

Anna Olszańska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ORGANIZACJA SKUPU I FORMY WSPÓŁPRACY PRODUCENTÓW ROLNYCH Z PODMIOTAMI SKUPUJĄCYMI ŻYWIEC

ORGANIZATION OF PURCHASING AND FORMS OF COOPERATION BETWEEN FARMERS AND COMPANIES PURCHASING ANIMALS FOR SLAUGHTERING

Słowa kluczowe: producenci żywca rzeźnego, formy skupu

Key words: producers of animals for slaughtering, procurement channels

Abstrakt. Celem pracy była analiza wyników badań producentów żywca rzeźnego dotyczących sposobu sprzedaży produkowanego w gospodarstwie żywca. Badania empiryczne w formie wywiadu standaryzowanego zostały przeprowadzone w trzech województwach: dolnośląskim, podkarpackim i wielkopolskim. Jako główny problem swojej działalności producenci żywca wymieniali niepewność dotyczącą cen skupu. Jednak podejmowali niewiele działań, aby tą niepewność zmniejszyć.

Wstęp

Skup jest wyspecjalizowaną formą obrotu towarowego polegającą na nabywaniu od producentów rolnych przez przedsiębiorstwa handlowe i przemysłowe produktów rolnych i odpadów użytkowych w celu ich dalszej odsprzedaży lub przetworzenia [Urban, Szlachta 2000]. We współczesnym agrobiznesie pozycja konkurencyjna danej branży zależy od sprawnego funkcjonowania wszystkich ogniw biorących udział w procesie produkcji wyrobów gotowych. Stąd tak istotny jest rozwój procesów integracji pionowej i poziomej, czyli różnych form współpracy w ramach łańcucha procesu produkcji i pomiędzy poszczególnymi jego ogniwami. W wielu krajach tzw. starej UE procesy te rozpoczęły się wiele dziesięcioleci wcześniej i obecny stan zorganizowania rynków rolnych, w porównaniu z rynkami polskimi, jest zdecydowanie bardziej zaawansowany.

Celem pracy była analiza wyników badań producentów żywca rzeźnego dotyczących sposobu sprzedaży produkowanego w gospodarstwie żywca i form współpracy z zakładami ubojowymi.

Materiał i metodyka badań

Badania empiryczne w formie wywiadu standaryzowanego zostały przeprowadzone w trzech województwach: dolnośląskim, podkarpackim i wielkopolskim. Po weryfikacji uzyskanych danych, do dalszej analizy przekazano 393 ankiety: 72 producentów z terenu woj. dolnośląskiego, 122 z woj. podkarpackiego i 192 z woj. wielkopolskiego, w tym: 278 producentów prowadziło tucz trzody chlewnej, 134 tucz bydła rzeźnego i 32 produkcję brojlerów kurzych. Dobór próby miał charakter celowy. Można założyć, że uzyskana w badaniach populacja próby spełnia kryterium reprezentatywnej próby grupy producentów rolnych prowadzących produkcję zwierzęcą, przy błędzie statystycznym $d = 0,1$ [Marsh Scarborough 1990]. Badanie zostało przeprowadzone w latach 2010-2011.

Formy skupu żywca rzeźnego

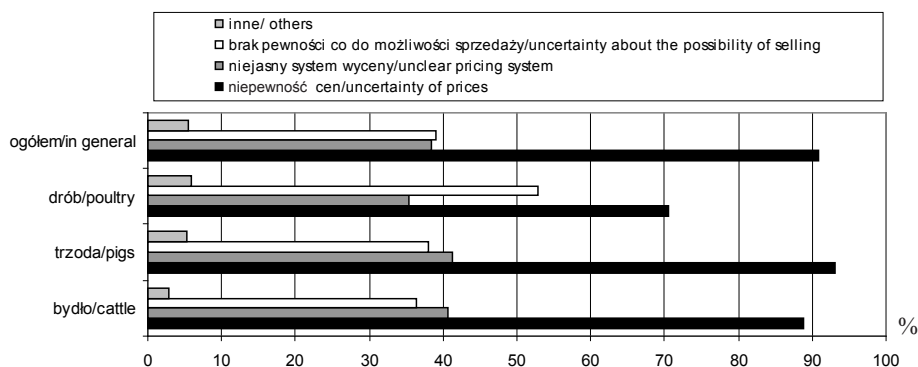
Po burzliwym okresie zmian systemowych dominującą formą skupu żywca rzeźnego w Polsce był skup wolnorynkowy lub skup z udziałem niezależnych, względnie współpracujących z zakładem pośredników. Liderzy w branży zaczęli stopniowo kierować oferty współpracy do dużych producen-

tów żywca, inicjowali także rozwój więzi pionowych, organizując np. własne tuczarnie. Ten kierunek integracji w kolejnych latach był rozwijany i wobec relatywnie niewielkiego postępu w integracji poziomej będzie prawdopodobnie dominujący w sektorze mięsnym. Producent żywca w pewnym zakresie może samodzielnie decydować o wyborze formy sprzedaży, kierując się: oferowaną ceną skupu, premiami pieniężnymi, czasem oczekiwania na zapłatę czy wiarygodnością kontrahenta [Pepliński i in. 2004, Mroczek 2000]. Obecnie możemy spotkać następujące formy skupu żywca: skup wolnorynkowy (prowadzony przez służby surowcowe zakładu w terenowych punktach skupu lub na terenie zakładu), skup wolnorynkowy prowadzony przez pośredników handlowych, sprzedaż na targowiskach, skup kontraktowany, produkcja zlecona, własne fermy tuczu zakładów ubojowych. Dotychczasowe przekształcenia sfery skupu sprzyjały rozwojowi konkurencji, ale były one w sumie niekorzystne dla rolników, m.in. ze względu na brak instytucji osłonowych (taką funkcję mogą pełnić np. sprawnie działające grupy producentów) oraz małą przejrzystość rynku, duże ryzyko operacji handlowych, brak wiarygodności podmiotów skupujących [Szymanowski 2000].

Opinie producentów rolnych dotyczące ich relacji z podmiotami skupującymi żywyc

Jako główny problem związany ze sprzedażą zwierząt producenci wymieniali niepewność dotyczącą ceny skupu (rys. 1). Znacznie mniej istotne, ale wskazywane przez znaczną część producentów były kwestie dotyczące pewności sprzedaży żywca i nie zawsze jasny system wyceny zwierząt. Wśród innych problemów wymieniane były przede wszystkim wątpliwości, co do rzetelności osób skupujących żywyc. Podnoszono jednocześnie zarówno kwestie techniczne związane z wyceną, jak i nierzetelności w wycenie, ale także odwlekanie terminów płatności, czy brak ochrony ze strony państwa przed nieuczciwymi skupującymi. Największą niepewność cen zbytu odczuwali producenci trzody. Wśród tej grupy producentów większe znaczenie niż wśród pozostałych przypisywano niejasnościom w wycenie żywca. W najmniejszym stopniu niepewność cen odczuwali producenci drobiu, ale w znacznie większym stopniu byli oni niepewni, co do możliwości sprzedaży żywca.

Formy sprzedaży żywca różniły się w zależności od skali chowu i rodzaju produkowanego żywca (rys. 2-4). Producenci deklarowali zazwyczaj więcej niż jedną formę sprzedaży (producenci bydła i drobiu – średnio 1,3, trzody – 1,4), co pozwala przypuszczać, że działając racjonalnie, wybierają oni najlepsze w danym czasie możliwości.

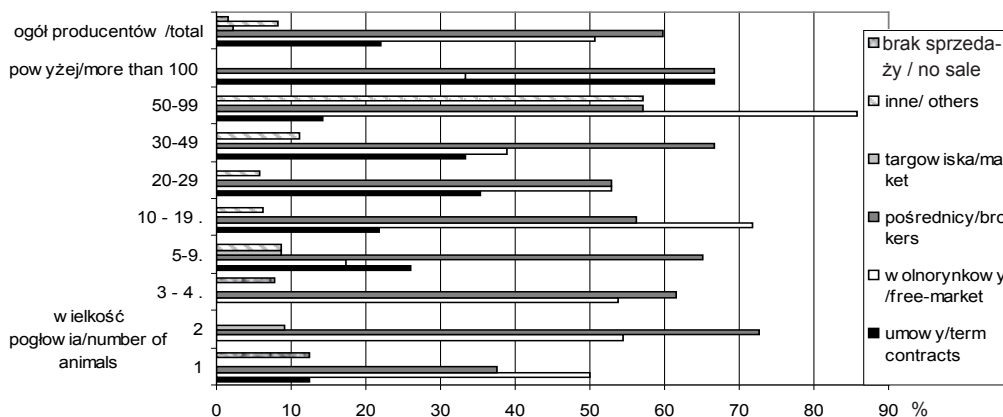


Rysunek 1. Opinie producentów dotyczące głównych problemów związanych ze współpracą z zakładami ubojowymi (% wskazań w ramach danej grupy producentów)

Figure 1. Opinions of surveyed farmers on the main problems related to cooperation with slaughterhouses (% of answers among the group of producers)

Źródło: opracowanie własne

Source: own study

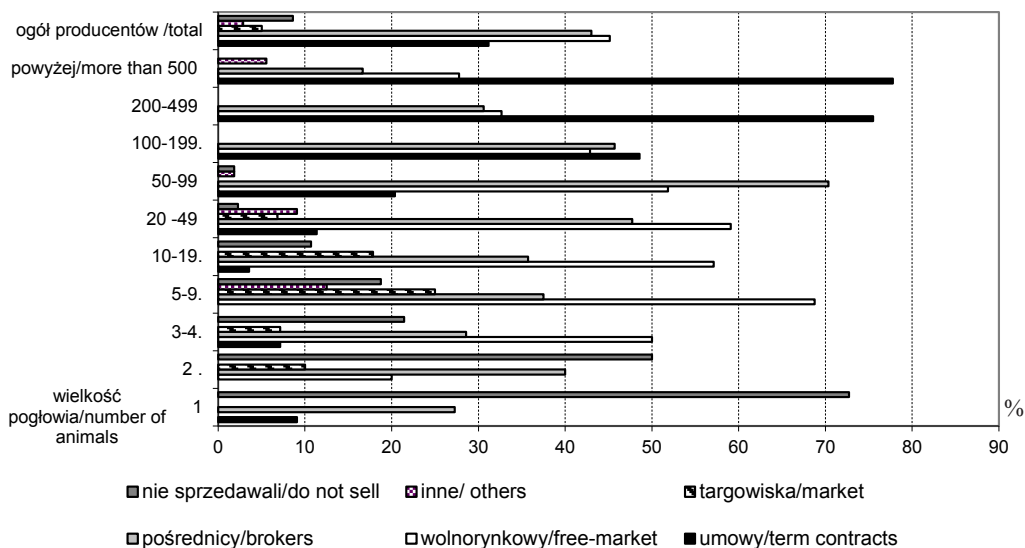


Rysunek 2. Formy sprzedaży bydła w poszczególnych grupach wg skali chowu (% wskazań w ramach danej grupy producentów)

Figure 2. Cattle sales channels in particular groups according to scale of breeding (% of answers among the group of respondents within the selected group of producers)

Źródło: opracowanie własne

Source: own study



Rysunek 3. Formy sprzedaży trzody chlewnej w poszczególnych grupach wg skali chowu (% wskazań w ramach danej grupy producentów)

Figure 3. Pigs sales channels in particular groups according to scale of breeding (% of answers among the group of respondents within the selected group of producers)

Źródło: opracowanie własne

Source: own study

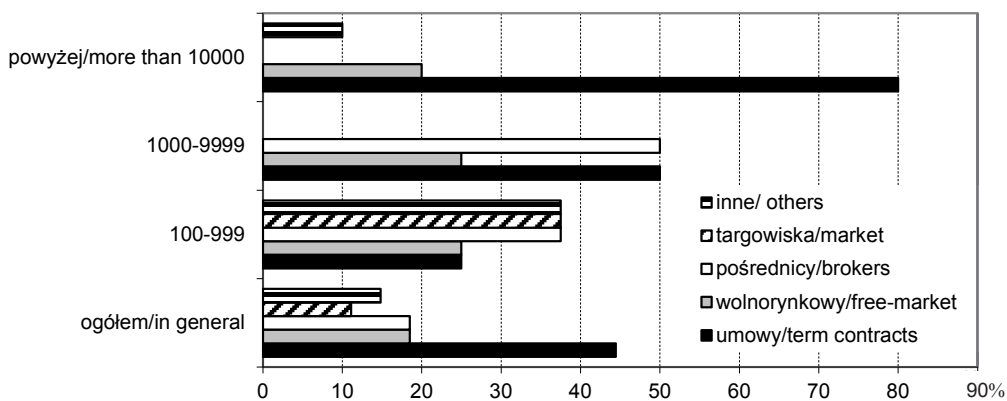
Badani producenci bydła sprzedawali zwierzęta przede wszystkim pośrednikom (rys. 2). Taka forma sprzedaży zdecydowanie dominowała w gospodarstwach mających niewielkie stada (do 9 szt.), ale także posiadających 30-49 szt. Sprzedaż zwierząt pośrednikom nie jest dla producentów najkorzystniejszą formą. Dodatkowo ogniwo w skupie jakim jest pośrednik, przejmuje część ceny skupu w postaci marży handlowej. Powoduje to, że cena skupu uzyskiwana przez producenta jest

15-20% niższa niż jest to możliwe do osiągnięcia przy bezpośredniej sprzedaży firmie ubojowej. Wielu producentów bydła deklaruje sprzedaż wolnorynkową. Bardzo duży udział tej formy sprzedaży deklarują producenci posiadający 50-99 szt. bydła rzeźnego i 10-19 szt. Deklaracji dotyczących sprzedaży w ramach umów kontraktacyjnych było stosunkowo niewiele i były one częstsze wraz ze wzrostem wielkości pogłównia. Wśród producentów mających 50-99 szt. bydła umowy kontraktacyjne były bardzo mało popularne. Sprzedaż na targowiskach i inne formy sprzedaży (odbiorcy indywidualni, aukcje) także były stosunkowo rzadkie.

Sprzedaż w ramach umów deklarowało średnio 31,2% producentów trzody (ponad 9% więcej niż w przypadku bydła) i była to dominująca forma wśród producentów mających powyżej 100 szt. (rys. 3). Sprzedaż wolnorynkowa była najpopularniejsza wśród producentów posiadających małe stada. Udział producentów, którzy deklarują sprzedaż pośrednikom (w przypadku trzody pobierają oni marże ok. 10%) była największa wśród producentów posiadających 50-99 szt. Udział takich deklaracji był znacznie niższy od średniej (która wynosiła 43%) w grupie gospodarstw posiadających powyżej 500 szt. Udział innych form sprzedaży był marginalny.

W przypadku produkcji drobiu deklaracje dotyczące sprzedaży także zmieniały się wraz ze zmianą skali produkcji (rys. 4). Właściciele największych ferm dbają o to, by mieć zagwarantowany zbyt w precyzyjnie określonym czasie, stąd dominującą formą sprzedaży były umowy kontraktacyjne. Producenci utrzymujący mniejsze stada drobiu są skłonni bardziej ryzykować ze sprzedażą i tylko 50% deklarowało sprzedaż w ramach umów w grupie ferm posiadających 1000-9999 szt. Sprzedawali oni także równie często pośrednikom handlowym. Bardzo zróżnicowane formy sprzedaży deklarowali producenci posiadający 100-999 szt. drobiu.

Skup wolnorynkowy był najczęściej deklarowany wśród producentów w woj. dolnośląskim, a najrzadziej w wielkopolskim (rys. 5). Udział sprzedających pośrednikom w woj. dolnośląskim i wielkopolskim był porównywalny. Sprzedaż pośrednikom była najmniej rozpowszechniona w woj. podkarpackim, ale w województwie tym najczęściej korzystano z możliwości sprzedaży na targowiskach. Ze względu na poziom zorganizowania skupu należy zwrócić uwagę na deklaracje dotyczące umów zawieranych z zakładami ubojowymi. W woj. dolnośląskim tylko 1,6% producentów deklarowało, że ma podpisane umowy kontraktacyjne i byli to w 80% producenci drobiu. Nieco więcej umów podpisywano w woj. podkarpackim – 10% producentów, głównie trzody. W woj. wielkopolskim 43,2% producentów podpisywało umowy, ale była to dopiero druga co do częstotliwości deklaracji forma skupu (po sprzedaży pośrednikom).

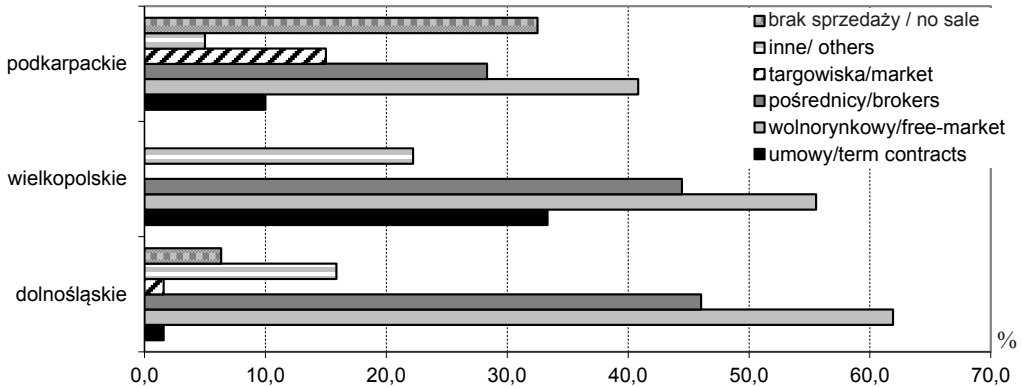


Rysunek 4. Formy sprzedaży drobiu w poszczególnych grupach wg skali chowu (% wskazań w ramach danej grupy producentów)

Figure 4. Poultry sales channels in particular groups according to scale of breeding (% of answers among the group of respondents within the selected group of producers)

Źródło: opracowanie własne

Source: own study

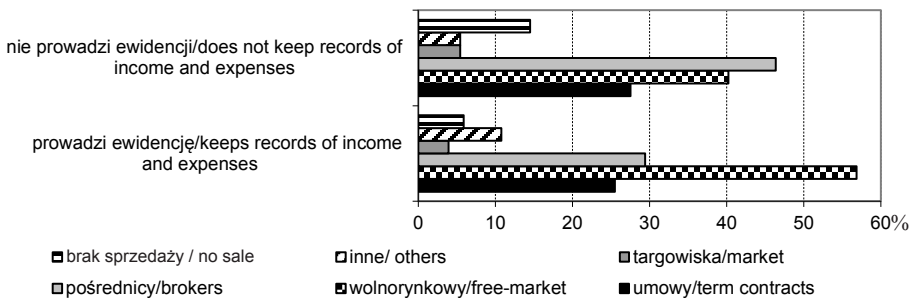


Rysunek 5. Zróżnicowanie form skupu żywca rzeźnego w badanych województwach (% wskazań w ramach danej grupy producentów)

Figure 5. Differentiation in the forms of procurement of animals for slaughter in analyzed provinces (% of answers among the group of respondents within the selected group of producers)

Źródło: opracowanie własne

Source: own study



Rysunek 6. Zróżnicowanie form skupu żywca rzeźnego w zależności od deklaracji producentów dotyczących prowadzenia ewidencji przychodów i kosztów (% wskazań w ramach danej grupy producentów)

Figure 6. Differentiation in the forms of procurement of animals for slaughter depending on whether the farmers kept records of income and expenses (% of answers among the group of respondents within the selected group of producers)

Źródło: opracowanie własne

Source: own study

Tylko 27% badanych producentów prowadziło zapisy dotyczące kosztów produkcji i przychodów (w jakiegokolwiek formie). W trakcie analizy tych danych nie stwierdzono także, aby wraz ze wzrostem przychodów ze sprzedaży rósł udział rolników prowadzących taką ewidencję. Zbadano więc, jaki był związek między tymi deklaracjami a formami sprzedaży zwierząt (rys. 6). Nie zauważono, aby były istotne różnice pomiędzy udziałami osób deklaruujących sprzedaż w ramach umów kontraktacyjnych. Wśród prowadzących ewidencję przychodów i kosztów zaobserwowano natomiast znacznie większy udział deklaruujących sprzedaż wolnorynkową. Jednocześnie znacznie mniej producentów z tej grupy deklarowało sprzedaż pośrednikom skupowym. Wśród rolników prowadzących analizę kosztów i przychodów stwierdzono także nieco większy udział innych form sprzedaży, np. przez grupę producencką czy w ramach sprzedaży międzysąsiedzkiej lub umówionym odbiorcom prywatnym.

Wnioski

Jako główny problem swojej działalności producenci żywca rzeźnego wymieniali niepewność dotyczącą cen i możliwości skupu żywca. Jednak niewiele robili, aby tę niepewność zmniejszyć. Częściowo było to spowodowane czynnikami obiektywnymi, ale także ze strony samych producentów rolnych istnieją możliwości aktywnego poszukiwania najkorzystniejszych form zbytu. Część z nich poszukiwała takich form, producenci podawali najczęściej więcej niż jedną formę sprzedaży.

Mali producenci żywca rzeźnego częściej deklarowali sprzedaż pośrednikom skupowym, godząc się tym samym na odpowiednio niższe ceny skupu. Wielu producentów reprezentujących różne skale produkcji sprzedawało żywiec na wolnym rynku, co świadczy o nadal niewielkim stopniu zorganizowania kanałów dystrybucji. Sprzedaż w ramach umów kontraktacyjnych miała miejsce głównie wśród dużych producentów żywca. Formy sprzedaży żywca są w dużym stopniu zróżnicowane regionalnie i zależą głównie od skali produkcji żywca na danym terenie.

Literatura

- Marsh C., Scarborough E. 1990: *Testing nine hypothesis about quota sampling*, The Journal of the Market Research Society, nr 32, s. 485-506.
- Mroczek R. 2000: *Rozwój procesów integracyjnych producentów żywca wieprzowego z zakładami przetwórczymi*. IERiGŻ, Warszawa, s. 5.
- Pepliński B, Wajszczyk K., Wielicki W. 2004: *Integracja pionowa a opłacalność produkcji żywca wieprzowego*, Wyd. Akademii Rolniczej w Poznaniu, Poznań, s. 5.
- Szymanowski W. 2000: *Modernizacja systemu dystrybucji produktów spożywczych w Polsce*. [W:] T. Hunek i inni: *Dylematy polityki rolnej. Integracja polskiej wsi i rolnictwa z UE*, FAPA, Warszawa, s. 152-154.
- Urban S., Szlachta K. 2000: *Ekonomika i organizacja handlu żywnością*, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław, s. 84.

Summary

The aim of this paper is to analyse the organization of purchasing and forms of cooperation between farmers and companies purchasing animals for slaughtering. Empirical research based on standardized interviews took place in three provinces: dolnośląskie, podkarpackie and wielkopolskie. The results show that the analyzed producers mentioned uncertainty in relation to purchasing prices as the main problem in their operations. On the other hand the producers did not take any actions to reduce this uncertainty.

Adres do korespondencji
dr inż. Anna Olszańska
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120
54-207 Wrocław
tel. (71) 36 80 314
e-mail: anna.olszanska@ue.wroclaw.pl