



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

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.*

Marek Niewęglowski, Ryszard Jablonka

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

KANAŁY DYSTRYBUCJI SUROWCÓW I PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH GOSPODARSTW EKOLOGICZNYCH W REGIONIE SIEDLECKIM

SALES CHANNELS OF RAW FOOD AND FOOD PRODUCTS FROM ORGANIC FARMS IN SIEDLCE REGION

Słowa kluczowe: gospodarstwo ekologiczne, kanał dystrybucji, produkty żywnościowe, region siedlecki
Key words: organic farm, sales channel, food products, Siedlce Region

Abstrakt. Celem pracy było przedstawienie kanałów dystrybucji produktów wytwarzanych w gospodarstwach ekologicznych regionu siedleckiego. Przedstawiono opinie właścicieli 60 gospodarstw ekologicznych położonych w regionie siedleckim na temat kanałów dystrybucji wytwarzanych przez nich surowców i produktów żywnościowych. Badania prowadzono w pierwszym kwartale 2014 roku. Respondenci wskazywali, że mimo zachodzących pozytywnych zmian na rynku, nadal mają trudności ze sprzedażą swojej produkcji. Dużym problemem jest konieczność sprzedaży wytwarzanej produkcji jako konwencjonalnej.

Wstęp

Rolnictwo ekologiczne stanowi jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi rolnictwa na świecie, a zwłaszcza w Unii Europejskiej (UE). Pod koniec lat 90. XX wieku w Polsce nastąpił wzrost zainteresowania tą dziedziną rolnictwa. Początkowo rolnictwo ekologiczne rozwijało się jako ruch społeczny. Następnie Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi rozpoczęło prace nad przygotowaniem aktów prawnych regulujących tę dziedzinę rolnictwa. W 2004 roku po wstąpieniu Polski do UE ramy prawne w zakresie rolnictwa ekologicznego zostały zastąpione przepisami unijnymi. Wprowadzono wsparcie finansowe do kosztów kontroli, a następnie wsparcie dla gospodarstw rolnych w postaci dotacji do powierzchni upraw ekologicznych [Nowakowski 2013].

Ostatnie lata w rozwoju rolnictwa ekologicznego w Polsce charakteryzują się stałą dynamiką wzrostu. Według danych Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (IJHAR-S), liczba gospodarstw ekologicznych w 2012 roku wynosiła 25 944, liczba przetwórci – 312, a powierzchnia upraw będących w systemie rolnictwa ekologicznego ponad 661 687 ha. Powierzchnia tych użytków w odniesieniu do 2011 roku wzrosła o 10%. Największa powierzchnia użytkowana ekologicznie w 2012 roku znajdowała się w województwach: zachodniopomorskim – 135 366,8 ha, warmińsko-mazurskim – 112 945,3 ha oraz podlaskim – 55 804,15 ha. W latach 2003-2012 powierzchnia użytków ekologicznych wzrosła 11-krotnie i obecnie stanowi ok. 3,4% całej powierzchni użytkowanej rolniczo w Polsce. Średnia powierzchnia gospodarstw ekologicznych przekracza obecnie 26 ha przy średniej krajowej ok. 10 ha dla gospodarstw konwencjonalnych.

W 2012 roku z 25 944 gospodarstw ekologicznych najwięcej było w województwach: warmińsko-mazurskim – 3793, zachodniopomorskim – 3579, i podlaskim – 2924. Pod względem liczby przetwórci dominowały natomiast województwa: mazowieckie – 59, wielkopolskie – 42 oraz lubelskie – 36.

Z formalnego punktu widzenia kanał dystrybucji jest zbiorowością jednostek organizacyjnych (wewnętrznych lub zewnętrznych względem producenta), które wykonują funkcje związane z marketingiem produktu (kupno i sprzedaż, transport, przechowanie, konfekcjonowanie, finansowanie, ponoszenie ryzyka rynkowego, pozyskiwanie informacji rynkowych). Każda z form, która spełnia jedną lub więcej z wyżej wymienionych funkcji marketingowych w ramach przemieszczenia produktu, jest ogniwem kanału dystrybucji [Bendkowski, Pietrucha-Pacut 2003]. W działalności gospodarstw ekologicznych coraz bardziej popularna staje się sprzedaż małych ilości żywności

nieprzetworzonej finalnemu konsumentowi na targach lub we własnym gospodarstwie rolnym, jak i lokalnym sklepom i zakładom gastronomicznym. Jest to związane z rozwojem rynku konsumentów zainteresowanych nabywaniem świeżych i pochodzących z pewnych źródeł produktów spożywczych, szczególnie ekologicznych. Taka sprzedaż bezpośrednia jest przykładem „krótkiego łańcucha” dostaw żywności. Rolnik, wytwórca produktów rolnych, zajmuje się jednocześnie ich magazynowaniem, dystrybucją i sprzedażą [Suchoń 2012].

Celem pracy było przedstawienie kanałów dystrybucji produktów wytwarzanych w gospodarstwach ekologicznych regionu siedleckiego.

Material i metodyka badań

Przedmiotem badań były opinie właścicieli gospodarstw ekologicznych z powiatów położonych we wschodniej części województwa mazowieckiego w regionie siedleckim. Były to powiaty: miński, garwoliński, węgrowski, sokołowski, łosicki i siedlecki. Badaniami przeprowadzonymi w pierwszym kwartale 2014 roku objęto 60 właścicieli gospodarstw ekologicznych. Podstawą doboru podmiotów do badań była baza gospodarstw ekologicznych, które współpracowały z Mazowieckim Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego w Warszawie Oddział w Siedlcach (MODR). W przeprowadzonych badaniach zastosowano metody ankiety z wykorzystaniem standaryzowanego kwestionariusza. Spośród 182 gospodarstw ekologicznych analizie poddano 60 gospodarstw, które posiadały certyfikat gospodarstwa ekologicznego. W opracowaniu i analizie zebranego materiału posłużono się metodami statystyki tabelaryczno-opisowej.

Wyniki badań

Gospodarstwa do badań zostały wybrane z grupy gospodarstw współpracujących z MODR. W 2014 roku w zakresie rozwoju rolnictwa ekologicznego MODR prowadził współpracę ze 182 gospodarstwami ekologicznymi, z czego 122 gospodarstwa miały certyfikat produkcji, a 60 było w okresie przestawiania na metody ekologiczne (tab. 1). Najwięcej gospodarstw ekologicznych współpracuje z MODR w powiatach mińskim i łosickim.

Istotnym elementem działalności produkcyjnej jest sposób dystrybucji wytworzonych przez nią produktów. Jest to ważne przede wszystkim z punktu widzenia potrzeb konsumentów, konkurencji występującej na rynku oraz kosztów, które musi ponieść podmiot [Sazońska 2012].

Z przeprowadzonych badań wynika, że ponad 43,3% ankietowanych rolników sprzedawała niemal wszystkie wytwarzane przez siebie surowce i produkty. Kolejnych 31,7% respondentów sprzedawała około połowy swojej produkcji. Pozostałe gospodarstwa (25%) sprzedawały niewielką część swojej produkcji albo całą produkcję przeznaczano na własne potrzeby. Wyniki te wskazują, że wśród badanych gospodarstw większość nastawiona jest na rynek i aktywnie uczestniczy w dystrybucji własnych produktów.

Tabela 1. Gospodarstwa ekologiczne regionu siedleckiego współpracujące z MODR w 2013 r.

Table 1. Organic farms from Siedlce region cooperating with MODR in 2013

Rodzaj gospodarstwa/ Farm type	Powiat/District						Razem/ Total
	Garwolin	Łosice	Mińsk Mazowiecki	Siedlce	Sokołów Podlaski	Węgrów	
Gospodarstwa ekologiczne w tym/Organic farms, in which:	16	36	63	30	30	7	182
- z certyfikatem/with certificate	11	28	38	22	19	4	122
- przestawiające produkcję/ rearranging production	5	8	25	8	11	3	60

Źródło: Sprawozdanie z działalności MODR Warszawa Oddział Siedlce za 2013 rok

Source: Report about Mazovian Agricultural Advisory Center in Warsaw, branch in Siedlce activity in 2013

Tabela 2. Opinie respondentów o wielkości sprzedaży ekologicznych surowców i produktów żywnościowych z gospodarstw ekologicznych

Table 2. Respondents opinions about sales amount organic raw and food products from organic farms

Wyszczególnienie/Specification	Odpowiedzi/Answers [%]
Prawie wszystko co wyprodukuję/Almost all that produced	43,3
Ponad połowę tego co wyprodukuję/More than half that produced	20,0
Mniej niż połowę tego co wyprodukuję/Less than half that produced	11,7
Trudno powiedzieć, ale niewielką część/Hard to say but insignificant part	18,3
Nie sprzedaje, produkcja na potrzeby własne/Not for sale, production for own needs	6,7

Źródło: opracowanie własne

Source: own study

Z badań wynika, że ponad dwie trzecie ankietowanych twierdziła, że nie miała kłopotów ze sprzedażą produktów ze swoich gospodarstw – 68,3%. Pozostali gospodarze (31,7%) mieli problemy z dystrybucją swoich surowców. Jednak opinie te dotyczą konkretnych produktów np. mleka, trzody chlewnej. Wynikało to przede wszystkim, z braku przetwórci takich surowców ekologicznych.

Z roku na rok można zaobserwować coraz większe zainteresowanie konsumentów żywnością ekologiczną. Wynika to m.in. ze zmieniających się wzorców odżywiania, rosnących dochodów oraz swoistej mody. Konsumenti poszukują żywności o wysokiej jakości, a taką może gwarantować certyfikowana produkcja w gospodarstwach ekologicznych. Wraz z rozwojem popytu na tego typu żywność pojawia się jednak problem z dystrybucją [Szymona 2011]. Kanały dystrybucji dóbr konsumpcyjnych można przedstawić za pomocą schematu (rys. 1). Dzieli się one na dwa podstawowe rodzaje: kanały bezpośrednie i pośrednie. Kanał bezpośredni

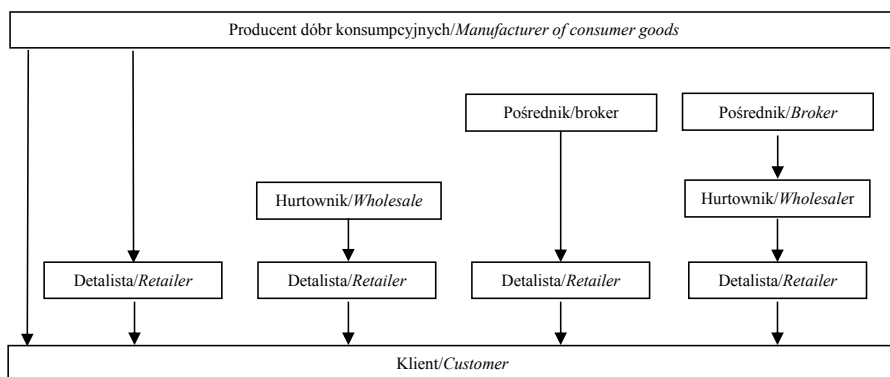
Tabela 3. Kanały dystrybucji surowców i produktów żywnościowych wytwarzanych w badanych gospodarstwach ekologicznych

Table 3. Distribution channels of raw materials and food products produced in organic farms surveyed

Wyszczególnienie/Specification	Odpowiedzi/Answers [%]
Kanał bezpośredni/Direct channel	–
Kanał pośredni/Indirect channel	18,3
Oba rodzaje kanałów dystrybucji/Both types of distribution channels	68,4
Produkcja tylko na własne potrzeby/Production only for their own needs	13,3

Źródło: opracowanie własne

Source: own study



Rysunek 1. Kanały dystrybucji dóbr konsumpcyjnych

Figure 1. Channels of distribution of consumer goods

Źródło/Source: [Niziński 1998]

składa się z dwóch szczebli – producenta i finalnych nabywców jego produktów, czyli klientów. W kanale takim nie występują podmioty pośredniczące. Producent sam na własny koszt i własne ryzyko dociera ze swoimi produktami do nabywców finalnych. Kanał pośredni składa się z producenta, pośredników i finalnych nabywców. Pośrednikami w kanale dystrybucji są osoby fizyczne lub prawne pomagające w przeniesieniu prawa własności do produktu na jego drodze od producenta do finalnego nabywcy [Czubała 2001].

Przeprowadzone badania wykazały, że sprzedaż surowców ekologicznych z gospodarstw prowadzona była różnymi kanałami. Wynikało to generalnie z trudności ze zbytem tej produkcji po dobrych cenach i konieczności poszukiwania różnych dróg dotarcia do klienta. Większość gospodarstw sprzedawało swoje produkty korzystając z kilku kanałów dystrybucji (68,4%). Dominującym sposobem dystrybucji produktów z certyfikatem była sprzedaż pośrednikom oraz firmom przetwórczym. Sprzedaż firmom przetwórczym staje się coraz bardziej popularna, ze względu na fakt powstawania coraz większej liczby certyfikowanych przedsiębiorstw przetwarzających ekologiczne surowce żywnościowe w województwie mazowieckim, jak również w Polsce. Certyfikowane produkty, sprzedawane były także bezpośrednio w gospodarstwie, na różnego rodzaju targach i kiermaszach oraz odsprzedawane innym gospodarstwom ekologicznym lub wymieniane na zasadzie barteru. Dobrym przykładem może być zrzeszenie się 25 rolników z województwa w Stowarzyszeniu Producentów Żywności Metodami Ekologicznymi Oddział Wschodniomazowiecki „Ekoland”. Członkowie tego stowarzyszenia organizują w swoich gospodarstwach kiermasze żywności ekologicznej pod nazwą „Otwarte wrota”, które cieszą się dużym powodzeniem wśród osób, szczególnie z miast. Rolnicy biorą także udział w różnych kiermaszach i festynach, na których ze swoim produktem docierają bezpośrednio do klienta. Takie praktyki stanowią pewnego rodzaju formę integracji poziomej gospodarstw ekologicznych działających na danym terenie. W badanej grupie były także gospodarstwa, które całą swoją produkcję sprzedają, korzystając z jednego kanału dystrybucji, bezpośrednio do firm przetwórczych – dotyczyło to owoców aronii, truskawek, czarnej porzeczki oraz owoców i kwiatów czarnego bzu (18,3%).

Omawiając zagadnienie dystrybucji żywności ekologicznej, należy zwrócić uwagę na jeszcze jedną kwestię. Słabo rozwinięty rynek żywności ekologicznej, brak przetwórci i skupu produktów ekologicznych sprawia, że część producentów surowców ekologicznych zmuszona jest sprzedawać je jako konwencjonalne, co naturalnie skutkuje uzyskiwaniem niższych cen i powoduje, że koszty produkcji przewyższają dochody. W badanej grupie taka sytuacja dotyczyła około 15% produktów roślinnych i nawet do 70% zwierzęcych.

Powiązania integracyjne producentów z odbiorcami w większości przypadków nie mają potwierdzenia w umowach i kontraktach, a jeśli już, to tylko na wybrane produkty. Zapewniony zbyt całego asortymentu miało tylko czterech badanych rolników. Jest to dowód na to, że mimo dynamicznego rozwoju rolnictwa ekologicznego, rynek surowców i produktów żywnościowych tego segmentu jest jeszcze w fazie tworzenia. Nie sprzyja mu także brak stabilności cen, który może zniechęcać do utrzymywania takiej produkcji. W 2013 roku uzyskiwane przez producentów ekologicznych ceny owoców były na takim samym poziomie co w produkcji konwencjonalnej. Biorąc pod uwagę wkład pracy i wymagania stawiane tej produkcji, jest to bardzo niekorzystne dla tych producentów. Produkcja ekologiczna to działalność znacznie bardziej pracochłonna oraz mniej efektywna niż konwencjonalna.

Podsumowanie

W ostatnich latach można zaobserwować zwiększanie liczby gospodarstw ekologicznych w Polsce. Dotyczy to także analizowanego regionu siedleckiego, które ze względu na stan środowiska naturalnego, udział obszarów chronionych, brak dużych zakładów przemysłowych, sprzyja rozwijaniu produkcji ekologicznej. Wyniki badań pokazują, że zwiększanie liczby i wielkości tych gospodarstw nie jest skorelowane z rozwojem rynku produktów ekologicznych. Taka sytuacja powoduje, że większość producentów żywności ekologicznej nie sprzedaje jej na podstawie umów z przetwórcami, hurtowniami, sklepami. Odbywa się to natomiast na zasadzie jednorazowych

transakcji. Ważnym kanałem dystrybucji jest sprzedaż do bezpośredniego klienta na różnego rodzaju targach, festynach i kiermaszach (do 20% produkcji badanych gospodarstw). Także część produkcji ekologicznej sprzedawano jako konwencjonalną, co przyczyniało się do znacznego zmniejszenia opłacalności tej działalności. Dotyczyło to około 15% produktów roślinnych i około 70% zwierzęcych. Większość badanych gospodarstw (68,4%) sprzedawała swoje produkty wykorzystując różne kanały dystrybucji. Związane to było przede wszystkim z trudnościami ze zbytem produktów po dobrych cenach i z koniecznością poszukiwania różnych dróg dotarcia do klienta. Za rozwojem produkcji surowców i produktów ekologicznych musi następować szybszy rozwój rynku produktów ekologicznych. W przeciwnym razie nie ma możliwości rozwoju rolnictwa ekologicznego, a w przyszłości będzie następowała jego stagnacja oraz zmniejszanie liczby i wielkości gospodarstw.

Literatura

- Bendkowski J., Pietrucha-Pacut M. 2003: *Podstawy logistyki w dystrybucji*, Wyd. PŚ, Gliwice, 79-80
- Czubała A. 2001: *Dystrybucja produktów*, PWE, 30-38.
- Niziński S. 1998: *Logistyka w systemach działania*, Biblioteka Problemów Eksploatacji, Warszawa, 49.
- Nowakowski W. 2013: *Ekologiczna produkcja ziemniaka*, IHiAR-PIB, Jadwisin, 7-9.
- Sażońska B. 2012: *Zasady przetwórstwa ekologicznego*, [w:] *Przetwórstwo zbóż na poziomie gospodarstwa*, CDR w Brwinowie, Oddział w Radomiu, Radom, 5-8, 14-17.
- Sprawozdanie z działalności MODR Warszawa Oddział Siedlce za 2013 r.* 2014: Materiał powielany, Siedlce.
- Suchoń A. 2012: *Sprzedaż bezpośrednia produktów rolnych jako przykład krótkiego „łańcucha dostaw żywności”*, *Logistyka*, 4, 1278-1285.
- Szymona J. 2011: *Badania w zakresie doboru odmian zbóż zalecanych do uprawy ekologicznej*, [w:] *Nauka – praktyce ekologicznej*, UP w Lublinie, Lublin, 17-26.

Summary

In the recent years increasing number of organic farms have been recorded in Poland. This also refers to the analyzed region of Siedlce, which due to the environment, share of protected areas and lack of large industrial plants, is in favour of the development of organic production. The results of the study show that increasing the number as well as the size of these farms is not correlated with the development of the market for organic products. This situation affects most organic producers who do not sell their products on the basis of agreements with processing plants, warehouses, shops, etc. but it takes place in terms of a one-off transactions. An important channel is direct sales to a customer at different fairs, festivals and feasts. In this case, farmers must be aware of the obligations under the existing legislation and they must follow them. Some organic production is sold as conventional one, which affects in a significant reduction in the profitability of this enterprise. The development of the production of raw materials and organic products must be followed by rapid development of the market for organic products. Otherwise, there is no possibility for the development of organic agriculture and it will result in its stagnation and reducing the number and size of farms in the future.

Adres do korespondencji
 dr inż. Marek Niewęglowski, dr inż. Ryszard Jabłonka
 Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
 Instytut Agronomii, Zakład Ekonomiki, Organizacji Rolnictwa i Agrobiznesu
 ul. Prusa 12, 08-110 Siedlce
 tel. (25) 643 12 90
 e-mail: nexon@wp.pl, rysjab@uph.edu.pl