AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

WiR 4-2009.qxd 12/28/09 1:53 PM Page 83

WIEŚ I ROLNICTWO, NR 4 (145) 2009

WACŁAW SZYMANOWSKI[1]

WPŁYW PROCESÓW GŁOBALIZACYJNYCH NA KIERUNKI ROZWOJU FORM HANDLU ŻYWNOŚCIĄ W POLSCE

Abstrakt. W artykule został przedstawiony wpływ procesów globalizacyjnych na działalność w skali makro w otoczeniu rolnictwa, a w szczególności ich wpływ na popyt na żywność oraz na podaż w skali globalnej (państw OECD). Powoduje to konieczność dostosowania do tych zmian nowych rozwiązań instytucjonalnych w obszarze współpracy między producentami żywności a infrastrukturą handlową. Skutkiem tego jest pojawienie się nowych form współpracy w zakresie sprzedaży żywności masowej oraz niszowej zaspokajającej popyt nowo tworzących się subsegmentów rynku w Polsce, zarówno w aglomeracjach miejskich, jak i na terenie obszarów wiejskich.

Słowa klucze: globalizacja, producenci żywności, infrastruktura handlowa, instytucje kontroli jakości żywności

WPROWADZENIE

Wpływ procesów globalizacyjnych na kształtowanie się relacji między producentami żywności a ich odbiorcami jest wieloraki i zmieniający swoje zasady. Żywność to jeden z podstawowych czynników kształtowania zdrowia człowieka. Zmiany w technologii produkcji żywności i różnicowanie asortymentowe ze względu na wartości żywieniowe, zdrowotne i smakowe żywności stwarzają nowe zagrożenia, które muszą być w warunkach globalizacyjnych rozwiązywane za pomocą nowych instrumentów instytucjonalnych. Procesy liberalizacji międzynarodowego handlu, w tym handlu żywnością, w dobie rozbudowy globalnych koncernów produkcji żywności stwarzają nowe wyzwania wobec funkcji pełnionych przez państwo narodowe i instytucje międzynarodowe, a także po-

[1] Autor jest pracownikiem naukowym Instytutu Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN (e-mail: szymanowski@acn.waw.pl).

wodują konieczność tworzenia nowych zasad współpracy między instytucjami sektora publicznego i prywatnego. W Polsce w realizacji potrzeb konsumenta w nowych warunkach działania, nie tylko na obszarze wielkich aglomeracji miejskich, ale także na terenach obszarów wiejskich, szczególne miejsce będzie zajmowała infrastruktura handlowa.

WPŁYW PROCESÓW GLOBALIZACYJNYCH NA KSZTAŁTOWANIE SIĘ PODAŻY I POPYTU NA ŻYWNOŚĆ

Procesy globalizacyjne przyczyniają się do pogłębiania światowych powiązań we wszystkich aspektach współczesnego życia. Globalizacja oznacza więc zmniejszenie barier między krajami i wzmocnienie ściślejszych powiązań ekonomicznych, politycznych i społecznych. Prowadzi do tworzenia się zintegrowanego rynku globalnego towarów, usług i kapitału oraz kształtowania nowego międzynarodowego podziału pracy. Paradygmatem staje się otwartość rynku, co pogłębia dominację korporacji ponadnarodowej produkcji i handlu żywnością.

W warunkach postępującej globalizacji dla producentów rolnych coraz większe znaczenie odgrywają uwarunkowania mikroekonomiczne. Oddzielenie funkcji socjalnej od ekonomicznej pozwoli na wzrost dochodów, powodując dzięki zwiększeniu wydajności pracy potanienie żywności. Jednocześnie procesy globalizacji za pośrednictwem cen światowych będą zwiększały konkurencję międzynarodową, a przy założeniu globalnej standaryzacji jakości żywności i jej konsumpcji – efektywność mikroekonomiczną. Żywność będzie produkowana tam, gdzie będzie najtańsza, i sprowadzana stąd, gdzie będą jej nadwyżki. Nierówny dostęp do informacji powoduje asymetrię w jej przepływie i w strukturach rynku. Coraz większe niedoskonałości rynków wymagają stosowania bardziej wyrafinowanych rodzajów instrumentów i mechanizmów pozacenowych.

Globalizacja oddziałuje zarówno na popyt, jak i na podaż żywności w skali globalnej[2]. Podstawowym czynnikiem kształtującym wzrost popytu na żywność w skali globalnej jest przewidywany wzrost liczby ludności w krajach rozwijających się o 20% do 2020 roku oraz podwojenie PKB na mieszkańca, w szczególności w Chinach, Indiach i Brazylii [Bunte 2009, s. 45]. Jednocześnie PKB na mieszkańca krajów OECD i Japonii będzie się stabilizował, na co będzie miał wpływ między innymi proces starzenia się społeczeństw tych państw. Spowoduje to zmianę struktury konsumpcji mieszkańców krajów rozwiniętych. Nastąpi także zmiana struktury konsumpcji państw rozwijających się poprzez zmniejszenie spożycia zbóż i ryżu, a zwiększenie – mięsa i produktów mięsnych, owoców i warzyw oraz produktów mlecznych. Przeznaczenie części produkcji rolniczej na potrzeby pozażywnościowe, zwłaszcza na produkcję biopaliw, produktów włókienniczych, chemicznych, farmaceutycznych, będzie powodowało wzrost cen nie tylko surowców rolniczych, ale i innych produktów żywnościowych.

[2] Analizę uwarunkowań globalnych zmian popytu i podaży żywności w perspektywie do 2050 roku można znaleźć w pracy Czyżewskiego i innych [2008, s. 14–33].

Stabilizacja popytu na żywność w państwach OECD (przy starzeniu się społeczeństw i alienacji kobiet) spowoduje wzrost zainteresowania konsumentów żywnością „wygodną", funkcjonalną (suplementy), ekologiczną oraz etniczną i regionalną [Schaafsma i Kok 2005, s. 207–215, Cenecič i Krygier 2006, s. 241–248].

Wzrostowi popytu na żywność towarzyszyć będzie wzrost jej podaży. Przy ograniczonej podaży ziemi czynnikiem hamującym wzrost podaży żywności jest spadek jej produktywności spowodowany zmianami klimatycznymi (wzrostem degradacji gleby, pogarszającym się bilansem wodnym, wzrostem kosztów pozyskania energii), a także wzrostem kosztów ochrony środowiska naturalnego. Wraz ze wzrostem podaży żywności wzrosną jej koszty wytwarzania i sprzedaży, determinujące poziom jej cen.

Czynnikami oddziałującymi na wzrost podaży żywności będą postęp w zakresie biotechnologii (produkcji surowców i żywności genetycznie modyfikowanej) oraz łatwiejszy dostęp do wyników badań naukowych, traktowanych jako dobra publiczne w skali globalnej.

Globalizacja staje się nie tylko czynnikiem negatywnie oddziałującym na środowisko naturalne, ale także przyczynia się do pogorszenia jakości życia na wsi poprzez pauperyzację i regres kulturowy jej mieszkańców. Ma także wpływ na rozwój przemysłu spożywczego [van Witteloostuijn 2009, s. 25–39] poprzez rozszerzenie możliwości skali działania dla surowców jednorodnych oraz zakresu działania dla produktów niejednorodnych. Standaryzacja procesów produkcyjnych i produktów jest wynikiem większej skali działania, natomiast zachowanie specyfiki regionalnej – lokalnej produkcji i jej produktów, jest efektem szerszego zakresu działania. Wynikiem zjawisk globalizacyjnych jest z jednej strony wzrost standaryzacji, a z drugiej strony – różnorodność procesów, produktów, rozwiązań typu know-how. Następuje zwiększenie rynkowej skali i zakresu koncentracji, na przykład w 2002 roku 6 największych producentów żywności: Nestle, Kraft, Unilevel, Pepsico, Danone, Mars, obejmowało 20% rynku światowego. Do najbardziej skoncentrowanych branż należały: produkcja karmy dla zwierząt, w której 3 z 6 powyżej wspomnianych firm zajmowało 50,2 % rynku, produkcja zakąsek, w której 5 z 6 producentów zajmowało 36,0% rynku, a lodów – 30,4% rynku. W 2003 roku Nestle w 150 państwach sprzedawało 20 kategorii produktów, Unilevel w 120 państwach – 12 kategorii prduktów, a Danone w 70 państwach – 16 kategorii produktów [van Witteloostuijn 2009, s. 28].

W wyniku nasilania się zjawisk globalizacyjnych nastąpił wzrost liczby małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w sektorze produkującym żywność przetworzoną na rynki niszowe i lokalne. Jednocześnie procesom tym towarzyszy dalsza koncentracja i specjalizacja, zachodząca równolegle na rynku dużych i małych producentów żywności, co prowadzi do wzrostu roli firm wielonarodowych, działających na rynkach międzynarodowych, i firm małych, działających na rynkach lokalnych. Następuje zwiększenie zależności między globalizacją a regionalizacją, gdyż globalizacja staje się warunkiem regionalizacji, a regionalizacja stymuluje globalizację.

KSZTAŁTOWANIE SIĘ NOWYCH INSTYTUCJONALNYCH FORM WSPÓŁPRACY MIĘDZYNARODOWEJ W ZAKRESIE HANDLU ŻYWNOŚCIĄ

Wzrost popytu powoduje konieczność dostosowania się do niego podaży i eksportu żywności. W państwach OECD eksport żywności w latach 1993–2004 wyniósł 345,8 mld USD, w tym: surowców (np. mięsa) – 74,5 mld USD, świeżych produktów – 82,7 mld USD, produktów przetworzonych – 142,4 mld USD. W ostatniej dekadzie nastąpił bardzo szybki wzrost spożycia napojów, który osiągnął 46,2 mld USD, co w stosunku rocznym wynosiło 7,3%, gdy żywności przetworzonej 7,0%, całego zaś eksportu żywności w latach 1993–2004 jedynie 5,2%. Tak więc następuje „przesunięcie" eksportu z surowców na produkty o zwiększonej wartości dodanej, czego przykładem jest zwiększenie udziału żywności przetworzonej i napojów z 25% w 1993 roku do 30% w 2005 roku [Bunte 2009, s. 49]. Wzrost znaczenia żywności „wygodnej" wynika z konieczności redukcji czasu zakupu i przygotowania posiłku. Walka o klienta na tym etapie dystrybucji, co stanowi istotę tak zwanej konkurencji ostatniej mili, staje się wymogiem w organizacji handlu żywnością.

Od końca lat dziewięćdziesiątych w procesach wymiany międzynarodowej w państwach OECD większą rolę niż handel żywnością odgrywają bezpośrednie inwestycje zagraniczne. Ich roczny wzrost w latach 1993–2004 wyniósł 9,8%, gdy handel międzynarodowy 5,2% [Bunte 2009, s. 54]. Wzrost znaczenia bezpośrednich inwestycji zagranicznych wynika z faktu, że w warunkach liberalizacji handlu stanowią one coraz częściej jego substytut bądź uzupełnienie.

Oczekiwana w najbliższej dekadzie dalsza liberalizacja handlu międzynarodowego produktami rolnymi i żywnością ułatwi tworzenie wspólnego rynku globalnego.

Można wyodrębnić dwa czynniki wpływające na tworzenie między innymi globalnego rynku żywności. Pierwszym jest spadek kosztów transportu i komunikacji, wynikający z zastosowania nowych technologii logistycznych i informatycznych. Nowe technologie informacyjne rewolucjonizują reguły działania gospodarki. „Nowa gospodarka" ma wymiar cyfrowy, dotychczasowa – wymiar fizyczny, działając w czasie rzeczywistym i stwarzając nowe zasady działania gospodarki cyfrowej [Gates 1999]. Drugi czynnik to znoszenie barier w handlu międzynarodowym (barier celnych i pozacelnych) w wyniku działań Światowej Organizacji Handlu (WTO), otwarcia byłych gospodarek, planowania centralnego i ich przejścia do gospodarki rynkowej, a także internacjonalizacji rynków finansowych i wzrostu znaczenia MFW i Banku Światowego poprzez włączenie gospodarek Chin i Rosji do działań gospodarki światowej.

Rewolucyjne zmiany w technologiach transportu i przewożenia żywności na duże odległości oraz w ich magazynowaniu, polegające na budowie wielkich centrów dystrybucyjnych i logistycznych w obszarze handlu między instytucjami oraz handlu detalicznego, powodują powstanie nowego modelu handlu bezpośredniego małych dostawców i odbiorców żywności. W modelu tym dostawcy i odbiorcy żywności obsługiwani są przez kompleksowych operatorów usług

logistycznych (Full Logistics Service Companies), którzy konsolidują małe przesyłki eksportowe (at less container load LCL), rozwożąc je w miejscach przeznaczenia. Firmy te spełniają obie zasady – skali i zakresu działania. Zastosowanie zasad „outsourcingu" logistycznego tworzy wartość dodaną dla operatorów logistycznych, dając jednocześnie zysk małym eksporterom żywności (przykładem może być tu sprzedaż kawy z Hondurasu i zaopatrzenie sklepów w Wiedniu [Gallo 2009]).

Konkurencja „ostatniej mili" wiąże się z czasem i miejscem dostawy produktu, a do jej realizacji służą nowe technologie informacyjne i telekomunikacyjne (ICT), związane z obsługą klienta zakupującego żywność w wielkopowierzchniowych obiektach handlowych (hiper- i supermarketach, sklepach dyskontowych), a także w miejscu zamieszkania. Stąd wzrost roli dystrybucji bezpośredniej i służących jej narzędzi, jak: mobilna logistyka, WebEDI (elektroniczna wymiana danych za pomocą Internetu), RFID (system identyfikacji danych za pomocą fal radiowych), systemy ECR (efektywnej obsługi klienta) oraz systemy CRM (zarządzania relacjami z klientami). Narzędzia te pozwalają na identyfikację miejsca produktu w łańcuchu logistycznym, monitorowania jego ruchu, a w razie zagrożenia na określenie historii i miejsca jego powstania (Registration, Traceability and Product Testing) przez agencje rządowe.

Przewidywany wzrost handlu produktami rolnymi i żywnością będzie wiązał się z postępującą jego liberalizacją poprzez znoszenie barier celnych, limitów produkcyjnych, subsydiowanie eksportu i ograniczenia sanitarne i fitosanitarne[3]. W handlu międzynarodowym w produkcji i sprzedaży żywności dalej szczególną rolę będą zajmowały ponadnarodowe korporacje. Konkurencja cenowa zastępowana będzie konkurencją jakościową za pomocą produktów markowych, wdrażania publicznych i prywatnych standardów jakościowych oraz zasad społecznej odpowiedzialności biznesu (Corporate Social Responsibility – CSR). Głównym powodem wprowadzania standardów jakościowych jest trudność utrzymania równowagi rynkowej w warunkach asymetrii informacji między producentami a konsumentami i możliwością uzyskania tej równowagi za pomocą standardów określających zgodność cech produktów z ich kosztami [Swinnen i Vandemootele, 2008 s. 1].

Ponieważ systemy oznakowania produktów żywnościowych nie dają pełnej informacji konsumentowi o danym produkcie, dlatego też rozwijane są systemy standardów bezpieczeństwa i standardów jakościowych. W warunkach utrudnienia funkcjonowania mechanizmów rynkowych dzięki globalizacji zmienia się rola instytucji międzynarodowych, państwa narodowego i organizacji pozarządowych w realizacji nowych wyzwań dotyczących zdrowia społeczeństw. Znaczenie tych systemów polega przede wszystkim na tym, że nadawane są przez niezależne certyfikowane instytucje rozpoznawane w skali międzynarodowej. Mogą być one nadawane przez organizacje przemysłowe, na przykład Global-

[3] Aby spełnić te zadania, uchylone zostały dwa akty prawne dotyczące technicznych barier handlu: Porozumienie w sprawie barier technicznych w handlu (Agreement on Technical Barriers and Trade – TBT Agreement) oraz Porozumienie w sprawie miar sanitarnych i fitosanitarnych (Agreement on the Application on the Sanitary and Fitosanitary Measures – SPS).

GAP, przez Grupę Roboczą Europejskich Producentów i Handlowców (Euro--Retailer Produce Working Group EUREPGAP)[4], Konsorcjum Brytyjskiego Handlu (British Retail Consorcium – BRC) czy Globalną Inicjatywę w zakresie Bezpieczeństwa Żywności (Global Food Safety Inicjative – GFSI).

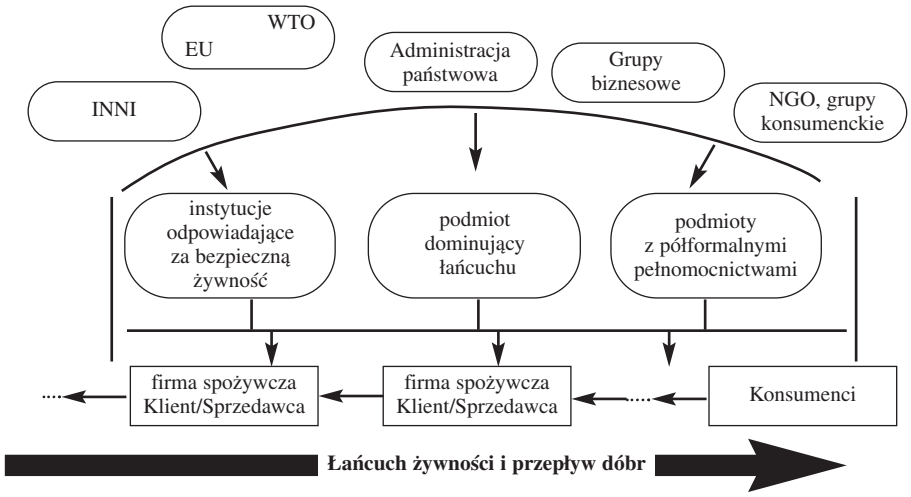
Inne sposoby docierania z informacją o produktach dotyczą wdrażania zasad Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (Corporate Social Responsibility – CSR), które określają społeczne warunki produkcji i dystrybucji, oraz zasad informowania o nich konsumentów przez publikowanie odpowiednich raportów. W raporcie Globescan CSR Monitor z 2002 roku stwierdzono, że 42% respondentów z Ameryki Północnej i 25% z Europy nie kupuje produktów ocenionych jako niewłaściwe [Fliess 2009, s. 80]. Odpowiednia promocja przez sieci handlowe produktów CSR powoduje wzrost ich sprzedaży, czego przykładem są produkty z listy oznakowanej znakiem Fair Trade Certified.

Nowe zasady bezpieczeństwa żywnościowego wdrażane, poczynając od 2002 roku (dyrektywa EC 178/2002), pozwoliły na stworzenie ogólnych zasad bezpieczeństwa żywnościowego w całym łańcuchu produkcji i dystrybucji żywności, a także procedur umożliwiających zachowanie tego bezpieczeństwa. Przykładem może być wdrażanie systemu HACCP (Hazard Analysis of Critical Control Points). Analiza ryzyka i krytycznych punktów kontroli umożliwia opracowanie planu HACCP i jego monitorowanie przez prywatną instytucję, na którą scedowane są zasady jego wykonania przez agencję rządową.

Nowe zasady bezpieczeństwa żywnościowego realizowane są przez powołane do tego instytucje i mechanizmy, które muszą ze sobą w określony sposób współpracować. Na kształtowanie się relacji nabywca – sprzedawca w łańcuchu żywnościowym mają wpływ rządowe instytucje kontroli bezpieczeństwa żywnościowego, na przykład Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności (European Food Safety Authority – EFSA), współpracujący ze Światową Organizacją Handlu (WTO) i Światową Organizacją Zdrowia (WHO). Ich zadaniem jest kształtowanie standardów publicznych i odpowiednich zachowań uczestników obrotu żywnością. Kontrola jakości i bezpieczeństwa zaopatrzenia w surowce i środki ochrony realizowana jest także przez standardy prywatne, na przykład wspomniany wyżej EUREPGAP, które wykonywane są przez niepubliczne instytucje, takie jak stowarzyszenia producentów żywności i stowarzyszenia ochrony interesów konsumenckich, a przede wszystkim przez integratorów łańcuchów żywnościowych, tj. sieci handlowych (np. sieć Tesco). Pomiędzy instytucjami sektora publicznego i prywatnego zostają wprowadzone mieszane mechanizmy rynkowo-administracyjne, które z jednej strony zlecają wdrażanie standardów higienicznych, jak: Dobra Praktyka Higieniczna (Good Higieny Practice – GHP), Dobra Praktyka Produkcyjna (Good Production Practice – GMP) oraz wspomniany system HACCP, z drugiej mechanizmy rynkowe – limitowania, kwotowania produkcji surowców (mleka, cukru) oraz zanieczyszczeń środowiska naturalnego, na przykład emisji CO_2 i ich obrotu. Mechanizmy

[4] Wyniki zastosowania w Polsce systemu EUREGAP do certyfikowania pomidorów i ogórków w województwie lubelskim można znaleźć w pracy Kurek [2007, s. 85–94].

mieszane realizowane zarówno przez instytucje publiczne, jak i prywatne posiadają uprawnienia kontrolne oraz instrumenty wymuszające przestrzeganie zasad bezpieczeństwa żywnościowego. Relacje pomiędzy wspomnianymi wyżej instytucjami w realizacji bezpieczeństwa żywnościowego w łańcuchu żywnościowym przedstawiono na rysunku 1.



RYSUNEK 1. Relacje instytucji przestrzegania bezpieczeństwa w łańcuchu żywnościowym
Źródło: Hirschauer i Martino [2008, s. 14].

KIERUNKI ZMIAN W HANDLU ŻYWNOŚCIĄ W POLSCE NA TLE PAŃSTW EUROPY CENTRALNEJ I WSCHODNIEJ

Przedstawionym wyżej zmianom w międzynarodowym handlu żywnością towarzyszą zjawiska koncentracji w jej dystrybucji. Prowadzi to do sytuacji, w której sieci handlowe stają się integratorem rozwoju łańcuchów żywnościowych. Dotyczy to zwłaszcza państw Europy Środkowej i Wschodniej, na których obszarze następują zmiany pozycji handlu z lokalnego w globalnego gracza rynkowego. Na taką pozycję wpłynęły następujące czynniki powodujące umiędzynarodowienie handlu na tym obszarze [Szymanowski 2008, Hanf i in. 2009, s. 4–5]. Po pierwsze upadek centralnego systemu planowania w Europie Środkowej i Wschodniej i brak wzorców przebudowy handlu żywnością. Spowodowało to konieczność adaptacji zachodniego modelu handlu oraz przyczyniło się do otwierania oddziałów (filii) przez korporacje międzynarodowe. Po drugie nastąpił wzrost zróżnicowania zamożności konsumentów i zwiększenie ich siły nabywczej. Wpłynęło to na wzrost popytu na produkty wyższej jakości. Po trzecie równolegle ze wzrostem popytu w Europie Środkowej i Centralnej nastąpiła stagnacja sprzedaży towarów na rynkach zachodnioeuropejskich. Zjawiskom umiędzynarodowienia handlu towarzyszyło upowszechnienie standardów jakości i bezpieczeństwa, które zdynamizowały obroty żywnością.

Po 2004 roku zjawiskom wzrostu stagnacji skali działalności korporacji handlowych w państwach Europy Zachodniej zaczęły towarzyszyć zjawiska przesuwania ich obszaru działalności na państwa Europy Środkowej i Wschodniej oraz na państwa pozaeuropejskie. Przykładem tego zjawiska są Carrefour, który posiadał 10 704 sklepów w 28 państwach świata, w tym 21 pozaeuropejskich, czy Grupa Metro – 2370 sklepów w 25 krajach świata [Szymanowski 2008, s. 169]. Zgromadzone przez korporacje handlowe środki finansowe zostały wykorzystane do wdrażania technologii informatycznych i telekomunikacyjnych w obszarze obrotu żywnością za pomocą: informatycznych systemów magazynowania (Warehouse Management System – WMS), informatycznych systemów wspomagania planowania typu MRP-ERP (Manufacturing Resource Management i Enterpise Resource Management) czy wreszcie systemów handlu elektronicznego (internetowego) w obszarze handlu między instytucjami oraz w handlu detalicznym [Szymanowski 2008].

Opisanym wyżej procesom zachodzącym w Europie Środkowo-Wschodniej towarzyszą nowe zjawiska [Hanf i in. 2009, s. 6]. Tworzone są nowoczesne centra zakupowe (dystrybucyjne) oraz następuje regionalizacja zaopatrzenia poprzez budowę sieci centrów lokalnych zaopatrzenia. Następuje także wzrost znaczenia globalnych operatorów logistycznych, organizujących systemy zaopatrzenia w surowce oraz dystrybucji żywności. Nasilenie się „walki" o klienta będzie wpływało na wzrost roli wyspecjalizowanych powierzchni handlowych (magazynów wysokiego składowania, centrów logistycznych). Nastąpi upowszechnienie prywatnych standardów jakości i bezpieczeństwa żywności oraz instytucji nadzorujących ich wdrożenie i monitorowanie.

Przemiany w sektorze handlu detalicznego i hurtowego w Polsce pozwoliły na wyodrębnienie następujących etapów zmian i ich charakterystykę (tabela 1).

TABELA 1. Charakterystyka zmian w sektorze handlu w Polsce w latach 1990–2005

Charakterystyka	1990–1995	1995–2000	2000–2005
Koncentracja sektora	mały	średnia	duży
Dominujące źródło kapitału	krajowe	krajowe/zagraniczne	krajowe/zagraniczne
Udział nowoczesnego handlu	mały	średni	średni
Udział kapitału międzynarodowego	niski	średni	duży

Źródło: Csaki i Forgacs [2008, s. 40].

Pierwszy okres zmian, 1990–1995, to okres prywatyzacji polskiego handlu i zmian jego struktury własnościowej. Udział sektora prywatnego w 1995 roku w liczbie podmiotów handlowych stanowił 98,5% [Szymanowski i Karasiewicz 1998, s. 468]. Sektor ten charakteryzował się dużym rozproszeniem w obszarze handlu hurtowego i detalicznego. Malała liczba ludności przypadająca na przedsiębiorstwo handlowe typu sklep, względnie sklep ogólnospożywczy – ze 100% w 1992 roku do 80% w 1996 roku, a sklepów spożywczych ze 100 do 62,5%. Udział 20 największych detalistów w sprzedaży zmniejszył się z 7,8 do 5%. Przedsiębiorstwa handlowe 1- lub 2-sklepowe jeszcze w 1996 roku stanowiły 98% ogółu firm, a przedsiębiorstwa zatrudniające do 5 osób – 60% [Szy-

manowski i Karasiewicz 1998, s. 469–471]). Proces ten obejmował zarówno przedsiębiorstwa państwowe, jak i spółdzielcze, a także handel detaliczny i hurtowy na obszarach małych i średnich miast oraz na obszarach wiejskich. Rozdrobnienie handlu nie służyło wzrostowi nowoczesnych form i wykorzystaniu technologii informacyjnych w handlu. W handlu żywnością stosowano wiele tradycyjnych form sprzedaży, jak sprzedaż targowiskowa czy handel obwoźny. Jeszcze w 1996 roku handel tradycyjny obejmował 2418 targowisk, w tym 2048 z przewagą sprzedaży drobnodetalicznej. Funkcjonowało na nich 132 tys. budek i straganów [Szymanowski i Karasiewicz 1998, s. 474].

Drugi okres zmian, 1995–2000, to początek konsolidacji działalności handlowej. Nastąpiła stabilizacja ogólnej liczby podmiotów prowadzących działalność handlową i pojawiły się nowe formy handlu, zwłaszcza świeżą żywnością (uruchomienie programu rynków hurtowych – rynek we Frankowie pod Poznaniem, 1997 rok, Warszawska Giełda Towarowa, 1999 rok). Jest to zarazem początek dużych bezpośrednich inwestycji zagranicznych firm przez Metro AG, Jerome, Carrefour, Tesco w budowę sieci hiper- i supermarketów na terenie wielkich aglomeracji miejskich. Zaangażowanie kapitału zagranicznego w uruchamianie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych stworzyło możliwość pojawienia się nowoczesnych form handlu, wykorzystujących systemy kodów kreskowych i czytników optycznych w kasach fiskalnych, które umożliwiły przesyłanie, gromadzenie i budowę baz danych o zakupach.

Trzeci okres zmian, 2001–2005, aż do 2007 roku, to dalsza konsolidacja i różnicowanie form handlu. Ogólna liczba podmiotów prowadzących działalność handlową nieznacznie się zmniejszyła. Nastąpiły dalsze zmiany struktury własności. Spadła liczba podmiotów: prowadzonych przez osoby fizyczne, spółki cywilne i w sektorze spółdzielczym, wzrosła zaś liczba spółek handlowych zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Nastąpił dalszy wzrost zaangażowania kapitału zagranicznego w budowę sieci wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, z tym że po 2005 roku dotyczyło to budowy sieci supermarketów na terenach średnich i małych miast oraz na obszarach wiejskich. W latach 2001–2007 nastąpił liczebny wzrost sieci supermarketów o 141,6%, a hipermarketów jedynie o 73,4% [*Handel wewnętrzny...* 2007, s. 93]. W 2007 roku 14 sieci zagranicznych i 15 krajowych kumulowało 44% handlu detalicznego żywnością, napojami i używkami w Polsce [*Handel wewnętrzny...* 2007, s. 128]. Spowodowało to spadek tradycyjnych form handlu z 63% w 2002 roku do 50% w 2007 roku. Udział nowoczesnych form handlu był taki sam jak tradycyjnych i wynosił 50%. Nowoczesne formy handlu obejmowały centra dystrybucyjne i logistyczne obsługiwane przez operatorów logistycznych, wykonujących wielofunkcyjne zadania. W obszarze handlu detalicznego tworzone były nowoczesne centra handlowe, pełniące rolę zarówno ośrodków nowoczesnego handlu, jak i funkcje rekreacyjno-rozrywkowe. Inwestycje te pozwalały na rozwój nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych ICT (Information Comunication Technology). Przykładem może tu być sieć Carrefour Polska, która w 2003 roku wprowadziła elektroniczny obieg dokumentów handlowych EDI, a także z wykorzystaniem techniki mobilnej. Natomiast sieć Tesco w 2004 roku uruchomiła system informatyczny umożliwiający dobór asortymentu

sprzedaży, zwany „zarządzaniem kategorią", stanowiący moduł systemu efektywnej obsługi klienta ECR. Zwiększenie zainteresowania kapitału zagranicznego rynkami średnich i małych miast powoduje poszerzenie oferty towarowej na żywność świeżą, „wygodną", ekologiczną, przygotowaną według tradycyjnych receptur (żywność regionalna).

Procesy konsolidacji i umiędzynarodowienia handlu powodują zmiany w sektorze produkcji oraz pozwalają na wyróżnienie czterech kategorii firm [Szymanowski 2008, s. 416–417, Hanf i in. 2009, s. 10]. Pierwszą kategorię tworzą bardzo duże korporacje ponadnarodowe, działające za pomocą dużej liczby oddziałów (filii), operujących w różnych branżach (np. Nestle, Kraft, Unilevel). Do niej można zaliczyć także te organizacje, które działają w jednej branży. Drugą kategorię stanowią firmy będące krajowymi liderami cenowymi, o dużych możliwościach innowacyjnych, ale niedysponujące mocnymi markami, działające na obszarze jednego kraju. Trzecią kategorię tworzą małe i średnie firmy produkujące surowce rolne, zaopatrujące w swoje produkty jedną sieć międzynarodowego handlu, działające na podstawie kontraktów oraz pod marką firmową sieci handlowej. Są to duże podmioty kapitału krajowego produkcji i dystrybucji żywności, zwłaszcza produktów niszowych (zioła, wybrane asortymenty warzyw i owoców), zaspokajających potrzeby osób chorych, starszych i dzieci. Ostatnią, czwartą kategorię stanowią małe i średnie firmy zaopatrujące rynki lokalne w żywność.

W warunkach polskich można wyróżnić trzy główne formy dystrybucji [*Handel wewnętrzny...* 2007, s. 163]. Pierwsza z nich to dostawy bezpośrednie, inicjowane przez wielkie obiekty handlowe (zagraniczne i krajowe), umożliwiające skracanie dostaw przez eliminowanie pośredników. Zmiany te stwarzają możliwości zastosowania nowoczesnych technik identyfikacji i śledzenia żywności za pomocą RFID i WebEDI, a także sterowania komputerowego zapasami w centrach zakupowych. Wymagają także istotnych zmian w wyposażeniu technicznym i organizacji usług świadczonych przez operatorów logistycznych. Druga forma polega na sprzedaży za pomocą dystrybutorów. Ponad 60% warzyw i owoców konsumowanych w Polsce jest sprzedawanych przez małe sklepy osiedlowe, zaopatrujące się na rynkach hurtowych [*Handel wewnętrzny...* 2007, s. 165]. Stąd się biorą rosnące w siłę grupy dystrybutorów regionalnych i ponadregionalnych, łączące się za pomocą „więzi poziomych" (tworząc grupy zakupowe) oraz „więzi pionowych" (organizując związki hurtu i detalu). Temu również służy budowa centrów dystrybucyjnych, których celem jest obniżanie kosztów logistycznych i poprawa procesu obsługi klientów. Trzecią formę tworzą kanały dystrybucji rozwijane przez producentów żywności. Została ona zintensyfikowana poprzez rozbudowę sieci sklepów firmowych, promujących marki własnych produktów. Dla obsługi tych sieci producenci często angażują własny transport. Nową formą współpracy rozwijaną pomiędzy producentami a odbiorcami żywności – szerzej produktami FMCG (Fast Moving Consumers Goods), są platformy internetowe eHandel i eProducent, które ułatwiają komunikację w handlu przez dostęp do aktualnej oferty handlowej i możliwość potwierdzenia zamówienia.

WPŁYW ZMAN GLOBALIZACYJNYCH NA RELACJE MIĘDZY PRODUCENTAMI I DYSTRYBUTORAMI NA TERENIE MIAST I OBSZARÓW WIEJSKICH

Wpływ procesów globalizacyjnych na kształtowanie się relacji między producentami żywności a ich odbiorcami prowadzi do wyodrębniania się nowych ról, jakie będą pełnić integratorzy dystrybucji żywności, którymi stają się ponadnarodowe korporacje produkcji oraz handlu, narzucające swoje cele i zasady pozostałym ogniwom łańcuchów żywnościowych.

W przypadku wielkich producentów przeprowadzone w 2007 roku badania pozwalają stwierdzić [*Handel wewnętrzny*... 2007, s. 175–179], że prawie 1/3 producentów wskazała na małych detalistów jako na tych, którzy nie spełniają oczekiwań rynkowych w zakresie wielkości zakupu, a 28% – w zakresie sprzedaży nowych produktów. Natomiast badania te pozwoliły stwierdzić, że rośnie rola sprzedaży hurtowej poprzez centra dystrybucyjne, współpracujące z detalem zlokalizowanym na rynkach terytorialnych obsługiwanych przez hurt. Porównanie współpracy producentów z krajowymi i zagranicznymi sieciami handlowymi poprzez pryzmat stawianych wymagań pozwala stwierdzić, że blisko 60% z nich uważa, że sieci krajowe stawiają wysokie, ale opłacalne warunki współpracy, podczas gdy 37,5% badanych producentów ma takie zdanie o sieciach zagranicznych.

W podejmowaniu współpracy przez krajowych producentów z zagranicznymi sieciami handlowymi można wymienić trzy grupy motywów. Pierwsza grupa to motywy marketingowe, związane z możliwością sprzedaży dużych partii towarów (żywności) oraz dużą skutecznością promocji. Druga grupa to motywy finansowe, wśród których dominuje pewność zapłaty za sprzedany towar. Trzecia zaś to motywy związane z prestiżem współpracy z zagranicznymi sieciami handlowymi.

Wieloletnie obserwacje współpracy producentów z wielkimi sieciami handlowymi pozwalają też określić trzy najczęściej występujące źródła konfliktów. Pierwsze dotyczą rozbieżności oczekiwań i celów poszczególnych uczestników łańcuchów żywnościowych w zakresie polityki asortymentowej, cen i marż, promocji oraz organizacji dostaw. Drugie wiążą się z niezgodnością podziału ról, kosztów i korzyści między uczestnikami łańcuchów żywnościowych. Zagraniczne sieci handlowe, realizując politykę niskich cen, próbują przenosić koszty ryzyka sprzedaży, kosztów dostaw i promocji na producentów, przerzucając na nich koszty marketingowe i logistyczne obsługi klienta, a także wydłużając terminy płatności. Po trzecie źródłem konfliktów jest brak komunikacji między sieciami handlowymi a ich dostawcami, polegający na przekazywaniu zniekształconej bądź niepełnej informacji.

Bezpośrednie inwestycje w rozwój infrastruktury handlowej końca pierwszej dekady XXI wieku w Polsce idą w kierunku jej rozwoju na terenach małych ośrodków miejskich i związanych z nimi obszarów wiejskich. Do końca 2010 roku przewiduje się wybudowanie 1,5 mln m^2 powierzchni handlowych, zlokalizowanych głównie w średnich i małych ośrodkach miejskich.

Zdaniem przedstawicieli władz lokalnych (gminnych) centra handlowe wspierają restrukturyzację rynków lokalnych i regionalnych [*Handel wewnętrzny...* 2007, s. 76], gdyż budowane są na niewykorzystanych obszarach miast i adaptują w celach handlowych niszczejące zabytki przemysłowe, zachowując ich historyczny charakter. Ponadto centra handlowe, dystrybucyjne i logistyczne, według władz lokalnych, podnoszą atrakcyjność danego obszaru, przyciągają turystów i tworzą nowe miejsca pracy. Wpływają także na podnoszenie kultury pracy i nowych standardów w handlu. Nowe formy handlu kreują u konsumentów nowe zachowania zakupowe, kulturę rekreacji i wypoczynku.

W przyszłości ogniwa samorządowe powinny zwracać znacznie większą uwagę na proces koncentracji handlu na terenach małych miast i obszarów wiejskich, a także ochronę potencjału małych przedsiębiorstw współdziałających z lokalnym handlem. Umożliwi to władzom samorządowym ustalenie zdolności dotychczasowej infrastruktury handlowej do zaspokojenia potrzeb lokalnych. Pozwoli też na określenie celowości, lokalizacji i tempa koncentracji infrastruktury handlowej. Skala tej koncentracji wpłynie nie tylko na wspomniane wyżej korzyści, ale także na generowanie negatywnych skutków, obciążających układy komunikacyjne i środowisko naturalne. Artykułowanie tych interesów grupowych powinno być rozwiązywane drogą wypracowania konsensusu.

PODSUMOWANIE

Wpływ procesów globalizacyjnych na kierunki rozwoju handlu w Polsce będzie się uwidaczniał głównie we wdrażaniu technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych w kształtowanie się nowoczesnych form handlu. Na terenie małych miast i obszarów wiejskich będzie to polegało na współpracy między producentami i sieciami handlowymi a instytucjami rządowymi i pozarządowymi we wdrażaniu standardów jakościowych i bezpieczeństwa żywnościowego. Kolejnym kierunkiem działań będzie podejmowanie przez sieci handlowe inicjatyw związanych z ochroną środowiska naturalnego, na przykład przez popularyzację opakowań ekologicznych. Także zagraniczne sieci handlowe będą podejmować programy budowy partnerskich relacji z krajowymi producentami – dostawcami produktów żywnościowych, oraz wszelkiego typu działania charytatywne w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

BIBLIOGRAFIA

Bunte F., 2009: *The food economy of today and tomorrow.* In: *The Food Economy Global issues and chalanges.* Eds. F. Bunte, H. Dagevos. WAP, Wageningen: 43–60.

Bunte F., Dagevos H., 2009: *Anticipating the future of the food economy.* In: *The Food Economy Global issues and chalanges.* Eds. F. Bunte, H. Dagevos. WAP, Wageningen: 165–179.

Ceneciè A., Krygier K., 2006: *Novel & functional foods.* In: *Safety in Agrifood Chain.* Eds. P.A. Luning, F. Devlieghere, R. Verhé. WAP, Wageningen: 241–248.

Csaki C., Forgacs C., 2008: *Observations on regional level.* In: *Restructuring Market Relations in Food & Agriculture in Central & Eastern Europe. Impacts upon Small Farmers.* Eds.

C. Csaki, C. Forgacs, D. Milczarek-Andrzejewska, J. Wilkin. Agroinform. Publ. Co. Ltd. Budapeszt: 40.

Czyżewski A., Poczta-Wajda A., Sapa A., 2008: *Globalne uwarunkowania rynków rolnych.* W: *Polityka rolna Unii Europejskiej po 2013 roku.* Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa: 14–33.

Dagevos H., Bunte F., 2009: *Expanding the size of the envelope that contains agriculture.* In: *The Food Economy Global Issues and Chalanges.* Eds. F. Bunte, H. Dagevos. WAP, Wageningen: 15–23.

Fliess B., 2009: *Informing consumers about social and environmental conditions of globalized production.* In: *The Food Economy Global Issues and Chalanges.* Eds. F. Bunte, H. Dagevos. WAP, Wageningen: 79–97.

Gallo E., 2009: *Agribusiness Megatrends.* In: *Global Challenges, Local Solutions.* IAMA, Budapeszt.

Gates B., 1999: *Biznes szybki j@k myśl.* Prószyński i S-ka, Warszawa.

Handel wewnętrzny w Polsce w 2007 roku. Raport Roczny, 2008. Red. U. Kłosiewicz-Górecka. IBRKiK, Warszawa.

Hanf J.H., Pall Z., Dautzenberg K., 2009: *Retail globalisation. What happens to the local suppliers in Central & Eastern Europe?* In: *Global Challenges, Local Solutions.* IAMA, Budapeszt.

Hirschauer N., Martino G., 2008: *An Analytical Framework for the Study of Deviant Behaviour in Production.* In: *Global Challenges-Innovative Solutions.* Red. H. Glauben, J.H. Hanf, M. Kopsidis, A. Pieniądz, K. Reinsberg. IAMO, 48, Halle: 11–21.

Konstytucja Rzeczpospolitej Polskiej, 2004. Wydawnictwo F. H. Libellus, Kraków.

Kurek A., 2007: *EUREPGA The principles of certification and implementation in horticultural holdings.* „Acta Economica" 85–94.

Ruigrok W., van Tulder R., 1993: *The Ideology of Interdependence.* University of Amsterdame, Amsterdam.

Schaafsma G., Kok F.J., 2005: *Nutritional aspects of food innovations: a focus on functional foods.* In: *Inovation in Agrifood systems.* Eds. W.M.F. Jongen, M.T.G. Meulenberg. WAP, Wageningen: 207–220.

Swinnen J.F., Vandemootele T., 2008*: On the politycal economy of food standards.* In: *Global Challenges-Innovative Solutions.* Eds. H. Glauben, J.H. Hanf, M. Kopsidis, A. Pieniądz, K. Reinsberg. 46, IAMO: 1–10.

Szymanowski W., 2008: *Zarządzanie łańcuchami dostaw żywności w Polsce. Kierunki zmian.* Difin, Warszawa.

Szymanowski W., Karasiewicz G., 1998: *Handel krajowy produktami rolno-spożywczymi.* W: *Identyfikacja priorytetów w modernizacji sektora rolno-spożywczego w Polsce.* FAPA, Warszawa: 403–524.

Wilkin J., 2008: *Wielofunkcyjność rolnictwa i obszarów wiejskich.* W: *Wyzwania przed obszarami wiejskimi i rolnictwem w perspektywie lat 2014–2020.* Red. M. Kłodziński. IRWiR PAN, Warszawa: 9–20.

van de Port P., 2009: *The interplay between private and public food safety standards.* In: *The Food Economy Global Issues and Chalanges.* Eds. F. Bunte, H. Dagevos. WAP, Wageningen: 99–107.

van Witteloostuijn A., 2009: *Globalization in food industry. The impact on market structures and firm postures.* In: *The Food Economy GlobalIssues and Chalanges.* Eds. F. Bunt, H. Dagevos. WAP, Wageningen: 23–42.

Zegar J.Z., 2007: *Przesłanki nowej ekonomii rolnictwa.* „Zagad. Ekon. Roln." 4.

THE IMPACT OF GLOBALISATION PROCESSES ON THE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE FORMS OF TRADE IN FOOD PRODUCTS IN POLAND

Abstract. The article presents the influence of globalisation processes in the macro-scale on the activity conducted in agriculture's environment and, especially the impact of these processes on the demand for food and its global supply (in the OECD countries). The observable changes call for the introduction of new institutional solutions in the sphere of co-operation between food producers and the trade infrastructure. The introduction of new solutions leads to the emergence of new forms of co-operation in the sphere of sale of mass-produced and niche food articles which permit to meet the demand of the emerging new sub-segments of the market in Poland both in urban agglomerations and in rural areas.

Key words: globalisation, food producers, trade infrastructure, food quality control institutions