

Witold Boguta

Fundacja Spółdzielczości Wiejskiej

Czesław Siekierski

Katedra Ekonomiki i Organizacji Gospodarstw Rolniczych SGGW

Grupy producentów rolnych jako czynnik doskonalenia produkcji i obrotu produktami rolnymi

Sposób, w jaki producenci rolni patrzą na swoją działalność zależy w dużym stopniu od ich poglądów i aspiracji. Można wyróżnić dwa skrajne stanowiska:

- rolnik ukierunkowany na produkcję,
- rolnik ukierunkowany na marketing.

Rolnik ukierunkowany na produkcję koncentruje się na produkcji, nie przykładając większej wagi do tego, czy swój produkt będzie mógł sprzedać. Stąd jego decyzje oparte są na tradycji danego gospodarstwa, powielają decyzje sąsiadów lub są oparte na bieżących sygnałach płynących z rynku. Ukierunkowanie na produkcję może przynosić efekty w warunkach istnienia rynku producenta. Taka sytuacja w rolnictwie występuje jednak bardzo rzadko.

Rolnik ukierunkowany na marketing stara się wyprodukować towary, na które jest zapotrzebowanie i które będzie mógł sprzedać. Występujące w Polsce dość powszechnie zjawisko oczekiwania sprzedaży tego, co się w gospodarstwie wyprodukuje, nie znajduje uzasadnienia w znanych i stosowanych definicjach marketingu, a także w praktyce działań na rynku.

Struktura produkcyjna rolnictwa w Polsce odznacza się dużą liczbą małych gospodarstw. Jednocześnie gospodarstwa te w zdecydowanej większości prowadzą produkcję wielokierunkową. Z rozdrobnionej struktury gospodarstw wynika kilka ograniczeń dla marketingu gospodarstw rolniczych:

- bardzo mała siła finansowa większości gospodarstw nie pozwala na zastosowanie instrumentów marketingu oraz ogranicza możliwość zdobywania ważnych dla marketingu informacji,
- stosunkowo niska wiedza i małe umiejętności marketingowe osób zatrudnionych w gospodarstwach utrudniają stosowanie kompleksowych koncepcji marketingowych,
- mały potencjał produkcyjny pojedynczych gospodarstw powoduje, że w odniesieniu do większych odbiorców produktów rolnych ich zabiegi marketingowe nie pozwalają osiągnąć oczekiwanych rezultatów.

W każdym z powyższych przypadków pozycja rolnika poprawia się, jeżeli działa on w grupie. Oczywiście im grupa swoją ofertą jest w stanie lepiej odpowiedzieć na zapotrzebowanie odbiorcy i im lepiej potrafi spełniać swoje funkcje marketingowe, tym efekty jej pracy są lepsze. Nie bez znaczenia jest tutaj stopień koncentracji podaży na poziomie grupy (wielkość produkcji sprzedawanej przez grupę a powstałej w gospodarstwach jej członków).

W europejskim i światowym rolnictwie, którego częścią staje się również polskie rolnictwo, w gospodarstwach rolnych coraz bardziej zanika produkcja żywności na własne potrzeby na rzecz produkcji towarowej, następuje ścisłe powiązanie z rynkiem, a rolnik produkuje to i w taki sposób, jak oczekuje konsument.

Urynkowanie i umiędzynarodowienie polskiego rolnictwa i gospodarki żywnościowej sprawia, że polscy rolnicy z jednej strony mają lepszy dostęp do rynków zagranicznych, z drugiej jednak strony zarówno na rynku krajowym, jak i na rynkach zewnętrznych muszą sprostać konkurencji, dostosować się do wymagań i zasad handlu ustalonych przez ugrupowania gospodarcze, np. Unię Europejską czy Światową Organizację Handlu (WTO).

Pojedynczemu gospodarstwu coraz trudniej jest sprostać oczekiwaniom odbiorcy, który poszukuje dużych partii jednorodnego produktu, o ściśle określonej jakości, odpowiednio przygotowanego. Jeżeli odbiorcą jest handel, to będzie on oczekiwał również ciągłości dostaw w ciągu całego roku. Chcąc sprostać oczekiwaniom, rolnik stosuje nowoczesne technologie i nowoczesne wyposażenie techniczne, a na etapie przed- i poprodukcyjnym współpracuje z innymi rolnikami, obniżając w ten sposób koszt produkcji oraz oferując większe partie jednorodnego produktu. Tak prowadzone gospodarstwo staje się integralną częścią agrobiznesu.

Rolnicy gospodarujący w państwach członkowskich Unii Europejskiej z reguły nie działają w pojedynkę. Zorganizowani są oni w wiele różnorodnych podmiotów reprezentujących i broniących ich zawodowych interesów. Do podmiotów tych należą m.in. spółdzielnie, odgrywające w niektórych krajach bardzo dużą rolę (tab. 1).

Spółdzielczość znajduje swoje miejsce we wszystkich istniejących obecnie gospodarkach świata. Chociaż powstała ona w środowisku miejskim, to szczególnie korzystne warunki dla swojego rozwoju znalazła na wsi. Organizacje spółdzielcze mają silną i ustabilizowaną pozycję na rynku rolnym Unii Europejskiej. Odgrywają one ważną rolę w zakresie doskonalenia struktury agrarnej, jak też w organizowaniu i funkcjonowaniu rynków poszczególnych produktów i grup produktów rolnych.

Jednym z typów spółdzielni są spółdzielnie zrzeszające producentów rolnych – zwane powszechnie „grupami producentów rolnych”. Termin ten nie oznacza formy prawnej zorganizowania się producentów, a jedynie wskazuje na cha-

rakter i funkcje spełniane na rynku przez taką organizację. Grupy zrzeszają producentów produkujących na skalę towarową dany produkt (np. ziemniaki, trzodę chlewną, truskawki itp.) lub grupę produktów (zboża, warzywa, owoce). Przyjmują one różne formy prawne, dopuszczone prawem danego państwa, jednak w praktyce są to spółdzielnie, ponieważ w swoim działaniu stosują podstawowe zasady określające istotę organizacji spółdzielczych. Muszą mieć one na celu koncentrację i ujednolicanie podaży, dostosowywanie jej do potrzeb rynku, szczególnie pod kątem jakości i ilości, a tym samym pozytywne oddziaływanie na organizację rynku. Grupy muszą dostarczać na rynek produkty rolnicze, to znaczy te, które są nie przetworzone lub tylko wstępnie przetworzone. Wykaz produktów rolniczych stanowi załącznik numer II do Traktatu Rzymskiego ustanawiającego Wspólnotę Europejską.

Tabela 1

Udział w rynku spółdzielczości wiejskiej w Unii Europejskiej

Kraj	Mleko	Owoce i warzywa	Mięso	Zboża	Zaopatrzenie
Austria	90	–	50	60	–
Belgia	50	70–90	20–30	–	–
Dania	93	20–25	66–93	87	64–59
Finlandia	94	–	68	–	40–60
Francja	49	35–50	27–88	75	50–60
Grecja	20	12–51	5–30	49	–
Hiszpania	35	15–40	20	20	–
Holandia	82	70–96	35	–	40–50
Irlandia	100	–	30–70	69	70
Luksemburg	80	–	25–30	70	75–95
Niemcy	55–60	60	30	–	50–60
Portugalia	83–90	35	–	–	–
Szwecja	99	60	79–81	75	75
Wlk. Brytania	98	35–45	±20	20	20–25
Włochy	38	41	10–15	15	15

Źródło: *Onno-Frankvan Bekkum, Agricultural Co-operatives in the European Union – Trends and Issues on the Eve of the 21st Century*. Van Gorcum 1997, s. 29.

Istotą spółdzielni zrzeszających producentów rolnych (grup producentów rolnych) jest to, że są one swoistym „przedłużeniem gospodarstw” członków, pozwalającym im uczestniczyć w dalszych ogniwach obrotu produktami rolnymi i poprawiać dochodowość gospodarstw przez przechwytywanie marż handlowych.

Grupy producentów rolnych w Polsce

W Polsce od początku lat dziewięćdziesiątych trwa proces organizowania się w grupy producentów rolnych produkujących na skalę towarową. Można szacować, że obecnie mamy w Polsce około 400 zarejestrowanych grup. Najwięcej zorganizowali ich producenci owoców i warzyw, następnie trzody chlewnej. Znacznie mniej grup utworzyli producenci podstawowych produktów w polskim rolnictwie, takich jak zboża czy ziemniaki. Z szacunkowych wyliczeń wynika, że zorganizowani producenci dysponują zaledwie kilkoma procentami produkcji towarowej sprzedawanej rocznie w skali kraju. Procent faktycznej sprzedaży dokonywanej poprzez grupy jest jeszcze niższy. Stan ten sprawia, że na obecnym etapie rozwoju grupy producentów rolnych odgrywają małą rolę w organizacji rynku produktów rolnych, aczkolwiek istnieje wiele przykładów wskazujących na ewidentne korzyści współpracy rolników w ramach grup. Należy oczekiwać, że podobnie jak w innych państwach o rozwiniętym rolnictwie, ta forma spółdzielczości będzie dominowała na polskiej wsi.

Działające grupy napotykać wiele problemów finansowych, organizacyjnych, marketingowych czy wreszcie związanych z mentalnością samych rolników i otoczenia. Przewyciężanie tych problemów wymaga, podobnie jak w innych państwach, wsparcia szkoleniowo-doradczego, ale również finansowego. Pewne szanse w tym zakresie stwarza uchwalona 15 września 2000 roku ustawa o grupach producentów rolnych i ich związkach, pozwalająca grupom spełniającym ustawowe wymagania korzystać z dotacji, kredytów preferencyjnych i w pewnym zakresie ze zwolnienia z podatku od nieruchomości.

Korzyści współpracy w grupie

Działalność w grupie przynosi producentom korzyści czyniąc ich pracę bardziej efektywną. Wyraża się to głównie w:

- poprawie konkurencyjności i budowie partnerskich kontaktów z innymi uczestnikami rynku,
- poprawie ekonomicznych efektów gospodarowania przez:
 - ograniczenie liczby pośredników,
 - dostosowanie produkcji do wymogów rynku,
 - wspólne inwestycje służące magazynowaniu, przechowywaniu i przygotowaniu produktów do handlu,
 - wspólną promocję oraz umieszczanie produktów na rynku – oparte na zatrudnionych specjalistach,
- wieloletnich powiązaniach kooperacyjnych z odbiorcami, pozwalających na minimum stabilizacji pojedynczych gospodarstw.

Grupa producentów rolnych przez zwiększenie skali oferty towarowej wzmacnia swoją pozycję rynkową, może wynegocjować korzystniejsze warunki zaopatrzenia i zbytu. Działalność w grupie prowadzi też do znalezienia odbiorcy i związania się z nim umowami. Dzięki temu rolnicy lepiej znają oczekiwania rynku w zakresie asortymentu, ilości i sposobu przygotowania produktów do handlu.

Wielu odbiorców-handlowców oczekuje ciągłości dostaw w ciągu całego roku. Skala produkcji jednego gospodarstwa tego nie gwarantuje. Rolnik sam nie dysponuje (poza nielicznymi wyjątkami) odpowiednimi urządzeniami do przygotowania produktu do sprzedaży. Może to gwarantować grupa, a właściwie dopiero kilka grup ze sobą współpracujących (związek grup). Mogą one zapewnić swoim członkom możliwości zainwestowania w przetwarzanie i odpowiednie przygotowanie produktów do handlu, co zmniejszy jednostkowe koszty składowania, przetwarzania i zbytu. Grupa umożliwi łatwiejszy dostęp do informacji rynkowej i w miarę potrzeb profesjonalne doradztwo.

Podejmowanie działań na rynku coraz częściej jest związane z koniecznością posiadania wiedzy i umiejętności, szczególnie z zakresu marketingu i negocjacji. Przeciętny producent z reguły ich nie ma. Stąd też w grupie należy zatrudnić (choćby na część etatu) osobę do tych prac.

Na zorganizowanym rynku produktów rolnych członkostwo w grupie jest istotnym warunkiem funkcjonowania gospodarstwa na rynku i poprawy ekonomicznej efektywności jego gospodarowania.

Główne funkcje spełniane przez grupy na rynku

W państwach o dobrze zorganizowanym rynku produktów rolnych grupy producentów są podstawowym elementem struktury tego rynku. Spełniają wiele ważnych funkcji, w tym przede wszystkim realizują zadania w zakresie:

- planowania i dostosowywania produkcji do popytu pod względem asortymentu, ilości i jakości,
- koncentracji podaży, co jest odpowiedzią na występującą na rynku koncentrację popytu,
- budowy powiązań rynkowych (grupa – przetwórca – handel) sprzyjających planowaniu i stabilizacji podaży oraz stabilizacji cen.

Nie można jednak zapominać, że dobrze zorganizowany rynek produktów rolnych to również wymierne korzyści dla konsumentów, którzy w ten sposób otrzymują jednorodny, spełniający standardy jakościowe, dobrze zapakowany i oznakowany produkt.

Zmiany zachodzące w przetwórstwie

Z badań przeprowadzonych przez G. Morkis wynika, że ponad połowa przedsiębiorstw przemysłu spożywczego ma problemy z pozyskaniem potrzebnych do produkcji surowców. Największe problemy występują w zakresie oczekiwanej jakości surowca, kolejnym problemem jest zbyt duże rozdrobnienie bazy surowcowej powodujące małe, jednorazowe dostawy. Wśród problemów związanych z zaopatrzeniem w surowce zakładów przetwórczych wymienia się jeszcze: brak rytmiki dostaw, wysokie i niestabilne ceny surowców, dużą sezonowość i zbyt dużą płynność dostaw, problemy z firmami transportowymi, niedotrzymywanie terminów dostaw. Jednocześnie z tych samych badań wynika, że w 90% dostawcami surowców do ankietowanych zakładów przetwórczych byli rolnicy indywidualni. Ich udział w zaopatrzeniu w surowce nie uległ istotnej zmianie w latach 1992–1997.

W ostatnim dziesięcioleciu nastąpiły istotne zmiany z zakresie organizacji bazy surowcowej zakładów przetwórczych, chociaż występują istotne różnice między branżami. Ogólnie zmiany dotyczą kanałów dystrybucji oraz ich uczestników. Przestała funkcjonować większość państwowych gospodarstw rolnych i central handlu zagranicznego, znacznemu ograniczeniu uległa rola wiejskich spółdzielni zaopatrzenia i zbytu (spółdzielnie gminne oraz ogrodniczo-pszczelarskie). Ich miejsce zajęły wielkoobszarowe prywatne gospodarstwa rolne, prywatne firmy marketingowe pośredniczące w zaopatrzeniu w surowiec, a także rozwijające się grupy producentów rolnych.

Wiele zakładów przetwórczych przywiązuje coraz większą wagę do tworzenia trwałych powiązań z producentami. Jakkolwiek obecnie dominuje bezpośredni kanał dystrybucji surowca, składający się z producentów i zakładu przetwórczego, to należy oczekiwać, że coraz większego znaczenia będzie nabierał pośredni kanał dystrybucyjny, składający się z producentów surowca, pośredników i zakładu przetwórczego. Zaletą tego kanału jest redukcja ogólnej liczby dostawców (Morkis 2000). Swego rodzaju pośrednikami w takim łańcuchu dystrybucyjnym są grupy producentów rolnych.

Najczęściej występującą formą współpracy przemysłu przetwórczego z rolnikami jest kontraktacja. Stosuje ją ponad 60% zakładów, a wśród zakładów wstępnego przerobu ponad 80% (Morkis 2000). Zawierane umowy kontraktacyjne określają ceny, terminy i formy płatności, ale również zobowiązują producenta do stosowania określonej technologii uprawy, wskazanego rodzaju materiału siewnego, określają oczekiwaną jakość surowca oraz sposób jego przygotowania do sprzedaży.

Sytuacja w zakresie stosowania tej formy współpracy jest różna w poszczególnych branżach. Na rynku zbóż coraz powszechniejszy staje się skup wolnorynkowy. Z roku na rok maleje udział zboża dostarczanego na podstawie

umów kontraktacyjnych. Wynika to głównie z faktu, że umowy nie gwarantują producentom żadnych korzyści finansowych, a przede wszystkim nie gwarantują ceny (Trębacz, Hełpa 2000).

Zakłady przetwórcze wszystkich branż konkurując na rynku muszą sprostać wymogom jakościowym oczekiwanym przez konsumentów. Dobry jakościowo produkt o wysokiej i powtarzalnej jakości zależy wprost od jakości surowca. Występuje wzajemna zależność między jakością produktów a jakością surowca: zakład przetwórczy nie wyprodukuje dobrego jakościowo wyrobu bez dobrej jakości surowca, z kolei produkcja dobrej jakości surowca jest niecelowa przy braku zapotrzebowania na nią ze strony zakładu przetwórczego.

Baza surowcowa w przypadku większości produktów jest mocno rozdrobniona. Utrudnia to rolnikom stosowanie nowoczesnych technologii, a tym samym często uniemożliwia uzyskiwanie produktu właściwej jakości.

Powiązania grup z odbiorcami chcącymi tworzyć swoją bazę surowcową może mieć również ten wymiar, że odbiorca zaangażuje się w różne formy wsparcia producentów. Może to być kredytowanie zakupu środków do produkcji, zakup sprzętu specjalistycznego, fachowe doradztwo itp. Taki sposób działania odbiorcy jest szczególnie ważny w sytuacji braku kapitału w rolnictwie.

Zmiany w handlu detalicznym

Godnym zauważenia przez producentów jest nowy odbiorca produktów rolnych, jaki pojawił się w ostatnich latach na polskim rynku. Odbiorcą tym są sieci supermarketów. W USA i większości państw europejskich supermarkety opanowały handel detaliczny w znacznym procencie – od 51 w Niemczech, do 80 we Francji i prawie 100 procent w Szwajcarii. Wymagane przez nie ciągłość i terminowość dostaw oraz określony sposób przygotowania produktu, tak by nadawał się bezpośrednio na półkę sklepową, sprawia, że polscy producenci często mogą ustępować miejsca zagranicznej konkurencji.

Główne przeobrażenia zachodzące w handlu żywnością w państwach wysoko rozwiniętych związane są z dostosowywaniem się handlu do wyzwań stawianych przez szybko zmieniające się otoczenie społeczno-ekonomiczne. Do najważniejszych z tych wyzwań należy zaliczyć:

- nasilającą się konkurencję, globalizację i koncentrację przedsiębiorstw,
- rosnące wymagania konsumentów,
- coraz ściślejsze i bardziej złożone powiązania między producentami, przetwórcami i dystrybucją,
- rozwój informatyki (Pilarski, Kozłowski 2000).

Zdaniem tych samych autorów, w polskim handlu detalicznym występuje w dalszym ciągu duże rozdrobnienie, chociaż następuje powolny proces konsolidacji rynku, a także wzrasta systematycznie liczba wielkopowierzchniowych jednostek handlowych i skala koncentracji handlu.

Należy oczekiwać, że w Polsce, podobnie jak to miało i ma miejsce w państwach Europy Zachodniej, nastąpią przemiany w dystrybucji produktów żywnościowych, polegające głównie na:

- rozwoju wielkopowierzchniowych jednostek handlu detalicznego (sieci super- i hipermarketów),
- nasileniu się procesów koncentracji i konkurencji w handlu detalicznym, co może doprowadzić do likwidacji i zmiany profilu działania wielu firm, szczególnie prowadzących małą liczbę specjalistycznych sklepów, przy jednoczesnym zwiększaniu szans sieci sklepów,
- rozwoju małych jednostek handlowych o korzystnej lokalizacji (sklepy osiedlowe, na stacjach benzynowych itp.),
- konsolidacji hurtu,
- rozwoju nowoczesnych form handlu hurtowego i giełd towarowych (Pilarski, Kozłowski 2000).

Jakkolwiek należy oczekiwać, że w przyszłości na rynku będzie miejsce dla różnej wielkości sklepów, to zakłada się, że sklepy wielkopowierzchniowe, również w Polsce, będą miały dominujący udział w rynku. Spowoduje to zmiany w systemie zaopatrzenia handlu i dystrybucji produktów rolnych i żywnościowych na korzyść tych przedsiębiorców, którzy będą w stanie zaoferować duże partie towarów o wyrównanej, oczekiwanej przez odbiorcę jakości, zapewnić ciągłość dostaw i właściwe przygotowanie produktów do handlu.

Zorganizowanie rynku produktów rolnych w Polsce

Dotychczas w Polsce mamy do czynienia ze słabo zorganizowanym rynkiem produktów rolnych, który charakteryzuje się małą liczbą trwałych powiązań między producentami a odbiorcami płodów rolnych. Inną jego cechą jest postępująca z każdym rokiem koncentracja popytu przy ciągle bardzo rozproszony podaży. Na rynku mamy coraz mniejszą liczbę odbiorców poszukujących coraz większych partii jednorodnego produktu oraz bardzo dużą liczbą rolników-dostawców.

Zorganizowany rynek świeżych produktów rolnych musi być oparty na rynkach pierwotnych oraz rynkach wtórnych (dystrybucyjnych). Produkcja surowca dla przetwórstwa powinna być oparta na wieloletnich umowach kontraktacyjnych, pozwalających rolnikom właściwie planować produkcję.

Terminem „rynek pierwotny” określa się podmioty lub organizacje gospodarcze, które są zarządzane przez producentów, posiadające znaczny potencjał

towarowy i wyposażone w urządzenia techniczne do przechowywania i przygotowania produktów do handlu (w tym uszlachetniania). Głównym celem ich działalności jest doprowadzenie do koncentracji jednorodnej produkcji, wytwarzanej w różnych gospodarstwach, ale według ujednoczonych technologii. Doprowadzenie do koncentracji podaży stwarza możliwości wypracowania wartości dodanej przez uszlachetnianie towarów, możliwości wspólnego magazynowania, przechowywania oraz wspólnej sprzedaży produktów. Powstają wtedy możliwości poprawienia ciągłości i rytmiczności dostaw produktów.

Większość zorganizowanych grup producentów rolnych ma ograniczony potencjał produkcyjny oraz mały kapitał własny. Dodatkowo mają one trudny dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania, które mogłyby mieć wpływ na poprawienie pozycji grupy producentów jako partnera na rynku. Wynika stąd konieczność współpracy grup i tworzenia formalnych związków, które poza rynkowymi mogą pełnić wiele innych funkcji. Szanse takie stwarza utworzony w czerwcu 2000 roku krajowy Związek Grup Producentów Rolnych, zrzeszający kilkadziesiąt grup z całej Polski.

Budowane rynki hurtowe (dystrybucyjne) są miejscem spotkania dostawcy produktu z hurtowym odbiorcą. W zasięgu rynku hurtowego powinno powstać kilka grup producentów (związków grup) – rynków pierwotnych. Nieodzowną formą współpracy powinno być przekazywanie grupom informacji rynkowej oraz świadczenia usług doradczych. Grupy producentów mogłyby stać się silnym i trwałym operatorem rynku hurtowego, dostarczającym produkty, które zarówno co do ilości, jak i jakości spełniać będą wymagania odbiorców.

Doświadczenia zagraniczne wskazują, że tylko silne grupy producentów zdolne są do samodzielnego uczestnictwa na rynkach dystrybucyjnych. Obecnie istnieje duża dysproporcja pomiędzy zorganizowaniem rynków wtórnych a zorganizowaniem rynku pierwotnego, na niekorzyść tego ostatniego.

Organizacje i porozumienia międzybranżowe

Organizacje i porozumienia międzybranżowe, zwane też interdyscyplinarnymi, w państwach członkowskich Unii Europejskiej mają różne formy prawne i różny zakres zadań. Wspólnym mianownikiem ich działalności jest koordynacja pozioma w danej branży, dająca w konsekwencji przewagę tej branży w danym kraju nad konkurentami.

W części państw europejskich istnieją przepisy prawne regulujące działalność organizacji interdyscyplinarnych. W Hiszpanii ustawę o organizacjach interdyscyplinarnych wprowadzono w 1994 roku, chociaż już przed 1986 rokiem istniało tam kilka takich organizacji. W Holandii organizacje te działają od początku lat pięćdziesiątych.

Organizacje międzybranżowe zrzeszają producentów, handlowców, przetwórców, same nie zajmują się produkcją, przetwórstwem czy handlem, ograniczając się do działań koordynacyjnych, badawczych, szkoleniowych, informacyjnych, promocji i marketingu.

Organizacje interdyscyplinarne realizują wiele działań w jednym lub kilku regionach Wspólnoty, uwzględniając przy tym interesy konsumentów.

Organizacje międzybranżowe, w Polsce obecnie nie występujące, powinny stać się kolejnym etapem współpracy i porozumiewania się różnych uczestników rynku po zorganizowaniu się producentów. Szansę powstania takich organizacji stwarza ustawa o grupach producentów rolnych i ich związkach, która zakłada, że co najmniej 10 grup producentów rolnych i ich związków oraz przedsiębiorców prowadzących działalność handlową lub przetwórczą może utworzyć na poziomie regionu, a 20 na poziomie kraju, izbę gospodarczą, której podstawowym celem powinno być dostosowywanie produkcji, przetwórstwa i handlu do wymogów rynku, w szczególności w zakresie ilości i jakości produktów.

Podsumowanie

Mała skala produkcji pojedynczego gospodarstwa wymaga od rolników współpracy w ramach grup producentów rolnych umożliwiającą zwiększenie ich siły na rynku i stawanie się partnerami dla odbiorców produktów rolnych. Oczekiwania odbiorców dotyczą głównie jakości, wielkości i jednorodności partii towaru, sposobu jego przygotowania do handlu, ciągłości i rytmiczności dostaw, stabilności cen surowca.

Przemiany zachodzące w przetwórstwie i handlu oraz konieczność sprostanienia rosnącej konkurencji wymuszają zmiany sposobu działania zarówno po stronie odbiorców, jak i producentów produktów rolnych. Wszyscy muszą spełnić oczekiwania finalnego odbiorcy, którym jest konsument, i produkować pod jego potrzeby.

W państwach o dobrze zorganizowanym rynku produktów rolnych grupy uznawane są za podstawowy element struktury tego rynku, miejsce koncentracji popytu. Są one też traktowane jako ważny czynnik restrukturyzacji produkcyjnej i obszarowej rolnictwa przez fakt, że producenci – członkowie grup podejmują decyzje produkcyjne na podstawie informacji z rynku. Decyzja, co produkować, musi być podejmowana po analizie oczekiwań odbiorców. Odpowiadanie na zapotrzebowanie odbiorcy powoduje niejednokrotnie konieczność zmian w strukturze produkcji w gospodarstwie, odchodzenie od produktów nie znajdujących nabywcy lub przynoszących niskie efekty ekonomiczne na rzecz produktów oczekiwanych przez odbiorcę i przynoszących producen-

towi satysfakcjonujące efekty ekonomiczne. Prowadzi to wprost do przemian w strukturze produkcji gospodarstw, a w dalszej kolejności do restrukturyzacji obszarowej gospodarstw zachodzącej w wyniku powiększania ich powierzchni, by zwiększać produkcję oczekiwaną przez odbiorców.

Wraz z postępującą koncentracją popytu musi następować koncentracja podaży, a także zmiana kanałów dystrybucyjnych. Miejsce działających obecnie wielu firm pośredniczących powinny w znacznie większym stopniu zająć grupy producentów rolnych i ich związki. Rozwój rynków hurtowych sprzyja rozwojowi firm-operatorów, które profesjonalnie zajmują się handlem, współpracując m.in. z grupami producentów rolnych. Należy oczekiwać, że sieci supermarketów będą w coraz większym stopniu zaopatrywać się poprzez centra logistyczne, w których tworzeniu aktywną rolę mogą spełnić grupy i ich związki.

Podejmowanie trafnych decyzji produkcyjnych na poziomie gospodarstwa wymaga informacji, które rolnikowi trudno pozyskać, gdyż dotyczą one nie tylko sytuacji na rynku, ale również decyzji produkcyjnych innych producentów, a także eksporterów i importerów żywności. Dopiero dobre zorganizowanie rolników produkujących na rynek w grupy, a następnie utworzenie międzybranżowych organizacji skupiających grupy producentów rolnych i ich związki oraz przedsiębiorców prowadzących działalność handlową lub przetwórczą pozwoli dostosować produkcję, przetwórstwo i handel do wymogów rynku, w szczególności w zakresie ilości i jakości produktów, a wszystkim uczestnikom łańcucha dystrybucyjnego, łącznie z konsumentami, przyniesie korzyści ekonomiczne.

Oczekując jednak ze wszech miar pożądaných przemian w polskim rolnictwie i gospodarce żywnościowej, należy jednak pamiętać, że w żadnym państwie rolnictwo nie dokonało restrukturyzacji własnymi środkami finansowymi sektora. Wszędzie do przeprowadzenia niezbędnych zmian prorynkowych w rolnictwie potrzebne były i są środki spoza sektora. Właściwe ich wykorzystanie i osiągnięcie oczekiwanych efektów wymaga systemowych i trwałych rozwiązań w polityce rolnej państwa.

Literatura

- BEKKUM ONNO-FRANK, *Agricultural Co-operatives in the European Union – Trends and Issues on the Eve of the 21 Century*. Van Gorcum 1997, s. 29.
- BOGUTA W., EJSMONT J., *Jak skutecznie działać w grupie producenckiej?* FAPA, Warszawa 1998.
- Marketing grupowy – wskazówki dla organizujących się grup producentów rolnych, pod red. W. Boguty. Fundacja Spółdzielczości Wiejskiej, Warszawa 1997.
- MORKIS G., Powiązania integracyjne przemysłu spożywczego z gospodarstwami i przedsiębiorstwami rolnymi. [w:] *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, T. II, Z. 3. Warszawa – Poznań – Zamość 2000.

PILARSKI S., KOZŁOWSKI W., Zmiany w handlu żywnością i ich implikacje dla agrobiznesu. [w:] *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, T. II, Z. 3, Warszawa – Poznań – Zamość 2000.

SIEKIERSKI C., BOGUTA W., Szanse i problemy gospodarczej współpracy producentów rolnych. Materiały konferencji „Gospodarstwo rolnicze wobec wymogów współczesnego rynku i Unii Europejskiej”. SGGW, Warszawa, listopad 1997.

TREBACZ A., HELPA E., Potrzeba integracji pionowej na rynku zbóż. [W:] *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, T. II, Z. 3. Warszawa – Poznań – Zamość 2000.

Ustawa z 15 września 2000 roku o grupach producentów rolnych i ich związkach oraz o zmianie innych ustaw.

Agricultural Producers' Groups as an Factor Improving Production and Trade in Agricultural Products

Abstract

The introduction a functioning market economy, both into Polish agriculture and food sector, arose many new, unexplored yet challenges experienced by agricultural producers, processors and traders. Progressing demand concentration, economic globalisation, world trade in food liberalisation as well as growing competition need new efforts and methods of activity being undertaken by all economic operators in the system of distribution of agri-food products.

An ensuring the anticipated financial and social results to the economic operators requires not only further progress in the sectoral market organisation but also the existence of balanced relations and co-operation between its particular participants. Agricultural producers' groups are regarded as the integral part of agricultural market organisation. Without their presence, it would be difficult to reach expected improvements both in farm production quality and quantity as well as in trade in agricultural products.