PD-ABP-799
95662

AGRIBUSINESS COMMODITY MARKET INFORMATION PROJECT (ACMI)

USAID CA# 181-0024-A-00-5216

FINAL REPORT

SUBMITTED BY
LAND O'LAKES, INC.

Land O'Lakes, Inc.
P.O. Box 64101
St. Paul, MN 55164 U.S.A.

Land O'Lakes, Inc.
ul. Smolna 16/7
00-375 Warsaw, Poland

October 30, 1997

TABLE OF CONTENTS

	Page
• Summary	1
• Targets	2
• Attachments	
Attachment A:	List of ACMI Clients: 35 businesses and 4 associations
Attachment B:	Results of Questionnaire to ACMI Business Clients
Attachment C:	Final Report by Sparks Companies, Inc.
Attachment D:	Final Evaluation Report by Ted Weihe
Attachment E:	Example of a Dairy Sector Market Information Bulletin -- February 1997

AGRIBUSINESS COMMODITY MARKET INFORMATION (ACMI)

FINAL REPORT

USAID CA# 181-0024-A-00-5216

Land O'Lakes, Inc.

SUMMARY

The Agribusiness Commodity Market Information project (ACMI) was a two-year project funded by USAID/Warsaw at the obligated level of $1,497,810, and implemented by Land O'Lakes, Inc., and the subrecipient Sparks Companies, Inc. (SCI). It began October 1, 1995, and concluded September 30, 1997.

The ACMI project was created to build effective sector-wide commodity information and support systems for the benefit of Polish agribusiness. It was a follow-on to the earlier agribusiness support and training activities supported by USAID's RAAPS project in Poland, which was also administered by Land O'Lakes and SCI. The RAAPS project had highlighted the severe lack of commodity market information for decision-making purposes and the unfamiliarity of agribusiness managers with the use of such information. Not only was there a need for commodity market information sources to be designed and developed, but Polish agribusiness firms needed to be coached on the proper application of agribusiness information. In addition, the routine use of agribusiness information needed to be incorporated into operating procedures for these firms. ACMI was designed to achieve this, through developing Western-style agribusiness information systems, developing trade associations' capacity to provide market information to their members, and through assisting Polish firms in their use of current market information in both planning and management decisions.

ACMI fit in with USAID/Warsaw's Strategic Objective 1.3: The private sector is stimulated at the firm level. The project helped achieve USAID/Warsaw's Intermediate Results in assisting small and medium enterprises (SMEs) in business development (indicator: 30 agribusinesses using services of support organizations) and building sustainable indigenous organizations (indicator: 4 sustainable national associations) that provide technical assistance and training to enterprises.

Land O'Lakes brought to the program its experience in administering successful USAID projects and in building and strengthening associations. SCI brought its extensive expertise and experience in providing commodity market information and analysis to businesses both in the U.S. and overseas. Land O'Lakes and SCI, in partnership with the targeted four trade associations and 35 agribusiness clients, accomplished most of ACMI's life-of-project targets. Below is a brief summary of the targets and accomplishments.

TARGETS

1. Target: Four (4) trade associations, representing the four agribusiness sectors, with developed strategies to improve their memberships' well-being and functioning as effective conduits for the individual agribusinesses in their sector by addressing the businesses' information needs and assisting the businesses to successfully address domestic and international trade issues and influence public policy.

   All four trade associations are strengthening their capabilities to provide more effective services to their sector businesses. The project substantially strengthened the four associations in their operations, strategic planning, advocacy, and member services. The four Polish trade associations are:

   a. National Alliance for Dairy Cooperatives
      (Krajowe Porozumienie Spółdzielni Mleczarskich)
   b. National Poultry Board
      (Krajowa Rada Drobiarstwa)
   c. National Chamber of Commerce for Meats
      (Ogólnopolska Izba Gospodarcza Mlesa)
   d. Chamber of Grain Processors and Feed Producers
      (Izba Gospodarcza Handlowców, Przetwórców i Producentów Zbóz)

2. Target: Thirty (30) agribusiness SMEs trained in the application of commodity market information and incorporating the analysis of the information into their management decision-making processes.

   Thirty-five (35) small and medium enterprises (SMEs) have undertaken company market information system plans. Business information plans for twenty (20) ACMI clients were completed in year one. In addition, companies from the first year were questioned for feedback regarding the business consultations in order to improve performance during the second year. The project worked to complete business information plans with fifteen (15) other agribusinesses in year two: five grain companies, six meat companies and four poultry companies. At the close of the project, a questionnaire was conducted with the participating client agribusinesses. All of the agribusinesses were satisfied with the services provided, and 61% said they had used information provided by ACMI consultants to make decisions in their companies. Refer to Attachment B for the summary of the questionnaire results. Pages 8 and 9 of the final evaluation report (Attachment D) have specific examples of how the businesses have used the market information to make business decisions. Attachment A lists the 35 businesses by sector, along with the names and addresses of the trade associations for each of the four sectors.

3. Target: Four (4) sector-specific commodity market information bulletins produced, each compiling, analyzing, and forecasting information for the specific sector.

After a period of training and phased-in responsibility for bulletin preparation, all four trade associations now write market information bulletins. Three of the bulletins are expected to be sustainable within the associations; the meats bulletin is in question. One of the dairy bulletins is attached as an example (Attachment E). To respect the copyright of the bulletins published entirely by the National Alliance of Dairy Cooperatives since March 1997, the dairy sector bulletin chosen here is the one from February 1997.

4. Target: Eleven (11) Polish consultants thoroughly trained in the techniques of identifying, collecting, and analyzing commodity market information, and actively assisting the Polish agribusiness community in the application of commodity information.

Since the beginning of the project, twelve Polish consultants have been trained in the techniques of identifying, collecting, analyzing, and applying commodity market information and now actively assist the Polish agribusiness community in the application of commodity information. As an indication of the willingness of the agribusiness community to employ such consultants, 95% of them stated that they would be willing to pay private consultants for the kind of technical assistance and information they got under the ACMI program (refer to Attachment B).

For more complete information on project activities, challenges, and impacts, please refer to the final evaluation report, which was published in September 1997 as a monograph entitled "Agribusiness Market Information Systems: Lessons from the Polish Experience" and is included as Attachment D.

For more detail on the involvement of Sparks Companies in the ACMI project, please read their Final Report in Attachment C.

The final financial report will be submitted by December 31, 1997. A preliminary financial report was submitted to USAID/Warsaw under separate cover on October 30.

ATTACHMENT A

List of ACMI Clients:

35 businesses and 4 associations

List of ACMI client including Association

	Company Name	Sector	Address	phone / fax	Contact person
1.	**Mazowiecka Spółdzielnia Mleczarska**	Dairy	ul. Lubijewska 67/69; 07 - 300 Ostrów Mazowiecka	tel: 0 217 53201,62519 fax: 0 217 62429	prezes Henryk Spychalski Małgorzata Domańska
2.	**OSM Łowicz**	Dairy	ul. Przemysłowa 3 99 - 400 Łowicz	tel: 0 46 373575 - 7 fax: 0 46 374348	prezes Andrzej Dąbrowski
3.	**SPOLMLEK**	Dairy	ul. Zabielska 180 21 - 300 Radzyń Podlaski	tel: 057 3528480 fax: 057 352 84 90	V-ce Andzrej Stefanowicz
4.	**Krajowe Porozumienie Spółdzielni Mleczarskich**	**Dairy**	ul. Hoża 66/68 00 -- 950 Warszawa	tel: 628 85 35 fax:: 629 82 53	prezes Michalski prezes rady W. Konieczny
5.	**HIMA**	Grain / feed	34 - 116 Spytkowice	tel: 0 33 412290-1 fax: 0 33 410410 kom. 0 90 366162	prezes Tomasz Mazurkiewicz
6.	**NAGROL sp. z o. o.**	Grain / feed	ul. Wały Piastowskie 1 pok. 1213 80 - 855 Gdańsk	tel: 0 58 374301 tel: 0 58 374305 - 6	Artur Kamiński Zbigniew Ohler **Sebastian Barra** Mariusz Rojak
7.	**PeZZARR sp. z o. o.**	Grain / feed	ul. Tartakowa 31/33 42 - 200 Częstochowa	tel: 0 34 614413 fax: 0 34 611317	Ruta Przybyła Irena Bujko prezes Małgorzata Skrzypczyk
8.	**PZZ Kozłów**	Grain / feed	32 - 241 Kozłów	tel: 0 498 839032 fax: 0 489 839032	prezes Jerzy Capiga
9.	**PZZ Kraków S.A.**	Grain / feed	ul. Ładna 27; 31- 444 Kraków	tel: 012 4115386;4114136, 4114201 fax: 0 12 4115386	Marek Lulek kier. działu ob. zb. Janina Luter
10.	**Central Soya Olsztynek**	Grain / feed	ul. Mierkowska 1; 11 - 015 Olsztynek	tel: 0 89 5192272 fax: 0 89 5192271	prezes Zbigniew Bryś
11.	**PZZ Białystok**	Grain / feed	ul. Elewatorska 14 15 - 620 Białystok	tel: 085 511041 fax: 085 512224	prezes Henryk Łada
12.	**PZZ Bolesławiec**	Grain / feed	ul. 1000-lecia 48 59 - 200 Bolesławiec	tel: 0 75 732 8948 do 7328950 fax: 075 7328838	prezes Jerzy Kuchciak
13.	**DOLPASZ Wrocław**	Grain /	ul. Legnicka 52	tel: 071 550824, 550504	dyrektor Roman Potarzycki

List of ACMI client including Association

		feed	54 - 200 Wrocław	fax: 071 550787	
14.	**IŁPASZ Iłowo**	Grain / feed	ul. Staszica 35 06-570 Iłowo	tel. 0 23 544300 fax. 0 23 544301	dyrektor Kazimierz Pszczółkowski
15.	**Wytwórnia Pasz w Brzesku FEED MILL**	Grain / feed	ul. Przemysłowa 6 32 - 800 Brzesko	tel: 014 6630106 fax: 014 6631807	vice prezes Halina Ogiela
16.	**Izba Gospodarcza Handlowców , Przetwórców i Producentów Zbóz**	**Grain / feed**	ul. Jasna 14/16 00 - 95-0 Warszawa	tel: fax: 8271642	prezes Bogdan Judziński V-ce prezes Andrzej Filipiak
17.	**POZMEAT**	Meat	ul. Garbary 101/111 61 - 757 Poznań	tel: 061 8552511; sekret. 0 61 85222750 fax: 0 61 8524368	kier biura zarz.Mirosław Czurak
18.	**PZM Poznań**	Meat	ul. Fabryczna 22/23 61 - 512 Poznań	tel: 061 8334741 fax: 0 61 8331629	Wojciech Parobkiewicz prezes Marian Janoś
19.	**Zakłady Mięsne "Ostróda - Morliny" S.A.**	Meat	14 -100 Ostróda Morliny	tel:088 477100,477371 fax:465163	Andzej Mazur
20.	**BEEF - SAN**	Meat	ul. E Orzeszkowej 8; 38 - 500 Sanok	tel: 0 13 4631603,4631936 fax: 0 13 4634816	Teresa Pietrzyk prezes Krzysztof Izdebski
21.	**MIĘSTAR**	Meat	ul. Klikowska 101; 33 - 120 Tarnów	tel: 0 14 222109 fax: 0 14 211150	Janina Rachlewicz prezes Kazimierz Krupa
22.	**ZPM "RAJBROT"**	Meat	ul. Juliusza Lea 210 30 - 133 Kraków	tel/fax: 0 12 138844 tel. kom. 090 355804	dyrektor Krzysztof Chudzik
23.	**ZM ŚLĄSK - POL S.A.**	Meat	ul. Kozielska 11/13 40 - 076 Katowice	tel ; 0 32 511485, 510 071 fa x: 0 32 517113	dyrektor Stanisław Przybylak
24.	**ZM "OSTROŁĘKA"**	Meat	ul. Przemysłowa 1 07 - 400 Ostrołęka	tell:0 29 603251, 605646 fax.0 29 605072	Leszek Lenart
25.	**ZM Kraków**	Meat	ul. Rzeźnicza 28 31 - 540 Kraków	tel: 0 12 215100 fax: 0 12 212111	kier. dz. market. Bożena Ożóg
26.	**ZM "KARCZEW" S.A.**	Meat	ul. Armii Krajowej 51 05 - 480 Karczew	tel/fax: 7796804	prezes Henryk Rosłaniec
27.	**ZM Białystok**	Meat	ul. Pozioma 2 15 - 950 Białystok	tel; 085 320004 fax: 085 325907	Joanna Bogdanowicz dyrektor Leszek Sadowski

List of ACMI client including Association

28.	**JAF Pilica**	Meat	Pilica	tel:	właściciel Antoni Nowak
29.	**Ogólnopolska Izba Gospodarcza Mięsa**	**Meat**	ul. Trębacka 4 pok. 402 00 - 047 Warszawa	tel:0 22 6309666,6309699, fax: 8274759	prezes Mieczysław Pawlak Jerzy Kacprzak
30.	**CEDROB sp. z o. o.**	Poultry	ul. Płocka 5 06- 400 Ciechanów	tel: 0 23 6723689 fax: 0 23 6724412	Wiktor Golubski prezes Mirosław Koźlakiewicz
31.	**INDYKPOL S.A.**	Poultry	ul. Jesienna 3 10 - 370 Olsztyn	tel: 0 89 5262222 fax: 0 89 5262223 sekret. 0 89 5262200	vice prezes Piotr Kulikowski
32.	**Niepołomickie Zakłady Drobiarskie**	Poultry	ul. Mokra 7 32 - 005 Niepołomice	tel: 012 812893; 812025; 812024; 811024 - dz. handl.	Paweł Dudzik prezes Zdzisław Kulpa
33.	**SEDAR sp. z o. o.**	Poultry	ul. Radzymińska 3; 21 - 350 Międzyrzec Podlaski	tel: 057 3714993 fax: 057 3714883	prezes Krzysztof Terlikowski
34.	**Zakład Uboju i Przetwórstwa Drobiu**	Poultry	Rudawa 350 32 - 064 Rudawa	tel: 0 90 334064 tel/fax: 012 825048	Ryszard i Joanna Sadowscy
35.	**Opolskie Zakłady Drobiarskie**	Poultry	ul. Arki Bożka 1 45 - 423 Opole	tel: 0 77 555253 , 552072	dyr. Franciszek Marciszewki
36.	**Wrocławskie Zakłady Drobiarskie**	Poultry	ul. Paprotna 8 51 -117 Wrocław	tel: 071 3252641, 3251614 fax: 071 3251171	kier. dz. mark. Stanisława Naumowiec
37.	**PZD SADROB S.A.**	Poultry	ul. Brzeska 57 09 - 400 Płock	tel: 024 625621,623613 fax:	prezes Rajmund Paczkowski
38.	**KZD EXDROB S.A.**	Poultry	ul. Mickiewicza 70 99 - 300 Kutno	tel: 024 533141, 533465 fax: 024 533679	prezes Mirosław Szałkowski
39.	**Krajowa Rada Drobiarstwa**	**Poultry**	ul. Czackiego 3/5 00 - 043 Warszawa	tel/fax: 8273849	Paweł Ciećko senator Sylwester Gajewski

ATTACHMENT B

Results of Questionnaire to ACMI Business Clients

QUESTIONNAIRE FOR ACMI BUSINESS CLIENTS

1. **How many meetings/contacts did you have with ACMI consultants?**

	Number of contacts	Average length of a meeting/contact
Personal contact	*2,8/month*	*1,5 – 2,5 hours*
by phone	*3,1/month*	
by fax	*0,5/month*	
by mail	*1/month*	
other	*seminars*	

2. **What was the frequency of meetings/contacts?**

- *once or twice a month*

3. **Was the frequency of meetings/contacts sufficient for you or would you prefer having consultations more or less often?**

Sufficient [53%] More often [47%] Less often [ ]

4. **Who initiated the meetings/contacts?**

Consultant [53%] Company [ ] Both [47%]

5. **What kind of information was provided to you?**

[84%] general market information [74%] market information specifically about your sector

[63%] price forecasts [19%] information about competitors

[11%] government policy analysis [24%] other

- *systems and methods of information processing and analyzing*
- *functioning of information systems*
- *association development and functioning*
- *outlooks on world grain markets*
- *marketing principles*
- *information sources*

6. **What kind of information was useful for you?**

- *all delivered information*
- *market situation analysis, discussion on sector condition*
- *statistical and analytical data*
- *grain markets in Poland*
- *price forecasts and projections*
- *quality standards required by EU*

- *analysis of provided information*
- *condition on a local and domestic agricultural markets*
- *international markets*
- *concept and functioning of commodity exchange*
- *information about competition*
- *price analysis*
- *sector information*
- *evaluation of domestic and European markets potentials*
- *trends on agricultural markets*
- *topics and information related to Poland's EU accession*

7. What kind of information was not useful for you?

- *sometimes the price forecasts and projection were not accurate*
- *presented information in some cases was too detailed*

8. Have you used information provided to you by ACMI consultants to make decisions in your company?

Yes [61%] No [39%] If yes, could you describe the decision that you made based on the information provided? (Use back of sheet if necessary)

- *scale of purchase level of commodities for further processing*
- *level of financial sources engagement in purchase activities*
- *development of business relations with a foreigner partner*
- *reorganization of a marketing department*
- *purchase of imported corn, cost reduction*
- *purchase of consumption wheat which take place at the right time*
- *estimation of production scale for chicken reproduction herds*
- *purchase of livestock from a group of producers*
- *purchase of domestic grain*
- *involvement in grain trading*
- *establishment of structure for delivery contracts signed with suppliers*
- *improved inventory management*
- *price policy*
- *sales and purchase level*
- *scale of grain purchase, lowering risk level associated with disturbance on a grain markets in 1996*

9. What kind of materials have been provided to you during meetings/contacts?

- *bulletins*
- *written materials*
- *market analysis*
- *commodity market information provided by exchanges*
- *information plan*
- *folders*
- *seminar materials*
- *information leaflets*
- *reports generated by consultants*

10. Were the information and materials adequate for your needs?

Yes [92%] No [8%] If no, how could they be improved?

- *more forecasts and projections on world agricultural markets*
- *more information on local markets and markets of FSU*

11. Was the information presented comprehensible, too complex or too simplistic?

Comprehensible [95%] Too complex [3%] Too simplistic [2%]

12. What other kind of information would you be interested in?

- *trends on agricultural markets in EU countries*
- *more information on dairy markets*
- *long-term projections*
- *scale of feed production and processing*
- *more detailed information on EU grain markets*
- *deeper analysis of meat markets*
- *functioning rules of commodity exchanges*
- *further information on local markets*
- *study of a price development process*
- *grain price analysis*
- *accession to EU*
- *distribution channels for the milling industry*
- *perspectives for international cooperation*
- *information on competition*
- *more detailed information*
- *methods and techniques of data processing and analysis*

13. Are you satisfied with the service provided during meetings/contacts?

Yes [100%] No [ ] If no, how could the service be improved?

14. Would you be willing to pay private consultants for this kind service?

Yes [95%] No [5%]

15. If yes, how much would you be willing to pay private consultants for this kind of service per month?

8%	1 - 200 zł	8%	601 - 800 zł
21%	201 - 400 zł	8%	801 -1000 zł
29%	401 - 600 zł	5%	more than 1000 zł
		21%	not decided

ATTACHMENT C

Final Report by Sparks Companies, Inc.

14

SPARKS COMPANIES, INC.

FINAL REPORT

September 1997

This is a review of the Agribusiness Commodity Information Project (ACMI). As you know, this project was a follow-on of the earlier agribusiness support and training activities supported by USAID's RAAPS projects in Poland. It was specifically intended to complement that work (with its focus on agribusiness management and training) through the design and use in Poland of western-style agribusiness information systems, and by assisting Polish firms in their use of current information in both planning and management decisions. Indeed, a training session held in Poland under the RAAPS project in February of 1995 served in part to introduce the ACMI concept and served to bridge the activities of one project to the next. During this seminar SCI introduced the information concept and discussed the place and role of information in the general business planning process.

The USAID RAAPS process in Poland focused on the development and use of well designed business plans, and the identification of management strategies well suited to Polish agribusiness conditions. This process, almost from the beginning, highlighted the severe lack of information for decision making purposes and the unfamiliarity of agribusiness managers with the use of such information. Not only must information sources be designed and developed, but Polish agribusiness firms needed to be "coached" on the proper application of agribusiness information. In addition, the routine use of agribusiness information needed to be incorporated into operating procedures for these firms.

An additional challenge was the need for validation with agribusiness managers that participated throughout the process. While the major concept was to develop and deliver agribusiness information to Polish agribusiness firms in the fashion that western firms have become accustomed to, it was clear that not every method that works in the west would be applicable to Poland. With this in mind, the process was constantly monitored and adjustments made.

From its outset, the project had three specific objectives:

1. Design western-type, conventional information systems that report the situation and outlook for selected agricultural commodities in Poland. While statistical reports were common throughout Poland, projections of future developments was not. This information was badly needed to reduce procurement risk of Polish agribusiness firms, and to improve their capacity to plan and manage their investments.

2. Develop the business and management skills and capabilities of Polish consultants, who would then incorporate agribusiness information products into practical applications for business. All of the consultants used also are University professors in an effort to insure that information generated could also be incorporated into university curricula.

3. Develop capability within Polish agribusiness associations to develop and deliver fundamental agribusiness information to agribusiness clients.

Sparks Companies, Inc. (SCI) routinely provides a constellation of agribusiness information and technical assistance services to private clients and others around the world. Its role in the ACMI project team was to take the lead in designing information products, in working to train project staff, consultants and association staff in Poland in the development and use of information systems and in the preparation and presentation of outlook and situation reports. In addition, SCI worked with Land O'Lakes (LOL) staff in training private sector Polish agribusiness firm staff members in the use and development of information in their planning and management decisions.

Project Context

Even today, most Polish agribusiness firms evolved from state owned entities that managed their operations to conform with an overall state-designed economic plan. Their central purpose was to operate as near capacity as possible in order to meet their internal goals. As a result, while many formerly state owned enterprises readily grasped the overall concept of identifying key markets and material sources, the routine use of information systems to design and regulate processes was little known or understood by many managers.

Western firms have long recognized the value of fundamental information in decision making, and use a variety of internal as well as externally generated information to enhance this process. And, while these systems are complex, they are well known and understood worldwide. Polish firms recognize the need to identify markets and sources as well, but prior to ACMI, generally lacked the capacity to undertake the systematic development or use of information. A key goal of the ACMI project from its inception was to develop conventional business information systems in the Polish context and help Polish firms become expert in their design and use to meet individual firm needs.

SCI Activities

SCI participated broadly in support of the project and of the LOL staff throughout its two-year life. However, most of SCI's activities were concentrated in seven primary project areas, described below. The scope of these activities encompassed the development/production process as well as the delivery of the final product.

1. Publication Development

In the fall of 1995, building on experience gathered under the RAAPS/Poland project, SCI was able to assist LOL in the basic design and development of key outlook and situation bulletins to meet local Polish needs. Existing models of such reports from the West were used as a starting point, considering both the "USDA" public information model and the SCI private consulting firm model. The models were presented and discussed in detail with LOL staff, and their construction described and demonstrated.

Typically, these publications are "built up" from a considerable analytic effort. In seminars in Memphis and Poland, SCI analysts described the analytic effort required to construct bulletins. Bulletin construction involves several steps, as summarized below:

a. Data gathering and organization
b. Balance table construction
c. Price analysis
d. Description of current situation, analytic conclusions and presentation of key results.

In training LOL/Poland staff, each phase was described and examples shown of the various components. One of the particular challenges in Poland was lack of current and reliable data. Price analyses require considerable historical data to permit a full understanding of normal fluctuations and system responses - for example, it often is thought necessary by experts to have ten to fifteen years of data to permit sound historical comparisons. In Poland, data before 1989 has little bearing on current market forces. An important aspect of SCI's consultancy was to bring to bear effective methods to minimize this deficiency.

Both information system design and staff training were undertaken simultaneously at the beginning of the project. Extensive work in Memphis was undertaken for LOL team members (see below) as well as representatives from the associations involved. In this setting, the LOL team actually worked directly with SCI analysts in their efforts to develop similar information systems. In addition, participants were able to view the process in action and form clear pictures of the necessary steps.

Working long-distance with LOL staff in Poland, during the very early days of the project, draft bulletins were developed for grains, hogs and pork, and for milk and dairy products. These bulletins served as both training devices for the project staff, and as sources of information for consultants and for agribusiness firms. Later in the project, after the development of model bulletins and the identification of local sources of data for the bulletins, SCI staff routinely commented in detail on current bulletins as they were developed and reviewed.

2. Training in the United States – SCI, Memphis.

Again during the early days of the project, SCI worked with LOL to design and present extensive background on information systems and their use. These were presented at SCI headquarters in Memphis during a one week seminar that was attended both by LOL staff from Poland and from Arden Hills. Presentations were given on all aspects of bulletin development as well as other aspects of the information design and presentation process, with emphasis on economic analysis. Very considerable effort was spent describing processes SCI routinely uses to gather and evaluate information, and how such analyses are conducted and validated – and, in discussing how they are used by agribusiness firms.

In spite of the limited time available, concentrated presentations gave a comprehensive picture of the process. Besides training, one of the other objectives of the seminar was to establish contacts between LOL and various areas of expertise within SCI. These contacts helped facilitate the flow of information from SCI to the overall project effort.

3. Seminars in Poland

SCI participated in three seminars in Poland that included all ACMI participants, including the participating companies. These sessions introduced participating companies to the general concept of agricultural information use as well as specific "break out" sessions that focused on the individual commodities. During these sessions, SCI focused attention on commodity outlooks with the idea of demonstrating how analytic conclusions are reached for specific commodities and what near term price expectations were for specific commodities. Materials prepared for these sessions included outlook books for each participant, presentation materials and special handouts. In addition to specific commodity outlooks, SCI covered areas such as price risk management, policy, trade and general consulting practices.

4. Consulting Visits

From the beginning of the project, emphasis was placed on the fact that the ACMI project was more than just a bulletin development process. The intent was to construct a "system" of activities that could eventually support the decision making processes of a large number of agribusiness firms. The three primary aspects of this system were:

1. seminars;
2. bulletins; and
3. consulting visits.

In this system, the visits by consultants to the agribusiness firms formed the key link between the project's analytic efforts and the practical application of the information developed by real agribusiness firms. The process not only helped train agribusiness managers in the use of information, but also helped project staff understand information needs of cooperating firms.

LOL staff in Poland established and sustaining the contacts with companies, through written, telephone (fax) and personal visits (especially the latter). SCI personnel traveled with Polish consultants to all 35 participating firms (some more than once) to provide client services.

SCI personnel made fourteen trips to Poland to participate in client meetings both to present outlook information and to respond to client questions, and to help the Polish consultants develop their consulting skills. To this end, the SCI representatives would work with the Polish consultants both before and after contact with the company, to prepare them for the visit and debrief them with regard to the effectiveness of the meeting.

The primary emphasis in client servicing sessions was to help them understand how to use the bulletins they were receiving as one of several information sources, and to understand the capacity of the Polish consultants to provide client information on a routine, "as needed" basis in order to complete the risk management process. The bulletins served as a valuable "reference point" with the consultants providing updates and further information as warranted. The primary objective of SCI in this process was to help Polish consultants interact with participating firms in a productive way.

In an effort to insure that SCI staff involved in the project were able to bring long experience and high levels of expertise to these meetings, only very senior personnel were used. These included primarily three Senior Vice Presidents, Mr. Tom Scott, Mr. Rob Westmoreland and Dr. William Motes. In addition, other SCI experts included Mr. Terry Dunn, an expert in data development and longer-term forecasting, Dr. Don Frahm, an expert in data systems and in forecasting, and Mr. Brad Clow, a transportation expert.

5. Contacts and Guidance with LOL

Throughout the process SCI sustained contact with LOL team members to support all phases of the project. Structured activities included a three day seminar in Poland at the beginning of the project and a one day seminar in Arden Hills, midway through the project process. The seminar in Poland, prepared and delivered by SCI, covered the general consultative process, described analytic technique with regard to price forecasting, and established goals and objectives for the upcoming two years. The seminar in Arden Hills was focused on the process of developing outlook information and how to use the information within the

context of an agribusiness firm's decision making process. This particular meeting included participants from a variety of other projects that LOL has under supervision. This broad spectrum of people helped facilitate the discussion and brought new perspectives to the process.

6. SCI Information

The bulletins developed for ACMI have at least two sources of input: one is information generated by the ACMI based consultants and the other is external information. Information generated by the ACMI consultants consisted primarily of information from government and non-government sources within Poland. External information was primarily provided by SCI and included global production-consumption information, price series, trade flows and forecasts. This information served as the "raw material" for the development of the bulletins. SCI information was identical to resources used to consult with western clients. The six main areas of SCI participation described above are of course, inter-connected and relate to each other in a circular manner. For example, analytic technique led to bulletin development, which led to incorporation of the concepts into the ongoing business plan process.

7. SCI Special Materials

Throughout the course of the project, SCI personnel developed and presented a large amount of special materials, too voluminous to attach to this report, but which are readily available at LOL office in Poland. These included draft bulletins (especially in the early days of the project), special presentations for the seminars, special materials for client meetings, and a continuing flow of SCI information documents used by LOL staff to develop their own bulletins.

This information was used regularly throughout the project. It provided a substantial source of information regarding the agricultural situation worldwide, in western Europe, and within Poland concerning production, crop conditions, weather and climatic conditions, agricultural consumption, prices and trade within Poland. It was used to supplement information concerning local and regional prices, production and other information provided by Polish sources.

ATTACHMENT D

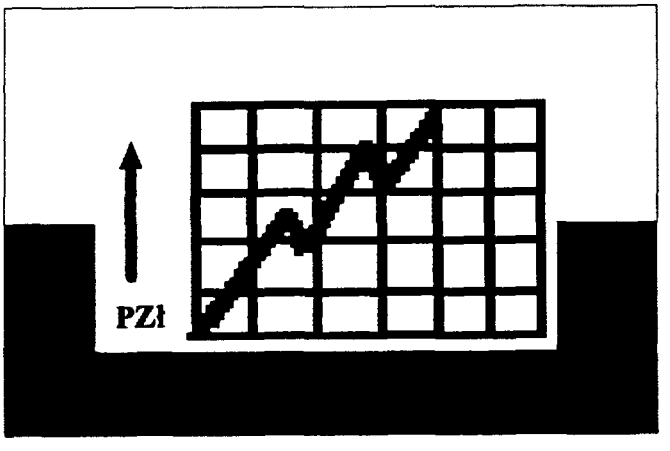
Final Evaluation Report

by Ted Weihe

September 1997

Agribusiness Market Information Systems:

Lessons from the Polish Experience



LAND O'LAKES, INC.

22

Table of Contents

Summary 1

Project Description 1

Project Activities 3

Conceptual Framework 4

Challenges 7

Examples of Impacts 9

Lessons Learned 10

Acknowledgements 10

This publication was made possible through support provided by the U.S. Agency for International Development, under the terms of Cooperative Agreement No. 181-0024-A-00-5216. The opinions expressed herein are those of the author and do not necessarily reflect the views of the U.S. Agency for International Development.

Agribusiness Market Information Systems: Lessons from the Polish Experience

This monograph assesses the experience of the Agribusiness Commodity Market Information Project (ACMI) in Poland. Its lessons can be applied to similar projects in Eastern/Central Europe, New Independent States of the former Soviet Union and market transitions in developing countries. Market information systems are an essential element of competitive markets and their development is a logical follow-on activity to assistance in privatization, firm-level business planning and, as economies evolve, an increasingly important component of agricultural development projects.

The marketing system not only moves commodities from production to consumption, it directs remuneration back to each production factor. As a consequence, markets generate information necessary at every step of the food chain. This information permits sellers to choose among alternative markets and channels (e.g., wheat into animal feed, flour or industrial starch), the production of different crops or livestock; and for agribusinesses to make critical business decisions and mitigate some of the risks of the marketplace.

Market information systems include detailed surveys by sectors, prices, situational analysis, outlook/forecasting and research. The full range of marketing information is critical to a competitive agricultural system because it makes the market transparent and efficient. The information helps firms to know more about the timing of purchases or sales, optimum product mixes, prospective investments, strategic planning and risk management. In turn, associations can inform producers as they specialize and respond to market signals.

Project Description

The two-year, $1.5 million USAID project was carried out in 1996 and 1997 by Land O'Lakes Inc. in cooperation with Sparks Companies Inc. Land O'Lakes is a vertically integrated U.S. cooperative that is carrying out numerous assistance projects in Eastern and Central Europe, NIS and developing countries. Sparks is a large private agricultural information company with worldwide activities.

The ACMI project succeeded an earlier project (RAAPS) by assisting in the privatization of state-owned agribusinesses by helping them compete in open markets. It concentrated on the preparation of agribusiness plans and management strategies (80 plans were prepared and implemented). This process highlighted the severe lack of information for decision-making and unfamiliarity by managers in the use of such information. Not only is current information lacking, it is not a natural element in centrally planned systems, and must be developed to complement private systems. Polish firms needed to be trained and coached in uses of market information and ways

to incorporate it into their operational procedures. No similar market information project of this type has been undertaken by USAID.

The project attempted to achieve three objectives:

(1) Design Western-type information systems that report the situation and outlook for selected commodities (grains, meats, poultry and dairy). This information reduces procurement risk and improves the capacity of firms to plan and manage their investments. The project lays the groundwork for the emergence of commercial services.

(2) Strengthen agribusiness management (35 leading firms), Polish consultants (seven), and project and association staff (seven) who can generate and incorporate agribusiness information into practical applications.

(3) Develop the capability of Polish commodity associations (National Poultry Board, National Alliance of Dairy Cooperatives, Chamber of Grain and Feed, and National Chamber of Meats) to provide market information bulletins, and to widely distribute and sustain them through dues and subscriptions.

Most Polish agribusinesses evolved from state-owned entities that managed their operations to conform to government directed plans. The central authority focused on maximum capacity to meet internal needs, rather than quality products to meet consumer demand. Former state-owned firms understood the concept of identifying markets only in a limited way (within the Eastern bloc trading system) and material sources, but the routine use of information systems was little known or understood by most managers. The lack of understanding of market information systems came from training and experience in the command system where quotas and goals that directed investments were clear and market signals largely confusing.

Marketing was often seen as sales and information was limited to current pricing. Today, Polish firms are coming head-to-head with Western companies and are increasingly at a severe disadvantage in transactions and competition for markets at home and abroad.

Western firms have long recognized the value of analytic and real time decision-making information and the importance of internal and external sources to enhance management and reduce risk. These complex and sophisticated systems are generally understood worldwide. Polish firms recognize the need to identify markets and sources but many still lack the capacity to undertake the systematic development and use of information. The ACMI project attempted to develop model information systems in the Polish context and help Polish firms in their overall design and use to meet individual firm needs.

25

Project Activities

1. Publication Development

Land O'Lakes and Sparks designed and trained Polish staff and consultants on outlook and situation bulletins to meet local Polish needs in meats, grains, dairy and poultry. Western models based on various sources of information (USDA, Sparks, AgroEurope) were modified to fit the Polish environment. These bulletins were built through gathering and organizing data, balance tables and price analysis; making forecasts; and drawing analytic conclusions.

A particular challenge in Poland was a lack of current and reliable data. For example, price analysis requires considerable historical data (10-15 years) to understand normal fluctuations. Yet, data in Poland before 1989 have little bearing on current markets. In the early development of model bulletins, ACMI staff relied heavily on Sparks analysts in Memphis; then, identified local sources and customized data. Over time, bulletins used less Sparks and more local and European information sources. Local staff produced draft bulletins, then handed them off to commodity associations where the bulletins were further tailored to their members.

2. Selection of Agribusinesses

The project selected 35 firms (20 in first year, 15 in second) for intensive instruction and application of the information in their decision-making. Consultants trained in the U.S. and Poland provided one-on-one consulting twice a month. Firms were selected based on leadership in targeted sectors, willingness to participate, progressive management and differing sizes (medium to large). Marketing information plans (including organizational options to implement them) were prepared by the consultants for each firm. A tracking system for consulting sessions was developed to assess the impacts and uses of the information in the bulletins. One-on-one consulting was critical to developing trust with senior managers to be able to discuss sensitive corporate issues.

3. Seminars and Consulting

Land O'Lakes and Sparks carried out four seminars on concepts of information systems and its uses with break out sessions by sectors. Special attention was paid to commodity outlook reports to demonstrate how analytical conclusions are reached and near term price expectations forecast. Price risk management, policy, trade and general consulting practices were detailed. U.S. analysts at seminars discussed U.S. and global markets, and local experts focused on Poland and European markets. The seminars were followed up with U.S. and consultant visits to apply the learning to specific firms. The idea was to simulate client servicing similar to Western consulting approaches.

4. Association Development

As soon as model bulletins were prepared by project staff and tested with the targeted firms, that part of the information process was shifted over to associations to assure sustainability after the project ended. Several hand-off models were carried out depending on the strength and character of the associations.

The strongest association is the Dairy Alliance (300 dairy cooperatives) that already produces some market information for its members. In this case, more sophisticated analysis has been incorporated into a existing publication, and the capabilities of its Statistics Department substantially strengthened.

The poultry bulletin was turned over to the National Poultry Board (includes all major processors and local associations) and has become its principal publication and service to its members. Subscription is $12 per monthly issue.

The meat bulletin was located in a separate consulting firm attached to the Chamber of Meats (800 members and 10 regional associations). Its future is uncertain, though the leadership indicated that demand is strong and they expect to charge $1.50 per bulletin.

The grains bulletin was initially handed off to one of the larger Polish grain firms (PZZ) and is now a membership service of the newly formed Chamber of Grains (109 members) that was created in cooperation with ACDI-VOCA's licensing and bonding project for grain storage. As a large grain producer (25 million metric tons) and given the nature of grain markets, Polish firms are more affected by overseas grain markets than the other commodities.

The project conducted U.S. and in-country training in association development for the four Polish associations and linked them with U.S. counterparts. Association training emphasized member services, income generating activities and lobbying.

Conceptual Framework

The conceptual framework of the ACMI project experience is intended to help practitioners in its application for other countries and similar market transitions. For agribusiness, marketing information and risk management used during the transition to a market economy can be viewed as moving through four phases:

(1) command economy where government defines and directs physical allocations for state-owned enterprises through central plans and quotas.

(2) seat-of-the-pants decision-making by newly privatized firms that rely mostly on informal processes with little understanding of the critical role of marketing information; and governments continue to exert heavy and unpredictable impacts on markets.

(3) informed and objective decision-making in which financial institutions begin to require more detailed market analysis, government interventions decrease, nascent risk management tools are developed and agribusiness managers begin to appreciate market information systems.

(4) fully functioning, free markets characterized with an array of market information sources, commercial market information firms, few government interventions and sophisticated risk management tools such as hedging available to agribusinesses.

To be competitive and survive in the evolving Polish marketplace, the project attempted to help managers move from seat-of-the-pants to informed and objective decision-making. An equivalent Polish colloquialism for "seat of the pants" is "following the tip of your nose."

In interviews with managers who participated in the project, they defined seat-of-the-pants decision-making in the current Polish environment as:

- lack of awareness by managers of the importance of marketing information.
- reliance on informal marketing sources (word of mouth).
- inability to make timely and independent decisions.
- unable to process lots of different sources of information.
- reliance on weak marketing departments concerned primarily with sales (i.e., volume), not responding to customer preferences nor advising managers on risk management approaches.
- copy cat decisions in which smaller firms base their actions on what larger former state firms are doing.
- unresponsiveness by agribusinesses to economic opportunities.

In a developing market system, agribusinesses need to understand the importance of access to market information and develop skills in data use and analysis in response to changing market conditions. For informed and objective decision-making, they must have a customized and systematic way to collect and analyze market information.

Firms should be able to:

- clarify and assess their information needs.
- identify and systematize sources of information related to the firm's market activities.
- evaluate relevance of different information sources.
- take steps to incorporate information into market decisions.
- make organizational changes for incorporating market information.
- develop an implementation plan to accomplish these tasks.

28

In addition, market bulletins are able to provide more precise and relevant information and systematic analysis instead of snapshots. Trained consultants and new information sources such as private firms, commodity associations and improved government statistical offices are developed in the economy. For risk management, commodity exchanges begin to provide financial instruments such as options and hedging. Hedging is a financial instrument that Western firms routinely use to lower their price risks by 70% to 80% on sales and purchases. Hedging transfers risk from firms to speculators on the futures markets. With hedging, firms can focus their information needs on the 20% or 30% of their risk.

The firms that are able to understand and use market information to mitigate against market risks are likely to survive. Others will not.

Project Matrix

CURRENT		NEW
AGRIBUSINESS	→	AGRIBUSINESS
Seat of the Pants		Informed & Objective

CURRENT SOURCES		DECISIONS		NEW SOURCES (Project Interventions)
Experience Good Old Boys Brokers Newspapers Statistic Department (Boss)	→	Sales Purchases Products Mixes Import/Export Investments Strategic Planning	←	Association Bulletins Consultants Seminars Private Firms (Sparks/Agro Europe)

SUSTAINABLE SYSTEMS
Associations with Improved Information
Private Information Firms
Marketing Consultants

29

Challenges

The project had to quickly train Polish staff and consultants in complex information systems and analysis in a short time in order to produce the model bulletins. This capacity building took longer than anticipated and delayed application and handing off of the bulletins to associations.

The project relied on existing sources of market information (e.g., BOSS, GUS, Sparks) but participants were more interested in Polish data or that of Eastern Europe where accurate information was lacking. This gap hurt the project's credibility with some firms.

Given the diversity and different capacities of firms, it was sometimes difficult to fully understand current decision-making processes and apply more informed and analytical approaches. Many firms were too small to develop stronger marketing departments and internal information systems. Some firms and senior managers saw marketing as too sensitive for candid discussions with consultants about company decision-making. Others accepted analysis without questioning and did not understand the underlying dynamics of the analysis. These managers exhibited naiveté about the predictive ability of such analytical systems.

Several associations were weak with limited staff to carry on the publication of sector-specific market information bulletins after handoff. Subscriptions to information services required to prepare the bulletins are costly for smaller associations. Through institutionalizing the bulletins in sector associations, a more integrated bulletin for firms that are interested in the inter-relationships of the four commodities will not occur.

Many firms in the associations may not be willing to pay high enough subscription rates to maintain quality bulletins. Only a limited number of firms received intensive training in the application of the information. Model bulletins were prepared for consultants and participating companies, were not widely disseminated and may not have created sufficient sector-wide demand. The associations were supported in publishing the bulletins and provided with computers, printers, software and binders. Their ability to continue publication after the project ends appears likely, but should be reviewed at a later date to fully assess sustainability.

Impacts

Three bulletins are expected to be sustainable within the associations and the future of the fourth (meats) is uncertain. Based on interviews, demand for the bulletins is high and valued by association leadership and leading firms in the four sectors. The project substantially strengthened the four associations in their operations, strategic planning, advocacy and member services.

The project met and exceeded project outputs and helped achieve USAID/Poland's intermediate results in assisting small and medium enterprises in business development (indicator: 30 agribusinesses using services of support organizations) and building sustainable indigenous organizations (indicator: 4 sustainable national associations) that provide technical assistance and training to enterprises.

The most significant impacts are process-related. The project helped local and association staff and consultants to gather, analyze and prepare marketing information and apply the information at the firm level. Specific impacts are difficult to assess given the complexity of the factors other than information included in manager decisions. Agribusiness firms will require and acquire increasing amounts of marketing information as they become more competitive and will carry out risk management programs or they are unlikely to survive. The project accelerated the acquisition and development of these marketing information systems.

Based on consulting reports and interviews, impacts included:

- Made the right decision at the right time to purchase rye and wheat.
- Enabled firm to implement EU standards.
- Helped in making decision to increase production levels for broilers.
- Understood better opportunities for duck exports to Germany.
- Marketing data was important in preparing joint venture with U.S. company.
- Through analysis of grain balance and future assumptions, made important purchasing decision.
- Able to make appropriate livestock purchases given analysis of prices and availability by Polish regions.
- Created new market information system within firm.
- Used information to assist suppliers and producer of turkeys.
- Carried out strategic plan based on market information.
- Better understood the relationships of grain, feed and livestock markets and forecasting demand and price levels.
- Information about customs on soybeans helped trading firm to reduce risks in volatile market.
- Better able to make inventory decisions based on forecasting of prices.
- Since it is too expensive to create own information, bulletins provided information in timely and concise form.
- Decided not to buy Romanian grain and, instead, purchased lower cost for U.S. corn.
- In the face of expected world surplus, decided to purchase minimum grain needs and postponed purchases until prices fell.
- Because bulletin indicated that export quota ran out for Czech grains, purchased Czech grains via Slovakia.

The list is not comprehensive but a sample of impacts and comments as a result of the information and consulting generated by the project. Through bulletins, telephone contacts, U.S. consultant visits and seminars, the project generated a continual flow of information that facilitated decisions of the types above.

It is important to note that most decisions are not made discretely or in isolation from other considerations. Rather, decisions with regard to the market often have a continuous or rolling nature.

Examples of Impacts

Early in the project, a U.S. consultant visiting a milling company discussed grain prices. At the meeting, the company mentioned the prices it was paying for wheat f.o.b. Ukraine. Based on the analysis of availability at the time, the consultant suggested that the price for Ukrainian grain was very favorable and a good value. The miller acted on this information and purchased additional wheat over the next few weeks. Subsequent bulletins and consultant discussions confirmed this information and supported the manager's action. Later in the project, seminars offered a broader context for the reasons that prices increased and why the initial Ukrainian price was so favorable.

A grain storage company bought all the grain available to fill its elevators in 1990. This was the wrong decision because they had too much supply and got stuck with excessive inventory. With better analysis in 1996 through the project, the company played the market more cautiously and now monitors global trends. Through careful decision-making, the firm timed purchases based on these forecasts. A larger similar firm that is less knowledgeable in marketing information is failing because management does not understand how the Polish market is related to volume and prices on world markets.

A meat processing company developed a business plan and a marketing information system through both Land O'Lakes projects. In 1990, the owner did all of the purchasing and sales. Today, the firm has a three-and-a-half person marketing department and is responsive to consumer demand. The firm produces various meat products tailored to customer preferences and demand, and keeps inventories at a minimum. The firm has regularly used all four bulletins, relied on market consultants, and the owner and manager participated in every project seminar. As a result, the firm has a 350% annual growth rate.

Ultimately, marketing information services need to be provided by the private sector. This is now occurring in Poland. Sparks Companies Inc. opened a Warsaw-based office after the project ended. Demand for Sparks and similar services by other firms (e.g., AgroEurope, Pakpol) was created by firms that participated in the project. Larger Polish firms are able to immediately afford these information and consulting services. No USAID project funding was used in these commercial endeavors.

Lessons Learned

1. Given the complexity of marketing information systems, project effectiveness would have been greatly enhanced by location of an expatriate staff with strong technical expertise in Poland. Transfer of knowledge to local staff would have been faster and more effective than U.S. training of Polish staff and heavy reliance on U.S. consultants for seminars and one-on-one firm consulting.

2. Evidence of project success was apparent when senior managers, not lower level salespeople, got involved in the project; firms began to rely increasingly on consultants; managers asked for advice on specific decisions; firms expressed a willingness to pay for additional market consultations and bulletins; and associations felt that their membership expected these informational services.

3. The major challenge in shifting from seat-of-the-pants to informed and objective decision-making is the lack of trained firm-level staff with an understanding of marketing and a technical ability to interpret and apply marketing information to mitigate against risks. Lack of a fully functioning commodity exchange places Polish firms at a competitive disadvantage and at greater risk since they can not hedge (futures contracts, options) their purchases and sales.

4. The project generated analytic information on supply-demand and price outlooks. It was delivered through monthly bulletins, bimonthly consultant visits and semi-annual seminars. The consultants were supposed to fill in the gaps between bulletins. In retrospect, a weekly fax bulletin would be preferable to large and detailed monthly bulletins that were somewhat dated by the time they were received by firms. The project also should have charged fees for bulletins and attendance at seminars to stimulate commercial demand.

Acknowledgements

Land O'Lakes thanks Tom Rulland and Deborah Wagner, project team leaders who ably managed the project. Key local project staff were Aleksandra Orlik, Danuta Czajka and Robert Kucinski, who made the project a success. Bill Motes, Tom Scott and Tom Westmoreland, among other Sparks staff, provided continuous support, technical backstopping, training and project consulting. We also appreciate the contributions of the consultants, association leaders and agribusiness managers and marketing staff. Most especially, we thank Magdalena Wyganowska of USAID/Poland, the project officer. This monograph was authored by Ted Weihe, who conducted the final project evaluation in September 1997.

33

ATTACHMENT E

Example of a
Dairy Sector Market Information Bulletin

February 1997

Biuletyn Informacyjny ACMI

Sytuacja na Rynku Mleka

Nr. 2/97 (6) Luty 1997

35

SPIS TREŚCI

I. SYTUACJA MAKROEKONOMICZNA W POLSCE 2

PODSTAWOWE WSKAŹNIKI MAKROEKONOMICZNE 2
SYTUACJA W ROLNICTWIE 3
PODSTAWOWE WYDARZENIA W MLECZARSTWIE 4

II. POLSKI RYNEK MLEKA 4

PRODUKCJA I SKUP MLEKA 4
CENY SKUPU MLEKA 6
RYNEK PODSTAWOWYCH ARTYKUŁÓW MLECZARSKICH 7
Rynek mleka spożywczego 8
Rynek serów twarogowych 9
Rynek serów dojrzewających 11
Rynek masła 13
Rynek mleka w proszku 14

III. ŚWIATOWY RYNEK MLEKA 15

OGÓLNE INFORMACJE O ŚWIATOWYM RYNKU MLEKA 15
RYNEK MLEKA W PROSZKU 16
RYNEK MASŁA 17
RYNEK SERA DOJRZEWAJĄCEGO 18

IV. WYKRESY I TABELE 19

I. SYTUACJA MAKROEKONOMICZNA W POLSCE

Podstawowe wskaźniki makroekonomiczne

Tabela 1

Okresy	Bezrobocie	Przeciętne wynagrodzenie miesięczne brutto kwartalnie (zł)	Wskaźnik zmian cen żywności	Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych I	Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych II	Kurs 100 USD według NBP	Stopa oprocentowania kredytu redyskontowego
1996 - I	15.4	-	102.3	121.0	103.4	251.10	23
II	15.4	-	104.2	120.4	101.5	254.42	23
III	15.4	842.9	106.5	120.4	101.5	257.60	23
IV	15.1	-	109.5	120.3	102.2	262.14	23
V	14.7	-	110.9	119.8	101.4	267.16	23
VI	14.3	855.35	111.8	119.5	101.0	271.45	23
VII	14.1	-	109,7	120,4	99,9	271,47	23
VIII	13.8	-	109,5	120,5	100,5	272,91	22
IX	13,5	-	112,4	119,5	101.9	277,81	22
X	13,2	890,51	113,7	119,5	101,4	281,89	22
XI	13,3	-	116,2	119,1	101,3	281,58	22
XII	13,6	985,32	119,0	118,5	101,3	285,79	22
1997 - I	13,5	-	101,2	118,1	102,9	292,73	22
II							
III							
IV							
V							
VI							
VII							
VIII							
IX							
X							
XI							
XII							

Wskaźnik cen żywności - grudzień roku poprzedniego = 100 *Źródło: GUS*
Wskaźnik cen I - analogiczny okres roku poprzedniego
Wskaźnik cen II - miesiąc poprzedni = 100

⇒ Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych w styczniu 1997 r. w stosunku do stycznia 1996 r. wyniósł 118,1% (wobec 121,0 % w analogicznym okresie ub. roku).

⇒ W styczniu 1997 r. w stosunku do grudnia ub. r. ceny towarów i usług konsumpcyjnych wzrosły o 2,9%. W okresie ostatnich 12 miesięcy był to najwyższy wzrost.

⇒ W styczniu br. wzrost cen żywności w stosunku do miesiąca poprzedniego wyniósł 1,2% i był niższy niż w dwóch poprzednich miesiącach. Wysoką dynamikę wzrostu wykazywały ceny detaliczne tłuszczów zwierzęcych, w tym głównie masła. Powyżej przeciętnej dynamiki cen żywności podrożało mleko i napoje mleczne o 2,4%. Sery twarogowe podrożały o 1,2%, a sery dojrzewające i topione o 1,1%.

⇒ Ceny produkcji sprzedanej przemysłu wzrosły w styczniu br. w stosunku do grudnia ub. r. o 1,9% i były o 11,2% wyższe niż przed rokiem. W tym samym okresie ceny zbytu artykułów mleczarskich wzrosły o 1,5%.

⇒ Średni miesięczny urzędowy kurs dolara amerykańskiego wyniósł w styczniu br. 292,73 zł/100 USD.

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

37

Sytuacja w rolnictwie

⇒ Wg wstępnych danych GUS zbiory zbóż podstawowych z mieszankami wyniosły w 1996 r. 24,7 mln ton, tj. o około 0,9 mln ton (o 3,5%) mniej niż w 1995 r. Jest to poziom o ok. 1,2 mln ton (o 5,3%) wyższy niż przeciętne zbiory z lat 1991-1995. W okresie lipiec-grudzień 1996 r. sprowadzono do kraju ok. 2,3 mln ton zbóż, w tym 2,1 mln ton pszenicy. Wielkość skupionego zboża od producentów krajowych w tym okresie była zbliżona do wielkości dostaw zboża z importu.

⇒ W styczniu br. skupiono ogółem 109,8 tys. ton zbóż, tj. o 4,2% więcej niż w grudniu ub. r., ale jednocześnie o 35% mniej niż przed rokiem, w tym pszenicy 64,2 tys. ton (o 16,6% więcej niż w grudniu ub. r.) i żyta 24,4 tys. ton (o 3,2% mniej niż w poprzednim miesiącu). W stosunku do stycznia ub. r. pszenicy skupiono o 46,5% mniej, a żyta o 7,7% mniej.

⇒ W styczniu br. cen zbóż utrzymywały się na poziomie zbliżonym do cen w miesiącu poprzednim.

⇒ W styczniu 1997 r. w skupie płacono: za 1 dt pszenicy 55,38 zł (o ok. 2,9% mniej niż w grudniu ub. r.), za 1 dt żyta 40,82 zł (o ok. 0,7% więcej niż w miesiącu poprzednim).

⇒ W styczniu br. w obrotach targowiskowych: za 1 dt pszenicy płacono 59,78 zł (mniej o 0,8% w stos. do m.-ca poprzedniego), za 1 dt żyta płacono 43,23 zł (więcej o 0,8%).
W porównaniu do analogicznego m.-ca ubiegłego roku ceny pszenicy na targowiskach były wyższe o 34,6%, a żyta o 41,9%.

⇒ W styczniu br. odnotowano wzrost cen ziemniaków konsumpcyjnych na targowiskach i płacono za nie średnio 23,85 zł/dt, tj. o 11,2% więcej niż przed miesiącem, ale o 32,6% mniej niż przed rokiem.

⇒ W styczniu br. w obrotach targowiskowych rolnicy uzyskiwali średnio:

- za krowę - 1585 zł (o 8,9% więcej niż przed rokiem i o 0,4% więcej niż w grudniu ub. r.),
- za jałówkę jednoroczną -970 zł (o 7,9% więcej niż przed rokiem i o 1,0% więcej niż w grudniu ub. r.),
- najwyższe ceny za krowę uzyskiwano: w woj. poznańskim - 1750 zł (o 11,6% więcej niż przed rokiem), woj. gorzowskim - 1748 zł (o 6,3% więcej niż przed rokiem), woj. leszczyńskim - 1737 zł (o 7,5% więcej),
- najniższe ceny krów odnotowano w: woj. nowosądeckim - 1384 zł (o 8,3% więcej niż przed rokiem), woj. kieleckim - 1400 zł (o 2,2% więcej).

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

38

Podstawowe wydarzenia w mleczarstwie

⇒ Krajowe Porozumienie Spółdzielni Mleczarskich aktywnie uczestniczy w wypracowaniu nowej koncepcji zasad interwencji Agencji Rynku Rolnego na rynku mleka w sezonie 1997/1998. Nowy system zakłada objęcie interwencją większości podmiotów, produkujących odtłuszczone mleko w proszku oraz masło.

⇒ Prawdopodobnie już na najbliższym posiedzeniu KERM zapadnie decyzja o wysokości ceny minimalnej na mleko stosowanej przez ARR przy wykupie interwencyjnym odtłuszczonego mleka w proszku i masła.

⇒ Komisja Europejska podjęła 24 stycznia 1997 r. Decyzję, która zmieniając Decyzję nr 95/343/EC (Dz.U.W.E. nr L 125 z 23 maja 1996 r. s.16) wprowadza nowe, określone w załącznikach wymagania stawiane przy sporządzaniu świadectw zdrowotnych, dotyczących importu z krajów trzecich produktów mleczarskich i ich pochodnych. (Dz.U.W.E. nr L 42 z 13 lutego 1997 r. s.16).

⇒ Oprocentowanie kredytów inwestycyjnych objętych dopłatami ARiMR do oprocentowania, realizowanych w ramach branżowego Programu Restrukturyzacji i Modernizacji Mleczarstwa, na dzień 30 stycznia 1997 r. wynosiło od 6,60% (oprocentowanie płacone bankowi przez kredytobiorcę) w Banku Gospodarki Żywnościowej S.A., Banku Rolno-Przemysłowym S.A., Banku Śląskim S.A., w Citibank S.A. do 8,25% m.in. w Banku Gospodarki Żywnościowej S.A., w Banku Unii Gospodarczej S.A., Gosp. B. Południowo-Zach.S.A., Banku Śląskim S.A.

⇒ Wytypowano 105 zakładów mleczarskich, w tym 79 spółdzielni mleczarskich upoważnionych do eksportu na rynek UE od 1 stycznia 1997 r. Lista zakładów mleczarskich została zestawiona na podstawie dokumentów kwalifikacyjnych Wojewódzkich Weterynaryjnych Inspektorów Sanitarnych na wniosek zakładu mleczarskiego i w oparciu o wymagania UE zawarte w Dyrektywie 92/46 EEC z dnia 16 lipca 1992 r. (Departament Weterynarii MRiGŻ) - ***Tabela 35.***

II. POLSKI RYNEK MLEKA

Produkcja i skup mleka

⇒ Produkcja i skup mleka w latach 1989-1995 systematycznie malała. Rok 1996 był pierwszym rokiem wzrostu skupu mleka, a tym samym ilości surowca dla przetwórstwa. Można się liczyć także ze zwiększeniem się procentowego udziału skupu w całości produkcji mleka, co jest sygnałem rozwoju towarowej produkcji mleka w gospodarstwach rolnych ***(Tabela2, Wykres 2).***

⇒ W styczniu br. skupiono 430,4 mln l mleka, o 1,6% więcej niż w grudniu ub. r. i o 7,9% więcej w stosunku do stycznia poprzedniego roku,(***Tabela 3, Wykres 3***)

⇒ Wielkość skupu mleka w styczniu potwierdza kontynuację trendu zwiększania się skupu mleka w porównaniu do roku ubiegłego. Przewiduje się, że skup mleka w I kwartale bieżącego roku będzie wyższy o ok. 5,7% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Źródła: GUS.KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

39

⇒ 85,6% spółdzielni mleczarskich prowadziło w grudniu ub. r. skup mleka poniżej 100 tys. litrów mleka dziennie *(Tabela 5)*. W okresie sezonowego wzrostu skupu mleka w 1996 r. tylko 25-30 % podmiotów mleczarskich skupowało powyżej 100 tys. litrów mleka dziennie.

Prognoza:
Przewiduje się, że produkcja mleka w 1997 roku będzie wyższa o ok. 1% w stosunku do 1996 r. i ukształtuje się na poziomie ok. 11,66 mld litrów, a skup będzie wyższy o ok. 2-3 % w stosunku do 1996 r. i osiągnie poziom ok. 6470-6530 mln litrów.

STATYSTYKA

Tabela 2

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996*)	1997**)
Produkcja mleka (mln l.)	15955	15382	14199	12770	12271	11866	11420	11550	11665
Dynamika produkcji mleka w % (rok do roku porzed.)	-	96,4	92,3	89,9	96,1	96,7	96,2	101,1	101,0
Skup mleka (mln l.)	11385	9829	7844	6854	6682	6269	6139	6342	6487
Dynamika skupu mleka w % (rok do roku porzed.)	-	86,3	79,8	87,4	97,5	93,8	97,9	103,3	102,3
Udział skupu w prod. (%)	71,36	63,90	55,24	53,67	54,45	52,83	53,76	54,91	55,61

**) dane GUS przed korektą roczną*
***) prognoza*

Tabela 3

SKUP MLEKA W MLN L.												
	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
1995	390.0	364.0	428.0	451.0	603.0	640.0	643.0	601.0	554.0	556.0	431.0	398.0
1996	399.0	381.0	436.0	465.0	585.0	656.0	695.0	665,9	606.6	555.2	445,7	423,5
1997	430,4	410,0	445,0	480,0	596,0	675,0	705,0	678,0	623,0	565,0	449,0	431,0

	I KW	II KW	III KW	IV KW	I-XII	KOR.*
1995	1182.0	1694.0	1798.0	1385.0	6059.0	6139.0
1996	1216.0	1706.0	1967.5	1424,4	6314.9	6342.5
1997	1285,4	1751,0	2006,0	1445,0	6487,4	-

Źródło: GUS
**korekta GUS*
prognozy autorów

Tabela 4

DYNAMIKA SKUPU MLEKA W % (do analogicznego okresu roku poprzedniego)												
	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
1995/94	91,0	96,2	97,0	96,1	98,9	96,2	99,8	103,9	96,2	100,8	102,5	102,6
1996/95	102,3	104,7	101,9	103,1	97,0	102,5	108,1	110,8	109,5	99,8	103,4	106,4
1997/96	107,9	107,6	102,1	103,2	101,9	102,9	101,4	101,8	102,7	101,8	100,7	101,8

	I KW	II KW	III KW	IV KW	I-XII
1995/94	94,7	97,1	100,0	101,8	97,9
1996/95	102,9	100,7	109,4	102,8	104,2
1997/96	105,7	102,6	101,9	101,4	102,7

Źródło: GUS i obl. własn.
prognozy autorów

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

Tabela 5

STRUKTURA SPÓŁDZIELNI MLECZARSKICH POD WZGLĘDEM DZIENNEGO SKUPU MLEKA w % w 1996 r.												
SKUP w tys. l	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
poniżej 20	26,7	27,0	22,5	21,4	16,4	15,2	12,3	12,4	15,8	18,7	20,3	25,9
20-60	45,2	45,3	45,1	45,0	42,4	35,6	34,8	37,3	37,4	38,8	44,2	42,4
60-100	16,3	15,3	15,8	14,3	17,2	23,9	22,5	24,8	22,4	18,7	16,7	17,3
100-200	8,1	9,5	11,5	14,3	15,7	15,2	18,1	16,1	15,8	16,6	14,5	10,8
200-300	3,0	2,2	4,4	4,3	7,1	5,8	8,7	5,8	5,0	4,3	3,6	2,9
powyżej 300	0,7	0,7	0,7	0,7	1,4	4,3	3,6	3,6	3,6	2,9	0,7	0,7

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Tabela 6

STRUKURA DOSTAW MLEKA DO MLECZARNI w % W GRUDNIU 1996 r.		
Makroregion	Skup	Zakup
południowo-wschodni	94,4	5,6
południowo-zachodni	70,5	29,5
południowy	84,4	15,6
północno-wschodni	84,9	15,1
północny	78,4	21,6
środkowo-wschodni	99,4	0,6
środkowo-zachodni	92,1	7,9
środkowy	94,6	5,4
Polska	*90,7*	*9,3*

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Ceny skupu mleka

⇒ W styczniu br. za 1 litr mleka płacono 0,57 zł, tj. 10,6% więcej niż przed rokiem i o 1,7% więcej niż w miesiącu poprzednim ***(Tabela 7)***.

Prognoza:

Przewiduje się, że na koniec I kw. 1997 r. przeciętna cena skupu mleka powinna ukształtować się na poziomie 0,58 zł/l.

STATYSTYKA

Tabela 7

PRZECIĘTNA CENA SKUPU MLEKA W ZŁ/LITR												
	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
1995	0,39	0,41	0,42	0,43	0,43	0,43	0,43	0,43	0,45	0,47	0,49	0,51
1996	0,51	0,51	0,52	0,51	0,51	0,50	0,50	0,50	0,51	0,53	0,54	0,56
1997	0,57	0,58	0,58	0,57	0,57	0,57	0,57	0,57	0,58	0,59	0,60	0,61

Źródło: GUS

	I KW	II KW	III KW	IV KW	I-XII
1995	0,41	0,43	0,44	0,49	0,44
1996	0,51	0,51	0,50	0,54	0,51
1997	0,58	0,57	0,57	0,60	0,58

prognozy autorów

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

41

Tabela 8

CENY SKUPU MLEKA w ZŁ/L ORAZ ICH DYNAMIKA w % w 1997 r.												
WYSZCZEGÓLNIENIE	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
Przeciętna cena skupu	0,57	0,58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Min. cena skupu *)	0,40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Max. cena skupu *)	0,73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dynamika cen przeciętnych w stos. do miesiąca poprzed.	101,7	101,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dynamika cen przeciętnych w stos. do analog. m.-ca roku poprzedniego	110,6	113,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

**) Źródło: ZMiIR(KPSM)*

Tabela 9

CENY SKUPU MLEKA W MAKROREGIONACH w ZŁ/L						
	Średnia cena ważona		Cena min.		Cena max.	
Makroregion	grudz.'96	list.'96	grudz.'96	list.'96	grudz.'96	list.'96
południowo-wschodni	0,54	0,53	0,42	0,42	0,66	0,66
południowo-zachodni	0,56	0,54	0,40	0,37	0,64	0,64
południowy	0,55	0,54	0,48	0,47	0,61	0,59
północno-wschodni	0,64	0,61	0,52	0,47	0,68	0,68
północny	0,59	0,57	0,49	0,47	0,65	0,64
środkowo-wschodni	0,56	0,54	0,47	0,46	0,70	0,66
środkowo-zachodni	0,56	0,55	0,43	0,43	0,73	0,83
środkowy	0,57	0,55	0,50	0,47	0,66	0,64
Polska	*0,58*	*0,55*	*0,40*	*0,37*	*0,73*	*0,83*

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Rynek podstawowych artykułów mleczarskich

W styczniu 1997 r. w porównaniu z analogicznym okresem roku wcześniejszego produkcja artykułów mleczarskich była wyższa, i tak: serów topionych wyprodukowano o 19,3% więcej, serów twarogowych o 13,2 %, serów twardych o 12,0%, śmietany i śmietanki o 10,5 %, mleka spoż. o 1,0 %, masła o 6,2%. Produkcja mleka w proszku była o 1,9% wyższa niż w styczniu ub. roku. (***Tabela 10, Wykres 5-12***)

Tabela 10

PRODUKCJA ARTYKUŁÓW MLECZARSKICH NARASTAJĄCO w 1997 r.												
Wyszczególnienie	I. 1997	I.-II. 1997	I.-III. 1997	I.-IV. 1997	I.-V. 1997	I.-VI. 1997	I.-VII. 1997	I.-VIII. 1997	I.-IX. 1997	I.-X. 1997	I.-XI. 1997	I.-XII. 1997
Mleko spożywcze mln l	117,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sery twarogowe tys. ton	18,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sery podpuszczkowe tys. ton	11,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sery topione i smaż. tys. ton	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Śmietana i śmietanka mln l	11,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mleko w proszku tys. ton	7,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Masło tys. ton	8,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dynamika produkcji w % w stosunku do analogicznego okresu 1996 r.												
Mleko spożywcze	101,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sery twarogowe	113,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sery podpuszczkowe	112,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sery topione i smażone	119,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Śmietana i śmietanka	110,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mleko w proszku	101,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Masło	106,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: GUS

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

42

Rynek mleka spożywczego

⇒ Produkcja mleka spożywczego w styczniu br. była wyższa o 11,7% w stosunku do miesiąca poprzedniego i o 1,0% wyższa w porównaniu do stycznia ub. r.*(Tabela 11, Wykres 5)*.

⇒ W ciągu 1996 roku systematycznie malał udział produkcji mleka spożywczego w folii, przy jednoczesnym wzroście udziału mleka spożywczego w kartonach - głównie UHT *(Tabela12)*.

⇒ W 1996 roku najbardziej popularne było mleko o zawartości 2-2% tłuszczu, jednakże w II połowie roku obserwowano wzrost produkcji mleka o zawartości 3% i więcej tłuszczu, co mogło wiązać się z prowadzoną w tym okresie kampanią promocyjną tłuszczu mlekowego *(Tabela 13)*.

Prognoza:
Przewiduje się, że produkcja mleka spożywczego w roku 1997 wyniesie 1280-1290 milionów litrów i będzie wyższa w porównaniu z rokiem 1996 o 1,3-2,0%. *)

*)*Prognozy zostały oparte o skorygowane przez GUS wielkości produkcji poszczególnych produktów za rok ubiegły*

STATYSTYKA

Tabela 11

PRODUKCJA MLEKA SPOŻYWCZEGO(MLN L)												
	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
1995	108.6	101.6	110.5	96.5	103.2	97.5	95.3	97.5	96.2	103.0	103.9	100.4
1996	116.0	108.9	114.6	106.4	109.7	98.9	100.1	95,4	102.1	106.5	101.5	104.9
1997	117.1	110.5	115.5	107.0	110.5	99.5	102.0	103.5	105.0	107.5	103.0	105.5

	I KW	II KW	III KW	IV KW	I-XII	KOR.*
1995	320.7	297.2	289.0	307.3	1214.2	1260.6
1996	339.5	315.0	297.5	312.9	1264.9	1263.9
1997	343.1	317.0	310.5	316.0	1286.6	-

Źródło: GUS
**korekta GUS*
prognozy autorów

Tabela 12

STRUKTURA PRODUKCJI MLEKA SPOŻYWCZEGO w % POD WZGLĘDEM OPAKOWAŃ													
Opakowanie		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
butelka	1995	2,1	1,6	2,4	2,5	1,6	1,2	1,2	1,3	1,0	0,8	1,1	0,6
	1996	1,3	0,7	0,5	0,4	0,4	0,4	1,2	0,4	0,8	1,2	1,1	1,7
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
folia	1995	80,0	80,3	85,5	81,7	82,0	83,4	81,2	80,3	80,0	79,5	79,2	82,6
	1996	81,2	84,0	79,3	80,2	77,3	78,8	75,0	74,9	73,4	75,6	75,2	74,4
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
karton	1995	9,7	9,9	6,5	9,2	9,4	9,6	10,5	12,0	13,5	11,7	14,1	12,2
	1996	12,6	10,6	15,2	14,7	16,9	15,5	18,1	18,7	19,9	19,3	20,2	20,5
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
luzem	1995	8,2	8,2	5,6	6,6	7,0	5,8	7,1	6,4	5,5	8,0	5,6	4,6
	1996	4,9	4,7	5,0	4,7	5,4	5,3	5,7	6,0	5,9	3,9	3,5	3,4
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

43

Tabela 13

STRUKTURA PRODUKCJI MLEKA SPOŻYWCZEGO w % POD WZGLĘDEM ZAWARTOŚCI TŁUSZCZU													
Zawartość tłuszczu		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
3% i więcej	1995	15,8	15,5	14,4	15,8	14,4	16,9	15,7	15,9	16,7	15,2	17,2	14,5
	1996	15,2	15,7	15,7	15,7	16,1	15,6	16,8	17,8	18,1	17,4	17,9	18,6
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2-2,5%	1995	67,9	67,1	73,3	70,1	72,1	69,4	69,3	69,7	67,8	67,2	68,1	72,6
	1996	70,5	72,3	70,6	70,0	68,9	69,4	67,1	66,4	65,6	68,7	67,6	67,0
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1-1,5%	1995	5,0	6,3	4,9	4,3	4,1	4,8	5,0	5,4	6,5	6,7	6,2	5,1
	1996	6,8	4,8	5,3	5,7	5,4	5,3	6,0	5,3	5,8	5,4	6,1	6,7
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0,5% i mniej	1995	3,1	2,8	1,7	3,5	2,5	3,2	2,9	2,7	3,5	2,9	3,0	3,2
	1996	2,7	2,4	3,2	3,9	4,3	4,4	4,5	4,6	4,6	4,5	5,0	4,4
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Tabela 14

ŚREDNIA WAŻONA CENA ZBYTU MLEKA SPOŻYWCZEGO w ZŁ/L													
Rodzaj		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Mleko spożywcze w butelce 2-2,5% tł.	1995	0,51	0,53	0,53	0,56	0,55	0,57	0,50	0,59	0,59	0,62	0,63	0,68
	1996	0,70	0,70	0,71	0,72	0,72	0,72	0,64	0,75	0,75	0,77	0,68	0,74
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mleko spożywcze w folii 2-2,5% tł.	1995	0,56	0,57	0,59	0,60	0,61	0,61	0,61	0,62	0,64	0,64	0,66	0,69
	1996	0,69	0,71	0,73	0,74	0,74	0,72	0,75	0,74	0,75	0,76	0,77	0,79
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mleko spożywcze w kartonie 2-2,5% tł	1995	0,59	0,59	0,67	0,68	0,91	1,06	0,88	0,83	0,85	1,07	1,03	0,84
	1996	0,87	0,87	0,82	0,92	0,74	0,90	0,92	0,84	0,86	0,99	0,94	0,93
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mleko spożywcze w kartonie 3% tł. i więcej UHT	1995	1,17	1,21	1,21	1,23	1,23	1,28	1,25	1,25	1,32	1,28	1,33	1,33
	1996	1,30	1,30	1,37	1,43	1,49	1,62	1,56	1,45	1,48	1,45	1,56	1,51
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Rynek serów twarogowych

⇒ W styczniu br. wyprodukowano o 0,9% mniej serów twarogowych w porównaniu z grudniem ub. r. i o 13,2% więcej niż w styczniu 1996 roku ***(Tabela 15, Wykres 7-8)***.

⇒ Nadal najpopularniejsze pozostają w produkcji twarogi tradycyjne. Należy jednak zauważyć, że znacznie wzrasta produkcja serów twarogowych pozostałych, a to głównie za sprawą serków cottage cheese (serki ziarniste) ***(Tabela 16)***.

Prognoza:

Przewiduje się, że produkcja sera twarogowego w 1997 r. wyniesie ok. 213 tys. ton i będzie wyższa o ok. 3,9% od wielkości produkcji osiągniętej w 1996 r.*

**Prognozy zostały oparte o skorygowane przez GUS wielkości produkcji poszczególnych produktów za rok ubiegły*

Źródła: GUS.KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

44

STATYSTYKA

Tabela 15

PRODUKCJA SERÓW TWAROGOWYCH W TYS. TON												
	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
1995	14.7	13.9	15.9	16.1	16.7	14.0	13.1	14.0	13.6	14.9	15.1	16.2
1996	16.1	15.9	19.6	17.5	18.7	16.0	16.5	15.3	16.3	17.0	16.9	18.5
1997	18.3	17.7	20.8	18.6	19.1	17.1	16.7	15.6	16.7	17.1	16.9	18.5
	I KW	II KW	III KW	IV KW	I-XII	KOR.*						
1995	44.5	46.8	40.7	46.2	178.2	197.0						
1996	51.6	52.2	48.1	52.4	204.3	205,0						
1997	56.8	54.8	49.0	52.5	213.1	-						

Źródło: GUS

**korekta GUS*

prognozy autorów

Tabela 16

STRUKTURA PRODUKCJI SERÓW TWAROGOWYCH w %													
Typ serów		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
twarogi	1995	68,3	67,3	68,4	70,9	65,7	69,6	64,0	63,1	63,7	60,0	61,2	72,1
	1996	57,3	57,8	62,1	62,9	60,5	60,1	61,3	58,2	57,1	58,6	58,4	67,8
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
serki homogenizowane	1995	21,1	19,8	20,5	14,9	18,0	18,2	19,0	19,0	16,4	16,3	19,0	16,1
	1996	17,4	21,4	16,4	16,6	15,5	16,2	17,2	16,2	19,7	18,7	17,9	15,1
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
serki termizowane	1995	8,5	9,9	8,5	11,7	12,7	8,7	12,5	13,0	15,7	19,2	15,2	8,2
	1996	13,6	9,3	11,2	10,8	10,6	10,3	8,3	11,2	8,7	9,3	9,0	7,1
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
desery twarogowe	1995	0,3	0,2	0,5	0,5	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,8	0,4	0,2
	1996	0,7	1,6	1,4	0,8	1,1	1,1	0,9	1,2	1,5	1,3	1,2	1,8
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
pozostałe (m.in. cottage cheese)	1995	1,8	2,8	2,1	2,0	3,3	3,3	4,3	4,7	4,0	3,7	4,2	3,4
	1996	11,0	9,9	8,9	8,9	12,3	12,3	12,4	13,2	13,0	12,1	13,5	8,2
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Tabela 17

ŚREDNIE WAŻONE CENY ZBYTU BRUTTO SERÓW TWAROGOWYCH w ZŁ/KG													
Typ sera		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Twarogi	1995	3,78	3,97	4,09	4,19	4,22	4,25	4,31	4,30	4,41	4,48	4,41	4,77
	1996	4,81	4,84	4,89	5,04	5,06	5,10	5,09	5,10	5,07	5.09	5,15	5,31
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Serki homogenizowane	1995	3,22	3,34	3,49	3,44	3,49	3,53	3,55	3,61	3,67	3,79	3,78	3,99
	1996	4,06	4,25	4,03	4,13	4,24	4,24	4,21	4,22	4,29	4,32	4,43	4,41
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Serki termizowane	1995	3,40	3,22	3,57	3,74	3,88	3,78	3,90	4,16	4,14	4,19	4,42	4,65
	1996	4,48	4,60	4,55	4,71	4,63	4,77	5,39	4,77	4,86	4,85	4,88	5,05
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desery twarogowe	1995	4,07	4,65	4,06	4,00	4,01	3,98	3,81	3,92	4,31	5,22	4,14	4,12
	1996	3,86	3,57	4,21	3,99	4,43	4,38	4,70	4,57	4,51	4,09	4,22	4,95
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

Tabela 18

DYNAMIKA ŚREDNICH CEN ZBYTU BRUTTO SERÓW TWAROGOWYCH w % (MIESIĄC POPRZEDNI=100)													
Typ sera		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Twarogi	1995	105,0	105,0	103,0	102,4	100,7	100,7	101,4	99,8	102,5	101,6	98,4	108,2
	1996	100,8	100,6	101,0	103,1	100,4	100,8	99,8	100,2	99,4	100,4	101,2	103,1
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Serki homogenizowane	1995	102,5	103,7	104,5	98,6	101,4	101,1	100,6	101,7	101,6	103,3	99,7	105,5
	1996	101,7	104,7	94,8	102,5	102,7	100,0	99,3	100,2	101,7	100,7	102,5	99,5
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Serki termizowane	1995	107,2	94,7	110,8	104,7	102,4	98,7	103,2	106,7	99,5	101,2	105,5	105,2
	1996	96,3	102,7	98,9	103,5	98,3	103,0	113,0	88,5	101,9	99,8	100,6	103,5
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Desery twarogowe	1995	-	114,2	87,3	98,5	100,2	99,2	95,7	102,9	109,9	121,1	79,3	99,5
	1996	93,2	92,5	117,9	94,8	111,0	98,9	107,3	97,2	98,7	90,7	103,2	117,3
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Rynek serów dojrzewających

⇒ W styczniu br. produkcja serów twardych była wyższa o 24,1% w stosunku do miesiąca poprzedniego i o 12,0% wyższa niż przed rokiem ***(Tabela 19, Wykres 9-10)***.

⇒ Dominującym w produkcji serów twardych pozostają nadal sery typu holenderskiego, chociaż pod koniec 1996 r. odnotowany został wzrost produkcji serów typu holendersko - szwajcarskiego ***(Tabela 20)***.

Prognoza:
Przewiduje się, że produkcja serów dojrzewających w 1997 r. w stosunku do 1996 r. będzie wyższa o ok. 5% i wyniesie ok. 140 tys. ton. *)
**)Prognozy wykonane przez autorów zostały oparte o skorygowane dane GUS*

STATYSTYKA

Tabela 19

PRODUKCJA SERA DOJRZEWAJĄCEGO W TYS. TON												
	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
1995	9.7	7.4	8.7	7.8	9.9	9.1	10.2	11.2	11.1	11.8	11.5	8.1
1996	10.4	8.8	9.6	9.0	10.1	10.6	15.5	12.3	12.7	12.9	12.2	9.4
1997	11.7	9.0	9.8	9.1	10.8	11.0	16.5	14.5	13.5	13.0	12.6	9.9

	I KW	II KW	III KW	IV KW	I-XII	KOR.*
1995	25.8	26.8	32.5	31.4	116.5	122.0
1996	28.8	29.7	40.5	34.5	133.5	133.0
1997	29.4	30.9	44.5	35.5	140.3	-

Źródło: GUS
**korekta GUS*
prognozy autorów

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU. ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

46

Tabela 20

STRUKTURA PRODUKCJI SERÓW PODPUSZCZKOWYCH DOJRZEWAJĄCYCH w %													
Typ serów		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
holenderskie	1995	71,5	65,7	66,0	62,8	63,9	58,1	63,2	65,6	58,8	58,8	63,2	71,0
	1996	67,7	66,6	65,2	62,4	64,3	62,7	56,3	58,9	56,5	58,1	64,6	62,0
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
szwajcarskie	1995	7,0	11,7	7,6	13,3	8,9	10,5	10,7	4,4	10,8	9,3	10,5	7,8
	1996	11,3	12,1	10,2	14,2	10,3	11,4	16,0	11,9	12,8	9,7	10,4	8,4
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
holendersko-szwajcarskie	1995	19,9	15,9	22,0	17,3	18,5	22,8	18,4	20,3	21,1	22,8	16,8	12,8
	1996	13,4	13,9	14,2	15,5	16,6	16,2	18,5	20,1	22,4	23,6	17,2	19,0
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
pozostałe (m.in. typu włoskiego)	1995	1,6	6,7	6,2	6,6	8,7	8,6	7,7	9,7	9,3	9,1	9,5	8,4
	1996	7,6	7,4	10,4	7,9	8,7	9,7	8,4	9,1	8,3	8,6	7,8	10,6
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Tabela 21

ŚREDNIE WAŻONE CENY ZBYTU BRUTTO SERÓW PODPUSZCZ. DOJRZEWAJĄCYCH w ZŁ/KG													
Typ serów		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
holenderskie	1995	6,58	7,08	7,79	7,94	7,86	7,45	7,12	7,12	7,36	7,13	7,36	7,46
	1996	7,77	7,96	7,95	8,24	8,27	8,23	8,10	8,04	8,07	8,11	8,31	8,46
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
szwajcarskie	1995	6,92	7,01	7,97	7,60	7,69	8,13	7,18	7,38	7,69	7,79	7,79	8,62
	1996	8,69	8,88	8,33	8,86	8,89	8,97	8,54	9,10	9,18	9,50	9,71	8,57
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
holendersko-szwajcarskie	1995	5,27	6,87	7,46	7,64	7,82	7,24	6,38	6,96	7,15	7,16	7,22	7,33
	1996	7,53	7,80	8,18	8,24	8,23	8,09	7,90	7,70	7,65	7,86	7,90	8,01
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Tabela 22

DYNAMIKA ŚREDNICH W. CEN ZBYTU BRUTTO SERÓW PODP. DOJRZ. w % (MIESIĄC POPRZEDNI=100)													
Typ serów		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
holenderskie	1995	116,9	107,6	110,0	101,9	99,0	94,8	95,6	100,0	103,4	96,9	103,2	101,4
	1996	104,1	102,4	99,9	103,6	100,4	99,5	98,4	99,3	100,4	100,5	102,5	101,8
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
szwajcarskie	1995	102,1	101,3	113,7	95,4	101,2	105,7	88,3	102,8	104,2	101,3	100,0	110,6
	1996	100,8	102,2	93,8	106,4	100,3	100,9	95,2	106,6	100,9	103,5	102,2	88,3
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
holendersko-szwajcarskie	1995	95,5	130,4	108,6	102,1	102,4	92,6	88,1	109,1	102,7	100,1	100,8	101,5
	1996	102,7	103,4	104,9	100,7	99,9	98,3	97,6	97,5	99,4	102,7	100,5	101,4
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Średnie ceny zbytu brutto wybranych serów twardych na koniec kolejnych miesięcy 1997 r. ***(Tabela 23)***.

Tabela 23

Rodzaj Sera	Styc	Luty	Marz	Kwie	Maj	Czer	Lipi	Sier	Wrze	Paźdz	List	Grud
Gouda (zł/kg)	8,29	8,67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ementalski (zł/kg)	9,52	10,15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tylżycki (zł/kg)	7,92	8,29	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

47

Rynek masła

⇒ W styczniu br. wyprodukowano o 11,3% mniej masła w stosunku do grudnia ub. r. i o 6,2% więcej niż w styczniu roku poprzedniego ***(Tabela 24, Wykres 11-12)***.

⇒ Dalsze kształtowanie się rynku masła, a w tym także jego produkcji (dotyczy to również mieszanek masła z olejami roślinnymi) będzie zależeć w znacznym stopniu od tego czy w 1997 roku kontynuowana będzie kampania promocyjna (reklamowa) masła, zapoczątkowana w ubiegłym roku.

Prognoza:
Przewiduje się, że produkcja masła w 1997 r. będzie wyższa o ok. 3-4% w porównaniu z 1996 r. i wyniesie ok. 135 tys. ton.

STATYSTYKA

Tabela 24

PRODUKCJA MASŁA TYS. TON												
	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
1995	7.4	6.2	7.3	7.8	11.2	12.5	13.8	12.6	12.4	13.2	9.7	8.7
1996	7.9	6.8	8.2	8.1	10.0	11.9	15.3	14.9	13.7	13.0	9.8	9.5
1997	8.4	7.1	8.5	9.1	11.5	12.8	15.2	14.8	13.6	13.1	10.2	9.9
	I KW	II KW	III KW	IV KW	I-XII	KOR.*						
1995	20.9	31.5	38.8	31.6	122.8	122.0						
1996	22.9	30.0	43.9	32.3	129.7	129.0						
1997	24,0	33.4	43.6	33.2	134.2	-						

Źródło: GUS
**korekta GUS*
prognozy autorów

Tabela 25

ŚREDNIE WAŻONE CENY ZBYTU BRUTTO MASŁA I MIESZANEK w ZŁ/KG													
Wyszczególnienie		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
masło	1995	6,21	6,08	5,93	5,86	5,79	5,65	5,70	5,81	5,87	5,88	6,00	6,11
	1996	6,35	6,17	6,96	6,26	6,20	6,33	6,37	6,44	6,77	7,06	7,77	10,59
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
mieszanki masła z olejami roślin.	1995	6,10	6,10	6,10	6,22	6,13	5,60	5,96	5,57	6,22	6,18	5,74	5,91
	1996	6,24	7,11	6,29	7,14	6,77	6,82	6,66	6,69	7,21	7,30	8,36	9,67
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Tabela 26

DYNAMIKA ŚREDNICH WAŻ. CEN ZBYTU BRUTTO MASŁA I MIESZANEK w % (MIESIĄC POPRZED.=100)													
Wyszczególnienie		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
masło	1995	100,8	97,9	97,5	98,8	98,8	97,6	100,9	101,9	101,0	100,2	102,0	101,8
	1996	103,9	97,2	112,8	89,9	99,0	102,1	100,6	101,1	105,1	104,3	110,1	136,3
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
mieszanki masła z olejami roślin.	1995	116,8	100,0	100,0	101,9	98,5	91,3	106,4	93,4	111,7	99,3	92,8	102,7
	1996	105,6	113,9	88,5	113,5	94,8	100,7	97,6	100,4	107,8	101,2	114,5	115,6
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

48

Średnie ceny zbytu brutto masła ekstra konfekcjonowanego na koniec kolejnych miesięcy 1997 r. *(Tabela 27)*.

Tabela 27

	Styc	Luty	Marz	Kwie	Maj	Czer	Lipi	Sier	Wrze	Paźd	List	Gru
Masło konf., 82,5% tł. Zł/kg	8,98	9,04	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Rynek mleka w proszku

⇒ W styczniu 1997 r. produkcja odtłuszczonego mleka w proszku wyniosła 4,7 tys. ton i była niższa o 6,0% w stosunku do stycznia 1996 r. i o 20,3% niższa niż w grudniu ub. r. *(Tabela 28, Wykres 13-14)*.

Prognoza:
Przewiduje się, że w 1997 r. produkcja odtłuszczonego mleka w proszku wyniesie ok. 117-119 tys. ton.

STATYSTYKA

Tabela 28

PRODUKCJA ODTŁ.MLEKA W PROSZKU TYS. TON												
	STYC	LUTY	MARZ	KWIE	MAJ	CZER	LIPI	SIER	WRZE	PAZD	LIST	GRUDZ
1995	4.9	3.6	4.6	5.8	12.3	17.2	18.1	15.5	12.1	12.7	7.5	5.9
1996	5.0	3.6	4.5	6.3	10.1	15.6	19.1	17.6	14.3	11.4	7.1	5.9
1997	4,7	3,3	4,2	6,0	9,9	15,3	18,9	17,1	14,0	11,3	7,0	5,7
	I KW	II KW	III KW	IV KW	I-XII	KOR.*						
1995	13.1	35.3	45.7	26.1	120.2	-						
1996	13.1	32.0	51.0	24.4	120.5	-						
1997	12,2	31,2	50,0	24,0	117,4	-						

Źródło: GUS
prognozy autorów
** korekta GUS*

Tabela 29

PRODUKCJA MLEKA W PROSZKU w TYS. TON													
Wyszczególnienie		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
mleko	1995	4,9	3,6	4,6	5,8	12,3	17,2	18,1	15,5	12,1	12,7	7,5	5,9
odtłuszczone	1996	5,0	3,6	4,5	6,3	10,1	15,6	19,1	17,6	14,3	11,4	7,1	5,9
w proszku	1997	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
mleko	1995	2,1	2,9	2,7	2,9	3,5	3,2	2,5	3,2	3,5	3,3	2,2	3,4
pełne	1996	2,3	2,5	2,4	3,6	4,3	3,8	3,0	2,8	2,9	2,8	2,3	31
w proszku	1997	2,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
mleko	1995	7,0	6,5	7,3	8,7	15,8	20,4	20,6	18,7	15,6	16,0	9,7	9,4
w proszku	1996	7,3	6,1	6,9	9,9	14,4	19,4	22,1	20,4	17,2	14,2	9,4	9,0
ogółem	1997	7,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: GUS, ARR

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

49

Tabela 30

ŚREDNIE WAŻONE CENY ZBYTU BRUTTO MLEKA W PROSZKU w ZŁ/KG													
Rodzaj		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
mleko w proszku odtłuszczone	1995	4,28	4,34	4,50	4,70	4,81	4,73	4,73	4,77	4,77	4,81	4,88	5,03
	1996	5,13	5,33	5,52	5,52	5,31	5,20	5,12	5,03	5,06	5,05	5,15	5,30
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
mleko w proszku pełne	1995	5,41	5,57	5,87	5,89	5,88	5,63	5,63	5,74	6,01	5,81	5,82	5,99
	1996	6,17	6,37	6,31	6,37	6,32	6,18	6,14	6,05	6,14	6,14	6,50	6,45
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

Tabela 31

DYNAMIKA ŚREDNICH WAŻ. CEN ZBYTU BRUTTO MLEKA W PROSZKU (MIESIĄC POPRZEDNI=100)													
Rodzaj		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
mleko w proszku odtłuszczone	1995	104,1	101,4	103,7	104,4	102,3	98,3	100,0	100,8	100,0	100,8	101,4	103,1
	1996	102,0	103,9	103,6	100,0	96,2	97,9	98,5	98,2	100,6	99,8	101,9	102,9
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
mleko w proszku pełne	1995	111,5	102,9	105,4	100,3	99,8	95,7	100,0	101,9	104,7	96,7	100,2	102,9
	1996	103,0	103,2	99,1	100,9	99,2	97,8	99,3	98,5	101,5	100,0	105,8	99,2
	1997	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Źródło: ZMiIR(KPSM)

ZMiIR(KPSM) - dane oparte na miesięcznych informacjach ankietowych KPSM uzyskanych od 140 jednostek mleczarskich.

III. ŚWIATOWY RYNEK MLEKA

Ogólne informacje o światowym rynku mleka

⇒ **Amerykanie chcą współpracować z większą liczbą rosyjskich mleczarni.** W przedostatnim tygodniu stycznia br. amerykańska firma Royal Brands International zorganizowała w Moskwie konferencję, która miała zachęcić rosyjskie firmy do produkcji i dystrybucji jej produktów, znanych pod marką Korona. Amerykanie wyposażają mleczarnie we własne urządzenia i zaopatrują w opakowania. Z chwilą wygaśnięcia kontraktu mleczarnie zatrzymują uzyskane wyposażenie.

⇒ Nikiłaj Kuzmienko, kierownik Mleczarni z dalekowschodniego Komsomolska stwierdził, że od czasu gdy jego zakład zaczął wykorzystywać technologię dostarczoną przez Royal Brands, produkcja zwiększyła się dwukrotnie, szczególnie kwaśnej śmietany i jogurtu. Dodał również, że podpisany z amerykańską firmą we wrześniu 1996 r. pięcioletni kontrakt wart jest 10 mln USD. Nowe wyposażenie pozwala teraz na wytworzenie w ciągu dwunastogodzinnej zmiany 8 ton produktów. W pierwszej połowie minionego roku, jeszcze przed zmianami, produkowano miesięcznie 37 ton śmietany. Obecnie, miesięczna produkcja wynosi 74 tony śmietany i 50 ton jogurtów. Na rosyjskim Dalekim Wschodzie popyt na produkty Korony nieustannie rośnie. Zdaniem Kuzmienki produkcja kierowanego przez niego zakładu powinna rosnąć razem z popytem.

Źródła: GUS.KPSM. FAMMU. ARR. Sparks Companies Inc., Agra Europe.

⇒ **Szwajcarzy w Polsce.** *Szwajcarska spółdzielnia mleczarska Tonital razem z Brytyjską Grupą Inwestycyjną zamierza wybudować w pobliżu Warszawy fabrykę jogurtu. Nowe przedsięwzięcie nazywać się będzie Dairy Venture Polska. Planuje się, że zakład produkować będzie od 5 do 10 tys. ton jogurtu rocznie. Podobne przedsięwzięcia Tonilait uruchomił w Japonii i Ekwadorze, polskie jest więc trzecim, ale Szwajcarzy nie zamierzają na tym poprzestać.*

⇒ **Spadek produkcji mleka w Rosji.** Szacuje się, że produkcja mleka w Rosji zmniejszyła się w 1996 r. o 11% tj. do 35,2 mln ton. W stosunku do dość dobrego roku 1993 jest to spadek o 1/4. Jak wynika z raportu niezależnego Centrum Rozwoju Ekonomicznego nadal zmniejsza się stado krów mlecznych. CRE ocenia, że na początku 1997 r. w Rosji będzie 6,7 mln sztuk krów tj. 7% mniej niż rok wcześniej.

⇒ **USDA akceptuje wsparcie eksportu mleka w proszku i mozarelli.** Amerykański Departament Rolnictwa (USDA) zaakceptował w ramach Programu Wsparcia Eksportu Produktów Mlecznych (DEIP) ofertę firmy Roland A. Chishlom Inc. na sprzedaż 255 ton odtłuszczonego mleka w proszku do krajów z rejonu Morza Karaibskiego, Ameryki Środkowej i Południowej. Dopłata do sprzedaży wyniesie 760 USD/t, a termin dostawy ustalony został na okres 17 lutego - 31 marca 1997 r..

⇒ USDA przyznał również wsparcie sprzedaży 22 ton sera mozarella. Ser ten trafi do Afryki i na Bliski Wschód. Termin dostaw ustalono na 14 lutego - 1 maja 1997 r., dopłata eksportowa wyniesie 645 USD/t.

⇒ **GATT utrudnia handel.** Ceny w UE wyśrubowane poprzez wysokie ceny mleka spowodowały trudną konkurencję z krajami spoza grupy Wspólnej Polityki Rolnej (CAP). W interesie wszystkich było, aby produkty docierały do odbiorcy końcowego z pominięciem zbędnej biurokracji podwyższającej cenę i zmniejszającej konkurencyjność. John Brown poprzedni prezes "Diary Crest" (Wlk. Brytania) ostrzegał w 1993 roku, że rundę GATT będzie można uznać za sukces, jeżeli przyczyni się ona do zwiększenia handlu jej członków. Obawiał się, że w rzeczywistości spowoduje ona obniżenie handlu, głównie eksportu. Brown apelował do rządu, aby nie ograniczać handlowców nadmiarem uregulowań. Podkreślał również, że interpretacja regulacji i dyrektyw nie może nieść ze sobą hamowania handlu. W handlu produktami mleczarskimi wiele z tych obaw okazało się rzeczywistością. Jeżeli EU i Wlk. Brytania jako jej członek miałaby korzystać z członkostwa w WTO niezbędnym jest aby wszystkie wątpliwości zostały przedyskutowane na najbliższej rundzie WTO. Będzie można tego dokonać, jeżeli CAP zostanie zreformowany, umożliwiając podniesienie i w końcu usunięcie kwot na mleko. Prezes „Diary Crest" Mr. Mersh powiedział że, jest niezwykle ważnym by siły rynku odgrywały zdecydowanie większą rolę w określaniu "co możemy a czego nie możemy kupować i sprzedawać, oraz w jakich ilościach". Mr. Mersh stwierdził również, że "jeżeli ceny produktów mleczarskich w EU pozostaną sztucznie wysokie, jedynymi którzy skorzystają będą producenci z krajów trzeciego świata". Handel jest dwukierunkowym procesem i jeśli EU ma otworzyć swój rynek dla producentów trzeciego świata, również ich rynek powinien być otwarty dla producentów EU.

Rynek mleka w proszku

⇒ Produkcja odtłuszczonego mleka w proszku w krajach UE w 1996 roku wg wstępnych szacunków wyniosła 1280 tys. ton i była wyższa w stosunku do roku poprzedniego. W 1995 r. wyprodukowano 1259 tys. ton tego produktu(łącznie z serwatką i maślanką).

Źródła: GUS.KPSM. FAMMU. ARR. Sparks Companies Inc., Agra Europe.

51

⇒ Największym producentem odtłuszczonego mleka w proszku w krajach UE są Niemcy (394,4 tys. ton w 1996 r.) i Francja (368,4 tys. ton).
W stosunku do 1995 r. największy wzrost produkcji odtłuszczonego mleka w proszku w 1996 r. odnotowano w Danii o 48,2% i Szwecji o 10,6%. Drastycznie spadła produkcja odtłuszczonego mleka w proszku w Hiszpanii o 26,6%.

⇒ Zapasy w UE odtłuszczonego mleka w proszku na koniec 1996 zostały oszacowane na ok. 155 tys. ton. Są one znacznie wyższe niż w 1995, gdzie wynosiły 70 tys. ton.

⇒ W styczniu i lutym br. w dalszym ciągu rosły ceny odtłuszczonego mleka w proszku w Unii z uwagi na zwiększony popyt i mniejszą jego produkcję. Zwiększony popyt na rynku światowym na produkty z Unii wywołany został dwoma czynnikami. Pierwszy to wzrost kursu dolara amerykańskiego w krótkim czasie co spowodowało większą konkurencyjność produktów UE na rynkach światowych, drugi to nowe kontrakty na dostawy do Meksyku. Jedynie nowe oferty Japonii nie przyniosły wiele korzyści eksporterom z UE.

⇒ Bilans odtłuszczonego mleka w proszku w 1997 roku dla UE będzie prawdopodobnie przedstawiał się korzystniej niż w 1996 r., jednak nieuniknione będą zakupy interwencyjne. Generalnie, przewiduje się mniejszą produkcję odtłuszczonego mleka w proszku (ok.1190 tys. ton), nieznacznie wyższy eksport oraz konsumpcję na rynku lokalnym na niezmienionym poziomie.

⇒ W USA ceny odtłuszczonego mleka w proszku w lutym br. wynosiły 2533-2644 USD/t i były podobne do cen styczniowych

⇒ Zmiany cen odtłuszczonego mleka w proszku w wybranych krajach UE i USA przedstawiały się następująco:

Tabela 32

Kraj	Gatunek	Waluta	Ceny w walutach nar./t (aktualna z dnia)	Przed miesiącem.	Cena w zł/t
Niemcy	ADPI Ext.	DEM	4240-4280 (26.02)	4140-4180	7704-7777
Francja	Spray	FRF	14150 (16.02)	13900	7507
Holandia	Spray	NLG	4800 (26.02)	4730	7752
USA	Grade A	USD	2533-2644 (21.02)	2524-2666	7720-8058

Rynek masła

⇒ Na większości rynków krajów Unii Europejskiej rosną ceny masła. Związane jest to ze znacznym popytem na rynkach wewnętrznych, jak i na rynkach pozaunijnych. Wpływ na wzrost cen ma również spadkowa tendencja w produkcji masła utrzymująca się od września 1996 r. Jej rezultatem były minimalne zakupy interwencyjne.

⇒ Cena masła na rynkach światowych w styczniu br. była w dalszym ciągu stabilna. Obecnie wynosi 1700- 1800USD/t (FOB porty Europy Zach.).

⇒ W USA ceny masła w ostatnim miesiącu wzrosły. Spowodowane jest to przede wszystkim ożywionym popytem na rynku wewnętrznym. Za masło klasy AA płacono 2550 USD/tonę.

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

52

⇒ Zmiany cen masła w wybranych krajach Unii przedstawiały się następująco:

Tabela 33

Kraj	Gatunek	Waluta	Ceny w walutach nar./t (aktualna z dnia)	Przed miesiącem	Cena w zł/t
Wlk. Brytania	82% zaw. tł. nsol	GBP	2300-2400 (20.02)	2425	11274-11764
Niemcy	konfekcj.	DEM	6370-6500 (26.02)	6300	11574-11810
Holandia	niekonfekc.	NLG	7100 (26.02)	6950	11467
Francja	niekonfekc. Jakość I	FRF	20950 (16.02)	20400	11116

Rynek sera dojrzewającego

⇒ Produkcja serów ogółem w krajach UE wyniosła w 1996 roku ok. 6470 tys. ton i była wyższa o ok. 2,5% w stosunku do 1995.

⇒ W lutym ceny serów były stabilne, mimo dość wysokiego popytu na te produkty.

⇒ W 1996 roku w USA wyprodukowano rekordową ilość serów - 7166 mld funtów, o 4% więcej niż rok wcześniej. Od 1984, kiedy to wytworzono ich 4674 mld funtów, z każdym rokiem produkcja serów osiąga rekordowe wielkości

⇒ W lutym br. ceny serów w USA rosły i tamtejsi specjaliści twierdzą, że istnieje szansa, że ceny serów powrócą one do poziomu sprzed obniżki, jaka nastąpiła pod koniec ubiegłego roku i w pierwszej połowie stycznia br. Za ser Cheddar w blokach płacono na początku marca br.

⇒ Zmiany cen sera w wybranych krajach Unii przedstawiały się następująco:

Tabela 34

Kraj	Gatunek	Waluta	Ceny w walutach nar./t (aktualna z dnia)	Przed miesiącem	Cena w zł/t
Wlk Brytania	Cheddar w 20 kg blok.	GBP	2500-2900 (20.02)	2425-2480	12254-14215
Niemcy	Edam, 40% zaw.tł.	DEM	5900-6250 (26.02)	5900-6250	10720-11356
	Gouda, 45-48% zaw.tł.		5950-6550 (26.02)	5950-6550	10811-11901
	Tylżycki, 45% zaw. tł.		7200-8100 (26.02)	6950-8000	13082-14718
Holandia	Gouda, 48% zaw. tł. 4 tyg.	NLG	6280 (26.02)	6080	10142
	Edam, 4 tyg.		6680 (26.02)	6480	10789
Francja	Emmentaler	FRF	30880 (16.02)	29900	16384
USA	Cheddar block (GB WNS)	USD	2919-3008 (21.02)	2808-2897	8896-9167

Źródła: GUS.KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

53

IV. WYKRESY I TABELE

TABELA 35 LISTA ZAKŁADÓW MLECZARSKICH 20
TABELA 36 PRODUKCJA MASŁA W WYBRANYCH KRAJACH 22
TABELA 37 PRODUKCJA SERA W WYBRANYCH KRAJACH 22
WYKRES 1 POGŁOWIE BYDŁA W POLSCE 23
WYKRES 2 PRODUKCJA I SKUP MLEKA W POLSCE 24
WYKRES 3 SKUP MLEKA W POLSCE 25
WYKRES 4 CENA MLEKA W SKUPIE W POLSCE 26
WYKRES 5 PRODUKCJA MLEKA SPOŻYWCZEGO W POLSCE 27
WYKRES 6 PRODUKCJA MLEKA SPOŻYWCZEGO vs SKUP MLEKA (ROCZNIE) 28
WYKRES 7 PRODUKCJA SERÓW TWAROGOWYCH W POLSCE 29
WYKRES 8 PRODUKCJA SERÓW TWAROGOWYCH vs SKUP MLEKA (ROCZNIE) 30
WYKRES 9 PRODUKCJA SERÓW DOJRZEWAJĄCYCH W POLSCE 31
WYKRES 10 PRODUKCJA SERÓW DOJRZEWAJĄCYCH vs SKUP MLEKA (ROCZNIE) 32
WYKRES 11 PRODUKCJA MASŁA W POLSCE 33
WYKRES 12 PRODUKCJA MASŁA vs SKUP MLEKA (ROCZNIE) 34
WYKRES 13 PRODUKCJA ODTŁUSZCZONEGO MLEKA W PROSZKU 35
WYKRES 14 PRODUKCJA ODTŁUSZCZONEGO MLEKA W PROSZKU vs SKUP MLEKA 36
WYKRES 15 ŚREDNIA CENA ZBYTU MASŁA (BRUTTO) W POLSCE 37
WYKRES 16 ŚREDNIA CENA ZBYTU SERA DOJRZEWAJĄCEGO (BRUTTO) W POLSCE 38

Źródła: GUS.KPSM. FAMMU. ARR. Sparks Companies Inc., Agra Europe.

54

Tabela 35

LISTA ZAKŁADÓW MLECZARSKICH UPOWAŻNIONYCH DO EKSPORTU NA RYNEK UE OD 1 STYCZNIA 1997 R.

Lp.	Zakład Mleczarski	Identyf. Wet.	Miejscowość
1.	Danone Sp. z o.o.	013/ML	Warszawa
2.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	022/ML	Łosice
3.	Spółdzielnia Mleczarska „Spomlek"	023/ML	Radzyń Podlaski
4.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	029/ML	Bielsk Podlaski
5.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	030/ML	Hajnówka
6.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	028/ML	Łapy
7.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	027/ML	Mońki
8.	Nadbużańska Spółdzielnia Mleczarska	031/ML	Siemiatycze
9.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	042/ML	Skoczów
10.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	037/ML	Wadowice
11.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	049/ML	Inowrocław
12.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	053/ML	Żnin
13.	Spółdzielnia Mleczarska „Biomlek"	065/ML	Chełm
14.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	066/ML	Krasnystaw
15.	Ciechanowska Spółdzielnia Mleczarska	074/ML	Ciechanów
16.	Friesland Mława Sp. z o.o.	080/ML	Mława
17.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	076/ML	Raciąż
18.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	081/ML	Żuromin
19.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	084/ML	Pajęczno
20.	„I.C.C. Sery" Sp. z o.o.	102/ML	Pasłęk
21.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	124/ML	Gorzów Wlkp.
22.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	130/ML	Rzepin
23.	„Milkos" Mleczarska Spół. Pracy	162/ML	Bytom
24.	„Jogser" Spółdzielnia Mleczarska	157/ML	Sosnowiec
25.	„MILDES" Spółka z o.o.	170/ML	Bieruń
26.	„Sertop" Spółka z o.o.	172/ML	Tychy
27.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	182/ML	Końskie
28.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	184/ML	Włoszczowa
29.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	191/ML	Koło
30.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	192/ML	Konin
31.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	195/ML	Turek
32.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	202/Ml	Białogard
33.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	204/ML	Kołobrzeg
34.	„Elmilk" Spółka z o.o.	206/ML	Szczecinek
35.	Lindhals Food Spółka z o.o.	209/ML	Koszalin
36.	Spółdzielnia Mleczarska	241/ML	Gostyń
37.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	238/ML	Góra
38.	Zakład Przetwórstwa Mleka „Bona"	243/ML	Osowa Sień
39.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	254/ML	Kurów
40.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	252/ML	Michów
41.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	256/ML	Opole Lubelskie
42.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	255/ML	Ryki
43.	Spółdzielnia Mleczarska „Mlekpol"	260/ML	Grajewo
44.	Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	262/ML	Piątnica
45.	Spółdzielnia Mleczarska „Mlekovita"	259/ML	Wysokie Maz.

Źródła: GUS.KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

55

cd. tabeli 35

46. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	261/ML	Zambrów
47. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	269/ML	Ozorków
48. Zakład Przetwórstwa Kazeiny „Fleur"	590/ML	Łódź
49. „Warmia Dairy" Spółka z o.o.	294/ML	Lidzbark Warm.
50. Spółdzielnia Mleczarska	292/ML	Lubawa
51. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	295/ML	Morąg
52. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	297/ML	Mrągowo
53. „Vankpol" Spółka z o.o.	304/ML	Morąg
54. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	307/ML	Grodków
55. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	321/ML	Krapkowice
56. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska „Kurpie"	330/ML	Baranowo
57. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	331/ML	Ostrołęka
58. Mazowiecka Spółdzielnia Mleczarska	332/ML	Ostrów Maz.
59. „Kraft"	335/ML	Chorzele
60. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	350/ML	Radomsko
61. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	355/ML	Kutno
62. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	358/ML	Sierpc
63. PHZ „Lacpol" Zakład Przet. Kazeiny	390/ML	Murowana Goślina
64. „Hochland Polska" Sp. z o.o.	588/ML	Kaźmierz Wlkp.
65. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	403/ML	Kozienice
66. Rolnicza Spółdzielnia Mleczarska „Rolmlecz"	399/ML	Radom
67. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	404/ML	Zwoleń
68. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska Bidziny	407/ML	Lipsko
69. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	410/ML	Mielec
70. Rzeszowska Spółdzielnia Mleczarska	414/ML	Trzebowisko
71. Zakład Mleczarski „Ovita- Nutricia"	424/ML	Węgrów
72. R.S.P. Zakład Prod. Kazeiny	428/ML	Morszków
73. Kovian-Group Zakład Przet. Prep. Biał.	589/ML	Siedlce
74. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	437/ML	Sieradz
75. Spółdzielnia Dostawców Mleka	443/ML	Wieluń
76. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	449/ML	Łowicz
77. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	446/ML	Skierniewice
78. Bongrain Europa Polska Sp. z o.o.	447/ML	Skierniewice
79. Słupska Spółdzielnia Mleczarska	460/ML	Kobylnica
80. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	465/ML	Giżycko
81. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	471/ML	Olecko
82. Spółdzielnia Mleczarska „Sejnmlek"	475/ML	Sejny
83. Spółdzielnia Mleczarska „Sudowia"	476/ML	Suwałki
84. PPHU Lactopol	477/ML	Suwałki
85. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	489/ML	Nowogard
86. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	483/ML	Pyrzyce
87. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	484/ML	Stargard Szcz.
88. Szczecińska Spółdzielnia Mleczarska	481/ML	Szczecin
89. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	494/ML	Opatów
90. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	505/ML	Szczurowa
91. Zakład Mleczarski „Mlektar" S.A.	510/Ml	Tarnów
92. Toruńska Spółdzielnia Mleczarska	523/ML	Toruń
93. PHZ „Lacpol" Sp. z o.o.	526/ML	Toruń
94. Elektrim Food Sp. z o.o.	527/ML	Głogowo
95. Valk Promat GmbHJV	515/ML	Bobrowo
96. Agrocomex Sp. z o.o.	545/ML	Jabłonowo Pom.

Źródła: GUS,KPSM, FAMMU, ARR, Sparks Companies Inc., Agra Europe.

56

cd. tabeli 35

97. PHZ „Lacpol" Sp. z o.o.	544/ML	Piotrków Kujawski
98. Spółdzielnia Mleczarska „Rotr"	540/ML	Rypin
99. Kujawska Spółdzielnia Mleczarska	538/ML	Włocławek
100. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	547/ML	Wrocław
101. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	548/ML	Strzelin
102. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	549/ML	Środa Śląska
103. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska	553/ML	Trzebnica
104. Roztoczańska Spółdzielnia Mleczarska	563/ML	Łaszczów
105. Zakład Przetwórstwa Mleka MLECZ	581/ML	Wolsztyn

Tabela 36

PRODUKCJA MASŁA W WYBRANYCH KRAJACH (tys. ton)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995*	1996**
UKRAINA	444	376	303	312	320	310	300
ROSJA	833	729	762	732	488	410	350
RUMUNIA	33	23	20	14	13	16	17
EC-12	1987	1818	1653	1649	1629	1650	1647
N. ZELANDIA	276	269	268	276	297	301	310
AUSTRALIA	106	111	116	131	147	142	149
USA	591	606	619	596	588	570	600
KANADA	100	97	86	83	88	90	90
MEKSYK	34	31	28	22	22	22	22

** dane wstępne*
*** projekcje*

Źródło: Sparks Companies Inc.

Tabela 37

PRODUKCJA SERA W WYBRANYCH KRAJACH (tys. ton)

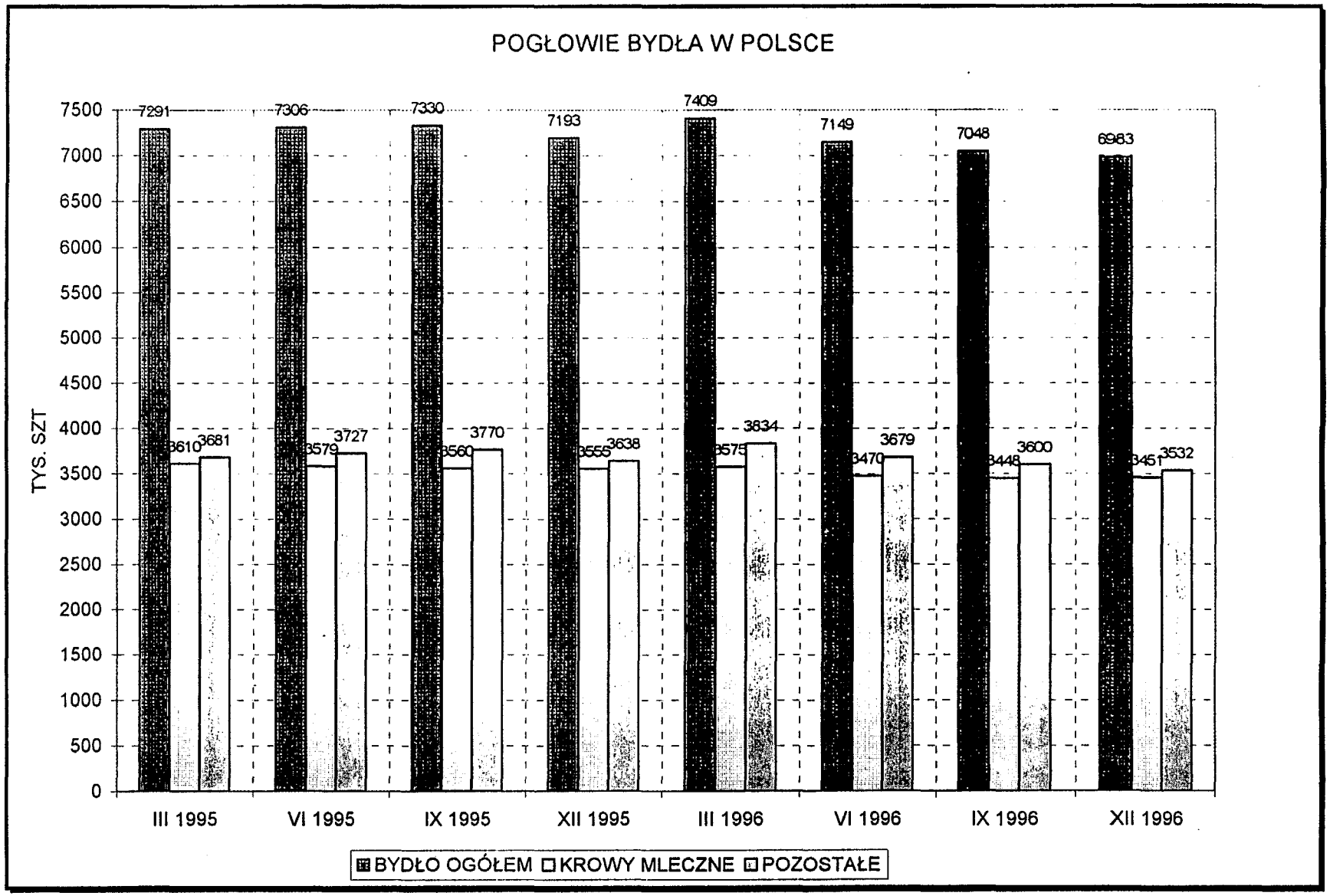
	1990	1991	1992	1993	1994	1995*	1996**
UKRAINA	184	162	113	102	100	90	85
ROSJA	458	394	299	313	285	215	200
RUMUNIA	91	97	95	90	91	90	92
EC-12	4729	4897	4975	5080	5148	5280	5326
N. ZELANDIA	122	125	142	145	192	200	215
AUSTRALIA	178	178	197	211	234	216	225
USA	2749	2747	2943	2961	3053	3125	3245
KANADA	255	262	262	271	282	282	285
MEKSYK	384	395	390	395	410	400	405

** dane wstępne*
*** projekcje*

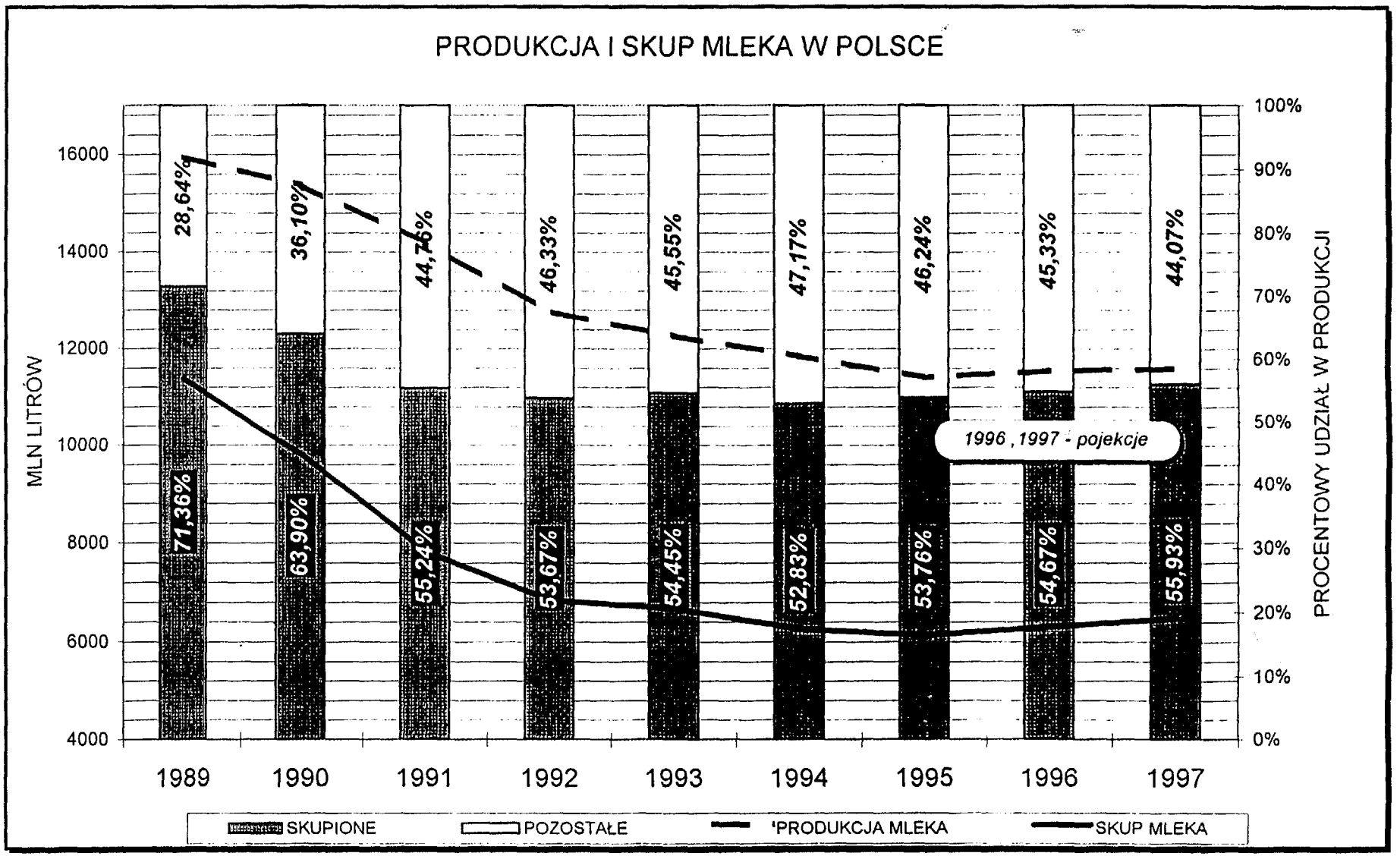
Źródło: Sparks Companies Inc.

Źródła: GUS.KPSM. FAMMU. ARR. Sparks Companies Inc., Agra Europe.

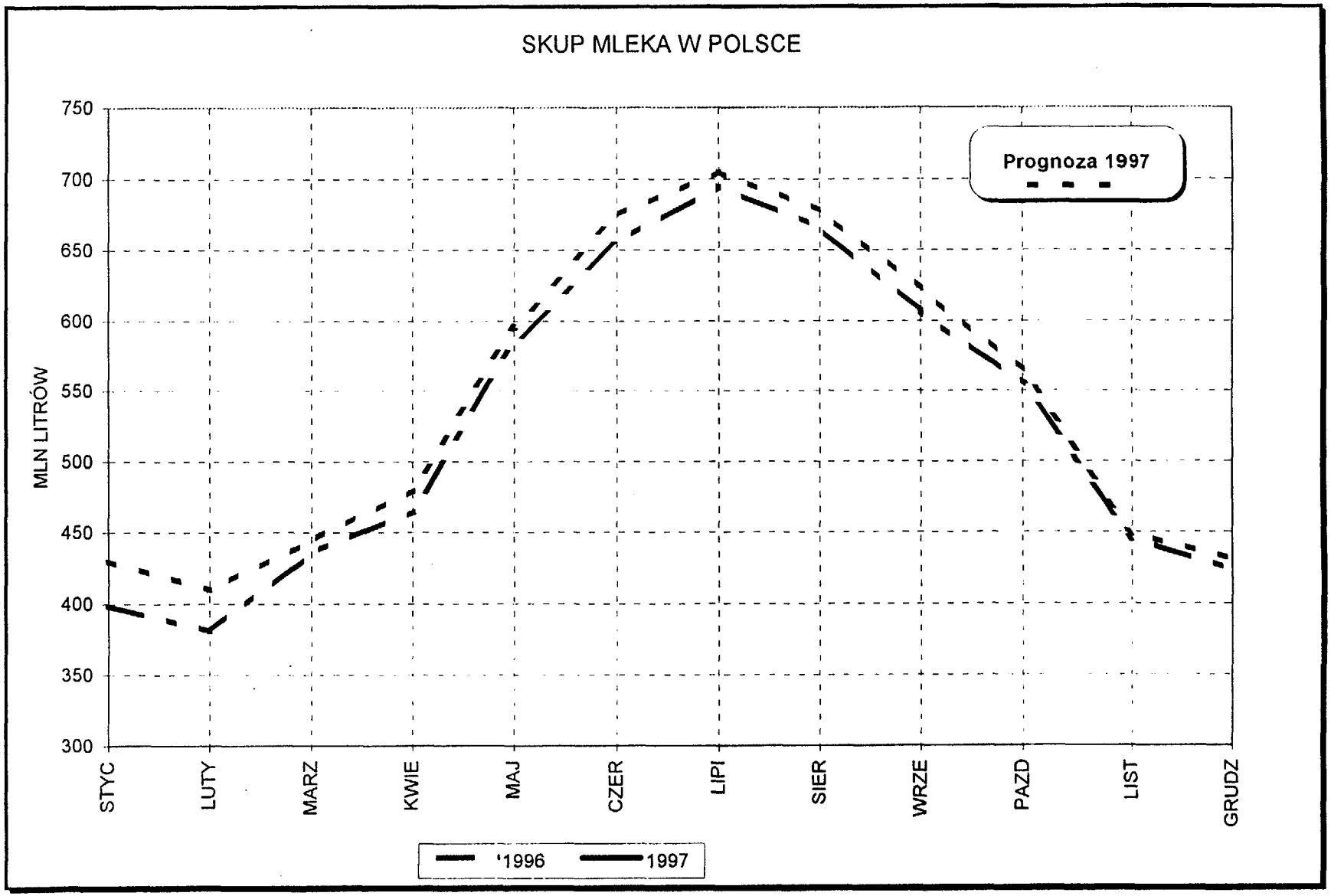
WYKRES 1


POGŁOWIE BYDŁA W POLSCE
TYS. SZT
7500
7000
6500
6000
5500
5000
4500
4000
3500
3000
2500
2000
1500
1000
500
0
7291
3610
3681
7306
3579
3727
7330
3560
3770
7193
3555
3638
7409
3575
3834
7149
3470
3679
7048
3448
3600
6983
3451
3532
III 1995
VI 1995
IX 1995
XII 1995
III 1996
VI 1996
IX 1996
XII 1996
BYDŁO OGÓŁEM
KROWY MLECZNE
POZOSTAŁE

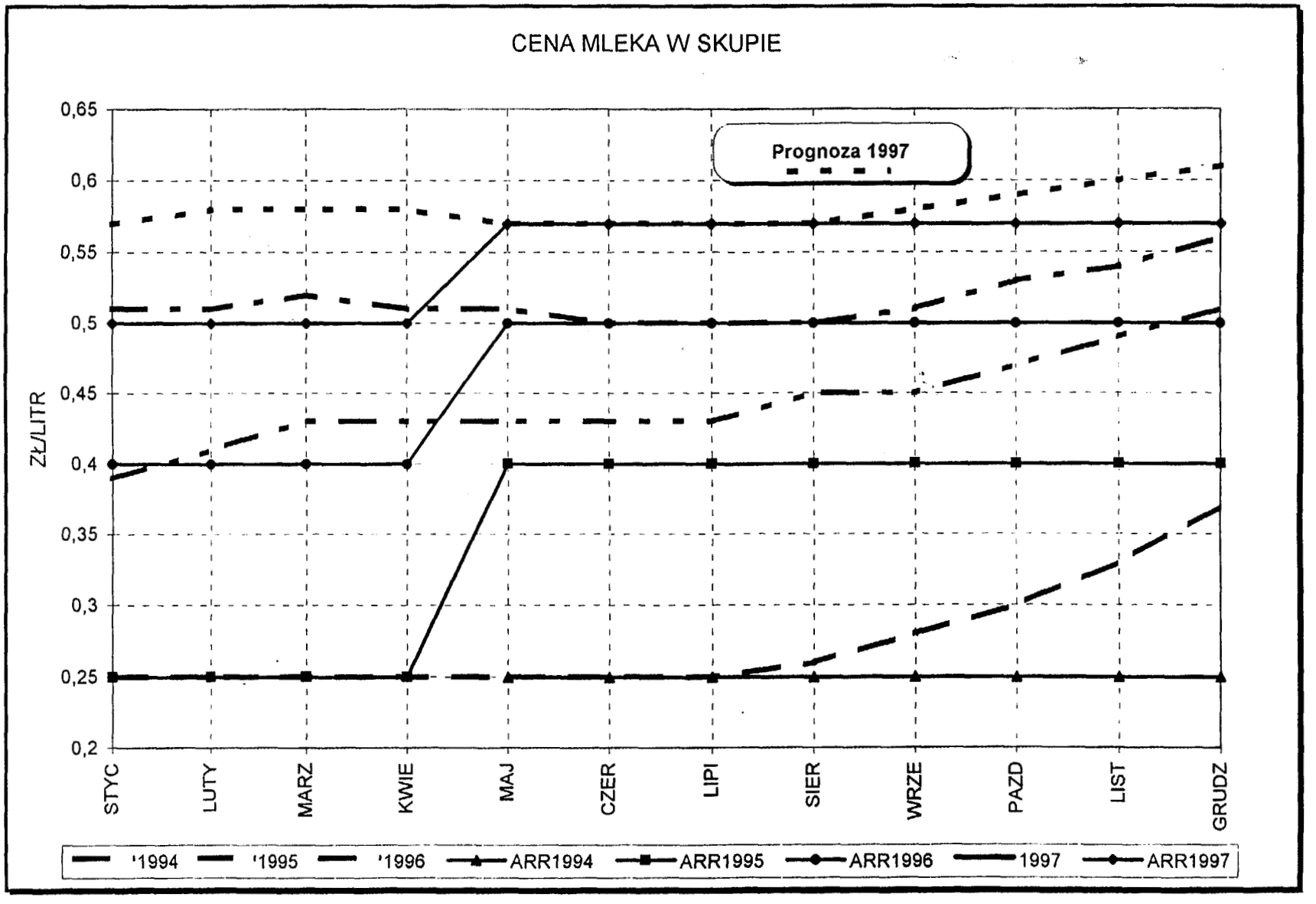
WYKRES 2


PRODUKCJA I SKUP MLEKA W POLSCE
MLN LITRÓW
PROCENTOWY UDZIAŁ W PRODUKCJI
16000
14000
12000
10000
8000
6000
4000
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
28,64%
36,10%
44,76%
46,33%
45,55%
47,17%
46,24%
45,33%
44,07%
71,36%
63,90%
55,24%
53,67%
54,45%
52,83%
53,76%
54,67%
55,93%
1996 , 1997 - pojekcje
SKUPIONE
POZOSTAŁE
PRODUKCJA MLEKA
SKUP MLEKA

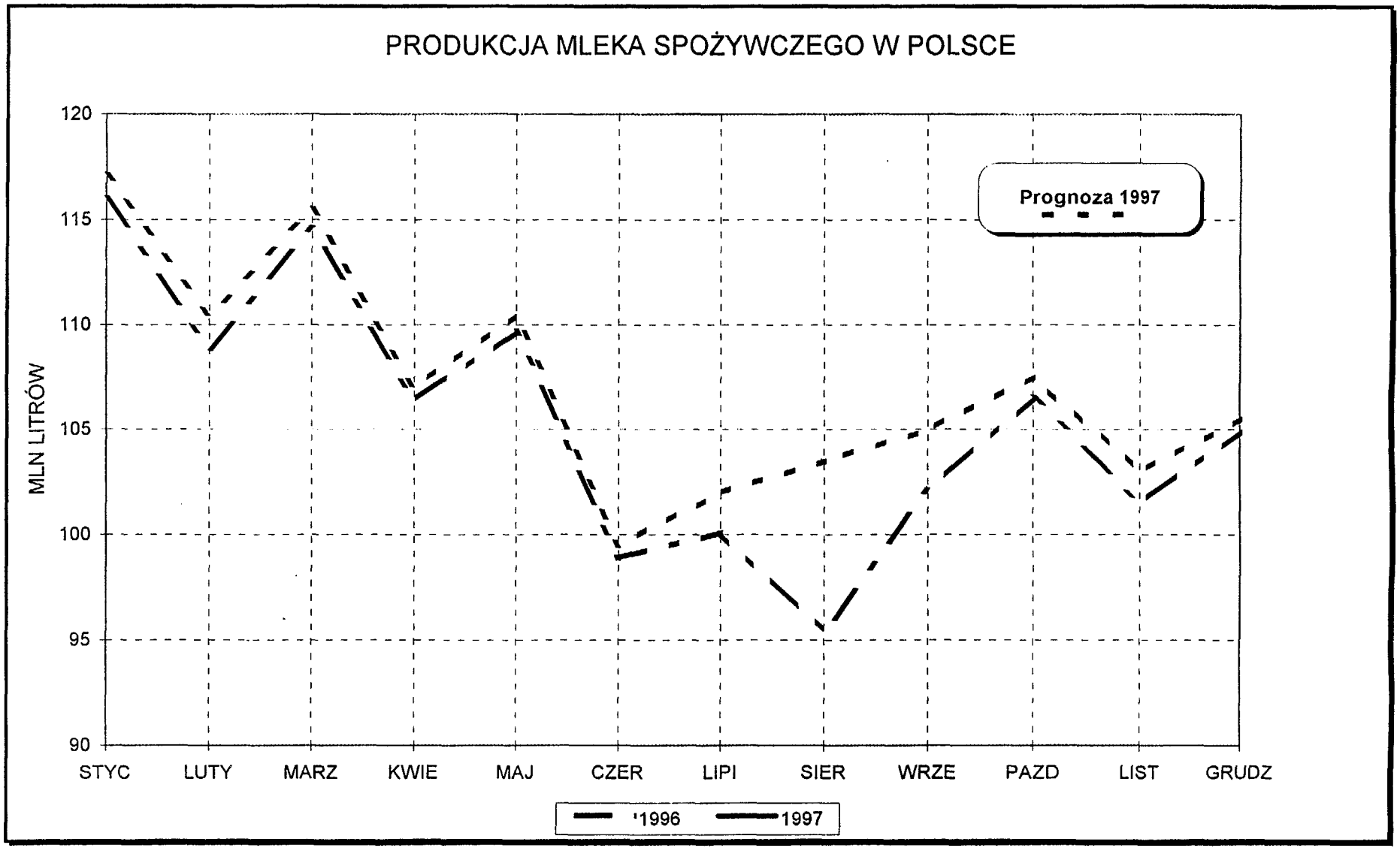
WYKRES 3


SKUP MLEKA W POLSCE
MLN LITRÓW
750
700
650
600
550
500
450
400
350
300
STYC
LUTY
MARZ
KWIE
MAJ
CZER
LIPI
SIER
WRZE
PAZD
LIST
GRUDZ
Prognoza 1997
'1996
1997

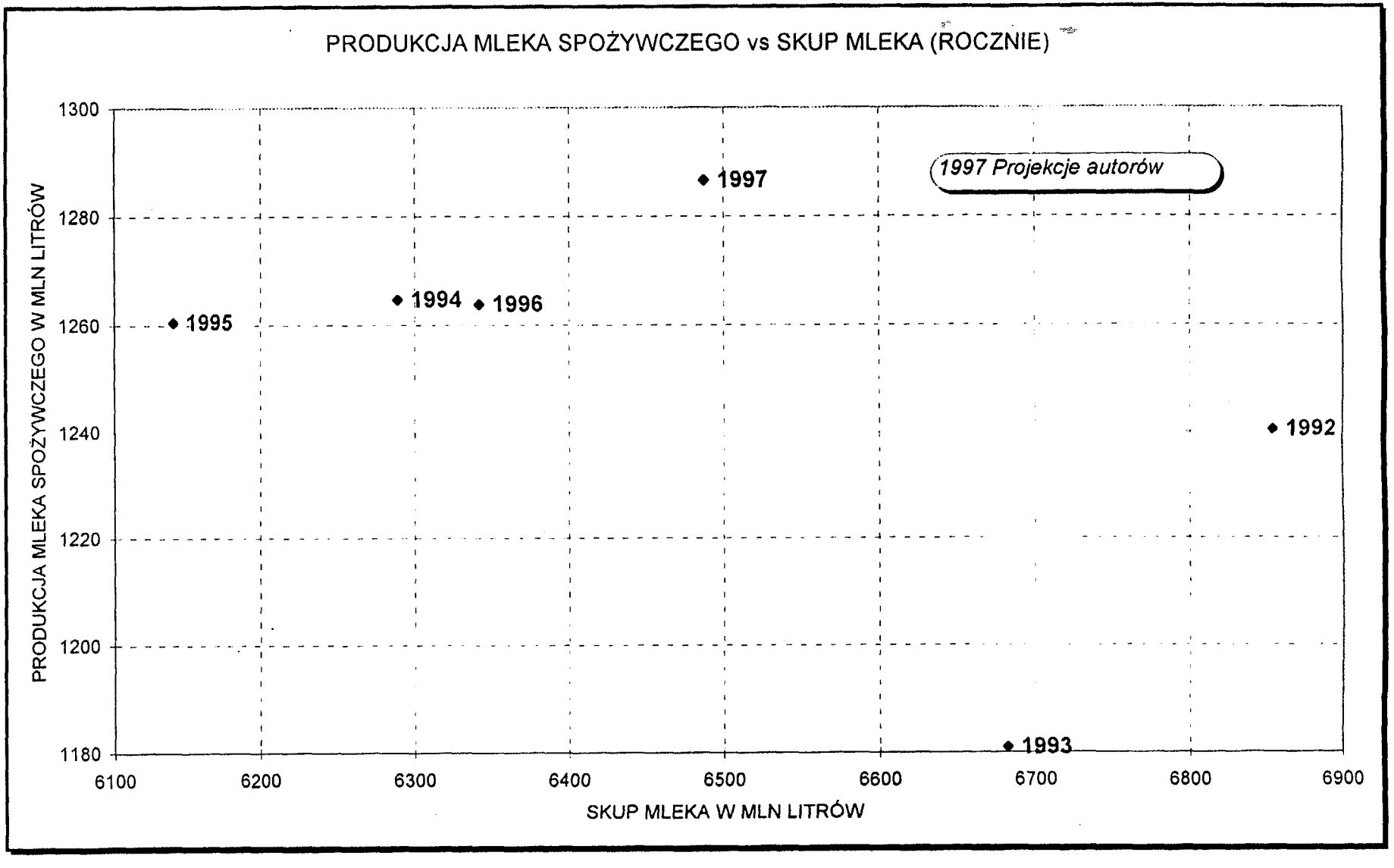
WYKRES 4


CENA MLEKA W SKUPIE
Prognoza 1997
ZŁ/LITR
0,65
0,6
0,55
0,5
0,45
0,4
0,35
0,3
0,25
0,2
STYC
LUTY
MARZ
KWIE
MAJ
CZER
LIPI
SIER
WRZE
PAZD
LIST
GRUDZ
'1994
'1995
'1996
ARR1994
ARR1995
ARR1996
1997
ARR1997

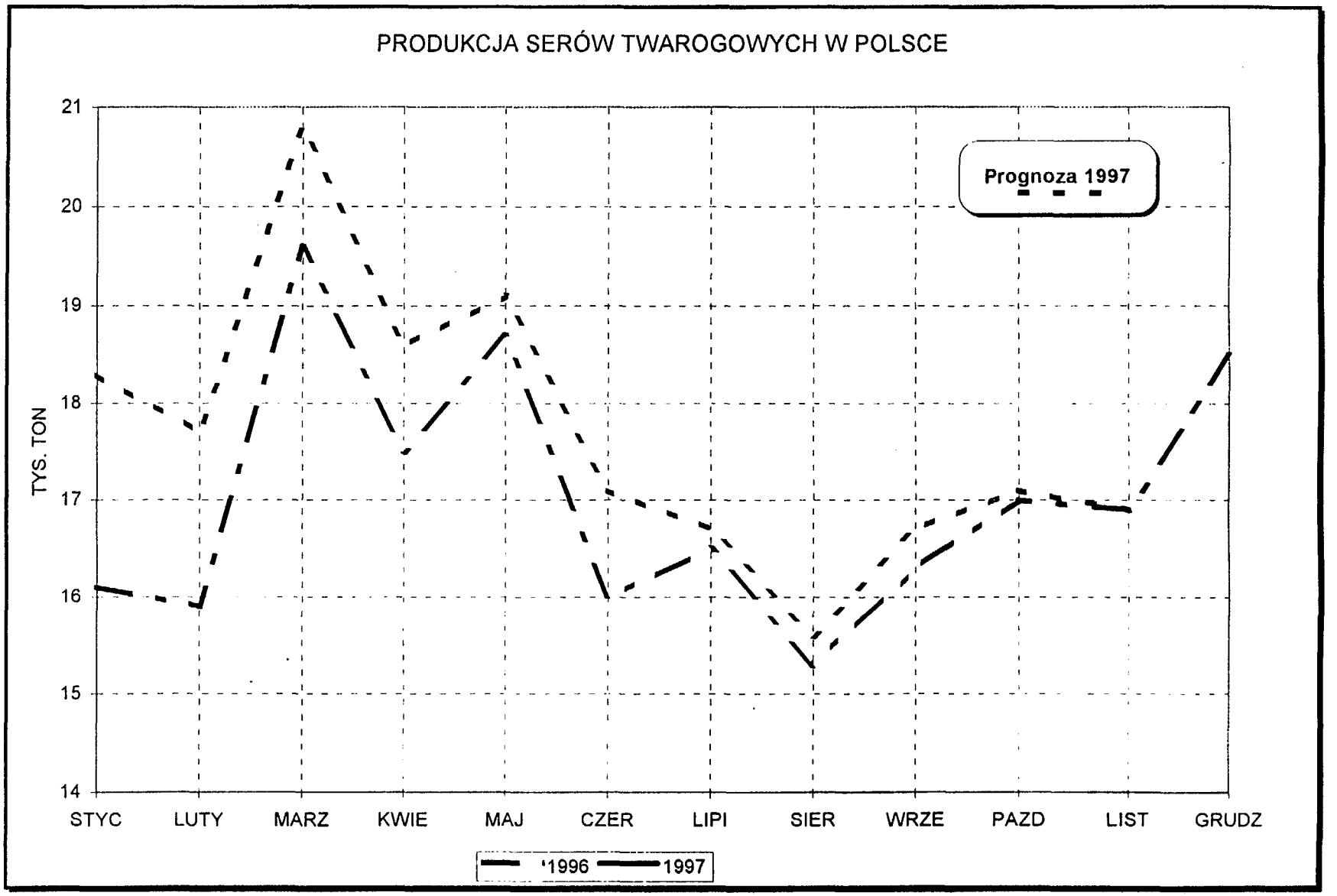
WYKRES 5


PRODUKCJA MLEKA SPOŻYWCZEGO W POLSCE
MLN LITRÓW
120
115
110
105
100
95
90
STYC
LUTY
MARZ
KWIE
MAJ
CZER
LIPI
SIER
WRZE
PAZD
LIST
GRUDZ
Prognoza 1997
'1996
1997

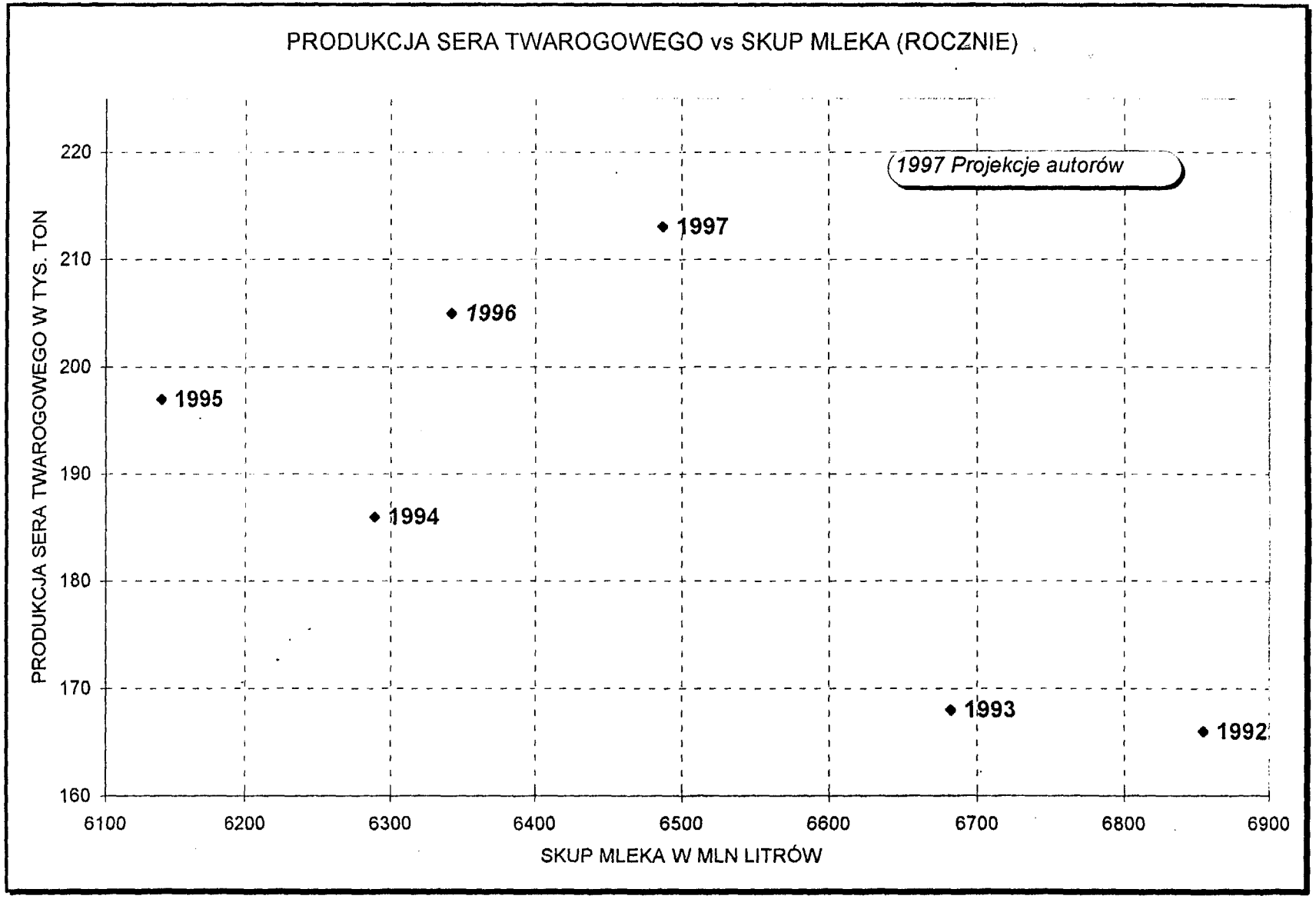
WYKRES 6


PRODUKCJA MLEKA SPOŻYWCZEGO vs SKUP MLEKA (ROCZNIE)
PRODUKCJA MLEKA SPOŻYWCZEGO W MLN LITRÓW
1300
1280
1260
1240
1220
1200
1180
6100
6200
6300
6400
6500
6600
6700
6800
6900
SKUP MLEKA W MLN LITRÓW
1997
1997 Projekcje autorów
1994
1996
1995
1992
1993

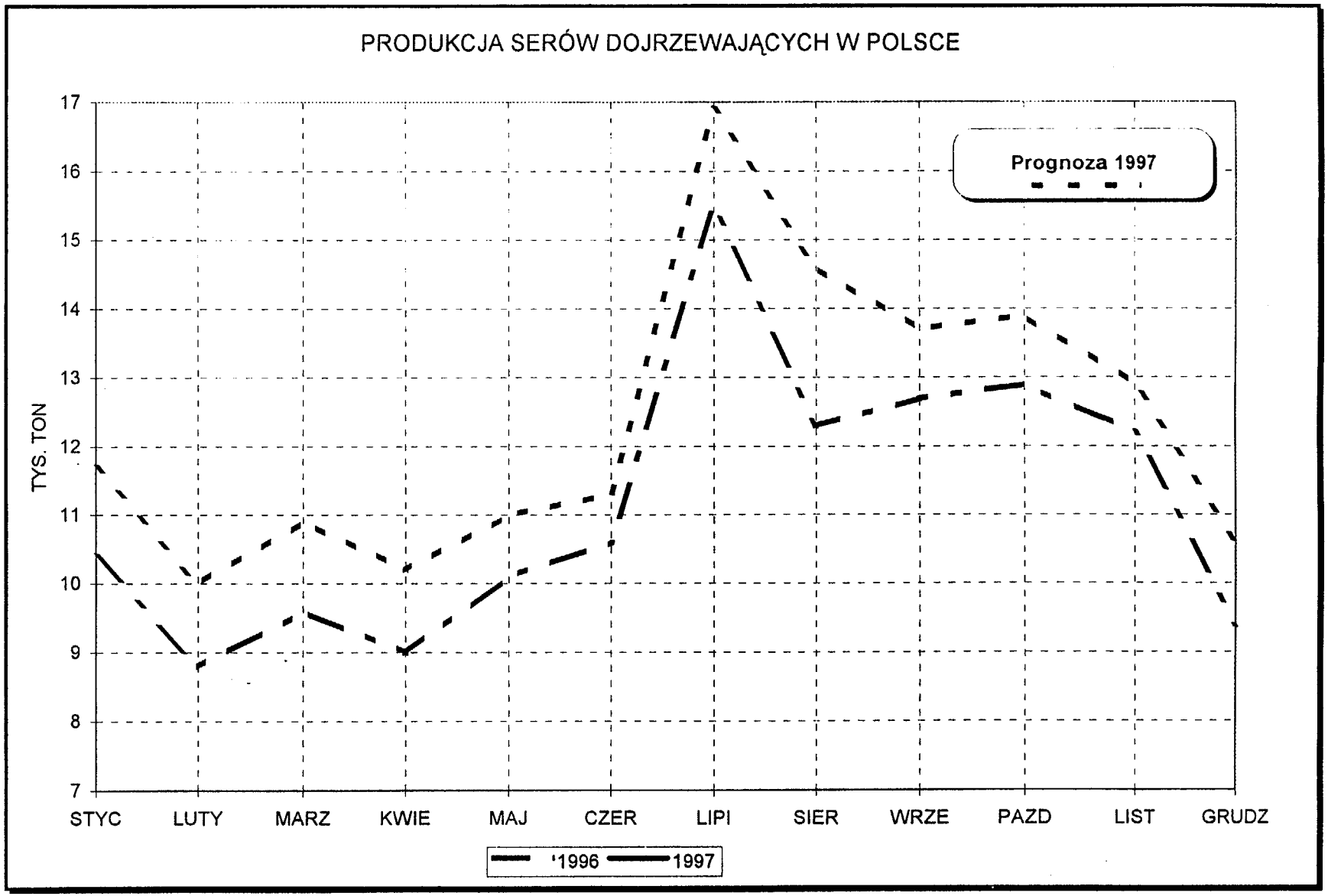
WYKRES 7


PRODUKCJA SERÓW TWAROGOWYCH W POLSCE
TYS. TON
21
20
19
18
17
16
15
14
STYC
LUTY
MARZ
KWIE
MAJ
CZER
LIPI
SIER
WRZE
PAZD
LIST
GRUDZ
Prognoza 1997
1996
1997

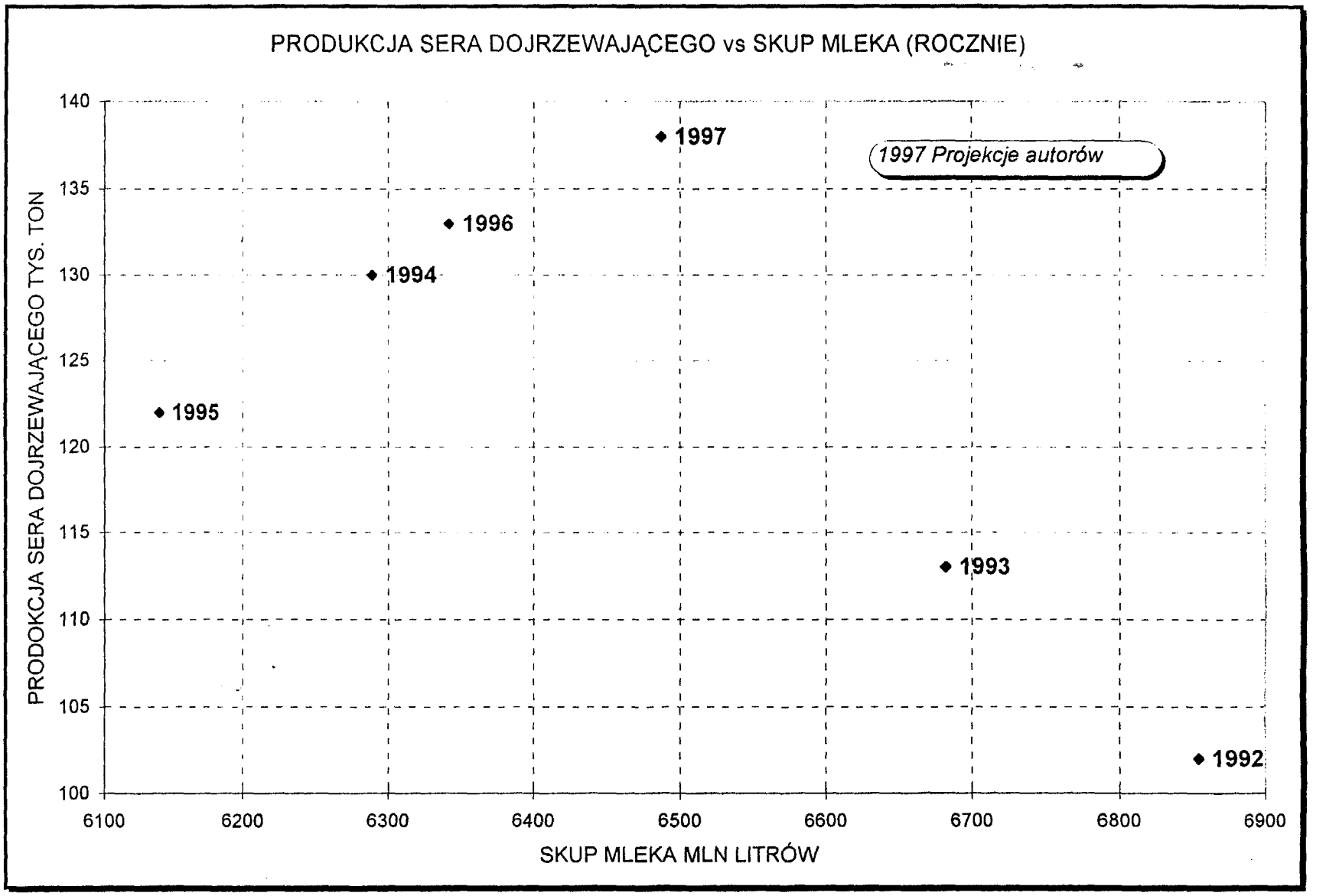
WYKRES 8


PRODUKCJA SERA TWAROGOWEGO vs SKUP MLEKA (ROCZNIE)
1997 Projekcje autorów
1997
1996
1995
1994
1993
1992
PRODUKCJA SERA TWAROGOWEGO W TYS. TON
220
210
200
190
180
170
160
6100
6200
6300
6400
6500
6600
6700
6800
6900
SKUP MLEKA W MLN LITRÓW

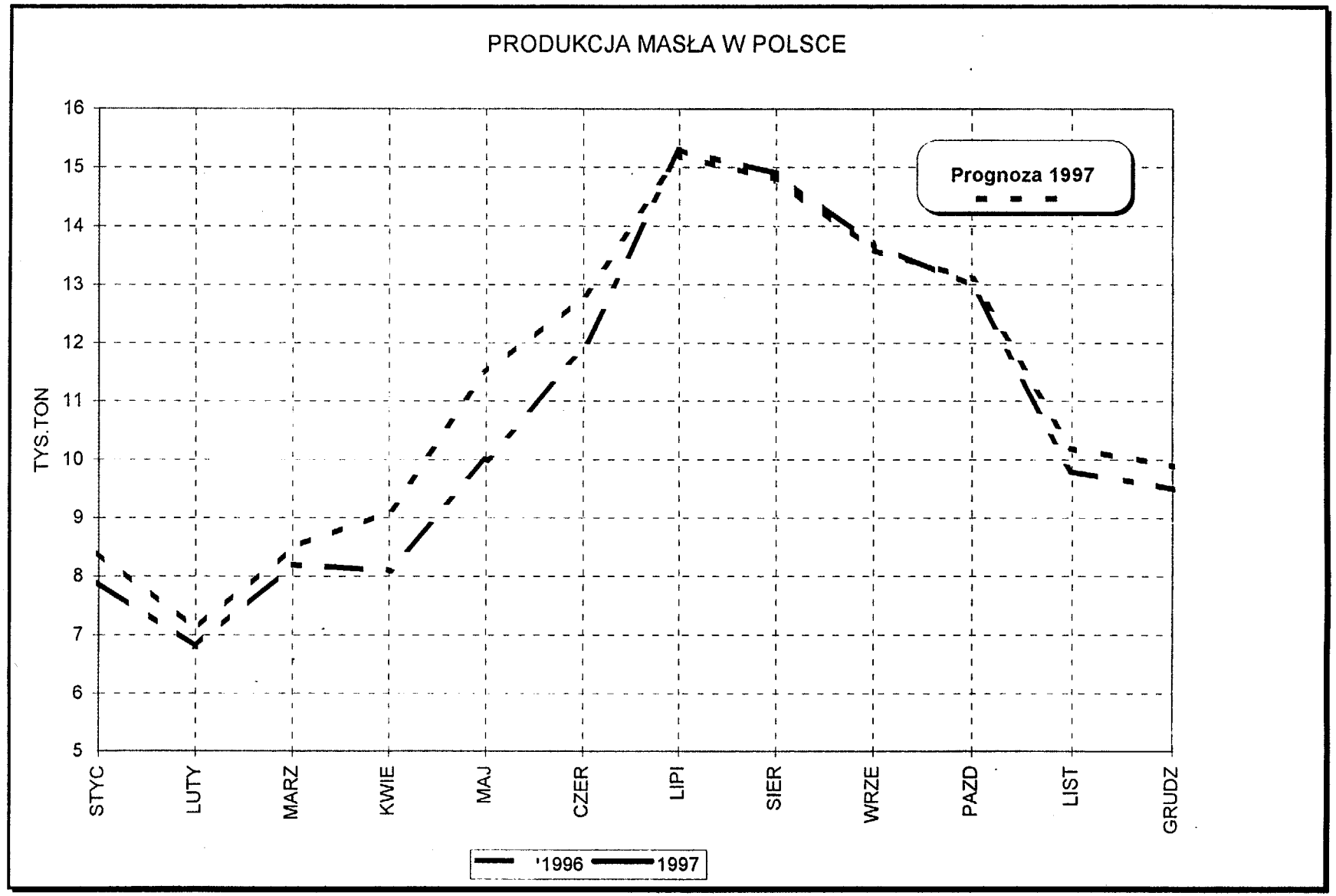
WYKRES 9


PRODUKCJA SERÓW DOJRZEWAJĄCYCH W POLSCE
TYS. TON
17
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
STYC
LUTY
MARZ
KWIE
MAJ
CZER
LIPI
SIER
WRZE
PAZD
LIST
GRUDZ
Prognoza 1997
'1996
1997

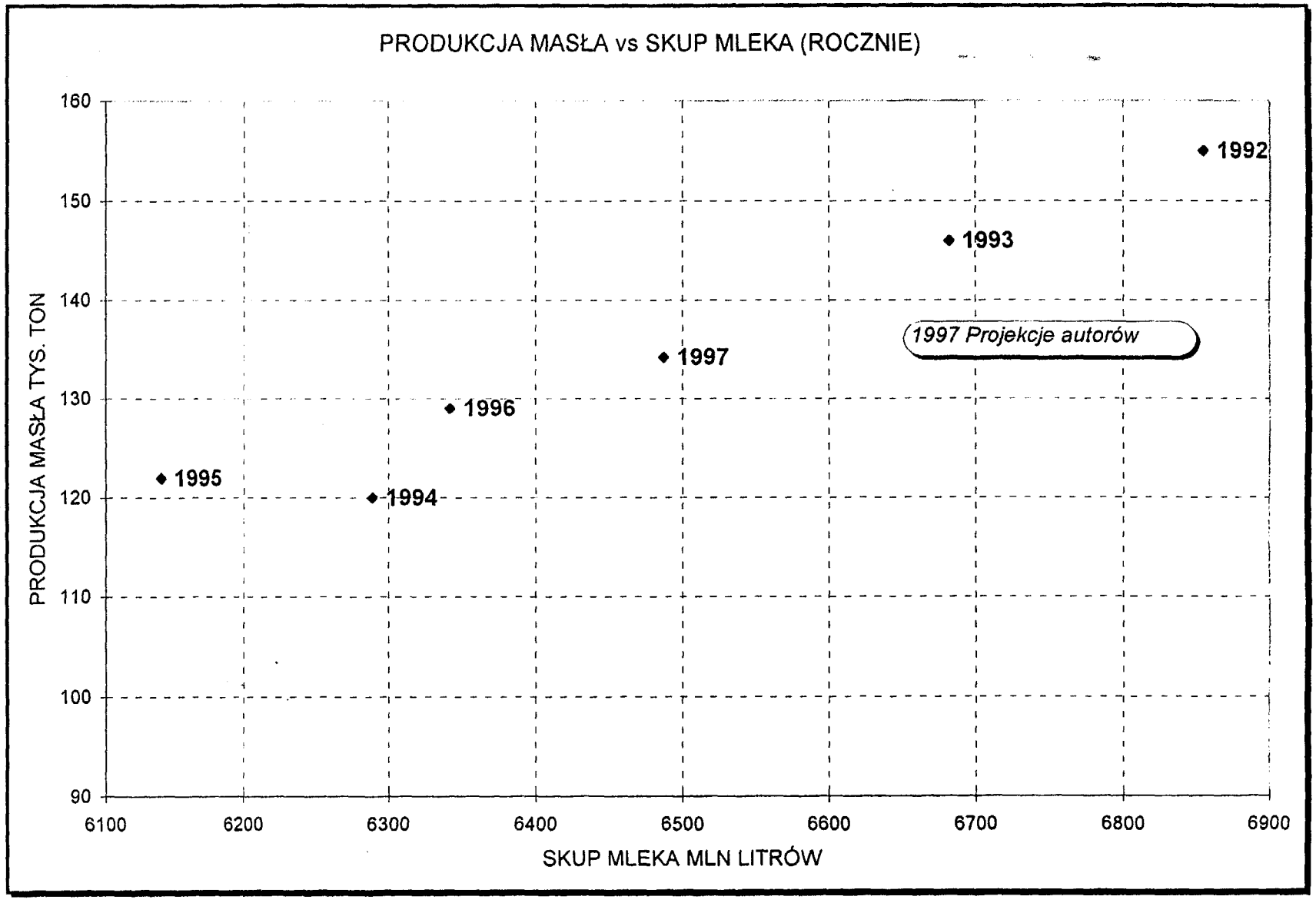
WYKRES 10


PRODUKCJA SERA DOJRZEWAJĄCEGO vs SKUP MLEKA (ROCZNIE)
PRODOKCJA SERA DOJRZEWAJĄCEGO TYS. TON
140
135
130
125
120
115
110
105
100
6100
6200
6300
6400
6500
6600
6700
6800
6900
SKUP MLEKA MLN LITRÓW
1997
1997 Projekcje autorów
1996
1994
1995
1993
1992

WYKRES 11

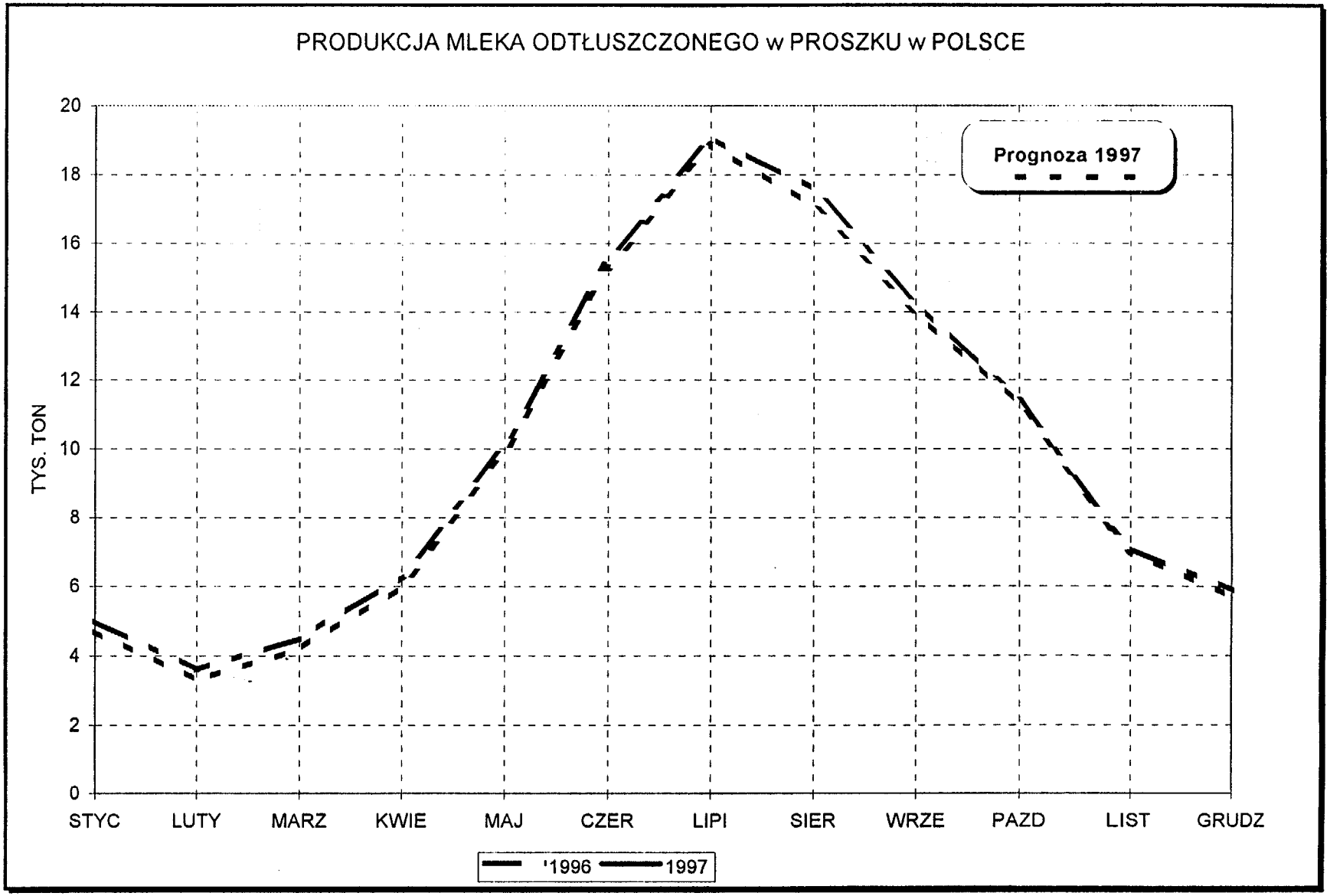

PRODUKCJA MASŁA W POLSCE
TYS.TON
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
6
5
STYC
LUTY
MARZ
KWIE
MAJ
CZER
LIPI
SIER
WRZE
PAZD
LIST
GRUDZ
Prognoza 1997
'1996
1997

WYKRES 12


PRODUKCJA MASŁA vs SKUP MLEKA (ROCZNIE)
PRODUKCJA MASŁA TYS. TON
160
150
140
130
120
110
100
90
6100
6200
6300
6400
6500
6600
6700
6800
6900
SKUP MLEKA MLN LITRÓW
1992
1993
1997 Projekcje autorów
1997
1996
1995
1994

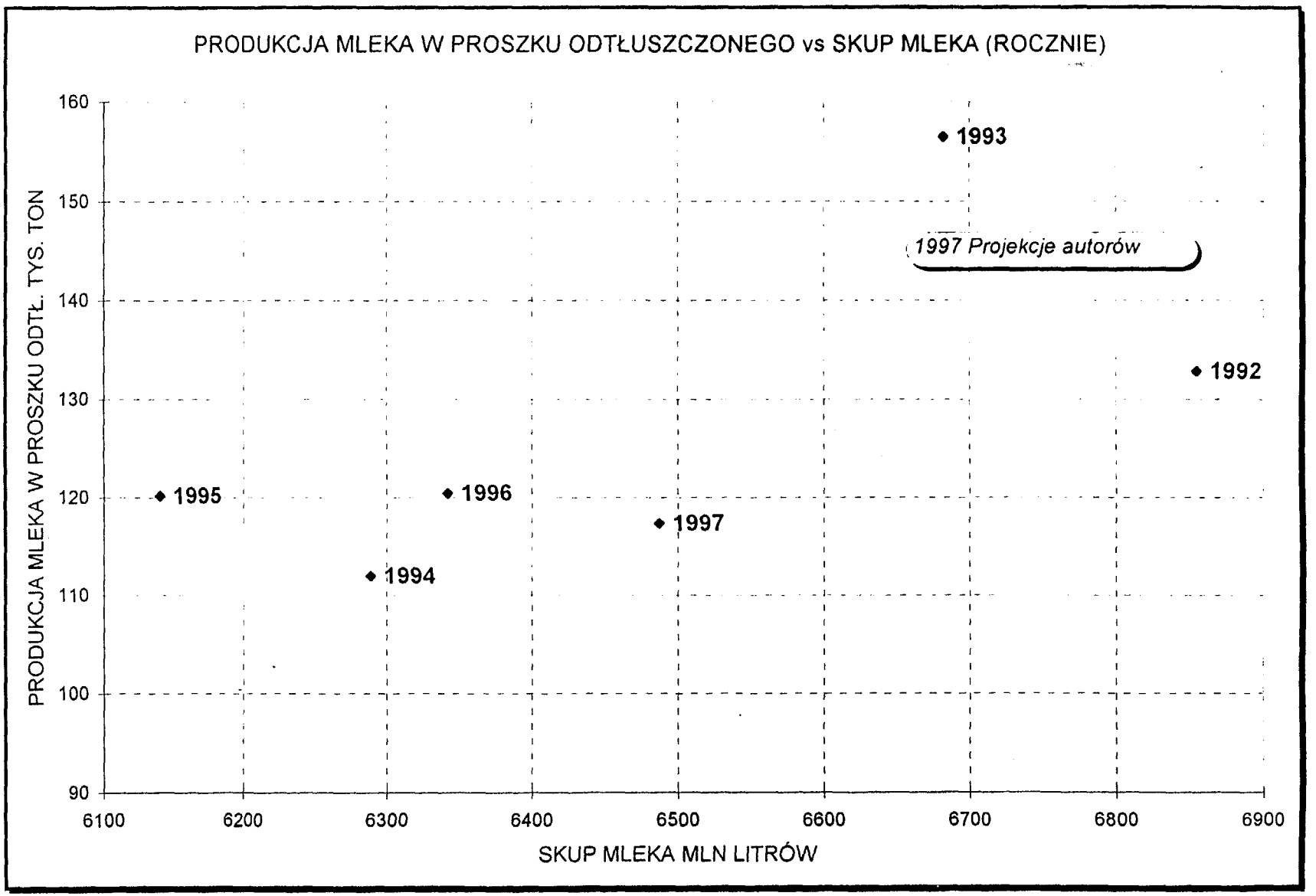
69

WYKRES 13



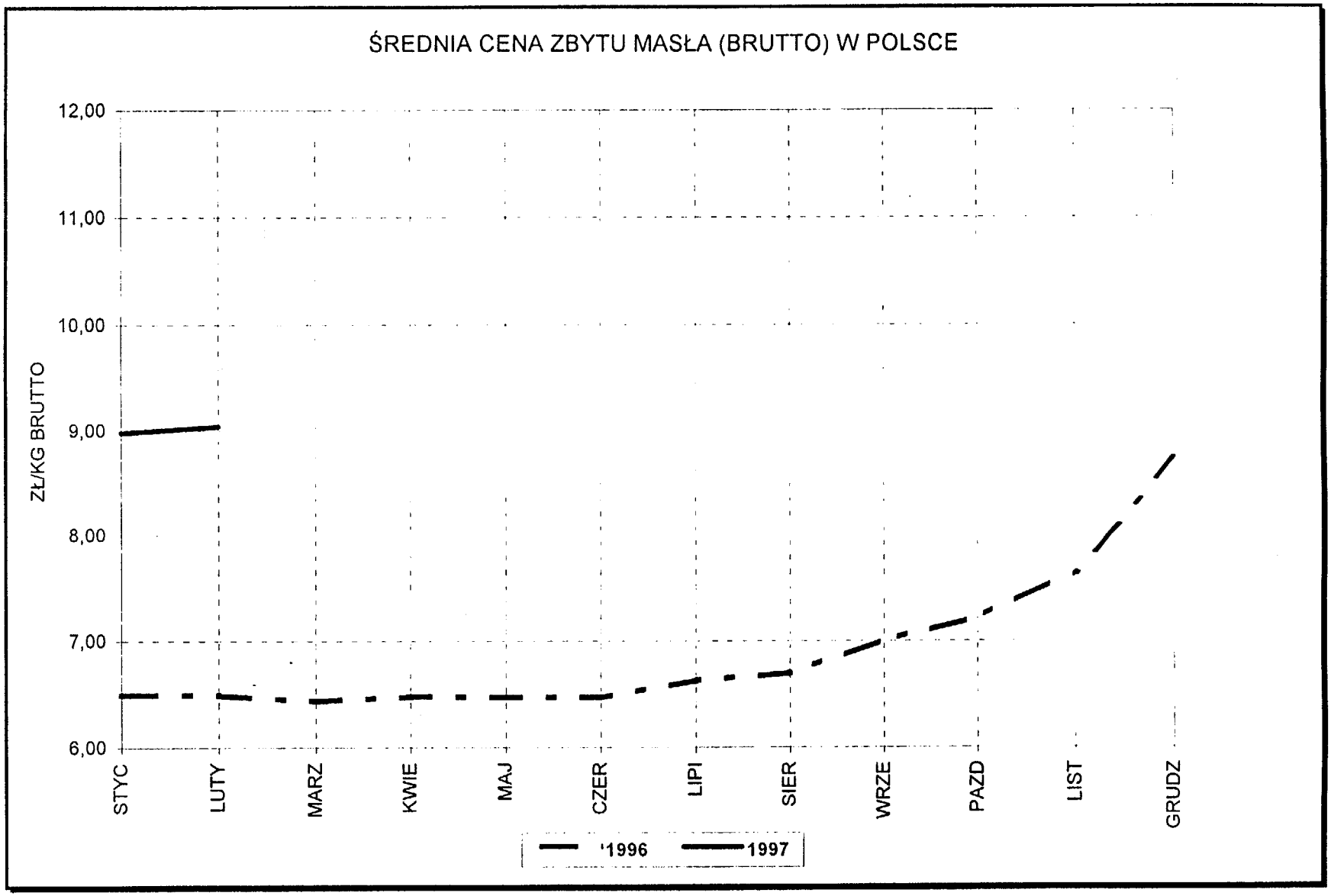
BEST AVAILABLE COPY

WYKRES 14



BEST AVAILABLE COPY

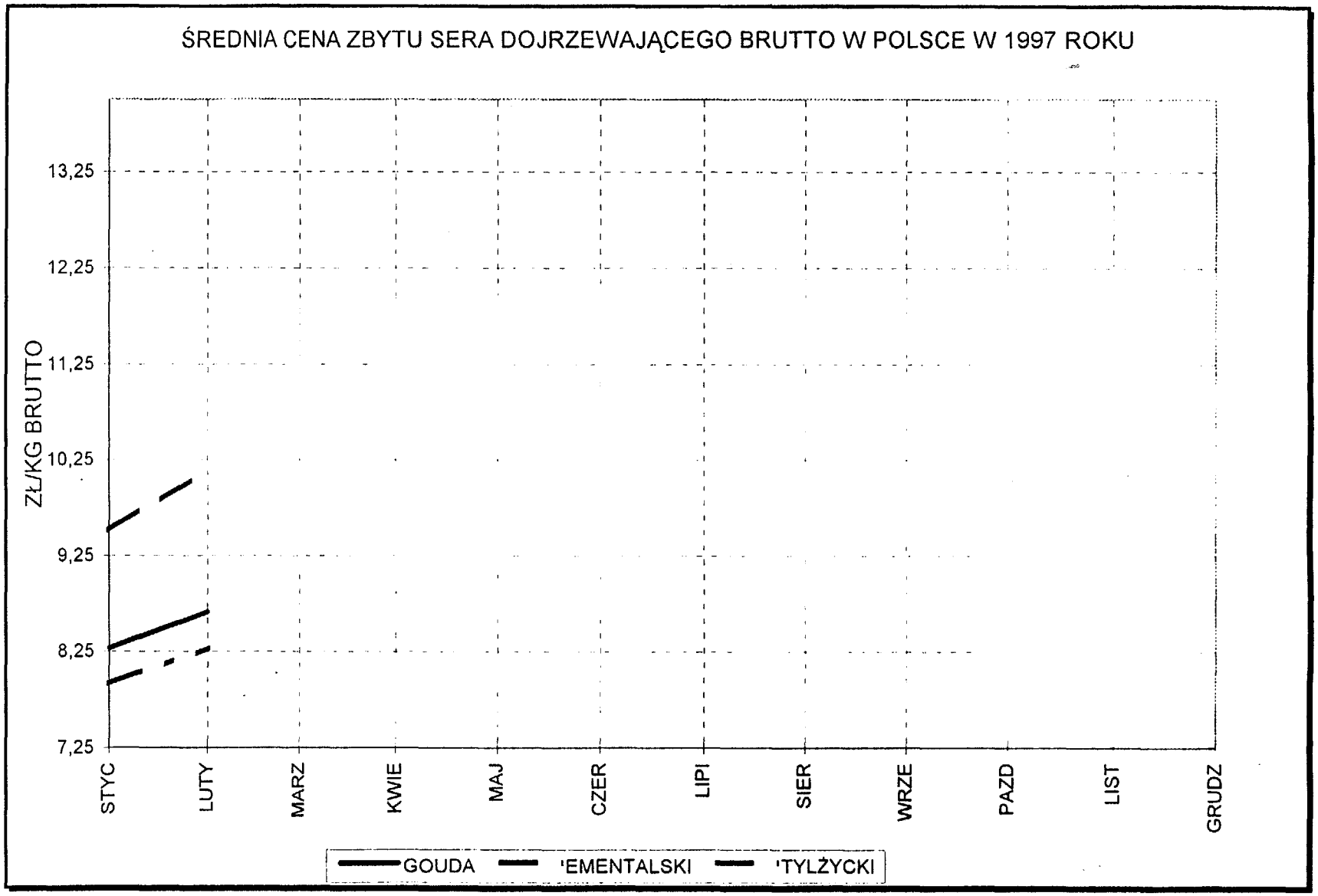
WYKRES 15



BEST AVAILABLE COPY

72

WYKRES 16



BEST AVAILABLE COPY

73

BEST AVAILABLE COPY

Krajowe Porozumienie Spółdzielni Mleczarskich
ul. Hoża 66/68, 00-950 Warszawa
tel: (0 48 22) 628 7081, wew: 122
fax: (0 48 22) 621 4435
Adres e-mail: kpsm@saxon.pip.com.pl

Land O'Lakes, Inc.
ul. Smolna 15/7, 00-375 Warszawa
tel.: (0 48 22) 827 8579, 827 8[illegible]
fax: (0 48 22) 827 78[illegible]
Adres e-mail: lolidd[illegible]@[illegible]