

materiały z badań

JAKUB JASIŃSKI¹
SYLWIA MICHALSKA
RUTA ŚPIEWAK

RYNKI ZAKORZENIONE – KONCEPCJA URUCHOMIENIA MECHANIZMÓW LOKALNEGO ROZWOJU

Streszczenie: W artykule przedstawiono koncepcję *rynków zakorzenionych*, która jest opisem mechanizmu stymulowania rozwoju lokalnych społeczności, nowym sposobem patrzenia na możliwość rozwoju terenów wiejskich na podstawie występujących tam zasobów endogennych. Koncepcja ta, jak pokazują autorzy, wyrasta z obecnej debaty dotyczącej modelu rozwoju wiejskiego, w szczególności takich kwestii, jak: wielofunkcyjność, rozwój neo-endogenny, współzrządzenie. Autorzy starają się pokazać, gdzie, w jakich warunkach i na podstawie jakich zasobów koncepcja ta może przyczynić się do „uruchomienia” rozwoju wiejskiego w wybranych społecznościach w Polsce.

Słowa kluczowe: rynki zakorzenione, wspólne zasoby dóbr, zasoby endogenne, wielofunkcyjny rozwój wsi, współzrządzenie, produkty regionalne i lokalne

WPROWADZENIE

Celem artykułu jest prezentacja – zyskującej popularność wśród europejskich socjologów wsi [Polman, Poppe, van der Schans, van der Ploeg 2010; van der Ploeg, Jingzhong, Schneider 2012] – koncepcji *nested market*, będącej opisem mechanizmu stymulowania rozwoju lokalnych społeczności, nowym sposobem patrzenia na możliwość rozwoju terenów wiejskich w oparciu o występujące tam zasoby. W pierwszej części tekstu zostaną wyjaśnione założenia rozwoju *nested market* i zyski, jakie może dzięki jego obecności osiągać lokalna społeczność. Odniesienie do dominujących teorii rozwoju wsi, aby ukazać, jak proponowana koncepcja ma się do współczesnego

¹ Autorzy są pracownikami naukowymi Instytutu Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk (e-mail: Jakub Jasiński, kuba.jasinski@gazeta.pl, Sylwia Michalska, sibia@wp.pl, Ruta Śpiewak, ruta.spiewak@irwirpan.waw.pl).

dyskursu o rozwoju wiejskim będzie treścią następnej części. Kolejno podjęte będą rozważania: czy, oraz przy spełnieniu jakich warunków, podejście do rozwoju terenów wiejskich oparte na rynku zakorzenionym mogłoby stać się odpowiedzią na bolączki i problemy współczesnych mieszkańców polskiej wsi.

1. RYNKI ZAKORZENIONE

1.1. Wyjaśnienie terminów

Wprowadzenie koncepcji rynku zakorzenionego wymaga na samym początku pewnych wyjaśnień terminologicznych. Wydaje się, że aby mogła stać się ona narzędziem wspomagającym możliwości rozwoju obszarów wiejskich w Polsce wymaga starannego przełożenia na język polski oraz dostosowania do tutejszych uwarunkowań. Termin *nested market* został niedawno zaproponowany przez europejskich socjologów wsi [m.in. van der Ploeg 2010]. W artykule zdecydowano się zaproponować tłumaczenie *nested market* jako *rynek zakorzeniony*, ponieważ wydaje się, że termin ten lepiej, niż dosłowne tłumaczenie *rynek zagnieżdżony* ilustruje istotę jego działania. Co bowiem tworzy i decyduje o pojawieniu się rynku zakorzenionego?

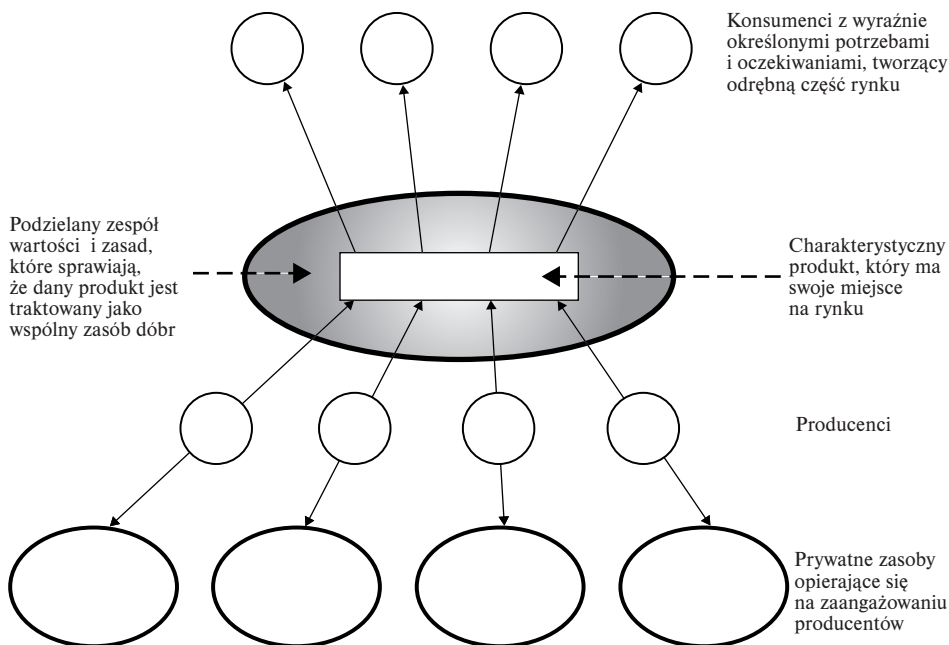
Przede wszystkim, aby rynek zakorzeniony mógł zacząć się rozwijać na określonym, ściśle zdefiniowanym terenie musi występować pewien szczególny rodzaj czynnika (produktu, umiejętności mieszkańców, krajobrazu, aktywności), którego szczególne wyróżnienie, nadanie mu wartości może stać się podstawą rozwoju tego obszaru i dalszych działań lokalnych „aktorów”. W wyniku procesu nadania wybranemu czynnikowi wysokiej wartości (co może być wynikiem naturalnych, ale także stymulowanych zewnętrznie procesów), staje się on wyjątkowym rodzajem zasobu, przypisanym ściśle do terenu, na którym występuje. Ważne jest, aby przekonanie o wysokiej wartości zasobu podzielali zarówno mieszkańcy terenu, na którym on występuje, jak i osoby z zewnątrz, co można uzyskać poprzez odpowiednie działania marketingowe i promocję. Tak doceniony i wyróżniony zasób może stać się podstawą rozwoju obszaru, na którym jest on dostępny, przyczyną nawiązywania współpracy wśród lokalnych producentów i wytwórców, ale także z osobami i instytucjami spoza obszaru (na przykład przy promocji, dystrybucji, reklamie, jego wykorzystaniu i użyciu). Poprzez ten proces obszar i jego mieszkańcy zyskują możliwość zwiększania i uzupełniania swoich dochodów, a także poprawiają jakość swojego życia w wyniku nawiązywania i budowania relacji, zwiększeniu poczucia bezpieczeństwa oraz rozwojowi współpracy opartej na wspólnych wartościach.

Występujące w nazwie zakorzenienie produktu w rynku odnosi się do związku z regionem i silnego oparcia na zasobach wewnętrznych, w tym lokalnej wiedzy, doświadczeniu, umiejętnościach mieszkańców, miejscowych tradycjach. Jednocześnie pozwala też na rozprzestrzenianie się produktów, towarów, usług identyfikowanych z miejscem powstania poza obszar produkcji czy wytwarzania – tak, jak dobrze zakorzeniona i rosnąca roślina zajmuje więcej miejsca niż jej korzenie. W tej koncepcji kluczowe jest znaczenie, jakie w wyniku świadomej decyzji społeczności nadajemy posiadanym zasobom; jest to szczególny, celowy sposób patrzenia na nie i zarządzania nimi.

Można uznać, że ideą przewodnią omawianej koncepcji jest wykorzystanie posiadanych zasobów o ściśle lokalnym, endogennym charakterze, by opierało się na współpracy i współdziałaniu mieszkańców, oferujących swoje produkty i usługi na szerokim, a nie tylko lokalnym, rynku. Wówczas bowiem wartość dodana (zarówno ekonomiczna, jak i pozaekonomiczna) z działalności mieszkańców w możliwie dużym stopniu pozostanie na danym obszarze i będzie służyła rozwojowi lokalnemu. Trzeba zaznaczyć, że tego typu rynki nie są nowym zjawiskiem – w proponowanej koncepcji nowe jest znaczenie, jakie im się przypisuje. Mają być odpowiedzią na dominację rynków globalnych, które najczęściej zarządzane są przez wielkie, często ponadnarodowe firmy, minimalizujące koszty poprzez ujednolicanie produkcji, obniżanie jakości, przy założeniu, iż konsumenci cenią przede wszystkim niską cenę, a nie jakość i zróżnicowanie produktów.

1.2. Logika działania rynków zakorzenionych

Zasoby i dobra wykorzystywane przy tworzeniu rynku zakorzenionego są na ogół mocno związane ze specyfiką regionu, są czymś wyjątkowym i właśnie za sprawą tej pozytywnej odmienności tworzą się możliwości dla aktywności i działań mieszkańców. Dostrzeżenie wyjątkowości i nadanie wartości temu co rzadkie, specyficzne i lokalne jest odejściem od paradygmatu rozwoju, zakładającego masowość, jednolitość produkcji i unowocześnianie, modernizowanie produktów. Tu wartością jest lokalność, jakość, unikatowość, ceniona także poza obszarem występowania i dzięki rynkom zakorzenionym dostępna na większą skalę, często także poza miejscem produkcji.

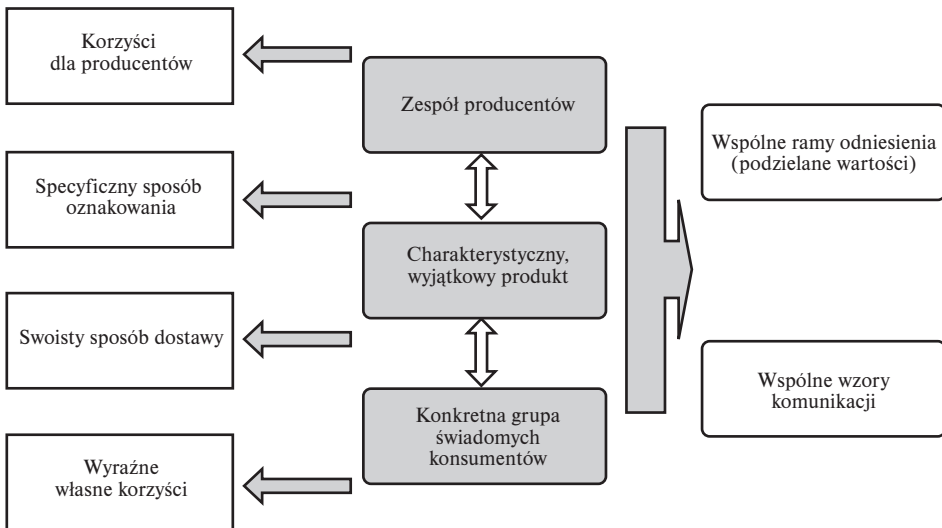


RYSUNEK 1. Znaczenie wspólnego zasobu dóbr dla tworzenia się rynków zakorzenionych
 FIGURE 1. The meaning of Common Public Resource for establishing Nested Market

Źródło: [Pollman, Poppe i in. 2010, s. 11].

Jak tłumaczą Nico Polmann i Krijn Poppe [2010], produkt – prostokąt na rysunku 1 – jest zasobem, bowiem zapewnia dodatkowe korzyści, takie jak: wyższa cena, lepszy marketing, dostęp do wybranej grupy konsumentów. Jest wspólnym zasobem, gdyż nie jest zupełnie prywatny i uwzględnia zarówno tych, którzy go tworzą, jak i korzystających z niego. Jest również łatwo dostępny dla nowych potencjalnych producentów i konsumentów. Można mówić, że jest to wspólny zasób, bowiem zapewnia i tworzy wspólne korzyści. Tym, co także konstytuuje wspólny zasób dóbr są wspólnie podzielane i stosowane zasady zarządzania tym zasobem oraz marketingu i komunikacji.

W proponowanej tu koncepcji istotne jest, że zmiany, jakie powoduje podejście „zakorzenione”, mają dotyczyć nie wybranego sektora produkcji, ale całego obszaru, na jakim występuje dany zasób. Autorzy nowej ekonomii instytucjonalnej, w ślad za Teodorem Shaninem [Shanin 1973] uważają, że rynek jest określonym miejscem, gdzie dochodzi do transakcji pomiędzy dostawcami dóbr a odbiorcami. Producenci i odbiorcy są ze sobą połączeni swoistą siecią – transakcje, które między nimi zachodzą, są zakorzenione w określonym otoczeniu społeczno-przestrzennym i przynoszą obu stronom wymierne korzyści. Sieć, która jest strukturą takiego rynku, nie jest hierarchiczna, nie ma jednego ośrodka kontroli, ani nie jest zdominowana przez pojedyncze, silne podmioty (np. jednego lokalnego inwestora), które miałyby nieproporcjonalny wpływ na funkcjonowanie rynku. Sieć ta może powstać i funkcjonować tylko wtedy, gdy producentów i konsumentów czy też odbiorców tych dóbr i usług łączą pewne podzielane wspólnie wartości i zasady. Konkretnie miejsce i charakterystyczna dla danego obszaru sieć połączeń pomiędzy działającymi na danym rynku „aktorami” i instytucjami – wytworzona na bazie endogenicznych zasobów (wspólnego zasobu dóbr) – tworzą razem rynki zakorzenione.



RYSUNEK 2. Logika działania rynku zakorzenionego

FIGURE 2. The logic of nested market actions

Źródło: [Oostindie, van der Ploeg i in. 2010]

Przedstawiony powyżej schemat pokazuje, że rynek zakorzeniony, zachowując swoją wyjątkowość, jest częścią większego rynku. Specyficzny produkt, wokół którego się ów rynek tworzy, choć może wydawać się podobny do pewnych istniejących produktów dostępnych na szerokim rynku, odróżnia się na ich tle dzięki swym cechom, takim jak: wyjątkowa jakość, lokalny sposób produkcji, a czasem nawet miejsce z którego pochodzi. Jest to szczególnie rodzaj produktu, który może stać się wspólnym zasobem dóbr dla osób zamieszkujących pewien obszar. Zasobem, z którego mogą, ale nie zawsze korzystają. Dobrym przykładem są tutaj produkty regionalne (patrz także podrozdziały 3 i 4 niniejszego tekstu), w szczególności te, których wyjątkowa jakość uznana została zarówno na szczeblu krajowym, jak i unijnym. Wyróżnikiem tych produktów – bez względu na to, czy ich nazwa została zarejestrowana jako chroniona nazwa pochodzenia czy też chronione oznaczenie geograficzne – jest to, aby ich *jakość lub cechy charakterystyczne były w istotnej lub wyłącznej mierze zasługą szczególnego środowiska geograficznego, na które składają się czynniki naturalne i ludzkie*².

Przedstawiony schemat funkcjonowania rynków zakorzenionych pokazuje też, iż niezbędne są relacje między zespołem producentów, charakterystycznym, wyjątkowym produktem oraz konkretną, świadomą grupą konsumentów. Producenci angażują w wytworzenie produktu swoje prywatne zasoby (materialne i niematerialne, np. wiedzę, kontakty, doświadczenie). Aby jednak mówić o istnieniu rynku zakorzenionego konieczne jest dodatkowo, aby wszystkie osoby i instytucje zaangażowane w interakcje podzielały przekonanie, że produkt ten jest wyjątkowy, wart tego, by wybrać go spośród innych – ta wspólnota przekonania nadaje wytwarzanemu produktowi szczególną wartość i jednocześnie staje się głównym spoiwem rynku zakorzenionego na różnych płaszczynach (miejscowo, we wspólnym zasobie dóbr i we wspólnych przekonaniach).

Bywa i tak, że rynki zakorzenione tworzą się w odpowiedzi na realny, często specyficzny popyt, pozostając oczywiście w relacji do możliwości podażowych. Popyt ten wytworzony jest w odniesieniu do występujących na danym terenie specyficznych zasobów. Za sprawą rynku zakorzenionego powstaje swoisty gospodarczo-społeczny system wzajemnych zależności, który poprzez odpowiednie (sformalizowane lub niesformalizowane) „zarządzanie” tym zasobem (czy tymi zasobami) w maksymalny sposób pozwala zachować zyski i korzyści z nich płynące na danym obszarze i z pożytkiem dla lokalnej społeczności oraz dla lokalnego rozwoju (por. podrozdziały 4 i 5 tego tekstu).

Należy podkreślić, że rynki te są tworzone na danym obszarze, w określonym społecznym i gospodarczym kontekście oraz zawsze są zakorzenione w konkretnym otoczeniu instytucjonalnym. W ich kształtowaniu często niebagatelne znaczenie mają samorządy terytorialne. Mogą być to też różne organizacje, na przykład lokalne grupy działania, miejscowe izby gospodarcze, zrzeszenia rolnicze, spółdzielnie czy nawet parafie. Bardzo istotne są zatem sieci powiązań, interakcji i zależności, na których rynki zakorzenione się opierają: pomiędzy konsumentami a producentami, pomiędzy

² Patrz art. 5 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1151/2012 z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej L 343/1 z 14 grudnia 2012 r.

producentami a dostawcami i odbiorcami, wreszcie pomiędzy samymi producentami. Ważną rolę odgrywają też powiązania między metodami i kanałami dystrybucji oraz sprzedaży, pomiędzy lokalnymi zasobami i produktami, pomiędzy rynkiem zakorzenionym a rynkiem globalnym.

Wspólne zasoby dóbr oraz rynki zakorzenione wiążą się z istnieniem organizacji zrzeszających (ang. *boundary organisation*). Zdaniem twórców koncepcji *nested market* istnienie organizacji, na której *de facto* spoczywa obowiązek zarządzania lokalnymi zasobami, jest warunkiem koniecznym (choć niewystarczającym) do stworzenia rynku zakorzenionego. Rodzaj, typ i działalność tych instytucji zależy od specyfiki produktów, od tego, kim są producenci oraz nabywcy, a także niekiedy od sposobu dostarczania, sprzedaży i dostępności danego wyrobu lub usługi. Choć, jak wcześniej pokazano, rynki zakorzenione powstają na fundamencie wspólnych, podzielanych wartości i lokalnych zasobów oraz opierają się na swoistej naturalności i spontaniczności działania, to jednak dla ich właściwego i stabilnego rozwoju konieczna jest właśnie instytucja (organizacja, struktura), dzięki której ów szczególnie zasób, a przede wszystkim powstający na jego bazie produkt sprosta rynkowym wyzwaniom i zostanie w najefektywniejszy sposób wykorzystany. W tworzeniu, a potem w rozwoju rynków zakorzenionych nacisk kładziony jest także na relacje i współdziałanie podmiotów tworzących te organizacje.

Tworzenie rynków zakorzenionych jest korzystne także dlatego, że poprzez budowanie rozpoznawalnej, wspólnej marki produktu, ograniczenie indywidualnych kosztów promocji i dystrybucji ogranicza się koszty transakcyjne, zwiększając tym samym przychody i zyski lokalnych producentów. Dzięki nim również konsumenci oszczędzają czas poświęcany na poszukiwanie dobrej jakości, często wyjątkowych, produktów czy usług i zmniejszają ryzyko związane z natrafieniem na te o złej jakości. Jednakże takie zyski z istnienia rynków zakorzenionych pojawiają się po pewnym czasie, gdy istnieją one już wystarczająco długo w szerszej przestrzeni rynkowej i mają wyrobioną pozycję zarówno wśród mieszkańców, jak i klientów spoza regionu. Zdobyte tej ostatniej wiąże się zaś zawsze ze zwiększonymi nakładami pracy, zazwyczaj także z większym zaangażowaniem kapitału. Jest to jednak inwestycja, która w perspektywie długoterminowej jest bardzo korzystna. Przykłady również spoza Europy, podawane przez badaczy [np. van der Ploeg 2012]), istniejących rynków zakorzenionych dowodzą bowiem trwałości i niezmienności dochodów producentów uczestniczących w takich rynkach. Rosnące dochody poszczególnych uczestników przekładają się na poziom rozwoju (m.in. dzięki inwestycjom, zwiększającemu się poziomowi konsumpcji, wzrostowi zatrudnienia) całych lokalnych społeczności.

1.3. Powiązania koncepcji rynków zakorzenionych ze współczesnym dyskursem o rozwoju wiejskim

Stworzenie koncepcji rynków zakorzenionych odwołujących się do wykorzystania lokalnych zasobów w celu rozwoju danego obszaru zarówno w wymiarze gospodarczym, jak i społecznym, jest efektem zmian w myśleniu o funkcjach i celach rozwoju wiejskiego. Zmian zachodzących zarówno na poziomie idei, planowania, modeli rozwoju, jak i na poziomie instytucjonalnym i politycznym. Obecnie tą za-

sadniczą koncepcją jest idea zrównoważonego rozwoju. Główne jej założenia tak opisują Tomasz Adamski i Krzysztof Gorlach: *zasadniczy postulat kryjący się w pojęciu rozwoju zrównoważonego wskazuje zatem na konieczność przyjęcia takiej strategii przeobrażeń, która nie niszczy zlokalizowanych na określonym obszarze naturalnych, ekonomicznych i społecznych zasobów, umożliwiając tym samym kontynuowanie rozwoju w przyszłości* [Adamski, Gorlach 2007, s. 142]. Jak zauważa Terry Marsden [2009], najważniejszym założeniem modelu zrównoważonego rozwoju jest proces odbudowy lokalnych zasobów, równoczesny z rozbudową powiązań z szerszą, ponadlokalną, a nawet ponadnarodową gospodarką. Koncepcja rynków zakorzenionych jest właśnie takim sposobem patrzenia na lokalne zasoby. Owo dobro, wokół którego tworzy się rynek zakorzeniony, musi być dostrzeżone i docenione przez lokalną społeczność, co najczęściej wiąże się z rozwojem, odtworzeniem jakiegoś wcześniej istniejącego dobra, odnalezieniem starych umiejętności, wiedzy, zasobów kulturowych. Nie będzie można go w pełni wykorzystać i czerpać zysku z owego zasobu, o ile rozporządzający nim nie zbudują trwałych, profesjonalnych i ponadlokalnych powiązań. Równocześnie sposób korzystania z tego dobra lub sposób tworzenia go musi uwzględniać możliwość eksploataowania go także w przyszłości.

Jednym z mechanizmów, który jest odpowiedzialny za rozwój zrównoważony, jest neo-endogeny mechanizm rozwojowy. Zakłada się, że obok powszechnej partycypacji aktorów lokalnych, w tym i ich wiedzy, konieczne jest zaangażowanie aktorów ponadlokalnych, takich jak władze regionalne, działające na szerszą skalę organizacje pozarządowe czy nawet rząd centralny. Zaangażowanie, współpraca na różnych szczeblach i odmiennych typów aktorów wiąże się ze zmianą relacji i sposobów dystrybuowania władzy i odpowiedzialności poprzez przejście od rządzenia do współrządzenia. Współrządzenie ma tworzyć poczucie wspólnoty, zwiększać społeczną odpowiedzialność i pomagać w rozwiązywaniu lokalnych problemów. Działanie i rozwój lokalnych instytucji opiera się na samorządności podmiotów wchodzących w jego skład. W opinii Christophera Raya [1996] przymiotnik „endogeny” oznacza wręcz to samo co „uczestniczący”. Ze względu na swoją specyfikę rynki zakorzenione postrzegane są jako pewna forma współrządzenia (*governance*). Żeby rynek zakorzeniony mógł się rozwijać, organizacja zrzeszająca wraz ze swoimi członkami musi kooperować z innymi instytucjami, także publicznymi. Współpraca ta, szczególnie w przypadku instytucji publicznych, nie powinna polegać na relacjach petent – urząd, powinna natomiast być dialogiem pełnoprawnych partnerów, bowiem dopiero to może doprowadzić do rozwiązywania lokalnych problemów i przynieść oczekiwaną, pożądaną zmianę.

Gorlach i Adamski dodają, że do owej współpracy konieczne jest dostrzeżenie perspektyw poszczególnych aktorów biorących udział w mechanizmie rozwoju neo-endogenego, a więc docenienie różnych rodzajów wiedzy. Każdy z podmiotów biorących udział w tym mechanizmie reprezentuje jeden z trzech typów wiedzy: naukowej, menedżerskiej oraz lokalnej. W modelu zrównoważonym dopiero współistnienie tych trzech typów wiedzy może doprowadzić do stworzenia efektywnej strategii rozwojowej. Zasób, który jest podstawą do tworzenia rynku zakorzenionego, nie może być trwałym źródłem rozwoju, o ile nie zostanie on w sposób profesjo-

nalny rozwinięty i wypromowany na rynku lokalnym, jak i ponadlokalnym. Aby to było możliwe, konieczne jest spotkanie się tych trzech typów wiedzy. Wiedza naukowa pomoże dostrzec ów zasób funkcjonujący gdzieś na poziomie wiedzy lokalnej. Natomiast możliwości korzystania z tego w sposób rynkowy wymagają wiedzy menedżerskiej, eksperckiej.

Ważny jest również sposób, w jaki wykorzystywane są posiadane zasoby, co zostało opisane między innymi w podejściu *l'économie de proximité* zakładającym, iż istotny jest zarówno rodzaj, jak i trajektoria wykorzystania posiadanych dóbr. Wskazuje się tu następujące ich kategorie: 1) specyfika (zasoby specyficzne, unikatowe dla danego obszaru są wykorzystywane w związku z lokalną tradycją, specyfiką), 2) ogólność (zasoby powszechne, typowe dla wielu lokalizacji są wykorzystywane w sposób standardowy, niezwiązany z lokalną specyfiką), 3) ogólność z rysami specyficznymi (zasoby powszechne, typowe dla wielu miejsc są wykorzystywane w sposób unikatowy, związany z lokalną specyfiką), 4) banalizacja (zasoby specyficzne dla danego miejsca są wykorzystywane w sposób typowy, standardowy). Według tej koncepcji zasoby lokalne (endogenne) można analizować pod kątem (I) powszechności lub rzadkości ich występowania – tu możemy wyróżnić zasoby często występujące, niespecyficzne, uniwersalne oraz zasoby rzadkie, specyficzne dla danego terytorium (obszaru). Przyjmując za kryterium (II) rodowód zasobów, można wyróżnić zasoby: istniejące, zastane oraz wytworzone w procesie specyficznego rozwoju danej społeczności, zbiorowości terytorialnej. Ze względu na (III) zdolność mobilności zasobów możemy wyróżnić zasoby, które można transferować oraz takie, które ze względu na ich wpisanie w lokalne terytorium mają ograniczoną możliwość transferu (na przykład pejzaż wynikający ze szczególnego położenia, roślina występująca tylko w danym klimacie, jaskinia, stanowiąca lokalną atrakcję turystyczną) [Michalska, Zajda 2011].

Mechanizmem rozwojowym, służącym realizacji zasad zrównoważonego rozwoju jest wielofunkcyjność. Jak każde z tych kluczowych pojęć w debacie o wiejskiej zmianie, wielofunkcyjność jest różnie rozumiana. Marek Kłodziński definiuje wielofunkcyjność jako *umiejętne wkomponowanie w wiejską przestrzeń coraz więcej nowych funkcji pozarolniczych, co przyczynia się do zróżnicowania wiejskiej ekonomii i jest odejściem od monofunkcyjnego rozwoju* [Kłodziński 2012, s. 43]. Rozwój wielofunkcyjny wsi, służący żywieniu gospodarczemu (zarówno okołorolniczemu, jak i niezwiązanemu bezpośrednio z produkcją rolną) jest jednym z najważniejszych, jeżeli nie najważniejszym celem działań podejmowanych na obszarach wiejskich oraz na ich rzecz. Efektem mądrze realizowanych zasad wielofunkcyjnego rozwoju wiejskiego ma być utrzymanie, a często pobudzenie aktywności społeczności wiejskich i podniesienie jakości życia na tych obszarach w celu osiągnięcia zasad zrównoważonego rozwoju. Dzięki urzeczywistnianiu zasad wielofunkcyjności, gospodarka wiejska – głównie za sprawą silnych rynków lokalnych – staje się również odporniejsza na wahania na rynku wewnętrznym i zewnętrznym, na co zwraca uwagę m.in. Adam Czarnecki [2009]. Warto zauważyć, że nie chodzi o to, aby rozwój wsi dokonywał się wyłącznie poza rolnictwem. Rolnictwo pozostaje istotnym czynnikiem determinującym rozwój obszarów wiejskich, jednakże jego rola, funkcja i miejsce w zmieniającym się modelu (rozwoju wiejskiego) ulegają zasadniczej

zmianie. Koncepcją, która ma opisać proces odchodzenia od rolnictwa monofunkcyjnego, zakładanego w modelu modernizacyjnym, i przechodzenia do pełnienia zróżnicowanych funkcji, jest koncepcja wielofunkcyjnego rozwoju rolnictwa. Rolnictwo służy nie tylko produkcji żywności i surowców na rynek, jak to postrzegano przez cały okres rozwoju industrialnego, ale też pełni i powinno pełnić inne, zarówno rynkowe, jak i pozarynkowe funkcje. Dostarcza ono dwa rodzaje dóbr: produkcyjne i pozaprodukcyjne, one zaś są nierozdzielne (*jointness*). Wśród funkcji pozaprodukcyjnych rolnicy wytwarzają dobra publiczne (np. dbanie o wartości środowiskowe, zarządzanie krajobrazem) i prywatne (np. agroturystyka), zarówno rynkowe, jak i pozarynkowe. Ta podstawowa zasada (swoista dychotomia) wielofunkcyjności rolnictwa, w części przekłada się na wielofunkcyjność rozwoju wiejskiego.

Wśród osób zajmujących się problematyką dóbr prywatnych i publicznych, pojawiają się opinie, że prosty podział na „czyste” dobra publiczne i „czyste” dobra prywatne jest już niewystarczający lub niewystarczająco wyrazisty [por. Polman, Poppe, i in. 2010]. W literaturze przedmiotu możemy więc znaleźć m.in. następującą (patrz tab. 1) klasyfikację dóbr.

TABELA 1. Klasyfikacja dóbr publicznych i prywatnych

TABLE 1. Classification of public and private goods

	Dobra i usługi nierywalizacyjne (niepodzielne)	Dobra i usługi rywalizacyjne (podzielne)
Niemożliwość wykluczenia	Czyste dobra publiczne: dziedzictwo kulturowe, bioróżnorodność, środowisko naturalne, otwarta przestrzeń	Wspólny zasób dóbr ³ : dzika przyroda, ryby w rzekach, jeziorach i oceanach, lokalne know-how, endogeniczne zasoby
Możliwość wykluczenia	<i>Quasi</i> -dobra publiczne (dobra klubowe): natura, krajobraz	Dobra prywatne: rolnictwo, agroturystyka etc.

Źródło: Za: [Polman, Poppe, i in. 2010, s. 4].

Jak podkreślają Nico Polman i Krijn Poppe [2010], władze wszystkich szczebli wpływają na tworzenie dóbr publicznych. Natomiast w przypadku wspólnego zasobu dóbr oraz *quasi*-dóbr publicznych, tworzenie ich lub zarządzanie nimi jest o tyle możliwe, o ile producenci, rolnicy w jakiś sposób się organizują i współpracują ze sobą (tworząc tzw. *boundary organisations*).

Kategorią opisującą połączenie działań rynkowych z rozwojem lokalnym w oparciu o teorię wielofunkcyjności jest właśnie koncepcja rynku zakorzenionego, a osią go tworzącą jest wspólny zasób specyficznych dóbr. Równocześnie działanie rynków zakorzenionych powinno sprzyjać tworzeniu dóbr rynkowych (skutkując rozwojem gospodarczym i wzbogacaniem się społeczności, które owe rynki tworzą), jak i dóbr pozarynkowych (skutkując zwiększaniem kapitału społecznego poprzez poprawę integracji społecznej i współpracę). Rozwój rynków zakorzenionych, jednoczesne powstawanie dóbr rynkowych i pozarynkowych wiąże się z innym równie ważnym pojęciem w debacie o rozwoju wiejskim – synergią. Dopiero połączenie różnego rodzaju działań zarówno na poziomie gospodarstw rolnych, lokalnych przedsiębiorstw, jak i samorządów lokalnych i ponadlokalnych oraz ich wzajemna

³ Wilkin używa pojęcia: „prywatne” dobra wspólne, które można też łączyć z jeszcze jedną kategorią przez niego proponowaną: „dobra merytoryczne” [Wilkin 2010].

współzależność przyczyniają się do tego, że funkcjonowanie rynków zakorzenionych może doprowadzić do oczekiwanej zmiany.

W debacie o rozwoju wiejskim wspomina się, że istotnym zagadnieniem jest relokalizacja gospodarki. Rynki zakorzenione, waloryzując lokalne zasoby, przyczyniają się do tego, by wartość dodana produktów lokalnych, nawet bezpośrednio niepowiązanych z produkcją rolniczą, pozostawała, na ile to możliwe, na tych obszarach, gdzie powstają. Zwiększa to atrakcyjność tych terenów i tym samym zapobiega ich wyludnianiu oraz generuje rozwój.

Zmianom w koncepcji rozwoju wiejskiego, docenieniu wartości działań endogennych i neo-endogennych towarzyszą zmiany w polityce i tworzenie w odpowiednich narzędzi, które umożliwiają finansowanie takich działań. Pozytywne doświadczenia programu LEADER⁴, którego znaczenie w polityce rozwoju obszarów wiejskich we Wspólnocie systematycznie rośnie, zaowocowało stworzeniem w nowej perspektywie (2014–2020) instrumentu finansowego UE: „Rozwój kierowany przez społeczność lokalną” (ang. *Community Led Local Development*). Głównym jego celem jest prowadzenie przez lokalną społeczność zintegrowanej polityki rozwoju na danym obszarze.

Odwołano się do podstawowych zasad programu LEADER, przy jednoczesnym ich rozwoju i założeniu szczególnego nacisku na angażowanie się społeczności lokalnej w kierowaniu rozwojem swojego obszaru i wykorzystaniu zdecydowanie szerszego instrumentarium niż to miało miejsce wcześniej oraz w odniesieniu także do obszarów niebędących obszarami wiejskimi. Instrument ten w założeniu sprzyjać ma również budowaniu zdolności administracyjnych lokalnych i regionalnych jednostek samorządu terytorialnego poprzez wzmocnianie obywatelskiego współzarządzania partycypacyjnego (ang. *public governance*).

Związki tej koncepcji z dominującym dyskursem rozwoju wiejskiego, jak staraliśmy się pokazać, są bardzo wyraźne. Równocześnie jednak koncepcja ta ma charakter na tyle konkretny, że łatwo nadać jej wymiar aplikacyjny.

2. PROBLEMY TERENÓW WIEJSKICH A KONCEPCJA RYNKÓW ZAKORZENIONYCH

Zasadniczym wyzwaniem stojącym przed polityką rozwoju obszarów wiejskich jest to, jak zwiększyć konkurencyjność rolnictwa nie generując jednocześnie wzrostu (i tak wysokiego) bezrobocia, a równocześnie nie doprowadzając do dalszej depopulacji obszarów wiejskich. Jedną z kluczowych barier w rozwoju wsi jest zatem dostępność – zarówno rolniczych i „okołorolniczych”, jak i pozarolniczych – miejsc

⁴ LEADER to instrument na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, który wdraża nową koncepcję rozwoju wsi i realizowany jest w Europie od 1991 roku. Odwołuje się do wizji zintegrowanego rozwoju wiejskiego opartej na stosunkach między różnymi sektorami i dziedzinami aktywności na wsi. W swoich założeniach ma wesprzeć ludzi we współdziałaniu, które ma przynieść wymierne sukcesy gospodarcze i zbudować silniejsze więzi między mieszkańcami. Podejście LEADER różni się od wcześniejszych metod polityki wiejskiej, gdyż wskazuje w „jaki sposób” działać, a nie „co” należy zrobić. Charakteryzuje je siedem kluczowych cech: terytorialność, oddolność inicjatyw, integralność podejścia, partnerstwo, samodzielne zarządzanie na poziomie lokalnym, innowacyjność, współpraca z innymi LGD.

pracy na obszarach wiejskich, a także w łatwo dostępnych komunikacyjnie ośrodkach miejskich. Bez wystarczającej liczby miejsc pracy⁵ modernizacja rolnictwa nie będzie możliwa, a istotne zwiększenie dochodów ludności wiejskiej stanie się nierealne – z jednej strony, nie wzrośnie dochodowość samego rolnictwa, a z drugiej – dalszy wzrost znaczenia dochodów z pracy poza rolnictwem stanie pod znakiem zapytania. W długim okresie brak wystarczającej liczby miejsc pracy na wsi może prowadzić wręcz do degradacji cywilizacyjnej części obszarów wiejskich.

Pojawia się pytanie, w jaki sposób powstanie rynków zakorzenionych mogłoby przyczynić się do poprawy sytuacji i rozwoju terenów wiejskich w Polsce? Czy w polskich warunkach tego rodzaju koncepcja ma rację bytu i czy rzeczywiście może stać się podstawą oddolnego, opartego na posiadanych zasobach rozwoju? Panuje powszechna zgoda, iż konieczne jest stworzenie i wdrożenie koncepcji opartej na wielofunkcyjności, umożliwiającej rozwój gospodarczo-społeczny terenów wiejskich w Polsce, którego celem jest powstanie takich struktur gospodarczych i społecznych w środowisku lokalnym, jakie dają godziwe dochody mieszkańcom i nie doprowadzą do niekorzystnych zjawisk (jak na przykład depopulacja, marginalizacja społeczna, degradacja środowiska naturalnego, odejście od lokalnych zwyczajów i tradycji) [Stanny 2012]. Oczywiście celu tego nie da się zrealizować za pomocą jednego uniwersalnego scenariusza, gdyż ścieżki rozwoju struktur lokalnych, jak i istniejące tam zasoby są bardzo różne. Dlatego właśnie tak ważne jest, aby rozwój obszarów wiejskich, przynajmniej w znaczącej jego części, był planowany, realizowany, a także wspierany i finansowany na szczeblu lokalnym w powiązaniu z szerszymi rynkami. Wszystkie te założenia odnajdujemy w koncepcji rynków zakorzenionych. Dodatkowo, koncepcja ta wpisuje się w obecnie postulowany standard zintegrowanej polityki spójności, w tym także w koncepcję podejścia terytorialnego [por. Grosse i Hardt 2010]. Przy założeniu dużego zróżnicowania lokalnego⁶ koncepcja takiego rozwoju obejmuje nie tylko dywersyfikację gospodarki wiejskiej (czyli współistnienie na wsi obok rolnictwa wielu innych działalności ekonomicznych), ale i gospodarczą aktywizację społeczności zamieszkującej wieś. Dotyczy to zarówno pobudzania lokalnej przedsiębiorczości, jak i pozyskiwania inwestorów zewnętrznych z poszanowaniem zasobów środowiska naturalnego i kulturowego wsi.

⁵ Kolejnym problemem, jaki pojawia się, kiedy analizujemy rynek pracy na wsi, jest problem nie tylko ilościowy, lecz także jakościowy tworzonych miejsc pracy [por. Kłodziński 2012]. Można jednak założyć, że dzięki rynkom zakorzenionym powstają atrakcyjne miejsca pracy zgodne z kulturą i tradycjami danego obszaru oraz z ukształtowanymi przez długie lata umiejętnościami mieszkańców.

⁶ Zdając sobie sprawę z ogromnego zróżnicowania rozwojowego i cywilizacyjnego na poziomie regionalnym, subregionalnym i lokalnym w Polsce oraz pamiętając o tym, że rozwój społeczno-gospodarczy obszarów wiejskich jest w znacznej mierze uwarunkowany spuścizną materialną oraz układami społecznymi o historycznych korzeniach, celowo w niniejszym artykule nie zostały poruszone problemy zróżnicowania przestrzennego rozwoju społeczno-gospodarczego. Proponowana bowiem w artykule koncepcja rynków zakorzenionych jest koncepcją uniwersalną, bazującą głównie na endogenicznych czynnikach wzrostu i rozwoju oraz możliwą do zastosowania w różnych lokalizacjach o różnym dotychczasowym stopniu rozwoju i różnych doświadczeniach historycznych.

3. ŹRÓDŁA RYNKÓW ZAKORZENIONYCH W POLSCE

Koncepcja rynków zakorzenionych może być traktowana jako swoista forma jednego z trzech typów współczesnej wiejskiej gospodarki opisywanej przez Matteo Mariniego i Patricka Mooneya [2006, s. 96] – *gospodarki przedsiębiorczej*⁷, która opiera się na waloryzacji lokalnych zasobów. Podstawą wyróżnienia tego typu gospodarki jest jej specyficzna logika funkcjonowania, polegająca raczej na wytwarzaniu wysokojakościowych produktów lokalnych, przy wykorzystaniu np. miejscowej wiedzy czy wyjątkowych zasobów, niż przyciąganiu zewnętrznych inwestorów czy kapitałów. Za sprawą rozwoju tego typu produkcji, najczęściej sięgającej do lokalnej tradycji i (paradoksalnie) wypromowanej dzięki zdobyczom globalizacji (sprawny marketing, powszechny internet, masowa turystyka), możliwe staje się konkrowanie jakością, co sprzyja utrzymaniu stosunkowo wielu dobrze płatnych miejsc pracy. Przy takim rozłożeniu prorozwojowych akcentów na znaczeniu traci bowiem główny argument wykorzystywany przy decyzjach o lokalizacji na danym obszarze zewnętrznej inwestycji, a mianowicie niskie koszty pracy. Warto zwrócić uwagę na to, że zdaniem autorów powyższej koncepcji rolnicy i przedsiębiorcy, aby utrzymać wysoką jakość i lokalny charakter wyrobów, pozostają zazwyczaj niewielkimi – co do skali produkcji – wytwórcami. Nie oznacza to jednak, że wytwarzają tylko tzw. produkty niszowe. Odpowiednią skalę zapewnić może stosowna liczba wytwórców oraz to, że podstawą ich działań jest wzajemne zaufanie, współpraca i dobra organizacja (w relacjach horyzontalnych), a nie – jak jest to stosowane w systemach korporacyjnych – hierarchia i zależności (w relacjach wertykalnych). Jak podkreślają Marini i Mooney, ten typ gospodarki, podobnie jak rynek zakorzeniony, polega na specyficznym połączeniu lokalnej wiejskiej gospodarki ze zglobalizowanym rynkiem.

Patrząc na funkcjonującą w Polsce od blisko już dziesięciu lat Listę Produktów Tradycyjnych prowadzoną przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi we współpracy z marszałkami województw można pokusić się o stwierdzenie, że w naszym kraju nie brakuje obszarów, na których wytwarza się wysokojakościowe produkty wywodzące się z lokalnych umiejętności czy tradycji, wytwarzane z niepowtarzalnych surowców i dzięki wyjątkowości miejsc, z których pochodzą. Na liście tej znajduje się już ponad 1299 produktów⁸, których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji. Jednocześnie, zgodnie z ustawową definicją⁹, wyroby te mają potwierdzać dziedzictwo kulturowe regionu, w którym są wytwarzane, oraz tożsamość społeczności lokalnej. Teoretycznie mają one zatem wszelkie cechy i właściwości, aby stać się zasobem endogenicznym (wspólnym zasobem dóbr), na podstawie którego mogłyby się rozwijać gospodarka przedsiębiorcza i powstać mógłby rynek zakorzeniony, budowany na specyficznym wykorzystaniu specyficznych zasobów. Warto zwrócić uwagę na dość duże zróżnicowanie liczby produktów tradycyjnych w poszczególnych województwach. Dotychczas najwięcej –

⁷ Dwa pozostałe typy wiejskiej gospodarki, o jakich piszą badacze, to: gospodarka poszukująca renty (*rent-seeking economy*) oraz gospodarka zależna (*dependent economy*).

⁸ Dokładnie 1239. Patrz www.minrol.gov.pl. Dostęp 30.07.2014.

⁹ Ustawą o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz.U. z 2005 r. nr 10, poz. 68).

ponad 100 wyrobów – zgłosili producenci z województw: podkarpackiego (165), pomorskiego (153), śląskiego (137), lubelskiego (127) i małopolskiego (116); najmniej zaś z regionu warmińsko-mazurskiego (25), zachodniopomorskiego (28) i lubuskiego (32).

Halamska podkreśla, że miejscami, gdzie rozwija się lub mogłyby się rozwijać gospodarka przedsiębiorcza, są obszary turystyczne, jak również te miejsca, w których funkcjonują wytwórcy produktów regionalnych i tradycyjnych. Autorka twierdzi jednak, że w Polsce tylko sporadycznie ów produkt staje się osią rozwoju, a więc odnosząc się do prezentowanej tutaj koncepcji, sporadycznie tworzy się rynek zakorzeniony, w pełnym rozumieniu tego pojęcia [Halamska 2013]. Można jednak znaleźć przykłady lokalnego rozwoju, opartego na kompleksowej usłudze turystycznej przygotowanej za sprawą ścisłej kooperacji mieszkańców. Przykładem może być tu podhalańska wieś Jurgów. Jej mieszkańcy – ponad 200 właścicieli działek położonych na zboczach góry Górków Wierch – kilka lat temu powołali spółkę. W ciągu czterech lat tam, gdzie nie było żadnej infrastruktury do uprawiania sportów zimowych, powstała stacja narciarska uznawana obecnie za jedną z najlepszych w Polsce. Dziś szczyt się ona siedmioma trasami narciarskimi, w tym jedną z homologacją FIS, działają koleje linowe i wyciągi orczykowe, zakupiono ratraki i system dośnieżania, wybudowano karcznię, uruchomiono wypożyczalnię nart. Spółka – inwestor i właściciel stacji – jest o tyle specyficzna, że mogą do niej należeć tylko mieszkańcy Jurgowa lub ci, którzy mają tu ziemię i pochodzą z tej wsi. Choć kapitał zakładowy spółki wynosi kilka milionów złotych, to dzięki kredytom i dofinansowaniu z UE firma jest w stanie realizować inwestycje za dziesiątki milionów. Dzięki nim obecnie niemalże wszyscy mieszkańcy, nawet ci, którzy nie są udziałowcami spółki, czerpią dochody z turystyki. Dobrym przykładem jest baza noclegowa we wsi, która kilkakrotnie powiększyła się w ciągu ostatnich lat – pokoje wynajmowane są dziś turystom niemalże w każdym domu. Obecnie mieszkańcy i władze spółki zastanawiają się, jak przyciągnąć turystów także latem. Planowany jest m.in. rozwój kajakarstwa, paralotniarstwa czy szlaków dla rowerów górskich. Wykorzystana ma być też stara infrastruktura pasterska – szałas. Być może niebawem na pobliskich halach wypasać się będą owce, a w bacówce wytwarzane będą najlepsze serowe specjały Podhala, tj. oscypek, redykołka, bundz i bryndza. Już dziś jeden z lokalnych przedsiębiorców zainwestował w stawy hodowlane i wędzarnie ryb, które przez cały rok dostarczają lokalnym punktom gastronomicznym, a także bezpośrednio turystom, świeże i wędzone ryby. Chęć do współpracy mieszkańców Jurgowa i zrozumienie siły, jaka drzemie w kooperacji, wykraczają poza samą wieś – władzom spółki udało się uzgodnić, aby stacja w Jurgowie przyłączyła się do projektu wspólnego karnetu, który swym zasięgiem obejmuje największe kompleksy narciarskie polskich Tatr¹⁰. Działanie to zyskało ogromną aprobatę w oczach turystów, którzy uznali Jurgów za najlepszą stację narciarską w Małopolsce¹¹. Przykład Jurgowa pokazuje, że – zgodnie z twierdzeniem Halamskiej – obszary turystyczne mogą stać się zarówno tymi, których rozwój może się opierać na lokalnych zasobach, jak też udowadnia, że gospodarkę przedsiębiorczą i rynek zakorzeniony można budować

¹⁰ Np. Kotelnicę Białczańską, Banię, Kaniówkę i Kluszkowce w Czorsztynie.

¹¹ Patrz: <http://www.gazetakrakowska.pl/artukul/3332815,wybieramy-najlepsze-stacje-narciarskie,id,t.html> (dostęp 12.05.2014).

poprzez ścisłą współpracę na poziomie lokalnym, opierając się również na usłudze (produkcje) turystycznej.

4. PRZYKŁAD STWORZENIA I WYKORZYSTANIA WSPÓLNEGO ZASOBU DÓBR

Przykładem procesu nadawania wartości produktowi, tak aby stał się on wspólnym zasobem (dóbr) może być karp zatorski. Dziś jest on podstawą promocji i rozwoju kilku gmin, zrzeszonych i działających w ramach Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania oraz Lokalna Grupa Rybacka Dolina Karpia. Jest to także przykład nadania nowej wartości zasobowi od dawna posiadanemu, jednak niecenionemu, postrzeganemu wcześniej jako bariera rozwojowa, a nie atut obszaru, na jakim się znajduje. W trakcie przygotowań Lokalnej Strategii Rozwoju Doliny Karpia, w utworzonej Lokalnej Grupie Działania, do której należy siedem gmin, podjęto decyzję, że rozwój terenów, położonych pomiędzy dwoma dużymi miastami (Katowice i Kraków), będzie odbywał się na bazie rozwoju turystyki, a nie, jak chciała część zainteresowanych, przemysłu. W strategii tej dokonano szczegółowej analizy SWOT, w której opisano posiadane zasoby – demograficzne, kulturowe, środowiskowe, gospodarcze¹². Wśród wskazywanych szans i barier rozwojowych brakowało elementów wyróżniających ten obszar spośród innych, czegoś, co mogłoby zwrócić uwagę potencjalnych „gości” (turystów) na ten właśnie teren. Rozwój oparty na turystyce wymagał czegoś, co przyciągnie ludzi do tego właśnie miejsca, które nie posiadało wcześniej infrastruktury ani żadnych szczególnych walorów i atrakcji turystycznych. W wyniku dokonanej analizy zdecydowano, by szczególną wartość nadać zasobom, które były obecne na tych terenach od wieków, jednak w okresie bezpośrednio przed opracowaniem strategii nie były przez lokalną społeczność szczególnie doceniane, a wręcz przeciwnie, postrzegano je raczej jako uciążliwość, utrudniającą rozwój innych dziedzin przemysłu. Były to stawy hodowlane, w których od lat produkowano karpie. Wykreowana i wypromowana została marka Karp Zatorski, która znaczy obecnie dużo więcej niż jedynie produkt spożywczy, od którego wszystko się zaczęło. Ponowne odkrycie tego zasobu i wykorzystanie go w wyżej opisany sposób wymagało sięgnięcia do wiedzy lokalnej, jak również menedżerskiej [por. Gorlach, Nowak 2011].

W wyniku przyjętej koncepcji wzmocnienia i promocji lokalnego produktu, opartego na zasobach występujących w ściśle określonym miejscu – słabo rozwiniętych gminach, w granicach których znajdowały się stawy rybne o wielowiekowej tradycji, stworzono i wykorzystano możliwość rozwoju opartego na rzadkim zasobie – lokalnej linii karpia [por. Michalska, Zajda 2011]. Produkcja karpia zatorskiego prowadzona jest obecnie na terenie trzech sąsiadujących ze sobą gmin, położonych w zachodniej części województwa małopolskiego. Są to gminy: Zator i Przeciszów (położone w powiecie oświęcimskim) oraz Spytkowice (w powiecie wadowickim). Gminy te od 2003 roku wspólnie realizują projekt „Dolina Karpia”. Obszar geograficzny produkcji karpia zatorskiego obejmuje łącznie 134 km², przy

¹² Lokalna Strategia Rozwoju na www.dolinakarpia.org. Dostęp 17.04.2013.

czym na największą skalę produkcja prowadzona jest na terenie gminy Zator. W wyniku podjętych działań marketingowych lokalnej odmianie karpia nadano nową wartość, a następnie poprowadzono akcję promocyjną, tak by wartość ta zaczęła być uznawana także poza obszarem Doliny Karpia. Przyjęto, że posiadanie tak wyjątkowego produktu ma być w założeniu korzystne także dla innych grup interesów. Z punktu widzenia miejscowych rolników istotne jest to, że do specyfikacji produktu wpisane zostało zastrzeżenie, iż naturalne pasze zbożowe, którymi karmione są karpie, muszą pochodzić w minimum 70% z terenów wskazanych w specyfikacji – czyli z terenów Doliny Karpia¹³. Lokalne władze dzięki stworzonej marce promują swoje gminy i realizują kolejne projekty rozwojowe, są także dobrze identyfikowane w regionie. Dla przedsiębiorców przyciągnięcie na teren Doliny Karpia gości zainteresowanych wykreowanym zasobem jest szansą na rozwój i możliwość zarobku.

Waloryzacja niedostrzeganych (czy wręcz lekceważonych) wcześniej zasobów była procesem długotrwałym i polegała na świadomym budowaniu marki, wymagała konsekwentnego, aktywnego promowania produktu zarówno w gminach Doliny, jak i poza najbliższą okolicą. Należy pamiętać, że nie jest to proces łatwy – dostrzeżenie i wydobycie potencjału rozwojowego z produktu, który może wydawać się banalny, zwyczajny, a dla wielu ma znikomą wartość – jest niezwykle trudne. Bywa, że decyzja o wyborze produktu okazuje się nietrafiona i mimo nakładów pracy, sił i promocji brak zarówno popytu, jak i powszechnie podzielanego przekonania o atrakcyjności jakiegoś dobra, które teoretycznie mogłoby stać się podstawą rozwoju.

W Dolinie Karpia ważne okazało się, że realizując działania ukierunkowane na zwiększenie wartości produktu, czyli jego waloryzację, odwoływano się nie tylko do aspektów i zasobów materialnych¹⁴. Dla wartości zasobu wspólnego – Karpia Zatorskiego – równie istotna co sam karp okazała się odtworzona na potrzeby strategii historia stawów i hodowli karpia w regionie, zrekonstruowanie lokalnych tradycji i zwyczajów związanych z połowami, transportem ryb, przygotowywaniem potraw, odnalezienie i opracowanie lokalnych legend, podań, historii itd. Utworzone (w wyniku decyzji osób tworzących Lokalną Strategię Rozwoju) i odbywające się co roku Święto Karpia, na stałe wpisało się już w życie kulturalne mieszkańców, tworząc nowe zwyczaje wspólnego świętowania i dając okazję do spotkań mieszkańcom i coraz liczniejszym turystom. Odwołano się zatem nie tylko do zasobów materialnych, lecz także kulturowych, podzielanych wartości i przekonań, a to wszystko składa się na niezwykłość zasobu, jakim jest Karp Zatorski czy szerzej, Dolina Karpia.

¹³ Rozporządzenie Rady (WE) NR 510/2006 „Karp Zatorski” NR WE: PL-PDO-005-0401-26.04.2007, strona internetowa Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, dostęp 23.04.2013, <http://www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Produkty-zarejestrowane-jako-Chronione-Nazwy-Pochodzenia-Chronione-Oznaczenia-Geograficzne-oraz-Gwarantowane-Tradycyjne-Specjalnosci>

¹⁴ Por. informacja Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi dotycząca wpisania Karpia Zatorskiego na listę produktów tradycyjnych <http://www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Lista-produktow-tradycyjnych/woj.-malopolskie/Karp-zatorski> (dostęp 21.04.2013), prezentująca nie tylko sam produkt, lecz także historię stawów, lokalne tradycje, znaczenie dla społeczności.

Można się zastanawiać, czy w przypadku Doliny Karpia, gdzie niewątpliwie stworzono wspólny zasób dóbr, możemy mówić już także o istnieniu rynku zakorzonego. Na pewno można odnotować sukces polegający na budowie świadomości marki, promocji lokalnego zasobu wspólnego, nadania mu wartości w oczach mieszkańców terenu, a także poza jego granicami. Zorganizowano silne wsparcie instytucjonalne, sprzyjające wykorzystywaniu tego zasobu – powstało Stowarzyszenie Dolina Karpia, Lokalna Grupa Działania Dolina Karpia, Lokalna Grupa Rybacka Dolina Karpia, a produkt i jego promocja są wspierane przez władze samorządów wszystkich gmin znajdujących się na terenie Doliny (pamiątkami, jakie otrzymują goście władz gminnych są ceramiczne karpie lub filmy dokumentalne o życiu w stawach rybnych). Nazwa „Karp Zatorski” została zarejestrowana jako Chroniona Nazwa Pochodzenia, produkt ten znalazł się też wśród wyrobów promowanych w specjalnej kampanii „Zasmakuj w Małopolsce”, prowadzonej przez małopolski urząd marszałkowski. Dzięki rozwojowi produktu oraz marki Dolina Karpia, zaczęły im towarzyszyć różnego rodzaju usługi, związane przede wszystkim z turystyką oraz tradycjami: produkcja tradycyjnych wyrobów z wikliny oraz usługi szkoleniowo-warsztatowe z wikliniarstwa, produkcja tradycyjnych ozdób tworzonych szydełkiem, zebrano też i opublikowano wiele tradycyjnych bajek, opowieści, w ramach lokalnych świąt są kultywowane tradycje regionu, również te związane z karpem.

Niewątpliwie jednak jest jeszcze wiele możliwości wzmocnienia lokalnego rynku zakorzonego. O ile bowiem mieszkańcy i ludzie odwiedzając Dolinę Karpia mają świadomość marki i jej wartości, o tyle promuje ona bardziej samą Dolinę – jako miejsce, aniżeli produkt, jakim jest Karp Zatorski. Sprawnie działa promocja związana z budową świadomości marki: działa grupa związanych z produkcją karpia rolników dostarczających zboża na karmę, istnieje świadomość szczególności i wyjątkowości produktu, są zainteresowani zakupem konsumenci. Szwankuje jednak – kluczowa z ekonomicznego punktu widzenia: dystrybucja i sprzedaż ryby oraz produktów, przetworów i dań z niej przygotowywanych. Niewiele jest miejsc, gdzie można karpia kupić czy zjeść, brak też dobrze działających kanałów dystrybucji, dzięki którym produkt „Karp Zatorski” dostarczany byłby w inne części kraju – najłatwiej jest zetknąć się z nim na targach i imprezach promocyjnych. Można więc po analizie tego przykładu stwierdzić, że w tym przypadku rynek zakorzeniony jest jeszcze w trakcie tworzenia i wzmocniania, jego atutem jest atrakcyjny zasób (wspólny zasób dóbr), na zewnątrz rynek ma liczne powiązania, ale całość (w szczególności w odniesieniu do sprzedaży i dystrybucji), jest jeszcze bardzo słabo zorganizowana i niepozbawiona słabszych elementów.

PODSUMOWANIE

Na obszarach wiejskich w Polsce od lat zachodzą poważne zmiany w sferze gospodarczo-społecznej. Z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że trend transformacyjny zostanie utrzymany także w perspektywie obecnej dekady. W przypadku tak głęboko zróżnicowanych obszarów wiejskich, jak to ma miejsce w Polsce, potrzebne są różne metody czy sposoby stymulowania rozwoju.

W artykule podjęto próbę przybliżenia koncepcji rynków zakorzenionych, która wydaje się płynnie wpisywać w zdobywające sobie coraz większą popularność starania, aby rozwój wiejski odbywał się nie w ujednoliczony, narzucany ogólnie sposób, ale by wynikał z lokalnych, endogenicznych zasobów, opierał się na sile i częstotliwości wzajemnych kontaktów członków społeczności, na ich wzajemnym zaufaniu i gotowości do współpracy. W dużym uproszczeniu można stwierdzić, że ideą przewodnią koncepcji zaproponowanej przez europejskich naukowców, m.in. Jana Douwe van der Ploega, Polmana i in. [2010] jest to, aby w maksymalnym stopniu wartość dodana z działalności (zarówno ekonomicznej, jak i pozaekonomicznej) mieszkańców, przy jednoczesnym efektywnym wykorzystaniu endogenicznych zasobów, pozostała na danym obszarze i służyła dalszemu rozwojowi lokalnemu. Zasoby i dobra wykorzystywane przy tworzeniu rynku zakorzenionego są na ogół mocno związane ze specyfiką regionu, są czymś wyjątkowym i właśnie na tej odmienności budują niezależność, aktywność i działania. Dostrzeżenie wyjątkowości i nadanie wartości temu co rzadkie, specyficzne i lokalne jest odejściem od paradygmatu rozwoju realizowanego poprzez standaryzację i ujednoliczoną modernizację.

Prezentowana w artykule koncepcja rynków zakorzenionych pozwala na badanie i aktywne poszukiwanie rozwiązań takich problemów, jak m.in.:

- niedobór miejsc pracy (okołorolniczych i pozarolniczych),
- brak wzajemnego zaufania i umiejętności współpracy oraz
- słaba mobilizacja lokalnego kapitału społecznego.

Rozwój oparty na założeniach tej koncepcji, wymaga wspólnych zasobów dóbr wywodzących się z lokalnej specyfiki i wyjątkowości oraz endogenicznych surowców. Zważywszy na zróżnicowanie polskiej wsi, a także bogactwo i naturalny charakter rolnictwa w naszym kraju, o ich istnienie można być spokojnym, o czym świadczą przykłady występowania endogenicznych zasobów i ich wykorzystania zaprezentowane w tym tekście. Pytanie tylko, czy mieszkańcy terenów wiejskich w Polsce owe wspólne zasoby będą umieli odnaleźć, dostrzec, docenić i właściwie wykorzystać. Wymaga to bowiem umiejętności, o jakie w Polsce, szczególnie na obszarach wiejskich, jest trudno, czyli: umiejętność innowacyjnego myślenia, chęć do działania i wysoki poziom kapitału społecznego, w szczególności zaufania i woli kooperacji – współdziałania dla wspólnego dobra [por. Czapiński, Panek 2011 i 2013]. W rozwoju opartym na założeniach koncepcji rynków zakorzenionych ważną rolę odgrywa lider lub grupa osób, które mogą stać się swoistym *spiritus movens* i jednocześnie wzorem do działania dla innych.

BIBLIOGRAFIA

- Adamski T., Górlach K., 2007: Koncepcja rozwoju neo-endogenicznego, czyli renesans znaczenia wiedzy lokalnej. [w:] *Socjologia jako służba społeczna. Pamięci Władysława Kwaśniewicza*, K. Górlach, M. Niezgoda, Z. Seręga. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Błąd M., 2008: Wielofunkcyjność gospodarstw rolniczych – istota, zakres, i uwarunkowania. *Więś i Rolnictwo* nr 138 (1).
- Buttel F., 2006: Sustaining the Unsustainable: Agro-food Systems and the Environment in the Modern World. [w:] *Handbook of Rural Studies*. P. Cloke, T. Marsden, P. Mooney (red.). Sage Publications, London, Thousands Oak, New Delhi.

- Czarnecki A., 2009: *Rola urbanizacji w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich*. IRWiR PAN, Warszawa.
- Czapiński J., Panek T. (red.), 2011: *Diagnoza Społeczna 2011. Raport z badań*. Rada monitoringu społecznego, Warszawa.
- Czapiński J., Panek T. (red.), 2013: *Diagnoza Społeczna 2013. Raport z badań*. Rada monitoringu społecznego, Warszawa.
- Gorlach K., Nowak P., 2011: Tradycja, wiedza i sieci społeczne w regionalnej produkcji żywności. Przypadek sera oscypka. [w:] *Nowe inspiracje socjologii wsi*, H. Podedworna (red.). Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Grosse T., Hardt Ł., 2010: *Sektorowa czy zintegrowana, czyli o optymalnej strategii rozwoju polskiej wsi*. Pro Oeconomia – Fundacja Ewaluacji i Badań Ekonomicznych na zlecenie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego.
- Grudziecka L., Goszczyński W., 2010: *Alternatywne sieci produkcji i dystrybucji żywności – doświadczenia polskie i europejskie*. FAOW i Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Halamska M., 2013: *Wiejska Polska na początku XXI wieku. Rozważania o gospodarce i społeczeństwie*. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Hervieu B., 2003: Multifunctionality and Agriculture. [w:] *The Future of Rural Areas*. OECD.
- Kłodziński M., 2012: Dywersyfikacja gospodarki ważnym celem polityki wiejskiej. [w:] *Uwarunkowania ekonomiczne polityki rozwoju polskiej wsi i rolnictwa*, M. Drygas, K. Zawalińska (red.). IRWiR PAN, Warszawa.
- Marini M., Mooney P., 2006: Rural economies. [w:] *Handbook of rural studies*, P. Cloke, T. Marsden, P. Mooney (red.). Sage Publications, London, Thousands Oak, New Delhi.
- Marsden T., 2009: Vulnerabilities and sustainability: exploring pathways from denial to sustainable Rural Development. *Sociologia Ruralis* vol. 49.
- Michalska S., Zajda K., 2011: Trajektorie wykorzystania zasobów lokalnych w procesie rozwoju partnerstw terytorialnych. *Case study* lokalnych grup działania Dolina Karpia oraz Kraina Rawki. *Wież i Rolnictwo* nr 4 (153).
- Nowak P., 2012: *Rozwój obszarów wiejskich w Polsce po integracji z Unią Europejską w opinii lokalnych elit*. Wydawnictwo UJ, Kraków.
- Oostindie H., van der Ploeg J., van Broekhuizen R., et al., 2010: *The central role of nested markets in Rural Development in Europe* (Draft). www.reterurale.it/flex/. Dostęp 01.02.2013.
- Poczta W., 2012: Przemiany w rolnictwie ze szczególnym uwzględnieniem przemian strukturalnych. [w:] *Polska Wieś 2012 – Raport o stanie wsi*, J. Wilkin, I. Nurzyńska (red.). Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Polman N., Poppe K., van der Schans J., van der Ploeg J., 2010: Nested Markets with Common Pool Resources in Multifunctional Agriculture. *Rivista di economia agrarian* vol 65. <http://www.biblio.liuc.it/scripts/essper/ricerca.asp?tipo=scheda&codice=2271104>.
- Potok A., 2012: *Rozwój kierowany przez lokalne społeczności (CLLD). Jak wykorzystać nowe możliwości?* KPRP, Warszawa.
- Ray C., 1996: The dialectic of local development: the case of EU LEADER 1 rural development programme. *Working Paper Series*, nr 23, Centre for Rural Economy, University of Newcastle Upon Tyne.
- Shanin T., 1973: The Nature and Change of Peasant Economies. *Sociologia Ruralis*, Vol. 13, Issue 2, p. 139–171.
- van der Ploeg J., Jingzhong J., Schneider S., 2012: Rural development, through the construction of new, nested markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *Journal of Peasant Studies* (1) 39.
- van der Ploeg, J., Roep D., 2003: Multifunctionality and rural development: the actual situation in Europe. [w:] *Multifunctional Agriculture. A new Paradigm for European Agriculture and Rural Development*, G. van Huylenbroeck, G. Durand (red.). Ashgate, England.
- Wilkin J., 2010: Wielofunkcyjność rolnictwa – nowe ujęcie roli rolnictwa w gospodarce i społeczeństwie. [w:] *Wielofunkcyjność rolnictwa. Kierunki badań, podstawy metodologiczne i implikacje praktyczne*, J. Wilkin (red.). IRWiR PAN, Warszawa.

- Wilkin J., 2012: Polska wieś 2012 – główne tendencje, zjawiska i problemy. Synteza raportu. [w:] *Polska Wieś 2012 – Raport o stanie wsi*, J. Wilkin, I. Nurzyńska (red.). Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Zawalińska K., 2010: *Instrumenty i efekty wsparcia Unii Europejskiej dla regionalnego rozwoju obszarów wiejskich w Polsce*. IRWiR PAN, Warszawa.
- Programowanie perspektywy finansowej 2014–2020 – Założenia do umowy partnerstwa*, 15 stycznia 2013. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. www.mrr.gov.pl
- <http://www.rp.pl/artykul/983961.html?print=tak&p=0> (dostęp 29.04.2013).
- http://ec.europa.eu/research/horizon2020/index_en.cfm (dostęp 29.04.2013).
- <http://www.prezydent.pl/dialog/fdp/potencjal-obszarow-wiejskich-szansa-rozwoju-materialy> (dostęp 29.04.2014).

NESTED MARKETS – A NEW MECHANISM FOR LOCAL DEVELOPMENT

Abstract: Authors present a concept of nested markets, which describes a mechanism of stimulation of local communities based on endogenous resources. This is also a new way of looking at the possibilities for the development of rural areas based on endogenous resources. This concept, as the authors try to prove, results from recent debates about the model of rural development, especially issues like: multi-functionality, neo-endogenous development, and governance. The authors attempt to show where, under which conditions, and with what kind of resources, this concept can become a method for rural development in Poland.

Key words: nested markets, Common Pool Resources (CPR), endogenous resources, multifunctional rural development, governance, local and regional products