

KRYSTYNA PIENIĄŻEK

*Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej
w Warszawie*

WPŁYW INSTYTUCJI I ORGANIZACJI NA RYNEK PRODUKTÓW ROLNICZYCH W POLSCE

I. Uwarunkowania zewnętrzne

1. Uwagi ogólne

Wprowadzanie regulacji rynkowej napotyka szereg przeszkód. Jedną z ważniejszych barier dla jej wprowadzenia, a w konsekwencji dla dynamiki wzrostu gospodarczego może się okazać rosnący udział obciążeń budżetowych w gospodarce. Wynika on między innymi z rozszerzania zakresu regulacji administracyjnej⁽¹⁾, funkcjonowania w gospodarce żywnościowej szeregu agencji rządowych o szerokim zakresie działania⁽²⁾. Usztywnienie (sformalizowanie) aktywności grozi w takich warunkach nie tylko firmom, ale też powoływanym przez nie organizacjom i samorządom terytorialnym. Może to nastąpić w przypadku zadekretowania obligatoryjnego uczestnictwa firm i organizacji w izbach rolniczych (gospodarczych) lub organizacjach o zasięgu krajowym.

W takich warunkach prawdopodobne jest skumulowanie się skutków niejasnych i niespójnych przepisów prawnych dotyczących cen i organizacji rynku oraz ułomności w funkcjonowaniu instytucji rynkowych, ze skutkami tendencji do biurokratyzacji życia gospodarczego.

W sektorze żywnościowym sytuacja uzależniona być może ponadto od tempa budowy rynków formalnych i fizycznej infrastruktury handlu hurtowego. Dotychczasowe tendencje wskazują na szybki rozwój sieci rynków hurtowych. Niejednoznaczna natomiast jest rola i zakres funkcjonowania obrotu giełdowego w Polsce. Jego skala jest obiektywnie niewielka, a koszty tej formy dystrybucji

(1) Częściowo z powodu dostosowywania działania rynku rolno-żywnościowego do reguł obowiązujących w UE np. jak kontygentowanie, koncesjonowanie itp.

(2) Ma to skutki w najważniejszych sferach działania firm jak: gospodarka finansowa, inwestycje, wykorzystanie majątku trwałego; wpływa też na kształtowanie się cen.

stosunkowo wysokie. Ich przyczyną są trudności w wymianie handlowej przy braku standardów handlowych.

Wiele argumentów przemawia za stopniową ewolucją w procesie instytucjonalizacji handlu od prostych do bardziej wyrafinowanych form organizacyjnych. Ponadto wiele przemawia za zwiększeniem roli i udziału firm i tworzonych przez nie organizacji w procesach dostosowawczych.

Inną przeszkodą jest bariera świadomości. **Składa się na nią** nie tylko niedostatek wiedzy na temat mechanizmu rynkowego. Tem może być łatwo pokonany w procesie edukacji. Szczególną rolę odgrywają tu **czynniki ugruntowane w trwałych strukturach świadomości: system wartości i wzorce gospodarowania kultury chłopskiej oraz nawyki wywodzące się z okresu centralnej regulacji administracyjnej.**

Ze względu na światopoglądowy charakter głównej bariery strategia edukacyjna może dać tylko połowiczny efekt. Może być natomiast skuteczna, gdy zostanie poparta strategią negocjacyjną⁽³⁾. Wymaga to wcześniejszej diagnozy sytuacji przez badania społeczne. Tymczasem brak zainteresowania dla zgłębiania przyczyn wygasania zainteresowania współdziałaniem, nie tylko w rolnictwie.

Nie do przecenienia jest zatem wspieranie przez instytucje wszelkich prób samoistnego porozumiewania się przez uczestników rynku, których celem jest umacnianie ich pozycji na rynku. Ponadto konieczna jest powszechna edukacja w zakresie niekonfliktowego rozwiązywania problemów wynikających z różnicy krótkookresowych interesów uczestników rynku działających na różnych jego poziomach⁽⁴⁾.

Istnieje potrzeba tworzenia rozwiniętych rynków branżowych. W krajach o regulacji rynkowej ich podstawą są na ogół pionowo zintegrowane organizacje producentów (rolników i sfery przetwórstwa), handlowców i konsumentów.

Dla sprawnego funkcjonowania rynku rolno-żywnościowego potrzebne są też, wykreowane równocześnie, silne struktury poziome integrujące rozproszone, skrajne ogniwa rynku: konsumentów i rolników. W obecnych warunkach rozproszeniu uległa także sfera przetwórstwa i handlu - zwłaszcza zagranicznego - co wystawia nas na silną konkurencję dużych i silnych firm zagranicznych.

W okresie przejściowym szczególnie zaniedbane są interesy konsumentów. Brak możliwości wyboru (braki i reglamentacja) w dawnym okresie, a obecnie brak podstaw wyboru w postaci standardów handlowych oraz duże zróżnicowa-

(3) Polegająca na poszukiwaniu wspólnych interesów przez uczestników łańcucha marketingowego, wspólnym rozwiązaniu problemów istotnych dla wszystkich uczestników łańcucha marketingowego oraz konkurowaniu jedynie na obszarach peryferyjnych jak dodatkowe udogodnienia dla klienta (dogodna forma produktu, podaży, szczególna jakość, serwis posprzedażowy, np. gospodarka opakowaniami).

(4) Np. rolników i przetwórców surowców rolniczych w zakresie powiązania ceny z jakością itp.

nie dochodów ludności powoduje, że konsumenci nie są zdolni wyeliminować z rynku towarów gorszej jakości oraz gorszych producentów. Jedynym kryterium jest, dla większości kupujących, wyłącznie niższa cena produktu, często nie mająca nic wspólnego z jakością. W tych warunkach ruch konsumencki koncentrować się powinien na edukacji konsumentów i dostarczaniu im informacji o jakości towarów ewentualnie rzetelności firm, jako podstawach wyboru towarów.

W Polsce, w okresie przejściowym zatem dużą rolę może odegrać pozytywne nastawienie do poziomej i pionowej współpracy - integracji (patrz rys. 1.).

2. Rola i funkcje instytucji rynkowych

Dużą rolę przypisuje się obecnie działaniu instytucji, tymczasem współczesna teoria ekonomii nie zajmuje się praktycznie tymi zagadnieniami mimo, że żaden rynek nie funkcjonowałby bez instytucji oraz struktur instytucjonalnych rynku. Instytucje prawne i realizujące je struktury instytucjonalne formowały się w wiekowym procesie. Gwałtowny powrót Polski do regulacji rynkowej zderzył się z pozostałościami zupełnie innych struktur i to stanowi podstawową przeszkodę.

Instytucjonalne struktury rynkowe w aktualnych warunkach w Polsce to:

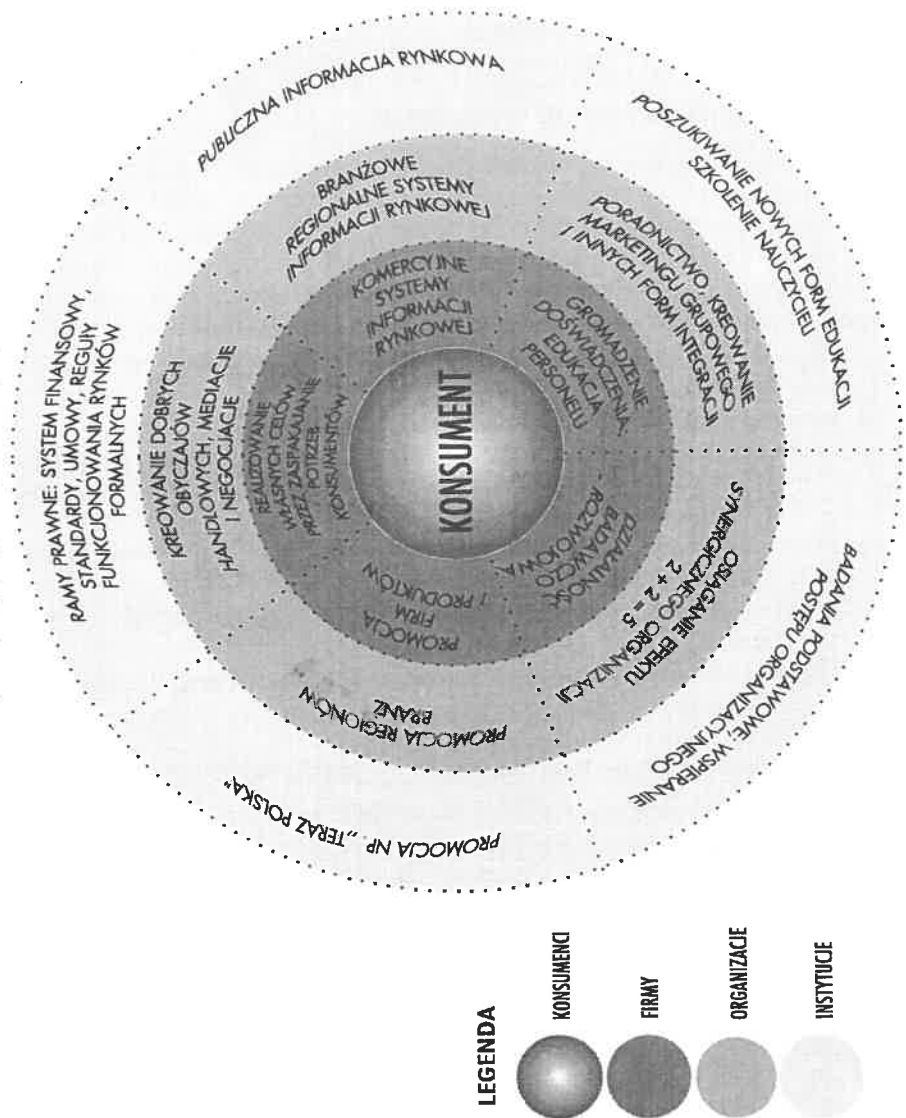
- agencje rządowe i ich regionalne oddziały;
- banki specjalizujące się w obsłudze rolników i rynku rolnego;
- instytucje i firmy zajmujące się kontrolą (oceną jakości, standaryzacją i certyfikacją, ochrona zdrowia: ludzi, zwierząt, roślin, ochrona przed nieuczciwą konkurencją itp.);
- instytucje ze sfery marketingu (ośrodki informacji handlowej, usługowej w tym ubezpieczeniowej, organizatorzy wystaw, targów), ośrodki informacji o rynkach (możliwości eksportu i importu), promujące nowe technologie itp.);
- firmy handlu hurtowego; giełdy i aukcje artykułów rolnych i spożywczych lub/i środków produkcji rolniczej;
- rządowe i komercyjne firmy doradcze,
- firmy spełniające funkcje instytucji (np. popularne obecnie holdingi).

W Polsce rozpoczęty został okres budowania od podstaw instytucji związanych z funkcjonowaniem gospodarki rynkowej. Zdaniem niektórych ekspertów proces ten przebiega wolno a w wielu przypadkach **chaotycznie. Może to spowodować wysokie koszty i ryzyko bankructwa dla niektórych grup zaangażowanych w budowę fizycznej infrastruktury handlu.** Przyczyna tkwi w braku właściwych sygnałów rynkowych⁽⁵⁾ oraz w opóźnieniach uruchamiania odpowiednich regulacji prawnych. Powoduje to nadmiar indywidualnych inicjatyw nie popartych siłą ekonomiczną, a opartych na „sile przebicia” różnych lobbies.

(5) Deformacje cen, do czego przyczynia się nieodpowiedni system interwencji oraz brak systemu informacji rynkowej.

Rys. 1

Funkcje instytucji, organizacji i firm w gospodarce rynkowej



Specjaliści zwracają uwagę na potrzebę opracowania podstaw prawnych i instytucjonalnych systemu organizacji rynków rolnych, zróżnicowanych branżowo. Przestrzegają jednak przed nadmiernym uadministracyjnieniem i życzeniowością w kreowaniu modelu(li), jak też tendencjami do autarkii (zamknięcia się w obszarze rynku krajowego).

Obecnie podstawowy ciężar procesów dostosowawczych przenosi się w kierunku wzmacniania integracji sektora prywatnego, samoorganizacji producentów (rolników, przetwórców), handlowców i usługodawców. Może to doprowadzić do zwiększającego efektywność przejmowania części funkcji, spełnianych w Polsce dotąd przez rząd i jego agendy, przez organizacje tworzone przez samych zainteresowanych. W wielu krajach procesy takie wzmacniane są przez preferencje finansowe, lecz głównie w sferze podatkowej a nie kredytowej.

Pomoc rządu w nawiązywaniu formalnych kontaktów między organizacjami działającymi na różnych poziomach rynku, w wymianie doświadczeń oraz **opracowanie zasad finansowego wspierania integracji po stronie podaży**, rokuje korzystne dla gospodarki zmniejszenie obszaru regulacji administracyjnej.

Sukces uwarunkowany jest przez skojarzenie:

- instrumentów ekonomicznych,
- wspierania przemian świadomości uczestników rynku,
- wspierania przejawów integracji poziomej i ekonomiczne jej wspomaganie.

„Instytucje składają się ze zbioru ograniczeń nakładanych na zachowania ludzi, w postaci praw i przepisów, zbioru procedur służących wykrywaniu odchyśleń od tych praw i przepisów oraz norm moralnych, etycznych i norm zachowania. Decydują one o sposobie ustalania norm oraz ich postrzegania”⁽⁶⁾. Instytucje działają zatem przez ustalanie „reguł gry”. Dzięki instytucjom rosnać mogą zyski firm, gdyż instytucje koordynując zachowania uczestników rynku redukują ryzyko i niepewność w kontakach międzyludzkich⁽⁷⁾.

Instytucje działają dostarczając przede wszystkim **informacji**. Informacja rynkowa pozwala, jak wspomniałam, na redukcję kosztów i ryzyka transakcji gospodarczych. Podstawowe informacje rynkowe są dobrem publicznym. Informacje natomiast o uczestnikach rynku, ich rzetelności i wiarygodności oraz o rynkach konkretnych produktów są domeną działalności komercyjnej firm i organizacji tworzonych przez firmy w celu realizacji określonych potrzeb (m.in. informacyjnych).

(6) Douglas C. North (1984) za Harald von Witzke: Rynki i instytucje: rola rządu w rolno-spożywczym sektorze ekonomii rynkowej. (w) Marketing i instytucje rynkowe w polskim przemyśle rolno-spożywczym, Poznań, 1994.

(7) Runge (1981), von Witzke i Runge (1990) (w) ibidem.

W warunkach regulacji rynkowej kontrowersyjna jest rola rządu, zakres i formy jego wpływu na mechanizm rynkowy.

Stosunek do roli rządu mieści się raczej w kategoriach politycznych niż ekonomicznych. W krajach o regulacji rynkowej respektowana jest jednak ogólna zasada, że nawet w przypadku regulowania mechanizmu rynkowego sektor publiczny nie może mieć dominującego, a nawet tylko znaczącego udziału na rynku danego produktu. Interwencjonizm realizowany jest, na tyle na ile jest to w ogóle możliwe, bez naruszania wprost prawa podaży i popytu.

W Polsce, choćby ze względu na stan budżetu, działania rządu jako podmiotu rynkowego są ograniczone, a zatem nieefektywne. Stopniowe ograniczanie istniejących form działania instytucji rządowych na rynek przynieść może tylko korzyści. Bezpośredni ich udział na rynku zamieniony być może z korzyścią na permanentne doskonalenie narzędzi interwencji oraz generowanie informacji o przedmiocie, czasie, rozmiarach i miejscach interwencji - jako ważnych elementach informacji rynkowej.

Ograniczanie działań centralnych - instytucjonalnych - na ogół wyzwala lokalną przedsiębiorczość. W konsekwencji przybliżenie miejsca decyzji do miejsca ewentualnych problemów zwiększa skuteczność działania.

2.1 Regulacje prawne

Najważniejszą rolą instytucji jest nadal ustanawianie ram prawnych działalności rynkowej m.in. reguł działania rynków zorganizowanych (formalnych), zakresu i sposobów gromadzenia informacji, reguł ich rozpowszechniania. Rolą rządu jest zapewnienie takiej struktury instytucjonalnej, która gwarantowałaby prywatnym podmiotom rynku najtańsze korzystanie z informacji oraz tworzenie dynamicznych systemów funkcjonowania rynków towarowych.

Sprawne działanie rynku wymaga ramowych unormowań prawnych, dotyczących przede wszystkim standaryzacji, ochrony zdrowia ludzi jako konsumentów, funkcjonowania rynków formalnych, ujednolicenia systemu podatkowego w całej gospodarce oraz wielu innych.

W Unii Europejskiej wypracowano skomplikowany system wspólnej organizacji rynków rolnych wg kryterium branżowego. Instrumentami regulacji są tam ceny rolne, interwencyjne zakupy produktów rolniczych, różne formy regulacji poziomu produkcji a w stosunkach zewnętrznych cła, opłaty wyrównawcze i kontyngenty ilościowe. Instrumenty regulacji stosowane w ramach UE odlegają ewolucji i od kierunku tych zmian zależy koszt procesów dostosowawczych w sektorze żywnościowym Polski. **Wysoki poziom instytucjonalizacji procesów gospodarczych UE narzuca bowiem polskiej gospodarce poziom kosztów dostosowania się do nich. Legitymizuje też, niezależnie od istniejących potrzeb i możliwości, podobny, kosztowny stopień instytucjonalizacji. Z bra-**

ku silnych firm prywatnych mogących spełniać niektóre role instytucji większość funkcji realizowana jest przez agencje rządowe (sektor publiczny).

W Polsce funkcjonuje złożony system cen rolnych, a okresowo także opłat wyrównawczych (ustawy z 04.02.94 i 14.06.94). Jednocześnie nie jest uchylona ustawa o cenach urzędowych, regulowanych i umownych (Dz.U. nr. 27 1988 z późniejszymi zmianami). Zatem również ze względów formalnych uporządkowanie regulacji prawnych w Polsce jest procesem koniecznym.

Gdy brak jeszcze wzorców i tradycji porozumiewania się uczestników łańcucha marketingowego istotne jest w Polsce upowszechnianie wzorcowych kontraktów. Ich istnienie nie zastąpi wprawdzie dobrych obyczajów handlowych egzekwowanych przez istnienie konkurencji. Kontrakty mogą być jednak odniesieniem przy tworzeniu racjonalnych ciągów logistycznych⁽⁸⁾ w kanałach dystrybucji. Jest to ważne na rynku produktów rolniczych i żywnościowych, gdyż podstawowym czynnikiem efektywności jest tu czas i jakość.

Wydaje się oczywiste, że w związku z przyszłym stowarzyszeniem Polski z UE, regulacje przewidziane dla obrotów zagranicznych znajdą stopniowo zastosowanie na rynku krajowym⁽⁹⁾. Wymaga to jednak okresu intensywnej edukacji i sprawnego współdziałania zainteresowanych, ze względu chociażby na koszty takiego procesu.

Normy prawne obrotu rynkowego dotyczące jakości stanowione są na ogół przez instytucje, jednak w wielu krajach mają one jedynie ramowy charakter. Uczestnicy rynku mają pełną swobodę funkcjonowania w ich obrębie i stawiania sobie wyższych wymagań. Mogą np. oferować produkty (usługi) wyższej jakości, niż wynika to z wymagań minimalnych, nakazywanych prawem.

Kontrola jakości (ale tylko wewnętrzna w firmach), realizowana metodycznie i profesjonalnie wpływa na jakość towarów. **Egzekwowanie jakości w obrocie handlowym natomiast najskuteczniej przebiega, gdy uzgadniają je między sobą i egzekwują kupujący i sprzedający. To potrzeba konkurencyjności** wymaga koncentrowania się przez firmy na problematyce jakości. Nie jest wtedy potrzebna zewnętrzna kontrola poprawności działania firm, przez instytucje rządowe, jak to miało miejsce przy centralnym zarządzaniu administracyjnym. Weryfikacja sprawności i efektywności dokonuje się bowiem na rynku.

Gdy elementem gry rynkowej jest jakość wykorzystywana jako czynnik promocji dużą rolę spełniają wtedy komercyjne firmy certyfikacji. Posiadanie uznanego certyfikatu na dany produkt zwiększa atrakcyjność rynkową takich towa-

(8) Pozwalających na określenie z wyprzedzeniem właściwej ilości, jakości, czasu i miejsca sprzedaży dla zapewnienia sprzedającemu i kupującemu właściwej ceny.

(9) Dostosowanie polskich regulacji do prawa europejskiego jest aktualnie ułatwione przez dostęp do informacji o tym prawie, nawet dla jednostek gospodarczych, przez sieć Euro Info Centres (EIC)

rów. Konkurencyjne zaś nastawienie firm uprawnionych do certyfikacji względem siebie poprawia jakość obsługi uczestników rynku.

2.2 Informacja rynkowa

Umiedzynarodowienie rynku nakłada na rząd i jego instytucje konieczność poszerzania zakresu oraz zapewnienia uczestnikom rynku dostępu do informacji o rynku globalnym (światowym).

Dla sprawnego zaś działania firm niezbędny jest ciągły przepływ informacji o zmianach w wielkości popytu, kształtowaniu się cen, wahanach podaży. Tylko **swobodny dostęp do tego typu informacji pozwala na ich dostosowywanie się do potrzeb rynku** oraz wybór trafnych decyzji produkcyjnych i handlowych. **Ma to tym większe znaczenie, że na rynku żywnościowym operuje się towarami biologicznymi, bardzo zróżnicowanym ich asortymentem oraz że składa się on z wielu rynków cząstkowych.**

2.3 Postęp i edukacja

Ważną rolą rządu i jego instytucji jest nadal finansowanie badań podstawowych, upowszechnianie postępu oraz **edukacja** wszystkich uczestników rynku, także konsumentów.

Kreowanie postępu i edukacja w różnych krajach w różnym stopniu realizowane są przy udziale instytucji rządowych lub w ramach organizacji powołanych przez grupy interesów. Konkretnie rozwiązania w poszczególnych krajach ukształtowane są historycznie i rzadko możliwe do zastosowania w Polsce. Rozwiązania możliwe do zaproponowania wymagają odpowiedniego okresu ich wdrażania.

Najskuteczniejsze jest wspieranie regionalnych - lokalnych enklaw samorządnej przedsiębiorczości oraz specyficznych w naszej kulturze wzorców współdziałania. **Aktualnie wysoką ocenę otrzymują wszelkie działania inicjowane w tym zakresie przez zagraniczne instytucje i organizacje pomocy dla rolnictwa.**

2.4 Promocja

Ważną rolą instytucji jest nadal tworzenie obrazu polskich produktów i zwiększanie możliwości ich zbytu na tym rynku. W tej dziedzinie uczestnicy rynku żywnościowego przegrywają w dostępie do środków budżetowych w konkurencji z innymi sektorami gospodarki.

Reasumując główne funkcje instytucji sprowadzają się zatem, w aktualnych warunkach, do:

- ramowego regulowania zasad działania rynków formalnych współdziałania jego uczestników oraz ochrony zdrowia: ludzi, zwierząt i roślin stanowiących przedmiot handlu,

- zapewnienia niezbędnego zakresu rynkowej informacji publicznej,
- uczestnictwa w kreacji postępu i edukacji oraz
- promocji narodowych specjalności (produktów, grup produktów lub wytwarzających je regionów przyrodniczo - gospodarczych).

Funkcje instytucji, organizacji oraz jednostek gospodarczych (firm) przedstawiłam Państwu w postaci schematu (rys. 1).

Jakkolwiek podstawą formalną działań gospodarczych są instytucje prawne i realizujące je struktury instytucjonalne rynek tworzy klient i on powinien być centrum zainteresowania firm oraz tworzonych przez nie organizacji.

Problem tkwi w przyjęciu opcji, że czynniki rozwoju w procesie adaptacji do warunków rynkowych są jednakowe, jednak zarówno instytucje jak firmy i tworzone przez nie organizacje stosują inne środki oraz inne są dla nich drogi dojścia do realizacji własnych celów.

II. Rola i funkcje organizacji producentów (rolników, przetwórców), handlowców i konsumentów na rynku produktów rolno-żywnościowych

Działające w Polsce związki, zrzeszenia, stowarzyszenia i inne organizacje np. izby gospodarcze poszukują dopiero swego miejsca i roli w procesach adaptacji. Dotychczasowe formy i metody działania organizacji nie są dostosowane do wymogów gospodarki rynkowej. Opierały się one dotąd na współpracy z administracją. Obecnie następuje powrót do strukturalnych powiązań z klientami, także z zakładami przemysłu spożywczego. Na różnych rynkach branżowych zakres i tempo tych zmian jest różne. Podejmowane są próby integrowania środowisk rolniczych wokół budowy instytucjonalnych struktur handlowych lub uczestnictwa w tworzeniu podstaw marketingu grupowego. Jednak nadal działalność organizacji koncentruje się przede wszystkim na reprezentacji członków wobec administracji.

Dopiero od 1993 roku intensywnie rozwija się działalność na rzecz budowy podstaw infrastruktury handlowej, szczególnie na rynku produktów ogrodniczych. Na głównych jednak rynkach, zwłaszcza zbożowym, brak działań integrujących producentów tej branży. Z przyczyn historycznych nie ma w Polsce żadnego związku branżowego producentów zbóż. Tymczasem jest to rynek którego destabilizacja może wpływać ujemnie na szereg innych rynków, organicznie z nim powiązanych (mięsny, paszowy itp.). Początki zmian w kierunku integracji odnotować trzeba na rynku mięsny.

Od momentu zmiany ustroju gospodarczego przedmiotem aktywności wielu grup doradców i instytucji pomocowych jest sfera działania spółdzielczości. Jednak zmiany zapoczątkowane na rynkach zdominowanych przez spółdziel-

czość (głównie rynek mleczarski) powstają przede wszystkim pod wpływem konkurencji zewnętrznej.

Organizacje rolników mają obecnie o około 1/3 mniej członków niż przed 1989 rokiem; zatrudniają nieliczną kadrę etatową, w większości zrezygnowały z funkcji edukacyjnej. Finansowanie swojej działalności opierają one wyłącznie na składkach członków organizacji. Prowadzona przez niektóre z nich działalność gospodarcza finansuje najwyżej funkcjonowanie nielicznej centralnej kadry etatowej.

Statuty większości organizacji nie przewidują funkcji organizowaniu integracji poziomej (np. marketingu grupowego). Jeśli funkcjonuje nawet zapis o współdziałaniu rynkowym to nie wypracowano jeszcze skutecznych form jego urzeczywistnienia.

Praktycznie nie znane są przyczyny (poza formułowanymi potocznie) trudności współdziałania w środowiskach zawodowych w Polsce (nie tylko wiejskich). Jako próba przeciwdziałania dezintegracji prezentowana jest opcja tworzenia izb gospodarczych - rolniczych, opartych na zasadzie obligatoryjności. Badania społeczne przeczą jednak skuteczności takiego podejścia. Dotychczas powstające izby mają wyłącznie dobrowolny charakter. Wszystkie mają w statutach zapisaną pomoc członkom w uczestniczeniu na rynku. Realizacja jednak tej funkcji również w izbach napotyka na podobne trudności w wypracowaniu skutecznych form działania z jakimi mają do czynienia związki branżowe producentów.

Aktywność wszystkich organizacji cechuje wskutek tego niekonsekwencja. Wynika ona z braku jasnego określenia celów oraz, moim zdaniem, także z zawierzenia skuteczności nacisków na administrację oraz z braku służebnego podejścia struktur etatowych w stosunku do członków tych organizacji. Służby realizują najczęściej model przywódczy. Nie będąc jednak podmiotami gospodarczymi borykają się z trudnościami materialnymi w realizacji pomysłów powstających odgórnie. Członkowie organizacji, nie uzyskując skutecznej pomocy niechętnie opłacają składki członkowskie.

Doskonała jest natomiast wśród członków organizacji (izb i związków), znajomość form działania organizacji pokrewnych w krajach o tradycyjnej regulacji rynkowej. Jest to potencjał, który koniecznie trzeba uruchomić, jednak w ramach struktur formowanych oddolnie i o małym stosunkowo zasięgu.

Moim zdaniem masowość, wymagana aktualnie prawem, przy powoływaniu organizacji jest przeszkodą w ich skuteczności. O wiele skuteczniejsze są, często nieformalne, powiązania producentów (kluby, „grupy marketingowe”, czy wręcz powiązania rodzinne) w prowadzeniu działalności rolniczej i handlowej czy usługowej. Nie powodują one skutków finansowych dla ich organizatorów w postaci konieczności rejestrowania działalności, a w konsekwencji jej opodatkowania.

III. Wnioski

1. Uwagi ogólne

Obecna sytuacja wymaga zmian strukturalnych w wielu dziedzinach i na różnych płaszczyznach. Doprowadzić one powinny do restrukturyzacji, prywatyzacji bądź likwidacji niektórych instytucji państwowych. W nowych warunkach część z nich będzie miała inny, lub zmniejszony zakres działania. Zmiany powinny objąć szczególnie działanie dotychczasowych agencji rządowych. Stopniowo zmieni się bowiem sytuacja zewnętrzna. Wymagać to będzie uproszczenia i zwiększenia przejrzystości kanałów rynku. Ponadto trzeba będzie uwzględnić stanowisko Światowej Organizacji Handlu (WTO) w zakresie zwalczania technicznych barier handlu.

1.1 Zachowanie i umocnienie konkurencyjności polskich produktów rolno-spożywczych na rynku uzależnione jest głównie od konsekwentnego odchylenia od strategii produkcyjnej⁽¹⁰⁾ na rzecz przynajmniej produktowej⁽¹¹⁾, a najkorzystniej marketingowej⁽¹²⁾ w gospodarce żywnościowej. Strategia marketingowa sprawdza się bowiem w warunkach niekorzystnych na danym rynku (np. popyt malający, nieregularny lub nadmierny) z jaką mamy do czynienia obecnie. Oczywiście wymienione strategie są opcjami dla zachowań firm. Firmy mogą je jednak realizować również w ramach powoływanych przez siebie organizacji.

1.2 Nadal czynniki niskonakładowe, jak poprawa organizacji i edukacja, stwarzają największe możliwości zmniejszania kosztów adaptacji do warunków regulacji rynkowej.

Podstawowym obszarem doskonalenia organizacji powinna być **infrastruktura rynkowa**⁽¹³⁾. Aktualnie najpilniejszym zadaniem wydaje się kontynuacja procesu budowania systemu publicznej informacji rynkowej.

Wobec istnienia bardzo wielu inicjatyw pożyteczne może się okazać podjęcie (przez niezależną firmę) próby negocjacji i wypracowania podstaw współdziałania zespołów, które dotychczas podjęły i realizują różne programy budowy sy-

(10) Strategia produkcyjna najogólniej polega na maksymalizowaniu produkcji, obniżaniu kosztów, co prowadzi do tanienia towarów oferowanych na rynek. Wygrywają ci, którzy przy danej cenie rynkowej i poziomie własnych kosztów mogą jeszcze realizować zysk.

(11) Strategia produktowa w uproszczeniu polega na doskonaleniu jakości produktu w przekonaniu, że konsumenci dokonują na rynku wyboru produktów o konkurencyjnej jakości (użyteczności, formie podania).

(12) Strategię marketingową w uproszczeniu można traktować jako możliwość realizowania własnych celów przez zaspokojenie potrzeb klienta. Oznacza to potrzebę poznawania (przewidywania) tych potrzeb co jest trudne dla pojedynczego, na rynku żywnościowym często małego, uczestnika rynku.

(13) Patrz schemat na rys. 2

stemu informacji rynkowej w gospodarce żywnościowej. Owocem takich negocjacji będzie skoncentrowanie się poszczególnych zespołów na różnych podsystemach, tworzących jednak spójną całość. Oszczędzi to środki i zmniejszy zakres informacji publicznej do rzeczywistych potrzeb. **Pozwoli też na dostosowanie informacji do potrzeb różnych grup odbiorców.**

Informacja komercyjna będzie rozwijana przez firmy w tempie odpowiadającym powstawaniu zapotrzebowania na informacje.

Rys. 2.

Kroki postępowania dla osiągnięcia efektywności na rynku produktów rolniczych



1.3 W przechodzeniu ku regulacji rynkowej kontrola na rynku powinna być wyraźnie podzielona na:

- kontrolę związaną z ochroną zdrowia ludzi, zwierząt i roślin oraz
- kontrolę jakości handlowej towarów.

Kontrole te spełniają inne cele. Jeden z nich - kontrola działania firm, realizowana przez instytucje rządowe (PISiPAR, PIH) - jest reliktem poprzedniej epoki.

Kontrola wewnętrzna, jakości handlowej może być pozostawiona firmom. Sprzyjać temu będzie ewentualne uproszczenie systemu normalizacji. **Nie ma, mimo istnienia takich opcji, żadnej potrzeby forsovania reformy służb kontroli wg zasad obowiązujących w krajach członkowskich Unii Europejskiej.**

W Unii są one pozostawione historycznie ukształtowanej tradycji narodowej i bardzo różne w różnych jej krajach.

1.4 Przedsięwzięciem organizacyjnym dużej wagi jest marketing grupowy. Podjęcie prób zorganizowania grup marketingowych sugeruje potrzebę:

- rozpoznania typów i rodzajów naturalnie kreujących się form współdziałania rynkowego,
- zapewnienia istniejącym i nowotworzącym się strukturom doradztwa organizacyjnego i podatkowego oraz
- w pierwszym okresie - ulg, tak, aby współdziałanie nie oznaczało zmniejszenia dochodów do czasu, gdy zostanie przez grupę osiągnięty efekt synergiczny⁽¹⁴⁾ organizacji i handlu.

Edukacja w zakresie marketingu, prowadzona częściowo na zasadach komercyjnych, inicjowana przez organizacje (producentów, konsumentów), może być jednym z elementów umocnienia ich roli w środowiskach branżowych oraz źródłem środków na prowadzenie działalności niekomercyjnej.

Konieczne jest rozszerzenie zakresu edukacji o nauczanie metod negocjacji i mediacji. Zadania te, moim zdaniem, mogą podjąć organizacje we współpracy z krajowymi i zagranicznymi instytucjami pomocowymi oraz komercyjnymi, profesjonalnymi firmami.

Nie neguje to możliwości prowadzenia takiej działalności przez ODR. Odwrotnie, jest wtedy możliwość kreowania się obszarów specjalizacji dla różnych zespołów. Jest oczywiste, że rozszerzanie działalności edukacyjnej na inne podmioty, które nie posiadają bazy technicznej szkolenia może zwiększyć wykorzystanie takiej bazy skoncentrowanej w ODR.

2. Uwagi szczegółowe

2.1 Przejęcie przez organizacje części dotychczasowych funkcji spełnianych dotąd przez instytucje wymaga:

- sformułowania prawnych zasad tworzenia grup producentów, oraz określenia formuły prawnej ich funkcjonowania, jak też zasad współpracy z nimi firm hurtu pierwotnego i innych uczestników rynku (przetwórstwo) tak, aby dawało im to prawo do ekonomicznego wsparcia, ze strony rządu, tendencji integracyjnych (wzór niemiecki),
- utworzenia przejściowo ośrodka koordynacyjnego dla marketingu grupowego i jego wspierania,

(14) Efekt synergiczny ($2+2=5$) to najprościej ponadprzeciętny efekt współdziałania, wykonywania określonych funkcji na rzecz firm przez wyspecjalizowane, powołane przez nie struktury. Wg Ansoffa występuje synergia organizacji, handlu i inwestycji.

- opracowania rozwiązań organizacyjnych, a także zasad ekonomicznego wsparcia (zakup bezcłowy wyposażenia technicznego, sfinansowanie zakupu, opracowania podstawowych programów itp.) dla utworzenia przez organizacje branżowe lub regionalne systemów informacji, komplementarnych względem publicznego systemu informacji rynkowej,
- pomocy organizacyjnej i ekonomicznej służbom organizacji producentów, handlowców, konsumentów w podejmowaniu działalności edukacyjnej,
- pomocy w utworzeniu na rynku zbożowym jednej organizacji łączącej rolników, przetwórców i firmy handlowe na tym rynku,
- ewentualnego wzmocnienia pozycji jednej, krajowej organizacji rolników, najkorzystniej aktualnego inicjatora szeregu rynkowych rozwiązań organizacyjnych.

2.2 Pożądane zmiany zasad funkcjonowania ARR, moim zdaniem, to:

- ustalenie, wzorem norm obowiązujących w UE, najwcześniejszego, dopuszczalnego terminu wchodzenia ARR z interwencją na rynek; np. przełom października i listopada oraz określenie ostatniego miesiąca roku następnego, do którego prowadzona jest interwencja,
- przyjęcie zasady, że /1/ cena interwencyjna nie może być wyższa od ceny minimalnej, /2/ zakupy na zapasy strategiczne prowadzone są po cenach rynkowych, przez jednostki gospodarcze wyłonione drogą formalnego, otwartego konkursu, /3/ zakupy interwencyjne i na zapasy obejmują wyłącznie towary spełniające wymagania norm UE = PN tj. takie, które zawsze znajdą nabywcę ze względu na wysoką jakość; warunek taki spowoduje pozytywną selekcję firm dokonujących zakupów,
- założenie, że kupującymi będą jedynie firmy dysponujące technicznymi środkami doprowadzenia towarów niestandardyzowanych do standardu handlowego, tak by mogły stanowić przedmiot obrotu giełdowego,
- pożądana jest jawność danych o zapasach, będących w dyspozycji ARR, a po okresie interwencji informacje nt. wolumenu, okresu i ceny transakcji zawartych na zakup interwencyjny oraz oddzielnie na zapasy.

2.3 Rola i pożądane zmiany statusu firm, największych prywatnych uczestników rynku rolno - żywnościowego

2.3.1 Wpływ na poprawę sytuacji finansowej przetwórstwa i handlu

Dla zwiększenia przejrzystości kanałów rynku w Polsce pożyteczna jest pomoc instytucji we wzmocnieniu pozycji prywatnych (prywatyzowanych) podmiotów na rynku, które obecnie posiadają fizyczne zdolności magazynowania, standaryzacji, przetwórstwa. Może się to dokonać przez przyspieszenie prywatyzacji tych jednostek. Warunkiem są decyzje o wzmocnieniu kapitałowym firm

dysponujących techniczną bazą, o której mowa wcześniej, a zadłużonych z przyczyn zewnętrznych. Problemem kolejnym jest restrukturyzacja ich zadłużenia.

Obydwa rozwiązania dadzą spodziewane rezultaty tylko wtedy, gdy firmy rekomendowane do procesu sanacyjnego zostaną poddane jednolitym wymaganiom warunkującym gwarancje rządowe (może z funduszy na interwencję). Lista warunków powinna zawierać wskaźniki pozwalające poznać stopień ryzyka dla gwaranta. Ocena rzetelności spełnienia deklarowanych warunków powinna należeć do uznanej firmy doradztwa finansowego (przetarg na audit).

Konsekwencją powinno być udzielenie firmom znajdującym się w pozycji najkorzystniejszej, rzeczywiście taniego kredytu obrotowego oraz inwestycyjnego. Niezbędna jest wtedy także restrukturyzacja dotychczasowego zadłużenia między innymi metodą postępowania układowego z wierzycielami.

2.3.2 Oddziaływanie na koncentrację podaży

Rozproszenie podaży oraz niski standard różnego typu magazynów i przechowalni, jak też brak w nich wyposażenia do standaryzacji sugeruje konieczność ekonomicznego stymulowania tendencji do koncentracji partii towarowych oraz zmniejszenia liczby jednostek dostarczających je do odbiorców (pośrednich i finalnych).

W sytuacji dużego przestrzennego zróżnicowania poziomu koncentracji, z jakim mamy do czynienia, rysuje się możliwość wykreowania się co najmniej dwóch różnych modeli kanałów dystrybucji.

W rejonie centralnym, środkowo i południowo-wschodnim są załączki do wypromowania modelu grup marketingowych. Poczynione są tu pewne kroki. Wymaga to jednak instrumentów ekonomicznych popierających chęci występowania przez rolników jako podmiot zbiorowy (grupa). Mogą to być preferencje polegające na obniżeniu lub zawieszeniu obowiązku podatkowego dla nowopowstających np. grup marketingowych.

Inspiratorami tworzenia grup mogą być ewentualnie związki producentów, o ile producenci sami udzielą im takiego upoważnienia, lub osoby prywatne⁽¹⁵⁾.

W rejonach rozproszonej produkcji i niskiego poziomu technicznego w rolnictwie, gdzie podstawową działalnością jest produkcja zbóż i ewentualne wewnętrzne ich zużycie do chowu zwierząt konieczne są działania pozwalające na pełne i możliwe wczesne oraz wiarygod-

(15) Nie wykluczone, że będą to osoby z kręgu ODR, uczelni rolniczych, a szczególnie bardziej przedsiębiorczy rolnicy. Mniejsze jest prawdopodobieństwo kreowania takich grup interesów w ramach ewentualnych izb rolniczych, gdyż mają one na ogół szeroki wachlarz kompetencji oraz brak w nich tymczasem doświadczonej kadry

ne ujawnienie wielkości podaży. Może to nastąpić w wyniku wprowadzenia depozytów w składowaniu np. zbóż (kwit zastawny). W tych rejonach jednak musi być pokonana bariera świadomościowa, gdyż produkty o większej trwałości (np. zboża, a nawet wbrew logice także zwierzęta rzeźne) są tu bowiem traktowane przez rolników jako „twardy pieniądz”, a wielokierunkowość produkcji pozwala na zachowania trudne do przewidzenia. Nie można się zatem spodziewać szybkiego upowszechnienia instytucji kwitu zastawnego.

W rejonie południowo-zachodnim i północnym koncentracja podaży dokona się prawdopodobnie jako efekt:

- powiększenia obszaru i specjalizacji gospodarstw rolniczych oraz ewentualnie, w sprzyjających warunkach,
- intensyfikacji produkcji.

W takiej sytuacji istnieje możliwość porozumień umownych bezpośrednio między rolnikami a zakładami przemysłowego przetwórstwa o produkcję i dostawę określonych gatunków i odmian roślin (gatunków i ras zwierząt) określonej przydatności przerobowej i jakości.

Tworzenie grup marketingowych jak korzystanie z bezpośrednich powiązań umownych z firmami przetwórczymi może być atrakcyjnym rozwiązaniem dla części rolników, właścicieli gospodarstw większych obszarowo.

Funkcje koncentracji i standaryzacji partii towarowych mogą spełniać zarówno zakłady przetwórstwa jak i duże gospodarstwa rolnicze, ogrodnicze, posiadające dobre magazyny i warunki standaryzacji i kondycjonowania a nawet wstępnego przetwarzania produktów rolniczych, ogrodniczych.

Wyspecjalizowane gospodarstwa rolnicze, ogrodnicze mogą pełnić rolę hurtu pierwotnego indywidualnie lub w oparciu o powołane przez siebie organizacje. Przy odpowiedniej koncentracji podaży i operowaniu towarem standardowym będą mogły aktywnie uczestniczyć w obrocie na rynkach formalnych (giełdy towarowe, aukcje, giełdy terminowe).

Logiczna kolejność działań warunkująca największą efektywność w procesie transformacji gospodarki żywnościowej wydaje mi się być jak na rysunku 2.

Ogólny zaś schemat funkcji dla instytucji, organizacji oraz firm jak też źródła środków na ich realizację przedstawiony jest na rysunku 3.

Przedstawione tu myśli i propozycje wynikają z doświadczenia wieloletniej pracy na pograniczu rolnictwa i przemysłu spożywczego. Zaprezentowanie ich Państwu traktuję jako głos w dyskusji, których nigdy nie dosyć w okresie burzliwych przemian.

Rys. 3.

Adaptacja gospodarki żywnościowej do warunków regulacji przez rynek

ROLA PRZEOBRAŻEŃ			
Produkt		Organizacja	
● standaryzacja ● audit jakości ● wzrost poziomu jakości — odżywczej — formy zewnętrznej — użyteczności		● budowa sieci informacji rynkowej związanej z: — koncentracją, standaryzacją, przechowywaniem towarów — budową systemu informacji rynkowej — promocją — reklamą — ubezpieczeniem od ryzyka — finansowaniem działalności	
FUNKCJE			
Rząd	Samorządy	Firmy	Organizacje producentów, kupców, konsumentów
● prawodawstwo w zakresie: — obrotu giełdowego — towarów standaryzacji (reguły) ● organizacja sieci — ochrony zdrowotnej i sanitarnej — informacji rynkowej ● promocja	● organizacja — miejsc sprzedaży i regulaminy ich funkcjonowania ● kapitał — udział w postaci raportu rzeczowego (tereny, budynki itp.) w tworzeniu miejsc sprzedaży, — udział kapitałowy w tworzeniu instytucji oceny jakości, doradczych, informacyjnych itp.	● realizacja własnych celów przez zaspokajanie rzeczywistych potrzeb odbiorców	● obrona przed praktykami monopolistycznymi ● tworzenie podstaw poprawy pozycji rynkowej poprzez budowę niezależnego systemu informacji rynkowej na potrzeby uczestników rynków branżowych oraz źródło argumentacji w ewentualnym arbitrażu
ŹRÓDŁA ŚRODKÓW MATERIAŁOWYCH			
Budżet	Samorządy	Firmy	Organizacje producentów, kupców, konsumentów
Część dochodów z opłat wyrównawczych i cel, majątek Skarbu Państwa	Majątek komunalny, budżet lokalny	Zysk	Składki, członków, część zysku ze wspólnej działalności gospodarczej

Źródło: K. Pieniążek: - Uwagi nt. Organizacji rynku produktów rolniczych i żywności. Przemysł Spożywczy nr. 7, 1993