

ANNA WOŹNIAK
*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego
Warszawa*

SKUTECZNOŚĆ KANAŁÓW PRZEPŁYWU INFORMACJI W PROCESIE DECYZYJNYM ROLNIKÓW

1. Wstęp

W okresie transformacji, integracji i globalizacji gospodarki rolnicy stają przed koniecznością ciągłego dostosowywania się do dokonujących się zmian. Podejmowane bowiem dotychczas działania okazują się niewystarczające w aktualnych warunkach, tj. zmiennym i burzliwym otoczeniu wywierającym wpływ na wszystkie dziedziny i procesy w gospodarstwie – przedsiębiorstwie rolnym (wybór celów, organizacja i rozwój produkcji, charakter i tempo wprowadzanych zmian). To z kolei rodzi nowe potrzeby w zakresie wiedzy i informacji. Nowoczesne zarządzanie to bowiem, jak pisze J. Penc [Penc1997] „ukierunkowany na przyszłość proces wyboru celów i dróg rozwoju, a więc proces decydowania, kształtujący przyszłe wydarzenia i przyszłą pozycję firmy w otoczeniu oraz przyszłą jej strukturę i kulturę”. Taki proces musi więc być procesem twórczym, wymagającym zaangażowania, dużej wiedzy, wyobraźni, pomysłowości, elastyczności i odwagi. Skuteczne rozwiązywanie problemów firmy, kreślenie jej wizji na przyszłość czy wytyczanie planów, jak również podejmowanie działań urzeczywistniających, wymaga więc posiadania odpowiedniej ilości dobrej (wiarygodnej, fachowej, przydatnej) i aktualnej informacji.

2. Cele, metody i organizacja badań

Celem poznawczym badań było dokonanie: identyfikacji potrzeb rolników w zakresie informacji fachowej w zmieniających się warunkach społeczno – gospodarczych; diagnozy i oceny współcześnie funkcjonujących kanałów przepływu informacji oraz przekazywanych treści; rozpoznania rzeczywistych funkcji i określenia skuteczności poszczególnych kanałów w różnych fazach procesu

innowacyjno – decyzyjnego podejmowanego przez badanych rolników, w różnych dziedzinach rolniczego gospodarowania i dla różnych kategorii rolników.

Celem praktycznym było wskazanie pracownikom odpowiednich instytucji i firm zajmujących się przygotowaniem i przekazywaniem informacji, jakie rodzaje informacji są najbardziej poszukiwane i jakimi kanałami powinny być przekazywane do rolników oraz jakie kanały są najbardziej skuteczne i cenione przez rolników. Ma to na celu poprawienie jakości usług informacyjnych.

Badania empiryczne zostały przeprowadzone w 1998 r., w dwóch wybranych wsiach, w typowo rolniczych województwach (białostockie i sieradzkim). Do badań wybrano wsie podobnej wielkości z przewagą gospodarstw o produkcji towarowej, ale różniące się między sobą położeniem. Wieś Daniłowo w woj. białostockim jest położona bardziej peryferyjnie, wieś Goszczanów w woj. sieradzkim jest wsią gminną. W badaniach uwzględniono tylko właścicieli gospodarstw towarowych.

Badania właściwe poprzedzono badaniami pilotażowymi przeprowadzonymi w lutym 1998 r. we wsi Sawino, w woj. białostockim.

Podstawowymi metodami badań były monografia problemowa z zastosowaniem techniki wywiadu, wg opracowanego kwestionariusza oraz obserwacja uczestnicząca. Pytania kwestionariusza miały charakter otwarty, skategoryzowany i mieszany. Pytania dotyczyły zarówno przeszłości i sytuacji obecnej, jak też oczekiwań i zamierzeń na przyszłość.

3. Zestawienie podstawowych danych o badanych indywidualnych gospodarstwach rolnych oraz badanej zbiorowości rolników

Wśród badanych gospodarstw we wsi Goszczanów znaczną większość (62,5%) stanowią gospodarstwa o powierzchni od 10 do 20 ha UR, stosunkowo dużo jest też gospodarstw o powierzchni powyżej 20 ha – (15,6%), a przeciętna powierzchnia gospodarstwa wynosi ponad 16 ha. Badane gospodarstwa są większe od średnich w gminach, a przeciętna powierzchnia gospodarstwa wynosi 9 ha.

We wsi Daniłowo gospodarstwa są jeszcze większe. Gospodarstwa o powierzchni 10-20 ha UR stanowią 53,5%, a o powierzchni ponad 20 ha – 32,5%, zaś przeciętna powierzchnia gospodarstwa wynosi 17 ha. W gminie Łapy gospodarstwa o powierzchni powyżej 10 ha UR stanowią tylko 45,7% wszystkich gospodarstw, a przeciętna powierzchnia gospodarstwa wynosi 6,6 ha. Poziom intensywności produkcji roślinnej i zwierzęcej charakteryzują dane zawarte w tabelach 1 i 2.

Znaczna większość gospodarstw, zarówno we wsi Goszczanów, jak i Daniłowo, to gospodarstwa bardzo wysoko intensywne, zarówno w produkcji roślinnej, jak też w produkcji zwierzęcej. Prawie 90% badanych rodzin rolniczych utrzymuje się wyłącznie lub głównie z dochodów z gospodarstwa rolnego.

Tabela 1

Intensywność organizacji produkcji poszczególnych upraw oraz intensywność organizacji produkcji roślinnej - powierzchnia poszczególnych upraw w przeliczeniu na 100 ha UR

Wieś	zboża	buraki cukrowe	rośliny pastewne	ziemniaki	łąki i pastwiska	intensywność org. produkcji roślinnej
Goszczanów	48,52	55,44	7,78	30,11	9,37	151,22
Daniłowo	39,23	14,28	7,65	21,74	20,08	102,97

Źródło: Badania własne.

Tabela 2

Przeciętna liczba SD (sztuk dużych) w jednym gospodarstwie oraz intensywność organizacji produkcji zwierzęcej

Wieś	Liczba SD na 100 ha UR		Intensywność		
	Bydło	Trzoda	Bydło	Trzoda	Org. produkcji zwierzęcej
Goszczanów	109,38	80,87	284,39	161,75	446,14
Daniłowo	120,63	56,42	313,65	112,83	426,48

Źródło: Badania własne.

Wśród dodatkowych źródeł dochodu przeważa praca poza gospodarstwem jednego z małżonków (we wsi Goszczanów 9 gospodarstw - 28%, we wsi Daniłowo 14 - 33%).

We wsi Daniłowo respondenci wskazują też na dochody z własnej działalności gospodarczej - 5 odpowiedzi (12%) i w niewielkim stopniu na dochody z emerytur i rent - 4 odpowiedzi (9%). Natomiast we wsi Goszczanów tylko 2 respondentów (6%) wskazuje na dochody z własnej działalności gospodarczej, a sześciu (19%) na dochodu z emerytur i rent. W analizie statystycznej warunków gospodarowania uwzględniono wartości średnie dla gospodarstw z obydwu wsi. Na ich podstawie oraz na podstawie obserwacji prowadzonej w czasie badań terenowych można wyciągnąć wniosek, że różnice te nie są istotne.

Większość badanej zbiorowości rolników to ludzie młodzi. We wsi Goszczanów: 53,1% respondentów to osoby w wieku do 40 lat, 28% w wieku 41-50 lat, a 18, 8% powyżej 50 lat.

We wsi Daniłowo nieco starsi: 41,8% w wieku do 40 lat, 28% w wieku 41-50 lat i 30,3% powyżej 50 lat.

Poziom wykształcenia badanych rolników jest wyższy od średniej w województwach (wykształcenie podstawowe i niepełne podstawowe posiadało w 1998 r. w b. woj. białostockim prawie 60% rolników, w b. woj. sieradz-

kim 62%). Niższy poziom wykształcenia rolników wsi Daniłowo można tłumaczyć mniej korzystną strukturą ich wieku.

Należy też zauważyć, że wszyscy badani rolnicy z wykształceniem podstawowym posiadali ukończony kurs przysposobienia rolniczego, a większość z pozostałych systematycznie uczestniczyła w szkoleniach prowadzonych przez pracowników Ośrodka Doradztwa Rolniczego.

Większość badanych rolników we wsi Goszczanów posiada małe doświadczenie w samodzielnym prowadzeniu gospodarstwa. Wynika to z faktu, że znaczna większość z nich to ludzie młodzi. Lepiej pod tym względem przedstawia się sytuacja w Daniłowie, gdzie 37% badanych rolników prowadzi samodzielnie gospodarstwo od co najmniej 10 lat, a 33 % od co najmniej 20 lat. Średnia wieku jest tu niewiele wyższa niż we wsi Goszczanów, ale gospodarstwa są przekazywane następcom wcześniej. Małe doświadczenie może być dla niektórych rolników utrudnieniem w podejmowaniu decyzji, jednocześnie jednak ludzie młodzi są w większości bardziej otwarci na innowacje, bardziej przedsiębiorczy, pozbawieni złych nawyków i przyzwyczajęń, dzięki czemu mogą osiągać bardzo dobre wyniki w zarządzaniu gospodarstwem, a nawet (jak wykazały niniejsze badania) stawać się autorytetem zawodowym dla innych rolników.

4. Potrzeby rolników w zakresie informacji

W badaniach nie znaleziono wyraźnej zależności między wiekiem, wykształceniem czy stażem w samodzielnym prowadzeniu gospodarstwa a potrzebami wiedzy i informacji związanymi z prowadzeniem gospodarstwa. Znaczna większość badanych rolników z obydwu wsi wskazała, że najbardziej potrzebne do prowadzenia gospodarstwa są informacje rynkowe, takie jak:

- informacje o aktualnych cenach produktów rolniczych i środków do produkcji;
- informacje o obecnej i spodziewanej podaży na poszczególne produkty oraz o rynkach zbytu;
- informacje o możliwości otrzymania niskoprocentowych kredytów;
- informacje o możliwościach i warunkach zawierania umów kontraktacyjnych na sprzedaż produktów.

Niemalże równolegle respondenci wymieniali informacje technologiczne, takie jak:

- informacje technologiczne dotyczące zastosowania nowych środków ochrony roślin, nawozów czy urządzeń i maszyn;
- informacje o doborze nowych odmian roślin i ras zwierząt itd.;
- informacje dotyczące żywienia zwierząt oraz doju i schładzania mleka (co wiązało się z wprowadzeniem nowych norm).

Zarówno wywiady swobodne z badanymi przeze mnie rolnikami, jak też analiza wyników badań naukowych z tego zakresu prowadzonych przez inne jednostki wskazują, że taki stan rzeczy nie jest ani przypadkowy, ani zaskakujący. Rolnicy chcąc bowiem sprostać wymaganiom rynku i panującej na nim konkurencji, zmuszeni są między innymi do stałego poprawiania efektywności produkcji i jakości produktów w swoich gospodarstwach, do obniżania kosztów produkcji czy poszukiwania rynków zbytu.

4.1. Kanały informacji a dziedziny gospodarowania

Tabela 3

Miejsca poszukiwania informacji

Dziedzina	Kanały przepływu informacji – liczba wskazań							
	TV	Radio	Czasopisma	Książki	Doradztwo	Sąsiedzi Znajomi	Firmy	Banki
Dobór odmian	4	0	5	0	10	3	3	0
Ochrona roślin	23	0	32	1	30	11	4	0
Nawożenie	13	0	3	0	7	11	3	0
Żywienie zwierząt	24	2	26	2	20	12	6	0
Mleko*	13	0	15	0	20	12	3	0
Pomoc weterynaryjna	0	0	0	0	0	0	72	0
Dobór maszyn**	1	1	3	0	10	1	1	0
Zakup nowych maszyn i urządzeń	2	0	1	0	4	15	1	0
Organizacja gospodarstwa	2	0	0	0	0	1	0	0
Ceny	12	1	1	0	0	9	64	0
Rynki zbytu Kredyty	0	1	0	0	0	7	26	0 25
Ogółem	94	5	86	3	101	82	183	25

*Udój, schładzanie i przechowywanie mleka; ** dobór odpowiednich maszyn do prac polowych.

Źródło: Badania własne.

Rolnicy poszukują najczęściej:

• Informacji rynkowych:

- o cenach, osobiście lub telefonicznie w firmach pracujących na rzecz rolnictwa. Informacji o cenach respondenci poszukiwali również w telewizji oraz u sąsiadów.
- o rynkach zbytu osobiście lub telefonicznie w firmach pracujących na rzecz rolnictwa. Znaczna większość respondentów wskazała, że decy-

duje o tym *aktualność i wiarygodność* informacji uzyskanych za pośrednictwem tych kanałów.

● **Informacji technologicznych:**

z zakresu produkcji roślinnej:

- dotyczących doboru odmian – u pracowników ODR, w czasopismach rolniczych,
- dotyczących stosowania nowych nawozów - w telewizji i u doradców ODR,
- dotyczących środków ochrony roślin - u pracowników Ośrodka Doradztwa Rolniczego, w czasopismach fachowych oraz w telewizji.

Respondenci wskazali tu na takie cechy uzyskiwanych informacji jak *fachowość, wiarygodność i pełność (informacja wyczerpująca)*.

z zakresu produkcji zwierzęcej:

- żywienia zwierząt - czasopisma fachowe, telewizję i pracowników doradztwa);
- udoju i przechowywania mleka – pracowników ODR, czasopisma fachowe i telewizję, a z zakresu pielęgnacji zwierząt i pomocy weterynaryjnej – lekarza weterynarii, a jako cechę informacji decydującą o wyborze podawali: *fachowość, obiektywność i wiarygodność*.

W przypadku poszukiwania informacji dotyczących zakupu nowych maszyn i urządzeń najczęściej wymieniali znajomych lub sąsiadów już posiadających takie maszyny (10 wskazań) oraz organizowane przez ODR wystawy, „Dni Pola” czy „Dni Otwarte” (4 wskazania). O wyborze takiego źródła informacji decydowały w tym przypadku najczęściej takie cechy przekazywanych informacji jak *obiektywność i fachowość*.

W żadnym z badanych gospodarstw nie wykorzystywano komputera ani internetu do poszukiwania ani uzyskiwania informacji. Tylko jedno gospodarstwo było wyposażone w komputer (bez dostępu do sieci internet), ale nie był on wykorzystywany do tych celów.

4.2. Kanały informacji a fazy procesu innowacyjno-decyzyjnego

Proces innowacyjno-decyzyjny jest, wg Rogersa [Rogers 1983] procesem kilkustopniowym (kilkuetapowym), w trakcie którego decydent przechodzi od pierwszej wiadomości o innowacji; następnie formułuje swą postawę wobec innowacji, decyduje się na jej przyjęcie lub odrzucenie; wprowadza nowe idee (lub ich nie wprowadza) oraz szuka potwierdzenia słuszności swojej decyzji. Na wszystkich etapach tego procesu mamy do czynienia z informacją – bez informacji nie jest możliwe podjęcie decyzji. Informacja może pełnić w tym procesie różne funkcje. Ze strony nadawcy mogą to być np.: informowanie o innowacjach, pouczanie, przekonywanie, nakłanianie do celowych działań, utwierdzanie

w słuszności postępowania. Ze strony odbiorcy - zmniejszenie stopnia niewiedzy, zwiększenie kompetencji innowacyjnych, przesłanka do podejmowania decyzji, zmniejszenie stopnia niepewności, utwierdzenie się w słuszności postępowania.

Z dotychczas przeprowadzonych badań wynika, że w pierwszych etapach procesu innowacyjnego - kiedy rolnik uświadamia sobie istnienie innowacji i zdobywa o niej ogólną wiedzę, a następnie zaczyna się nią interesować i pragnie dowiedzieć się o niej dodatkowych szczegółów – najważniejszą rolę odgrywają środki masowego przekazu (TV, prasa, radio) gdyż za ich pomocą można szybko przekazać informacje do wielu odbiorców. Środki masowego przekazu mają jednak pewne ograniczenia, takie jak jednostronność przekazu, ogólnikowość, niemożliwość dostosowania przekazywanych informacji do konkretnych warunków danej wsi czy gospodarstwa.

Tak więc w kolejnych fazach procesu innowacyjno- decyzyjnego, kiedy decydent zmuszony jest dokonać oceny i podjąć decyzję o wprowadzeniu lub odrzuceniu innowacji, większego znaczenia nabierają kanały bezpośrednie (kontakt interpersonalny), np. doradcy, sąsiedzi i znajomi czy członkowie rodziny (tabela 4). Wiąże się to najczęściej z możliwością (czy koniecznością) wymiany poglądów dotyczących wprowadzenia danej nowości do konkretnego gospodarstwa.

Tabela 4

**Wykorzystanie poszczególnych kanałów przepływu informacji
w procesie innowacyjno-decyzyjnym**

Kanały przepływu informacji	Liczba wskazań			
	I – sza informacja o innowacji		Etap podejmowania decyzji	
	Daniłowo	Goszczanów	Daniłowo	Goszczanów
Telewizja	8	6	0	0
Radio	0	2	0	0
Prasa rolnicza	2	2	1	0
Literatura fach.owa	1	1	0	0
Doradcy	19	25	43	42
Sąsiedzi	23	27	17	16
Rodzina, znajomi	9	8	6	6
Firmy obsługujące	7	7	6	7

Źródło: Badania własne.

Uzyskane wyniki badań nie potwierdziły danych uzyskanych w badaniach ogólnokrajowych. Jako pierwsze źródło informacji rolnicy podawali najczęściej: sąsiadów i doradców ODR, w dalszej kolejności - prywatne firmy, prasę fachową, telewizję. W fazie podejmowania decyzji wskazywali zaś kolejno: doradców ODR, sąsiadów, rodzinę, prywatne firmy obsługujące rolnictwo.

5. Skuteczność kanałów przepływu informacji w procesie innowacyjno-decyzyjnym

5.1. Skuteczność poszczególnych kanałów przepływu informacji w sferze poznawczej

Dla badanej zbiorowości rolników najbardziej skutecznymi kanałami przepływu informacji w sferze poznawczej okazały się doradztwo i sąsiedzi (przede wszystkim w zakresie informacji technologicznych i organizacyjnych), firmy prywatne (przede wszystkim w zakresie informacji rynkowych i informacji dotyczących nowego kierunku produkcji), banki (w zakresie informacji dotyczących kredytów), telewizja (w zakresie informacji rynkowych i ogólnych) oraz czasopisma fachowe (w zakresie informacji technologicznych dotyczących uprawy roślin, żywienia zwierząt oraz udoju, schładzania i przechowywania mleka (tabela 5).

Tabela 5

Liczba, częstość i koncentracja wskazań informacji poszukiwanych i uzyskiwanych w poszczególnych kanałach

Kanał przepływu informacji	Liczba wskazań		Częstość wskazań		Współczynnik koncentracji i pole koncentracji (P)
	poszukiwane	uzyskane	poszukiwane	uzyskane	
telewizja	147	55	0,25	0,12	0,031
książki	5	3	0,01	0,01	0,002
czasopisma	73	46	0,13	0,10	0,046
firmy	137	127	0,23	0,29	0,178
doradztwo	113	106	0,19	0,24	0,249
sąsiedzi	81	79	0,14	0,18	0,236
radio	2	2	0,00	0,00	0,006
instytucje	25	25	0,04	0,06	0,083
Razem	583	443	---	---	P = 0,169

Kolejność poszczególnych kanałów została przyjęta według rosnących wartości współczynnika koncentracji.

Źródło: Badania własne.

Z danych wynika, że badani rolnicy najczęściej poszukiwali potrzebnych im informacji w telewizji, firmach prywatnych i u doradców oraz u sąsiadów i rodziny. Uzyskiwali zaś informacje najczęściej z prywatnych firm i od doradcy oraz od sąsiadów i rodziny. Jednocześnie należy podkreślić fakt, że w przypadku telewizji rolnicy uzyskiwali średnio około 50% poszukiwanych tam informacji, a w przypadku czasopism ok. 80 %. Natomiast w przypadku kanałów personal-

nych (pracownicy firm, doradztwo, sąsiedzi) było średnio ponad 100% wskazań, co oznacza, że badani rolnicy najczęściej poszukiwali niektórych (rynkowych lub technologicznych) informacji w telewizji i czasopismach, uzyskiwali je zaś przede wszystkim od pracowników prywatnych firm, doradców czy sąsiadów.

Pole koncentracji pomiędzy miejscami poszukiwania i uzyskiwania informacji jest małe (niecałe 0,17 w skali od 0,0 do 1,0), co oznacza że w większości przypadków badani rolnicy uzyskiwali informacje w kanałach, w których ich poszukiwali. Największe zróżnicowanie występuje w przypadku telewizji oraz książek i czasopism fachowych, najmniejsze w przypadku radia i instytucji (należy jednak zauważyć, że w tych ostatnich dwu przypadkach kanały te były najrzadziej wskazywane zarówno w poszukiwaniu, jak też uzyskiwaniu informacji, więc wartość współczynnika jest zbliżona do zera).

5.2. Skuteczność poszczególnych kanałów przepływu informacji w sferze działania

W badaniach analizowano zmiany innowacyjne wprowadzone w ostatnich 3 latach. We wsi Daniłowo były to przede wszystkim zmiany wymuszone wprowadzeniem nowych norm na mleko, a więc związane z zakupem dojarki i urządzeń chłodzących oraz związaną z tym niekiedy koniecznością rozbudowy budynków gospodarczych – łącznie 35 zmian. W dalszej kolejności: zakup maszyn – razem 31, zmiany w żywieniu zwierząt – 15, wprowadzenie nowego kierunku produkcji lub rozszerzenie dotychczasowego – 15, budowa lub modernizacja budynków – 10. We wsi Goszczanów kolejno: zakup maszyn – 59 zmian, zmiany związane z udojem, schładzaniem i przechowywaniem mleka – 55, zmiany w żywieniu zwierząt – 33, wprowadzenie nowego kierunku produkcji lub rozszerzenie dotychczasowego – 26 zmian.

Analizując wyniki badań (tabela 6) można zauważyć, że rolnicy najczęściej korzystali z informacji przekazywanych przez doradców i sąsiadów – zarówno na etapie pierwszej informacji jak i na etapie decyzji. Warto jednak podkreślić, że o ile rola sąsiadów w podejmowaniu decyzji zmniejsza się w stosunku do ich roli w przekazywaniu pierwszej informacji, o tyle rola doradztwa rośnie niemalże dwukrotnie (dlatego także współczynnik koncentracji jest dla doradztwa stosunkowo wysoki - około 0,5). Na etapie decyzji zmniejsza się także wielokrotnie rola kanałów masowych (telewizja, radio, czasopisma, książki), choć i na etapie pierwszej informacji jest ona bardzo niewielka.

Na etapie pierwszej informacji najczęściej wskazywanymi kanałami były doradztwo i sąsiedzi (łącznie ok. 70% wszystkich wskazań), w dalszej kolejności: rodzina, firmy obsługujące rolnictwo, telewizja, radio, czasopisma i książki. Przy czym kanały masowe uzyskały razem częstość 0,118, czyli niecałe 12 % wszystkich wskazań. Natomiast na etapie podejmowania decyzji przeważająca

większość wskazań odnosiła się do kanałów personalnych, które uzyskały aż 98,6% wszystkich wskazań, z czego na doradztwo przypadło prawie 60%, a na sąsiadów i rodzinę prawie 33%.

Tabela 6

Liczba, częstość i koncentracja wskazań poszczególnych kanałów na etapie I-szej informacji i na etapie decyzji

Kanał	Liczba wskazań		Częstość wskazań		Współczynnik i pole koncentracji (P)
	I-sza informacja	decyzja	I-sza informacja	decyzja	
radio	4	0	0,026	0,000	0,000
książki	2	0	0,013	0,000	0,000
telewizja	10	1	0,066	0,007	0,000
czasopisma	2	1	0,013	0,007	0,000
sąsiedzi	51	29	0,338	0,207	0,080
rodzina	16	12	0,106	0,086	0,056
firmy	10	12	0,066	0,086	0,046
doradztwo	56	85	0,371	0,607	0,517
Razem	151	140	---	---	P = 0,301

Źródło: Badania własne.

Powierzchnia pola koncentracji pomiędzy krzywymi koncentracji na etapie pierwszej informacji i na etapie decyzji wynosi około 0,3 (w skali od 0 do 1), a więc w badanej zbiorowości rolników nie ma dużego zróżnicowania między wykorzystywaniem kanałów na etapie pierwszej informacji i na etapie decyzji.

Największe różnice są w przypadku sąsiadów, rodziny i telewizji – te kanały są częściej wskazywane na etapie pierwszej informacji, a rzadziej na etapie decyzji. Najmniejsze zróżnicowanie jest w przypadku doradztwa – jest ono najczęściej wskazywane zarówno na etapie pierwszej informacji, jak i na etapie decyzji. Badani rolnicy korzystali najczęściej z tradycyjnych (lokalnych i personalnych) kanałów przepływu informacji i były one najbardziej skuteczne.

Dla dokonania pełnego porównania badanych kanałów przepływu informacji posłużono się analizą ich mocnych i słabych stron (tabela 7).

W badaniach dokonano również analizy porównawczej jakości informacji przekazywanych przez poszczególne kanały. W tym celu w kwestionariuszu wywiadu postawiono rolnikom pytanie „Jakie najważniejsze cechy informacji zdecydowały o korzystaniu z poszczególnych kanałów w podejmowaniu decyzji innowacyjnych i bieżącym zarządzaniu gospodarstwem”.

Tabela 7

Mocne i słabe strony poszczególnych kanałów przepływu informacji

Kanały	Mocne strony	Słabe strony
telewizja	- szybki przekaz do dużej grupy odbiorców, - aktualność informacji, - wielość form (obraz, słowo, przykład) - atrakcyjność przekazu	- ogólnikowość treści, - trudność uwzględnienia potrzeb i specyfiki poszczególnych gospodarstw - tendencyjność i jednostronność, - selektywność wyboru informacji, - trudne słownictwo, - brak „sprzężenia zwrotnego”
radio	- szybki przekaz do dużej grupy odbiorców, - możliwość korzystania niemalże w dowolnym miejscu i czasie,	- przekaz tylko werbalny, - ogólnikowość treści, - selektywność wyboru informacji, - trudne słownictwo, - brak „sprzężenia zwrotnego”
czasopisma	- dość szybki przekaz do dużej grupy odbiorców, - wielość form (słowo, ilustracja, przykład), - fachowość informacji, - wiarygodność informacji, - możliwość wielokrotnego korzystania	- tylko forma słowa pisanego, - trudne słownictwo, - brak „sprzężenia zwrotnego”, - ograniczona możliwość dostępu, - wysoki koszt zakupu
literatura (książki fachowe)	- fachowość wiedzy i informacji, - wiarygodność informacji, - możliwość wielokrotnego korzystania	- tylko forma słowa pisanego, - trudne słownictwo, - brak „sprzężenia zwrotnego” - długi czas przekazu, - ograniczona możliwość dostępu, - wysoki koszt zakupu
doradztwo	- fachowość wiedzy i informacji, - wiarygodność informacji, - wielość form i metod (indywidualne, grupowe, środowiskowe, słowo mówione i pisane, dyskusje, metody praktyczne, szkolenia, porady indywidualne), - istnienie „sprzężenia zwrotnego”, - informacje poparte przykładami, - informacje zrozumiałe i dostosowane do sytuacji i potrzeb konkretnego odbiorcy	- mała liczba doradców w stosunku do potrzeb, - możliwość osobistego kontaktu z ograniczoną liczbą rolników, - ograniczona możliwość dotarcia bezpośrednio do rolnika (brak samochodów służbowych, duże odległości, zły jakości drogi, ograniczenia czasowe i finansowe), - informacja może być subiektywna
sąsiedzi, rodzina	- wiarygodność informacji, - istnienie „sprzężenia zwrotnego”, - informacje poparte przykładami, - informacje zrozumiałe i dostosowane do sytuacji i potrzeb konkretnego odbiorcy	- możliwość osobistego kontaktu z ograniczoną liczbą rolników, - informacja może być subiektywna, - tendencyjność, - często niska fachowość przekazywanej wiedzy i informacji,
firmy prywatne	- fachowość wiedzy i informacji, - możliwość „sprzężenia zwrotnego”, - możliwa wielość form, - duża konkretność i użyteczność informacji, - aktualność informacji	- ograniczona liczba odbiorców, - informacja może być subiektywna, - tendencyjność, - niski zakres przekazywanych informacji, - uwzględnianie głównie interesu firmy

Źródło: Badania własne.

Z analizy uzyskanego materiału empirycznego wynika, że wykorzystywane przez respondentów kanały przekazu informacji różniły się, w ich opinii, również pod względem jakości przekazywanych informacji. Wiarygodność informacji respondenci ocenili we wszystkich kanałach w granicach 30–40 %; aktualność w granicach 20–30% (z wyjątkiem firm prywatnych – 99%, ocena ta dotyczyła głównie informacji rynkowych, które respondenci najczęściej uzyskiwali samodzielnie). Z kolei pod względem obiektywności przekazywanych informacji firmy obsługujące rolnictwo znalazły się na ostatnim miejscu, największą liczbę wskazań otrzymało doradztwo – 26%. Pod względem fachowości przekazywanych informacji na pierwszym miejscu znalazło się doradztwo, przed czasopismami fachowymi i telewizją (jednak w przypadku telewizji opinie te w większości dotyczyły informacji ogólnych o polityce rolnej państwa, w znacznie mniejszym zaś stopniu pozostałych informacji). Oceniając użyteczność przekazywanych informacji respondenci wskazywali w większości na przewagę doradztwa rolniczego (65% wskazań) i firm obsługujących rolnictwo (45% wskazań). Sąsiedzi i firmy otrzymały w tym zakresie około 20% wskazań, zaś telewizja tylko 4%.

Poszczególne kanały różnią się więc dość znacznie nie tylko zakresem uzyskiwanych z nich informacji czy wykorzystaniem tych informacji w procesie innowacyjno – decyzyjnym, ale także oceną jakości przekazywanych informacji, co zapewne znacząco wpływa na ich wykorzystywanie i skuteczność.

6. Uwagi końcowe

Analizując wyniki przeprowadzonych badań, a także literaturę przedmiotu można sformułować następujące wnioski:

1. Nie zauważono istotnych różnic w oddziaływaniu kanałów przekazu informacji w obu badanych wsiach, a więc położenie wsi nie jest czynnikiem różnicującym. Dostęp do informacji jest zbliżony. Wynika to m.in. z faktu wyposażenia badanych gospodarstw w odbiorniki telewizyjne i radiowe, telefony i samochody oraz z zatrudnienia części członków rodzin poza wsią.
2. Każdy z kanałów komunikowania pełni inną funkcję i charakteryzuje się różną skutecznością w zależności od wielu wymienionych wcześniej czynników. Aby zwiększyć skuteczność oddziaływania, konieczne jest więc ich integralne oddziaływanie.
3. W badanych wsiach wykorzystywane były głównie tradycyjne (personalne) kanały przepływu informacji, chociaż współcześnie istnieje coraz większa potrzeba wykorzystywania nowoczesnych technik przekazu (programy komputerowe, internet)
4. Proponuje się utworzenie „wiejskiej sieci informacyjnej” opartej na komputerowej bazie danych w gospodarstwach współpracujących z ośrodkami do-

radztwa rolniczego lub gospodarstwach lokalnych autorytetów. W związku z tym konieczne byłoby przygotowanie rolników w zakresie obsługi komputerowej bazy danych oraz systematyczna aktualizacja informacji. Gospodarstwa te byłyby pod nadzorem ośrodków doradztwa rolniczego.

5. W społecznościach lokalnych, jakimi są m.in. małe wsie, nabierają szczególnego znaczenia nowe rodzaje usług informacyjnych, takie jak np.:
 - prowadzenie akcji edukacyjnych i rozwijanie prasy lokalnej;
 - strategia medialna (kasety wideo i linie pomocy telefonicznej);
 - strategia sąsiedzka.
6. Najważniejszymi czynnikami, które mogą mieć wpływ na pobudzanie potrzeb i działań informacyjnych wśród społeczności lokalnych, są:
 - włączenie jednostek samorządowych, zwłaszcza gminnych oraz bibliotek publicznych do działań i akcji informacyjnych;
 - przekazywanie informacji ważnych dla społeczności lokalnych jednocześnie do kilku instytucji (nigdy do jednej i tylko jednej), aby zwiększyć gwarancje ich przepływu w środowiskach lokalnych;
 - tworzenie obowiązujących norm i mechanizmów przepływu informacji o strategii i planach rozwoju lokalnego, o pozyskiwanych funduszach z różnych źródeł, także pozarządowych – nie tylko do prasy lokalnej, ale również do bibliotek szkolnych i publicznych, które tworzyłyby z nich wyodrębnione zasoby dokumentów i informacji lokalnych, przeznaczonych do specjalnego promowania;
 - skłanianie bibliotekarzy i nauczycieli do organizowania w pracowniach komputerowych, utworzonych w ramach programu „internet w każdej gminie”, promocyjnych akcji upowszechniania technik informacyjnych w środowiskach lokalnych, zwłaszcza w czasie powszechnych akcji przekazywania informacji, np. sprawozdań podatkowych, podań do szkół, dokumentów kontraktacyjnych, wniosków o zasiłki pomocy społecznej.

W gospodarce rynkowej informacja staje się towarem. Rolnicy coraz częściej skłonni są ponosić wydatki związane z pozyskiwaniem aktualnych i wiarygodnych informacji. Liczne badania oraz dane statystyczne wskazują, że coraz większa liczba właścicieli gospodarstw rolnych decyduje się na zakup komputera i podłączenie internetu, pomimo wysokich kosztów.

Rolnikom brakuje jednak często zarówno odwagi i przekonania, jak też kompetencji do pozyskiwania i prawidłowego interpretowania informacji z istniejących już nowoczesnych kanałów. Ośrodki doradztwa rolniczego, z racji pełnionych przez nie funkcji i doświadczenia pracowników, mogą przygotować rolników pod względem edukacyjnym (wyposażenie ich w potrzebne kompetencje) jak i świadomościowym (zachęcenie do korzystania z nowoczesnych technik

przekazu). Mogą one także udostępniać rolnikom aktualne informacje, programy komputerowe wspomagające decyzje czy bazy danych oraz przeprowadzać szkolenia z zakresu wykorzystania i obsługi programów komputerowych czy internetu.

Mimo, że pojawiły się nowoczesne kanały przekazu informacji, a stopień ich wykorzystania i znaczenie stale rośnie, odczuwa się niedostateczny rozwój badań z tego zakresu. Wyjątek stanowi informacja rynkowa - która to problematyka podejmowana była wielokrotnie w badaniach prowadzonych w różnych jednostkach naukowych w latach 90-tych. Również prace, które ukazują się z zakresu komunikowania, chociaż przedstawiają ogólną specyfiką procesu komunikowania, to jednak nie uwzględniają specyfiki i złożoności przepływu informacji w środowisku lokalnym (we wsi). Te zagadnienia wymagają podjęcia dalszych badań.

LITERATURA:

1. Castle E.N., Becker H. H. (1971): Zasady podejmowania decyzji w gospodarstwie rolniczym. PWRiL, Warszawa.
2. Gałąj M.: Przekaz informacji i jej uwarunkowania w strukturze wiejskiej społeczności lokalnej. *Wies i Rolnictwo*, nr 4, 1990.
3. Goban-Klas T (2000): Media i komunikowanie masowe. Teoria i analizy prasy, radia, telewizji i internetu. PWN, Warszawa.
4. Jachimowicz E., Perepeczko B., Sikorska-Wolak I., Tabor K. (2000): Upowszechnianie wiedzy rolniczej na wsi za pomocą środków masowego przekazu – raport z badań. Warszawa.
5. Mrozowski M. (2001): Media masowe - władza, rozrywka, biznes. Oficyna Wydawnicza „Aspra-JR”, Warszawa.
6. Penc J. (1997): Strategie zarządzania. Perspektywiczne myślenie, systemowe działanie. „Placet”, Warszawa.
7. Rogers E. M. (1983): Diffusion of innovation. New York.

ANNA WOŹNIAK

SKUTECZNOŚĆ KANAŁÓW PRZEPŁYWU INFORMACJI W PROCESIE DECYZYJNYM ROLNIKÓW

STRESZCZENIE

Celem badań było poznanie m.in.: jakie potrzeby informacyjne mają rolnicy, gdzie szukają potrzebnych informacji, jak je wykorzystują i jak je oceniają. Badania wykazały, że na skuteczność kanałów przepływu informacji mają wpływ czynniki związane ze środowiskiem społecznym, związane z kanałami przekazu, a także jakość przekazywanych informacji, działalność instytucji doradczych oraz firm obsługujących rolnictwo, m.in. w zakresie przekazywania wiedzy i informacji.

Poprawa jakości usług informacyjnych może być zrealizowana dzięki spełnieniu między innymi takich warunków jak:

- większa otwartość firm i instytucji w udostępnianiu informacji i współtworzeniu systemu informacyjnego; szersza współpraca poszczególnych kanałów (np. doradztwa, firm, mediów) w zakresie pozyskiwania, przetwarzania i rozpowszechniania informacji;
- większa koncentracja doradców na liderach i oddziaływanie poprzez nich na społeczności lokalne.

ANNA WOŹNIAK

EFFICIENCY OF CHANNELS OF INFORMATION TRANSFER IN THE DECISION PROCESS OF FARMERS

SUMMARY

The aim was to find out the information needs of farmers, where they derive necessary information, and how they make use of and value it.

Researches and surveys demonstrated that efficiency of transmission is impacted by factors connected with social milieu, channels of transfer, quality of information, activities of consulting institutions and firms covering with their services agriculture, a/o. in the range of transmitted know-how and information.

Quality improvement of informational services can be realised thanks to accomplishing among other of such conditions as:

- larger openness of firms and institutions by accessibility of information and co-creation of informational systems;
- broader and larger co-operation of particular channels/levels (e.g. of consulting, firms, media) in the range of gaining/ obtaining, processing and dissemination of information;
- larger advisors concentration by leaders and affecting through them local communities.