

MARTA DOMAGALSKA-GRĘDYS
Akademia Rolnicza w Krakowie

DZIAŁALNOŚĆ GRUPOWA PRODUCENTÓW OWOCÓW MIĘKKICH NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH GMIN POWIATU TARNOWSKIEGO

1. Wstęp

Według wielu autorów [Makosz 2000, Kubiak 2001] owoce miękkie obok jabłek będą w przyszłości dominującym gatunkiem owoców uprawianych w Polsce. Przyjmuje się, że mogą one odegrać decydującą rolę w eksporcie polskich produktów sadowniczych zarówno świeżych jak i mrożonych.

Rejon Małopolski słynie z tradycji sadowniczych, zaopatrując rynek polski i zagraniczny w owoce miękkie. Producenci tego regionu, mając do dyspozycji niewielkie zasoby ziemi i nadwyżki siły roboczej specjalizują się w uprawach pracochłonnych (sadowniczych). Owoce miękkie w tym truskawki, maliny i porzeczki uprawiane są m.in. w rejonie powiatu tarnowskiego. Szacuje się, wg danych z MODR w Zgłobicach, że zapotrzebowanie na owoce i warzywa w tym regionie jest pokrywane w 50% przez rodzimych producentów, a reszta około 25% pochodzi z sąsiednich województw i z zagranicy. Szansę rozwoju mają tu głównie sadownicy spełniający wymagania jakościowe zakładów przetwórczych. Przetwórcy proponują podpisanie umów wieloletnich na dostawę owoców i warzyw wyłącznie dużym plantatorom lub zrzeszeniom plantatorów, grupom producenckimi.

Od drugiej połowy lat dziewięćdziesiątych na terenie powiatu tarnowskiego funkcjonują dwie grupy producentów owoców miękkich - Olesno i Pleśna. Proces integracji pozostałych producentów przebiega wolno. Istotne jest poznanie przyczyn tej sytuacji i opinii producentów na temat wspólnego działania, tym bardziej, że niemal wszystkie formy pomocy przewidywane unijnym prawodawstwem dla uczestników rynku owoców i warzyw przekazywane będą poprzez uznane organizacje producenckie. Niezbędnym warunkiem skorzystania z dopłat jest zawarcie umów kontraktacyjnych między organizacjami i zakładami przetwórczymi [Nosecka 2003]. Od skuteczności i postępu we wdrażaniu wspólno-

rynkowych mechanizmów funkcjonujących na rynku świeżych owoców zależec będzie możliwość konkurowania polskich producentów z unijnymi. Wzrost eksportu świeżych produktów możliwy będzie jedynie w warunkach przestrzegania wymogów jakościowych i organizowania dużych, jednolitych partii świeżych owoców.

2. Metoda i rejon badań

Znaczne rozdrobnienie polskich upraw ogrodniczych i uwarunkowana historycznie niechęć do wspólnych działań są istotną przeszkodą w tworzeniu i funkcjonowaniu organizacji producentów spełniających unijne kryteria. Niechęć ta wydaje się polskim paradoksem w sytuacji gdy doświadczenia producentów unijnych wskazują, że ok. 40% produkcji towarowej owoców i warzyw dostarczane jest sukcesywnie poprzez uznane organizacje. Przekonania do wspólnego działania nabierają głównie producenci uczestniczący w szkoleniach, którzy zetknęli się z pozytywnymi przykładami i przekonali się, że indywidualnie skazani są na porażkę w zmieniających się warunkach rynkowych, narzucających im coraz większe wymagania jakościowe.

Formy zbiorowej działalności polskich producentów pozostają zgodne z ustawodawstwem regulującym zasady działania stowarzyszeń, zrzeszeń, spółek oraz spółdzielni. Za najdoskonalszą formę rolniczej działalności uznawana jest spółdzielnia. Spółka jako forma prawna wymaga kapitału założycielskiego, którego powszechnie brak w rolnictwie. Natomiast stowarzyszenie i zrzeszenie może być traktowane jako wstępna forma działania.

*Zrzeszenia*¹ ze względu na prostą procedurę rejestracyjną (w Sądzie Okręgowym) oraz małe wymagania co do ilości członków (minimum 10 osób), stanowią popularniejszą formę prawną, wśród łączących się producentów, niż stowarzyszenia. Zrzeszenia są organizacjami społeczno-zawodowymi, działającymi z zasady bez zysku, pokrywającymi koszty swego działania ze składek członków. Nie posiadają funduszy rezerwowych i rozwojowych.

*Stowarzyszenia*² to organizacje również niezarobkowe, z dopuszczanym minimalnym funduszem rozwojowym i rezerwowym oraz minimalną 15-osobową ilością członków. Działalność gospodarcza nie jest głównym celem stowarzyszenia. Ponieważ organizacja nie jest nastawiona na tworzenie zysku, ma trudności z uzyskaniem kredytu.

¹ Przepisy regulujące powstawanie i funkcjonowanie zrzeszeń branżowych zawarte są w Ustawie z 8 października 1982 roku o społeczno-zawodowych organizacjach rolników (Dz. U. nr 32, poz. 217 z późniejszymi zmianami).

² Powstanie oraz zasady funkcjonowania stowarzyszeń regulują przepisy Ustawy z 7 kwietnia 1989 roku o stowarzyszeniach (Dz. U. nr 20, poz. 104 z późniejszymi zmianami).

Definicję grupy producentów oraz zasady organizowania się producentów polskich określa ustawa z dnia 15 września 2000 r. *O grupach producentów rolnych i ich związkach oraz o zmianie innych ustaw*.

Badania ankietowe przeprowadzono wśród członków Zrzeszenia Producentów Owoców Jagodowych gminy Pleśna i Stowarzyszenia Producentów Owoców i Warzyw Gminy Olesno, działających na terenie powiatu tarnowskiego, w 2003 roku.

Oprócz tradycji upraw ogrodnich powiat tarnowski cechuje się dogodnymi warunkami klimatycznymi do rozwoju ogrodnictwa (okolice Tarnowa należą do najcieplejszych miejsc w Polsce). Produkcja owoców i warzyw stanowi tu 1,4% produkcji ogólnopolskiej. W powiecie tarnowskim brak jest organizacji wspierających działania marketingowe producentów. Dawne struktury spółdzielcze są zbyt słabe aby reprezentować interesy swoich członków i budować trwałe rynki zbytu. Producenci indywidualnie poszukują szans dla siebie próbując dostosować swoją niewielką produkcję do lokalnych potrzeb. Podstawowymi kanałami sprzedaży są dla nich lokalne targowiska hurtowe i detaliczne. Większość z nich narzeka na uciążliwości związane z taką formą sprzedaży.

Poważną przeszkodą w rozwoju produkcji jest brak infrastruktury technicznej (przechowalni, sortowni, pakowni), służących przygotowaniu większych, jednolitych jakościowo partii towarów.

Wielu spośród producentów dostrzega potrzebę tworzenia własnych organizacji, które mogłyby realizować strategię marketingową stosownie do rynku. Badane grupy (Pleśna i Olesno) działają w formie prawnej stowarzyszenia i zrzeszenia. Głównym celem ich działania jest wyeliminowanie pośredników w handlu z przetwórcami i rynkiem detalicznym przez organizację wspólnej sprzedaży. Przeprowadzony wśród członków grup kwestionariusz zawierał m.in. pytania:

- Co było powodem wstąpienia do grupy producentów?
- Jakie trudności wewnętrzne/zewnętrzne ograniczają rozwój grupy producenckiej?
- Jakie są najważniejsze efekty współpracy w grupie?
- Jakie posiadają miejsca sprzedaży owoców, co stanowi dla nich największą przeszkodę w zwiększaniu produkcji owoców?

3. Wyniki badań

Charakterystyka gospodarstw i produkcji

Właścicielami badanych gospodarstw byli głównie mężczyźni w średnim wieku 42 lata (Olesno) i 57 lat (Pleśna). Respondenci posiadali wykształcenie zawodowe albo średnie.

Z danych (tabela 1) wynika, że gospodarstwa prowadziły produkcję owoców miękkich na różnej powierzchni, przy czym w przypadku grupy Olesno były to

wyłącznie truskawki (o średniej powierzchni upraw 1,18 ha). Grupa z Pleśnej uprawiała dodatkowo maliny na powierzchniach średnio - 0,2 ha, porzeczki czarne - 0,14 ha, śliwy - 0,15 ha i aronię - 0,1 ha.

Tabela 1
Charakterystyka badanych gospodarstw działających w grupach producenckich

Wyszczególnienie	Grupa 1	Grupa 2
Miejscowość /gmina/	Olesno	Pleśna
Liczebność grupy	53	20
Status prawny grupy	Stowarzyszenie	Zrzeszenie
Wiek właścicieli	42 lat	57 lat
Płeć właścicieli w % wypowiedzi:		
Kobiety	29 %	29%
Mężczyźni	71%	71%
Wykształcenie:		
Zasadnicze	47%	71%
Średnie	53%	29%
Średnia powierzchnia upraw w ha w tym:		
Malina	-	0,20
Porzeczka czarna	-	0,14
Truskawka	-	0,20
Śliwa	-	0,15
Aronia	-	0,10

Źródło: Badania własne.

Miejsca sprzedaży

Głównymi miejscami sprzedaży owoców dla grupy Pleśna były: punkty skupu (88,24% wypowiedzi), targowiska (47,06% wypowiedzi), dla Olesna zakłady przetwórcze (100% wypowiedzi), targowiska (42,86% wypowiedzi). Z danych (tabela 2) wynika, że zakłady przetwórcze są kontrahentami dla wszystkich badanych członków grupy 2, w przeciwieństwie do grupy 1, z której tylko 41,18% handlowało z przetwórcami. Uwagę zwraca fakt sprzedaży truskawek przez większość producentów (88,24%) Stowarzyszenia Olesno w punktach skupu w miejscowościach odległych, tj. od 60-90 km (takich jak: Kraków, Nowy Sącz, Dębica, Szczucin), podczas gdy Pleśna (grupa 2) koncentruje się na rynkach lokalnych.

Przeszkody w zwiększaniu produkcji

Główną przeszkodą zwiększania sprzedaży owoców miękkich jest według obu grup niska opłacalność produkcji owoców jagodowych (35,29% i 57,14 % wypowiedzi). Grupa Olesno wymienia także inne przeszkody ograniczające handel takie jak: wysokie wymagania jakościowe (23,57%), trudności ze zbytem w okresie wysypu i brak rynków zbytu na miejscu (po 11,76%), brak siły robo-

czej (5,88% badanych) (tabela 2). Z kolei członkowie grupy Olesno określają dodatkowo przeszkody takie jak: brak urządzeń przygotowujących owoce do sprzedaży (7,14% wypowiedzi) oraz na niestabilność cen na rynku (42,86% respondentów).

Tabela 2

Charakterystyka wybranych elementów działalności handlowej
w badanych grup producenckich w % wypowiedzi

Wyszczególnienie	Olesno	Pleśna
Miejsca sprzedaży produktów:		
Targowiska	47,06	42,86
Zakłady przetwórcze	41,18	100,00
Sklepy detaliczne	11,76	7,14
Hurtownie	-	-
Punkt skupu	88,24	-
Miejscowości potencjalnej sprzedaży owoców		
Tarnów	29,41	35,71
Swiebodzin	-	100,00
Pleśna	-	14,29
Tuchów	-	-
Nowy Targ	5,88	-
Kraków	64,71	-
Dębica	11,76	-
Szczucin	5,88	-
Główne przeszkody w zwiększeniu sprzedaży:		
Niska opłacalność produkcji owoców jagodowych	35,29	57,14
Niestabilność cen na rynku	5,88	42,86
Brak urządzeń do pakowania, sortowania, mycia	-	7,14
Wysokie wymagania jakościowe	23,53	-
Trudności ze zbytem w okresie wysypu owoców	11,76	-
Brak rynków zbytu na miejscu	11,76	-
Brak siły roboczej	5,88	-
Co jest potrzebne by sprostać wymaganiom rynku?		
Powiększenie sadu	-	7,14
Wprowadzenie nowych odmian	58,82	35,71
Wprowadzenie nowych technologii produkcji	47,06	42,86
Modernizacja przechowalni	5,88	-
Nie mam zdania	11,76	57,14
Wybudowanie chłodni	52,94	-

Źródło: Badania własne.

Opinie producentów dotyczące wymagań rynku

Zaspokojenie oczekiwań rynku w opinii producentów może nastąpić pod warunkiem wprowadzenia nowych odmian (głównie deserowych truskawek i malin), wybudowania chłodni, wprowadzenie nowych technologii produkcji (np. uprawy truskawek w wysokich tunelach foliowych). Interesujące, że ponad połowa producentów (57,14%), z grupy Pleśna nie miała zdania czyli nie wiedziała czego oczekuje rynek (tabela 2).

Powody wstąpienia do grupy producentów

Decyzja o wstąpieniu do grupy producentów była podyktowana głównie możliwością znalezienia rynków zbytu. Dodatkowe korzyści dla Olesna stanowiły szkolenia z zakresu technologii produkcji (5,88% wypowiedzi) i podobnie jak dla Pleśnej możliwość wspólnego działania (pkt 1 tabela 3).

Czynniki zewnętrzne ograniczające działalność grupy

Producenci wśród czynników zewnętrznych ograniczających ich działalność grupową wymieniali najczęściej brak dostępnych kredytów i wsparcia ze strony państwa (odpowiednio w grupach 76,47 i 100% wypowiedzi), problemy z podpisaniem długotrwałych kontraktów (4,18% i 85,71%), brak dobrych wzorów działalności zespołowej (35,29 i 21,43% wypowiedzi). Grupa 2 wskazała też na ograniczającą rolę podatków (pkt 2, tabela 3).

Czynniki wewnętrzne ograniczające rozwój grupy

Duża zgodność poglądów na temat ograniczeń wewnętrznych w swoim rozwoju wykazała grupa 2 - Pleśna. Wszyscy członkowie tej grupy uznali, że ich działalność ograniczają: brak środków finansowych, bazy magazynowej, specjalistycznych maszyn, mała komunikatywność członków grupy (pkt 3, tabela 3). Grupa Olesno z kolei wymieniła dodatkowo kłopoty wynikające ze wspólnych rozliczeń.

Najważniejsze efekty współpracy w grupie

Mimo licznych ograniczeń wewnętrznych i zewnętrznych w działaniu grup respondenci wymienili liczne efekty współpracy. Szczególnie grupa Olesno posiadała wiele takich elementów, aż siedem. Najważniejsze to: możliwość wymiany doświadczeń zawodowych (52,94%), upowszechnianie kontraktacji z przemysłem spożywczym (47,06%), wzmocnienie pozycji negocjacyjnej na rynku (29,41%). Członkowie grupy Pleśna wskazali cztery rezultaty wspólnego działania w tym: 100% - wzmocnienie pozycji negocjacyjnej na rynku, 92,86% - upowszechnienie kontraktacji z przemysłem spożywczym (pkt 4, tabela 3).

Tabela 3

Opinie badanych grup producentów w %% wypowiedzi

Wyszczególnienie	Olesno	Pleśna
1. Powody wstąpienia do grupy producenckiej:		
Możliwość wspólnego działania	5,88	42,86
Możliwość poszukiwania rynków zbytu, organizacja rynków zbytu	88,24	64,29
Możliwość negocjacji cen	–	7,14
Możliwość szkoleń z technologii produkcji	5,88	–
2. Trudności zewnętrzne ograniczają rozwój grupy producenckiej:		
Brak dostępnych kredytów i wsparcia ze strony państwa	76,47	100,00
Problemy z podpisaniem długoterminowych kontraktów	41,18	85,71
Niekorzystne podatki	0,00	85,71
Brak łączności telefonicznej na wsi	5,88	7,14
Brak dobrych wzorów działalności grup producenckich	35,29	1,43
3. Czynniki wewnętrzne ograniczają rozwój grupy producenckiej:		
Brak środków finansowych	82,35	100,00
Mała komunikatywność członków grupy	17,65	100,00
Brak bazy magazynowej	82,35	100,00
Brak środków transportu	11,76	92,86
Brak opakowań	5,88	7,14
Brak specjalistycznych maszyn przygotowujących owoce do sprzedaży	5,88	100,00
Kłopoty z rozliczeniem finansowym	5,88	–
Niechęć do wspólnego rozliczania się i ujawniania dochodów	5,88	–
4. Najważniejsze efekty współpracy w grupie:		
Obniżenie kosztów produkcji	17,65	7,14
Upowszechnienie kontraktacji z przemysłem spożywczym	47,06	92,86
Wzmocnienie pozycji negocjacyjnej na rynku	29,41	100,00
Zwiększenie zdolności kredytowej	5,88	0,00
Możliwość wymiany doświadczeń zawodowych	52,94	21,43
Więcej wolnego czasu	5,88	–
Wzajemne świadczenie usług	5,88	–

Źródło: Badania własne.

4. Wnioski

Ustosunkowując się do wyników badań przeprowadzonych wśród producentów owoców miękkich działających zespołowo można wyciągnąć następujące wnioski:

1. Grupy Olesno i Pleśna reprezentują wstępną formę działalności grupowej to jest stowarzyszenie i zrzeszenie, dla których głównym celem jest wyeliminowanie pośredników na rynku owoców miękkich.

2. Stowarzyszenie Olesno koncentruje się na produkcji truskawek i posiada większy średni areał tych upraw, podczas gdy Zrzeszenie Producentów z Pleśnej, dysponując większym asortyment produktów, ma przeciętnie mniejszy areał upraw.
3. Badani producenci posiadali wykształcenie zawodowe i średnie co może wpływać na poziom ich ogólnej wiedzy na temat rynku.
Lepiej wykształceni byli producenci grupy Olesno, oni też poszukiwali bardziej odległych miejsc sprzedaży dla swoich produktów i mieli większe rozeznanie w potrzebach rynku.
4. Obie grupy były zgodne co do przeszkód w zwiększaniu sprzedaży owoców miękkich, uznając że jest nią: niska opłacalność owoców jagodowych. Większą ilość problemów dostrzega Stowarzyszenie Producentów Truskawek Olesno. Niepokojący może być brak świadomości wśród producentów Pleśna o wymogach jakościowych. Grupa ta miała też większe problemy z określeniem *co jest potrzebne by sprostać wymaganiom rynku* (57,14% udzieliło odpowiedzi *nie mam zdania*).
Zaspokojenie oczekiwań rynku w opinii badanych producentów może nastąpić pod warunkiem wprowadzenia nowych odmian, wybudowania chłodni, wprowadzenie nowych technologii produkcji.
5. Decyzja o wstąpieniu do grupy producentów była podyktowana głównie możliwością znalezienia rynków zbytu.
6. Producenci wśród czynników zewnętrznych ograniczających ich działalność grupową wymieniali najczęściej brak dostępnych kredytów i wsparcia ze strony państwa, problemy z podpisaniem długotrwałych kontraktów, brak dobrych wzorów działalności zespołowej.
7. Wśród ograniczeń wewnętrznych zaliczono głównie: brak środków finansowych, bazy magazynowej, specjalistycznych maszyn, małą komunikatywność członków grupy i kłopoty wynikające ze wspólnych rozliczeń.
8. Najważniejszymi efektami współpracy w grupie według badanych były: możliwość wymiany doświadczeń zawodowych, upowszechnianie kontraktacji z przemysłem spożywczym, wzmocnienie pozycji negocjacyjnej na rynku.

Mając na względzie utrzymanie konkurencyjnej pozycji na rynku owoców miękkich nieuchronną koniecznością w budowaniu strategii działania producentów jest podjęcie szybkich działań integracyjnych. Po integracji z UE uzyskamy m.in. dostęp do największych rynków importerów truskawek na świecie - Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii. Kraje te importują rocznie od 234 000 ton do 285 000 ton deserowych truskawek. W zaistnieniu na tym rynku ważna będzie dobrze zorganizowana sprzedaż poparta certyfikatami (IPO), ale też właściwa dystrybucja owoców.

LITERATURA

1. Brzozowski P. (2000): Ekonomiczne aspekty produkcji truskawek w Polsce. [w:] Szanse i zagrożenia dla krajowego ogrodnictwa po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Materiały III Ogólnopolskiej Konferencji Ogrodniczej. 13-14 grudnia 2000 r., 251-259.
2. Kubiak K. (2001): Mocne i słabe strony konkurencyjności polskich produktów sadowniczych. Sad Nowoczesny, nr 5, 31-32.
3. Makosz E (2000): Dostosowanie polskiego sadownictwa do warunków obowiązujących w Unii Europejskiej. [w:] Szanse i zagrożenia dla krajowego ogrodnictwa po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Materiały III Ogólnopolskiej Konferencji Ogrodniczej. 13-14 grudnia 2000 r., 89-109.
5. Maliszewski M. (2003): Wspólne działanie pilnie potrzebne. [w:] XXIII Międzynarodowe Seminarium Sadownicze. Limanowa 2003, 12-15.
6. Nosecka B. (2003): Skutki przyjęcia regulacji UE dla polskiego sektora ogrodnictwa. Przemysł spożywczy, nr 8, 34-36.
7. Ustawa O grupach producentów rolnych i ich związkach oraz o zmianie innych ustaw. Dz. U. Nr 88 z dnia 20 października, poz. 983, 2000 r.
8. Ustawa z 8 października 1982 roku o społeczno-zawodowych organizacjach rolników. Dz. U. Nr 32, poz. 217 z późniejszymi zmianami.
9. Ustawa z 7 kwietnia 1989 roku o stowarzyszeniach. Dz. U. nr 20, poz.104 z późniejszymi zmianami.

MARTA DOMAGALSKA-GRĘDYS

DZIAŁALNOŚĆ GRUPOWA PRODUCENTÓW OWOCÓW MIĘKKICH NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH GMIN POWIATU TARNOWSKIEGO

STRESZCZENIE

Podjęcie szybkich działań integracyjnych jest nieuchronną koniecznością w budowaniu strategii działania polskich producentów, którzy mają na względzie utrzymanie konkurencyjnej pozycji na rynku owoców miękkich. W artykule przedstawiono opinie członków grup działających w ramach stowarzyszenia i zrzeszenia na terenie gmin Pleśna i Olesno (województwo małopolskie). Producenci udzielili odpowiedzi m.in. na pytania: co było powodem wstąpienia do grupy, jakie trudności wewnętrzne/zewnętrzne ograniczają rozwój ich grupy i jakie są najważniejsze efekty ich współpracy w grupie?

MARTA DOMAGALSKA-GRĘDYS

**SOFT FRUIT GROUP PRODUCERS ON THE EXAMPLE OF SOME COMMUNITIES
FROM THE TARNÓW DISTRICT**

SUMMARY

Undertaking rush steps into integration activities is an inevitable necessity of strategy building for Polish producers who want to keep up with their competitive position on soft fruit market. The article presents opinions of the groups members acting within an association and a federation in the area of commune (gmina) Pleśna and Olesno (Malopolskie voivodship). The survey questionnaires contained several questions, among others: what was the reason to join a group, what internal and external problems limit a group development and what are the most important results of group co-operation.