



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Zeszyty Naukowe
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie

PROBLEMY
ROLNICTWA
ŚWIATOWEGO
Tom 4 (XIX)

Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2008

Aldona Borowska¹

Krystyna Rejman²

Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji

SGGW

Warszawa

Organizacja rynku pierwotnego owoców na przykładzie rejonu grójeckiego

Organisation of the primary fruit market in the Grójec region

Abstract. The purpose of the research was to analyse functioning of the fresh fruit market in Poland on the example of Grójec region, which is the main area of fruit production in the country, especially in the case of apple. The collected data showed that the sale of fresh fruit through intermediaries is most popular, both to processing industry and for export. Domination of these distribution channels is the result of low degree of horizontal integration among fruit producers. In this situation a stimulation of cooperation linkages development between fruit growers is desired, in order to improve both their bargaining position in the market and to enable an access to the Common Agricultural Policy mechanisms referring to fruit production and trade, e.g. the financial support for producer organisations.

Key words: fresh fruit, production, market, sale channels, producer organisations

Synopsis. Celem prezentowanych badań była analiza funkcjonowania rynku świeżych owoców w Polsce na przykładzie rejonu grójeckiego, będącego głównym w Polsce obszarem produkcji owoców, zwłaszcza jabłek. Badania wykazały, że najbardziej popularnym kanałem zbytu owoców jest sprzedaż przez pośrednika, zarówno do przetwórci, jak i na eksport. Dominacja tych kanałów sprzedaży wynika z niskiego stopnia integracji poziomej wśród producentów owoców. Konieczne jest stymulowanie rozwoju form współpracy między sadownikami jako czynnika wzrostu ich siły przetargowej na rynku oraz warunku dostępu do mechanizmów wspólnej polityki rolnej na rynku owoców, która oferuje m.in. środki finansowe na potrzeby nowo powstających grup producentów.

Słowa kluczowe: owoce świeże, produkcja, rynek, kanały sprzedaży, grupy producentów

Wstęp

Polska jest ważnym w Europie i na świecie producentem owoców. Uprawia się je przede wszystkim w południowo-wschodniej i centralnej części kraju na około 280 tys. ha sadów i 120 tys. ha plantacji owoców jagodowych. Według danych FAO Polska z produkcją jabłek w wysokości 2,2 mln ton w roku 2003 zajęła drugie miejsce w Europie, po Francji (2,4 mln ton). Produkcję na zbliżonym poziomie reprezentują jeszcze Włochy i Turcja. Polska jest także liczącym się producentem truskawek, czarnych porzeczek, wiśni, a także malin. Jest również ważnym eksporterem jabłek, głównie w postaci koncentratu soku jabłkowego, oraz pozostałych owoców w postaci mrożonek lub koncentratów.

Atutem polskich owoców jest produkcja z mniejszym zużyciem środków plonotwórczych. Do negatywów produkcji owoców w Polsce można zaliczyć rozdrobnione zaplecze surowcowe, nie najwyższą jakość, brak systemów dostaw i duże wahania cen między sezonami. Kolejną cechą sektora jest niskie spożycie owoców w porównaniu z konsumpcją w krajach Wspólnoty. Wzorem innych państw ważną rolę w działaniach na rzecz wzrostu

¹ Mgr inż., aldonazyrdow@poczta.onet.pl

² Dr inż., krystyna_rejman@sggw.pl

spożycia owoców powinny odegrać zintegrowane akcje producentów, przetwórców i dystrybutorów owoców i warzyw. Duże znaczenie mogą mieć grupy producentów, które w państwach Unii Europejskiej są głównym uczestnikiem rynku owoców. Grupy producentów stwarzają lepsze warunki działania, umożliwiając obniżenie kosztów produkcji i ograniczenie ryzyka. Połączenie oferty rynkowej wielu gospodarstw zwiększa ich siłę ekonomiczną i możliwości działania na rynku. Wzmacnia pozycję negocjacyjną w kontaktach handlowych z odbiorcami produktów i dostawcami środków produkcji. Otwiera również nowe kanały sprzedaży owoców, z których samodzielni sadownicy nie mogą korzystać. W Polsce proces tworzenia grup producentów owoców i warzyw rozwija się powoli, dlatego podjęto badania, aby przyrzeć się sytuacji i określić przyczyny niechęci producentów do podejmowania wspólnych działań.

Cel, zakres i metodyka badań

Celem zrealizowanych w 2007 r. badań była analiza funkcjonowania rynku pierwotnego owoców na przykładzie rejonu grójeckiego. Zakres merytoryczny badań obejmował następujące zagadnienia: formy sprzedaży, zalety i wady poszczególnych rynków zbytu, problemy w sprzedaży przez poszczególne kanały zbytu, ocena opłacalności produkcji oraz ocena zbytu owoców przez organizacje producentów. Badania zrealizowano wśród 33 sadowników z rejonu grójeckiego, produkujących owoce technologią konwencjonalną (tab. 1).

Tabela 1. Charakterystyka respondentów według produkcji poszczególnych gatunków owoców

Table 1. Respondent distribution by fruit grown

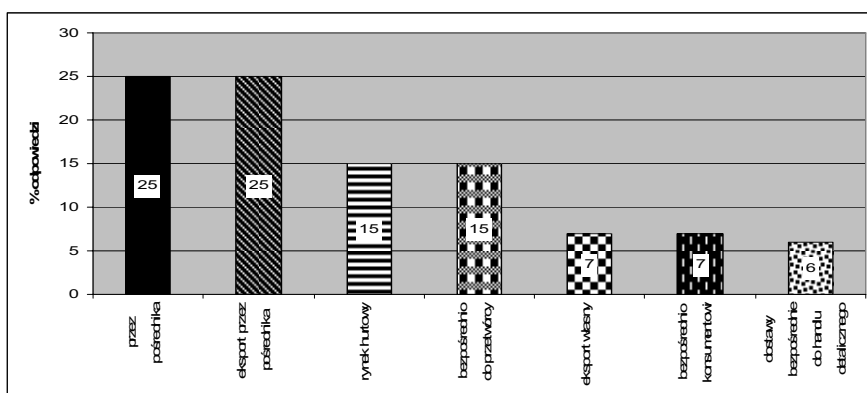
Gatunek owoców	Liczba uprawiających sadowników	% próby badanej
Jabłko	29	87,9
Wiśnie	20	60,6
Czereśnie	12	36,4
Gruszki	5	15,2
Śliwki	5	15,2
Porzeczka czarna	3	9,1
Porzeczka czerwona	1	3,0
Borówka wysoka	1	3,0
Truskawki	1	3,0
Malina	1	3,0
Aronia	1	3,0

Źródło: badania własne

Wykorzystano metodę wywiadu bezpośredniego, w której narzędziem badawczym był specjalnie opracowany do tego celu kwestionariusz zawierający 28 pytań. Połowa pytań odnosiła się do wszystkich producentów, pozostałe przeznaczone były dla członków grup producentów. Przystępując do realizacji badań założono, iż będą w nich uczestniczyć producenci o zróżnicowanej skali produkcji owoców. Niskotowarowi sadownicy nieufnie podchodzili do prowadzonego badania, trudno było ich nakłonić do odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu wywiadu. Przede wszystkim niechętnie udzielano informacji o wielkości produkcji i sprzedaży owoców.

Formy sprzedaży owoców przez producentów z rejonu grójeckiego

Zgodnie ze specyfiką produkcyjną okolic Grójca w badanej grupie sadowników najczęściej było producentów jabłek. Głównymi kanałami zbytu tych owoców, z dużą przewagą nad innymi, są sprzedaż przez pośrednika i eksport przez pośrednika (rys. 1). Wynika to z jednej strony z dużej liczby punktów skupu owoców w zagłębiu grójeckim, co ułatwia transport i sprzedaż owoców. Z drugiej strony przewaga tych kanałów sprzedaży jest determinowana indywidualnym działaniem na rynku badanych respondentów, przez co każdy z nich reprezentuje inną jakość surowca i niepewność sprzedaży, która skierowuje go do łatwiejszych kanałów zbytu, obsługiwanych przez pośredników.



Rys. 1. Formy sprzedaży jabłek przez badanych sadowników (n=29), % odpowiedzi

Fig. 1. Channels of apple sale used by fruit growers (n=29), % of answers

Źródło: badania własne

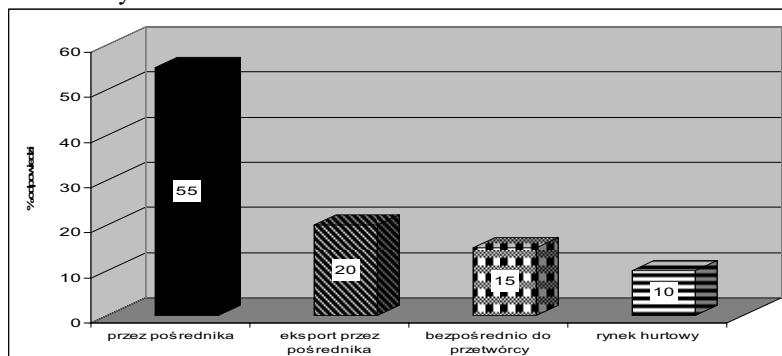
Drugie miejsce pod względem popularności form zbytu zajmują sprzedaż bezpośrednio do przetwórcy, dzięki czemu łańcuch dystrybucji jest maksymalnie skrócony, oraz sprzedaż na rynku hurtowym. W okolicach Grójca gałąź przetwórstwa owocowo-warzywnego jest dobrze rozwinięta, a głównym odbiorcą surowca jest liczące się w sektorze przedsiębiorstwo Tarczyn Mazowieckie Zakłady Przemysłu Owocowo-Warzywnego Agros-Tarczyn sp. z o.o. [Tarczyn... 2008]. W Polsce udział owoców przeznaczonych do przetwórstwa wynosi około 60% zbiorów ogółem. Podaż surowca charakteryzuje się dużą zmiennością, sezonowością skupu oraz znacznymi wahaniami cen. Czynniki te destabilizują rynek i utrudniają współpracę producent - przetwórcy, przyczyniając się do częstego angażowania w proces sprzedaży podmiotów pośredniczących [Halicka, Kowrzgo i Rejman 2002]. Popularność sprzedaży przez rynek hurtowy sadownicy argumentowali względami ekonomicznymi. Osobista sprzedaż pozwala na uzyskanie wyższych cen w porównaniu z cenami pośrednika. Badani producenci sprzedają jabłka na rynkach hurtowych w Broniszach, Lesznie, Kaliszu, a nawet w Katowicach. Duża odległość rynku hurtowego od gospodarstwa nie jest przeszkodą dla wielu producentów, jeśli wiąże się to z uzyskaniem dobrej ceny i dużym prawdopodobieństwem sprzedaży towaru.

Bardzo niewielu sadowników sprzedaje jabłka bezpośrednio do detalu (6%) oraz za granicę dzięki własnym kontaktom handlowym z importerem (7%). Badani operujący samodzielnie na rynku owoców praktycznie nie mają możliwości zawierania umów z han-

dlem detalicznym oraz importerami, chyba że są właścicielami bardzo dużego sadu utrzymanego w bardzo wysokiej kulturze uprawy. W związku z tym przez te najbardziej wymagające kanały zbytu jabłka sprzedawali tylko sadownicy działający w grupach producenckich, mających umowy z sieciami wielkiej dystrybucji oraz z odbiorcami z krajów Europy Wschodniej (głównie Rosja) i Unii Europejskiej.

Ostatnią formą sprzedaży jabłek jest sprzedaż bezpośrednio konsumentowi, czyli na targowiskach, bazarach, przy drodze graniczącej z sadem itp. Ten rodzaj sprzedaży jest równie mało wykorzystywany przez sadowników jak dwa powyższe kanały zbytu, głównie ze względu na dużą czasochłonność i niską efektywność.

Najpopularniejszą formą zbytu wiśni jest, tak jak w przypadku jabłek, sprzedaż przez pośrednika (rys. 2). Jest to główny kanał zbytu dla ponad połowy producentów wiśni, co oznacza dwa razy większą jego popularność w porównaniu do sprzedaży jabłek. Wiąże się to z nietrwałością wiśni i koniecznością szybkiego dostarczenia owoców do punktów skupu. Wiśnie ponadto mają głównie znaczenie przemysłowe, zatem pośrednikowi dysponującemu dużymi partiami surowca łatwiej jest nawiązać kontakty handlowe z przetwórcami na dostawę tych owoców. W odróżnieniu od sprzedaży jabłek mniejsze znaczenie ma eksport przez pośrednika (20% odpowiedzi), gdyż mimo uzyskiwanej wyższej ceny surowiec musi odpowiadać narzuconym przez odbiorcę standardom jakościowym, co do odmiany, wielkości i barwy owocu.



Rys. 2. Formy sprzedaży wiśni przez badaną grupę sadowników (n= 20), % odpowiedzi

Fig. 2. Channels of cherry sale used by fruit growers (n=20), % of answers

Źródło: badania własne

W sprzedaży czereśni, tak jak w przypadku jabłek i wiśni, głównym kanałem zbytu deklarowanym przez prawie połowę sadowników jest sprzedaż przez pośrednika, przy czym skala popularności tego kanału jest bliższa sytuacji w sprzedaży wiśni. Powszechną formą sprzedaży tych owoców jest także rynek hurtowy, głównie Warszawski Rolno-Spożywczy Rynek Hurtowy S.A. „Bronisze”. Sadownicy wybierają tę formę sprzedaży częściej niż w przypadku jabłek i wiśni, ponieważ czereśnie nie mają znaczenia przemysłowego ani przetwórczego dla gospodarstw domowych i prawie wszystkie trafiają do bezpośredniej konsumpcji. Z tego samego powodu występuje też sprzedaż czereśni bezpośrednio konsumentowi (15% producentów czereśni), niewykorzystywana w ogóle w przypadku wiśni i dwukrotnie mniej popularna w przypadku jabłek.

Respondenci produkujący porzeczki czarne i czerwone, truskawki oraz borówkę wysoką wszystkie zbiory sprzedają przez pośrednika. Gruszki (pięciu producentów) sprzeda-

wane są głównie przez pośrednika oraz wysyłane na eksport z udziałem pośrednika. Producenci korzystają również z najbliższego miejsca produkcji rynku hurtowego w Broniszach, jak również dostarczają gruszki bezpośrednio do handlu detalicznego.

Główne problemy uczestnictwa w poszczególnych rynkach zbytu owoców

Ponad 1/3 producentów owoców uczestniczących w badaniach nie zgłosiła problemów dotyczących obecności na poszczególnych rynkach zbytu. Podobny odsetek (36%) wskazał na trudności w sprzedaży owoców bezpośrednio konsumentowi. Najczęściej zgłaszano w tym przypadku uzyskiwanie zbyt niskich cen oraz sprzedaż małych partii jednostkowych towaru. Niechęć do tego kanału zbytu argumentowano też długim czasem sprzedaży produktów, wysokimi wymaganiami jakościowymi odbiorców, jak i koniecznością transportu do konsumenta.

Mimo, że głównym kanałem zbytu wszystkich gatunków owoców była sprzedaż przez pośrednika, producenci zauważają niedogodności tej formy sprzedaży. Najważniejszą wadą jest zbyt wysoka prowizja pobierana przez pośrednika (czasem 1/3 wysokości ceny). Ponadto sprzedaż przez pośrednika oznacza niestabilność cen, zmienianych nawet codziennie. W dużym stopniu cena płacona przez pośrednika zależy od ilości owoców dostarczonych w danym dniu. Kolejnym problemem zgłaszanym przez sadowników jest długi czas, często kilka miesięcy, oczekiwania na wypłacenie należności za sprzedany towar. Brak stabilizacji cenowej i długie terminy płatności powodują niepewność finansową sadowników. Nie są też zadowoleni z dużych wymagań jakościowych pośredników i stosowania w związku z tym skupu owoców w podziale na dwie klasy jakościowe. Dla producentów kontrowersyjną kwestią jest brak sprecyzowanych kryteriów klasyfikacji owoców w każdej klasie, a co za tym idzie subiektywizm pośrednika w ocenie jakościowej surowca. Respondenci jako wady tego kanału sprzedaży wymieniali również konieczność posiadania własnych opakowań na owoce (plastikowe pojemniki, drewniane skrzyneczki, łubianki), gdyż częstokroć pośrednicy nie dysponują odpowiednią ich ilością.

Sprzedaż przez rynek hurtowy, wykorzystywana głównie w przypadku jabłek i czereśni, cechuje się podobnymi wadami, co sprzedaż przez pośrednika. Przede wszystkim wskazywano niską cenę płaconą przez hurtowników oraz długi okres płatności za sprzedane owoce (15% badanych). Sprzedaż przez ten kanał jest bardziej czasochłonna i powoduje wzrost kosztów producenta ze względu na wykorzystanie własnego transportu, gdyż rynki hurtowe mieszczą się dość daleko od rejonu produkcji (najbliższy rynek hurtowy w Broniszach znajduje się w odległości około 50 km od Grójca i około 80 km od gminy Belsk Duży). Podobnie jak w przypadku punktów skupu owoców, cechą charakterystyczną rynku hurtowego jest zmienność popytu, od którego zależy cena płacona danego dnia oraz czas sprzedaży danego owocu. Producenci narzekają również na konkurencyjność cenową ze strony sieci handlu detalicznego, które zazwyczaj zaniżają ceny owoców przyczyniając się do spadku opłacalności produkcji u sadowników.

Sprzedaż owoców bezpośrednio do przetwórcy dotyczy głównie wielkotowarowych producentów jabłek i wiśni. Sadownicy niekorzystający z tej formy zbytu zaznaczają, iż zbyt mała skala produkcji jest przyczyną trudności w nawiązaniu współpracy z przetwórcami i w zawieraniu umów na dostawę owoców.

Kolejnymi rynkami zbytu owoców, ale wykorzystywanymi głównie przez członków grup producenckich, są bezpośrednie dostawy do handlu detalicznego oraz eksport owoców, głównie jabłek. Wiąże się to z posiadaniem umów przez grupę producencką, współpracą z unijnymi importerami, gdzie przedmiotem sprzedaży są duże ilości i różnorodnych surowców, jakimi dysponuje grupa, oraz z posiadaniem licencji na eksport do krajów Europy Środkowo-Wschodniej, głównie Rosji. Problemy dotyczące współpracy z handlem detalicznym, wymieniane przez sadowników nienależących do organizacji producentów, to wymóg dostarczenia owoców w postaci asortymentu handlowego, tj. w odpowiednich opakowaniach, masie, jednolitych pod względem wielkości, kształtu, barwy, stopnia dojrzałości. Stawiane warunki wymagają czasu i dodatkowej pracy, czego nie rekompensują ceny oferowane producentowi przez detalistę.

Przeszkody w eksporcie owoców związane są z dużą biurokracją i formalnościami, z koniecznością posiadania umów międzynarodowych na handel owocami oraz posiadania własnych odpowiednich środków transportu. Trudności w eksporcie to także kwestia pozyskiwania partnerów handlowych za granicą czy dotarcia do informacji o takich partnerach.

Przedstawione problemy dotyczące poszczególnych rynków zbytu owoców w rejonie grójeckim dowodzą, że pojedynczy producenci nie mają właściwie żadnej siły przetargowej w sytuacji na ogół występującej nadwyżki podaży nad popytem, zwłaszcza w sezonie zbiorów i wobec konieczności szybkiej sprzedaży owoców. Zgodnie z behawioralnymi założeniami nowej ekonomii instytucjonalnej sytuacja taka sprzyja zachowaniom oportunistycznym nabywców oraz podnosi koszty transakcyjne producentów związane m.in. z prowadzeniem negocjacji handlowych oraz zbieraniem informacji rynkowych [Halicka, Kowrygo i Rejman 2002]. W znacznie lepszej sytuacji znajdują się grupy producentów, których członkowie dzięki umowom podpisywanym jeszcze przed sezonem mają zapewnioną sprzedaż, ceny minimalne, możliwość negocjacji cen oraz bezpośredni dostęp do pożądanых kanałów zbytu. W badaniach Lemanowicz [2005] najczęściej deklarowanymi przyczynami wstąpienia do grupy producentów owoców i warzyw były trudności w znalezieniu rynków z zbytu dla wytworzonej w gospodarstwie produkcji oraz chęć eliminacji pośredników z dotychczasowych kanałów dystrybucji. W celu efektywnego funkcjonowania polskiego rynku rolnego oraz poprawy pozycji konkurencyjnej producentów rolnych niezbędne jest kreowanie wśród nich powiązań poziomych oraz rozwój systemu informacyjnego, koniecznych do podejmowania trafnych decyzji. Ideą integracji poziomej jest optymalizacja zasobów i minimalizacja kosztów, a do najważniejszych korzyści należą poprawa pozycji przetargowej i obniżenie kosztów, np. transportu, asortymentyzacji itp. [Halicka i Rejman 2006]. Tymczasem w połowie 2007 r. zarejestrowanych było w Polsce 14 grup producentów owoców i warzyw, które łącznie liczyły 248 członków [Kowalczyk 2007].

Producenci polscy w większości nie potrafią samodzielnie przygotować oferty handlowej oraz poszukać kontraktów i partnerów do współpracy. Powstawaniu grup producenckich sprzyjać mogą spotkania, rozmowy i seminaria sadowników, w tym z udziałem fachowców w obsłudze łańcucha żywnościowego. Do ważnych korzyści wynikających z przynależności do takich form współpracy należą m.in. uzyskanie stałych kontraktów z firmami handlowymi (wynik wzrostu skali produkcji), zmniejszenie konkurencji na rynku produktów wytwarzanych przez członków grupy, łatwiejszy dostęp do kredytów, możliwość prowadzenia wspólnych inwestycji jak i szybszy przepływ informacji wewnątrz grupy, zapewniający wymianę doświadczeń z innymi producentami [Pizło 2001].

W Unii Europejskiej zrzeszanie się rolników w zorganizowane podmioty gospodarcze jest powszechną praktyką. Organizacje producentów, które funkcjonują już od 30 lat na

rynku rolnym UE, mają wysoki udział w obsłudze rolnictwa, wynoszący w zależności od państwa: w skupie produktów rolnych od 25 do 80%, w zaopatrzeniu w środki produkcji od 35 do 75% oraz w przetwórstwie produktów rolnych od 30 do 80% [Halicka i Rejman 2006]. Grupy producentów rolnych w państwach byłej UE-15 dostarczają rolnikom ponad 50% środków produkcji oraz skupują i wprowadzają do obrotu ponad 60% wytworzonych przez nich produktów. Łącznie liczą ponad 9 milionów członków, więcej niż wynosi liczba rolników, ponieważ często należą oni do dwóch lub większej liczby grup. Grupy producentów rolnych „piętnastki” zatrudniają w sumie ponad 600 tys. pracowników, a ich roczne obroty przekraczają 200 mld euro [Miłośławska-Kozak 2007].

W przypadku rynku owoców i warzyw w UE-15 najbardziej rozwinięte są powiązania integracyjne wśród producentów w Holandii, Belgii, Wielkiej Brytanii oraz Irlandii (tab. 2). W tych krajach ponad połowa produkcji towarowej owoców i warzyw wytwarzana jest przez organizacje producentów. Dla porównania, w Hiszpanii liczba organizacji jest największa, ale wytwarzają mniej, około 1/3 produkcji towarowej.

Tabela 2. Charakterystyka organizacji producenckich (OP) na rynku owoców i warzyw w państwach UE-15

Table 2. Profile of producer organizations (OP) participating in the fruit and vegetable market in the EU-15

Państwo	Liczba OP	Wartość produkcji, mln euro		średnia wartość kontraktu przez OP, mln euro	% sprzedaży przez OP
		towarowej ogółem	wytworzonej przez OP		
Austria	5	440	90	18	22
Belgia	15	1040	730	69	71
Dania	5	130	50	8	37
Finlandia	6	220	20	3	10
Francja	314	5980	2730	9	46
Grecja	117	3290	360	3	11
Hiszpania	526	10400	3810	7	37
Holandia	14	2320	1730	124	74
Irlandia	17	220	120	7	54
Luksemburg	0	28	0	0	0
Niemcy	35	1930	610	17	31
Portugalia	37	1800	70	2	4
Szwecja	7	170	70	10	41
Wlk. Brytania	72	1950	1150	16	59
Włochy	171	9840	2830	16	29
RAZEM	1335	39790	14430	11	36

Źródło: [Halicka i Rejman 2006]

Mimo wymienionych trudności ze sprzedażą owoców, tylko co trzeci sadownik rozważa zmianę kanałów zbytu. Propozycje dotyczące zmian systemu sprzedaży owoców dotyczyły w większości stabilności produkcji, przewidywalności rynku oraz zagwarantowania cen powyżej kosztów produkcji. Tylko dwóch sadowników zauważyło, że aby sprzedawać duże ilości produktów, trzeba będzie zaistnieć w grupie producentów. W przypadku sprzedaży przez pośrednika producenci postulują zwiększenie liczby klas jakości-

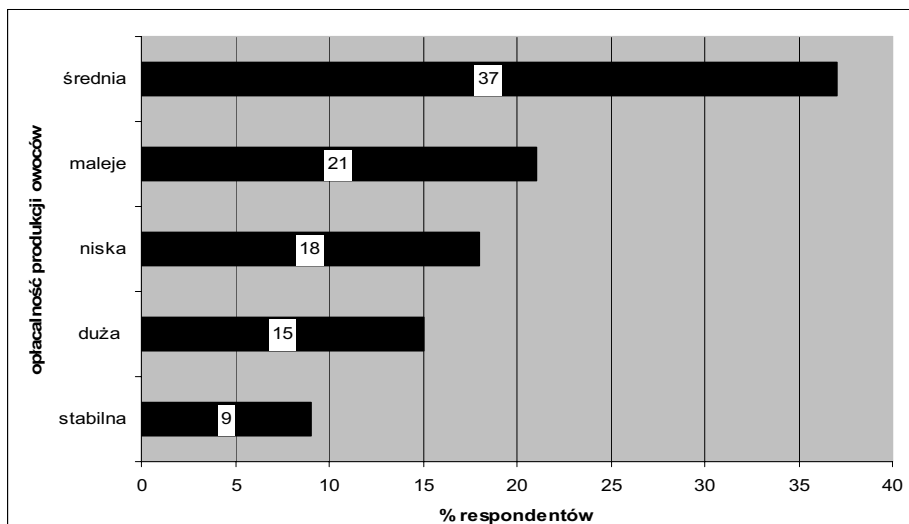
wych sprzedawanych owoców, gwarantowania stabilności cen i ich przewidywalności oraz poprawy możliwości eksportu przez pośrednika. Drobni producenci podkreślają potrzebę zwiększenia liczby rynków hurtowych oraz łatwiejszego dostępu do sieci handlu detalicznego. Warto zauważyć, że część tych „życzeń” jest sprzeczna z mechanizmem rynkowym, ukazując konserwatywne podejście respondentów do spraw gospodarki. Ich spełnienie nie jest także możliwe chociażby z uwagi na nieprzewidywalność warunków pogodowych w kolejnych sezonach.

Poprawa funkcjonowania rynku pierwotnego owoców uzależniona jest od postaw samych sadowników, zarówno od ich działalności na korzyść własnego gospodarstwa, jak i społecznego zaangażowania w sprawy sektora owoców, m.in. przez działalność w związkach zawodowych sadowników. Sadownicy dysponujący dużą skalą produkcji są bardziej świadomi sytuacji rynku i jego potrzeb i to oni rozumieją ideę powiązań poziomych. Generalnie niechęć rolników do współpracy wynika z przyzwyczajenia do indywidualnego działania i braku zaufania do kolektywnych form, dużego rozproszenia produkcji, braku chęci współpracy producentów o dużym potencjale z gospodarstwami niskotowarowymi oraz niedostatecznej wiedzy na temat możliwości stwarzanych przez działanie grupowe [Rejman 2001]. Obawy przed przystąpieniem do grupy producentów wynikają z trudności w dostosowaniu jakości własnych produktów do wymogów rynku oraz ryzyka współpracy z innymi ludźmi, związanego z brakiem wzajemnego zaufania [Lemanowicz 2005]. Zapewne uproszczenie przepisów prawnych, większa dostępność informacji oraz promowanie tworzenia grup producentów zwiększyłyby zainteresowanie tą formą współpracy i liczbę takich organizacji.

Podpisywanie umów na dostawy owoców jest raczej rzadkością, gdyż zaledwie 1/3 badanych deklarowała posiadanie umów. Dotyczyło to większych dostawców owoców, przy czym 9% z nich miało umowy długoterminowe, pozostałe 24% corocznie odnawiane, preferowane przez przemysł, ale nielubiane przez producentów. Spośród zawierających kontrakty trzech producentów ma je zapewnione w obrębie grupy producenckiej, trzech zawiera z pośrednikami umowy corocznie i dotyczą one głównie dostaw jabłek, czereśni i borówki wysokiej. Dwóch respondentów posiada umowy krótkoterminowe z pośrednikiem eksportującym owoce. Pierwszy producent posiada kanałem sprzedaje całość swojej produkcji wiśni (25 ton), drugi zaś 70% produkcji jabłek (350 ton).

Opłacalność produkcji owoców

Sadownicy uczestniczący w badaniach na ogół sceptycznie oceniają opłacalność produkcji owoców w ostatnich pięciu latach (rys. 3). Co piąty producent nie jest zadowolony z przychodów z produkcji, które w ich opinii z roku na rok maleją i prawie co piąty stwierdza, że opłacalność produkcji owoców jest niska. Najwięcej badanych (37%) opłacalność swojej produkcji ocenia jako średnią, uzasadniając to większym plonowaniem dorastających sadów lub zwiększeniem eksportu przez pośrednika, co oznacza uzyskiwanie korzystniejszych cen. Właściciele dużych sadów oraz członkowie grup zdecydowanie lepiej oceniają opłacalność swojej produkcji (15% respondentów stwierdza dużą opłacalność). Wśród nich znajdują się sadownicy, którzy odziedziczyli sady po rodzicach, korzystali z programu pomocy przedakcesyjnej dla sektora rolniczego SAPARD oraz ze wsparcia finansowego z tytułu przynależności do grupy producentów.



Rys. 3. Opinie sadowników o opłacalności produkcji owoców w ciągu ostatnich 5 lat, % respondentów
 Fig. 3. Fruit growers' opinion on fruit production profitability during the past 5 years, % of respondents
 Źródło: badania własne

Te deklaracje spójne są z wynikami cytowanych już badań Lemanowicz [2005], w których wykazano, że przy organizowaniu się rolników w grupy priorytetem była potrzeba poprawy sytuacji dochodowej. Przystępując do grupy rolnicy liczyli, że uzyskane ze współpracy korzyści o charakterze rynkowym wpłyną na poprawę ich sytuacji dochodowej.

Podsumowanie i wnioski

Głównymi kanałami zbytu owoców wykorzystywanymi przez sadowników samodzielnie operujących na rynku jest sprzedaż przez pośredników, zarówno do przetwórci jak i na eksport, co oznacza przejmowanie przez tych ostatnich części zysków w łańcuchu oraz wydłużenie łańcucha dostaw owoców. Przyczyną największej popularności tych form sprzedaży jest niska siła przetargowa sadowników, gdyż w znakomitej większości działają na rynku samodzielnie. Drugie miejsce pod względem popularności form zbytu w przypadku jabłek zajmuje sprzedaż bezpośrednio do przetwórcy, dzięki czemu łańcuch dystrybucji jest maksymalnie skrócony. W przypadku owoców o charakterze bezpośrednio konsumpcyjnym najbardziej popularne są formy sprzedaży gwarantujące szybkie dotarcie do konsumenta, czyli przez rynek hurtowy i sprzedaż bezpośrednio konsumentowi.

Respondenci zrzeszeni w grupach producentów sprzedają owoce przede wszystkim na eksport, realizowany dzięki własnym kontaktom, oraz do sieci wielkiej dystrybucji na zasadzie zawierania umów partnerskich, co możliwe jest wobec posiadanej przez grupę dużej zdolności i różnorodności produkcji. Tylko niewielki odsetek samodzielnych producentów owoców ma podpisane kontrakty na dostawy do detalu, gdyż na ogół trudno jest sprostać wymaganiom tych dużych odbiorców co do ilości, jednorodności i jakości asortymentu.

Najważniejsze problemy w sprzedaży owoców przez poszczególne kanały zbytu to w opinii badanych kwestie wynikające z mechanizmu rynkowego, jak niepewność sprzedaży, zmienność cen, niska siła przetargowa. Te problemy są znacznie łagodniejsze w przypadku grup producentów, jednak badania wykazały, że skala powiązań poziomych wśród producentów owoców w rejonie grójeckim jest mała, co stanowi odzwierciedlenie ogólnej sytuacji w kraju. Tworzenie grup producentów jest nie tylko sposobem na poprawienie opłacalności produkcji i zapewnienie jej zbytu, ale też warunkiem koniecznym do skorzystania z unijnych środków pomocowych dla producentów i przetwórców owoców. Dlatego konieczne jest rozpowszechnianie wśród producentów owoców idei powiązań poziomych, przez ukazywanie korzyści z działalności grupowej w postaci większej siły przetargowej na rynku, ograniczenia kosztów transakcyjnych, zaistnienia w powiązaniach pionowych czy w możliwości wsparcia finansowego z budżetu UE.

Literatura

- Halicka E. [2001]: Reducing Hold-up Problems Through Market Institutions in the Polish Fruit Sector. [W:] Institutional Economics and the Food Sector in Poland, Hungary and the Czech Republic. Halicka E., Kowrygo B., Rejman K. (red.). Wyd. SGGW, Warszawa.
- Halicka E., Rejman K. [2003]: Zmiany w konsumpcji warzyw i owoców wyzwaniem dla polskiego rolnictwa. *Wież i Rolnictwo* nr 4(121), ss. 112-124.
- Halicka E., Rejman K. [2006]: Powiązania poziome jako narzędzie umacniania pozycji rynkowej producentów rolnych. *Wież i Rolnictwo* nr 3 (132), ss. 132-135.
- Halicka E., Kowrygo B., Rejman K. [2002]: Uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej w aspekcie rozbudowy otoczenia instytucjonalnego. *Wież i Rolnictwo* nr 2 (115), ss. 116-119.
- Kobiełewska Z. [2004]: Zawojować Europę. *Rynki krajowe- Boss Gospodarka*, nr 8 (477), ss. 26-27.
- Kowalczyk H. [2007]: Proces tworzenia grup producentów rolnych w Polsce. [W:] Materiały z konferencji: Grupy producentów rolnych szansą rozwoju polskiego rolnictwa. Senat RP, 17.07.2007 r.
- Lemanowicz M. [2005]: Organizacje i grupy producentów szansą na poprawę konkurencyjności polskiego rolnictwa. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Miłosławska-Kozak M. [2007]: Doświadczenia krajów Unii Europejskiej w tworzeniu grup producentów rolnych. [W:] Materiały z konferencji: Grupy producentów rolnych szansą rozwoju polskiego rolnictwa. Senat RP, 17.07.2007 r.
- Pizło W. [2001]: Rynek owoców i warzyw w Polsce i w wybranych krajach UE - ujęcie teoretyczne i empiryczne. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Halicka E., Rejman K., Kazimierczak R., Endzel B., Rembiałkowska E. [2007]: Regionalna strategia innowacji dla Mazowsza. Komponent Rolnictwo. Maszynopis powielany, KOiEK SGGW, Warszawa.
- Rejman K. [2001]: Institutional Economics Approach for Reducing Hold-up Problems in the Polish Pig Meat Sector. [W:] Institutional Economics and the Food Sector in Poland, Hungary and the Czech Republic. Halicka E., Kowrygo B., Rejman K. (red.). Wyd. SGGW, Warszawa.
- Strategia Rozwoju Lokalnego Powiatu Grójeckiego na lata 2004-2016.[2007]. Regionalne Biuro Realizacji Programów Ekologicznych. Tryb dostępu: www.grojec.cavern.pl. Data odczytu: 19.06.2007.
- Tarczyn Mazowieckie Zakłady Przemysłu Owocowo-Warzywnego Agros-Tarczyn sp. z o.o. [2008]. Tryb dostępu: www.grojec.cavern.pl. Data odczytu: czerwiec 2008.