

Anna Mazurkiewicz-Pizło¹

Instytut Zarządzania i Ekonomii

Akademia Wychowania Fizycznego im. Józefa Piłsudskiego

Warszawa

Innowacyjność działań gospodarstw sadowniczych w regionie Grójca i Warki w aspekcie konkurencyjności regionu²

Innovative activity of orchard farms in Grójec and Warka region in terms of the region's competitiveness

Synopsis. W publikacji skoncentrowano się na proinnowacyjnych zachowaniach właścicieli gospodarstw sadowniczych. Badania dotyczyły regionu Grójca i Warki, gdyż tam właśnie występuje najwyższa w Europie koncentracja sadów. Celem artykułu jest prezentacja innowacyjności gospodarstw sadowniczych w regionie Grójca i Warki oraz działań mających na celu budowanie współpracy i poszukiwań nowych informacji mogących wpłynąć na usprawnienie i efektywność ich działań. Przeprowadzone badania wykazały, że aktywność, zarówno w zakresie wprowadzania innowacji, jak i w nawiązywaniu współpracy wzajemnie między sadownikami i między organizacjami branżowymi, jest niewielka, co w konsekwencji prowadzić może do osłabienia pozycji i znaczenia regionu Grójca i Warki jako potentata w produkcji owoców na świecie.

Słowa kluczowe: konkurencyjność regionów, innowacyjność, gospodarstwa sadownicze, region Grójca i Warki.

Abstract. Author concentrates on the pro-innovative behaviour of orchard farm owners. Research was conducted in the Grójec and Warka region, which represents the highest concentration of orchards in Europe. The aim of article was a presentation of innovation tendencies among fruit growers in Warka and Grójec region and the cooperation between them.

Key words: competitiveness of the region, innovations, orchard farm, region.

Wstęp

Region postrzegany być może jako konglomerat ładu społeczno-ekonomicznego, na który składają się zarówno tożsamość i związki (emocjonalne, społeczne, ekonomiczne) jak i wszystkie zasoby, którymi dysponuje społeczeństwo. O sile regionu stanowią zasoby wszystkich podmiotów gospodarujących, tj. gospodarstw domowych, przedsiębiorstw, gospodarstw rolnych (w tym sadowniczych) oraz organizacji pozarządowych. Na rozwój regionu, rozumianego jako „systematyczna poprawa konkurencyjności podmiotów gospodarczych i poziomu życia mieszkańców oraz wzrostu potencjału gospodarczego regionów” [Szlachta 1996, s. 109], wpływ mają m.in. takie czynniki jak funkcjonujące na danym obszarze podmioty gospodarcze, sami mieszkańcy regionu i ich kwalifikacje,

¹ Dr inż., e-mail: anmazurkiewicz@gazeta.pl.

² Praca finansowana ze środków publicznych MNiSW w ramach grantu „Gospodarowanie zasobami społeczno-ekonomicznymi w rejonie Grójca i Warki - przykład rodzinnych gospodarstw sadowniczych” (nr 1847/B/H03/2010/38).

a także odpowiednie postawy przedsiębiorcze, infrastruktura, gospodarka oraz postęp technologiczny. Region Grójca i Warki charakteryzuje się wysoką specjalizacją produkcji owoców, szczególnie jabłek. Na tym obszarze produkcja sadownicza charakteryzuje się najwyższą na świecie koncentracją produkcji owoców. Dlatego obserwacja przemian w zakresie innowacji, skłonności do współpracy oraz działań podejmowanych przez sadowników, szczególnie w tym regionie ma wymiar zarówno europejski jak i globalny. Rozwój gospodarstw sadowniczych wspomagają działania innowacyjne, skłonność do budowania relacji z innymi sadownikami, nawiązywania współpracy z organizacjami branżowymi i ośrodkami naukowymi oraz aktywne poszukiwanie informacji. Czynniki te uwzględniane są niemal w każdej teorii dotyczącej rozwoju regionalnego. W publikacji zaprezentowana zostanie wyłącznie grupa sadowników, ale z uwagi na dominujący ich udział w omawianym regionie można oczekiwać, że ich aktywne zachowania mają wpływ na gospodarkę regionu, a także na zachowania pozostałych mieszkańców.

Cel artykułu i metody badawcze

Celem publikacji jest prezentacja innowacyjności gospodarstw sadowniczych w regionie Grójca i Warki oraz działań mających na celu budowanie współpracy i poszukiwań nowych informacji mogących wpływać na usprawnienie i efektywność ich działań. Innowacje, wykwalifikowana siła robocza oraz współpraca pomiędzy podmiotami gospodarczymi, jednostkami naukowymi i organizacjami branżowymi, to kluczowe czynniki, według różnych teorii rozwoju regionalnego, podwyższające konkurencyjność regionu. Problemy badawcze dotyczyły zakresu podejmowanych działań innowacyjnych, źródeł informacji, z jakich czerpią zarządzający gospodarstwem sadowniczym, współpracy sadowników z jednostkami naukowymi, organizacjami branżowymi, innymi sadownikami itd.

Badania przeprowadzono w 229 gospodarstwach sadowniczych w rejonie Grójca i Warki w terminie lipiec-sierpień 2010 roku. W tym celu wykorzystano metodę sondażową w postaci wywiadu prowadzonego z wykorzystaniem kwestionariusza ankietowego. Kwestionariusz ankietowy zawierał 89 pytań złożonych o wysokim stopniu standaryzacji. Pytania odnosiły się do dwóch obszarów tematycznych, odnoszących się do:

- gospodarstwa sadowniczego, 50 pytań podzielonych na trzy subobszary dotyczące m.in.:
 - ogólnej charakterystyki gospodarstwa sadowniczego (charakterystyki zasobów, m.in. majątkowych, społecznych i edukacyjnych); potencjału produkcyjnego gospodarstwa (powierzchnia ogólna, powierzchnia sadu, wyposażenie gospodarstwa w składniki majątku trwałego: budynki, w tym przechowalnie, środki transportu i inne),
 - charakterystyki działań rynkowych podejmowanych przez producenta, w tym aktywność marketingowa, wprowadzane działania innowacyjne odnoszące się do produktu, dystrybucji, ceny oraz działań promocyjnych, skłonność do podejmowania wspólnych działań w zakresie przygotowania i sprzedaży produktów na rynek; w ramach tej części badań pytano sadowników o zakres korzystania z usług zewnętrznych, m.in. usług pszczelarskich,

- motywów postępowania i opinii (m.in. w zakresie współpracy z innymi producentami) i poglądów producenta (np. na temat czynników wpływających na rozwój gospodarstw),
- gospodarstwa domowego; 39 pytań dotyczących m.in. członków gospodarstwa domowego, wyposażenia w sprzęt AGD, dochodów, oszczędności.

Koncepcja regionu w naukach społecznych

Pojęcie regionu jest wykorzystywane powszechnie w naukach geograficznych, antropologicznych i kulturoznawstwie oraz w naukach społecznych, w tym ekonomicznych, naukach z zakresu gospodarki przestrzennej, ekologii, a nawet prawa. Jednak zakres postrzegania tego terminu jest różny. W gospodarce przestrzennej oraz w geografii pod pojęciem „region” rozumie się „obszar, w którym charakter części składowych i relacji przestrzennych tworzy pewną jednolitą lub spójną całość” [Domański 2002, s. 109]. Całość ta jest wyodrębniona z większej części danego obszaru, gdzie jako kryterium wyodrębnienia przyjmuje się wybrane czynniki oraz cel, dla którego ma służyć owe wyodrębnienie. Współcześnie region nie jest postrzegany już wyłącznie jako jednostka administracyjna w państwach narodowych, lecz stał się pojęciem odnoszącym się do rosnącej tożsamości i wzrostu znaczenia przynależności terytorialnej mieszkańców, przedsiębiorstw i organizacji pozarządowych. W naukach społecznych pojęcie regionu definiowane jest jedynie jako „obszar, którego mieszkańcy mają na tyle wykształcone poczucie tożsamości, że codziennie go doświadczają” [Jałowicki i Szczepański 2002]. Dlatego wskazuje się czynniki historyczne, ekonomiczne, psychologiczne, geograficzne, przestrzenno-urbanistyczne i społeczno-zawodowe warunkujące powstanie poczucia tożsamości regionalnej. W naukach społecznych zwraca się uwagę na postępujący proces regionalizacji zasobów społeczno-ekonomicznych oraz dążenie do legitymizacji regionalizmu w oparciu o zasoby kulturowe regionu przez powstałe struktury administracji regionalnej i lokalnej [Gąsior-Niemiec 2006, s. 57-87]. Aktywizacja zasobów społecznych i ekonomicznych regionu jest jednym z podstawowych celów polityki gospodarczej administracji centralnej i regionalnej, co stanowi swego rodzaju „interwencjonizm państwowy”. Działania te postrzegane są również jako budowanie w przestrzeni społecznej nowego ładu społecznego, jako pewnego typu przestrzeni regionalnej [Gąsior-Niemiec 2006, s. 67]. Region postrzegany jest jako konglomerat ładu społeczno-ekonomicznego, na który składają się różnego rodzaju tożsamość i związki (emocjonalne, społeczne, ekonomiczne), a przede wszystkim zasoby, którymi dysponuje społeczeństwo. Region, jako układ społeczno-terytorialny, ulega nieustannym przemianom, a w swej istocie jest odmienny od innych obszarów. Odmienność ta wyraża się posiadaniem zasobów (ziemi, zasobów społecznych, materialnych, finansowych, przyrodniczych, wiedzy) jakimi dysponuje, a także sposobem ich dysponowania. Hierarchia oddziaływania poszczególnych czynników na gospodarkę regionalną na przestrzeni lat zmieniała się. Obecnie zmniejszyła się istotność ziemi na rzecz wiedzy, technologii i przedsiębiorczości. Odpowiednie wykorzystanie i zarządzanie zasobami determinuje rozwój regionu [Mańkowski 2009, s. 15]. W kontekście rozwoju regionalnego Polski wyróżnić można takie części składowe jak wzrost gospodarczy, wzrost dobrobytu i polepszenie jakości życia, wzrost atrakcyjności inwestycyjnej regionów, innowacje, rozwój ekologiczny, rozwój usług społecznych, wzbogacenie tożsamości i procesy integracji regionalnej. Wydaje się zatem, że proces ten

opiera się na kilku fundamentach: mieszkańcach regionu, regionalnym ekosystemie, infrastrukturze, gospodarce oraz postępie technologicznym (innowacjach) i przestrzeni. Na proces rozwoju regionalnego wpływają różnorodne czynniki, które można podzielić na endogeniczne, stanowiące wszystkie zasoby regionu, oraz egzogeniczne, znajdujące się poza regionem, na które nie ma możliwości oddziaływania. W literaturze ekonomicznej istnieje wiele koncepcji tłumaczących rozwój regionalny [Grosse, 2002, s. 25-48]. Są one ważne, gdyż istotnie wpływają na działania społeczne. Dzięki nim formułowane są różne zalecenia dla władz politycznych i podejmowane są konkretne przedsięwzięcia gospodarcze.

Konkurencyjność regionów

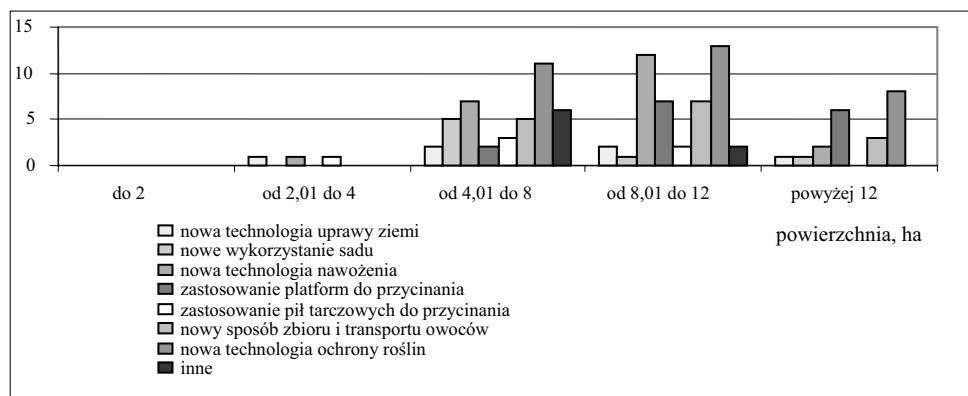
Konkurencyjność regionu postrzegana z punktu widzenia rozwoju regionalnego to „zdolność regionu do przystosowania się do zmieniających się warunków, pod kątem utrzymania lub poprawy pozycji w toczącym się również między regionami współzawodnictwie” [Winiarski 1999, s. 9]. Zdolność regionu do konkurencyjności jest sumą zdolności wszystkich podmiotów gospodarujących (zarówno przedsiębiorstw, jak i gospodarstw domowych) i stanowi wypadkową wielu czynników społeczno-ekonomicznych, m.in. kultury (materialnej i duchowej), wartości, zasobów siły roboczej, kapitału oraz wytworzonych lub odziedziczonych czynników produkcji. Globalizacja i postępująca informatyzacja gospodarek regionów i państw ubogich daje szansę dodatkowego rozwoju, szczególnie w tych regionach, które dysponują zarówno jakościowym kapitałem ludzkim, dobrym stanem środowiska naturalnego, niskimi podatkami, jak i właściwą infrastrukturą techniczną. Z punktu widzenia regionu konkurencyjność to umiejętność tworzenia i utrzymywania przewag konkurencyjnych. Trwałość przewagi uzależniona jest od sprawności otoczenia okołobiznesowego, instytucji społecznych (w tym skłonności do współpracy na wielu poziomach: współpracy rodziny, sąsiadów oraz członków społeczności lokalnej, czy też danej branży) oraz jakości administracji działającej na rzecz biznesu (w tym administracji podatkowej). O zdolności konkurencyjnej regionu decydują te czynniki, które przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju, rozumianego jako rodzenie się i trwanie nowych przedsiębiorstw oraz lokowanie się innych przedsiębiorstw w danym regionie. Jako główne czynniki determinujące konkurencyjność regionu wymienić można:

- innowacyjność,
- skłonność do współpracy,
- rozwiniętą infrastrukturę techniczną (wysokie nasycenie siecią dróg transportu drogowego, kolejowego, śródlądowego, bazą magazynową itp.) oraz infrastrukturą społeczną (ośrodkami służby zdrowia, systemem szkolnictwa, w tym szkolnictwa zawodowego),
- dostępność kapitału (efektywny system bankowy), w tym kapitału wysokiego ryzyka dla mikroprzedsiębiorstw,
- dostępność wykwalifikowanych pracowników (niekoniecznie z wyższym wykształceniem) i ich motywację do podnoszenia kwalifikacji,
- przystępne (przestrzennie i cenowo) tereny inwestycyjne,
- regulacje prawne sprzyjające rozwojowi biznesu,

- sprawny system podatkowy (system podatkowy pozwalający rozwijać przedsiębiorstwo oraz wyłapujący podatników uchylających się od płacenia podatków),
- przychylność i współpracę władz samorządowych (wojewódzkich, powiatowych, gminnych).

Innowacyjność w działaniach gospodarstw sadowniczych w rejonie Grójca i Warki

Artykuł koncentruje się w badaniu aktywności właścicieli gospodarstw sadowniczych na wybranej grupie czynników mogących mieć wpływ na konkurencyjność regionu. Zważywszy na fakt, że w rejonie Grójca i Warki ci gospodarze są oni znaczącą, liczącą się grupę przedsiębiorców, należy spodziewać się, że mają wpływ na kierunki rozwoju badanego obszaru, będąc jednocześnie liderami zmian i przykładami dla innych grup społeczno-zawodowych.



Rys. 1. Charakterystyczne cechy innowacji technologii produkcji w gospodarstwach sadowniczych według powierzchni sadu

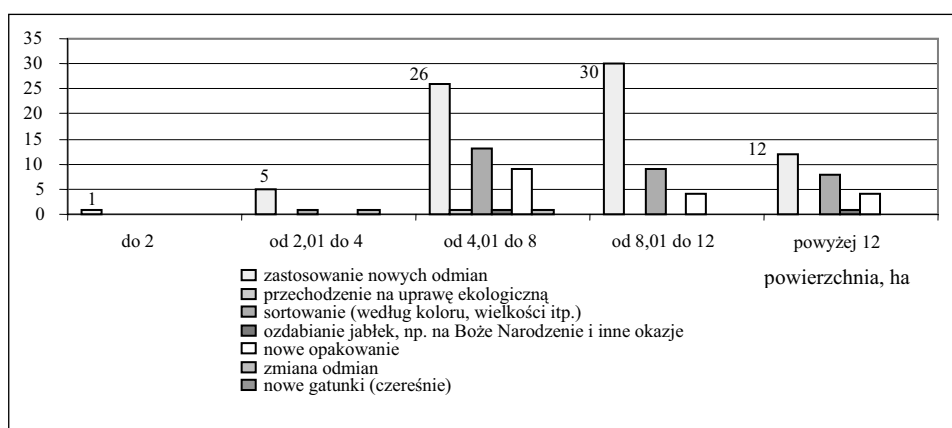
Fig. 1. Characteristics of technological innovations in production by area of orchard

Źródło: badania własne

Analizując innowacyjność gospodarstw sadowniczych w zakresie technologii produkcji owoców można zauważyć, że tylko 67 respondentów (z 229 badanych) przyznało, że w ostatnich dwóch latach dokonało zmian w technologii produkcji. Stanowi to zaledwie 29,3% całej badanej populacji. Najczęściej zmiany wprowadzano w gospodarstwach sadowniczych o wielkości powyżej 4 ha (rys. 1). Spektrum zmian było dość szerokie i obejmowało nową technologię uprawy ziemi, nowe wykorzystanie sadu, nową technologię nawożenia, zastosowanie platform do przycinania, zastosowanie pił tarczowych do przycinania, nowy sposób zbioru i transportu zebranych owoców, nową technologię ochrony roślin. Zmiany dokonywane były zazwyczaj w gospodarstwach o areale od 4 do 12 ha. Najczęściej respondenci wskazywali na nową technologię ochrony roślin, nową technologię nawożenia i zastosowanie platform do przycinania. Najrzadziej natomiast dokonywano zmian w zakresie zastosowania pił tarczowych do przycinania

i nowej technologii uprawy ziemi. Warto też zwrócić uwagę, że w gospodarstwach sadowniczych o wielkości poniżej 4 ha prawie w ogóle nie przeprowadzono zmian (rys. 1).

Kolejne pytanie dotyczyło innowacji dokonywanych przez właścicieli gospodarstw sadowniczych w zakresie tzw. marketingu mix, czyli produktu, dystrybucji, ceny i promocji. Analiza wyników wykazała, że prawie 43% (98 respondentów) dokonało innowacyjnych zmian w zakresie produktu. Zmiany te najczęściej polegały na zastosowaniu nowych odmian owoców, zastosowaniu nowego rodzaju opakowań i sortowaniu. Przy czym, ponownie, dotyczyły one gospodarstw sadowniczych o powierzchni powyżej 4 ha. Najrzadziej przechodzono na uprawę ekologiczną oraz ozdobę jabłek (rys. 2).

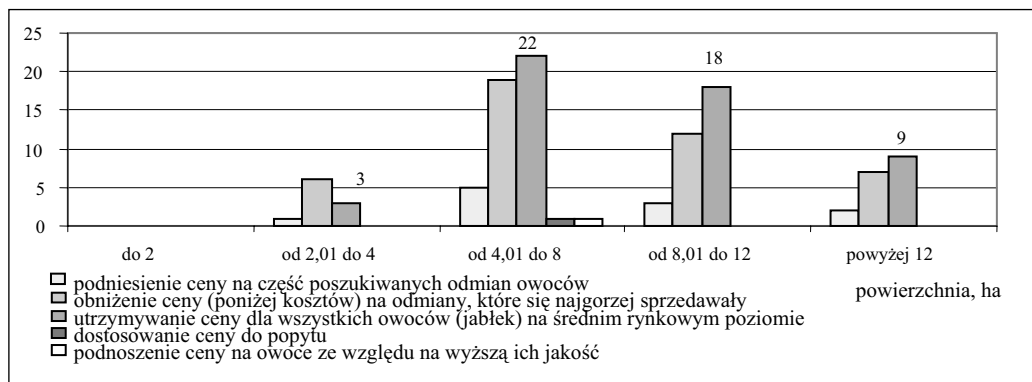


Rys. 2. Rodzaje innowacji produktowych w gospodarstwach sadowniczych według powierzchni sadu, liczba przypadków

Fig. 2. Type of product innovations in the horticultural farms by area of orchards, number of cases

Źródło: badania własne

Kolejnym badanym instrumentem marketingu były innowacyjne zmiany w zakresie dystrybucji. Znacznie mniej zmian dokonano w zakresie dystrybucji niż w produkcji. Tylko 14% respondentów przeprowadziło w tym zakresie jakiegokolwiek modyfikacje (rys. 3), które polegały przede wszystkim na eliminowaniu pośredników, nawiązywaniu współpracy z innymi sadownikami w celu wspólnej sprzedaży produktów, zakupie samochodu dostawczego i podpisywaniu umów z odbiorcami. Innowacje w wyżej omawianym zakresie dotyczyły przede wszystkim gospodarstw sadowniczych o obszarze 4,01-8,00 ha, w mniejszym stopniu gospodarstw powyżej 8,00 ha i prawie w ogóle gospodarstw sadowniczych, których powierzchnia wynosiła poniżej 4 ha. Dużo częściej w gospodarstwach sadowniczych dokonywano zmian cen produktów. Prawie 43% (106) respondentów deklarowało takie zmiany (rys. 3). Innowacje cenowe polegały głównie na utrzymywaniu ceny dla wszystkich owoców na średnim poziomie rynkowym i obniżeniu ceny tych odmian, na które popyt był najmniejszy. W nielicznych przypadkach podnoszono cenę owoców ze względu na ich wyższą jakość. Przy czym warto podkreślić, że zmiany te w ogóle nie miały miejsca w gospodarstwach sadowniczych o powierzchni poniżej 2 ha (rys. 3).

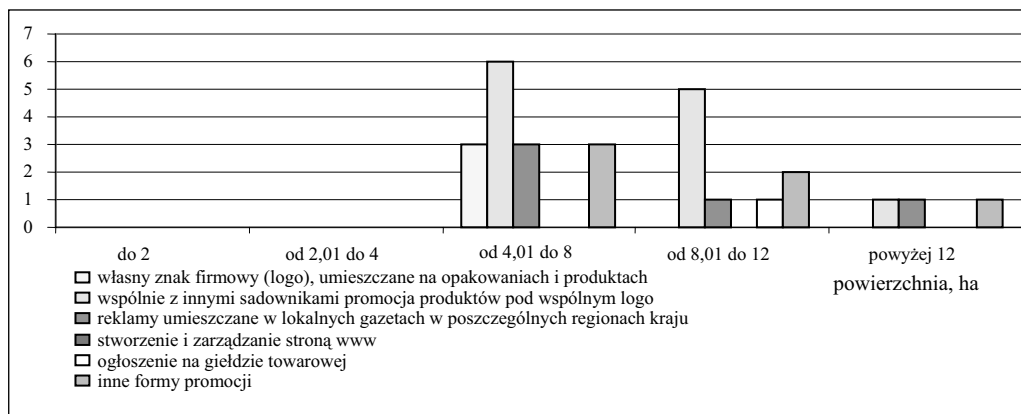


Rys. 3. Rodzaje innowacji cenowych w gospodarstwach sadowniczych według powierzchni sadu, liczba przypadków

Fig. 3. Type of price innovations in the horticultural farms by area of orchard, number of cases

Źródło: badania własne.

Spośród wszystkich instrumentów marketingu promocja była modyfikowana najrzadziej. W badaniach przeprowadzonych w regionie Grójca i Warki tylko 13 (5,7%) respondentów zadeklarowało wprowadzenie zmian w omawianym zakresie. Innowacje dokonane były przede wszystkim w gospodarstwach o areale 4 do 12 ha. W ogóle nie odnotowano takich zmian w gospodarstwach o wielkości poniżej 4 ha (rys. 4). Innowacje w działaniach promocyjnych polegały głównie na umieszczaniu własnego znaku firmowego na opakowaniu i produktach oraz na wspólnym z innymi sadownikami promowaniu produktów pod wspólnym logo.



Rys. 4. Charakterystyczne cechy innowacji w promocji w gospodarstwach sadowniczych według powierzchni sadu, liczba przypadków

Fig. 4. Characteristics of promotion innovations in the horticultural farms by area of orchards, number of cases

Źródło: badania własne

Współpraca sadowników z organizacjami branżowymi

Współpracę właścicieli gospodarstw sadowniczych z innymi producentami owoców w formie spółdzielni, spółki, grupy nieformalnej lub grupy producenckiej można ocenić jako słabą. Tylko co czwarty sadownik (25%) współpracował z innymi producentami. Współpraca ta przyjmuje różnorodne formy. Najczęściej jest to grupa producencka, tę formę współpracy deklarowało prawie 60% spośród respondentów, którzy potwierdzali kooperację z innymi producentami. Co czwarty badany wskazywał na uczestnictwo w grupie nieformalnej. Tylko 17,2% i 15,5% współpracowało odpowiednio ze spółdzielniami i spółkami.

Tabela 1. Współpraca między właścicielami gospodarstw sadowniczych, liczba przypadków wśród 69 respondentów deklaruujących współpracę

Table 1. Cooperation between owners of horticultural households (number of answers of 69 respondents declaring cooperation)

Rodzaj współpracy	1. wybór	2. wybór	3. wybór
udział w szkoleniach	25	3	8
wprowadzenie do produkcji nowych odmian owoców	5	4	2
wprowadzenie nowej technologii	0	5	3
wspólny zakup środków ochrony roślin	6	1	5
wspólny zakup nawozów	2	3	2
wspólne poszukiwanie nowych rynków	1	2	2
wspólny zakup materiału szkółkarskiego	1	1	2
wspólny transport owoców	6	6	3
wspólne finansowanie inwestycji	2	0	0
wspólny zakup opakowań	0	1	0
wspólne korzystanie z doradztwa	9	5	5
wspólne korzystanie z usług	0	0	0
wspólne finansowanie udziału w targach	0	0	0
wspólny zakup maszyn i urządzeń	0	1	1
wspólny zakup i użytkowanie maszyn przygotowujących owoce na sprzedaż	1	0	2
wspólna strona internetowa	0	1	0
wspólne działania promocyjne	0	1	0
wspólna budowa i użytkowanie przechowalni	0	0	1
wspólny budynek i użytkowanie chłodni	0	1	0
rozmowy sąsiedzkie	1	0	0

Respondenci mieli możliwość ustrukturyzowania swoich odpowiedzi: 1. najważniejszy rodzaj współpracy, 3 najmniej ważny rodzaj współpracy.

Źródło: badania własne.

Trochę lepszą sytuację można zaobserwować w zakresie nieformalnej współpracy między pojedynczymi sadownikami. 30% respondentów deklarowało takie relacje w ciągu ostatnich 2-3 lat. Kooperacja przyjmowała różne formy. Respondenci mieli możliwość podania trzech odpowiedzi na pytanie dotyczące współpracy z innymi właścicielami gospodarstw sadowniczych, zgodnie z kryterium ważności od najważniejszej formy do

mniej ważnej. Okazuje się, że najbardziej powszechnym rodzajem współpracy jest wspólny udział w szkoleniach, wspólne korzystanie z doradztwa, wspólny zakup środków ochrony roślin i przekazywanie informacji o produkcji nowych odmian owoców (tabela 1).

Współpraca właścicieli gospodarstw sadowniczych z innymi organizacjami

Przeprowadzone badania pokazują, że zakres współpracy właścicieli gospodarstw sadowniczych z innymi organizacjami jest niewielki. Tylko 20, czyli 8,7% badanych gospodarstw sadowniczych, współpracowało z Instytutem Sadownictwa w Skierniewicach. Współpraca ta polegała najczęściej na udziale w szkoleniach (7% sadowników), wymianie informacji (2,6%), doradztwie (1,7%) oraz uzyskaniu informacji na temat terminów zabiegów ochronnych (1,3%). Jeszcze gorsza sytuacja występowała w zakresie współpracy z uczelniami wyższymi. Spośród badanej populacji 229 gosp. sadowniczych, tylko 3,5% (8 gospodarstw sadowniczych) nawiązało jakąkolwiek współpracę z wyżej wspomnianymi jednostkami w celu poszerzenia wiedzy, szkolenia, lub otrzymania profesjonalnego doradztwa. Znacznie lepiej wyglądała współpraca z ośrodkami doradztwa rolniczego. W tym przypadku 25,8% właścicieli gospodarstw sadowniczych wskazało na odpowiedź twierdzącą. Najczęściej wymieniane korzyści ze współpracy to szkolenia (23,2% spośród współpracujących), wymiana informacji (10,7%) oraz podpisanie zgody na kredyt (3,6%). Tylko 1,3% gospodarstw sadowniczych nawiązało kontakt z Centrum Innowacji Naczelnej Organizacji Technicznej, z czego 1 sadownik brał udział w szkoleniu, a 2 sadowników poszukiwało możliwości konsultacji i doradztwa. Znacznie większy odsetek respondentów współpracował, a w zasadzie korzystał z usług banków (w Polsce jeszcze trudno mówić o współpracy pomiędzy instytucją finansową a podmiotem gospodarczym; zwykle banki dyktują warunki, na które podmiot wyraża zgodę bądź nie). Z usług bankowych korzystało 40,6% sadowników. Najczęściej było to korzystanie z kredytów (27,5% spośród korzystających), 18,3% przeprowadzało operacje finansowe, 15,0% prowadziło rachunki oszczędnościowo-rozliczeniowe, 1,1% otrzymało dotacje, 1,1% deklarowało współpracę. Prawie 4,5% nie miało z tytułu korzystania z usług bankowych żadnych korzyści.

Zaledwie 5,7% gospodarstw sadowniczych (13 gospodarstw) współpracowało z organizacjami branżowymi. Były to takie organizacje jak Związek Sadowników i związki zawodowe. Korzyści ze współpracy to wspólna sprzedaż, przechowalnictwo owoców, szkolenia, wymiana doświadczeń, kursy, ochrona branży sadowniczej. Jednak, warto zwrócić uwagę, że zwykle były to pojedyncze odpowiedzi. W trzech przypadkach stwierdzono brak jakichkolwiek korzyści ze współpracy. Do innych jednostek, z którymi współpracowały gospodarstwa sadownicze należały władze gminne, Agrojanówek, firmy doradcze, Agrosimex. Spośród 229 gospodarstw sadowniczych 16, czyli 7% wskazało na współpracę z wyżej wymienionymi jednostkami. Do korzyści ze współpracy zaliczano sortowanie owoców, szkolenia, przechowalnictwo, doradztwo, zakup oprysków, informacje dotyczące środków ochrony roślin.

Podsumowanie

Czynnikami determinującymi konkurencyjność regionów jest, poza infrastrukturą, czynnikami przyrodniczymi, skłonnością przedsiębiorców (sadowników) do wprowadzania innowacji, także współpraca między podmiotami gospodarczymi tej samej branży oraz współpracy z jednostkami naukowymi i organizacjami branżowymi. Autorka pracy postawiła tezę, iż właściciele gospodarstw sadowniczych w regionie Grójca i Warki mogą być liderami dla innych podmiotów gospodarczych oraz lokalnej społeczności ze względu na fakt, że ten rodzaj podmiotów dominuje na badanym obszarze i charakteryzuje się najwyższym stopniem koncentracji produkcji owoców na skalę światową. Wydawałoby się zatem, że sadownicy mogą stanowić wzór dla pozostałych podmiotów w regionie. Przeprowadzone badania nie potwierdziły tej tezy. Aktywność sadowników, zarówno pod względem działań innowacyjnych, jak i współpracy z innymi producentami owoców i dążenia do pozyskania wiedzy, była raczej słaba.

Innowacje w zakresie technologii produkcji owoców podejmowane były w zaledwie co trzecim gospodarstwie sadowniczym i dokonywane były głównie w sadach o areale powyżej 4 ha. Najczęściej dokonywano ich w obrębie innowacji cenowych (43%), natomiast zdecydowanie najrzadziej w zakresie dystrybucji i promocji. Intensywność współpracy z innymi sadownikami lub innymi podmiotami zajmującymi się owocami była mierna. Co trzeci sadownik deklaruował współpracę z innymi sadownikami, a tylko co czwarty sadownik współpracował z innymi podmiotami. Kooperacja ta polegała przede wszystkim na wspólnych szkoleniach, wspólnym zakupie środków roślin (celem obniżenia kosztów ich zakupu) i na wymianie informacji o produkcji nowych odmian owoców. Można ocenić, że prawie nie występowała współpraca właścicieli gospodarstw sadowniczych z instytucjami. Tylko 8,7% gospodarstw sadowniczych nawiązało jakiegokolwiek relacje z Instytutem Sadownictwa w Skierniewicach, a 3,5% z uczelniami wyższymi, w tym SGGW. Głównym bodźcem budowania relacji była potrzeba pogłębienia wiedzy z zakresu sadownictwa, co świadczy o aktywności tych sadowników i potrzebie pozyskiwania nowych informacji w celu poprawy efektywności sadu. Znacznie więcej sadowników (prawie 26%) nawiązywało relacje z ośrodkami doradztwa rolniczego. W tym przypadku również najczęściej wymienianymi korzyściami ze współpracy była możliwość pozyskania informacji o sposobach prowadzenia sadu.

Powyższe wyniki mogą stanowić cenne źródło wiedzy o właścicielach gospodarstw sadowniczych jako potencjalnych akceleratorów rozwoju konkurencyjności regionu Grójca i Warki. Zapewniając im możliwość rozwoju, chociażby przez organizowanie kursów czy szkoleń, można wpłynąć na pobudzenie aktywności zarówno w zakresie innowacyjności jak i inicjatyw współpracy pomiędzy poszczególnymi podmiotami.

Literatura

- Domański R. [2002]: Gospodarka przestrzenna. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Gąsior-Niemiec A [2006]: Regionalność jako habitur. Instytucjonalne uwarunkowania podmiotowości na poziomie regionalnym. [W:] Oblicza lokalności. Tradycja i współczesność. J. Kurczewska (red.). Wyd. IFiS PAN, Warszawa.
- Grosse T.G. [2002]: Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego. *Studia Regionalne i Lokalne* nr 1 (8).

- Jałowiecki B., Szczepański M.S. [2002]: Rozwój lokalny i regionalny w perspektywie socjologicznej. Wyższa Szkoła Zarządzania i Nauk Społecznych, Tychy.
- Mańkowski T. [2009]: Strategia rozwoju jako element budowania przewagi konkurencyjnej regionów. [W:] Strategie rozwoju turystyki w regionie. B. Meyer i D. Milewski (red.). Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Szlachta J. [1996]: Główne problemy polityki rozwoju regionalnego. Polski na przełomie XX i XXI wieku. [W:] Strategiczne wyzwania dla polityki rozwoju regionalnego Polski. Friedrich-Ebert-Stiftung, Warszawa.
- Winiarski B. [1999]: Konkurencyjność. Kryterium wyboru czy kierunek strategii i cel pośredni polityki regionalnej. [W:] Konkurencyjność regionów. M. Klamut (red.). Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław.