

Streszczenia

Kamila Musiał, Wiesław Musiał. 2016. Konkurencja w Naturze a natura konkurencyjności w gospodarce – wybrane przykłady analogii w świecie zwierząt i ekonomii. *Roczniki Naukowe Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich*, 103, 3, 22–31.

Obserwacja i ocena postaw ludzkich kreujących funkcjonowanie sfery ekonomii, w tym tworzenia i upadku firm, strategii współzawodnictwa i walki o byt, możliwa jest również poprzez pryzmat dobrze znanych i opisanych zachowań dostrzeganych w przyrodzie. Dzięki wykorzystaniu wiedzy z zakresu biologii, chemii czy fizyki możliwe jest również lepsze rozpoznanie procesów zachodzących w gospodarce. W prowadzonych rozważaniach na temat istoty konkurencji i konkurencyjności wykorzystano m.in.: teorie konkurencji o niszę ekologiczną/zasoby, zasadę konkurencyjnego wypierania, wybrane elementy teorii doboru naturalnego oraz tzw. hipotezę Czerwonej Królowej. Podjęto próbę porównania ze sobą konkurencji w świecie zwierząt z konkurencyjnością w gospodarce. Natężenie konkurencji, przyjmowane strategie pozostają w ścisłym związku z cyklami życia poszczególnych firm, rynków czy produktów. Zwrócenie uwagi na możliwość wykorzystania metody analogii do opisu procesów gospodarczych uważa należy nie tylko za trafne, lecz także bardzo ciekawe, pomimo braku pełnej analogii „substratów”. Zarówno bowiem w przyrodzie, jak i w gospodarce występują ograniczone zasoby, o które trwa rywalizacja. Stawką jest natomiast przetrwanie, byt rzeczywisty lub byt ekonomiczny. Jak podkreślają Autorzy: „(...) w ekologii zwierząt i w ekologii firm najważniejsze jest bezwzględne dążenie do dostosowania się do panujących warunków środowiska, które ustawicznie podlegają zmianom”. Prowadzone rozważania, pomimo iż nie dotyczą bezpośrednio drobnych gospodarstw rolnych, mogą stanowić ciekawy materiał do przemyśleń na temat przyszłości tej grupy podmiotów gospodarczych. (TW)

Anna Sieczko, Leszek Sieczko, Anna J. Parzonko. 2016. Regionalne zróżnicowanie sprzedaży bezpośredniej produktów pochodzenia zwierzęcego w Polsce. *Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich*, 103, 4, 69–77.

Sprzedaż bezpośrednia jest niewątpliwie najstarszą i najtańszą formą obrotu towarowego, bardzo często jest również wskazywana jako dobre rozwiązanie dla drobnych gospodarstw rolnych. W opracowaniu przedstawiono regionalne zróżnicowanie skali

i zakresu sprzedaży bezpośredniej w Polsce. Jak wskazują dane Głównego Inspektora Weterynarii, w 2016 r. najwięcej podmiotów prowadzących sprzedaż bezpośrednią zarejestrowanych było w województwach wielkopolskim (1848) i dolnośląskim (1137), na trzecim miejscu uplasowało się województwo śląskie (722). Wśród województw o bardzo małej liczbie gospodarstw rolnych wykorzystujących bezpośrednie kanały zbytu znalazły się podkarpackie (245) i świętokrzyskie (151). Na siódmej pozycji uplasowało się województwo małopolskie, w którym sprzedaż bezpośrednią prowadziły 453 gospodarstwa, z czego aż 378 wprowadzało na rynek nieprzetworzone produkty pszczele. Przedstawione powyżej liczby wskazują na bardzo małą popularność rejestrowanej sprzedaży bezpośredniej produktów rolnych w województwach o rozdrobnionej strukturze agrarnej. Jak wykazali Autorzy, bezpośrednie kanały sprzedaży produktów pochodzenia zwierzęcego najczęściej stosowane były przez gospodarstwa zlokalizowane wokół dużych miast oraz w powiatach o dużych walorach turystycznych. (TW)

Do bieżącego numeru recenzje przygotował Tomasz Wojewodzik (TW).