

Leonard Milewski

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

KONKURENCYJNOŚĆ GOSPODARSTW ROLNICZYCH NA TLE POWIĄZAŃ W SYSTEMACH DYSTRYBUCJI W POLSCE

1. Wstęp

Konkurencja i konkurencyjność stanowią złożone zjawiska, które są częścią mechanizmu rynkowego. Dla podmiotów konkurencyjność jest ważnym czynnikiem ogólnego funkcjonowania rynków, wyznacza zasady kontraktów rynkowych, jest warunkiem łączenia i konsolidacji firm, w których coraz większą rolę odgrywają umowy i alianse między partnerami oraz ochrona, przestrzeganie praw i interesów konsumentów [Adamowicz 1999, s. 3-18].

Wśród czynników kształtujących konkurencyjność można wydzielić czynniki makroekonomiczne, do których należy dynamika rozwoju gospodarczego kraju i tempo przekształceń w gospodarce. Warunkiem osiągnięcia sukcesu na rynku jest zdobywanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa nad innymi podmiotami, kształtowane przez drugą grupę czynników (wewnętrznych) zależnych od firm działających w sektorze, m.in.: atrakcyjność i funkcjonalność produktów; poziom kosztów i cen w przedsiębiorstwie; siłę ekonomiczną przedsiębiorstwa; organizację i zarządzanie – sprawność rynkową.

Istotnym elementem rynku rolno-żywnościowego, na którym zachodzą te procesy, jest ogniwo produkcji rolniczej, które ma charakter konkurencyjny i odznacza się dużą niestabilnością. Rynek rolny jest areną różnego rodzaju stosunków zachodzących między podmiotami gospodarczymi. Stosunki te mają różny charakter i polegają zarówno na rywalizacji, jak i na współdziałaniu. Funkcjonowanie podmiotów gospodarczych w sferze produkcji surowców rolnych i ich przetworów opiera się zatem nie tylko na konkurencji, ale także na tworzeniu więzi organizacyjno-prawnych i ekonomicznych. Potrzeba rozwijania bardziej efektywnych więzi dotyczy szczególnie producentów surowców rolniczych i firm przetwarzających te surowce.

Na potrzeby niniejszego artykułu dokonano rozpoznania konkurencyjności ogniwa gospodarstw rolniczych na tle powiązań w systemie dystrybucji. W celu zaprezentowania konkurencyjności gospodarstw porównano i określono bezpośrednie korzyści producentów żywca z powiązań z zakładami przetwórstwa mięsnego.

Badania przeprowadzono w czterech zakładach mięsnych, które oznaczono symbolami: A, B, C, D. Wytypowane do badań zakłady mięsne są położone w różnych regionach kraju, a więc różnią się między sobą strukturą dostawców.

2. Konkurencja i powiązania w systemach dystrybucji sektora rolno-żywnościowego w Polsce

Zachowania uczestników kanałów dystrybucji oraz ich wzajemne relacje kształtuje z jednej strony obiektywna konieczność współdziałania, a z drugiej naturalna sprzeczność interesów. Ostateczny rezultat zależy od splotu wielu czynników, wśród których kluczową rolę odgrywa siła rynkowa poszczególnych uczestników kanałów dystrybucji.

Formą przejawiania się sprzecznych interesów jest szczególny typ konkurencji, obejmujący rywalizację między poszczególnymi ogniwami systemu dystrybucji (w konkretnym przypadku między producentami, przetwórcami żywności i pośrednikami handlowymi). Jej długofalowym celem jest poprawa pozycji w kanale dystrybucji, mierzona udziałem w realizowanej przez niego wartości lub w końcowej cenie produktu. Przebieg i rezultaty konkurencji w kanałach dystrybucji zależą od stopnia zróżnicowania siły rynkowej jego uczestników oraz sposobów jej dyskutowania.

W najgorszej sytuacji znajdują się gospodarstwa rolne – producenci: ich udział w końcowej cenie produktu maleje, ponieważ nie mają możliwości rekompensaty zwiększonych kosztów poprzez presję wywieraną na innych uczestników kanałów dystrybucji. Odzwierciedleniem ich słabości wykorzystywanej przez innych uczestników jest systematyczny spadek cen surowców rolnych na rynkach światowych, chociaż żadne zmiany, ani po stronie podaży, ani popytu, nie uzasadniają tej tendencji.

W literaturze utożsamia się z kanałem dystrybucji kanał marketingowy i określone są jako takie same kategorie ekonomiczne. Kanał marketingowy definiowany jest najczęściej jako system powiązań – połączeń pomiędzy producentami i ostatecznymi konsumentami-użytkownikami [Domański 1988, s. 11-17]. Powiązania tych organizacji przyjmują charakter umów rynkowych lub umów hierarchicznych. Zabiegiem klasyfikacyjnym bardzo przydatnym w ocenie powiązań w kanale marketingowym jest wyróżnienie podstawowych form integracji pionowej: powiązań umownych, korporacyjnych i administrowanych.

Organizacje o silnej pozycji ekonomicznej lub strategicznej mają największe możliwości wybicia się na lidera kanału marketingowego i stania się moderatorami struktur kanału. Procesy integracyjne małych i średnich przedsiębiorstw (np. grupy producentów) mogą być wówczas formą obrony wobec na-

rastającej ingerencji organizacji o silnej pozycji ekonomicznej. Wybór form powiązań powinien respektować zasadę elastyczności w dostosowaniu się do lokalnych warunków produkcji surowca, zasadę stosowania kryteriów ekonomicznych w analizie i wyborze najlepszych wariantów powiązań dla każdej strony, zasadę respektowania (oprócz interesu integratora – jako równorzędnego) interesu współpracującego partnera, np. producenta trzody, potrzebę dostosowania dziennej podaży żywca, możliwości transportowych i ubojowych rzeźni w celu umożliwienia zakupu w dniu uboju oraz zmniejszenia ryzyka strat w sferze transportu, magazynowania oraz humanitarnego traktowania zwierząt (nawet kosztem pogorszenia jakości surowca). Występujące powiązania mogą opierać się zatem na:

- doraźnych umowach kupna-sprzedaży,
- umowach okresowych (rocznych), dotyczących ilości, jakości i terminów dostawy żywca oraz zasad rozliczeń,
- umowach o charakterze porozumień wieloletnich, uwzględniających również obustronne zobowiązania w ponoszeniu ryzyka produkcji oraz ryzyka rynku, udziału w zyskach, kredytowaniu postępu technologicznego w produkcji żywca,
- zakładaniu spółek przedsiębiorstw przetwórczych oraz producentów żywca, handlu, wytwórni mieszanek,
- organizowaniu przez zakłady przemysłu mięsnego własnych ferm trzody chlewnej.

Podstawowymi ogniwami w kanale marketingowym na rynku żywca są producenci żywca i zakłady przemysłu mięsnego.

3. Oddziaływanie powiązań z rynkiem na konkurencyjność gospodarstw trzodowych

Wytypowane do badań zakłady mięsne są położone w różnych regionach kraju, a więc różnią się między sobą strukturą dostawców. Zakłady mięsne są położone: A i B – w makroregionie środkowo-zachodnim; C – w makroregionie północno-wschodnim; D – w makroregionie południowo-wschodnim (podział kraju na makroregiony według IERiGŻ).

Celem badań przeprowadzonych wśród wybranych zakładów było:

- rozpoznanie sposobów współpracy zakładów mięsnych z producentami żywca rzeźnego (badania dotyczą skupu trzody chlewnej);
- analiza zmian w poziomie osiąganego mięsności skupowanych tuczników;
- próba dokonania oceny oddziaływania powiązań na efektywność chowu trzody.

Bezpośrednie korzyści powiązań dla gospodarstwa rolnego z tytułu zwiększenia mięsności tuczników. Efekty, jakie przynoszą lub mogą przynosić powiązania „formalne”, można rozważać w kilku aspektach: dochody rolnicze i pozycja rolników na rynku, efektywność produkcji i komercjalizacji, stabilność rynku. Działania zakładów mięsnych zmierzają przede wszystkim w kierunku zwiększania

poziomu mięsności skupowanych tuczników, zapewnienia odpowiedniej ilości skupowanego żywca oraz ciągłości i terminowości dostaw. Współpraca rolników z zakładami mięsnymi obejmuje doradztwo w zakresie żywienia zwierząt i stosowania preferowanych przez zakład mięsny ras do krzyżowania towarowego.

Wyniki badań przeprowadzonych w zakładach mięsnych wskazują jednoznacznie, że systemy współpracy z dostawcami przynoszą pozytywne efekty (tab. 1). Postęp w zakresie jakości tuszy jest duży, zwłaszcza w przypadku zakładu A (woj. podlaskie), gdzie system powiązań z dostawcami jest najmocniej rozbudowany, a jego siła oddziaływania jest największa. W pozostałych zakładach poziom mięsności również się podnosi, chociaż nie tak szybko. Premiowanie wysokiej mięsności mobilizuje dostawców do działań na rzecz jej zwiększania (tab. 3).

Tabela 1. Poziom mięsności skupowanych tuczników

Zakład – województwo	Mięsność (%)		
	1999	2001	2004
A – podlaskie	47,9	49,2	50,9
B – podkarpackie	45,7	46,6	48,6
C – kujawsko-pomorskie	45,9	46,6	48,2
D – wielkopolskie	46,6	47,6	49,5

Źródło: badania własne.

Najintensywniejszy wzrost mięsności tuczników w skupie zaobserwowano w zakładzie A. Jest to rezultat szerokiego i bogatego programu współpracy zakładu z dostawcami żywca wieprzowego, który był stosowany konsekwentnie i najdłużej (od 1993 r.). Niemniej jednak początkowy poziom mięsności w zakładzie A był najniższy spośród badanych oraz zakład ten, w odróżnieniu od zakładów D i C, jest położony na terenie, na którym nie ma długoletnich tradycji chowu trzody chlewnej. Należy zatem przypuszczać, że rolnicy, którzy są producentami i dostarczają żywca wieprzowego do zakładu A (woj. podlaskie), łatwiej akceptują i wprowadzają w gospodarstwie nowe technologie w chowie trzody chlewnej.

Podsumowując, należy stwierdzić, że wzrost poziomu mięsności jest tym intensywniejszy, im bardziej rozbudowany jest system współpracy działów surowcowych zakładów mięsnych z dostawcami oraz im dłużej jest stosowany. Bardzo ważną rolę odgrywa wysokość premii za mięsność trzody chlewnej, jak również duże znaczenie ma poziom, powyżej którego premia jest naliczana.

Dodatkowe korzyści dla gospodarstwa rolnego na podstawie powiązań w wyniku zwiększenia mięsności tuczników. Zwiększanie skali produkcji oraz uzyskiwanie wysokiej mięsności pociąga za sobą korzyści dodatkowe, związane ze skróceniem okresu tuczu. Oznacza to zmniejszenie zużycia paszy na kilogram przyrostu, a także efektywne wykorzystanie posiadanych stanowisk dla zwierząt. Sytuację taką ilustrują dane zawarte w tab. 2 i 3.

Na podstawie normatywów w tab. 2 porównano przychód ze sprzedaży tuczników z jednego stanowiska. Przyjęto do obliczeń założenie, że każda tusza ważyła 83 kg, a jej wartość wynosiła 348,6 zł. Wartość premii za mięsność obliczono według systemu jej naliczania w poszczególnych zakładach mięsnych.

Tabela 2. Różnice w poziomie przychodów z jednego stanowiska w zależności od długości okresu tuczu oraz od klasy mięsności

Wyszczególnienie	Tucz wolny	Tucz średni	Tucz szybki
Liczba dni tuczu	214	161	121
Liczba tuczników z 1 stanowiska w roku	1,7	2,3	3,0
Przychód ze sprzedaży (wbc w zł)	671,29	915,21	1200,30

Źródło: obliczenia własne według *Katalogu norm i normatywów*.

W przypadku tuczu wolnego z jednego stanowiska można uzyskać w roku przychód w wysokości 671,29 zł, przy tuczu średnim wartość przychodu ze sprzedaży może wynieść 915,21 zł, a przy tuczu szybkim 1200,30 zł. Z tego porównania wynika, że w przypadku tuczu szybkiego można uzyskać przychód niemal dwukrotnie wyższy niż przy zastosowaniu tuczu wolnego. Jeżeli dodatkowo rozważy się możliwość uzyskania premii za mięsność, różnice będą jeszcze większe. Można przypuszczać, że w tuczu szybkim uzyska się tusze o wyższej mięsności niż w tuczu średnim i tuczu wolnym.

Tabela 3. Różnice w poziomie ponoszonych kosztów pasz oraz prosiąt na jedno stanowisko w roku w zależności od długości okresu tuczu

Wyszczególnienie	Tucz wolny	Tucz średni	Tucz szybki
Liczba dni tuczu	214	161	121
Liczba tuczników z 1 stanowiska w roku	1,7	2,3	3,0
Przychód ze sprzedaży (wbc w zł)	671,29	915,21	1200,30
Zużycie paszy na 1 szt. w okresie tuczu (kg)	405,6	353,6	317,8
Zużycie paszy na 1 kg przyrostu	4,1	3,5	3,2
Zużycie paszy na jedno stanowisko w roku (kg)	689,5	813,3	954,4
Koszt paszy na 1 stanowisko (zł)	339,24	414,90	503,58
Koszt zakupu prosiąt na 1 stanowisko (zł)	127,5	172,5	225,0
Nadwyżka bezpośrednia (przychód pomniejszony o koszty pasz i prosiąt)	204,55	327,81	471,72

Źródło: obliczenia własne według *Katalogu norm i normatywów*.

Wraz ze wzrostem liczby posiadanych stanowisk przedstawione wyżej liczby będą odpowiednio większe. Niemniej jednak, aby stwierdzić, który z rozważanych typów tuczu trzody chlewnej jest bardziej efektywny, należy skorygować wartość przychodu o poniesione koszty zakupu paszy oraz prosiąt. Jak wynika z tab. 3, nadwyżka bezpośrednia jest nadal największa w przypadku tuczu szybkiego i wy-

nosi w przeliczeniu na jedno stanowisko 471,72 zł. Wartość ta w przypadku tuczu wolnego jest ponaddwukrotnie mniejsza niż w przypadku tuczu szybkiego i wynosi 204,55 zł. Różnice te będą jeszcze większe, gdy wystąpią różnice w poziomie osiąganey mięsności.

Korzyści pozaekonomiczne producentów rolnych z powiązań z zakładami mięsnymi. Dla porównania systemów współpracy producentów żywca i zakładów mięsnych i oceny pozaekonomicznych korzyści, w tab. 4 zaprezentowano ujęte elementy.

Tabela 4. Elementy wchodzące w zakres systemu współpracy

1. Pomoc dla rolników w zakupie materiału hodowlanego
2. Pomoc dla rolników w uzyskiwaniu kredytów do produkcji trzody chlewnej
3. Pomoc dla rolników w zakresie zakupu mieszanek i preparatów paszowych
4. Pomoc dla rolników w zakresie zakupu innych środków do produkcji trzody
5. Doradztwo w zakresie zagadnień:
• krzyżowania towarowe
• żywienia trzody chlewnej
• profilaktyki weterynaryjnej
• budownictwa inwentarskiego
6. Spotkania integracyjne organizowane dla najlepszych rolników przez zakład mięsny dla najlepszych dostawców

Źródło opracowanie na podstawie badań własnych.

Korzyści osiągane przez producentów żywca z oddziaływania elementów systemu powiązań różnią się znacznie w poszczególnych zakładach mięsnych. Najbardziej rozbudowany system najlepiej zachęca rolników do współpracy i trwałych powiązań, podwyższając ich konkurencyjność.

4. Uogólnienia i wnioski

Pod pojęciem konkurencyjności gospodarstw rolniczych ogólnie należy rozumieć zdolność radzenia sobie na rynku.

1. W produkcji żywca wieprzowego w Polsce – na tle wspólnego rynku powinna nastąpić likwidacja bariery skali produkcji trzody i wynikających z niej kosztów, które kształtują ekonomikę produkcji żywca wieprzowego.

2. W celu zwiększenia efektywności produkcji, oprócz koncentracji obszarowej gospodarstw, należy dążyć do zwiększenia odsetka trzody w stadach dużych i zwiększenia specjalizacji w produkcji trzody chlewnej. Zmiany te pozwolą poprawić konkurencyjność produkcji żywca wieprzowego w Polsce.

3. Występuje silna pozytywna zależność pomiędzy systemem powiązań zakładów mięsnych z dostawcami a osiągniętym poziomem mięsności skupowanych tuczników. Wyższy i głębszy zakres powiązań owocuje wyższą mięsnością tuczników.

4. Zwiększanie skali produkcji oraz uzyskiwanie wysokiej mięsności wnosi korzyści dodatkowe, związane ze skróceniem okresu tuczu. Oznacza to zmniejszenie zużycia paszy na kilogram przyrostu, a także efektywne wykorzystanie posiadanych stanowisk dla zwierząt.

5. Podstawą poprawy opłacalności w produkcji trzody jest wysoka jakość materiału hodowlanego i sposoby żywienia.

Literatura

- Adamowicz M., *Konkurencja i konkurencyjność w agrobiznesie. Aspekty teoretyczne i praktyczne*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnictwa” IERiGŻ 1999 nr 2-3, s. 3-18.
- Chechelski P., *Powiązania integracyjne*, St.i M., IERiGŻ, Warszawa 1999.
- Domański T., *Integracyjne powiązania umowne w kanałach rynku*, Acta Universitatis Lodzensis, Folia Oeconomica 78, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1988.
- Józwiak W., *Adaptacja gospodarstw rolniczych do zmieniającego się otoczenia*, [w:] *Analiza produkcyjno-ekonomiczna sytuacji rolnictwa i gospodarki żywnościowej w 1996 roku*, IERiGŻ, Warszawa 1997, s. 182.
- Kaczmarek B., *Współdziałanie przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej*, PWE, Warszawa 2000.
- Kolbusz F., *Podstawy marketingu rolnego*, Wydawnictwo AE, Kraków 1994.
- Milewski L., *Konkurencja i współdziałanie w kanałach marketingowych na rynku produktów rolno-żywnościowych w Polsce*, [w:] *Marketing w strategiach rozwoju sektora rolno-żywnościowego*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2002.
- Milewski L., *Powiązania ekonomiczne i marketingowe rolnictwa z przemysłem mięsnym w Polsce na przykładzie rynku żywca wieprzowego*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2003.
- Walczak J., *Możliwości rozwoju polskich gospodarstw rolniczych (maszynopis)*, Warszawa 2000.

FARMS COMPETITIVENESS AGAINST THE BACKGROUND OF DISTRIBUTION SYSTEMS IN POLAND

Summary

Competitiveness of agricultural farms represents ability to operate on the market well. The essential element of the agricultural market, where such processes take place, is pigs production. A level of farms production's competitiveness is influenced by production, scale of pigs' breeding in Poland and correlation of pigs' production with processing. In pigs' production in Poland, in comparison to the common market, a barrier of pigs' production scale and costs, which impact on pigs' production economics, should be eliminated. Moreover, systems of pigs' producers and meat processing and slaughter firms cooperation systems bring positive direct and indirect effects, such as increase of meat effectiveness and income as well as increase of their competitiveness.