



MAREK NIEWĘGŁOWSKI *

Preferencje młodych rolników w zakresie informacji rynkowej

Preferences of young farmers in terms of market information

Abstrakt. W warunkach gospodarki rynkowej występują u rolników potrzeby w zakresie wiedzy i umiejętności zawodowych. Celem opracowania była identyfikacja potrzeb młodych rolników w odniesieniu do informacji rynkowej. W celu realizacji tematu przeprowadzono badania ankietowe, którymi objęto 90 rolników z powiatu siedleckiego w województwie mazowieckim. Młodzi rolnicy prowadzący swoje gospodarstwa od niedawna, posiadający małe doświadczenie, borykają się niejednokrotnie z wieloma trudnościami. Oprócz potrzeb w zakresie doradztwa ogólnorolniczego i ekonomiczno-organizacyjnego pojawia się zapotrzebowanie na doradztwo w zakresie zagospodarowania i zbytu produktów rolniczych. Przywiązują oni dużą rolę w pozyskaniu informacji i rozwiązywanie swoich problemów przez bezpośredni kontakt z doradcą, tak z firm prywatnych, jak również z ośrodków doradztwa rolniczego.

Słowa kluczowe: informacja rynkowa, doradztwo, młody rolnik

WSTĘP

Przedmiot zainteresowania systemu informacji rynkowej jest dość szeroki i uwzględnia dane o kształtowaniu się popytu, podaży oraz cen w różnych ogniwach łańcucha marketingowego. Informacja rynkowa zapewnia rynkowi przejrzystość, jeden z podstawowych warunków jego prawidłowego funkcjonowania. Dostęp do aktualnej informacji i umiejętność jej interpretowania decyduje często o powodzeniu ekonomicznym jednostek funkcjonujących na rynku [Jüttner i in. 2007, Christopher i Ryals 2014, Sobczyk 2016]. Jednocześnie wzrasta odpowiedzialność instytucji usługowych za poziom

i jakość udzielonej pomocy. Wśród nich szczególną rolę przypada doradztwu rolniczemu, które odpowiedzialne jest za ważny segment poczynąń związanych z wdrażaniem postępu rolniczego [Sikorska-Wolak i in. 2014].

Proces powstawania potrzeb jest głównie reakcją na zmiany w gospodarce, ekonomice, technice i technologii rolniczej oraz w sferze nauk rolniczych wytwarzających coraz to nowe innowacyjne rozwiązania. Dążenie do zastosowania nowoczesnych metod gospodarowania musi powodować powstawanie potrzeby zdobycia informacji o możliwości i zakresie niezbędnych zmian [Fountas i in. 2006, Adamczyk 2015].

Wiek odgrywa dużą rolę w pozytywnym postrzeganiu zmian. Młodzi rolnicy chcą inwestować w rozwój swoich gospodarstw, korzystać z funduszy UE oraz podnosić swoje kwalifikacje. W swojej działalności napotykają jednak wiele ograniczeń, na które często nie mają żadnego wpływu. By skutecznie rozwijać produkcję młodzi rolnicy potrzebują wsparcia ze strony instytucji doradczych, finansowych, naukowych, agend władzy centralnej i lokalnej, organizacji samorządowych itp. Wszystkie te elementy tworzą specyficzną infrastrukturę w rolnictwie, której nadrzędnym celem funkcjonowania jest znoszenie i łagodzenie wszelkich barier, tworzenie systemu zachęt do rozwoju konkurencyjnego rolnictwa, przez wzrost jego innowacyjności [Miś 2009, Vrabcová i Urbancová 2023].

Ważnym zagadnieniem staje się upowszechnianie postępu w rolnictwie. Rozpoczyna się ono przez zorganizowaną działalność prowadzącą do dostarczania rolnikom pomocy w zastosowaniu osiągnięć nauki, zdobyczy techniki w ich gospodarstwach, jak również w dziedzinie życia społecznego wsi. Zakres postępu zależy w głównym stopniu od osób go rozpowszechniających [Wawrzyniak 2000, Atkočiūnienė i Vazonienė 2019]. Producenci od doradców oczekują szczególnie skuteczności, posiadania szerokiej wiedzy i praktycznych umiejętności. Dobry doradca powinien być dyspozycyjny i otwarty na problemy rolników [Olszewska-Kuźniarska 2009].

Celem opracowania była identyfikacja potrzeb i oczekiwań młodych rolników w odniesieniu do informacji rynkowej.

MATERIAŁ I METODY

W celu realizacji tematu przeprowadzono w 2022 r. badania ankietowe, którymi objęto 90 gospodarstw rolnych prowadzonych przez młodych rolników, których wiek w chwili badań nie przekraczał 30 lat. Gospodarstwa położone były na terenie powiatu siedleckiego w województwie mazowieckim. Ankietowane gospodarstwa dla celów analizy podzielono na trzy grupy obszarowe. Pierwszą grupę stanowiło 28 (31,1%) najmniejszych gospodarstw o powierzchni do 10,0 ha, drugą najliczniejszą 46 (51,1%) o powierzchni od 10,0 do 20,0 ha, trzecią zaś grupę stanowi 16 (17,8%) największych gospodarstw, których obszar przekraczał 20,0 ha.

W pracy wykorzystano publikacje z zakresu problematyki przedmiotu oraz dane pochodzące z badań własnych. Opracowując wyniki zastosowano metodę tabelaryczno-opisową z elementami analizy porównawczej. Przy pomocy testu chi-kwadrat zbadano zależność pomiędzy grupami gospodarstw a sposobem pozyskiwania informacji, potrzebami rolników oraz ich oczekiwań wobec informacji. W przypadku gdy liczebność w podklasach była mniejsza niż 5 zastosowano poprawkę na ciągłość Yatesa [Sobczyk 2007]. Obliczenia wykonano w programie Statistica 13.5 przy $p \leq 0.05$.

WYNIKI I DYSKUSJA

Charakterystyka badanej grupy właścicieli gospodarstw wskazuje, że dominowali w niej rolnicy z wykształceniem średnim (58,9%). Kolejną grupę stanowili rolnicy z wykształceniem zawodowym (24,4%), natomiast wykształcenie wyższe deklarowało 16,7% ankietowanych. W większości były to osoby z wykształceniem kierunkowym rolniczym (96,7%). Stan dzisiejszej wiedzy potrzebnej do racjonalnego gospodarowania nie pozwala na odnoszenie sukcesów gospodarczych bez ciągłego uzupełniania i podnoszenia kwalifikacji zawodowych [Kłak 2010]. Ponadto prowadzenie gospodarstwa zawsze wiąże się z ryzykiem. Aby je ograniczyć, potrzebne są informacje o partnerach gospodarczych, sytuacji na rynku zaopatrzenia i zbytu, koniunkturze w kraju i na świecie [Buckley i Ghauri 2004, Czudec i in. 2008].

Przeprowadzone badania wykazały, że głównym źródłem informacji rynkowej dla młodych rolników obok Internetu (82,2%) byli doradcy (7,8%) oraz prasa fachowa (4,5% odpowiedzi). Pozostałe odpowiedzi stanowiły 5,5% (tab. 1). Przewaga Internetu wynikała w dużej mierze z jego ogólnej dostępności oraz możliwości szybkiego uzyskania potrzebnych informacji.

Tabela 1. Źródła informacji rynkowej
Table 1. Sources of market information

Źródło Source	Grupy gospodarstw/ Groups of holdings						Łączna liczba rolników Total number of farmers	On average (%)
	I		II		III			
	liczba rolników number of farmers	%	liczba rolników number of farmers	%	liczba rolników number of farmers	%		
Internet Internet	20	71,4	41	89,2	13	81,3	74	82,2
Doradcy Advisors	3	10,7	2	4,4	2	12,5	7	7,8
Prasa fachowa Professional press	1	3,6	2	4,4	1	6,2	4	4,5
Sąsiedzi Neighbors	2	7,1	0	–	–	–	2	2,2
Telewizja i radio Television and radio	1	3,6	1	2,2	–	–	2	2,2
Książki Books	1	3,6	0	–	–	–	1	1,1
Razem In total	28	100,0	46	100,0	16	100,0	90	100,0
Wartość testu chi–kwadrat/ The chi–squared test value: $\chi^2 = 15,33$; $p = 0,12$								

Źródło: badania własne/ Source: own research

Mimo że tylko dla 7,8% ankietowanych głównym źródłem informacji rynkowej byli doradcy, to na kolejne pytanie o korzystanie z porad doradców niemal wszyscy ankietowani odpowiedzieli twierdząco – 92,2%. Zdecydowana większość z nich (80%) korzysta z doradztwa specjalistycznego. To porady uzyskiwane przede wszystkim od handlowców z firm maszynowych, paszowych, nawozowych czy środków ochrony roślin. Tylko dla 12,2% ankietowanych pracownicy ośrodków doradztwa rolniczego byli ważniejszym źródłem informacji. Młodzi rolnicy prowadzący swoje gospodarstwa od niedawna, posiadający małe doświadczenie, borykają się niejednokrotnie z wieloma trudnościami. Przywiązują dużą rolę w pozyskaniu informacji i rozwiązywaniu swoich problemów przez bezpośredni kontakt z doradcą, tak z firm prywatnych, jak również z ośrodków doradztwa rolniczego (ODR).

Analiza statystyczna nie potwierdziła istotnych różnic pomiędzy źródłem informacji a wielkością gospodarstwa, w których młodzi rolnicy pracowali.

Przedstawione potrzeby respondentów wobec doradztwa rolniczego (tab. 2) zawierają się w jego definicji. Doradztwo rolnicze określane jest jako forma pomocy rolnikom w rozwiązywaniu ich problemów społecznych i ekonomicznych poprzez dostarczenie informacji ułatwiających podejmowanie decyzji i umożliwienie im podnoszenia kwalifikacji zawodowych oraz poziomu życia [Kujawiński 2012, Jeżyńska 2016]. Ponad 40% ankietowanych z I i II grupy obszarowej oczekuje głównie doradztwa w zakresie pomocy w znalezieniu dodatkowych źródeł dochodu. Młodzi aktywni rolnicy przy pomocy rodziny bez większych problemów godziliby pracę w gospodarstwie z inną. Działalność pozarolnicza byłaby ponadto możliwością pozyskania dodatkowych środków pieniężnych i szansą dla wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. To samo oczekiwanie dla posiadaczy gospodarstw powyżej 20 ha (grupa III) wskazało tylko 12,5% ankietowanych (2 osoby), gdyż dla tej grupy rolników najcenniejsze jest doradztwo dotyczące rynku i działań marketingowych (31,2% odpowiedzi). Związane jest to, jak się wydaje, z większą siłą ekonomiczną i skalą produkcji tych gospodarstw. Różnice te nie zostały jednak potwierdzone statystycznie, na co wskazuje wartość testu chi-kwadrat.

Rolnicy, w szczególności właściciele dużych gospodarstw, zdają sobie sprawę z ważności tych porad. Oczekują oni od doradców odpowiedzi na pytania: dla kogo produkować, co i ile produkować, za ile produkować. Ważna jest również informacja o przewidywanym popycie, który umożliwi dostosowanie produkcji do wymagań rynku [Mickiewicz i Wawrzyniak 2013].

Respondenci, niezależnie od wielkości gospodarstwa, zwracają również uwagę na potrzebę doradztwa ekonomiczno-organizacyjnego (18,9%), którego celem jest maksymalizacja dochodu rolniczego (tab. 2). Cel ten osiąga się przez równoczesne doskonalenie form organizacji gospodarstwa i sterowanie procesami intensyfikacji produkcji rolniczej. Rolnik nie ma wielkiego wpływu na relacje cen i kosztów, musi się do nich przystosować. Może jednak oddziaływać w sposób bezpośredni na organizację swego gospodarstwa i dostosować je do zmieniających się warunków gospodarowania. Przyjęty charakter i rozmiar produkcji zależy od przeprowadzonych kalkulacji ekonomicznych [Sass 2017]. Z tymi właśnie zagadnieniami młodzi rolnicy mają najwięcej problemów i potrzebują pomocy od fachowców z zewnątrz.

Zaskakująca jest dość wysoka pozycja doradztwa produkcyjno-technologicznego (17,8% odpowiedzi). Wynika ona, jak się wydaje, z faktu ciągłej potrzeby doskonalenia starych lub wprowadzania nowych, bardziej skutecznych technologii produkcji wpływających bezpośrednio na podnoszenie efektywności gospodarowania.

Tabela 2. Potrzeby rolników w zakresie doradztwa rolniczego
 Table 2. Farmers' needs regarding agricultural advisory services

Wyszczególnienie Specification	Grupy gospodarstw/ Groups of holdings						Łączna liczba rolników Total number of farmers	Średnio On average (%)
	I		II		III			
	liczba rolników number of farmers	%	liczba rolników number of farmers	%	liczba rolników number of farmers	%		
Dodatkowe źródła dochodu Additional sources of income	12	43,0	18	39,1	2	12,5	32	35,5
Ekonomiczno- -organizacyjne Economic and organisational	4	14,3	10	21,7	3	18,8	17	18,9
Produkcyjno- -technologiczne Production and technology	6	21,4	6	13,1	4	25,0	16	17,8
Rynek i marketing Market and marketing	2	7,1	5	10,9	5	31,2	12	13,3
Gospodarstwo domowe Household	2	7,1	3	6,5	2	12,5	7	7,8
Środowisko naturalne Natural environment	2	7,1	4	8,7	0	–	6	6,7
Wartość testu chi-kwadrat/ The chi-squared test value: $\chi^2 = 12,67$; $p = 0,242$								

Źródło: badania własne/ Source: own research

Potrzeby rolników dotyczące rynku i działań marketingowych znalazły się na kolejnej pozycji (13,3% odpowiedzi), co wskazuje na chęć uatrakcyjnienia swojej oferty na rynku. Następne 7,8% rolników chciałoby także doradztwa w zakresie wiejskiego gospodarstwa domowego. Jest to zagadnienie dość szerokie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę na konieczność koordynacji doradztwa rolniczego z doradztwem socjalno-bytowym, ponieważ trudno jest rozdzielić problematykę gospodarstwa rolnego od domowego. Występują między nimi określone związki i zależności. Modernizacja gospodarstwa rolnego idzie w parze z unowocześnianiem gospodarstwa domowego [Tirivayi i in. 2016]. W związku z tym działalność doradczą winna skupić się na pomocy w utrzymaniu higieny członków rodziny i otoczenia, ochrony zdrowia, organizacji wypoczynku i rozrywki, a także urządzeniu mieszkania, domu i zagrody z uwzględnieniem ich funkcji i estetyki. Na ostatnim miejscu ankietowani (6,7%) wskazali problematykę ochrony środowiska. Respondenci w przeważającej mierze nie zdają sobie sprawy z zagrożeń, jakie niesie rolnictwo konwencjonalne [Głodowska i Gałązka 2018], dlatego też rola doradztwa w tym zakresie jest bardzo istotna.

Widoczne były także pewne tendencje w kwestii treści i zakresu oczekiwanych przez rolników informacji rynkowych (tab. 3). Wobec coraz bogatszej oferty firm wytwarzających środki produkcji rolnej, przy małym zasobie środków finansowych, zainteresowanie rolników informacjami dotyczącymi pomocy w ich zakupie jest niewielkie (4,4%). W większym stopniu zainteresowanie ankietowanych koncentruje się na kupnie tych środków po jak najniższej cenie (6,7%). W obecnej sytuacji zamiast pomocy w zdobywaniu środków finansowych czy też urządzeń rolniczych niezbędnych do prowadzenia produkcji w gospodarstwie rolnicy oczekują przede wszystkim pomocy w zbyciu produktów (43,4%) oraz uzyskania informacji o ich cenach (28,9%). Tylko jeden ankietowany z III grupy (największych obszarowo gospodarstw) wskazał potrzebę informacji na temat zakupu ziemi. Wynika to raczej z powszechnie dostępnej informacji o sprzedawanej ziemi w danej okolicy, gdy pojawia się taka okazja i nie potrzeba na ten temat specjalnej informacji. Bardziej niekorzystnym zjawiskiem byłaby sytuacja, gdyby rolnicy nie byli zainteresowani powiększaniem powierzchni swoich gospodarstw oraz przekształcaniami struktury agrarnej. Analizując odpowiedzi rolników w zakresie oczekiwań wobec informacji rynkowej, należy mieć na uwadze aktualnie panującą trudną sytuację na rynku, związaną z wysoką inflacją oraz z wojną w Ukrainie [Sadowski 2022, Liadze i in. 2023].

Tabela 3. Zakres oczekiwań rolników wobec informacji rynkowej
Table 3. The extent of farmers' expectations of market information

Wyszczególnienie Specification	Grupy gospodarstw/ Groups of holdings						Łączna liczba rolników Total number of farmers	Średnio On average (%)
	I		II		III			
	liczba rolników number of farmers	%	liczba rolników number of farmers	%	liczba rolników number of farmers	%		
Zbyt produktów Sales of products	12	42,9	20	43,5	7	43,7	39	43,4
Ceny produktów Prices of products	8	28,5	12	26,1	6	37,4	26	28,9
Zakup maszyn i urządzeń Purchase of machinery and equipment	4	14,3	6	13,1	1	6,3	11	12,2
Zakup innych środków Purchase of other funds	4	14,3	5	10,8	1	6,3	10	11,1
Instytucje obsługujące Institutions supporting	0	–	3	6,5	0	–	3	3,3
Zakup ziemi Purchase of land	0	–	0	–	1	6,3	1	1,1
Wartość testu chi-kwadrat/ The chi-squared test value: $\chi^2 = 23,79^*$; $p = 0,008$								

* zależność istotna przy $p \leq 0,05$ / relevant when $p \leq 0.05$

Źródło: badania własne/ Source: own research

Analiza statystyczna wykazała, że występują różnice w oczekiwaniach rolników w zależności od wielkości gospodarstwa. Rolnicy prowadzący największe gospodarstwa zdecydowanie częściej (37,4%) oczekiwali informacji odnoszącej się do cen produktów i zupełnie nie oczekiwali informacji na temat zakupu obrotowych środków produkcji oraz o instytucjach obsługujących działalność rolniczą.

Pracownicy służb doradczych posługują się różnymi formami przekazywania informacji rolnikom (tab. 4). Największym zainteresowaniem wśród ankietowanych cieszy się doradztwo indywidualne (61,1%), które dominuje także we wszystkich grupach obszarowych. Rolnicy oczekują od doradców konkretnych, specjalistycznych odpowiedzi skierowanych bezpośrednio do nich. Metoda ta zapewnia bliski kontakt z rozmówcą i jest przekonująca. Jednak oprócz zalet posiada także wady. Jest formą kosztowną i czasochłonną. Dlatego też dużo uwagi poświęca się doradztwu grupowemu, które jest preferowane przez państwowe ośrodki doradztwa rolniczego. Tę formę jako oczekiwaną wskazał prawie co piąty ankietowany (17,8%). Wspólne spotkania sprzyjają wymianie doświadczeń, pozwalają na wybór i łączenie potrzebnych informacji pochodzących od doradców i innych rolników. Suma wiedzy i umiejętności przekazywanych sobie wzajemnie podczas spotkań grupowych jest znacznie większa niż w przypadku spotkań indywidualnych. Podobne tendencje widzą również inni autorzy [Dorofiejczuk-Paradny i Zawisza 2011, Zawisza 2012, Kielbasa 2015].

Tabela 4. Oczekiwane formy pracy służb doradczych
Table 4. Expected forms of work of advisory services

Wyszczególnienie Specification	Grupy gospodarstw/ Groups of holdings						Łączna liczba odp. Total number of responses	Średnio On average (%)
	I		II		III			
	liczba odp. number of responses	%	liczba odp. number of responses	%	liczba odp. number of responses	%		
Doradztwo indywidualne Individual advice	18	64,3	29	63,1	8	50,0	55	61,1
Mieszane formy doradztwa Mixed forms of advisory	6	21,4	8	17,4	5	31,3	19	21,1
Doradztwo grupowe Group advice	4	14,3	9	19,5	3	18,7	16	17,8
Wartość testu chi-kwadrat/ The chi-squared test value: $\chi^2 = 1,94$; $p = 0,746$								

Źródło: badania własne/ Source: own research

Porównując oczekiwania i potrzeby rolników z ofertą ośrodków doradztwa rolniczego można dostrzec istniejące na wielu płaszczyznach zbieżności. Dotyczy to głównie standardowego zakresu usług, w skład których wchodziły obok szkoleń, pokazy, demonstracje, wyjazdy szkoleniowe i konkursy. Rolnicy, szczególnie młodzi oczekują jednak od doradców więcej konkretnych, specjalistycznych informacji przekazywanych im podczas indywidualnych spotkań. Pracownicy ośrodków doradztwa rolniczego powinni ponadto w większym stopniu pomagać rolnikom wahającym się co do wyboru kierunku

produkcji z podjęciem trafnej decyzji. W tej kwestii wiedza doradców dotycząca trendów i perspektyw w rozwoju rolnictwa jest nieodzowna. Mimo pewnych rozbieżności pomiędzy oczekiwaniami rolników a działalnością ośrodków doradztwa rolniczego, większość ankietowanych skutecznie zaspokaja swoje potrzeby w zakresie informacji rynkowej u doradców.

Oczekiwania wobec form pracy służb doradczych były takie same zarówno wśród rolników prowadzących najmniejsze jak i największe gospodarstwa ($\chi^2 = 1,94$; $p = 0,746$).

PODSUMOWANIE

Można stwierdzić, że w warunkach gospodarki rynkowej wśród rolników pojawiają się potrzeby w zakresie wiedzy i umiejętności zawodowych. Oprócz zapotrzebowania w zakresie doradztwa ogólnorolniczego i ekonomiczno-organizacyjnego pojawia się popyt na doradztwo w zakresie zagospodarowania i zbytu produktów rolniczych. Nie bez znaczenia dla młodych rolników są też informacje dotyczące cen, relacji pomiędzy popytem a podażą czy wielkości nakładów. Oczekiwana jest także analiza bieżącej i prognozowanej koniunktury rynkowej. Dużym zainteresowaniem cieszą się również informacje dotyczące możliwości zdobycia dodatkowych, pozarolniczych źródeł dochodu związanych z wielofunkcyjnym rozwojem obszarów wiejskich.

Oferta ośrodków doradztwa rolniczego dotycząca głównie szablonowego zakresu usług jest zbieżna z potrzebami rolników. Stawiają oni jednak na konkretne, specjalistyczne informacje przekazywane indywidualnie. Poza tym, doradcy powinni mieć aktualną wiedzę odnoszącą się do trendów i strategii rozwoju rolnictwa, by umieć wskazać rolnikom odpowiednie kierunki produkcji. Występujące rozbieżności nie zniechęcają ankietowanych do poszukiwania odpowiedzi u doradców na rodzące się pytania w zakresie informacji rynkowej.

PIŚMIENNICTWO

- Adamczyk G., 2015. Wybrane aspekty zachowań młodych konsumentów w nowych realiach rynkowych. *Handel Wewn.* 354(1), 5–16.
- Atkočiūnienė V., Vazonienė G., 2019. Smart village development principles and driving forces: the case of Lithuania. *Eur. Countrys.* 11(4), 497–516. <https://doi.org/10.2478/euco-2019-0028>
- Buckley P.J., Ghauri P.N., 2004. Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. *J. Int. Bus. Stud.* 35, 81–98. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400076>
- Christopher M., Ryals L.J., 2014. The supply chain becomes the demand chain. *J. Bus. Logist.* 35(1), 29–35. <https://doi.org/10.1111/jbl.12037>
- Czudec A., Kata R., Miś T., Zajac D., 2008. Rola lokalnych instytucji w przekształcaniach rolnictwa o rozdrobnionej strukturze gospodarstw. Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, 15–17.
- Dorofiejczuk-Paradny J., Zawisza S., 2011. Ewolucja systemów wsparcia doradczego na świecie – od doradztwa państwowego do prywatnych usług doradczych. *Zag. Dor. Rol.* 63(1), 13–28.
- Fountas S., Wulfsohn D., Blackmore B.S., Jacobsen H.L., Pedersen S.M., 2006. A model of decision-making and information flows for information-intensive agriculture. *Agric. Syst.* 87(2), 192–210. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2004.12.003>
- Głodowska M., Gałązka A., 2018. Intensyfikacja rolnictwa a środowisko naturalne. *Zesz. Probl. Postęp. Nauk Rol.* 592, 3–13. <https://doi.org/10.22630/ZPPNR.2018.592.1>

- Jeżyńska B., 2016. Funkcje doradztwa rolniczego w europejskim partnerstwie innowacyjnym na rzecz wydajnego i zrównoważonego rolnictwa EPI-AGRI. Opinie i Ekspertyzy OE-246, Biuro Analiz i Dokumentacji, Zespół Analiz i Opracowań Tematycznych, Kancelaria Senatu, Warszawa, 3–12.
- Jüttner U., Christopher M., Baker S., 2007. Demand chain management—integrating marketing and supply chain management. *Ind. Mark. Manag.* 36(3), 377–392. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2005.10.003>
- Kielbasa B., 2015. Doradztwo rolnicze w procesie identyfikacji i likwidowania barier zarządzania gospodarstwem rolnym przez młodych rolników. *Tur. Rozw. Reg.* 4, 45–55. <https://doi.org/10.22630/TIRR.2015.4.19>
- Kłak M., 2010. Zarządzanie wiedzą we współczesnym przedsiębiorstwie. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach, Kielce, 7–19.
- Kujawiński W., 2012. Metodyka działalności upowszechnieniowej publicznej rolniczej organizacji doradczej. CDR w Brwinowie Oddział w Poznaniu, Poznań, 15–17.
- Liadze I., Macchiarelli C., Mortimer-Lee P., Sanchez Juanino P., 2023. Economic costs of the Russia-Ukraine war. *World Econ.* 46(4), 874–886. <https://doi.org/10.1111/twec.13336>
- Mickiewicz A., Wawrzyniak B.M., 2013. Przebieg kształcenia i doskonalenia zawodowego kadry doradczej w okresie przedakcesyjnym i po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego* 72(2), 10–22.
- Miś T., 2009. Specyficzne uwarunkowania prowadzenia gospodarstw przez młodych rolników. *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie*, 75, 149–160.
- Olszewska-Kuźniarska, S., 2009. Wybrane aspekty doradztwa rolniczego. *Rocz. Nauk. Ekonom. Rol. Rozw. Obsz. Wiej.* 96(4), 166–171. <https://doi.org/10.22630/RNR.2009.96.4.79>
- Sadowski A., 2022. Ceny i relacje cenowe w rolnictwie w warunkach niepewności rynkowej na przykładzie Polski. *Zag. Dor. Rol.* 111(1), 19–30.
- Sass R., 2017. Doradztwo rolnicze – doświadczenia transformacji i nowe wyzwania. *Annals PAAAE*, XIX (2), 211–219. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0010.1193>
- Sikorska-Wolak I., Krzyżanowska K., Parzonko A. J., 2014. Doradztwo w zmieniającej się sytuacji społeczno-ekonomicznej obszarów wiejskich. Wydawnictwo SGGW, 5–8.
- Skarżyńska A., 2012. Rachunek kosztów działań – nowe spojrzenie. *Zag. Ekon. Rol.* (3) 43–67. <https://open.icm.edu.pl/handle/123456789/5767>
- Sobczyk G., 2016. Rola i źródła informacji rynkowych w działalności przedsiębiorstw – wyniki badania. *An. Un. Mariae Curie-Skłodowska, Sec. H Oecon.* 50(3), 173–183. <https://doi.org/10.17951/h.2016.50.3.173>
- Sobczyk M., 2007. *Statystyka*. PWN, Warszawa.
- Tirivayi N., Knowles M., Davis B., 2016. The interaction between social protection and agriculture: A review of evidence. *Glob. Food Sec.* 10, 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2016.08.004>
- Vrabcová P., Urbancová H., 2023. Sustainable innovation in agriculture: Building a strategic management system to ensure competitiveness and business sustainability. *Agric. Econ. – Czech* 69(1), 1–12. <https://doi.org/10.17221/321/2022-AGRICECON>
- Wawrzyniak B.M., 2000. Doradztwo w agrobiznesie. Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna we Włocławku, Włocławek, 16–18.
- Zawisza S., 2012. Przemiany systemu doradztwa rolniczego w Polsce w świetle potrzeb doradczych mieszkańców wsi. *Zag. Dor. Rol.* 69(3), 20–34.

Źródło finansowania: Badania przeprowadzone w ramach zadania badawczego nr 162/23/B zostały sfinansowane z dotacji na naukę przyznanej przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Abstract. In the conditions of a market economy, farmers have needs in terms of knowledge and vocational skills. The aim of the study was to identify the needs of young farmers in relation to market information. In order to implement the topic, survey research was conducted among 90

farmers from the Siedlce district in the Masovian Voivodeship. Young farmers who have only recently started farming have little experience and often face many difficulties. In addition to needs in the field of general agricultural consultancy and business-organization consultancy, there is a need for advice on product development and marketing. They attach great importance to obtaining information and solving their problems through direct contact with advisors, both from private companies and agricultural advisory centres.

Keywords: market information, consulting, young farmer

Otrzymano/Received: 09.02.2024
Zaakceptowano/Accepted: 05.09.2024
Opublikowano/Published: 02.12.2024