

MICHAŁ A. JERZAK

EKONOMICZNE UWARUNKOWANIA FUNKCJONOWANIA GIEŁDY TOWAROWEJ NA RYNKU ROLNYM W POLSCE

WPROWADZENIE

Transformacja ustrojowa rozpoczęta w Polsce w początku lat 90-tych postawiła wieś i rolnictwo w nowych realiach gospodarczych, które zapoczątkowały bezprecedensowe w naszej historii przemiany. Wynikają one przede wszystkim z konieczności restrukturyzacji tego sektora jak również perspektywy integracji Polski z Unią Europejską. Podejmowane dotychczas starania o przystąpienie Polski do Unii zakończyły się podpisaniem umowy o stowarzyszeniu z tą organizacją. Wydarzenie to początkowo wywołało falę dyskusji nad wyborem najlepszego z punktu widzenia ekonomicznych, kulturowych, socjologicznych i historycznych warunków naszego kraju modelu gospodarki rynkowej. Ostatecznie, wskazując na silne powiązania z UE w sferze handlu zagranicznego towarami rolnymi i spożywczymi, uznano że dostosowanie się do zasad polityki rolnej Unii jest najbardziej racjonalne¹. Decyzja taka została podjęta, choć trzeba przyznać że polityka tej organizacji wobec rolnictwa dotychczas nie sprzyjała budowie wolnego rynku w tym sektorze gospodarki. Nie było tym samym warunków do rozwoju rolniczych giełd towarowych. Realizowany w krajach Unii od marca 1957 roku program interwencjonizmu państwowego uniemożliwiał swobodne kształtowanie się cen podstawowych towarów rolnych, zgodnie z prawami rynkowymi, a tym samym hamował funkcjonowanie i rozwój wolnego rynku rolnego. Interwencjonizm stał się tak silnym i wpływowym instrumentem, że on właśnie, a nie prawa rynkowe decydowały i nadal decydują choć już w mniejszym zakresie o wielkości i cenie produkcji rolniczej.

W Polsce prowadzenie określonej polityki interwencyjnej w rolnictwie, jak również wspieranie rozwoju instytucji rynkowych w celu dostosowania polskiego rynku rolnego do gospodarki rynkowej powierzono powołanej przez rząd w początkach lat dziewięćdziesiątych Agencji Rynku Rolnego. Zadania tej instytucji są szczególnie ważne ze względu na usytuowanie polskiego rolnictwa w odniesieniu do krajów Unii Europejskiej i perspektywy integracji polskiej gospodarki z tymi krajami. Dostosowania wymaga bowiem zarówno struktura obszarowa, zatrudnienie gwarantujące opłacal-

¹ Wg SAEPR-FAPA – w 1997 r. struktura geograficzna eksportu produktów rolno-spożywczych z Polski: 43% – kraje b. ZSRR, 38% – Unia Europejska, 5% – CEFTA, 3% – USA, 1% – EFTA, 10% – pozostałe. Struktura geograficzna importu rolno-spożywczego do Polski: 48% – Unia Europejska, 7% – CEFTA, 5% – USA, 4% – EFTA, 2% – b. ZSRR, 34% – pozostałe kraje.

ność produkcji rolniczej jak również sama struktura produkcji gospodarstw rolnych, która winna być nakierowana na potrzeby i wymogi rynku.

Określony w tym czasie kierunek rozwoju gospodarki w Polsce zakładający po okresie przejściowym stopniową liberalizację rynku w rolnictwie, stworzył realne perspektywy dogodnych warunków do rozwoju giełd towarowych jako instytucji niezbędnych w prawidłowym funkcjonowaniu gospodarki rynkowej. Planowane odstąpienie od pełnego interwencjonizmu i protekcjonizmu wymaga bowiem zaproponowania uczestnikom rynku rolno takich rynkowych instrumentów, które pozwolą na uzyskanie stabilności produkcji, bezpieczeństwa cenowego, płynności produkcji, a także swobodnego dostępu do rzetelnej i wszechstronnej informacji rynkowej. Podstawową rolę w tym zakresie odgrywają giełdy towarowe, których znaczenie w funkcjonowaniu światowego obrotu towarowego jest ogromne i w sposób zdecydowany przyczyniają się do utrzymania płynności oraz stabilności danego rynku. Rozwinięta giełda towarowa umożliwi przede wszystkim zabezpieczanie ceny w transakcjach w terminie przyszłym. Stanowi zatem swoisty regulator wielkości produkcji, dostosowując ją do istniejącego popytu na rynku.

W Polsce współczesne giełdy towarowe rozwijają się od 1990 roku. Jest to okres dziesięciu lat, w których nastąpił widoczny postęp w zakresie wiedzy na temat tej instytucji wśród uczestników rynku rolnego. Jest to również okres kształtowania się modelu giełdy towarowej dostosowanej do warunków polskich, gdzie po okresie liberalizacji w roku 1990, w latach następnych do 1998 r. włącznie, rozbudowywany był system interwencjonizmu państwowego.

Dokonujący się w tym okresie w kraju proces przebudowy systemu gospodarczego unaoczniał słabości wynikające z niedostosowania wielu podmiotów działających w rolnictwie do zmieniających się warunków gospodarowania. Powstała w związku z tym konieczność stworzenia nowych stabilnych struktur rynkowych odpowiadających wymaganiom i warunkom współczesnego obrotu towarowego. Obejmuje to przede wszystkim²:

- rozwój hurtu pierwotnego skupujących i konfekcjonujących produkty rolnicze;
- budowę nowoczesnych rynków formalnych w tym efektywnego rynku terminowego przyszłościowego;
- rozwój technicznej infrastruktury wsi oraz specjalistycznej infrastruktury technicznej obrotu rolnego (łączność, drogi, środki transportu i przechowywania itp.);
- powstanie form zespołowej organizacji produkcji i sprzedaży (grupy marketingowe);
- stworzenie sprawnego systemu kontroli jakości oraz przepływu informacji.

W omawianym okresie obok znanych już wcześniej targowisk, czy hurtowni zaczęły pojawiać się na rynku nowe instytucje takie jak: biuro

² Por. K. Pieniążek, B. Gaziński, *Infrastruktura instytucjonalna na rynku ziemiaków*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej” 1996, nr 2 - 3; A. Kwieciński, *Scenariusz integracji polskiego rolnictwa z Unią Europejską*, w: *Problemy integracji rolnictwa polskiego z Unią Europejską*, Fundacja „Rozwój SGGW”, Warszawa 1994, s. 268 - 280.

maklerskie obrotu towarowego, grupa marketingowa, rynek hurtowy, czy też właśnie giełda towarowa. Przyjmując założenie, że rynek z całą swą infrastrukturą musi służyć wygodzie i bezpieczeństwu jego uczestników, nie może natomiast stanowić narzędzia realizowania polityki zabezpieczającej interesy określonej rządzącej partii, to niezbędne staje się istnienie w każdej gospodarce klarownych zasad jego funkcjonowania gwarantujących jasność i jednoznaczność, zarówno w systemie kształtowania się cen jak i w strukturze, przeznaczeniu i kompetencjach poszczególnych kluczowych instytucji rynkowych. Wszystkie instytucje działające na określonym rynku tworzą zatem swoistą konstrukcję łańcucha marketingowego wskazującą organizację i powiązania między producentem i konsumentem. Długość i kompleksowość takiego łańcucha może się znacznie zmieniać w zależności od specyfiki produktu i jego przeznaczenia, a także od obranej strategii marketingowej. Obecnie w Polsce pomimo istnienia rynkowej infrastruktury technicznej potrzebnej do podjęcia działań w zakresie koncentracji towaru i dalszego obrotu, to jednak brak jest wciąż rozwiązań organizacyjnych i instytucjonalnych, które mogłyby zapewnić skuteczność takiej działalności. Podejmowane są wprawdzie inicjatywy lokalne oraz centralne np. budowa rynków hurtowych, lecz są one wciąż niewystarczające i mało efektywne.

EKONOMICZNE DETERMINANTY FUNKCJONOWANIA GIEŁD TOWAROWYCH W POLSCE

W celu ustalenia kierunku i zakresu działań dostosowawczych do gospodarki rynkowej, a w tym także sposobu postrzegania giełdy towarowej, oraz zakresu korzystania z jej usług przeprowadzono badania, które miały dostarczyć niezbędnych informacji o ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania giełdy towarowej na rynku rolnym, a także o możliwościach wprowadzania do powszechnego stosowania rynkowych instrumentów zabezpieczania ceny. Badania empiryczne w tym zakresie prowadzono w latach 1994 - 1998 w jedenastu gminach dawnego województwa poznańskiego. Ankietyzacją objęto 215 gospodarstw rolnych. Badano te sfery rynku, w których giełda towarowa w warunkach rozwiniętej gospodarki rynkowej odgrywa istotną rolę. Ankieta obejmowała zatem pytania dotyczące:

- zakresu orientacji rynkowej w prowadzonej działalności ze szczególnym uwzględnieniem działań związanych z dostosowywaniem struktury obszarowej oraz produkcji do wymagań rynku, a także możliwości integracji poziomej producentów;
- rodzaju informacji, na którą jest największe zapotrzebowanie wśród rolników, a także źródeł pozyskiwania tych informacji;
- poziomu wiedzy i zainteresowania standaryzacją produkcji oraz źródeł informacji o standardach towarowych;
- postrzegania roli giełdy towarowej na rynku rolnym;
- przeprowadzono również wywiad na temat wiedzy uczestników rynku o możliwościach zabezpieczania ceny przed niekorzystnymi jej zmianami.

Przystępując do opracowywania tak określonych problemów trzeba uznać iż poziom instytucjonalnego i organizacyjnego rozwoju struktur rynku rolnego ma podstawowy wpływ na kształt i poziom rozwoju giełdy towarowej. Prowadzona w kraju polityka strukturalna obejmuje wykorzystanie instrumentów finansowych do poprawy efektywności zarówno struktury agrarnej i struktury produkcji, a także struktury majątku produkcyjnego oraz struktury społeczno zawodowej w rolnictwie³. Polityka ta odgrywa zatem ważną rolę w procesie kształtowania otoczenia giełd towarowych. Do szczególnie istotnych jej celów z punktu widzenia rozwoju giełdy należy uznać działania w zakresie restrukturyzacji i rynkowej orientacji gospodarstw rolnych, które stanowią podstawową grupę uczestników rolniczego obrotu towarowego. Niekorzystna struktura agrarna, a także stosowanie mało wydajnych metod produkcji uniemożliwiało znaczącej części producentów rolnych dostęp do obrotu giełdowego z uwagi na zbyt małą i niejednorodną produkcję.

Możliwości gospodarstwa rolnego do prowadzenia procesów dostosowawczych do gospodarki rynkowej warunkuje bowiem wydajność pracy, o poziomie której, obok wzrostu produkcji, decyduje koncentracja ziemi w ramach organizacyjnych poszczególnych gospodarstw. Tymczasem jedną z najbardziej znamienych cech polskiego rolnictwa jest rozdrobniona struktura obszarowa. W 1995 roku przeciętna powierzchnia gospodarstwa rodzinnego w kraju wynosiła 6,7 ha użytków rolnych. Dominującą pozycję 54,6% w użytkowaniu gruntów zajmują gospodarstwa drobne o powierzchni do 5 ha. Natomiast gospodarstwa o powierzchni 10 ha i więcej stanowiły zaledwie 18,7%. W literaturze spotyka się opinię, że również i w przyszłości trudno się spodziewać wydatnego procesu przyspieszenia poprawy struktury obszarowej gospodarstw ze względu na: barierę braku wolnych miejsc pracy w otoczeniu ekonomicznym rolnictwa⁴:

- konieczność stopniowej rezygnacji z użytkowania gruntów słabych (V i VI klasy bonitacyjnej) stanowiących 1/3 ogółu ziemi uprawianej rolniczo, gdyż nie gwarantują one opłacalności produkcji rolnej;
- znikome możliwości dalszego przejmowania gruntów z zasobów AWRSP przez gospodarstwa mniejsze obszarowo, głównie ze względu na zróżnicowanie przestrzenne pomiędzy podażą tych gruntów a popytem gospodarstw;
- brak kapitału na modernizację techniczno-organizacyjną gospodarstw zwiększających swój obszar.

Efektom takiej sytuacji jest rozdrobnienie podaży produktów o zróżnicowanej jakości i trudności z uzyskaniem dużych konkurencyjnych na rynku kontraktów o wyrównanych parametrach, co jest szczególnie istotne z punktu widzenia obrotu giełdowego. Za bardzo ważną barierę rozwoju nowoczesnego rynku rolnego, a w tym i rolniczych giełd towarowych, uzna-

³ Szerzej na temat przyczyn kryzysu sektora rolno-żywnościowego w początkowym okresie transformacji por. A. Czyżewski, *Rolnictwo a polityka rządu*, w: *Drogi wyjścia z polskiego kryzysu gospodarczego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań 1993, s. 120 - 122.

⁴ B. Wojciechowska-Ratajczak, *Główne kierunki polityki strukturalnej wobec wsi i rolnictwa w Polsce*, w: *Wies i rolnictwo w procesie integracji z Unią Europejską* (red. Michał Sznajder), AR Poznań 1998, s. 9 - 16.

je się niski stopień organizacji podaży⁵. Składają się nań obok braku koncentracji podaży, brak standaryzacji, certyfikacji oraz brak licencjonowanych domów składowych. Drogę do pokonania tych barier i zwiększenia konkurencyjności polskiego rolnictwa upatruje się również w integracji produkcji zarówno pionowej jak i poziomej. Popularyzowane w ostatnich latach tzw. grupy producentów są taką właśnie formą pośrednią integracji poziomej, gdzie producenci łączą się w celu zespołowego zbywania swych produktów. Wymienia się kilka zalet takiej formy organizacji sprzedaży, która w sposób zdecydowany przystosowuje gospodarstwo rolne do warunków gospodarki rynkowej. Są to między innymi⁶:

- zwiększenie wielkości produkcji i umocnienie się pozycji negocjacyjnej rolnika, a tym samym możliwości uzyskania wyższych cen w sprzedaży towarów i płacenie niższych cen za środki produkcji;
- obniżenie kosztów sprzedaży poprzez poprawę istniejących usług lub osiąganie efektu ekonomiki skali działania;
- ułatwiony dostęp do informacji rynkowej i zewnętrznych źródeł finansowania.

Jako najważniejszą korzyść rynkową grup producenckich uważa się możliwość oferowania dużych jednorodnych kontraktów towarowych, które są konkurencyjne na rynku. Możliwość ta otwiera drogę producentom do masowego obrotu towarowego, a w tym również obrotu giełdowego.

Z przeprowadzonych badań empirycznych wynika, że doświadczenia w działaniu w ramach grupy marketingowej lub skłonności do wstąpienia do takiej grupy miało zaledwie 13,4% ankietowanych gospodarstw. Jest to niewielka grupa zważywszy na fakt, że wszyscy respondenci deklarowali znajomość zasad działania grup marketingowych. Wśród większości respondentów reprezentujących obszar gospodarstw powyżej 15 ha panuje przeświadczenie o posiadaniu wystarczającej ilości zasobów, a przede wszystkim ziemi do samodzielnego uczestnictwa w rynku. Świadczy to o generalnie małym zainteresowaniu rolników organizowaniem się dla wspólnych przedsięwzięć gospodarczych. W badanej populacji gospodarstw, których średnia wielkość wynosiła 28,4 ha, aż 41,1% deklarowało brak jakichkolwiek samodzielných działań i inicjatyw marketingowych w kierunku dostosowywania gospodarstw do warunków rynkowych, stojąc na stanowisku, że „Rząd jest w obowiązku stworzyć takie warunki by ich produkcja była opłacalna”.

Zdecydowanie mniejsza grupa gospodarstw bo zaledwie 13,4% populacji badanej, stara się na własną rękę dostosować strukturę gospodarstwa i strukturę produkcji oraz jej jakość do wymogów rynku, stosując różne strategie marketingowe. Przedstawioną tu strukturę zachowań marketingowych gospodarstw rolnych potwierdzają również wyniki innych badań, z których wynika, że rolnicy indywidualni w bardzo małym stopniu zajmują się organizowaniem promocji i dystrybucji własnych produktów. Jedynie

⁵ Por. J. Małysz, *Organizacja rynku rolnego w świetle wyzwań związanych z członkostwem w Unii Europejskiej*, maszynopis, 1997, Warszawa.

⁶ Por. J. Małysz, *Procesy integracyjne w agrobiznesie*, FAPA, CdiEwR., Poznań 1997, s. 34 - 67; J. Baker, *Marketing rolniczy*, AR Poznań, Poznań 1993, s. 115 - 120.

gospodarstwa duże powstałe na bazie byłych PGR starają się przejąć część funkcji pośredników, czy też stworzyć własny kanał dystrybucji „od producenta do konsumenta”. Jako rozwiązanie stanowiące alternatywę dla pośrednictwa dla rolników indywidualnych sugeruje się dystrybucję zespołową, a zatem grupy marketingowe⁷.

W ramach niniejszych badań określono również rodzaje informacji, na którą jest największe zapotrzebowanie wśród rolników, a także podstawowe źródła jej pozyskiwania. Informacja rynkowa oraz prawidłowy jej przepływ na rynku stanowi jeden z najważniejszych elementów współczesnego obrotu towarowego. Ze względu na znaczenie w gospodarce, informacja przyjęła obecnie rolę towaru, za który się płaci i który jest elementem kosztów ponoszonych na przedsięwzięcia lub transakcje. Coraz częściej informacja uznawana jest za jeden z ważnych obok ziemi pracy i kapitału czynnik produkcji. Jednym z głównych celów działania giełdy towarowej jest gromadzenie i upowszechnianie informacji na temat podaży i popytu oraz kształtowania się ceny towaru. Realizacja tej funkcji uzależniona jest od czynników, wśród których wymienić należy: poziom aktywności giełdy, a tym samym zdolność do generowania rzetelnej informacji rynkowej, szybkość i przejrzystość formy jej przekazywania, powszechność dostępu do informacji, a także jej porównywalność. Sprostanie tak określonym wymaganiom uzależnione jest od zaplecza technicznego i sprawności informacyjnej giełdy, a także od ogólnych możliwości sieci połączeń telekomunikacyjnych w kraju.

Funkcja informacyjna giełdy nie odnosi się wyłącznie do jej uczestników, ale również do szerokiej populacji podmiotów wykorzystujących cenę giełdową do umów na rynkach pozagiełdowych. Efektem oddziaływania funkcji informacyjnej cen jest zmniejszenie błędnej alokacji czynników produkcji. Z tym wiąże się zwiększenie przejrzystości rynku, a tym samym umocnienie zdolności do konkurencji mniejszych i gorzej poinformowanych uczestników rynku⁸. Giełda ujawniając ceny stwarza dla każdego przedsiębiorcy równe szanse kupna lub sprzedaży towaru. Znaczenie funkcji informacyjnej giełdy wynika przede wszystkim z obiektywizmu prowadzonego obrotu i jej niezależnej pozycji arbitra na rynku. Najrzetelniejsza informacja o rynku powstaje zatem tam, gdzie odbywa się obrót towarowy, gdzie spotykają się interesy kupujących i sprzedających. Właściwa, szybka, aktualna i dobrze przetworzona informacja daje szansę na podjęcie racjonalnej decyzji prowadzącej do realizacji celów oraz zmniejszenia ryzyka wynikającego z prowadzonej działalności. Stąd każdy z podmiotów na rynku dąży do zdobycia potrzebnych mu informacji.

Z przeprowadzonych badań empirycznych wynika, że zdecydowana większość respondentów, bo aż 70,2%, uważa że informacja rynkowa prezentowana jest w stopniu niewystarczającym, pozostała część 29,8% uważa, że

⁷ Por. W. Wielicki, K. Wajszczyk, R. Baum, *Analiza zachowań marketingowych gospodarstw rolnych – stan obecny i kierunki rozwoju*, w: *Wieś i rolnictwo w procesie integracji Polski z Unią Europejską*, AR Poznań, Poznań 1998, s. 152 - 154.

⁸ Por. E. Bockenhoff, *Warenterminborsen für agrarprodukte gewinnen an aktualitat Agrarwirtschaft*, nr 42/1993, s. 89 - 90.

informacja ta jest w pełni wystarczająca. Już na wstępie statystyka ta potwierdza, iż w Polsce zapotrzebowanie na sprawne systemy informacji jest szczególnie duże, ze względu na ogromne rozdrobnienie produkcji oraz brak rozwiniętych instytucji rynkowych, tworzących tę informację. Brak kompleksowego systemu informacji i jej rozproszenie odczuwany jest od początku wprowadzania gospodarki rynkowej w Polsce na różnych szczeblach podejmowania decyzji począwszy od producentów rolnych, a kończąc na gremiach decyzyjnych określających ekonomiczne parametry funkcjonowania rolnictwa i gospodarki żywnościowej⁹.

Jak wynika z badań najbardziej potrzebnymi informacjami do podejmowania decyzji gospodarczych w rolnictwie okazały się dane dotyczące cen, co potwierdziło 82,4% ankietowanych. W następnej kolejności za ważne 73% respondentów uznało możliwość sprzedaży towaru. Na trzecim miejscu znalazła się informacja o nowych technologiach, którą potrzebuje 54,6% ankietowanych. Najmniejsze zapotrzebowanie bo tylko 47,3% przypadło na informację dotyczącą wymagań rynku w stosunku do rodzaju i jakości oferowanej produkcji.

Na obecnym etapie rozwoju polskiego rynku rolnego brak jest jeszcze prawidłowo funkcjonującego przepływu informacji, którą mogliby wykorzystywać zarówno producenci jak handlowcy. Stąd też potrzebna informacja czerpana jest z bardzo różnych oficjalnych i nieoficjalnych źródeł. Dla zdecydowanej większości ankietowanych, bo aż 69,1% badanych obiektów, głównym źródłem informacji rynkowej jest radio i telewizja. Następnie w 60,4% przypadków wymienia się prasę, przy czym nie zawsze jest to prasa fachowa. Bardzo ważną pozycję zajmuje na polskim rynku rolnym tzw. sąsiedzka wymiana informacji, która to zgłaszana jest przez 41,7% badanej populacji gospodarstw i podmiotów. Firmy handlowe i doradczce stanowią źródło informacji dla 28% respondentów. Przedstawiona powyżej sytuacja potwierdza ogólnie znane słabości polskiego systemu informacji wyrażające się w:

- rozproszeniu informacji;
- braku drożności kanałów informacyjnych;
- opóźnieniu w przepływananiu danych;
- fragmentaryczności informacji;
- niespójnej metodologii zbierania i klasyfikowania i przetwarzania danych.

Wskazuje się zatem na potrzebę stworzenia publicznego niekomercyjnego systemu informacji rynkowej w rolnictwie, który należałoby uznać za element infrastruktury rynkowej i jedną z podstawowych form interwencji w rolnictwie. W ramach takiego systemu informacja rynkowa generowana przez giełdę znajdowałaby ważne miejsce.

Innym niezwykle istotnym problemem polskiego rolnictwa jest jakość towarów oferowanych na rynku.

⁹ Por. W. Szymanowski, G. Karasiewicz, *Handel krajowy produktami rolno-spożywczymi, w: Identyfikacje priorytetów w modernizacji sektora rolnego – sformowanie strategii rozwoju, materiały seminaryjne, FAPA, Warszawa 1997, s. 43 - 47.*

W okresie przed urynkowieniem gospodarki podstawowym problemem rolnictwa w Polsce było zaspokojenie rosnących potrzeb gospodarki żywnościowej. Celem nadrzędnym było zwiększenie wydajności produkcji, jakości natomiast traktowano jako sprawę drugorzędną. Efekty takiej polityki widoczne są jeszcze dzisiaj. Badania przeprowadzone w 1996 r. przez Centralne Laboratorium Technologii Przetwórstwa i Przechowalnictwa Zbóż wykazały, że tylko 60% badanych próbek pszenicy spełniało minimalne wymogi jakościowe¹⁰. Polski rolniczy rynek pierwotny¹¹ charakteryzuje się zatem brakiem jednorodnych jakościowo mas towarowych, co traktowane jest jako zjawisko niekorzystne¹². Znaczenie bowiem jakości dla konkurencyjności rynkowej produktu ma charakter kluczowy. Szczególne miejsce przypada problematyce wyboru i uzyskania poziomu jakości, zapewniającego konkurencyjność produktu na rynku dostosowanego do aktualnych wymagań odbiorcy, zapewniającego rentowność produkcji i środki na rozwój¹³.

Zgodnie z obowiązującą od 1994 r. ustawą o normalizacji¹⁴, w Polsce obowiązuje na produkty żywnościowe tzw. Polska Norma, która określa podstawowe cechy jakościowe produktów dopuszczonych na polski rynek. W warunkach rynkowych musi jednak nastąpić uproszczenie i wzrost przejrzystości systemu normalizacji i certyfikacji w kierunku zasad stosowanych w krajach Unii Europejskiej. Normy krajowe „PN” będą wymagały dostosowania do norm europejskich „EN” zgodnie z postanowieniami Run- dy Urugwajskiej GATT¹⁵.

W obrocie towarowym bardzo ważne są tzw. handlowe standardy produktów opracowywane na podstawie normy polskiej „PN”. Dotyczą one nie tyle samego procesu wytwarzania, ile przygotowania wytworzonych produktów ze względu na ich cechy jakościowe i ilościowe, w taki sposób by uprościć procedurę handlu. Definiują one mieszczącą się w ramach „PN” klasyfikację towaru z punktu widzenia parametrów jakościowych określających przydatność do poszczególnych procesów technologicznych, a jednocześnie różnicują ceny poszczególnych klas towaru. Działalność giełdy towarowej opiera się na obrocie towarami standaryzowanymi, co zdecydowanie ułatwia procedurę handlu. Giełda towarowa jest też instytucją stymulującą i w pewnych warunkach wymuszającą stosowanie obowiązujących standardów. Stąd też niezwykle istotnym elementem infrastruktury rynkowej wpływającym na funkcjonowanie giełdowego obrotu towarowego jest system standaryzacji i handlowej klasyfikacji oraz kontroli jakości towarów. Rola tego systemu wyraża się między innymi w umożliwianiu tworzenia jednorodnych partii towarów, gwarantowania jakości towarów dopuszczonych do obrotu, a także ustalaniu jednolitych kursów cen na towary giełdowe.

¹⁰ Por. P. Beška, *Jeszcze jeden głos w sprawie jakości zbóż*, Raport, BOSS „Rolnictwo”, nr 10, s. 4.

¹¹ Rynek pierwotny – organizacja, lub podmiot gospodarczy, który jest w pełni kontrolowany przez producentów rolnych. Jego celem jest doprowadzenie do koncentracji, a następnie konfekcjonowania. Na rynku pierwotnym produkty są własnością producentów. Jako ostatni element działalności rynku pierwotnego jest sprzedaż produktów po najkorzystniejszej cenie.

¹² Por. W. Szymanowski, G. Karasiewicz, (1997), op. cit., s. 43 - 47.

¹³ Por. J. Chabiera, *Jakość żywności*, w: *Marketing w agrobiznesie*, [red.] K. Cholewicka Goździk, FAPA, Warszawa 1997, s. 194 - 227.

¹⁴ Dz. U. RP, Nr 55, 1993.

¹⁵ Por. J. Chabiera (1997), op. cit. s. 233; W. Szymanowski, G. Karasiewicz, op. cit., s. 55.

Brak standaryzacji np. na rynku zbożowym hamuje proces kształtowania się hurtu pierwotnego, a tym samym koncentrację podaży warunkującą poszerzenie bazy funkcjonowania obrotu giełdowego¹⁶.

Orientacja uczestników handlu giełdowego w Polsce w zakresie standaryzacji i jakości towaru była niepełna z uwagi na nieprecyzyjne kryteria klasyfikacyjne, co w szczególności dotyczy rynku zbożowego¹⁷. Potwierdzają tę opinię przeprowadzone badania empiryczne, których zadaniem było również określenie stopnia zainteresowania firm i producentów rolnych, jako potencjalnych uczestników obrotu giełdowego problemem standaryzacji, a także ustalenia źródeł czerpania wiedzy na ten temat. Wśród firm objętych ankietą 100% respondentów potwierdziła przestrzeganie obowiązujących standardów według polskiej normy „PN”. W podmiotach tych kontrolą przestrzegania norm jakościowych zajmuje się rządowa instytucja ISiPAR¹⁸. Według opinii producentów z badanych gospodarstw produkowane przez nich towary odpowiadają normom średnio w 80% przypadków. Pozostała część produkcji przeznaczana jest na paszę dla potrzeb gospodarstwa. Należy tu zaznaczyć, że przekonanie rolników o dobrej jakości swych produktów wynika z braku oficjalnych i jednoznacznych standardów handlowych¹⁹, które różnicowałyby towar pod względem jakościowym, dla wielu produktów rolniczych np. zboża. Świadomość, że wyprodukowany towar mieści się w polskiej normie „PN” jest błędnie utożsamiane z wysokim standardem handlowym. Informację na temat jakościowych standardów rolnicy czerpią z różnych źródeł, wśród których wymieniają najczęściej bo aż 54,6% punkty skupujące produkty rolne. Trzeba uznać, że firmy skupujące są dzisiaj jedynym elementem wymuszającym przestrzeganie standaryzacji.

W następnej kolejności informacja o standardach czerpana jest z prasy, którą wymieniło 31,6% ankietowanych. Giełda towarowa, która została wymieniona przez 2,9% ankietowanych podobnie jak umowy kontraktacyjne (2,3%) mają obecnie praktycznie niewielki wpływ na egzekwowanie standaryzacji w rolnictwie.

AKCEPTACJA NOWYCH INSTRUMENTÓW RYNKOWYCH OFEROWANYCH PRZEZ GIEŁDĘ TOWAROWĄ W ŚWIETLE OPINII RESPONDENTÓW

Przeprowadzone badania obejmowały również dokonanie sondażu na temat wyobrażeń producentów rolnych jako potencjalnych odbiorców oferty giełdy towarowej o dobrze ich zdaniem zorganizowanym rynku rolnym. Stawiane respondentom pytania miały na celu określenie w jakim stopniu

¹⁶ Por. K. Pieniążek, *Organizacja rynku zbożowego w Polsce, stan obecny i uwarunkowania przyszłych zmian*, IERiGŻ, z. 367, Warszawa 1994, s. 20 - 21.

¹⁷ Szerzej na ten temat: M. Janusiewicz, *Rola i funkcjonowanie giełd towarowych na rynku rolno-spożywczym w Polsce w latach 1989 - 1995*, Rozprawa Doktorska, AE w Poznaniu, Poznań 1997, s. 74 - 77.

¹⁸ Inspekcja Skupu i Przetwórstwa Artykułów Rolnych.

¹⁹ Aktualnie trwają prace nad tworzeniem standardów handlowych dla zbóż w ramach brytyjskiego programu Funduszu Rozwoju Rolnictwa (ADF) na rzecz polskiego sektora rolnego.

rolnicy są gotowi do zmiany dotychczasowej orientacji na bardziej rynkową, oraz do akceptowania i stosowania nowych instrumentów rynkowych oferowanych przez giełdę. Wyniki sondażu wskazują że 69% ankietowanych gospodarstw nie wykazuje inicjatywy idącej w kierunku wzbogacenia struktury rynku lokalnego poprzez uruchamianie nowych przedsięwzięć gospodarczych. Dominuje tu tradycyjne podejście do pozycji rolnika na rynku jako wyłącznego producenta który winien rozwijać i doskonalić swą produkcję. Często też głównie w grupie gospodarstw o powierzchni poniżej 15 ha respondenci nie precyzowali własnej wizji rynku rolnego. Przewijał się natomiast pogląd, że: „powinnością Państwa jest wszystkie oferowane przez rolnika produkty skupić po cenie gwarantującej opłacalność”.

Wyniki sondażu potwierdzają wcześniejszą opinię innych autorów, którzy zauważają u większości rolników nastawienie polegające głównie na zainteresowaniu problemami własnego gospodarstwa oraz na sprzedaży nadwyżek produkcyjnych, po zaspokojeniu własnych potrzeb i własnego gospodarstwa²⁰. Zaledwie 18,6% respondentów angażuje się w inne formy działalności gospodarczej, poprzez zakup udziałów w firmach przetwórczych, z którymi współpracują. Wśród ankietowanych powtarza się opinia, że zorganizowany rynek to nowa organizacja obrotu towarami rolnymi, która wyznaczy poszczególnym uczestnikom rynku określone role, gdzie producent będzie wyłącznie produkował towary, a pośrednik zajmie się obsługą producentów i zbytem towarów bezpośrednio do przetwórstwa lub w ramach wyspecjalizowanych instytucji jakimi są rynki hurtowe i giełdy towarowe.

Zdaniem ankietowanych, wieś aktualnie w coraz większym stopniu wymaga rozwoju specyficznych dla nowoczesnego rolnictwa elementów instytucjonalnej infrastruktury w postaci organizacji producentów, bazy przechowalniczej i dystrybucyjnej. Z drugiej jednak strony 55% ankietowanych nie potrafiło wyrazić opinii na temat roli giełdy towarowej na rynku ani zasad jej funkcjonowania. Myłono najczęściej tą instytucję z rynkiem hurtowym lub też zwykłym targowiskiem. Z pośród tych, dla których giełda nie była obcą instytucją jako jej najważniejszą funkcję 19,1% respondentów wymieniło miejsce sprzedaży towarów, dla 10,6% giełda stanowi również źródło informacji o rynku. Zaledwie 2,3% spośród całej populacji badanych obiektów uznało giełdę towarową jako instytucję normalizującą rynek podstawowych produktów w rolnictwie.

Wśród wszystkich ankietowanych istnieje świadomość, że obecne warunki gospodarowania wymagają od rolnika marketingowego podejścia do produkcji, czyli konieczności rozpoznawania potrzeb rynku i możliwości zbytu na nim swoich produktów. Jednak w większości brak jest jeszcze praktycznego ukierunkowania marketingowego producentów rolnych. Jest to zadanie bardzo trudne, co potwierdzają również inni autorzy²¹, wskazu-

²⁰ Por. S. Dyka, J. Piwowar, Fr. Tomczak, *Gospodarka rolna w systemie rynkowym*, WSI w Radomiu, Radom 1993, s. 149.

²¹ Por. H. Szulce, W. Ciechomski, *Marketing jako instrument stymulowania przedsiębiorczości rolników*, w: *Rozwój rolnictwa i agrobiznesu w skali krajowej i lokalnej*, [red] A. Czyżewski, ODR w Sielinku, Poznań 1995, s. 148.

jąc zarówno na konieczność przełamania barier psychologicznych, a także potrzebę nowego spojrzenia na rzeczywistość, oraz niewielką skalę produkcji pojedynczych gospodarstw, która owe globalne zachowanie marketingowe utrudnia.

Należy zatem uznać, że zarówno istnienie tej dyscypliny jak i potrzeba prowadzenia działalności marketingowej w rolnictwie zostały już zaakceptowane przez uczestników rynku, lecz istnieje wciąż zróżnicowanie opinii dotyczących istoty marketingu gospodarstwa rolniczego. Większość respondentów potrzebę działań marketingowych wiąże z sytuacją słabości ekonomicznej gospodarstwa, a praktycznie prowadzone działania marketingowe dotyczą jedynie rozwijania umiejętności własnych niezbędnych do uruchomienia nowego rodzaju produkcji i dostosowywania jej jakości do wymogów rynku. Podkreśla się również, że poprawnie funkcjonujący rynek rolny to także stabilna w długim okresie czasu polityka rolna, a także ściśle z tym powiązana polityka dotycząca obszarów wiejskich.

Rozległa działalność i pozycja monopolisty Agencji Rynku Rolnego, która w minionych latach zaznaczała się w sferze obrotu towarowego powodowała, że przeciętny producent czy też przetwórcza z dziedziny tzw. agrobiznesu nie jest obecnie przyzwyczajony do obserwacji rynku podstawowych produktów rolnych, będących w sferze rządowej interwencji. Śledzi on decyzje podejmowane przez ARR i to są główne motywy jego reakcji w określonych sytuacjach rynkowych.

Prawdziwe sygnały rynkowe są elementem daleko wtórnym. Stąd wprowadzanie nowych strategii marketingowych i rynkowych instrumentów oddziaływania na rynek rolny napotyka przede wszystkim na bariery natury obiektywnej, których pokonywanie wymaga edukacji cierpliwości i czasu.

WNIOSKI

1. Przeprowadzone badania potwierdziły panującą opinię o słabości polskiego rynku rolnego, które pomimo istnienia rozbudowanej i niejednokrotnie nowocześniejszej infrastruktury technicznej niezbędnej do prawidłowego funkcjonowania rynku, dotyczą przede wszystkim niedomagań sfery instytucjonalnej i organizacyjnej z jednej strony, oraz występującej bariery edukacyjnej z drugiej strony.

2. Giełda towarowa z historycznego punktu widzenia na rynku wyrasta w sposób ewolucyjny wynikający z rosnących potrzeb jego uczestników. W Polsce instytucja ta powstała w sposób niezależny i stąd też ma do spełnienia szczególną rolę, bowiem współdziałać musi w odbudowywaniu struktur rynku. W tworzącym się obecnie rynku rolnym, co potwierdzają badania, brak jest bowiem organizacji łączących giełdę towarową z producentami i firmami przetwórczymi. Luki te wypełnić mogą np. organizacje marketingowe producentów. Stworzenie właściwej struktury rynku zapewni z jednej strony płynny obrót towarowy z drugiej zaś strony możliwość wprowadzania nowych instrumentów rynkowych, w tym również instrumentów pochodnych zabezpieczających cenę towaru.

3. Wyniki dotychczas przeprowadzonych badań pozwalają stwierdzić, że zważywszy na skalę i sposób interwencjonizmu państwowego w rolnictwie, a także stan organizacyjny i instytucjonalny polskiego rynku rolnego oraz poziom przygotowania jego uczestników do wolnej gry rynkowej, giełda towarowa prócz swej statutowej działalności musi uczestniczyć w rozwoju rynku rolnego dostosowując poziom swej działalności do jego wymogów i potrzeb.

ECONOMICS ASPECTS OF THE OPERATION OF COMMODITY EXCHANGE ON THE AGRICULTURAL MARKET

S u m m a r y

Started in the early 90's, systematic transformation in Poland brought a completely new economic reality to rural communities and agricultural sector. A direction of economic development taken at the time laid foundations for future creation of favourable conditions for the development of commodity exchanges as necessary instruments for proper functioning of market economy.

In Poland, modern commodity exchanges have developed since 1990. During that period a model for a commodity exchange has evolved in adaptation to current economic conditions. Empirical studies were carried out, focusing on:

- market orientation of forms,
- types of information needed and the sources of such information,
- standardisation of goods,
- perception of the role of commodity exchange.

The studies confirm the opinions that Polish agricultural market was weak. Even though the market has a well-developed and, in many cases, modern technical infrastructure necessary for its proper functioning, it was proved that the market's institutional and organisational dimensions as well as the educational barrier among market participants – do considerably slow down its growth. Under such circumstances, a commodity exchange – in addition to its statutory activities – needs to take part in a development of agricultural market institutions, adjusting thus the level of its own activity to their needs and requirements.