

*Maciej Kuboń
Katedra Inżynierii Rolniczej i Informatyki
Akademia Rolnicza w Krakowie*

KRYTERIA WYBORU ODBIORCÓW PRODUKTÓW ROLNYCH W GOSPODARSTWACH O WIELOKIERUNKOWYM PROFILU PRODUKCJI

Streszczenie

Praca przedstawia ocenę kryteriów wyboru odbiorców w gospodarstwach rolniczych o wielokierunkowym profilu produkcji. Na podstawie badań w 30 gospodarstwach rolniczych dokonano oceny podstawowych kryteriów wpływających na wybór odbiorców. Stwierdzono, iż podstawowym kryterium wyboru była cena (poziom cen i możliwość negocjacji cen), a czynnikami mającymi niewielki wpływ na wybór odbiorców okazała się niezawodność świadczonych usług oraz termin odbioru.

Słowa kluczowe: logistyka, odbiorca, wybór, kryteria, ocena, zbyt, metoda

Wprowadzenie

Wprowadzenie w ostatnich latach nowych rozwiązań organizacyjnych w zakresie zaopatrzenia gospodarstw w surowce i materiały do produkcji, jak również w zakresie dystrybucji wyrobów finalnych doprowadziło do ograniczenia kosztów przepływów surowcowo-towarowych w przedsiębiorstwach rolniczych.

Jednak nowoczesne i kompleksowe łańcuchy dostaw i dystrybucji towarów nie objęły w pełni rozdrobnionych gospodarstw rolniczych [Wajszczuk 2001], gdyż prowadzą one produkcję w oparciu o konwencjonalne systemy zaopatrzenia i dystrybucji [Kowalski, Tabor 2003; Lenart 2000]. Warunkiem osiągnięcia określonych celów w dziedzinie sprzedaży jest to aby wytworzony produkt był dostarczony do rynku zbytu i zaoferowany konsumentowi zgodnie z jego potrzebami, tj. w odpowiedniej jakości, odpowiednim miejscu i czasie oraz po odpowiedniej cenie. Spełnienie tych warunków oznacza podjęcie pewnych działań i zastosowanie pewnych instrumentów składających się na procesy dystrybucji towarów, które są punktem wyjścia procesów logistycznych [Barcik 2005]. Podstawą tych działań jest wybór

odpowiednich kanałów dystrybucji (odbiorców) oraz wybór sposobu przemieszczania produktów z miejsc wytworzenia do miejsc przeznaczenia [Nowicka-Skowron 2000].

Cel, zakres, metodyka badań

Celem pracy jest ocena wyboru odbiorców pod względem najczęściej stosowanych kryteriów, jakim są: cena, jakość, terminowość, oraz dodatkowe usługi [Schulte 1991; Szczepankiewicz 1996]. Zakresem pracy objęto badania w 30 gospodarstwach rolniczych położonych w gminie Kamionka Wielka. Przeprowadzona analiza wielkości i struktury produkcji dała podstawę do tego, aby wszystkie z badanych obiektów zaliczyć do grupy gospodarstw o wielokierunkowym profilu produkcji. Badania przeprowadzono w formie wywiadu kierowanego. Oprócz podstawowych informacji dotyczących produkcji roślinnej, zwierzęcej, wyposażenia w techniczne środki produkcji, dokonano szczegółowych badań dotyczących oceny czynników wpływających (decydujących) na wybór odbiorców wyprodukowanych w gospodarstwie produktów pochodzenia roślinnego i zwierzęcego. Oceny dokonano na podstawie przyjętych kryteriów oceny jakim są: cena, jakość, terminowość, oraz dodatkowe usługi. Wagę kryterium ustalono w skali 5-cio punktowej (1 pkt. – nieistotny, 5pkt – bardzo istotny). Analizy dokonano według następujących kryteriów podziałowych:

- wielkości gospodarstwa [ha],
- wielkości produkcji towarowej [%],
- odległości od rynków zbytu [km],
- liczby posiadanych środków transportowych [szt./gosp].

Wyniki badań

Charakterystyka badanych gospodarstw

Badaniami objęto gospodarstwa o powierzchni od 1,0 do 12,8 ha UR. Średnia powierzchnia gospodarstwa wynosiła 4,4ha, przy średniej liczbie pól 3,7 i średniej wielkości pola 1,4 (tabela 1).

Wraz ze wzrostem powierzchni użytków rolnych rośnie liczba pól w gospodarstwie i średnia wielkość pola. W grupie gospodarstw największych (pow. 8,01 ha) średnia liczba pól wzrosła w stosunku do obiektów najmniejszych (1–4 ha) o 47% a wielkość pola o 100%. Duży wpływ na organizację zaopatrzenia i zbytu ma odległość gospodarstwa od rynków zaopatrzenia i zbytu. W badanych gospodarstwach średnia odległość od w/w rynków kształtowała się na zbliżonym poziomie – 10,4 km i 11,2 km, przy czym badania wykazały zależność pomiędzy wielkością gospo-

darstwa a odległością od rynków. W miarę wzrostu powierzchni użytków rolnych ponad 2-krotnie zmalała odległość gospodarstw od rynków zaopatrzenia, natomiast 4-krotnie wzrosła odległość od rynków zbytu. Jest to efekt coraz częstszego poszukiwania przez właścicieli gospodarstw - nowych, bardziej korzystniejszych rynków zbytu. Średnio w badanych obiektach znajdowało się 3 środki transportowe o średniej ładowności 3,6 tony. Liczba środków jak również ich średnia ładowność rośnie w miarę wzrostu powierzchni użytków rolnych od 2,0 do 4,5 t/środek.

Tabela 1. Charakterystyka badanych gospodarstw rolniczych
Table 1. Farmsteads overview

Wyszcze- gólnienie (grupa gospo- darstw)	Średnia powierz- chnia użytków rolnych	Średnia liczba pól w gosp.	Średnia powierz- chnia pola	Odległość od rynków		Wyposażenie w środki transportowe	
				zaopa- trzenia	zbytu	liczba	średnia ładowność
	ha	szt./gosp.	ha	km		szt./gosp.	t/środek
1,00-4,00ha	2,2	3,4	1,1	11,8	6,6	2,2	2,0
4,01-8,00ha	5,9	3,8	1,6	11,0	13,7	2,6	3,7
pow. 8,01ha	11,0	5,0	2,2	5,2	26,9	2,7	4,5
Ogółem	4,4	3,7	1,4	10,4	11,2	2,5	3,6

W tabeli 2 przedstawiono wielkość i strukturę sprzedaży produktów rolniczych pochodzenia roślinnego i zwierzęcego a w tabeli 3 procentowy udział transportu własnego i usługowego w ramach dystrybucji tychże produktów. Średnio w badanych obiektach wielkość produkcji towarowej wynosiła 9,5 t/ha UR, przy czym 58,9% to produkty pochodzenia roślinnego a 41,1% zwierzęcego. W strukturze produkcji towarowej, w gospodarstwach najmniejszych (do 4ha) przeważała produkcja zwierzęca, natomiast w gospodarstwach powyżej 4ha produkcja roślinna. Produkty pochodzenia roślinnego w większości przewożone były własnymi środkami transportowymi (78,8%) na średnią odległość 4,4 km. Natomiast transportem usługowym przewieziono 21,2% wszystkich ładunków na średnią odległość 5,8 km. Produktu pochodzenia zwierzęcego w 70,0% przewożono własnymi środkami, a pozostałe 30,0% transportem usługowym. Średnia odległość przewozów wykonywanych w ramach usług była 2-krotnie większa od średniej odległości na jaką przewożono ładunki transportem własnym. W miarę wzrostu powierzchni gospodarstwa maleje podczas sprzedaży produktów rolniczych udział transportu własnego (81,3-42,2%) na korzyść transportu usługowego (18,7-57,8%). Jest to szczególnie widoczne przy sprzedaży produktów pochodzenia roślinnego, gdzie udział transportu własnego w gospodarstwach największych w porównaniu do najmniejszych był 5-cio krotnie mniejszy.

Tabela 2. Wielkość i struktura sprzedaży produktów rolniczych w badanych obiektach
 Table 2. Volume and structure of farm produce sale in the analyzed facilities

Grupy gospodarstw	Średnia wielkość produkcji towarowej t/ha	Struktura produkcji - produkty pochodzenia		Produkty pochodzenia roślinnego				Produkty pochodzenia zwierzęcego			
		roślinnego	zwierzęcego %	transport własny (średnio)		transport usługowy (średnio)		transport własny (średnio)		transport usługowy (średnio)	
				masa t/ha	odległość km	masa t/ha	odległość km	masa t/ha	odległość km	masa t/ha	odległość km
1,00 do 4,00 ha UR	12,6	43,6	56,4	4,3	4,2	1,2	2,8	4,3	3,4	2,8	4,5
4,01 do 8,00 ha UR	10,5	67,6	32,4	4,0	7,7	3,1	8,1	1,4	4,7	2,0	11,5
pow. 8,01 ha UR	7,1	66,2	33,8	3,1	1,6	1,6	7,7	1,4	9,5	1,0	16,7
Ogółem	9,5	58,9	41,1	3,9	4,4	1,7	2,1	3,0	4,7	1,8	9,9

Tabela 3. Procentowy udział transportu własnego i usługowego w ramach dystrybucji produktów rolniczych w badanych obiektach

Table 3. Percentage share of own and service transport for distribution of farm produce in the analyzed facilities

Grupy gospodarstw	Razem (średnio)		Produkty pochodzenia roślinnego - średnio		Produkty pochodzenia zwierzęcego - średnio	
	transport		transport		transport	
	własny	usługowy	własny	usługowy	własny	usługowy
1,00 do 4,00 ha UR	81,3	18,7	91,2	8,8	75,0	25,0
4,01 do 8,00 ha UR	70,5	29,5	77,4	22,6	63,6	36,4
pow. 8,01 ha UR	42,2	57,8	17,8	82,2	63,7	36,3
Ogółem	74,4	25,6	65,3	34,7	70,0	30,0

W tabelach 4–7 przedstawiono kryteria oceny odbiorców w zależności od przyjętych kryteriów podziałowych: wielkości gospodarstw, wielkości produkcji towarowej, odległości od rynków zbytu oraz liczby posiadanych środków transportowych. W tabeli 4 przedstawiono kryteria wyboru odbiorców w zależności od wielkości gospodarstw. Właściciele badanych gospodarstw przy wyborze odbiorców zwracali przede wszystkim uwagę na podstawowe kryterium jakim jest cena. Wśród tego kryterium najwyżej ocenili takie czynniki jak: cena produktu (4,3 pkt.) i możliwość negocjowania cen (4,0 pkt.). Najmniej istotnym czynnikiem okazała się niezawodność świadczonych usług oceniona na poziomie 2,6 pkt. Ocena pozostałych kryteriów mieściła się w granicach 3,0–3,3 pkt.

Przy wyborze odbiorców, właściciele gospodarstw najmniejszych najczęściej zwracali uwagę na cenę produktu (4,4 pkt.) oraz możliwość negocjacji cen (3,8 pkt.), a najmniej na niezawodność, dodatkowe usługi (po 2,6 pkt.) oraz utrzymanie ustalonych terminów (2,8 pkt.). Natomiast dla właścicieli gospodarstw największych za najistotniejsze czynniki decydującymi o wyborze odbiorcy uznali: warunki płatności, a w szczególności płatność gotówką oraz dodatkowe usługi (transportu na koszt odbiorcy) - po 5 pkt.. Najmniej istotnym w tym przypadku kryterium okazała się jakość a konkretnie niezawodność oceniona na poziomie 3,7 pkt. W miarę wzrostu powierzchni gospodarstw rośnie istotność takich czynników jak: możliwości negocjowania cen (3,8–4,3 pkt.), warunków płatności (3,0–5,0 pkt.), możliwość dokonywania zmian w zamówieniach (2,9–4,0 pkt.), niezawodność (2,7–4,0 pkt.), czas realizacji zlecenia (3,2–4,0 pkt.), utrzymanie ustalonych terminów (2,8–4,0 pkt.) oraz dodatkowe usługi (2,6–5,0 pkt.).

Kolejnym kryterium według którego oceniani wybór odbiorców była wielkość produkcji towarowej. Badane gospodarstwa zostały podzielone na trzy grupy w zależności od wielkości produkcji towarowej. Pierwsza to gospodarstwa o najniższej produkcji towarowej (do 35%), druga (35,01-60%), a trzecia to gospodarstwa o produkcji towarowej przekraczającej 60% produkcji globalnej ogółem. Przy wyborze odbiorców wszyscy rolnicy również kierowali się kryterium cenowym. Poziom cen ocenili w skali od 4,3 do 4,8 pkt. a warunki płatności od 4,0 do 4,3 pkt.. Można tu zauważyć wyraźny wzrost istotności tych czynników w miarę wzrostu produkcji towarowej. Najmniej istotnym kryterium był termin odbioru i dodatkowe usługi ocenione na poziomie od 2,6 do 3,3 pkt.

W tabeli 6 przedstawiono kryteria wyboru odbiorców w zależności od odległości od miejsca zbytu. Badane obiekty podzielono na trzy grupy: gospodarstwa oddalone od rynków zbytu na odległość: do 10,00 km, od 10,01 do 20,00 oraz powyżej 20,01 km.

Tabela 4. Kryteria wyboru odbiorców w zależności od wielkości gospodarstw (średnio w grupach gospodarstw)
 Table 4. User selection criteria according to the scale of farmsteads (on the average in farmstead groups)

Grupy gospodarstw	Cena			Jakość			Termin odbioru		Dodatkowe usługi
	cena produktu	możliwość negocjowania cen	warunki płatności (raty, gotówka)	jakość produktów	zmiany w zamówieniu	niezawodność	czas realizacji zlecenia	utrzymanie ustalonych terminów	
1,00 do 4,00 ha UR	4,4	3,8	3,0	3,4	2,9	2,6	3,2	2,8	transport na koszt odbiorcy
4,01 do 8,00 ha UR	4,3	4,0	3,3	3,2	3,5	2,4	3,4	2,9	3,0
pow. 8,01 ha UR	4,3	4,3	5,0	3,7	4,0	2,8	4,0	4,0	5,0

Tabela 5. Kryteria wyboru odbiorców w zależności od wielkości produkcji towarowej (średnio w grupach gospodarstw)
 Table 5. User selection criteria according to the volume of commodity production (on the average in farmstead groups)

Wielkość produkcji towarowej [%]	Cena			Jakość			Termin odbioru		Dodatkowe usługi
	cena produktu	możliwość negocjowania cen	warunki płatności (raty, gotówka)	jakość produktów	zmiany w zamówieniu	niezawodność	czas realizacji zlecenia	utrzymanie ustalonych terminów	
do 35	4,3	4,0	4,0	3,3	3,6	2,9	3,3	3,1	transport na koszt odbiorcy
od 35,01 do 60	4,4	3,8	4,1	2,5	2,9	2,8	3,2	2,7	3,0
pow. 60,01	4,8	3,2	4,3	3,3	3,4	2,5	3,3	3,2	2,8
									3,2

Tabela 6. Kryteria wyboru odbiorców w zależności od odległości od miejsca zbytu – odbiorcy (średnio w grupach gospodarstw)

Table 6. User selection criteria according to the distance from sale outlet – users (on the average in farmstead groups)

Odległość miejsca zbytu [km]	Cena			Jakość			Termin odbioru		Dodatkowe usługi
	cena produktu	możliwość negocjowania cen	warunki płatności (raty, gotówka)	jakość produktów	zmiany w zamówieniu	niezawodność	czas realizacji zlecenia	utrzymanie ustalonych terminów	
do 10,00	4,3	3,2	2,7	3,4	3,4	2,5	3,1	2,9	2,3
od 10,01 do 20,00	4,7	4,1	3,7	3,0	2,9	2,3	3,1	2,6	2,7
pow. 20,01	4,5	4,0	4,0	3,7	3,5	4,7	3,8	3,5	4,7

Tabela 7. Kryteria wyboru odbiorców w zależności od liczby środków transportowych w gospodarstwie (średnio w grupach gospodarstw)

Table 7. User selection criteria according to the number of means of transport in the farmstead (on the average in farmstead groups)

Liczba środków transportowych [szt.]	Cena			Jakość			Termin odbioru		Dodatkowe usługi
	cena produktu	możliwość negocjowania cen	warunki płatności (raty, gotówka)	jakość produktów	zmiany w zamówieniu	niezawodność	czas realizacji zlecenia	utrzymanie ustalonych terminów	
1	4,2	3,4	2,8	3,1	2,9	2,9	3,3	2,9	3,6
1-2	4,5	3,7	3,2	3,4	3,7	2,2	2,9	3,1	3,4
powyżej 3	4,7	3,9	3,8	3,6	3,1	2,0	3,7	3,7	3,0

Rolnicy, którzy zamieszkiwali najbliższe miejsca zbytu przy wyborze odbiorców kierowali się głównie ceną produktów rolniczych (4,3 pkt.). Najmniej istotnym kryterium w tym przypadku okazały się dodatkowe usługi (2,3 pkt.). Podobnie zdanie mieli rolnicy oddaleni miejsc zbytu od 10,01 do 20,00 km którzy uznali te kryteria za najistotniejsze przy wyborze odbiorcy. Z tabeli 1 wynika że wszystkie badane gospodarstwa posiadają co najmniej dwa środki transportowe, stąd też oferowane usługi transportowe przed odbiorców są oceniane tak nisko. Natomiast rolnicy najbardziej oddaleni od rynków zbytu za najistotniejsze czynniki decydujące o wyborze odbiorcy uznali: niezawodność świadczonych usług (4,7 pkt.), transport na koszt odbiorcy (4,7 pkt.) oraz cenę produktów (4,5 pkt.). Nie przeważali natomiast wagi do możliwości dokonywania zmian w zamówieniach i utrzymywania ustalonych terminów (po 3,5 pkt.). Z przedstawionych w tabeli wartości można zauważyć, iż w miarę wzrostu odległości od rynków zbytu rośnie istotność takich czynników jak: warunki płatności, niezawodność, czas realizacji zlecenia oraz transport na koszt odbiorcy.

Ostatnim kryterium według którego oceniono kryterium wyboru odbiorców to ilościowe wyposażenie gospodarstw w środki transportowe. Podzielono badane gospodarstwa według liczby posiadanych środków transportowych na trzy grupy. Pierwsza grupa to gospodarstwa posiadające jeden środek transportowy, druga to gospodarstwa mające jeden lub dwa środki transportowe, a trzecia grupa to obiekty posiadające trzy i więcej środków transportowych. W tabeli 7 przedstawiono kryteria wyboru odbiorców w zależności od wyposażenia gospodarstw w środki transportowe. Przy wyborze odbiorców we wszystkich grupach podziałowych najistotniejszym kryterium była cena a dokładnie poziom cen sprzedawanych produktów i możliwość negocjowania cen. Można zauważyć, że w miarę wzrostu liczby środków transportowych w gospodarstwach rośnie istotność ww. czynników. Najmniej istotnym kryterium wyboru odbiorców w tym przypadku okazała się jakość świadczonych usług a konkretnie niezawodność, której ocena punktowa maleje z 2,9 do 2,0 pkt. Podobną sytuację można zaobserwować w przypadku transportu na koszt odbiorcy, gdzie istotność tego czynnika maleje z 3,6 do 3,0 pkt.

Stwierdzenia i wnioski

1. Średnio w badanych obiektach wielkość produkcji towarowej wynosiła 9,5 t/ha UR, przy czym 58,9% to produkty pochodzenia roślinnego a 41,1% zwierzęcego.
2. W miarę wzrostu powierzchni gospodarstwa maleje podczas sprzedaży produktów udział transportu własnego (81,3–42,2%) na korzyść transportu usługowego (18,7–57,8%).

3. Właściciele badanych gospodarstw przy wyborze odbiorców na pierwszym miejscu stawiali kryterium: cena, a następnie termin odbioru. Najmniej istotnym kryterium przy wyborze była niezawodność.
4. W miarę wzrostu produkcji towarowej rośnie przy wyborze odbiorców istotność takich czynników jak: cena produktu i warunki płatności, maleje natomiast istotność: możliwości dokonywania zmian w zamówieniach oraz niezawodność świadczonych usług.
5. Właściciele gospodarstw najbardziej oddalonych od rynków zbytu jako najistotniejsze kryterium podali cena oraz dodatkowe usługi, natomiast najmniej istotnym kryterium okazały się zmiany w zamówieniu i utrzymanie ustalonych terminów.
6. W miarę wzrostu liczby środków transportowych w gospodarstwach rośnie przy wyborze dostawców istotność ceny produktu oraz możliwości negocjowania cen. Najmniej istotnym czynnikiem okazała się niezawodność świadczonych usług oraz możliwość dokonywania zmian w zamówieniach.

Bibliografia

Barcik R. Logistyka dystrybucji. ATH Bielsko-Biała.

Kowalski St., Tabor S. 2003. Koszty logistyczne w wybranych gospodarstwach rolnych. Inżynieria Rolnicza 10.

Lenart 2000. Koszty logistyki w wybranym przedsiębiorstwie produkcyjnym. Logistyka nr 6.

Nowicka-Skowron N. 2000. Efektywność systemów logistycznych. PWE. Warszawa.

Schulte H. 1991. Logistik: Wege zur Optimierung des Material- und Informationsflusses. Franz Vahlen. München.

Szczepankiewicz Wł. 1996. Logistyka marketingowa. Wydawnictwo AE. Kraków.

Wajszczyk K. Analiza łańcucha logistycznego w przedsiębiorstwie rolno-spożywczym. Logistyka nr 2.

CRITERIA FOR SELECTING FARM PRODUCE USERS IN FARMSTEADS WITH MULTIPROFILE PRODUCTION

Summary

The paper presents evaluation of criteria for selection of farm produce users in farmsteads with multiprofile production. Based on the surveys performed in 30 farmsteads basic criteria having effect on selecting users were assessed. The survey showed that the basic selection criterion was the price (price level and price negotiability), and factor which had little effect on selecting the users turned out to be reliability of services rendered and time of product reception.

Key words: logistics, user, selection, criteria, assessment, sale, method