

## **Zmiany w organizacji rynku zbóż w Polsce**

### **Uwagi wstępne**

Wprowadzenie reguł gospodarki rynkowej w sferze rolnictwa spowodowało konieczność zmiany orientacji gospodarstw i przedsiębiorstw rolnych z nastawienia produkcyjnego na rynkowe, określane również marketingowym. W tym systemie rolnicy są zmuszeni dostosować asortyment i rozmiary swojej produkcji do sytuacji rynkowej, a więc do tego, co może być zaakceptowane przez potencjalnych odbiorców. Mają równocześnie możliwość kształtowania strategii marketingowej gospodarstwa rolnego.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie i analiza jednego z podstawowych elementów determinujących wybór i kształtowanie strategii marketingowej przedsiębiorstw i gospodarstw rolnych, którym jest otoczenie strukturalne. Przez siły strukturalne rozumiemy tutaj zewnętrzne uwarunkowania działalności przedsiębiorstw wynikające ze struktury podmiotowej rynku. Organizacja rynku, liczba, rodzaje i wielkość firm w poszczególnych ogniwach łańcucha marketingowego decydują o wyborze strategii marketingowej przez gospodarstwa rolne.

W niniejszym opracowaniu przedstawiona zostanie struktura i organizacja rynku zbóż<sup>1</sup>.

## **Organizacja rynku zbóż w Polsce**

### **Produkcja i zużycie zbóż**

Rynek zbóż powszechnie uznawany jest za jeden z najważniejszych i najbardziej złożonych segmentów rynku rolnego. Dane dotyczące źródeł podaży i wielkości zużycia zbóż w Polsce w latach 1990–1998 przedstawia tabela 1.

---

<sup>1</sup> Opracowanie wykonano w ramach projektu badawczego SP06J01117.

Z danych tych wynika, że produkcja zbóż w Polsce kształtuje się wokół poziomu zrównoważenia krajowego bilansu. Charakteryzuje się ona jednak okresowymi nadwyżkami lub niedoborami w stosunku do krajowego popytu. Polska jest niestabilnym eksporterem zbóż i stałym ich importerem. Oprócz importu wynikającego z okresowego, ogólnego niedoboru podaży krajowej, Polska stale sprowadza pewne ilości pszenicy konsumpcyjnej wysokiej jakości i kukurydzy paszowej.

**Tabela 1**

Bilans zbóż w Polsce w latach 1990–1998

Wyszczególnienie	Średnio w latach 1990/91–1997/98 [%]			
	zboża ogółem	pszenica	żyto	jęczmień
<b>Źródła podaży</b>				
Zapasy początkowe	9	11	11	7
Produkcja	85	81	87	84
Import	6	8	2	9
Podaż ogółem	100	100	100	100
[tys. ton]	28 950	10 317	6 222	4 146
<b>Zużycie</b>				
Spasanie, wysiew	63	42	58	75
Spożycie	20	41	20	5
Zużycie przemysłowe	3	0	8	6
Ubytki i straty	4	4	4	5
Eksport	1	2	1	1
Zapas końcowy	9	11	9	8
Zużycie ogółem	100	100	100	100
[tys. ton]	28 950	10 317	6 222	4 146

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Główny element podażowej strony rynku tworzą w Polsce producenci rolni. Stanowią oni początkowe ogniwo łańcucha marketingowego zbóż. W 1996 r. produkcją zbóż zajmowało się ponad 1,8 mln gospodarstw rolnych, tj. 85,6% ogólnej ich liczby<sup>2</sup>. Największy odsetek zbóż uprawiany był w grupach gospodarstw o powierzchni UR od 5 do 10 ha i powyżej 50 ha.

Gospodarstwa w tych grupach charakteryzowały się jednocześnie zbliżonym udziałem zbóż w powierzchni zasiewów. Średnia powierzchnia zasiewów zbóż przypadająca na jedno gospodarstwo wynosiła w 1996 r. w rolnictwie polskim 4,6 ha.

<sup>2</sup> Powierzchnia zasiewów sadów, łąk i pastwisk. Powszechny Spis Rolny. GUS, Warszawa 1997.

Oprócz niskiej przeciętnej powierzchni zasiewów należy podkreślić dość znaczne rozdrobnienie produkcji zbóż w Polsce. Ponad połowę zbóż (około 5 mln ha) uprawia się w gospodarstwach o powierzchni UR do 15 ha. Gospodarstwa te mogą zatem dostarczać na rynek małe jednorazowe partie ziarna zbóż. Konsekwencją tego są ograniczone dla tych gospodarstw możliwości uczestniczenia w rynku zbóż, sprowadzające się do wykorzystania lokalnych kanałów zbytu. Z drugiej jednak strony można zaobserwować w sferze produkcji rolnej powstawanie wyspecjalizowanych wielkoobszarowych gospodarstw zbożowych (północna i zachodnia Polska) uprawiających zboża na powierzchni kilkudziesięciu lub nawet kilkuset hektarów. Blisko 2 mln ha zbóż jest uprawianych w gospodarstwach o powierzchni powyżej 50 ha UR. Przeciętny udział zbóż w strukturze zasiewów tych gospodarstw wynosi ok. 70%. Skala operacji i wielkość jednorazowych transakcji w przypadku tych gospodarstw jest duża. Stwarza to tym samym większe możliwości w zakresie kształtowania strategii sprzedaży i wyboru kanałów rynku dla tych gospodarstw.

Charakteryzując popytową stronę rynku zbóż należy zwrócić uwagę na wiele kierunków zużycia ziarna: pasze, artykuły żywnościowe, eksport, zużycie przemysłowe, siew i końcowe zapasy. Jak wynika z danych tabeli 1, żyto, jęczmień i inne zboża są w Polsce zużywane w większości na pasze. Najczęściej odbywa się to w gospodarstwie, w którym zostały wytworzone. Alternatywnie ziarno może być sprzedane bezpośrednio innym gospodarstwom rolnym. Innym rozwiązaniem w przypadku zagospodarowania ziarna paszowego jest zakup przez mieszalnię pasz. Zboża w postaci mieszanek przemysłowych wracają do gospodarstw rolnych rozwijających produkcję zwierzęcą. Rozwój gospodarstw wyspecjalizowanych, o dużej skali produkcji zwierzęcej, tworzy nowy rynek dla zbóż paszowych.

Pszenica w większości jest konsumowana na krajowym rynku żywnościowym lub w niewielkich ilościach podlega procedurom eksportu. Pszenica może być również zużywana na pasze, zwłaszcza w warunkach nadwyżki podaży ziarna lub niskiej jakości. Zużycie konsumpcyjne pszenicy obejmuje wykorzystanie jej do produkcji pieczywa (pszenice chlebowe), wyrobów cukierniczych (ciastka, ciasta, krakersy) i produkcji makaronów.

Konsekwencją rozdrobnienia produkcji zbóż jest znaczne rozproszenie podaży. W 1996 roku, według danych GUS, sprzedaż zbóż deklarowało 933,4 tys. gospodarstw rolnych, tj. 50,8% ogólnej liczby gospodarstw prowadzących produkcję zbóż. Średnio na gospodarstwo przypadało 3,4 ha powierzchni uprawy zbóż, z której produkcję przewidywano skierować do sprzedaży<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Powierzchnia zasiewów sadów, łąk i pastwisk. Powszechny Spis Rolny. GUS, Warszawa 1997.

Rolnictwo polskie charakteryzuje się generalnie niskim poziomem towarowości produkcji zbóż. Wskaźnik towarowości zbóż<sup>4</sup> wykazywał w całym okresie 1990–1998 tendencję spadkową (tabela 2). Dotyczyło to zarówno zbóż ogółem, jak i poszczególnych ich gatunków.

**Tabela 2**

Towarowość produkcji zbóż w wybranych latach

Wyszczególnienie	Lata			
	1990	1995	1997	1998
Zboża ogółem	28,3	22,6	26,9	24,6
Pszenica	40,7	35,3	42,2	38,6
Żyto	29,4	21,6	26,3	23,3
Jęczmień	23,4	16,9	18,2	16,7

Źródło: Jak w tabeli 1.

Relatywnie niska towarowość zbóż oznaczała, że podstawowa ich część była wykorzystywana w gospodarstwach, które je wytworzyły. W 1998 roku mniej niż ¼, a w przypadku pszenicy ok. 38% wyprodukowanego w rolnictwie ziarna trafiło do obrotu rynkowego. Wskaźnik ten w porównaniu z innymi krajami, szczególnie Unii Europejskiej, należy ocenić jako bardzo niski.

Wysoki udział zużycia wewnętrznego wynika ze stosunkowo słabych powiązań gospodarstw rolnych z przemysłem paszowym. Zmniejszenie udziału wykorzystywanych w gospodarstwach zbóż, które nie są poddawane uszlachetnieniu w przetwórstwie paszowym, może nastąpić w sytuacji wzrostu zakupów kompletnych mieszanek paszowych, specjalizacji gospodarstw w produkcji zwierzęcej oraz specjalizacji gospodarstw w produkcji rynkowej zbóż.

## Kanały marketingowe zbóż

Rynkowa część zbóż trafia do obrotu przy wykorzystaniu różnych kanałów marketingowych. Organizacja rynku ziarna zbóż i nowoczesność kanałów dystrybucji surowców rolniczych jest w Polsce niska, szczególnie w porównaniu z organizacją obrotu zbożami w wielu krajach UE czy USA. Miara, która cha-

<sup>4</sup> Udział wartości produkcji towarowej w wartości produkcji globalnej. Według GUS, produkcja globalna obejmuje zbiory z danego roku. Produkcja towarowa stanowi sumę sprzedaży produktów rolnych do skupu oraz na targowiskach. Produkcja towarowa nie obejmuje natomiast obrotów między poszczególnymi podmiotami gospodarczymi zaliczanymi do tej samej grupy podmiotów i sprzedaży produktów rolnych przez spółdzielnie produkcji rolniczej członkom tych spółdzielni.

rakteryzuje kanały rynkowe zbóż w Polsce może być udział skupu zbóż<sup>5</sup> w produkcji towarowej zbóż (tabela 3). Zaprezentowane w tabeli dane wskazują, że coraz większa część zbóż trafia na rynek za pośrednictwem niesformalizowanych kanałów rynkowych, głównie poprzez zakupy przez różnych pośredników na targowiskach lub bezpośrednio z gospodarstw rolnych. Tego typu transakcje stanowiły w 1998 roku około 17% obrotów rynkowych zbożami. W przypadku żyta stanowiły one ponad 30% rynku. Rynek targowiskowy dla wielu drobnych producentów zbóż jest najbardziej dostępnym i podstawowym kanałem rynkowym. Umożliwia on sprzedaż wszystkich gatunków zbóż. Brak na nim jednak jakichkolwiek standardów jakościowych i ilościowych.

**Tabela 3**

Udział skupu w produkcji towarowej zbóż w wybranych latach [%]

Wyszczególnienie	Lata			
	1990	1995	1997	1998
Zboża ogółem	96,8	85,7	84,4	83,3
Pszenica	98,3	89,7	89,3	89,1
Żyto	98,6	86,0	73,1	69,8
Jęczmień	94,0	79,0	83,1	77,8

Źródło: Jak w tabeli 1.

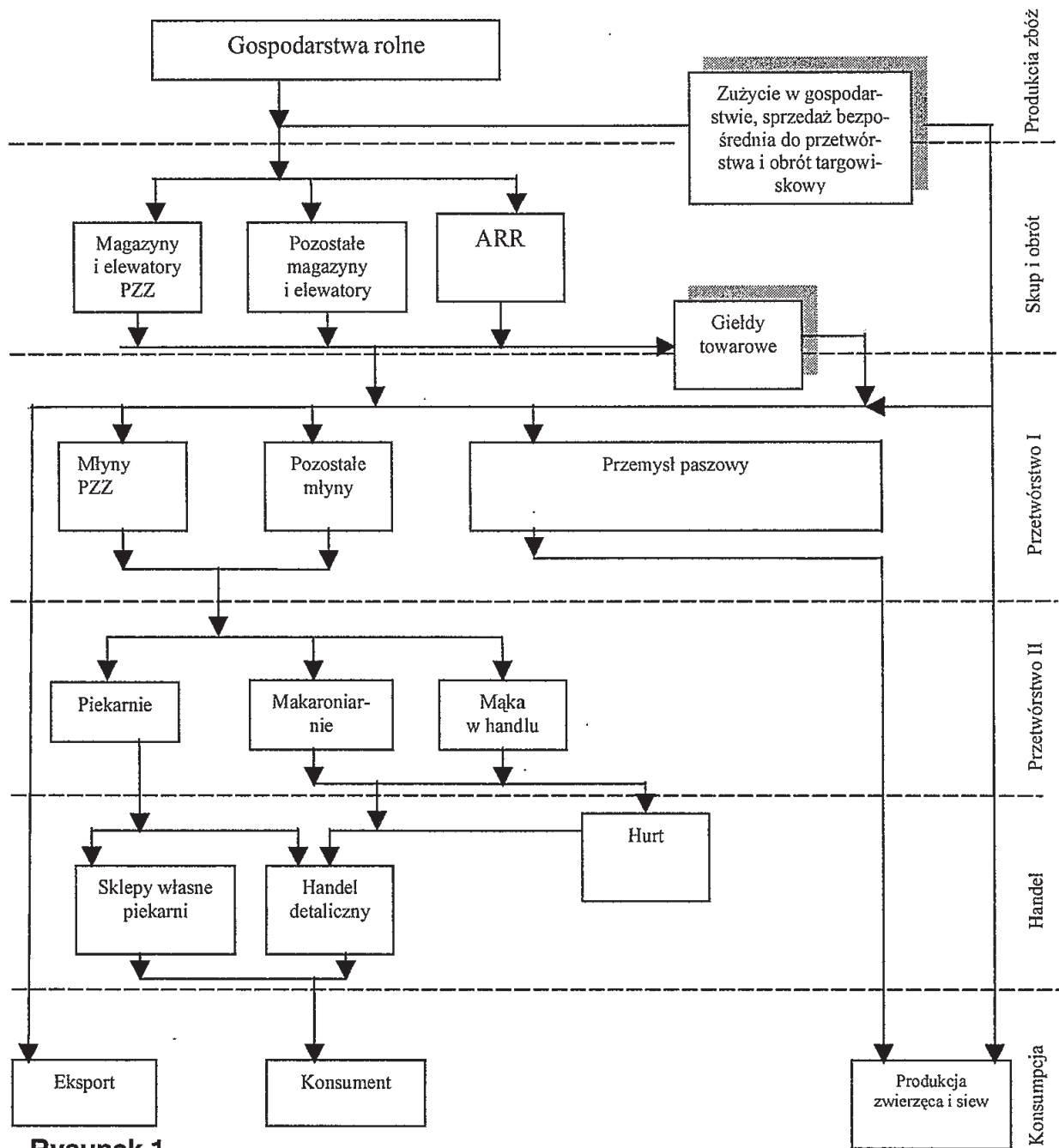
Podstawowe typy kanałów rynkowych w gospodarce zbożowej przedstawia rysunek 1. Oprócz sprzedaży innym rolnikom (obróć sąsiedzki, obróć targowiskowy), producenci rolni mogą wykorzystać takie kanały rynku, jak: lokalne magazyny zbożowe, elewatory, jednostki skupujące Agencji Rynku Rolnego w ramach programów interwencyjnych, mogą też dostarczyć zboże bezpośrednio do przetwórstwa (młyny, zakłady paszowe, przemysł gorzelniczy i piwowarski).

O wielkości obrotów realizowanych w formalnych kanałach rynku informują dane GUS zaprezentowane w tabeli 4.

Z danych tych wynika, że przez kanały rynku ewidencjonowane przez GUS przepływało w roku 1997/98 około 19% zbóż wyprodukowanych w rolnictwie. Blisko 80% obrotów stanowiły pszenica i żyto.

Jednym z głównych kanałów rynkowych zbóż jest sprzedaż ziarna przez rolników lokalnym magazynom zbożowym. Magazyny te są zlokalizowane w miejscach produkcji zbóż. Charakteryzują się one stosunkowo niewielkimi możliwościami przechowalniczymi. Najczęściej są to magazyny płaskie lub zbiorniki metalowe.

<sup>5</sup> Według GUS, skup produktów rolnych obejmuje ilość i wartość produktów rolnych skupionych przez podmioty gospodarcze bezpośrednio od producentów rolnych.



**Rysunek 1**

Kanały marketingowe zbóż

Źródło: Opracowanie własne.

**Tabela 4**  
Skup zbóż w Polsce w latach gospodarczych

Wyszczególnienie	Lata			
	1990/91	1994/95	1996/97	1997/98
	Skup w tys. ton			
Zboża ogółem	5 902,6	4 107,7	4 587,8	5 143,0
Pszenica	3 127,2	2 565,8	2 653,7	3 101,1
Żyto	1 556,8	906,4	943,8	1 002,8
Pszenżyto	270,4	103,5	140,8	136,1
	Udział skupu w zbiorach w %			
Zboża ogółem	21,1	15,9	18,1	18,9
Pszenica	34,6	29,6	32,4	32,5
Żyto	25,8	14,4	17,8	17,7
Pszenżyto	9,9	5,1	7,6	6,6

Źródło: Dane GUS, obliczenia własne.

Lokalne magazyny można podzielić według formy własności i organizacji na następujące trzy grupy: magazyny będące pod kontrolą indywidualnych właścicieli (prywatnych hurtowników), jednostki będące własnością spółdzielni rolniczych, grup marketingowych lub samych rolników (niewielkie znaczenie) i sieci magazynów. Ta ostatnia grupa magazynów jest własnością dużych przedsiębiorstw zbożowych handlujących ziarnem oraz zakładów przetwórstwa zbożowo-młynarskiego, które używają ich do zabezpieczenia podaży bezpośrednio dla działalności przetwórczej lub operacji eksportowych. Właścicielami tych obiektów są duże holdingi rolno-żywnościowe (np. Rolimpex) oraz państwowe i prywatne zakłady zbożowo-młynarskie wywodzące się ze struktur PZZ.

Utrzymanie lokalnych magazynów i prowadzenie działalności skupowej wiąże się ze znacznymi kosztami. Koszty przypadające na tonę ziarna wykazują tendencję malejącą wraz ze wzrostem rozmiarów obrotu<sup>6</sup>. Oznacza to, że najbardziej właściwą strategią dla firm obrotu zbożowego jest konsolidacja jednostek skupujących i prowadzenie działalności na szerszym obszarze. Po wprowadzeniu reguł gospodarki rynkowej wiele firm, w tym szczególnie dużych przedsiębiorstw zbożowo-młynarskich, zmniejszyło liczbę prowadzonych punktów skupu przez ich sprzedaż lub zamknięcie, koncentrując się na prowadzeniu tylko większych magazynów i punktów skupu. Zmiany te mają istotny wpływ na działania rolników. Koncentracja i ograniczenie liczby punktów skupu utrudnia dostęp gospodarstwom rolnym (szczególnie drobnym) do kanałów rynkowych i możliwość sprzedaży nadwyżek towarowych zbóż. Jest to jedna z przyczyn rozwoju obrotów targowiskowych zbożami w Polsce.

<sup>6</sup> R. Kohls, J. Uhl: *Marketing of agricultural products*. Macmillan Publishing Company, New York 1990, s. 445.

Lokalne magazyny sprzedają skupione zboże do przetwórstwa lub do dużych elewatorów i przedsiębiorstw handlujących ziarnem. Magazyny te uczestniczą również w programach interwencyjnych państwa. Podpisując umowy z ARR, uzyskują gwarancje kredytowe i preferencyjne kredyty na sfinansowanie skupu.

Podstawową różnicą między lokalnymi punktami skupu i magazynowania zbóż a elewatorami zbożowymi jest ich lokalizacja, wielkość oraz źródło zaopatrzenia. Największy udział elewatorów zbożowych w ogólnej pojemności magazynów występuje w województwach zachodnich i jest on wynikiem zrealizowanych w tych regionach centralnych inwestycji w bazę przechowalniczą w latach 1970–1980.

Elewatory są typem magazynów zbożowych, który stwarza najdogodniejsze warunki do przechowywania ziarna. W przeciwieństwie do lokalnych magazynów, które kupują ziarno bezpośrednio od producentów rolnych (małych i średnich gospodarstw), elewatory skupują zboże od dużych indywidualnych gospodarstw rolnych zlokalizowanych w ich okolicy oraz gospodarstw wielkoobszarowych specjalizujących się w produkcji zbóż. Oprócz prowadzenia skupu, świadczą one również usługi przechowalnicze dla pozostałych uczestników rynku zbóż (eksporterów i importerów), a także dla firm spoza sektora (przemysł tłuszczowy).

Analizując strukturę własnościową tych obiektów należy podkreślić, że są one głównie we władaniu takich przedsiębiorstw, jak: PZZ, Rolimpex oraz ARR z oddziałami regionalnymi.

Ważną rolę na rynku zbóż odgrywa Agencja Rynku Rolnego. Wynika to z zakresu prowadzonej działalności interwencyjnej. Jedną z jej form jest prowadzenie skupu interwencyjnego (skupu od producentów rolnych). W latach 1992–1998 ARR uczestniczyła w nim kupując ziarno pszenicy i żyta za własne środki przy wykorzystaniu różnych podmiotów gospodarczych. Zasady prowadzenia interwencji na rynku zbóż uległy zmianie w sezonie 1999/2000.

Wprowadzony od 1999 r. nowy system działań interwencyjnych opiera się na kilku rozwiązaniach. Pierwsze polega na obniżeniu cen interwencyjnych stosowanych w skupie od producentów rolnych. Drugim było wprowadzenie systemu bezpośrednich dopłat ARR dla producentów sprzedających ziarno pszenicy i żyta w okresie sierpień – październik. Dopłaty te otrzymują producenci rolni sprzedający ziarno odpowiadające standardom ARR, za pośrednictwem banków wyłonionych w drodze przetargu.

Trzecią istotną zmianą było to, iż zakupy w systemie z dopłatą ARR mogły prowadzić wybrane jednostki skupujące wyłonione w drodze przetargu. Tym samym mogły one uzyskać preferencyjny kredyt skupowy. Założeniem systemu było, iż ARR zaprzestanie działalności w zakresie skupu od producentów rolnych za własne środki. W roku 1999/2000 ze względu na napięcia rynkowe



zamierzenie to nie zostało zrealizowane i ARR skupiła za własne środki ok. 330 tys. ton żyta bezpośrednio od producentów. W tabeli 5 zestawiono dane dotyczące skupu zbóż z dopłatami ARR w sezonie 1999/2000.

**Tabela 5**

Skup z dopłatą ARR dla producentów rolnych

Oddział terytorialny ARR	Liczba podmiotów skupujących	Liczba magazynów	Skup w tys. ton		
			pszenica	żyto	ogółem
Olsztyn	86	164	424,0	27,2	451,2
Warszawa	72	81	283,6	20,6	304,2
Lublin	47	74	197,9	11,5	209,5
Katowice	59	110	270,9	8,1	280,0
Wrocław	77	89	362,2	21,1	383,3
Poznań	251	340	643,7	66,3	710,0
Szczecin	87	132	519,0	35,8	554,8
Razem	679	990	2701,5	190,6*	2892,0

\*Obejmuje tylko wielkość zakupów za środki podmiotów skupujących. Dodatkowo zostało zakupione 328,4 tys. ton żyta jako zakupy bezpośrednie za środki ARR z jednoczesnym zastosowaniem dopłat bezpośrednich dla producentów.

Źródło: Sochaczewski W., 1999: Skup zbóż w 1999 r. z zastosowaniem bezpośrednich dopłat ARR dla producentów. *Biuletyn Informacyjny ARR*, Nr 12 (102), s. 9.

Wykorzystanie przez rolników możliwości sprzedaży zbóż lokalnym magazynom i elewatorom zbożowym zarówno w systemie zakupów indywidualnych, jak i w systemie skupu z dopłatami ARR wymaga, aby ziarno zbóż spełniało wymagania jakościowe. Przy ocenie jakości ziarna jednostki skupujące stosują najczęściej normy stosowane przez ARR przy prowadzeniu skupu interwencyjnego. Uzyskanie dopłaty ARR wymaga spełnienia przez dostawców wymogów ilościowych (minimum 3 tony – jednorazowa partia) i jakościowych, ustanowionych przez ARR. Zważywszy na fakt, że ponad 50% obrotów realizowanych w kanałach rynku związane jest z systemem dopłat, standardy jakościowe ARR stają się podstawową normą stosowaną w ocenie jakości i ustalaniu cen zbóż w formalnych kanałach rynku.

System zapłaty za ziarno obowiązujący w ramach skupu interwencyjnego w Polsce nie preferuje jakości. Nie ma żadnych dopłat do ceny za jakość wyższą niż określona jako podstawowa, a jedyne potrącenia ceny dotyczą wilgotności i zawartości zanieczyszczeń. Są to bardzo ważne parametry w odniesieniu do wartości przechowalniczej i zdrowotnej ziarna, jednak nie mają wpływu na wartość technologiczną. Tak skonstruowany system skupu nie sprzyja zatem poprawie parametrów jakościowych ziarna, które są wymagane przez przetwórców.

Finalnym odbiorcą dla wyprodukowanego w rolnictwie ziarna jest przetwórstwo zbożowe. W rezultacie przekształceń organizacyjnych i własnościowych nastąpiło znaczne rozdrobnienie przemysłu zbożowo-młynarskiego. W Polsce funkcjonuje około 100 samodzielnych przemysłowych przedsiębiorstw zbożowo-młynarskich o różnej wielkości, kondycji ekonomicznej i różnym potencjale gospodarczym oraz ponad 2000 drobnych zakładów młynarskich, które w latach 1990–1999 przejęły znaczną część przemiałów zbóż w Polsce.

Procesy dekoncentracji przetwórstwa zbóż charakterystyczne były zwłaszcza dla początkowego okresu transformacji. Od połowy lat dziewięćdziesiątych zaczyna się natomiast kształtować odwrotna tendencja. Przejawem jej jest wzmocnienie pozycji i wzrost udziału w rynku najsilniejszych ekonomicznie firm oraz tworzenie się ugrupowań przedsiębiorstw w formie holdingów typu Rolimpex.

O sile ekonomicznej przedsiębiorstw decyduje stopień koncentracji danej dziedziny przemysłu. W Polsce w przypadku przemysłu młynarskiego jest on w dalszym ciągu oceniany jako niski. Udział czterech największych firm w obrotach sektora zbożowo-młynarskiego wynosi około 17%<sup>7</sup>.

Ziarno zbóż ulega przetwórstwu przemysłowemu w trzech branżach przemysłu. Podstawowe gatunki zbóż z wyjątkiem pszenżyta w przemyśle zbożowo-młynarskim, wszystkie gatunki mogą znaleźć zastosowanie w przemyśle paszowym, natomiast żyto, pszenica i jęczmień w przemyśle spirytusowym i gorzelnicznym.

## Podsumowanie

Analiza organizacji i instytucjonalnej struktury rynku zbóż w Polsce wykazuje, że rynek ten należy do głównych i jednocześnie bardzo złożonych w obszarze roślinnych produktów rolnictwa. Ziarno zbóż paszowych i konsumpcyjnych ulega znacznie większej transformacji w kanale marketingowym niż większość innych produktów rolnictwa.

Przeprowadzona analiza pozwala stwierdzić, iż nowoczesne instytucje typu giełdy towarowe mają wciąż niewielkie znaczenie (mierzone skalą obrotów) w systemie rynkowym zbóż. Odgrywają one natomiast nieco większą rolę w systemie informacji rynkowej i tworzenia standardów jakościowych.

Cechą rynku zbóż jest duże znaczenie obrotów targowiskowych w strukturze kanałów marketingowych ziarna. Przebudowa sformalizowanych kanałów

---

<sup>7</sup> R. Urban (red.): *Polski przemysł spożywczy. Analiza makroekonomiczna*. Polska Federacja Producentów Żywności, IERiGŻ, Warszawa 2000, s. 122.

rynkowych spowodowała, że najbardziej dostępną alternatywą dla producentów rolnych stały się tradycyjne kanały targowiskowe.

Powiązania integracyjne w systemie rynkowym zbóż gwarantujące producentom rolnym zbyt produktów wytworzonych w gospodarstwie nie odgrywają znaczącej roli. Takie formy integracji jak kontrakty produkcyjne lub grupy marketingowe i spółdzielnie producentów rolnych są ciągle na etapie tworzenia.

Ważnym organizatorem rynku jest w Polsce ARR. Odgrywa ona szczególną rolę w przypadku pszenicy i żyta, a działalność interwencyjna prowadzona przez nią wpływa na upowszechnianie się standardów jakościowych i ilościowych.

## Literatura

KOHL S R.J. UHL J.: *Marketing of agricultural products*. Macmillan Publishing Company, New York 1990.

Powierzchnia zasiewów sadów, łąk i pastwisk. Powszechny Spis Rolny GUS, Warszawa 1997.

URBAN R. (red.): *Polski przemysł spożywczy. Analiza makroekonomiczna*. Polska Federacja Producentów Żywności, IERiGŻ, Warszawa 2000.

## The Changes in the Grain Market Organization in Poland

### Abstract

This paper presents general direction of the grain market transformation in Poland over the years 1990–1999. The main focus is on organizational, ownership, technological as well as marketing changes in the enterprises dealing with the grain processing and trade. The analysis was supported by data on resource and use of basic cereals, the level of commercial production of grain and procurement of cereals.

An analysis leads to some suggestions about future transformation directions in Polish grain sector.