

INFORMACJA RYNKOWA JAKO CZYNNIK WSPOMAGAJĄCY ZARZĄDZANIE RYZYKIEM W AGROBIZNESIE

Magdalena Śmiglak-Krajewska, Anna Julia Zielińska

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Abstrakt. Celem niniejszego artykułu było określenie roli informacji rynkowej, a w szczególności informacji na temat znajomości rynkowych metod zarządzania ryzykiem cenowym wśród badanych respondentów z 280 gospodarstw indywidualnych oraz 66 gospodarstw dzierżawionych przez Skarb Państwa. Badanie przeprowadzono w latach 2004-2005 w Wielkopolsce. W badaniach uwzględniono: a) wielkość gospodarstw – wszystkie badane gospodarstwa były podzielone na trzy kategorie wielkości, b) obszar zasiewów. Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, że wielkopolscy producenci rolni dysponują niewielką wiedzą na temat zarządzania ryzykiem cenowym oraz metod jego ograniczania.

Słowa kluczowe: informacja rynkowa, zarządzanie ryzykiem, norma jakości, cena instrumenty pochodne

WSTĘP

W rozwijającej się gospodarce rynkowej funkcjonowaniu każdego przedsiębiorstwa nieodłącznie towarzyszy ryzyko, najczęściej rozumiane jako niebezpieczeństwo niespełnienia oczekiwań. Ryzyko w odniesieniu do produkcji rolnej jest zjawiskiem szczególnie złożonym, nie tylko ze względu na rodzaj zagrożeń, rozdrobnienie podmiotów produkcyjnych, lecz także ze względu na nieprzewidywalną zmienność zjawisk. Roczny cykl produkcji, który występuje w rolnictwie, powoduje, że inwestycje związane z konkretną technologią produkcji, która jest w danym momencie opłacalna, nie gwarantują, że w momencie sprzedaży osiągniemy zysk na planowanym poziomie. Ze względu na ujemne skutki, jakie może pociągać za sobą ryzyko, coraz ważniejsze staje się skutecz-

ne nim zarządzanie. Zarządzanie ryzykiem powinno być zatem nie tylko procesem, w którym działania dotyczą wyłącznie zarządzających podmiotem gospodarczym, lecz także określonym sposobem myślenia tych osób, prowadzącym do polepszenia wyników ekonomicznych.

W praktyce, do zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwach można z jednej strony wykorzystać instrumenty administracyjne w postaci różnych form interwencji państwa na rynku rolnym. Z drugiej natomiast strony można sięgnąć po indywidualne rynkowe instrumenty ograniczania ryzyka działalności w agrobiznesie. W szczególności odnosi się to do ryzyka cenowego. W literaturze wymienia się różne metody zarządzania ryzykiem cenowym w rolnictwie, jednak najczęściej wskazuje się na¹:

- różnicowanie odnoszące się zarówno do kierunków produkcji, jak i czasu sprzedaży towarów,
- konsolidację wyrażającą się w tworzeniu organizacji producenckich czy też form spółdzielczych; uwzględnia się tu zatem związki integracyjne wśród uczestników rynku, zarówno w płaszczyźnie poziomej, jak i pionowej,
- instrumenty rynków terminowych oferowanych przez giełdy towarowe, zwracając uwagę na ich kapitalną rolę w zarządzaniu ryzykiem cenowym w rolnictwie [Santana-Boado 2001],
- fundusze rezerwowe, pozwalające niwelować ryzyko działalności gospodarczej, w tym ryzyko cenowe, ofertę usług zakładów ubezpieczeniowych.

Bardzo istotną rolę w prowadzeniu każdej działalności gospodarczej oraz w zarządzaniu ryzykiem odgrywa informacja rynkowa. Świadomość tego faktu mają również właściciele i kierownicy gospodarstw poddanych badaniu, stąd też odgrywa ona istotną rolę w procesie gospodarczym. Informacja jest podstawą planowania produkcji i oceny potencjalnego ryzyka działalności.

Pojęcie informacji jest różnorodnie definiowane, w zależności od sposobu ujmowania (modelowania) rzeczywistości. Nie da się jednak zaprzeczyć, że informacja jest bezwzględnie konieczna do prowadzenia działalności gospodarczej [Co to jest informacja... 1999]. Jest ona czynnikiem, który decyduje o zachowaniu się każdego podmiotu na rynku. Ze względu na rosnące znaczenie w gospodarce, informacja przyjęła rolę towaru, za który się płaci i jest elementem kosztów przedsięwzięć lub transakcji.

Rzetelna informacja oraz szeroki i szybki do niej dostęp są podstawą prawidłowo funkcjonującej gospodarki rynkowej. W interesie uczestników rynku leży uzyskanie informacji najlepszej jakości. Informacja rynkowa jest źródłem wiedzy o konsumpcji, produkcji, imporcie, eksporcie, zapasach, cenach danego produktu [Sznajder i in. 1997]. W gospodarce rynkowej każdy uczestnik gry rynkowej powinien mieć dostęp do tych samych informacji, tak, aby mógł je wykorzystać do formułowania ocen sytuacji rynkowej. Jeśli informacja nie jest dostępna dla wszystkich zainteresowanych w jednakowym stopniu albo jest droga, rynki zaczynają się załamywać lub deformować [Levison 1992]. Informacja rynkowa oraz prawidłowy jej przepływ na rynku to jeden z najważniejszych elementów współczesnego obrotu towarowego. Coraz częściej informację uznaje się [Zarządzanie przedsiębiorstwem... 1999] za bardzo istotny – obok ziemi, pracy i kapitału – czynnik produkcji. Każdy rolnik prowadzący działalność musi podejmować wiele racjonalnych decyzji, których podstawę stanowi informacja rynkowa. W związku z ciągłymi zmianami, jakie zachodzą na rynku, producenci rolni w dużej

¹ Szerzej na ten temat: Cordier [1988].

mierze muszą liczyć się z ryzykiem, jakie niosą za sobą podejmowane przez nich decyzje. Poziom ryzyka rynkowego wiąże się bowiem w dużym stopniu ze stanem informacji na temat zjawisk rynkowych [Figiel i in. 2001].

Celem badań prezentowanych w niniejszym artykule jest zatem określenie roli informacji w zarządzaniu ryzykiem cenowym w rolnictwie, a także uzyskanie odpowiedzi na pytania, czy badani respondenci dysponują niezbędnymi informacjami rynkowymi, skąd je pozyskują oraz czy wykorzystują je do zarządzania ryzykiem cenowym.

MATERIAŁ I METODA

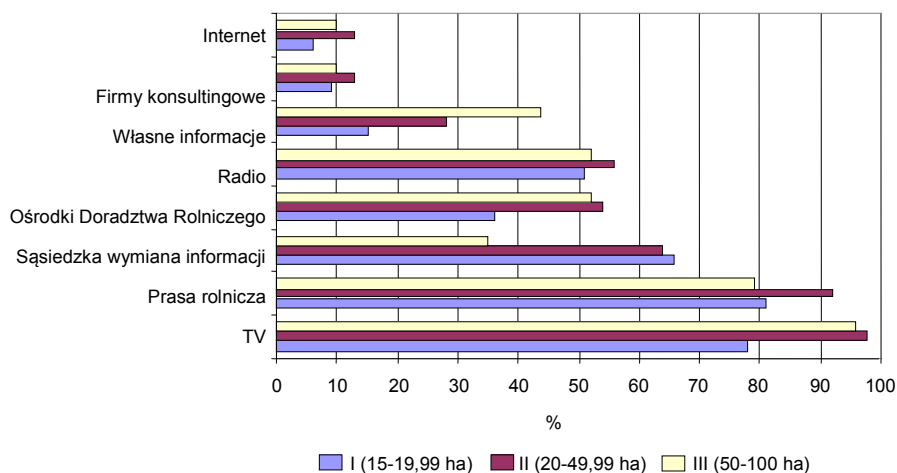
Pierwotny materiał badawczy został uzyskany na podstawie badań empirycznych, które przeprowadzono na terenie województwa wielkopolskiego, na reprezentacji 280 indywidualnych gospodarstw rolnych oraz 66 wielkoobszarowych gospodarstw rolnych dzierżawionych, należących do zasobów Agencji Nieruchomości Rolnych Skarbu Państwa, podzielonych na dwie grupy badawcze. Do przeprowadzenia badań zastosowano metodę wywiadu osobistego, wykorzystując kwestionariusz ankiety, który został sporządzony z uwzględnieniem pytań otwartych oraz zamkniętych. Zebrane dane zostały poddane szczegółowej analizie, a następnie opisane z zastosowaniem metody statystyki opisowej (klasyczne miary zmienności: średnia arytmetyczna). W artykule wykorzystano dane uzyskane w ramach projektu badawczego KBN pt. „Ekonomiczne uwarunkowania wykorzystania rynkowych narzędzi stabilizacji cen i zarządzania ryzykiem w rolnictwie”, realizowanego przez Akademię Rolniczą im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu oraz Akademię Ekonomiczną w Poznaniu w latach 2004-2006.

GLÓWNE ŹRÓDŁA POZYSKIWANIA INFORMACJI RYNKOWEJ

Badania ankietowe wykazały, że rolnicy cały czas śledzą informacje o rynku, gdyż – jak twierdzą – „dowiadując się o tendencjach rynkowych mogą racjonalnie zaplanować swoją produkcję oraz podejmować właściwe decyzje produkcyjne”.

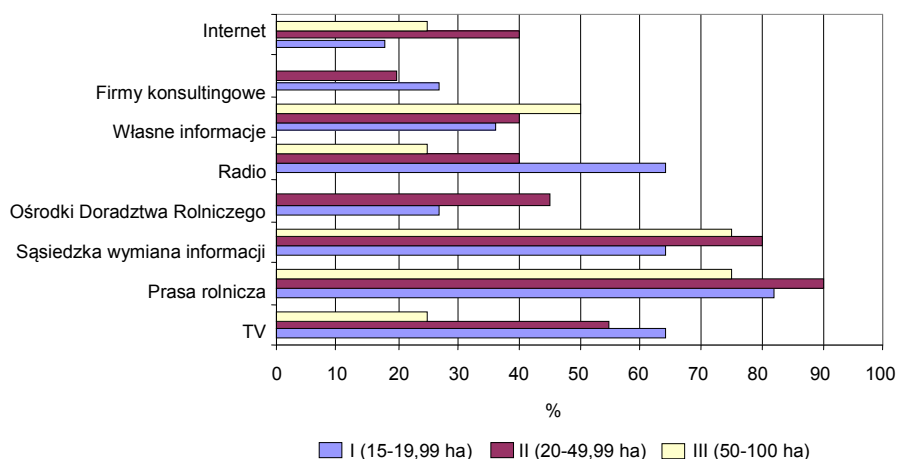
Na pytanie dotyczące źródeł informacji o rynku, z których najczęściej czerpią niezbędną wiedzę, respondenci mieli do wyboru osiem odpowiedzi: telewizja, radio, sąsiedzka wymiana informacji, firmy konsultingowe, prasa rolnicza, Internet, biuletyny Ośrodka Doradztwa Rolniczego (ODR) oraz własne informacje.

Każdy z badanych wskazał jednocześnie na kilka źródeł, z których czerpie potrzebne informacje (rys. 1, 2). Jak wynikało z badań, wśród respondentów z gospodarstw indywidualnych, najwięcej, bo aż 78% ankietowanych z grupy I, 98% z II i 96% z III, stwierdziło, iż uzyskują potrzebne im informacje z programów telewizyjnych, natomiast na drugim miejscu korzystają z prasy rolniczej (grupa I: 81%, II: 92% i III: 79%). Również znaczna część rolników czerpie niezbędną wiedzę z sąsiedzkiej wymiany informacji i doświadczeń (I grupa: 66%, II: 66% i III: 35%), a także audycji radiowych (I: 51%, II: 56%, III: 52%). Z informacji ulotek dostarczanych przez ODR korzysta 36% respondentów z gospodarstw o powierzchni 15-19,99 ha, 54% z gospodarstw 20-49,99 ha i 52% z największych, o powierzchni 50-100 ha. W znacznie mniejszym stopniu rolnicy czerpią informacje od firm konsultingowych (I grupa: 9%, II: 13%, III: 10%). Tylko 6%



Rys. 1. Główne źródła informacji rynkowej wykorzystywanej w gospodarstwach indywidualnych w zależności od grupy obszarowej

Źródło: badania własne.



Rys. 2. Główne źródła informacji rynkowej wykorzystywanej w gospodarstwach wielkoobszarowych w zależności od grupy obszarowej

Źródło: badania własne.

respondentów z grupy gospodarstw najmniejszych (15-19,99 ha) wskazało w badanym okresie na Internet jako źródło uzyskiwania informacji, w grupie o powierzchni 20-49,99 ha, nieco więcej, gdyż 13% i w gospodarstwach największych (50-100 ha) – tylko 10% ankietowanych.

W zbiorowości gospodarstw dzierżawionych ankietowani rolnicy (rys. 2) na pierwszym miejscu wskazali, iż uzyskują potrzebne im informacje z prasy rolniczej: gospodarstwa o powierzchni 100-499 ha (I grupa): 82%, 500-999 ha (II grupa): 90%, powyżej

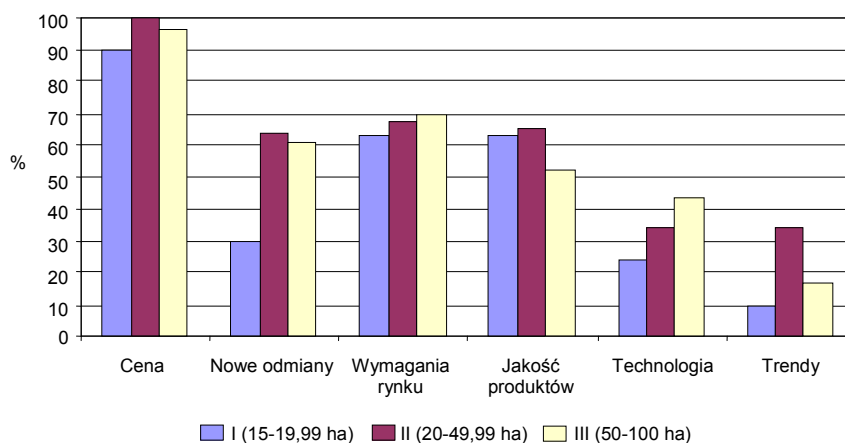
1000 ha (III grupa): 75%, a także dzięki sąsiedzkiej wymiany doświadczeń (I grupa: 64%, II: 80%, III: 75%). Respondenci z gospodarstw dzierżawionych w znacznie większym stopniu niż ankietowani z gospodarstw indywidualnych korzystają z Internetu (100-499 ha: 18%, 500-999 ha: 40%, powyżej 1000 ha: 25%) oraz z porad firm konsultingowych (rys. 2).

Na podstawie przeprowadzonych badań możemy stwierdzić, iż wszyscy ankietowani, chociaż w różny sposób, pozyskują niezbędne informacje o rynku, co daje im możliwość podejmowania właściwych decyzji odnośnie prowadzonej przez nich działalności. Korzystanie przez producentów rolnych w głównej mierze z telewizji, radia oraz prasy jako głównego źródła informacji nie jest najlepszym rozwiązaniem, gdyż informacje te nie odzwierciedlają specyficznych warunków dla interesującego ich obszaru. Informacje te pochodzą z terenu całego kraju, są uogólnione, a rolnikom najbardziej są potrzebne szczegółowe informacje dotyczące rejonu, w którym dokonują zakupu środków produkcji rolnej oraz sprzedają swoje towary. Można zauważyć, iż rolnicy z gospodarstw wielkoobszarowych, lepiej wyposażonych i nowocześniejszych częściej wykorzystują nowoczesne internetowe techniki pozyskiwania informacji o rynku.

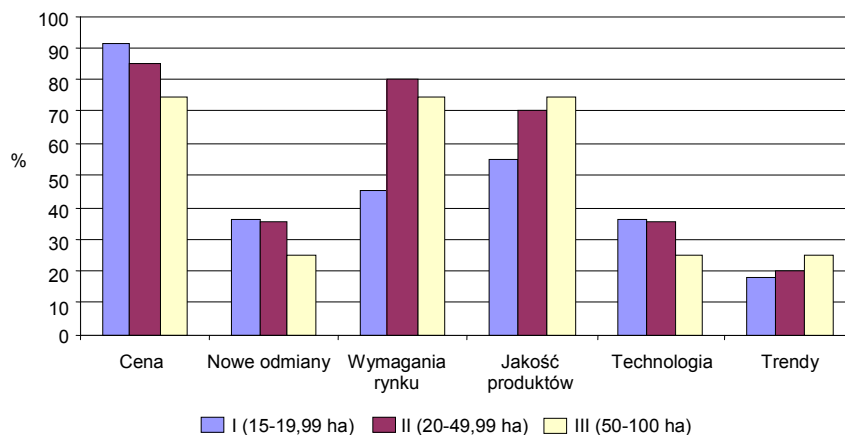
Kolejne pytanie, które skierowano do ankietowanych, dotyczyło informacji, jakich potrzebują do podejmowania decyzji gospodarczych (rys. 3, 4).

Prawie wszyscy respondenci z gospodarstw indywidualnych (I grupa: 90%, II: 100% i III: 96%) zgodnie uważają, że jest im potrzebna informacja o cenie. Drugim w kolejności pod względem ważności okazały się wiadomości o wymaganiach rynku. Informacje dotyczące jakości produktów wskazało w grupie gospodarstw o powierzchni 15-19,99 ha – 63% ankietowanych, o powierzchni 20-49,99 ha – 65% i najmniej w grupie gospodarstw 50-100 ha – 52%. Najmniej istotnymi czynnikami okazały się wiadomości o technologii (I grupa: 24%, II: 34%, III: 43%) oraz trendach w obrocie (I grupa: 9%, II: 34%, III: 17%).

Również rolnicy z gospodarstw dzierżawionych jako najważniejszy czynnik wskazywali informacje o cenie (100-499 ha: 91%, 500-999 ha: 85%, powyżej 1000 ha: 75%)



Rys. 3. Wpływ poszczególnych czynników na podejmowanie decyzji wykorzystywanych w gospodarstwach indywidualnych w zależności od grupy obszarowej
Źródło: badania własne.



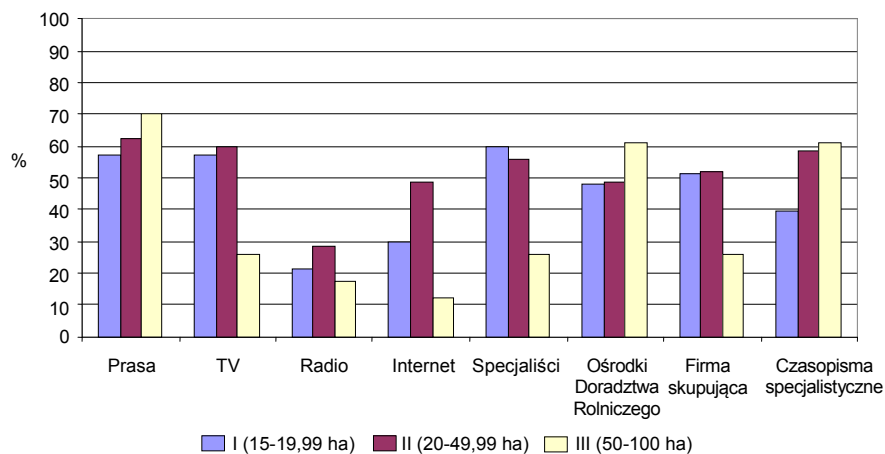
Rys. 4. Wpływ poszczególnych czynników na podejmowanie decyzji wykorzystywanych w gospodarstwach wielkoobszarowych w zależności od grupy obszarowej
Źródło: badania własne.

oraz o aktualnych wymaganiach rynku (I grupa: 45%, II: 80%, III: 75%). Bardzo ważna jest także wiedza dotycząca jakości produktów (I grupa: 55%, II: 70%, III: 75%), gdyż coraz częściej konsumenci zwracają uwagę nie na cenę, a na jakość oferowanych im produktów. „Konsument jest nie tylko adresatem żywności, którą wybiera i za którą płaci: jest on także tym, który ostatecznie ponosi wszelkie ryzyko zdrowotnych konsekwencji spożycia żywności” [Chabiera 1997]. Nowe odmiany roślin oraz trendy mają dla respondentów mniejsze znaczenie niż pozostałe rodzaje informacji (rys. 4).

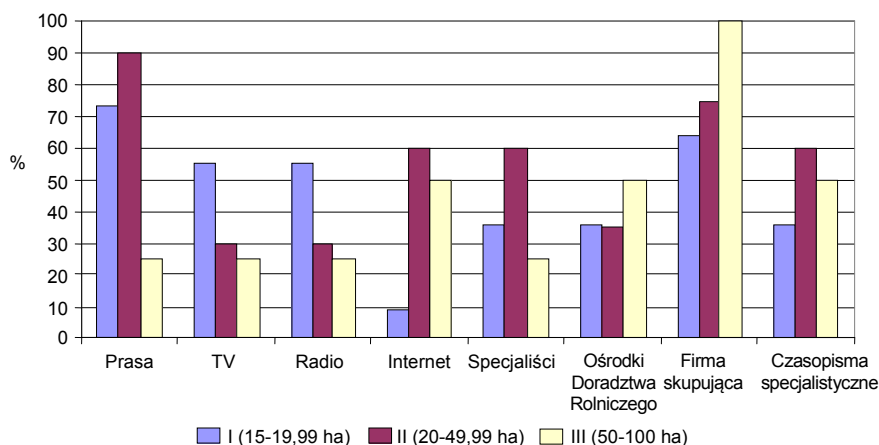
Podsumowując można stwierdzić, że prawie wszyscy ankietowani rolnicy wskazali cenę jako najistotniejszy czynnik podejmowania przez nich wszelkich decyzji (rys. 3, 4). Najmniej natomiast istotnym czynnikiem dla ankietowanych producentów rolnych okazały się nowe trendy w produkcji rolnej.

Towary wyprodukowane przez rolników muszą spełniać wymogi rynku, zarówno pod względem jakości, jak i ilości oraz asortymentu. Przystąpienie Polski do struktur unijnych oznacza, między innymi, konieczność dostosowania się do ustalonych wcześniej zasad wspólnej organizacji rynku. Jednym z istotnych elementów funkcjonowania tego rynku są wspólne standardy jakościowe. Głównym celem ich wprowadzenia było dostosowanie wielkości produkcji do popytu oraz wyeliminowania z rynku produktów niezadawalającej jakości, stworzenie warunków uczciwej wymiany handlowej, ułatwienie obrotu dzięki transakcjom giełdowym. „Wymuszenie” na producentach rolnych przestrzegania standardów w dużej mierze służy poprawie opłacalności produkcji. Lepsza jakość zwiększa szansę na wygranie walki konkurencyjnej, a także na uzyskanie wyższych cen produkowanych towarów.

Rolników zapytano również o to, czy towary produkowane w gospodarstwie są standaryzowane według norm UE oraz skąd czerpią informacje na temat jakościowych standardów (rys. 5, 6). Większość respondentów (z gospodarstwa o powierzchni: 15-19,99 ha: 54%, 20-49,99: 80%, 50-100 ha: 80%) stwierdziła, iż towary produkowane w ich gospodarstwach są standaryzowane pod względem jakości i ilości. Ankietowani z gospodarstw indywidualnych informacje te najczęściej czerpią z prasy codziennej,



Rys. 5. Źródła informacji na temat standardów jakościowych wykorzystywanych w gospodarstwach indywidualnych w zależności od grupy obszarowej
Źródło: badania własne.



Rys. 6. Źródła informacji na temat standardów jakościowych wykorzystywanych w gospodarstwach wielkoobszarowych w zależności od grupy obszarowej
Źródło: badania własne.

przy czym w grupie I (15-19,99 ha): 57%, w grupie II (20-49,99 ha): 62% oraz w grupie III (50-100 ha): 70%, a także czasopism specjalistycznych (I grupa: 39%, II: 58%, III: 61%). Z opinii specjalistów oraz pracowników Ośrodków Doradztwa Rolniczego korzystało nieco mniej rolników (rys. 5). Z Internetu, jako odpowiedniego źródła pozyskiwania informacji o standardach jakościowych korzystało jedynie 12% respondentów z grupy gospodarstw o powierzchni 50-100 ha, 30% z gospodarstw 15-19,99 ha i najczęściej, gdyż 48% rolników z gospodarstw średnich, czyli 20-49,99 ha. Najmniej popularnym źródłem informacji było radio (I grupa gospodarstw: 21%, II: 48% i III: 22%).

Prawie wszyscy producenci rolni z gospodarstw dzierżawionych (gospodarstwa o powierzchni 100-499 ha: 73%, 500-999 ha: 100% oraz powyżej 1000 ha: 75%) produkuje towary, które odpowiadają standardom rynkowym. Najczęściej czerpią oni informacje o standardach (rys. 6) od firm skupujących ich towary (gospodarstwa o powierzchni 100-499 ha: 64%, 500-999 ha: 75% i powyżej 1000 ha: 100%) oraz z prasy: I grupa gospodarstw: 73%, II grupa: 90% i III grupa: jedynie 25% ankietowanych. Znacznie w mniejszym stopniu docierają do ankietowanych informacje z telewizji (I grupa gospodarstw: 55%, II: 30% oraz III: 25%), radia (gospodarstwa 100-499 ha: 55%, 500-999 ha: 30%, powyżej 1000 ha: 25%) oraz od pracowników Ośrodków Doradztwa Rolniczego (gospodarstwa 100-499 ha: 36%, 500-999 ha: 35%, powyżej 1000 ha: 50%).

Bardzo często, aby spełnić określone wymagania rynkowe, producenci rolni muszą wykazywać własną inicjatywę w dokonywaniu zmian zarówno struktury gospodarstw, jak i jakości wytwarzanej w nich produkcji. Prawie wszyscy respondenci zarówno z gospodarstw indywidualnych (gospodarstwa o powierzchni 15-19,99 ha: 81%, 20-49,99 ha: 96%, 50-100 ha: 96%) oraz dzierżawionych (100-499 ha: 73%, 500-999 ha: 85% oraz powyżej 1000 ha: 100%) wykazuje własną inicjatywę, dokonując zmian w organizacji swoich gospodarstw. Najczęściej dostosowują swoje gospodarstwa do wymogów rynku przez stosowanie nowych odmian, technologii, terminowości i poprawności wszelkich zabiegów agrotechnicznych oraz przechowywanie produktów, a także inwestycje. Producenci mają świadomość, iż modernizując swoje gospodarstwa oraz dostosowując ich strukturę i jakość produkcji do wymogów rynku mogą dostarczyć na rynek produkty odpowiedniej jakości.

WNIOSKI

1. Na podstawie przeprowadzonych badań możemy stwierdzić, iż najbardziej popularnym źródłem pozyskania informacji rynkowej przez producentów rolnych jest prasa i telewizja. Natomiast w najmniejszym stopniu korzystają oni z nowoczesnych form przekazu, jakimi są: firmy konsultingowe, Internet i giełda towarowa.

2. Otrzymane wyniki świadczą o tym, że rolnicy są zainteresowani standaryzacją towarów, podnoszeniem ich jakości, choć często mają trudności ze zdobyciem na to odpowiedniego kapitału. Żaden ankietowany z grupy gospodarstw indywidualnych oraz dzierżawionych nie wymienił jako źródła informacji o standardach jakościowych: giełdy towarowej, podmiotu, którego jedną z podstawowych funkcji jest przyczynianie się do powstawania standardów klasyfikacyjnych oraz udzielanie informacji podmiotom działające na rynku rolnym.

3. Rolnicy nie dysponują dostateczną wiedzą na temat sposobów zarządzania ryzykiem cenowym.

4. Prawie wszyscy ankietowani rolnicy (gospodarstwa indywidualne: I grupa: 90%, II: 100% i III: 96%; gospodarstwa dzierżawione: 100-499 ha: 91%, 500-999 ha: 85%, powyżej 1000 ha: 75%) wskazali cenę jako najistotniejszy czynnik w podejmowaniu przez nich wszelkich decyzji. Natomiast dla ankietowanych producentów rolnych najmniej istotnym czynnikiem okazały się nowe trendy w produkcji rolnej.

LITERATURA

- Co to jest informacja i jak uzyskać do niej dostęp. 1999. W: Poradnik zielonego dziennikarza. Red. A. Żwawa. Wyd. Zielone Brygady, Kraków.
- Cordier J.E., 1988. Importance of Commodity Risk Management for Producers of the European Union. Lyon's Summit, United Nations Conference on Trade and Development, 101-103.
- Figiel S., Kozłowski W., Pilariski S., 2001. Marketing w agrobiznesie. Marketing produktów żywnościowych. Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.
- Levison M., 1992. Nie tylko wolny rynek, odrodzenie aktywnej polityki gospodarczej. PWE, Warszawa.
- Zarządzanie przedsiębiorstwem wczoraj – dziś – jutro. 1999. Red. T. Mendel, W. Tłuchowski. AE, Poznań, Wyższa Szkoła Marketingu i Zarządzania, Leszno.
- Sznajder M., Trębacz A., Adamczyk G., 1997. Rynek rolny. Wyd. AR, Poznań.