reference areas, should be appreciated in particular.

The Author's commitment to the explanation of studies on the impact of the influx of EU funds on the balance in the economic and environmental order, as well as the land and labour factor on the environmental sustainability of individual FADN agriculture, is also significant. The results constitute an important incentive for the practical implementation of the concept of sustainable development and the achievement of relative consistency in this area.

nie środowiskowe rolnictwa indywidualnego FADN. Wyniki stanowią ważną przesłankę do praktycznej realizacji koncepcji rozwoju zrównoważonego i osiągania względnej spójności w tym zakresie.

GUIDELINES FOR AUTHORS / REGULAMIN PUBLIKOWANIA

Typesetting of works and technical requirements

The works included in the journal are bilingual both in Polish and English. We publish the original works which have not been published before anywhere else and which are of the following nature:

- Original article (AO)/ Artykuł oryginalny
- Review article (AP)/ Artykuł przeglądowy
- Scientific review (AR)/ Artykuł recenzyjny
- Short communication (KWB; KK)/ Komunikaty o wynikach badań; komunikaty z konferencji
- Case study (CS)/ Studium przypadku
- Others/ Inne (others citable – ICC/ o charakterze cytowalnym; others noncitable – ICN/ o charakterze niecytowalnym),

The above noted works may be submitted for publication in English and Polish or in only one of these languages: either English and Polish. In this case the works are translated into the other language by the editors. All works are reviewed by specialists outside author's home base in line with the principles of double-blind review process.

Works proposed for printing in ECREG STUDIES should be set to the editors via electronic post by means of editorial panel available of the journal's website https://www.editorialsystem.com/ers.

Prior to the beginning of the publication process the author or authors of submitted articles are obliged to payment of the fee in the amount: PLN 150. Foreign authors are released from paying the fee. Texts in English which are correctly translated into Polish are published free of charge. In case of sending a text in only one language version-either in English or in Polish - the authors will bear the costs of translating the article into the other missing language. The authors may be asked also to cover the costs of verification of the submitted texts in English. The translations are conducted by a Translation Office which currently cooperates with the Editors and the current cost per 1 translation page (that is, 1800 characters including spaces) amounts to 25 PLN gross. An article is passed on for translation post obtaining a positive review of the submitted language version, after corrections if necessary and upon its approval for print by the Editor in Chief. At this stage the author will obtain information regarding the level of payment to the account of State School of Higher Education Santander Bank Polska S.A., 11 1500 1331 1213 3004 3528 0000. The Author is also obliged to deliver payment confirmation to the Editors (ie. in electronic form to the email address).

Technical requirements:

- editing system: MS Word,
- fond: Times New Roman size 12,
- all margins 2,5 cm
- Alignment: automatic to left and right without hyphenation
- margins: 1,5 lines,
- ENTER button should only be used at the end of a paragraph (all titles, points representing enumeration etc. are treated as separate paragraphs.
- paragraph indents are marked solely via tab or other tools available in the editor used. Space button should not be used for this purpose. Space button is used solely to separate the words, after dot, comma,

Składanie prac i wymagania techniczne

Prace w czasopiśmie publikowane są równolegle w dwóch językach: języku angielskim i języku polskim. Publikujemy prace oryginalne nigdzie dotychczas nie publikowane o następującym charakterze:

- Artykuł oryginalny/ Original article (AO)
- Artykuł przeglądowy/ Review article (AP)
- Artykuł recenzyjny/ Scientific review (AR)
- Komunikaty o wynikach badań; komunikaty z konferencji / Short communication (KWB; KK)
- Studium przypadku/ Case study (CS)
- Inne/ Others (o charakterze cytowalnym/ others citable – ICC; o charakterze niecytowalnym/ others noncitable – ICN),

Wymienione prace mogą być zgłaszane do publikacji w języku angielskim i w języku polskim albo tylko w jednym języku angielskim lub w języku polskim. W tym przypadku prace są przekładane na drugi język przez Redakcję. Wszystkie prace są recenzowane przez specjalistów spoza jednostki macierzystej autorów z zachowaniem zasady wzajemnej anonimowości tzw. double-blind review proces.

Prace proponowane do druku w ECREG STUDIES należy przesłać do redakcji wyłącznie drogą elektroniczną za pośrednictwem panelu redakcyjnego dostępnego na stronie https://www.editorialsystem.com/ers.

Przed rozpoczęciem procesu przygotowania pracy do publikacji autor/ autorzy przesłanych artykułów zobowiązani są do wniesienia bezzwrotnej opłaty w wysokości 150 PLN (na konto Państwowej Szkoły Wyższej: Santander Bank Polska S.A., 1 Oddział w Białej Podlaskiej, ul. Brzeska 27, numer konta - 11 1500 1331 1213 3004 3528 0000). Teksty w języku angielskim prawidłowo przetłumaczone na język polski publikowane są bez ponoszenia dodatkowych opłat za tłumaczenie. W przypadku przesłania tekstu tylko w jednej wersji językowej angielskojęzycznej/ polskojęzycznej autorzy ponoszą koszty tłumaczenia na język przeciwny. Autorzy mogą być proszeni również o pokrycie kosztów weryfikacji nadesłanych tekstów w języku angielskim/ polskim. Tłumaczenie wykonuje współpracujące z redakcją Biuro Tłumaczeń, a aktualny koszt za stronę obliczeniową (tj. 1800 znaków ze spacjami) wynosi 25 złotych brutto.

Artykuł do tłumaczenia kierowany jest po uzyskaniu pozytywnej recenzji zgłoszonej wersji językowej, ewentualnych korektach i zaakceptowaniu do druku przez Redaktora Naczelnego. Na tym etapie autor otrzyma informację o wysokości wpłaty na konto Państwowej Szkoły Wyższej: Santander Bank Polska S.A., 1 Oddział w Białej Podlaskiej, ul. Brzeska 27, numer konta - 11 1500 1331 1213 3004 3528 0000. Obowiązkiem Autora jest również dostarczenie do Redakcji potwierdzenia dokonania wpłaty (np. w formie elektronicznej na adres mailowy).

Wymagania techniczne:

- edytor: MS Word,
- czcionka: 12 punktów Times New Roman,
- wszystkie marginesy 2,5 cm
- wyrównanie: automatyczne do lewej i prawej bez dzielenia wyrazów
- interlinia: 1,5 wiersza,
- klawisza ENTER używa się tylko na końcu akapitu (wszystkie tytuły, punkty będące wyliczeniem itp. traktuje się jako odrębne akapity).
- wcięcia akapitowe zaznacza się tylko za pomocą tabulatora lub innych narzędzi użytego edytora. Nie używać w tym celu spacji. Spacje należy stawiać tylko dla oddzielenia wyrazów, po kropce, przecinku, wykrzykni-

exclamation mark, colon, semicolon etc. Space cannot be used after an open parenthesis and before closed parenthesis, as well as before and after a number reference (never before these signs).

The submitted works should be accompanied by author's declaration filled in and signed by all authors, as well as a declaration of ethics including: declaration of conflict of interest and-in case of a work by many authors - declaration on the input of individual authors into the created article. Declaration forms are available here:

- Author's declaration – 1 author
- Author's declaration – 2 or more authors
- Declaration of ethics

Layout of the work

Texts of the submitted articles, together with tables and drawings, ought to include:

- within scientific articles from 8 to 15 formatted A4 pages, that is 10,000-25,000 characters with spaces and up to 25 items of literature;
- in case of review articles: from 10 to 25 formatted A4 pages, that is: 12,000 – 40,000 characters with spaces and up to 40 items of literature;
- in the remaining works from 4 to 8 formatted A4 pages, that is: 5,000-12,000 characters with spaces;

Papers exceeding the required length or the number of items of literature will be individually considered by the Editor-in-Chief.

One must indicate, on a separate page:

- scientific title of the author/authors (correspondence author should also be noted);
- name of research-scientific institute in which the work was conducted;
- residence address, email, contact telephone, ORCID (concerning all the authors);
- JEL code indicating general content of the article according to Journal of Economic Literature (JEL Codes Guide)
- participation in the elaborated article including the following elements:
  A. Study design/ Zaplanowanie badań
  B. Data collection/ Zebranie danych
  C. Statistical analysis/ Analiza statystyczna
  D. Data interpretation/ Interpretacja danych
  E. Manuscript preparation/ Przygotowanie tekstu
  F. Literature search/ Opracowanie piśmiennictwa
  G. Funds collection/ Pozyskanie funduszy

Title of work in English and Polish written in bold, upper case letters (no longer than 40 characters).

Summary in English and Polish ought to consist of between 100 and 150 words written in the following order:

- Subject and purpose of work:
- Materials and methods:
- Results:
- Conclusions:

Key words, only for scientific articles, ought to include between 4 and 6 words helpful for indexation and search (from general to detailed).

Principles of citing and references in the text

Quoting and list of literature in the „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" should follow the APA style, adapted to the Polish language norms (source: Smith, J., Robinson, J. (2012).

Basic editorial standards of scientific psychological texts in Polish on the basis of APA format. Downloaded from: http://www.athenaeum.umk.pl/pliki/APA.pdf.)

ku, dwukropku, średniku itp. Nie używać spacji za nawiasem otwierającym i przed nawiasem zamykającym, a także przed i za odnośnikiem cyfrowym (nigdy przed tymi znakami).

Do składanych prac należy dołączyć wypełnione i podpisane przez wszystkich autorów OŚWIADCZENIE AUTORA ARTYKUŁU oraz DEKLARACJĘ ETYKI zawierającą: deklarację konfliktu interesów oraz - w przypadku prac wieloautorskich - oświadczenie o wkładzie poszczególnych autorów w powstanie artykułu.

- Oświadczenie autora - 1 autor
- Oświadczenie autora - publikacja wieloautorska
- Deklaracja etyki

Układ pracy

Teksty nadsyłanych artykułów wraz z tabelami i rysunkami powinny zawierać:

- w artykułach naukowych od 8 do 15 sformatowanych stron A4, tj. 10 000 – 25 000 znaków ze spacjami i do 25 pozycji literatury;
- w artykułach przeglądowych od 10 do 25 sformatowanych stron A4, tj.: 12 000 – 40 000 znaków ze spacjami i do 40 pozycji literatury;
- w pozostałych pracach od 4 do 8 sformatowanych stron A4, tj.: 5 000 – 12 000 znaków ze spacjami;

Artykuły przekraczające wymaganą długość lub liczbę pozycji literatury będą rozstrzygane w drodze indywidualnej decyzji Redaktora Naczelnego.

Na oddzielnej kartce należy podać:

- tytuł naukowy autora/ -ów (należy zaznaczyć także autora do korespondencji);
- nazwę jednostki naukowo-badawczej, w której pracę wykonano;
- adres zamieszkania, e-mail, telefon kontaktowy, nr ORCID (dot. wszystkich autorów);
- kod JEL oznaczający ogólną treść artykułu według Journal of Economic Literature (JEL Codes Guide)
- udział w przygotowaniu artykułu z uwzględnieniem następujących elementów:
  A. Zaplanowanie badań/ Study design
  B. Zebranie danych/ Data collection
  C. Analiza statystyczna/ Statistical analysis
  D. Interpretacja danych/ Data interpretation
  E. Przygotowanie tekstu/ Manuscript preparation
  F. Opracowanie piśmiennictwa/ Literature search
  G. Pozyskanie funduszy/ Funds collection

Tytuł pracy w języku angielskim i w języku polskim napisany wytłuszczonymi drukowanymi literami (nie dłuższy niż 40 znaków).

Streszczenie w języku angielskim i w języku polskim powinno zawierać od 100 do 150 słów ujętych w następującym układzie:

- Przedmiot i cel pracy:
- Materiały i metody:
- Wyniki:
- Wnioski:

Słowa kluczowe tylko do artykułów naukowych, powinny zawierać od 4 do 6 słów pomocnych przy indeksacji i wyszukiwaniu (od ogólnych do szczegółowych).

Zasady cytowania i odwołania w tekście

Cytowanie i spis literatury w czasopiśmie „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" powinno być zgodne z regułami APA, dostosowanymi do polskich norm językowych (źródło: Harasimczuk, J., Cieciuch, J. (2012). Podstawowe standardy edytorskie naukowych tekstów psychologicznych w języku polskim na podstawie reguł APA. Pobrane z: http://www.athenaeum.umk.pl/pliki/APA.pdf.)

- when the work has one author (Kowalski, 2011)
- when the work has two authors - each time both names should be provided (Kowalski, Martens, 2011)
- when the work has three authors: the first citation in the text (Kowalski, Martens, Rossato, 2011), another citation in the text (Kowalski et al., 2011); the same rule applies when the work has four and five authors - the first quotation provides all names, the next - the name of the first author and "and others."
- when the work has six or more authors, each citation should be (Iksiński et al., 2011),
- in the case of literal quoting of a work, after the date of the work's publishing and please provide the page number(s) after a comma, e.g. (Kowalski, 2011, p. 12),
- if case the works by different authors with the same surnames, please enter the initials of the names of these authors, e.g. (Kowalski Z., 2011),
- if several works by the same author were published in the same year, the letters a, b, c, etc. should be inserted after the year of publication, both in the citation and in the list of literature, e.g. (Kowalski, 2014a).

Odwołania do pracy jednego autora: (Kowalski, 2011)

- gdy praca ma dwóch autorów – za każdym razem podajemy obydwa nazwiska (Kowalski, Igrekowski, 2011), gdy praca ma trzech autorów: pierwsze cytowanie w tekście (Kowalski, Igrekowski, Iksiński, 2011), kolejne cytowanie w tekście (Kowalski i in., 2011); analogicznie postępujemy,
- gdy praca ma czterech i pięciu autorów – przy pierwszym cytowaniu podajemy wszystkie nazwiska, przy kolejnym – nazwisko pierwszego autora i „i in.".
- gdy praca ma sześciu lub więcej autorów każde cytowanie powinno brzmieć (Iksiński i in., 2011)
- w przypadku dosłownego cytowania pracy, po dacie i po przecinku należy podać numery stron, np. (Kowalski, 2011, s. 12)
- jeżeli odwołujemy się do prac różnych autorów, którzy mają takie same nazwiska, należy wpisać inicjały imion tych autorów, np. (Kowalski Z., 2011)
- jeżeli kilka prac tego samego autora zostało opublikowanych w tym samym roku, należy wstawić litery a, b, c itd. po roku publikacji, zarówno w cytowaniu, jak i w spisie literatury, np. (Kowalski, 2014a).

Cytując strony internetowe należy umieścić cytowany adres w nawiasie zwykłym w tekście artykułu oraz podać datę dostępu.

Tables and figures

- Tables and drawings ought to be enumerated anddescribed; example: "Table I Table of results", "Drawing 1. Building Project",
- One should not place a dot after a description and source of table or drawing,
- Number and description of a table ought to be placed over it,
- Source ought to be placed below the table; example: "Source: own elaboration",
- In case of a number of drawing, description of a drawing and source ought to be placed under it.

Tabele i rysunki

- Tabele i rysunki powinny być numerowane i opisane; przykład: „Tabela 1. Zestawienie wyników", „Rysunek 1. Projekt budynku",
- Po opisie i podaniu źródła tabeli i rysunku nie stawia się kropki,
- Numer i opis tabeli umieszcza się nad tabelą,
- Źródło umieszcza się pod tabelą; przykład: „Źródło: opracowanie własne",
- W przypadku rysunku numer, opis rysunku i źródło umieszcza się pod rysunkiem.

References

The references list should be put at the end of a paper. The references should be numbered and arranged alphabetically. Individual items on the list should be recorded according to the following pattern:

An article in the journal:
Monday, A., Bassnett, B. (year). Title of the article. Title of the journal in italics, number of year / volume in italics (number of issue / number), page of the beginning-page of the end.
Warning. if the article has a DOI (Digital Object Identifier) number, please enter it at the end of the bibliographic record as a full link, e.g. https://doi.org/10.5114/hpc.2017.70524

Book:
Iksiński, A., Kowalski, B. (year). The title of the book in italics. Place of publication: Publishing house.

Edited book:
Morson, A., Oneil, B. (eds.). (year). The title of the book in italics. Place of publication: Publishing house.

Chapter in an edited book:
Martins, A. (year). Title of the chapter. In: B. Smith, C. Andresoni (eds.), Title of the book in italics (p. Side of the beginning-end page). Place of publication: Publishing house.

Internet source:
Smith, A. (year). The title of the text in italics. Downloaded from: website address.

Literatura

Wykaz literatury, umieszczony na końcu rozprawy, powinien być uporządkowany alfabetycznie i ponumerowany. Poszczególne pozycje literatury należy zapisywać według wzoru:

Artykuł w czasopiśmie:
Iksiński, A., Kowalski, B. (rok). Tytuł artykułu. Tytuł czasopisma kursywą, nr rocznika/tomu kursywą (nr zeszytu/numeru), strona początku-strona końca.
Uwaga. jeśli artykuł ma numer DOI (Digital Object Identifier), należy podać go na końcu zapisu bibliograficznego jako pełny link, np. https://doi.org/10.5114/hpc.2017.70524

Książka:
Iksiński, A., Kowalski, B. (rok). Tytuł książki kursywą. Miejsce wydania: Wydawnictwo.

Książka napisana pod redakcją:
Iksiński, A., Kowalski, B. (red.). (rok). Tytuł książki kursywą. Miejsce wydania: Wydawnictwo.

Rozdział:
Kowalski, A. (rok). Tytuł rozdziału. W: B. Iksiński, C. Igrekowski (red.), Tytuł książki kursywą (s. strona początku–strona końca). Miejsce wydania: Wydawnictwo.

Źródło internetowe:
Kowalski, A. (rok). Tytuł tekstu kursywą. Pobrane z:
adres strony internetowej.

One should not place the addres as hyperlink-one shouldapply black colour of font without underlining. List of internet websites ought to be enumerated and placed in order of date of read-out. In case another text from website is cited, one must place the entire address within the text and in the list of literature, whilst, date of read-out should be also placed within the list of literature.

Assessment of the work
(principles of reviewing the publication)

The submitted article undergoes a formal assessment process and post initial assessment it is submitted for conceptual assessment (review) which takes up to 6 weeks. During the selection of a reviewer there cannot be the conflict of interests which is understood as relations occurring between the reviewer and the author:

a. direct personal relations (blood relation, legal relationships, conflict),
b. relation of work subordination,
c. direct scientific cooperation within previous two years proceeding the preparation of a review.

The author may indicate the name of potential reviewer, however, the Editorial Office reserves the right to make a decision regarding such selection. The review has a written form (review form is available on the journal's website) and ends with a clear conclusion as to the approval for the article to be published, possibility of its correction or rejection. Correction or proofreading the text in Polish should be performed immediately and no longer than within 1 week. Subsequently the editorial office decides about further fate of the given work. The work may be directed for translation or rejection. The condition for directing the work for print is payment of the cost of translation and of potential language verification as well as provision of information about this fact to the editorial office.

Decision of the Editorial Office is final. The Editorial Office does not return the manuscripts.

Names of reviewers of individual publications/issues are not disclosed; once a year the journal publically announces the list of cooperating reviewers.

Author's correction

Post editorial elaboration and sample print the work will be passed on to the author in order for him or her to place further author's corrections. It is an obligation of the author to send the correction within one week. The costs of amendments other than printing ones will be borne by the author.

Explanation regarding "ghost writing"

Reliability in science constitutes one of its quality foundations. The readers ought to be sure that the authors of publications in a clear, reliable and fair way present the results of their own work, regardless of whether they are their main authors or whether they availed of the assistance of specialized entity (physical person or legal person).

A proof of ethical attitude of a scientific worker as well as highest editing standards ought to be the transparency of information regarding entities which contributed to the creation of a given publication (conceptual input, in-kind or financial contribution etc.) which is solely a manifestation of good practices and of social responsibility.

Opposite examples are „ghost writing" and „guest authorship".

In case of "ghost writing" we deal with a situation where someone has made a significant input into creation of a publication without disclosing his or her input as one of its authors or without indicating his or her role in credits and acknowledgements placed within the publication.

In case of „guest authorship" („honorary authorship") we deal with a situation when author's input is insignificant or

Nie wstawiamy adresu jako hiperłącza - należy zastosować czarny kolor czcionki, bez podkreślenia. Spis stron internetowych powinien być ponumerowany i uporządkowany według daty odczytu. W przypadku, gdy cytujemy inny tekst ze strony internetowej, w tekście oraz w wykazie literatury należy umieścić cały adres, przy czym do wykazu literatury dołączamy datę odczytu.

Ocena pracy
(zasady recenzowania publikacji)

Złożony artykuł zostaje poddany ocenie formalnej i po wstępnej akceptacji zostaje przekazany do oceny merytorycznej (recenzji), która trwa do 6 tygodni. Przy wyborze recenzenta nie może wystąpić konflikt interesów; za konflikt interesów uznaje się zachodzące między recenzentem a autorem:

a. bezpośrednie relacje osobiste (pokrewieństwo, związki prawne, konflikt),
b. relacje podległości zawodowej,
c. bezpośrednia współpraca naukowa w ciągu ostatnich dwóch lat poprzedzających przygotowanie recenzji.

Autor może podać nazwisko potencjalnego recenzenta, lecz Redakcja zastrzega sobie prawo o decyzji o jego wyborze. Recenzja posiada formę pisemną (formularz recenzencki podany jest na stronie internetowej czasopisma) i kończy się jednoznacznym wnioskiem co do dopuszczenia artykułu do publikacji, możliwości jego poprawy lub odrzucenia. Korekta lub poprawa tekstu w języku polskim powinna być dokonana niezwłocznie nie dłużej niż w ciągu 1 tygodnia. Następnie redakcja podejmuje decyzję o dalszym losie pracy. Praca może być skierowana do tłumaczenia lub odrzucona. Warunkiem skierowania pracy do druku jest pokrycie kosztów przekładu i ewentualnej weryfikacji językowej i poinformowaniu o tym fakcie redakcji.

Decyzja Redakcji jest ostateczna. Redakcja nie zwraca manuskryptów.

Nazwiska recenzentów poszczególnych publikacji/numerów nie są ujawniane; raz w roku czasopismo podaje do publicznej wiadomości listę recenzentów współpracujących.

Korekta autorska

Po opracowaniu redakcyjnym i próbnym wydruku praca zostanie przekazana do autora w celu naniesienia przez niego korekty autorskiej. Obowiązkiem autora jest odesłanie korekty w ciągu jednego tygodnia. Kosztami poprawek innych niż drukarskie będzie obciążony autor.

Wyjaśnienie dotyczące „ghostwriting"

Rzetelność w nauce stanowi jeden z jej jakościowych fundamentów. Czytelnicy powinni mieć pewność, iż autorzy publikacji w sposób przejrzysty, rzetelny i uczciwy prezentują rezultaty swojej pracy, niezależnie od tego, czy są jej bezpośrednimi autorami, czy też korzystali z pomocy wyspecjalizowanego podmiotu (osoby fizycznej lub prawnej).

Dowodem etycznej postawy pracownika naukowego oraz najwyższych standardów redakcyjnych powinna być jawność informacji o podmiotach przyczyniających się do powstania publikacji (wkład merytoryczny, rzeczowy, finansowy etc.), co jest przejawem nie tylko dobrych obyczajów, ale także społecznej odpowiedzialności.

Przykładami przeciwstawnymi są „ghostwriting" i „guest authorship".

Z „ ghostwriting" mamy do czynienia wówczas, gdy ktoś wniósł istotny wkład w powstanie publikacji, bez ujawnienia swojego udziału jako jeden z autorów lub bez wymienienia jego roli w podziękowaniach zamieszczonych w publikacji.

Z „guest authorship" („honorary authorship") mamy do czynienia wówczas, gdy udział autora jest znikomy lub w ogó-

is none whatsoever even though he is named as the author/ co-author of a given publication.

In order to counteract „ghost writing", „guest authorship" the editorial office of the journal takes steps to introduce appropriate procedures specific for the represented area or scientific discipline or implement the below noted solutions:

1. The Editorial Office requires from the authors of publications a disclosure of input of individual authors in the creation of a given publication (with an indication of their affiliation and contribution, that is information who the author of the concept, the assumptions, the method, the protocol etc. used while elaborating the publication was), whilst the main responsibility is borne by the author who subits the manuscript.

2. The Editorial Office informs within "Guidelines for authors" that „ghost writing", „guest authorship" are a manifestation of scientific unreliability and all the detected cases will be revealed, including notification of appropriate entities (institutions employing the authors, scientific societies, scientific editors societies etc.)

3. The Editorial Office ought to obtain information regarding the sources of financing of the publication, input of scientific-research institutes, societies and other entities („financial disclosure").

4. The Editorial Office introduces the principle of documenting all cases of scientific unreliability, especially in case of breaching and not complying with the principles of ethic which are in place in the scientific world.

Ethics statement

Editorial Board of the scientific journal „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" is committed to upholding standards of ethical behaviour at all stages of the publication proces recommended by COPE (Committee on Publication Ethics). Detailed information about criteria can be found in COPE Flowcharts:

https://publicationethics.org/files/Full%20set%20of%20English%20flowcharts_9Nov2016.pdf

1. Publication and authorship

The editors of „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" journal accept the articles which have not been published before and which meet the following criteria:

- compliance with the requirements formulated in „Guidelines for authors/ rules for publishing",
- use of research results which have not been previously described in any other article as well as have not been published in other journals,
- signing of the following declarations by the authors: author's declaration concerning transfer of author's economic rights and declaration of ethics including: declaration on non-existence of conflict of interests and (in case when a given article was written by two or more authors) declaration on participation of the individual authors in the creation of the publication,
- thorough elaboration of list of references and use of principles of quoting accepted by the journal- within the reference list only the items which have been quoted in the articles ought to be present.

The editors will not accept any forms of plagiarism whatsoever (including auto-plagiarism copying the entire works or their parts without indicating the source, signing only by one's name the work which was written jointly with someone else or with other persons, usurpation of authorship, publishing someone else's work with amendments, ie. editorial or stylistic changes).

le nie miał miejsca, a pomimo to jest autorem/współautorem publikacji.

Aby przeciwdziałać przypadkom „ghostwriting", „guest authorship" redakcja czasopisma stara się wprowadzać odpowiednie procedury swoiste dla reprezentowanej dziedziny bądź dyscypliny nauki lub wdrożyć poniższe rozwiązania:

1. Redakcja wymaga od autorów publikacji ujawnienia wkładu poszczególnych autorów w powstanie publikacji (z podaniem ich afiliacji oraz kontrybucji, tj. informacji kto jest autorem koncepcji, założeń, metod, protokołu itp. wykorzystywanych przy przygotowaniu publikacji), przy czym główną odpowiedzialność ponosi autor zgłaszający manuskrypt.

2. Redakcja informuje w „Instrukcjach dla autorów", że „ghostwriting", „guest authorship" są przejawem nierzetelności naukowej, a wszelkie wykryte przypadki będą demaskowane, włącznie z powiadomieniem odpowiednich podmiotów (instytucje zatrudniające autorów, towarzystwa naukowe, stowarzyszenia edytorów naukowych itp.).

3. Redakcja powinna uzyskać informację o źródłach finansowania publikacji, wkładzie instytucji naukowo-badawczych, stowarzyszeń i innych podmiotów („financial disclosure").

4. Redakcja wprowadza zasadę dokumentowania wszelkich przejawów nierzetelności naukowej, zwłaszcza łamania i naruszania zasad etyki obowiązujących w nauce.

Standardy etyczne

Redakcja czasopisma naukowego „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" zobowiązuje się do przestrzegania standardów etycznego postępowania na wszystkich etapach procesu publikacji zalecanych przez COPE (Committee on Publication Ethics/ Komitet ds. Etyki Publikacji). Szczegółowe informacje na temat kryteriów prezentują diagramy COPE:

https://publicationethics.org/files/Full%20set%20of%20Polish%20flowcharts.pdf

1. Publikacja i autorstwo

Do redakcji czasopisma „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" przyjmowane są artykuły dotychczas niepublikowane oraz spełniające następujące kryteria:

- dostosowanie do wymogów sformułowanych we „Wskazówkach dla autorów/regulaminie publikowania",
- wykorzystanie wyników badań, które nie były uprzednio opisywane w żadnym innym artykule i nie były publikowane w innych czasopismach,
- podpisanie przez autorów następujących deklaracji: deklaracji autorskiej dotyczącej udzielenia licencji nieodpłatnej niewyłącznej oraz deklaracji etyki zawierającej: deklarację o niewystępowaniu konfliktu interesów oraz (w przypadku, gdy artykuł napisany został przez dwóch lub więcej autorów) deklarację wkładu poszczególnych autorów w powstanie publikacji,
- rzetelne sporządzenie spisu literatury i stosowanie przyjętych przez czasopismo zasad cytowania – w spisie literatury powinny znaleźć się jedynie te pozycje, które były cytowane w tekście.

Redakcja nie akceptuje jakiejkolwiek formy plagiatu (w tym autoplagiatu, kopiowania całości lub fragmentów innych dzieł bez podania źródła, podpisania tylko swoim nazwiskiem pracy napisanej wspólnie z inną osobą/innymi osobami, przywłaszczenia autorstwa, opublikowania cudzej pracy z naniesionymi zmianami, np. redakcyjnymi, stylistycznymi).

2. Responsibility of the authors

The authors who submit their works for publishing in the journal „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" are obliged to:

- complete their work in accordance with their best knowledge and with proper care,
- participation in the review process, that is they are obliged to implement any suggested changes and corrections and correct all indicated errors (by the reviewer but also by the editing team of the journal). In case when the authors disagree with the selected remarks or suggestions of the reviewer or editor, they ought to justify their objection in writing,
- declare the input into the creation of the article and course of research if the study is of research character, through filling out the declaration of inputs by individual authors into the creation of the publication (see point 1),
- responsibility for all data used within the article to be real and authentic,
- indication in a separate part of the work of gratitude towards any institutions or persons who contributed to the creation of the study but who cannot be indicated as its co-authors, as well as a clear information that the work was created thanks to the financing, ie. in the form of grants, subventions, project etc.,

3. Scientific review/ responsibility of the reviewer

The reviewers who cooperate with the journal „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" are obliged to:

- conduct a review within the established deadline, with the use of review form approved by the editors (additional comments drawn up separately are also allowed, as well as indication of errors, comments etc. within the work itself). The review ought to end with a clear opinion regarding approval of the article for publication or its denial.
- formulate an objective, constructive, reliable and just review,
- respect all the principles of confidentiality,
- declare any possible forms of occurrence of conflict of interests (a conflict of interests which occurs between the reviewer and the author concerns direct personal relations-kinship, legal relationship, conflict; work submission relations, direct scientific cooperation within the two years preceding the preparation of review),
- conduct the reviews of only those articles which meet their research interests and the field of science which they deal with,
- offer the authors broadening their knowledge by the works previously published concerning a given issue if there is a necessity for it (i.e. lack of reference in the text to a given work/works results in it being considered as i.e. not thorough enough, out of date etc.),
- disregard any personal prejudices and subjectivity while reviewing the work, avoid emotional comments within the review,
- disclose any discovered cases of plagiarism or other abnormalities in ethical sense.

4. Responsibility of the editors

The editors of „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" journal are obliged to:

2. Odpowiedzialność autorów

Autorzy zgłaszający swoje prace do publikacji w czasopiśmie „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" są zobligowani do:

- wykonania pracy zgodnie z najlepszą wiedzą oraz z zachowaniem należytej staranności,
- udziału w procesie recenzji, tj. są zobowiązani do naniesienia wszelkich sugerowanych zmian i korekt, oraz poprawiania wszystkich wykazanych błędów (przez recenzenta, ale również przez redakcję czasopisma). W przypadku, gdy autorzy nie zgadzają się z wybranymi uwagami bądź propozycjami recenzenta lub redaktora, powinni pisemnie uzasadnić swój sprzeciw,
- zadeklarowania wkładu w powstanie artykułu i przebieg badań, jeśli praca ma charakter badawczy, poprzez wypełnienie deklaracji wkładu poszczególnych autorów w powstanie publikacji (zob. pkt. 1),
- zobowiązania się, ze wszystkie dane wykorzystane w artykule są realne i autentyczne,
- wykazania w oddzielnej części pracy podziękowania instytucjom bądź osobom, które przyczyniły się do powstania pracy, ale nie mogą być wskazani jako współautorzy, jak również wyraźnej informacji, że praca powstała dzięki dofinansowaniu np. w postaci grantów, subwencji, projektu itp.,

3. Recenzja naukowa / odpowiedzialność recenzenta

Recenzenci współpracujący z czasopismem „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" są zobligowani do:

- wykonania recenzji w ramach wyznaczonego terminu, z wykorzystaniem formularza recenzji przyjętego przez redakcję (dopuszczalne są również dodatkowe komentarze zawarte na oddzielnej kartce, jak również zaznaczanie błędów, uwag itp. w tekście pracy). Recenzja powinna kończyć się jednoznacznym wnioskiem co do dopuszczenia artykułu do publikacji bądź jego wycofania.
- formułowania obiektywnej, konstruktywnej, rzetelnej i sprawiedliwej recenzji,
- respektowania wszelkich zasad poufności,
- zadeklarowania wszelkich możliwych form występowania konfliktu interesów (za konflikt interesów zachodzący między recenzentem a autorem uznaje się: bezpośrednie relacje osobiste – pokrewieństwo, związki prawne, konflikt; relacje podległości zawodowej, bezpośrednia współpraca naukowa w ciągu ostatnich dwóch lat poprzedzających przygotowanie recenzji),
- wykonywania recenzji jedynie tych artykułów, które są zgodne z ich zainteresowaniami badawczymi i dziedziną nauki, którą się zajmują,
- zaproponowania autorom, by poszerzyli swoją wiedzę o opublikowane wcześniej prace dotyczące danego zagadnienia, jeżeli istnieje taka konieczność (np. brak odniesienia się w tekście do danej pracy/prac skutkuje tym, że może być uznany np. za nierzetelny, nieaktualny itp.),
- odrzucenia wszelkich osobistych uprzedzeń oraz stronniczości przy wykonywaniu recenzji, unikania emocjonalnych wypowiedzi w recenzji,
- ujawniania wszelkich wykrytych przypadków plagiatu bądź innych nieprawidłowości w zakresie etyki.

4. Odpowiedzialność redakcji

Redakcja czasopisma „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" jest zobligowana do:

- ensure that there is no conflict of interests within the review process as well as within the process of rejection or approval of articles,
- have full responsibility and authority when rejecting or approving a justifiable and reasonable selection of articles,
- eliminate and document all cases of breaching and disobeying the rules of ethics which are in place in science, including disclosed cases of scientific unreliability- „ghostwriting" (omitting within author's list or within thank you notes persons or institutions who had an input or contributed to the creation of a given work) and „guest authorship/ honorary authorship" (indicating as co-author a person who had little or no input in the work). For this reason, the editors declare that any disclosed cases of „ghostwriting" and of „guest authorship" will be exposed, including reporting their occurrence to the appropriate authorities, including institutions which employ the authors,
- inform the authors of any noticed errors and request for their correction or deletion,
- look after the correct course of review process (anonimity of a review, mediating between the authors and the reviewer)
- accept a refusal of performing the review in justified by reviewer cases (ie. when the reviewer declares that the work does not match his or her research interests and fields of science he or she deals with.),
- correct the editorial, style, grammar, spelling and pronunciation errors, as well as use abbreviations without informing the authors. In case of disclosing conceptual errors, the editors ought to consult their correction with the authors,
- pass onto the authors at the stage of graphic design a PDF file with an article in order for them to conduct author's review and final approval of the content of the article,
- send the authors for correction the works which have not been done in compliance with the publishing rules,
- examine any cases of complaints by the authors.

5. Ethical aspects of publication

The editors of the journal „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" declare that:

- monitoring of applying by all the persons involved in the editing process all the ethical principles formulated within the hereby declaration is conducted,
- the following principles of rejecting articles is applied:
  - the rejection of an article post initial decision of the Editor-in chief or Thematic editor regarding non-compliance with the requirements of science, non-compliance of the subject with the profile of the journal, gross linguistic errors, poor literature list, discovery of any cases of lack of thoroughness as specified in the hereby declaration.
  - rejection of an article post negative review
  - rejection of an article in case of non-submission by the authors of the author's declaration concerning transfer all proprietary rights, declaration of non-occurrence of conflict of interests and (in case when the article was written by two or more authors) a declaration of input of individual authors in the creation of the publication.

- czuwania, by w procesie recenzji, jak również w procesie odrzucania lub akceptacji artykułów nie zachodził konflikt interesów,
- posiadana pełnej odpowiedzialności i autorytetu przy odrzucaniu lub akceptacji artykułów, uzasadnionej i rozsądnej selekcji artykułów,
- eliminowania i dokumentowania wszelkich przejawów łamania i naruszania zasad etyki obowiązujących w nauce, w tym ujawnionych przypadków nierzetelności naukowej – „ghostwriting" (pominięcie w autorstwie bądź w podziękowaniach osoby lub instytucji, która wniosła swój wkład bądź przyczyniła się do powstania pracy) oraz „guest autorship/ honorary autorship" (wykazanie jako współautora osoby, której udział w pracy jest znikomy bądź żaden). W związku z tym redakcja oświadcza, że wszelkie wykryte przypadki „ghostwriting" oraz „guest authorship" będą demaskowane, włącznie z powiadomieniem odpowiednich podmiotów, w tym instytucji zatrudniających autorów,
- poinformowania autorów o wszelkich zauważonych błędach z prośbą o ich korektę bądź usunięcie,
- czuwania nad prawidłowym przebiegiem procedury recenzji (anonimowość recenzji, pośredniczenie pomiędzy recenzentem a autorami),
- przyjęcia odmowy wykonania recenzji w uzasadnionych przez recenzenta przypadkach (np. gdy recenzent deklaruje, że praca nie pokrywa się z jego zainteresowaniami badawczymi i dziedziną nauki, którą się zajmuje),
- poprawiania usterek redakcyjnych, stylistycznych, gramatycznych, ortograficznych i interpunkcyjnych, a także stosowania skrótów bez informowania autorów. W przypadku ujawnienia usterek merytorycznych, redakcja powinna skonsultować ich korektę z autorami,
- przekazywania autorom na etapie składu graficznego pliku PDF z artykułem w celu dokonania korekty autorskiej i ostatecznej akceptacji treści artykułu,
- odsyłania autorom do poprawy prac przygotowanych niezgodnie z regulaminem publikowania,
- rozpatrywania wszelkich przypadków skarg autorów.

5. Etyczne aspekty publikacji

Redakcja czasopisma „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne" oświadcza, że:

- prowadzi monitoring stosowania przez wszystkie osoby zaangażowane w proces wydawniczy wszelkich zasad etycznych sformułowanych w niniejszej deklaracji,
- stosuje następujące zasady odrzucania artykułów:
  - odrzucenie artykułu po wstępnej decyzji Redaktora Naczelnego lub Redaktora Tematycznego odnośnie niespełnienia wymogów naukowości, niezgodności tematyki z profilem czasopisma, rażących błędów językowych, ubogiego spisu literatury, wykrycia wszelkich przejawów nierzetelności opisanych w niniejszej deklaracji.
  - odrzucenie artykułu po negatywnej recenzji.
  - odrzucenie artykułu w przypadku niezłożenia przez autorów deklaracji autorskiej dotyczącej przeniesienia autorskich praw majątkowych, deklaracji o niewystępowaniu konfliktu interesów oraz (w przypadku, gdy artykuł napisany został przez dwóch lub więcej autorów) deklaracji wkładu poszczególnych autorów w powstanie publikacji.
- dba o utrzymanie integralności dorobku naukowego, tj. w przypadku wykrycia, że opublikowany artykuł

- ensure maintaining integrity of scientific works, that is in case of identifying errors in the already published article which contains inaccuracies, misleading data or false data, the information of this fact ought to be published in a visible place, the article ought to be withdrawn, also from reference databases, in order to prevent quoting it.
- remain ready to publish all corrections, explanations, cancellations and disclaimers in case this is found to be necessary.

zawiera nieścisłości, dane wprowadzające w błąd lub dane zafałszowane, informacja o tym fakcie powinna być opublikowana w widocznym miejscu, artykuł powinien być wycofany, także z baz referencyjnych, aby uniemożliwić jego cytowanie.
- jest gotowa, by opublikować wszelkie korekty, wyjaśnienia, odwołania i sprostowania w przypadku stwierdzenia takiej konieczności.

Rights of the Editorial Office

The Editorial Office reserves the right to correct style errors and conduct abbreviations. The works elaborated in breach of the terms and conditions will be sent back for author's correction.

The journal makes available its articles on the basis of the license Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0).

Prawa redakcji

Redakcja zastrzega sobie prawo poprawiania usterek stylistycznych oraz dokonywania skrótów. Prace przygotowane niezgodnie z regulaminem będą odsyłane autorom do poprawy.

Czasopismo udostępnia swoje artykuły na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne -Na tych samych warunkach (CC BY-NC-SA).

Address of the Editorial Office:
„Economic and Regional Studies/
Studia Ekonomiczne i Regionalne"
Pope John Paul II State School
of Higher Education in Biała Podlaska
ul. Sidorska 95/97, room 334
21–500 Biała Podlaska
e–mail: a.filipiuk@pswbp.pl
tel.: +48 83 344-99-63

Adres Redakcji:
Redakcja „Economic and Regional Studies/
Studia Ekonomiczne i Regionalne"
Państwowa Szkoła Wyższa
im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
ul. Sidorska 95/97, pok. 334
21–500 Biała Podlaska
e–mail: a.filipiuk@pswbp.pl
tel.: +48 83 344-99-63

Editor in Chief:
prof. zw. dr hab. Mieczysław Adamowicz
e-mail: adamowicz.mieczysław@gmail.com
phone.: +48 509 166 658

Redaktor Naczelny:
prof. zw. dr hab. Mieczysław Adamowicz
e-mail: adamowicz.mieczysław@gmail.com
tel.: +48 509 166 658

SUBSCRIPTION:
Annual subscription (4 issues) 80 PLN gross
Semi-annual subscription (2 issues) 40 PLN gross
Price per 1 copy (without subscription) 20 PLN gross

PRENUMERATA:
Prenumerata roczna (4 numery): 80 PLN brutto
Prenumerata półroczna (2 numery): 40 PLN brutto
Cena za 1 egzemplarz (bez prenumeraty): 20 PLN brutto

The order ought to be sent to:
Editorial Ofifce of scientific journal „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne"
Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska
ul. Sidorska 95/97
21–500 Biała Podlaska
Payments ought to be sent to:
Pope John Paul II State School
of Higher Education in Biała Podlaska
ul. Sidorska 95/97
21–500 Biała Podlaska
Bank Zachodni WBK S.A.,
45 1500 1331 1213 3001 7949 0000.
With annotation: „SUBSCRIPTION - Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne"

Zamówienie powinno być przesłane na:
Redakcja czasopisma naukowego „Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne"
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
ul. Sidorska 95/97
21–500 Biała Podlaska
Płatności powinny zostać przesłane na:
Państwowa Szkoła Wyższa
im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
ul. Sidorska 95/97
21–500 Biała Podlaska
Bank Zachodni WBK S.A.,
45 1500 1331 1213 3001 7949 0000.
Z adnotacją: „PRENUMERATA - Economic and Regional Studies/ Studia Ekonomiczne i Regionalne"

CONTENTS:

EDITORIAL 5

ARTICLES:

1. **Árpád Ferenc Papp-Váry**
COUNTRY BRANDING: WHAT BRANDING? RELEVANT TERMINOLOGIES AND THEIR POSSIBLE INTERPRETATIONS IN THE CASE OF COUNTRIES 7

2. **Vicente M. Castañeda Chávez, Polito M. Huayama Sopla, Pablo A. Rituay Trujillo**
IDENTIFYING COCOA MARKETING SYSTEM (*Theobroma cacao L.*) AT UTCUBAMBA AND BAGUA PROVINCES IN THE REGION OF AMAZONAS-PERU 27

3. **Tomasz Adamowicz**
TYPES OF RISK IN BANKING OPERATIONS – CATEGORIZATION AND DEFINITIONS 37

4. **Michał Dudek**
OPPORTUNITIES AND BARRIERS FOR SMART RURAL DEVELOPMENT IN POLAND IN LIGHT OF FIELD STUDIES 57

5. **Marta Pisarek, Jadwiga Lechowska, Zbigniew W. Czerniakowski, Jadwiga Topczewska**
THE SPECIFIC NATURE OF AGRICULTURAL PRODUCTION IN THE VICINITY OF THE CZARNORZECKO-STRZYŻOWSKI LANDSCAPE PARK 69

6. **Anna Mazurek-Kusiak**
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN THE NATURAL AND URBAN AREAS OF THE LUBLIN PROVINCE 81

7. **Mirosław Wylon, Agnieszka Kempa, Alicja Słowy, Justyna Chodkowska-Miszczuk**
CHALLENGES OF URBAN TRANSPORT IN THE FACE OF STUDENTIFICATION – A CASE STUDY OF TORUŃ 90

8. **Karol Król**
MARKETING QUALITY OF TEXTS POSTED ON THE WEBSITES OF RURAL TOURISM FACILITIES IN POLAND 110

9. **Monika Łęska, Agnieszka Kuś**
ECOLOGICAL AWARENESS IN THE BEHAVIOUR OF YOUNG CONSUMERS - STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMIC AND TECHNICAL SCIENCES OF POPE JOHN PAUL II STATE SCHOOL OF HIGHER EDUCATION IN BIAŁA PODLASKA 119

10. **Łukasz Zbucki, Tomasz Bujalski**
THE CHANGE IN THE ECONOMIC USE OF THE RIVER VALLEY AREA OF THE KRZNA AS A RESULT OF RIVERBED REGULATION 130

11. **Ewelina K. Wasilewska**
AN INCUBATOR OF LOCAL PROCESSING AS A BUSINESS OPPORTUNITY FOR REGIONAL DEVELOPMENT IN POLAND 138

12. **Włodzimierz Wójcicki**
PROTOECONOMICS - ELEMENTS OF ECONOMICS IN ANTIQUITY 147

SPIS TREŚCI:

OD REDAKCJI 5

ARTYKUŁY:

1. **Árpád Ferenc Papp-Váry**
BUDOWANIE MARKI NARODOWEJ: CZYLI JAKIEJ? ISTOTNE TERMINOLOGIE ORAZ ICH MOŻLIWE INTERPRETACJE W PRZYPADKU KRAJÓW 7

2. **Vicente M. Castañeda Chávez, Polito M. Huayama Sopla, Pablo A. Rituay Trujillo**
OKREŚLENIE SYSTEMU MARKETINGOWEGO KAKAO (*Theobroma cacao L.*) W PROWINCJACH UTCUBAMBA I BAGUA W REGIONIE AMAZONAS-PERU 27

3. **Tomasz Adamowicz**
RODZAJE RYZYKA W DZIAŁALNOŚCI BANKOWEJ – KATEGORYZACJA I DEFINICJE 37

4. **Michał Dudek**
MOŻLIWOŚCI I BARIERY INTELIGENTNEGO ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH W POLSCE W ŚWIETLE BADAŃ TERENOWYCH 57

5. **Marta Pisarek, Jadwiga Lechowska, Zbigniew W. Czerniakowski, Jadwiga Topczewska**
SPECYFIKA PRODUKCJI ROLNICZEJ NA TERENACH CZARNORZECKO-STRZYŻOWSKIEGO PARKU KRAJOBRAZOWEGO 69

6. **Anna Mazurek-Kusiak**
SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW W DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ NA TERENACH CENNYCH PRZYRODNICZO I ZURBANIZOWANYCH WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO 81

7. **Mirosław Wylon, Agnieszka Kempa, Alicja Słowy, Justyna Chodkowska-Miszczuk**
WYZWANIA TRANSPORTU MIEJSKIEGO WOBEC STUDENTYFIKACJI – PRZYKŁAD TORUNIA 90

8. **Karol Król**
JAKOŚĆ MARKETINGOWA TEKSTÓW ZAMIESZCZONYCH NA STRONACH INTERNETOWYCH OBIEKTÓW TURYSTYKI WIEJSKIEJ W POLSCE 110

9. **Monika Łęska, Agnieszka Kuś**
ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA W ZACHOWANIACH MŁODYCH KONSUMENTÓW – STUDENTÓW WNET PAŃSTWOWEJ SZKOŁY WYŻSZEJ IM. PAPIEŻA JPII W BIAŁEJ PODLASKIEJ 119

10. **Łukasz Zbucki, Tomasz Bujalski**
ZMIANA GOSPODARCZEGO UŻYTKOWANIA TERENU W DOLINIE KRZNY NA TLE REGULACJI JEJ KORYTA 130

11. **Ewelina K. Wasilewska**
INKUBATOR PRZETWÓRSTWA LOKALNEGO JAKO BIZNESOWA SZANSA ROZWOJU REGIONALNEGO W POLSCE 138

12. **Włodzimierz Wójcicki**
PROTOEKONOMIA – ELEMENTY EKONOMII W STAROŻYTNOŚCI 147

OTHER

13. Agnieszka Brelik
REVIEW OF "RESOURCES AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF AGRICULTURE IN POLAND AFTER THE EUROPEAN UNION ACCESSION" BY KATARZYNA SMĘDZIK-AMBROŻY 160

GUIDELINES FOR AUTHORS 165

INNE

13. Agnieszka Brelik
RECENZJA PRACY KATARZYNY SMĘDZIK-AMBROŻY „ZASOBY A ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ ROLNICTWA W POLSCE PO AKCESJI DO UNII EUROPEJSKIEJ" 160

REGULAMIN PUBLIKOWANIA 165