



**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](mailto: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.*

## **WYBRANE PROBLEMY FUNKCJONOWANIA GRUP PRODUCENTÓW OWOCÓW Z REGIONU GRÓJECKIEGO I RAWSKIEGO**

Wioleta Sobczak, Lilianna Jabłońska, Anita Dzedzic  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

**Abstrakt.** W obliczu globalizacji rynku ogrodniczego, polscy producenci prowadzący w wielu przypadkach produkcję na niewielkim areale i posiadający często ubogie zaplecze techniczne, stają się niekonkurencyjni względem ogrodników z krajów UE-15. Jednym z rozwiązań tego problemu jest współdziałanie w grupach producentów owoców i warzyw. Zwiększa ono potencjał rynkowy ogrodników, pozwala prowadzić sprzedaż na rynkach oferujących wyższe ceny, a także eliminować pośrednie kanały dystrybucji. Ponadto zrzeszeni producenci mogą wspólnie nabywać i użytkować środki produkcji oraz prowadzić działania promocyjne. W pracy podjęto próbę zbadania, jak w praktyce są realizowane wspólne działania właścicieli gospodarstw w powstałych grupach, jakie były powody przystąpienia producentów do grupy i jak oceniają swoją decyzję. Badanie przeprowadzono w grupach i organizacjach producentów owoców i warzyw regionu grójeckiego i rawskiego. Badania te potwierdzają opinię odnośnie wzrostu zainteresowania producentów współdziałaniem w grupach, co przekłada się na poprawę funkcjonowania gospodarstw ogrodniczych oraz zwiększenia ich potencjału rynkowego.

**Słowa kluczowe:** grupy producentów, organizacje producentów, rynek owoców i warzyw

### **WPROWADZENIE**

W dobie zmian gospodarczych występujących na wielu płaszczyznach, produkcja roślinna nie jest jedynie prowadzeniem uprawy, ale złożonym, wieloetapowym procesem mającym na celu uzyskanie artykułu spożywczego [Pawlak 2010]. Znaczne rozdrobienie polskich gospodarstw przyczynia się do spowolnienia procesu unowocze-

śnienia i poprawy efektywności produkcji w sektorze rolno-ogrodniczym [Kacprzak 2011]. Szansą na polepszenie sytuacji polskich producentów zarówno na rynkach europejskich, jak i światowych jest podjęcie przez nich współdziałania. Jednym ze sposobów zorganizowania się właścicieli gospodarstw ogrodniczych są grupy i organizacje producentów owoców i warzyw. W pierwszym etapie powstawania podmioty te są narażone na wiele niedogodności. Aby ułatwić producentom organizowanie się w grupy i organizacje po akcesji Polski do UE, podmioty te mają możliwość otrzymania wsparcia finansowego z funduszy krajowych oraz wspólnotowych w celu ułatwienia założenia, a w późniejszym etapie funkcjonowania tych podmiotów [Spółdzielczość... 2011]. Zakres i wysokość tej pomocy została określona w Rozporządzeniu Rady (WE) 2200/96 [Rozporządzenie... 2007 a], zaktualizowanym poprzez Rozporządzenie Rady (WE) 1234/2007 [Rozporządzenie... 2007 b]. Dodatkowo akty te zostały wzbogacone poprzez rozporządzenia wykonawcze, z których najaktualniejszymi są: Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) nr 543/2011 [Rozporządzenie... 2011] oraz Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) nr 302/2012 [Rozporządzenie... 2012]. Producenci podejmujący współpracę kierują się szeregiem przesłanek oczekując, iż inicjatywa ta przyniesie im znaczące korzyści. Wśród przyczyn podejmowania przez producentów działań zespołowych wymieniana się: świadomość niepewności rynkowej, niski potencjał inwestycyjny producentów, mały areal gospodarstw, niską konkurencyjność polskich producentów oraz świadomość funkcjonowania wsparcia finansowego dla grup i organizacji producentów [Jachimowicz 2000]. Istotnym czynnikiem jest również niski poziom infrastruktury krajowych gospodarstw, a także słabo prosperujący marketing, a przede wszystkim niska dochodowość gospodarstw ogrodniczych [Wiatrak 2010]. Działania podejmowane przez grupy producentów owoców i warzyw mają za zadanie spełnić w znacznym stopniu oczekiwania swoich członków. Jednocześnie dzięki silnej współpracy producentów podmioty te stają się istotnym partnerem handlowym [Domagalska-Grędys 2010], mającym wpływ na organizację i funkcjonowanie rynku w tym sektorze [Szczebiot-Knoubloch 2005].

## CELE I METODY

Przeprowadzone badania mają na celu prześledzenie wybranych aspektów procesu organizowania się producentów z regionu grójecko-rawskiego oraz zidentyfikowanie związanych z tym problemów i korzyści. Analizie poddano takie parametry charakteryzujące badane podmioty, jak: ich liczebność, powierzchnia upraw prowadzonych przez jej członków ogółem i w przeliczeniu na jednego członka, kanały dystrybucji wytworzonych produktów oraz podejmowane wspólnie działania. Badano zmiany, jakim uległy te parametry w okresie istnienia grup oraz opinię producentów o korzyściach wynikających z funkcjonowania w tych grupach. Analizie poddano również czynniki wpływające na podjęcie przez producentów decyzji o współdziałaniu, a także warunki, jakie podmioty te stawiają swoim przyszłym członkom, co jest istotne z punktu widzenia stabilności grupy jako podmiotu rynkowego i gwarancji spełnienia jednolitych standardów jakości. Niniejsze opracowanie umożliwi wskazanie niektórych problemów, jakie wystąpiły w procesie tworzenia się grup, te zaś staną się wskazówką do podjęcia działań mających na celu wyeliminowanie lub zmniejszenie owych trudności. Badaniami objętych zostało 10 grup producentów owoców wpisanych do rejestru wstępnie uznanych grup producentów z regionu grójeckiego oraz rawskiego, które zgodziły się w nich

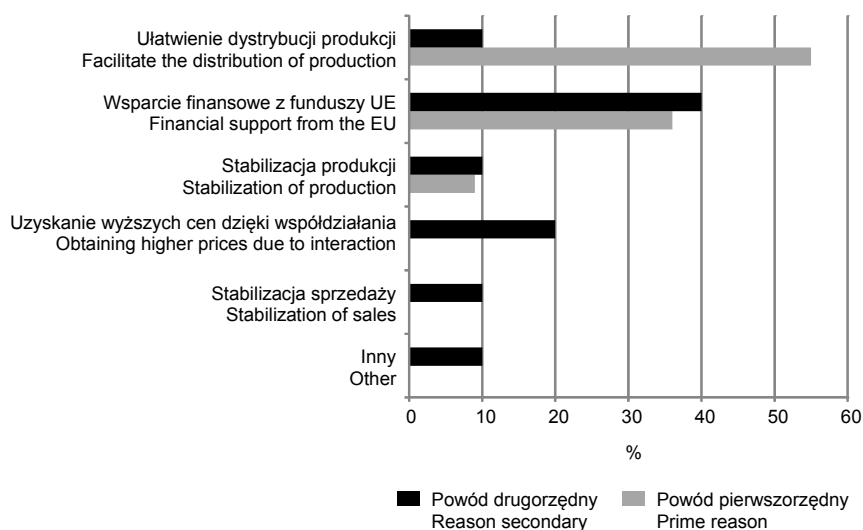
uczestniczyć. Badanie przeprowadzono w 2012 roku. Dane pozyskano poprzez przeprowadzenie wywiadu bezpośredniego z reprezentantami zarządów.

## WYNIKI BADAŃ I DYSKUSJA

### Wybrane aspekty procesu tworzenia się grup

Wśród analizowanych grup najdłużej działająca została wpisana do rejestru w 2008 roku, dwie w 2009 roku, dwie w 2010 roku, natomiast pięć pozostałych podmiotów w 2011 roku. Data rejestracji nie jest jednak jednoznaczna z datą powstania. W badanych podmiotach „najstarszy” z nich powstał już w 2004 roku, a kolejne, odpowiednio po jednym, w latach: 2006, 2007 i 2008. W 2010 roku powstała największa liczba badanych grup, a mianowicie trzy, natomiast ostatnie dwie w 2011 roku. Podczas rejestracji 60% analizowanych podmiotów wybrało owoce jako grupę produktów, w obrębie której prowadzą swoją działalność. Znacznie mniej, bo 30% zarówno owoce, jak i warzywa, a tylko nieliczne, bo 10%, dokonało rejestracji dla owoców i warzyw przeznaczonych do przetwórstwa. Niezależnie od rejestracji dla określonej grupy produktów, podmioty te wprowadzały na rynek wyłącznie owoce.

Producenci decydujący się na podjęcie współpracy w grupach i organizacjach producentów kierują się różnymi przesłankami. Analiza uzyskanych danych wykazała, że najczęściej jako główny powód założenia grupy producentów ankietowani podawali ułatwienie procesu sprzedaży. Ten powód jako główną przesłankę wskazało 55% ankietowanych grup (rys. 1). Nie mniej ważna okazała się możliwość otrzymania przez te



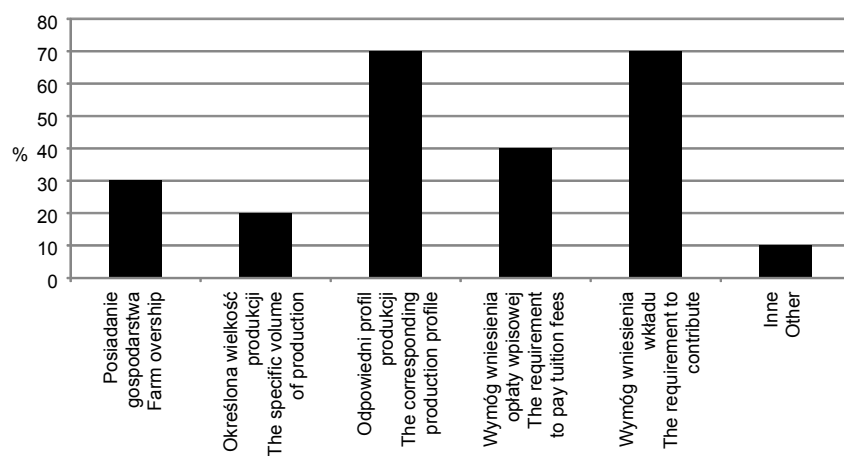
Rys. 1. Przyczyny łączenia się producentów w grupy producentów (% badanych)  
Źródło: badania własne.

Fig. 1. Reasons for joining horticultural producers' groups (% of respondents)  
Source: own research.

podmioty wsparcia finansowego na rozwój z funduszy publicznych. Było to głównym powodem podjęcia współdziałania dla 35% podmiotów. Istotność tego czynnika potwierdza fakt, że aż 40% grup wymieniło go jako drugi z kolei powód zorganizowania się. Takie determinanty, jak uzyskanie wyższych cen za produkty i stabilizacja sprzedaży oraz produkcji, okazały się drugorzędnymi powodami podczas podejmowania decyzji o wspólnym działaniu.

Proces tworzenia grup producentów niesie ze sobą szereg trudności związanych z tym przedsięwzięciem. Za najczęściej spotykaną niedogodność badane grupy producentów uznały kłopoty z procesem rejestracji, a w późniejszym etapie – z ustaleniem wspólnego sposobu sprzedaży. Z takimi przeszkodami musiały zmierzyć się odpowiednio trzy analizowane grupy producentów. W dwóch badanych podmiotach inicjatorzy przedsięwzięcia mieli problem ze spełnieniem wymogu minimalnej liczby członków określonej Rozporządzeniem... [2007 b], czyli z nawiązaniem współpracy pięciu producentów. Fakt istnienia tych grup świadczy, że ostatecznie pokonali niechęć do zrzeszania się. Wśród pozostałych przeciwności wymieniano: brak zgodności w ustaleniu zasad wypłaty należności swoim członkom, trudności z interpretacją oraz dostosowaniem się do obowiązujących ich przepisów, a także brak wsparcia w ramach doradztwa ze strony administracji państwowej.

Bardzo istotne dla stabilnego funkcjonowania grup, jako podmiotu wspólnie prowadzącego sprzedaż produktów swoich członków, jest określenie jasnych i jednolitych warunków przynależności do grupy. Głównym warunkiem, występującym w 70% badanych grup, było posiadanie przez gospodarstwo profilu produkcji zgodnego z tym, dla jakiego został zarejestrowany podmiot, a także konieczność wniesienia przez producenta wkładu własnego do majątku grupy (rys. 2). Wkład ten może mieć formę pieniężną



Rys. 2. Wymogi stawiane przez grupy producentów owoców nowym członkom (% występowania)

Źródło: badania własne.

Fig. 2. Requirements for new members of producer groups (% incidence)

Source: own research.

oraz rzeczową. Pozostałe 30% podmiotów nie stawiało wymogu prowadzenia w gospodarstwie określonego profilu produkcji, choć istnieje wymóg posiadania gospodarstwa rolnego. Drugim pod względem częstotliwości występowania kryterium stawianym przyszłym członkom był wymóg wnoszenia opłaty wpisowej, która w badanych grupach wynosiła maksymalnie 10 tys. zł. W analizowanych podmiotach kryterium to występowało w 40% przypadków. Grupy producentów wymagały również od swoich członków posiadania określonej wielkości produkcji. Takie kryterium występowało w 20% badanych grup. Grupy określały również inne warunki, jakie musi spełniać potencjalny wspólnik, aczkolwiek ich liczba stanowiła jedynie 10%.

### Zmiany w potencjale rynkowym badanych grup

Miarą potencjału rynkowego grup producentów jest wielkość produkcji towarowej. Podczas prowadzonych badań informacje te były trudne do uzyskania. W niniejszej pracy zmiany w tym potencjale określono drogą pośrednią poprzez liczbę członków i powierzchnię upraw produktów sprzedawanych przez grupę, będących w ich dyspozycji. Analizowane grupy producentów w momencie powstawania charakteryzowały się małą liczebnością – 80% z nich nie posiadało więcej niż ośmiu członków i dominowały podmioty zrzeszające 5-6 gospodarstw (tab. 1). Wraz z wydłużającym się okresem funkcjonowania wzrastała liczba producentów współpracujących z tymi podmiotami. Największa zmiana nastąpiła w liczebności grupy nr 9, gdzie w 2012 roku było

Tabela 1. Liczba członków i powierzchnia upraw w badanych grupach producentów  
Table 1. Number of members and cultivation area in the investigated producers' groups

Wyszczególnienie Specification	Numer grupy – Group number									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Liczba członków w grupie – Number of members in the group									
Rok powstania Setting up year	6	6	11	5	6	6	5	5	8	10
Rok badania Year research	25	35	20	26	30	6	5	10	99	27
	Powierzchnia upraw ogółem (ha) – Total cultivated area (ha)									
Rok powstania Setting up year	70,0	140,0	180,0	80,0	120,0	50,0	32,0	40,0	80,0	162,0
Rok badania Year research	250,0	450,0	320,0	300,0	600,0	50,0	39,0	100,0	940,0	364,0
	Powierzchnia upraw na jednego członka grupy (ha) Cultivated area per one member of the group (ha)									
Rok powstania Setting up year	11,7	23,3	16,4	16,0	20,0	8,3	6,4	8,0	10,0	16,2
Rok badania Year research	10,0	12,9	13,3	11,5	20,0	8,3	9,0	10,0	9,5	13,5

Źródło: badania własne.  
Source: own research.

zrzeszonych ponad 12 razy więcej gospodarzy niż na początku jej działalności. Dość istotny przyrost liczby członków nastąpił w grupach nr 2 i 4, bo ponad pięciokrotnie. W grupie nr 8, wzrost ten był dwukrotny. Tylko w dwóch grupach (nr 6 i 7) nie odnotowano wzrostu liczby członków. Biorąc pod uwagę liczebność grup i organizacji producentów owoców i warzyw w Polsce, badane grupy są podmiotami silnymi. Średnia liczba członków w jednej grupie w skali kraju wynosiła, według Sobczak [2013], w 2012 roku 13 osób, a w skali województwa mazowieckiego – 17 osób, natomiast w badanej populacji 70% grup posiadało powyżej 20 członków, w tym jedna 99 członków. Średnia liczebność badanych grup wynosiła 28,3 osoby i była przeszło dwukrotnie większa niż średnia krajowa. Tylko dwie grupy zrzeszały pięciu i sześciu producentów i były to podmioty określane jako rodzinne, których członkami są osoby spokrewnione.

Średnia (łącznie dla wszystkich członków) powierzchnia produkcji prowadzonej przez właścicieli gospodarstw zrzeszonych w badanych podmiotach w pierwszym roku ich funkcjonowania wynosiła 95,4 ha, w tym sześć grup dysponowało obszarem znacznie poniżej tej średniej, a tylko cztery grupy obszarem 120,0-180,0 ha. Przystępowanie nowych członków do grup było jednoznaczne ze wzrostem powierzchni upraw. W 2012 roku średnia powierzchnia upraw w badanych grupach wzrosła do 341,3 ha. Tempo wzrostu w poszczególnych grupach było ściśle związane z liczbą nowych członków. Największy przyrost powierzchni upraw miał miejsce w grupie nr 9, a najmniejszy w grupie nr 3 i 7. Jednocześnie w grupie nr 6 areał upraw jej członków nie uległ zmianie. Tak więc w 2012 roku wzmocniła się pozycja na rynku producentów większości grup, gdyż największa z nich oferowała do sprzedaży produkty uzyskane aż z 940 ha, kolejna z 600 ha, a pięć grup z powierzchni 250-450 ha. Należy jednak podkreślić, że dynamika wzrostu powierzchni upraw będących w dyspozycji grup była nieznacznie niższa niż dynamika wzrostu liczby członków. Oznacza to, że do grupy przystępowali relatywnie mniejsi producenci. Obrazuje to wyraźnie powierzchnia upraw przeliczona na jednego członka grupy, która uległa zmniejszeniu aż w 80% badanych grup. Tylko w grupie nr 7 i 8 areał upraw na jednego członka wzrósł, co w przypadku grupy nr 7 było rezultatem powiększenia gospodarstw.

### **Wspólne aktywności grup producentów**

Podstawowym celem grup producentów, zgodnie z legislacją UE, jest sprzedaż produktów swoich członków. Według założenia ustawodawcy, wspólna sprzedaż powinna umożliwić producentom nie tylko wygraną konkurencji o odbiorcę, lecz przede wszystkim kierowanie produktów do kanałów dystrybucji z pominięciem pośredników, w których są oferowane relatywnie wyższe ceny sprzedaży [Jabłońska 2002]. Choć przesłedzenie tego zjawiska w niniejszych badaniach było możliwe na przykładzie tylko czterech grup, które działały wspólnie najdłużej, można wysnuć wniosek o poprawie lokowania produktów na rynku. Zmian nie odnotowano jedynie w grupie nr 6, która od początku swojego powstania 80% produkcji sprzedaje na eksport, a 20% na krajowy rynek owoców świeżych (tab. 2). W obu przypadkach korzysta jednak z ogniwa pośredniczącego, co umniejsza jej przychody o marżę eksportera lub hurtownika. Wynika to z faktu, że jest to grupa rodzinna, zbyt mała na prowadzenie samodzielnie eksportu, a jednocześnie nie wykazująca chęci powiększania się.

W pozostałych trzech grupach nastąpiły wyraźnie korzystne zmiany kanałów dystrybucji i rynków zbytu, pozwalające uzyskać większe przychody ze sprzedaży lub

Tabela 2. Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w zbyciu produkcji analizowanych grup producentów w I, III oraz V roku funkcjonowania (%)

Table 2. Share of individual distribution channels in marketing of products in investigated producer groups in I, III and V year of functioning

Kanały dystrybucji Distribution channels	Rok funkcjonowania – Time operation										
	I rok – I year				III rok – III year				V rok – V year		
	Numer grupy – Group number										
	4	5	6	9	4	5	6	9	4	6	9
Eksport przez pośrednika Exports by broker	28	10	80	50	10	10	80	50	24	80	80
Eksport samodzielnie Exports independent	12	60			80	90			16		10
Krajowe rynki hurtowe Domestic wholesale markets	6	30							3		
Hurtownicy na rynku krajowym Domestic market wholesalers	6		20	30			20	30	6	20	
Krajowe sieci supermarketów National supermarket chains	30								33		
Przetwórstwo Processing	9			20	10			20	9		10
Inne Other	9								9		

Źródło: badania własne.  
Source: own research.

obniżyć jej koszty. Grupa nr 5 już po dwóch latach funkcjonowania zrezygnowała ze sprzedaży na rynku hurtowym, a zbywane tą drogą 30% produkcji dołączyła do prowadzonego samodzielnie eksportu. W rezultacie, bezpośrednio eksportuje 90% produktów, a 10% stanowi eksport przez pośrednika. Ze sprzedaży na rynku hurtowym bezpośrednio odbiorcom detalicznym lub hurtownikom zrezygnowała także grupa nr 4. Zaprzestała ona również sprzedaży do supermarketów oraz częściowo z pośrednictwa w eksporcie, a bardzo rozwinęła eksport bezpośredni. W 2011 roku tym ostatnim kanałem zbywała aż 80% produkcji, w porównaniu z 12% w pierwszym roku działania. W dalszym ciągu 10% eksportuje korzystając z pośrednictwa eksportera. Pozostałe 10% przeznaczają do przetwórstwa. Korzystny kierunek zmian miał miejsce także w grupie nr 9, która systematycznie dążyła do zwiększenia w swojej sprzedaży udziału eksportu. Dzięki zwiększeniu wielkości produkcji oraz poprawie jakości i przygotowaniu do sprzedaży, w piątym roku funkcjonowania udział ten wzrósł do 90% (z 50% w pierwszych latach), a tylko 10% sprzedaje się przetwórci. Wydaje się, że kolejnym działaniem tej grupy w kierunku zwiększenia efektywności sprzedaży powinno być rozwinięcie eksportu bezpośredniego, gdyż obecnie stanowi on tylko 10% sprzedaży.

Powyższa analiza pozwala przypuszczać, że w pozostałych badanych grupach, w kolejnych latach ich funkcjonowania, będą zachodziły podobne zmiany. Dotyczy to przede wszystkim grup o większym potencjale produkcji, które około 20% owoców kierują do przetwórci, a część z nich około 10% owoców samodzielnie sprzedaje na

rynku hurtowym. Należy dodać, że grupy te także eksportują, ale jest to głównie eksport pośredni, a dwie z nich dostarczają owoce do sieci supermarketów.

Prowadzenie wspólnej sprzedaży wymaga od producentów działań w sferze produkcji, przygotowania do sprzedaży czy marketingu, w czym dodatkową motywacją jest wspomniane wsparcie finansowe ze środków publicznych. Jak wykazały badania, 90% analizowanych podmiotów wspólnie użytkuje budynki, z czego w 60% przypadków obiekty te należą do ich członków, a grupy producentów wykorzystują je na zasadzie dzierżawy (tab. 3). Wśród najczęściej wymienianych przez respondentów wspólnych działań znalazł się także zakup maszyn oraz przygotowanie do sprzedaży. Każde z tych przedsięwzięć było prowadzone w 70% omawianych grup. Nie mniej ważne okazało się przechowywanie produktów oraz zakup obrotowych środków produkcji. Tego typu współdziałanie prowadziło odpowiednio 60% i 50% grup producentów. Niewielką popularnością cieszyły się natomiast wspólne ubezpieczenia oraz opracowywanie agrotechniki upraw. Inicjatywy te pojawiły się tylko w 10% grup producentów. Wszystkie

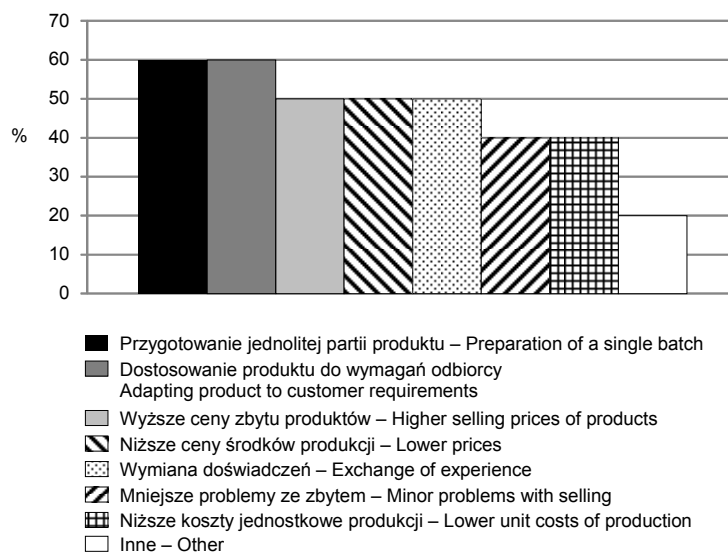
Tabela 3. Wspólne działania członków grup producentów  
Table 3. Joint activities of producer groups members

Rodzaj Type	Liczba grup Number of groups	Rodzaj Type	Liczba grup Number of groups	Rodzaj Type	Liczba grup Number of groups
Zakup maszyn Purchase of machinery	7	Szkolenia w tym: Training including:	10	Promocje w tym: Promotions including:	10
Przygotowanie do sprzedaży Preparing for sale	7	ochrona roślin plant protection	5	pokazy shows	1
Przechowywanie Storage	6	mechanizacja i nowe technologie mechanization and new technologies	4	sponsoring imprez sponsorship of events	2
Zakup środków produkcji Purchase of means of production	5	zasady organizacji principles of organization	4	bezpośredni kontakt direct contact	4
Ubezpieczenie Insurance	1	wsparcie finansowe financial support	1	strona www website	6
Opracowanie agrotechniki Development of agricultural technology	1	inne other	3	inne other	8
Użytkowanie gruntów Land use					
własność grupy group ownership	8				
dzierżawa od członków lease from members	6				

Źródło: badania własne.  
Source: own research.

grupy organizują dla swoich członków szkolenia umożliwiające uaktualnienie posiadanej wiedzy oraz zapoznanie się z nowościami w branży sadowniczej. Wśród szkoleń największą popularnością cieszyły się te związane z ochroną roślin oraz nowymi odmianami owoców i warzyw. Spotkania tematyczne z tego zakresu prowadziła połowa z badanych podmiotów. Popularne okazały się szkolenia z obszaru nowych rozwiązań technologicznych i mechanizacyjnych oraz warsztaty prezentujące zasady dobrej organizacji. Takie działania były realizowane w 40% analizowanych podmiotów. Wśród innych tematów szkoleń w tych grupach producentów były zasady korzystania ze wsparcia finansowego ze środków publicznych i kursy chemizacyjne. Wszystkie badane grupy producentów prowadziły także wspólne działania promocyjne. Niejednokrotnie stosowały one złożoną formę promocji, wykorzystując przy tym kilka z dostępnych kanałów. Z badań wynika, że 90% grup jako sposób reklamy swoich produktów wykorzystuje stronę internetową. Dość popularnym wśród ankietowanych podmiotów sposobem pozyskiwania odbiorców jest bezpośredni kontakt telefoniczny lub e-mailowy prezentujący swoją ofertę. Takie działania podejmowało 60% badanych podmiotów. Wśród wymienionych sposobów promocji znalazły się także sponsoring imprez lokalnych, organizowanie i uczestnictwo w pokazach oraz targach branżowych.

We wszystkich badanych grupach pozytywnie oceniano fakt ich powstania oraz podjęcie wspólnych działań. Według 60% osób kierujących nimi największą korzyścią jest możliwość przygotowania w krótkim czasie dużej i jednolitej pod względem jakości partii produktu odpowiadającego oczekiwaniom odbiorcy (rys. 3). Połowa respondentów



Rys. 3. Korzyści ze współdziałania w opinii osób kierujących grupami producentów (liczba ankietowanych)

Źródło: badania własne.

Fig. 3. Benefits of cooperation in the opinion of producer groups' managers (number of respondents)

Source: own research.

tów wskazała, że dzięki członkostwu producenci uzyskują wyższe ceny za owoce z ich gospodarstw, a także nabywają po relatywnie niższych cenach obrotowe środki produkcji. W opinii 40% ankietowanych producenci współpracujący w grupie mają znacznie mniejsze problemy ze zbytem swoich zbiorów, a ponadto obniżają koszty jednostkowe upraw prowadzonych w swoich gospodarstwach. Ważną korzyścią jest także możliwość wymiany doświadczeń pomiędzy zrzeszonymi producentami.

## PODSUMOWANIE

Badania potwierdzają powszechną opinię odnośnie wzrostu zainteresowania sadowników współdziałaniem w grupach producentów. Co roku tworzą się nowe podmioty, a do już funkcjonujących wstępują nowi członkowie, zwiększając potencjał rynkowy pojedynczej grupy. Dzięki temu, relatywnie mali producenci uzyskują łatwiejszy dostęp do rynków zbytu, większe możliwości poprawy jakości oferowanych produktów i lokowania ich na bardziej wymagających rynkach oraz przejmują marżę pośrednika, co zwiększa przychody. Równocześnie wspólne zaopatrywanie się w środki produkcji, wspólne użytkowanie środków trwałych, działania promocyjne oraz wymiana doświadczeń wpływa na zmniejszenie kosztów jednostkowych. Jak wynika z literatury przedmiotu oraz przeprowadzonych badań, istnieje jednak wiele barier utrudniających proces tworzenia się nowych grup, których szersze zbadanie pozwoliłoby wdrożyć mechanizmy zmniejszające ich znaczenie i przyspieszające powstawanie grup.

## LITERATURA

- Domagalska-Grędyś M., 2010. Czynniki kształtujące zmianę dochodu współpracujących gospodarstw grup producenckich z województwa podkarpackiego. *Rocz. Nauk Roln.* 97, 4, 45-53.
- Jabłońska L., 2002. Rynek owoców i warzyw. FAPA, Warszawa.
- Jachimowicz E., 2000. Optymalizacja czynności decyzyjnych w działalności zespołowej. W: *Rola doradztwa rolniczego w rozwoju przedsiębiorczości zespołowej rolników*. Red. J. Sikorska Wolak, K. Krzyżanowska. Wyd. SGGW, Warszawa, 34-41.
- Kacprzak E., 2011. Agricultural producer groups in Wielkopolska – development and functioning. *Rocz. Nauk Roln. Ser. G*, 13, 6, 68-73.
- Pawlak F., 2010. Polska wieś w dobie globalizacji. *Scripta Comeniana Lesnensia* 8, 149-161.
- Rozporządzenie Rady (WE) nr 2200/96 z dnia 28 października 1996 r. w sprawie wspólnej organizacji rynku owoców i warzyw. 2007 a. *Dz.U.* L 299 z 16.11.2007.
- Rozporządzenie Rady (WE) nr 1234/2007 z dnia 22 października 2007 r. ustanawiające wspólną organizację rynków rolnych oraz przepisy szczegółowe dotyczące niektórych produktów rolnych. 2007 b. *Dz.U.* L 299 z 16.11.2007.
- Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) nr 543/2011 z dnia 7 czerwca 2011 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 1234/2007 w odniesieniu do sektora owoców i warzyw oraz sektora przetworzonych owoców i warzyw. 2011. *Dz.U.* UE L 157 z 16.06.2011.
- Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) nr 302/2012 z dnia 4 kwietnia 2012 r. zmieniające rozporządzenie wykonawcze (UE) nr 543/2011 ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 1234/2007 w odniesieniu do sektora owoców i warzyw oraz sektora przetworzonych owoców i warzyw. 2012. *Dz.U.* UE L 99/21 z 05.04.2012.

- Sczebiot-Knoblach L., 2005. Grupy producenckie z Polski północno-wschodniej po wstąpieniu do Unii Europejskiej. *Rocz. Nauk. SERiA* 7, 1, 239-242.
- Sobczak W., Jabłońska L., Dziedzic A., 2013. Korzyści członkostwa w grupie producentów owoców i warzyw w opinii ogrodników. *Rocz. Nauk. SERiA* 15, 3, 306-311.
- Spółdzielczość wiejska jako jedna z głównych form wspólnego gospodarczego działania ludzi. 2011. Red. W. Boguta. Krajowa Rada Spółdzielcza, Warszawa.
- Wiatrak A., 2010. Grupy producentów rolnych – istota działania i zarządzania nimi. *Rocz. Nauk. SERiA* 8, 4, 361-365.

## **SELECTED FUNCTIONING PROBLEMS OF FRUIT PRODUCERS' GROUPS FROM THE REGION OF RAWA AND GRÓJEC**

**Summary.** In the light of horticultural market globalization, Polish producers who operate on small area of cultivation and use poor technical facilities, become uncompetitive in relation to the horticultural producer of the EU-15. One solution of this problem is to cooperate within fruit and vegetables producers groups. It increases the potential of the horticultural market, allows to sell products at higher prices, as well as eliminate indirect distribution channels. In addition, associated producers can purchase and use production materials and conduct promotional activities. It was examined how, in practice, joint activities of farm owners in established groups are carried out, what the reasons for the accession to the producer groups are and how producers assess their decisions. The study was conducted on fruit and vegetable producers groups and organisations from Grójec and Rawa regions. The studies support the view of the growing interest in the interaction of groups of producers. Joint cooperation improves prospering of horticultural farms and increases their market potential.

**Key words:** producer groups, producer organizations, fruit and vegetable market

*Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 30.09.2013*

*Do cytowania – For citation: Sobczak W., Jabłońska L., Dziedzic A., 2013. Wybrane problemy funkcjonowania grup producentów owoców z regionu grójeckiego i rawskiego. J. Agribus. Rural Dev. 3(29), 121-131.*