

NIKODEM SAKSON
*Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie
w Poznaniu*

Z PROBLEMATYKI KOMERCJALIZACJI DORADZTWA ROLNICZEGO

W ostatnich latach obserwuje się wzrastający udział rolników w finansowaniu zachodnioeuropejskich organizacji doradztwa rolniczego. Zjawisko to określa się jako komercjalizacja. Natomiast w Polsce, w różnych dyskusjach nad zmianami w finansowaniu doradztwa rolniczego, wskazuje się także na komercjalizację jako jedną z możliwych dróg jego rozwoju. Interesując się wiele lat rozwojem doradztwa na świecie, jak i funkcjonowaniem prywatnych firm zajmujących się doradztwem rolniczym w Polsce, chciałbym przedstawić swe własne opinie w tej dyskusji.

Proces komercjalizacji doradztwa rolniczego trwa od kilku lat w rozwiniętych krajach Europy i Ameryki. Związany jest on głównie z ograniczaniem nakładów na doradztwo rolnicze ze środków publicznych, jak i procesem przekształcania się gospodarstw rolnych w przedsiębiorstwa rolnicze, a ich właścicieli z rolników w przedsiębiorców rolnych. Proces komercjalizacji przebiega dwutorowo. W największym zakresie uwidacznia się on we wprowadzaniu opłat przez rolników na rzecz świadczonych usług przez publiczne organizacje doradcze. Przykładami takich rozwiązań są pakiety doradcze oferowane rolnikom za określoną cenę w Irlandii, opłaty za różne przykładowe opracowania wniosków o subwencje w przypadku podejmowania przez rolników inwestycji w Niemczech, czy też opłat za prowadzoną księgowość w Danii. Dynamika tego procesu uwidacznia się we wzrastającym udziale dochodów własnych w budżetach instytucji doradczych. Zwykle zaczyna się od kilku procent a kończy się na kilkudziesięciu, na przykład w Holandii udział ten zaczyna już przekraczać 50%. Często towarzyszy temu procesowi wprowadzanie przez państwo różnych obowiązkowych działań podejmowanych przez rolników, które są wykonywane odpłatnie przez doradców, jak różnego rodzaju wniosków, buisnes planów itp. Z kolei organizacje doradcze wprowadzają różnego rodzaju opłaty cząstkowe za przyjazd doradcy, materiały szkoleniowe, wydawnictwa, itp. Inną drogą, ale

o ograniczany zasięg, jest prywatyzacja doradztwa. Miała ona miejsce w Holandii w odniesieniu do specyficznych działów ogrodnictwa. Zmianom tym towarzyszyły odpowiednie regulacje prawne, które ułatwiały doradcom dostosowanie się do nowych warunków, np. okresowe zwolnienie z podatku dochodowego, czy ulgi inwestycyjne na zakup środków pracy.

Jak przedstawia się ten proces w Polsce. Komerlizacja doradztwa ma miejsce na niewielką skalę i ma nieco inny przebieg. Proces ten można nazwać jako wstępny i wyodrębnić następujące jego elementy:

1. Przejmowanie części działalności doradczej przez firmy zajmując się zbytem i zakupem surowców. Cechą charakterystyczną tych zmian, jest traktowanie doradztwa jako czynnika wspierającego inne cele w tych firmach. Odciąża to państwo od części zadań jakie miała służba doradcza, która podejmuje zadania o innym charakterze, związane z procesami sterowania rolnictwem przez państwo.
2. Ograniczenie nakładów na doradztwo, z jednoczesnym przekształceniem w jednostki budżetowe. Z jednej strony brak środków kierowały zainteresowania organizacji doradczej na ich pozyskanie z otoczenia, ale jednocześnie przepisy demotywowwały do ich zdobywania.
3. Powstawanie prywatnych organizacji doradczych, których przedmiotem działania jest doradztwo rolnicze. Ich zasięg działania jest tak niewielki, że nie wpływa to na ogólny obraz komercjalizacji i prywatyzacji doradztwa.

Czynnikami utrudniającymi proces komercjalizacji doradztwa w Polsce są:

- przekonanie prawie wszystkich potencjalnych klientów doradztwa rolniczego o tym, że informacja nie jest towarem za który należy płacić. Powinna być ona dalej udostępniana bezpłatnie,
- małe zasoby finansowe potencjalnych klientów. Wynika to ze struktury polskiego rolnictwa. Przy rozpoczynaniu procesu komercjalizacji niezbędne jest osiągnięcie pewnego minimalnego progu opłat aby koszty ich pozyskiwania nie były większe od wpływów,
- bardzo powolny proces industrializacji rolnictwa i tym samym bardzo mała liczba przedsiębiorców rolnych czyli klientów doradztwa komercyjnego,
- mała umiejętność potencjalnych klientów korzystania z doradztwa, co jest tym istotniejsze, im usługa doradcza jest droższa,
- mała liczba doradców mogących spełniać oczekiwania nawet dzisiejszych klientów doradztwa,
- pomysły Ministerstwa Finansów, aby opłaty za doradztwo nie stanowiły kosztów prowadzenia działalności w przedsiębiorstwie, jaki system podatkowy w rolnictwie,

- brak wyjaśnionych relacji między powstającymi izbami rolniczymi a obecnie istniejącą służbą doradczą. Sprawa jest o tyle istotna, że w związku z brakiem ustawowych uregulowań dotyczących państwowej służby doradczej zawiesza się jej rozwój w próżni.

Zebrane doświadczenia w prywatyzacji doradztwa rolniczego pozwalają już dzisiaj sformułować warunki jakie trzeba spełnić aby doradca mógł odnieść sukces zawodowy. Warunków tych jest kilka:

1. Uzyskiwać przychody ze swej działalności około 4 000 zł miesięcznie, co oznacza, że przy przeciętnie 20 efektywnych dniach pracy musi on uzyskiwać przeciętnie przychód na poziomie 200 zł dziennie. To jest punkt wyjścia do kalkulacji cennika za usługi doradcze. Przekładając to na liczbę klientów oznacza to, że doradca musiałby współpracować z 40 klientami przez pół dnia w miesiącu, za co musieliby zapłacić za jego usługi miesięcznie 100 zł. Częstotliwość kontaktów nie zawsze musiałaby wyglądać w przedstawiony sposób. Organizacja pracy i oczekiwania klientów o tym zadecydują. Przykład ten ilustruje sytuację potencjalnego klienta, który musi się tak przygotować do współpracy, aby efektywnie wykorzystać ten stosunkowo krótki czas wzajemnych kontaktów. Musi on zdawać sobie sprawę, że za każdą minutę kontaktu z doradcą płaci. Obecnie nie jest to łatwe.
2. Atrakcyjny towar. Podstawowym warunkiem uzyskiwania niezbędnych dochodów jest świadczenie potrzebnych i skutecznych porad oraz użytecznych szkoleń, które w przypadku doradztwa są podstawowymi towarami oferowanymi przez doradcę. W przypadku doradztwa prywatnego podstawę stanowią porady indywidualne i szkolenia w małych grupach. Muszą być one nie tylko atrakcyjne treściowo, ale także dobrze przekazane. Wymaga to także dobrej znajomości klientów, każda branża stawia szczególne wymagania odnośnie kryteriów, atrakcyjności oferowanych usług. Wymaga to także dobrej znajomości konkurencji i oferowanych przez nią usług.
3. Doradca musi być wyposażony minimum w sprawny samochód, telefon i komputer. Powinien posiadać minimum środków dydaktycznych takich jak rzutnik przeźroczy, aparat fotograficzny, tablicę do mazania na sucho, a w przyszłości magnetowid, telewizor przenośny i rzutnik pisma oraz kserograf. Wyposażenie to pozwala na efektywne działanie i wysoki poziom usług. Poza tym musi posiadać lub wynajmować lokal, w którym będzie miał biuro.
4. Doradca musi posiadać dodatkowe ubezpieczenie na życie i na starość. Opłata ubezpieczenia ZUS nie zabezpiecza doradcy w przypadku nieprze-

widzianych zdarzeń życiowych. Ze względu na intensywne korzystanie z samochodu ryzyko pracy jest wysokie.

5. Niezbędnym elementem sukcesu jest dostęp do informacji. Wynika to z faktu, że informacja jest podstawowym towarem, który sprzedaje doradca. Musi on pozyskiwać informacje, przetwarzać je i przechowywać. Dostęp do informacji w służbie państwowej zapewnia kontakt z placówkami naukowymi, książki i czasopisma oraz sami pracownicy organizacji doradczej. Zasób informacji dostępnej dla doradcy w takim przypadku jest szeroki i za jej przygotowanie odpowiada często duży zespół. W tej sytuacji spotykamy się z problemem nadmiaru informacji. Natomiast doradca samodzielnie wykonujący swój zawód ma raczej sytuację odwrotną to znaczy brak informacji i trudności z ich zdobyciem, chociaż częściowo jest w lepszej sytuacji, bo poszukuje tylko informacje rzeczywiście mu potrzebnej. Problem dostępu do informacji i poziomu jej przetwarzania musi być lepszy niż w służbach państwowych, jeżeli chce z nimi konkurować i oczekiwać zapłaty za swoje usługi. Doradca prywatny ma jeszcze jedną trudność, a mianowicie konflikt między bieżącymi zadaniami zapewniającymi dochody, a pozyskiwaniem nowych informacji. W każdej branży rolnictwa inaczej kształtuje się dostęp do informacji i każdy musi samodzielnie rozwiązać ten problem.
6. Wysokie kompetencje rolnicze i doradcze. Umiejętność podtrzymywania kontaktów z klientami i ich rodzinami. Zakres tych umiejętności jest taki sam, jak w przypadku każdego doradcy niezależnie od charakteru firmy. Oczywiście w przypadku doradztwa prywatnego szanse na sukces mają doradcy o bardzo wysokich kompetencjach, najczęściej ci, którzy już posiadają bardzo wysoką pozycję zawodową. W związku z tym, że doradca z reguły prowadzi sam swoją firmę, musi posiadać znacznie szersze umiejętności takie jak: promocja, księgowość, znajomość przepisów podatkowych itp. Zakresu tych umiejętności nie nabywa się pracując w dużych organizacjach doradczych. Ich zdobycie następuje zwykle w drodze samokształcenia lub też korzystania z usług wyspecjalizowanych firm prowadzących usługi księgowe czy doradztwo podatkowe, jednak wówczas podnosi to koszty prowadzenia własnej działalności. Z kolei nieznanie stosowanych przepisów może prowadzić do poważnych perturbacji w funkcjonowaniu własnej firmy.
7. Dobre zdrowie i odporność psychiczna. Praca doradcy jest pracą terenową, co automatycznie oznacza wymóg dobrego zdrowia. Przepisy ZUS przewidują dla właścicieli firm wypłatę zasiłku chorobowego w przypadku niezdolności do pracy dłuższej niż 1 miesiąc. Prowadzenie własnej firmy i związane z tym ryzyko, stresy związane z zapewnieniem rodzinie

niezbędnych środków finansowych przy niepewności rynku, wymagają dużej odporności psychicznej.

Z powyższych rozważań wynika, że wymogom jakie stawia samodzielne prowadzenie usług doradczych może sprostać tylko niewiele osób. Oznacza to, że nie należy spodziewać się szybkich zmian w procesie prywatyzacji doradztwa, natomiast proces komercjalizacji zależał będzie głównie od woli ośrodków zarządzających doradztwem rolniczym.