Ewa Bąk-Filipek

UWARUNKOWANIA ROZWOJU RYNKU WOŁOWINY W POLSCE

Wydawnictwo SGGW

Ewa Bąk-Filipek

UWARUNKOWANIA ROZWOJU RYNKU WOŁOWINY W POLSCE

Wydawnictwo SGGW
Warszawa 2021

© Copyright by Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2021
Wydanie I

Recenzenci: dr hab. Hanna Zawistowska, prof. SGH
dr hab. Katarzyna Podhorodecka

Zdjęcie na okładce – Alexander Raths / stock.adobe.com
Projekt okładki i strony tytułowej – Violetta Kaska
Opracowanie redakcyjne – Anna Dołomisiewicz

ISBN 978-83-8237-058-4

Wydawnictwo SGGW
ul. Nowoursynowska 161, 02-787 Warszawa
tel. 22 593 55 20
e-mail: wydawnictwo@sggw.edu.pl
www.wydawnictwosggw.pl

Druk: Libra-Print, al. Legionów 114B, 18-400 Łomża

Spis treści

Wstęp ... 5

Rozdział I. Rynek wołowiny jako segment rynku rolno-żywnościowego ... 9

1.1. Pojęcie rynku ... 9

1.2. Rynek w rozumieniu marketingowym ... 13

1.3. Rynek w koncepcjach ekonomii instytucjonalnej ... 14

1.4. Specyficzne cechy rynku rolno-żywnościowego ... 17

1.5. Określenie zakresu rynku: żywiec, mięso i przetwory ... 21

Rozdział II. Organizacja i funkcjonowanie rynku wołowiny w Polsce ... 23

2.1. Stan dostosowania przetwórstwa mięsnego do systemu rynkowego ... 23

2.2. Przemysł mięsny w Polsce ... 26

2.3. Powiązania przedsiębiorstw z odbiorcami i dostawcami ... 27

2.4. Kanały marketingowe występujące na rynku mięsa i produktów mięsnych ... 31

2.4.1. Typy kanałów marketingowych występujących na rynku mięsa i produktów mięsnych ... 33

2.4.2. Ekonomiczne aspekty sprzedaży bezpośredniej ... 36

2.4.3. Ocena kanałów dystrybucji produktów mięsnych ... 37

2.5. Identyfikacja mięsa wołowego oraz jego produktów w łańcuchu dostaw ... 40

2.6. Wpływ długości kanałów marketingowych na kształtowanie się ceny końcowej produktów mięsnych ... 41

Rozdział III. Produkcja i podaż wołowiny w Polsce ... 45

3.1. Produkcja żywca wołowego i cielęcego ... 45

3.2. Czynniki wpływające na wielkość podaży na rynku wołowiny w Polsce ... 49

3.3. Miejsce cen rolnych w polityce rolnej państwa ... 50

3.4. Ceny żywca wołowego i cieląt ... 52

3.5. Hodowla bydła ras mięsnych w Polsce ... 54

3.6. Stan wspólnej polityki rolnej na rynku wołowiny ... 57

3.7. Ceny i podział korzyści na rynku wołowiny ... 64

3.7.1. Kształtowanie się relacji cen skupu żywca wołowego do cen środków do produkcji rolnej ... 65

3.7.2. Najważniejsze wewnętrzne relacje cen na rynku wołowiny ... 66

3.7.3. Udział producenta wołowiny w cenach detalicznych płaconych przez konsumenta ... 68

Rozdział IV. Wołowina jako produkt spożycia i element popytu na żywność 71
4.1. Konsumpcja mięsa – stan i prognozy 72
4.2. Spożycie mięsa w gospodarstwach domowych 74
4.3. Ceny dóbr żywnościowych w opinii nabywców jako podstawa informacyjna 76
4.4. Konkurencyjność jakościowa polskiej żywności 78
4.5. Czynniki decydujące o jakości żywności 80
4.5.1. Kategorie jakości produktów spożywczych 81
4.5.2. Specjalne znaki jakości w sektorze spożywczym 82
4.5.3. Postrzeganie jakości żywności polskiej i zagranicznej 83
4.5.4. Jakość mięsa 83
4.6. Czynniki wpływające na jakość mięsa wołowego 84
4.7. Możliwości poprawy jakości mięsa wołowego 85
4.8. Strategia bezpieczeństwa żywności w Polsce 89
Rozdział V. Handel zagraniczny mięsem i żywcem wołowym 93
5.1. Ogólne uwarunkowania polskiego handlu zagranicznego żywnością 95
5.2. Uwarunkowania w eksporcie żywca i mięsa wołowego 99
5.2.1. Organizacja eksportu mięsa i żywca wołowego 101
5.2.2. Perspektywy rozwoju eksportu mięsa i żywca wołowego 103
5.2.3. Ceny wołowiny w polskim eksporcie 105
5.2.4. Ocena możliwości rozwoju eksportu mięsa z Polski, w tym do UE 107
Podsumowanie i wnioski 111
Bibliografia 115
Spis rysunków 123
Spis tabel 123

Wstęp

Chów bydła jest ważną gałęzią rolnictwa w Polsce, mającą głównie charakter dwukierunkowy, w której najczęściej produkcja mleka jest łączona z produkcją mięsa wołowego. Wołowina i cielęcina są ważnymi produktami spożycia szczególnie w społeczeństwach i grupach społecznych o wysokim poziomie dochodów. Rozwój gospodarczy i wyższy poziom dochodów podnosi wymagania jakościowe i zdrowotne wobec produktów mięsnych, co pociąga za sobą zmiany w systemach produkcji, na rynku oraz w przetwórstwie i dystrybucji. Polska wkroczyła na drogę szybkiego rozwoju, adaptując rynkowy system gospodarki. Stąd też należało oczekiwać zwiększenia znaczenia wołowiny w modelu spożycia Polaków, co tym samym pociąga zmiany w systemach produkcji i obrotu.

Rozwój rynku żywca i mięsa wołowego oraz cielęcego ma znaczenie dla całej gospodarki narodowej i całego społeczeństwa, które wynika m.in. z: dostarczania produktów żywnościowych na spożycie wewnętrzne i na eksport; przyczyniania się do podnoszenia żyzności gleby; wpływania na polepszenie wykorzystania gruntów ornych przez uprawę pozytywnie oddziaływujących na glebę roślin pastewnych i poplonów; umożliwiania efektywnego wykorzystania produktów roślinnych nienadających się do bezpośredniego spożycia przez człowieka (np. zielonki z łąk i pastwisk trwałych, słoma, liście buraków itp.); stwarzania możliwości w miarę równomiernego w ciągu roku wykorzystania zasobów robocizny w gospodarstwach rolnych; sprzyjania ochronie środowiska naturalnego, m.in. dzięki wykorzystaniu produktów ubocznych przemysłu rolno-spożywczego; zmniejszania ryzyka gospodarowania rolniczego oraz sezonowości przychodów pieniężnych gospodarstw rolnych itd[1].

Zmiany gospodarcze w Polsce zachodzące w ciągu 31 lat prowadziły do wyraźnego wyodrębnienia się rynku żywca i mięsa, a w jego obrębie kilku subrynków: żywca wołowego i cielęcego, żywca wieprzowego oraz drobiu i innych. Rynek ten nie był wcześniej do końca ukształtowany pod względem prawnym, instytucjonalnym i organizacyjnym[2]. To powodowało, że nie w pełni poprawnie dzielone były korzyści między wszystkie ogniwa kanału marketingowego, a przede wszystkim między producentów i pośredników, a także w pewnym stopniu konsumentów, chociaż mają oni korzyści wynikające z podwyższania użyteczności nabywanych produktów.

Celem głównym pracy jest analiza uwarunkowań, jakie występują na rynku wołowiny w Polsce oraz identyfikacja i analiza zmian, jakie dokonały się na rynku wołowiny i cielęciny w okresie transformacji rynkowej w Polsce i w ostatnich kilkunastu latach.

---

[1] E. Bąk-Filipek (2012): Polityka państwa w zakresie funkcjonowania rynku wołowiny w Polsce. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 14 (3).

[2] E. Bąk-Filipek (2010): Uwarunkowania rozwoju rynku mięsa w Polsce. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 12 (4).

Chodzi o określenie tego, jaka jest ranga rynku wołowiny i cielęciny w Polsce, jak jest on zorganizowany, kto odnosi i w jakiej skali korzyści z funkcjonowania tego rynku, jak kształtują się relacje między głównymi podmiotami na rynku i jaka jest rola polityki państwa w tym sektorze rynku rolnego.

W ramach tak sformułowanego ogólnego celu pracy wyodrębnione zostały następujące cele szczegółowe:

1. Istnieje wiele problemów zasługujących na analizę w obrębie danego segment rynku. Po stronie produkcji i podaży istotna jest sprawa wykształcenia się systemu chowu bydła mięsnego oraz warunków technologicznych i ekonomicznych tej produkcji. Zagadnienia jakości i efektywności istotne są zarówno w produkcji, jak i w przetwórstwie oraz obrocie.
2. Innym zagadnieniem jest poziom i relacja cen na różnych szczeblach łańcucha żywnościowego.
3. Po stronie popytu ważną sprawą jest problem substytucji i czynników wpływających na upodobania i preferencje konsumentów. Zarówno przy produkcji żywca w rolnictwie, jak i gotowych produktów przekazywanych przez przemysł do konsumpcji kluczową sprawą staje się poziom konkurencyjności wewnętrznej i zewnętrznej.
4. Istotnym elementem decydującym o stosunkach zachodzących w kanale marketingowym, mającym wpływ na rentowność danego sektora gospodarki, jest poziom cen i marż handlowych.

   Ceny produktów rolnych mają bardzo szczególny charakter. To właśnie ich relacja w stosunku do cen środków do produkcji rolniczej wyznacza poziom opłacalności poszczególnych asortymentów produkcyjnych, wskazuje na koniunkturę w produkcji i poziom tzw. nożyc cen. Mimo że dynamika cen rolnych jest zbliżona do tempa zmian cen żywności, bliższa analiza wskazuje na występowanie tzw. nożyc nr 2, które informują o słabej pozycji pierwotnych producentów żywności, czyli gospodarstw rolnych, w stosunku do podmiotów rynkowych. Od wielu lat obserwuje się niekorzystną tendencję kształtowania się relacji cen produktów sprzedawanych przez gospodarstwa rolne, zwłaszcza do cen towarów i usług zakupywanych.
5. Inną ważną kwestią, szczególnie dla producentów żywca wołowego i cielęcego, są relacje cen zachodzące między konkurującymi ze sobą produktami rolnymi, takimi jak:
   - żywiec wołowy a żywiec wieprzowy – ta relacja ma wpływ na konkurencyjność względem zarówno pracy w gospodarstwie rolnym, jak i finalnego nabywcy (spożycie);
   - żywiec wołowy (cielęcy) a ceny mleka – pozostają względem siebie w stosunkach konkurencyjnych (szczególnie żywiec cielęcy i mleko) oraz w ścisłym

związku między opłacalnością chowu bydła mlecznego a produkcją żywca wołowego, na co wpływ ma rozpowszechnione w Polsce dwukierunkowe użytkowanie bydła ras mlecznych.

6. Ważnym elementem analizy rynku jest także sposób pozyskiwania żywca wołowego. Polska jest krajem należącym do grupy (coraz mniej licznej wśród krajów rozwiniętych gospodarczo), gdzie głównym źródłem wołowiny są mleczne rasy bydła. Wpływa to na niską jakość produkowanego mięsa, a z tym związane są m.in. niskie ceny oraz małe szanse konkurencji na rynkach zagranicznych.

W Polsce wprowadzono metodę krzyżowania towarowego krów ras mlecznych z buhajami ras mięsnych. W najlepszych latach przeznaczano w Polsce ponad 20% krów do krycia towarowego z buhajami mięsnymi. Poprawiało to jakość produkowanej w kraju wołowiny i zwiększało szanse eksportu. Jednak na początku lat 90. odsetek krów mlecznych inseminowanych nasieniem ras mięsnych zmalał. Powodem był ogólny spadek pogłowia krów mlecznych oraz ograniczenie możliwości eksportowych cieląt i bydła opasowego. Ważnym argumentem przemawiającym za użytkowaniem bydła mięsnego jest ekstensyfikacja użytkowania gruntów rolnych. Duże obszary gruntów zostały wyłączone z uprawy, ugorują lub zostały zamienione na pastwiska, które mogą wykorzystać tylko przeżuwacze. Znaczne zwiększenie produkcji mleka nie może być brane pod uwagę ze względu na jego nadprodukcję na świecie, natomiast niekorzystna koniunktura na wełnę nie zachęca do rozwijania owczarstwa. Pozostaje więc bydło mięsne. Jeżeli doda się, że wraz ze wzrostem stopy życiowej społeczeństwa rośnie spożycie wołowiny, a w ślad za tym wyczulenie na jej jakość, wydaje się, że istnieją dostateczne powody dla rozważenia wprowadzenia na szerszą skalę do Polski mięsnych ras bydła[3]. Trzeba zdecydowanie stwierdzić, że rozwój hodowli bydła mięsnego będzie możliwy tylko wtedy, gdy zostaną dla tego kierunku stworzone opłacalne warunki produkcji. Rozwój hodowli ras mięsnych bydła nie może wynikać jedynie z okresowo nieopłacalnych cen płaconych za mleko. Tylko wyraźne preferencje dla żywca typu mięsnego stosowane w ramach interwencjonizmu państwowego mogą wywołać rozwój hodowli ras mięsnych w Polsce[4].

Badania i analizy prowadzone w pracy opierają się na teorii ekonomii i koncepcjach marketingowych. Do zrealizowania tematu posłużyła analiza statystyki masowej (wykorzystane zostały dane na temat cen skupu i cen detalicznych produktów rolnych, żywności oraz środków do produkcji rolnej zawarte w publikacjach i materiałach statystycznych GUS-u, MRiRW-u oraz IERiGŻ-PIB-u itp.) oraz analiza teoretycznych zagadnień zawartych w literaturze przedmiotu.

[3] H. Jasiorowski (1996): Program rozwoju hodowli bydła mięsnego w Polsce. Fundacja „Rozwój SGGW", Warszawa, s. 5–6.

[4] H. Jasiorowski (2000): Sześć lat realizacji programu rozwoju hodowli bydła mięsnego w Polsce. Zeszyty Naukowe AR we Wrocławiu, Konferencje, 24.

ROZDZIAŁ I
Rynek wołowiny jako segment rynku rolno-żywnościowego

1.1. Pojęcie rynku

Rynek wołowiny jest jednym z segmentów rynku rolnego i rolno-żywnościowego. W celu lepszego poznania uwarunkowania na tym rynku należy przeanalizować różne podejścia do pojęć rynku, rynku rolnego i rolno-żywnościowego oraz ich specyfiki.

Stosowane definicje rynku są bardzo różnorodne. Odnoszą się do różnych aspektów rynku: do jego istoty instytucjonalnej, instrumentalnej, podmiotowej i przedmiotowej itp.

Jedną z najczęściej stosowanych definicji rynku jest stworzona przez W. Wrzoska, który ujmuje rynek jako „ogół stosunków zachodzących między podmiotami uczestniczącymi w procesach wymiany”[5].

Definicję rynku w ujęciu strukturalnym przedstawił w swojej książce dotyczącej systemu rynkowego M. Nasiłowski. W takim ujęciu rynek jest to „forma poziomych więzi między różnymi podmiotami gospodarczymi i konsumenckimi, próbującymi sprzedać i kupić towar”[6].

Według D. Kamerschena, R. McKenziego i C. Nardinelliego[7] rynek jest to „proces, przy pomocy którego kupujący i sprzedający określają, co chcą sprzedać lub kupić i na jakich warunkach”. Inaczej mówiąc jest to proces pomagający kupującym i sprzedającym określić ceny i ilość dóbr, które mają być kupione i sprzedane.

Według E. Cyrsona[8] i współautorów rynek jest to „instytucja lub mechanizm, który kojarzy razem sprzedawców i nabywców poszczególnych dóbr i usług”. Może mieć charakter lokalny, ogólnokrajowy lub międzynarodowy. Istotnym elementem rynku jest konkurencja[9]. Autorzy definiują konkurencję jako proces, w którym uczestnicy rynku, dążąc do realizacji swych interesów, próbują przedstawić korzystniejsze od innych oferty ceny, jakości lub innych cech wpływających na decyzję zawarcia transakcji. Konkurencja zachodzi zarówno między kupującymi, jak i sprzedającymi. Może być cenowa i pozacenowa, przy czym konkurencja cenowa stanowi siłę koordynującą, która doprowadza do zgodności między wielkością produkcji a ilością dóbr, którą nabywcy są skłonni oraz są w stanie kupić[10].

---

[5] W. Wrzosek (2002): Funkcjonowanie rynku. PWE, Warszawa, s. 13.

[6] M. Nasiłowski (1995): System rynkowy – podstawy mikro- i makroekonomii. Wyd. Key Text, Warszawa, s. 49.

[7] D. Kamerschen, R. McKenzie, C. Nardinelli (1991): Ekonomia. Fundacja Gospodarcza NSZZ „Solidarność”, Gdańsk, s. 5.

[8] E. Cyrson (red.) (2000): Kompendium wiedzy o gospodarce. Wyd. Nauk. PWN, Poznań, s. 127.

[9] W. Wrzosek (1999): Przewaga konkurencyjna. Marketing i Rynek, 7.

[10] T. Dołęgowski (2002): Konkurencyjność instytucjonalna i systemowa w warunkach gospodarki globalnej. Monografie i Opracowania / Szkoła Główna Handlowa, 505.

Inne podejście do rynku przedstawia w swoim słowniku A. Błaszczyński[11]. Wyróżnia on rynek konkurencyjny charakteryzujący się dużą konkurencją, na którym żaden ze sprzedających ani kupujących nie jest w stanie znacząco wpłynąć na cenę produktu, tzn. jest cenobiorcą. Rynek konkurencyjny również musi być wolnym, tj. takim, na którym wymiana zachodzi poprzez dobrowolny kontakt, bez przemocy i oszustw.

Zgodnie z Encyklopedią powszechną PWN[12] rynek w ujęciu ekonomicznym jest to „miejsce spotkań sprzedawców i nabywców, na którym dokonuje się transakcji zakupu i sprzedaży". Jest to także kategoria ekonomiczna związana z produkcją towarową, oznaczającą ogół sprzedawców i nabywców, których decyzje, wzajemnie od siebie uzależnione, kształtują podaż i popyt oraz wpływają na poziom cen[13]. Wraz z rozwojem kapitalizmu ukształtował się, a następnie rozwijał i pogłębiał, rynek wewnętrzny. Wyróżnia się dwa typy rynku niezrównoważonego: rynek konsumenta, nabywcy – jest to rynek, na którym przewaga podaży nad popytem stwarza bodźce do lepszego dopasowywania struktury produkcji do struktury popytu, przez poprawę asortymentu i jakości produkcji oraz rynek. Takim rynkiem jest rynek wołowiny i cielęciny w Polsce. Drugim typem rynku niezrównoważonego jest rynek producenta, na którym występuje przewaga popytu nad podażą[14].

Według J. Główczyka[15] można wyróżnić rynek wolnokonkurencyjny, który oznacza „otwartą dla wszystkich, zatomizowaną i wolną od ograniczeń strukturę, zespalającą wszystkich dobrowolnie sprzedających i kupujących, którzy przez powtarzające się regularnie transakcje kupna i sprzedaży dóbr ekonomicznych, dokonywane za pośrednictwem powszechnego środka wymiany nazywanego pieniądzem, kształtują popyt i podaż".

Oddziaływanie popytu i podaży wywołuje tendencję do stanowienia jednolitej ceny na dany towar, równoważącej zapotrzebowanie z ilościami oferowanymi na rynku (tzw. cena równowagi rynkowej). Dalej według J. Główczyka każdemu rynkowi odpowiada jeden i tylko jeden towar, jest więc tyle rynków, ile towarów. Jeżeli więc będzie mowa o rynkach towarowych, np. wołowiny, to nie ma się tu na myśli rynku w ogóle,

---

[11] A. Błaszczyński (1995): Słownik pojęć ekonomicznych. Towarzystwo Handlowe „Atlant", Kraków, s. 150.

[12] Encyklopedia powszechna PWN. PWN, Warszawa 1987.

[13] M. Adamowicz (2000): Elastyczność podaży i popytu. [W:] E. Majewski, G. Dalton (red.), Strategiczne opcje dla polskiego sektora agrobiznesu w świetle analiz ekonomicznych. Wyd. SGGW, Warszawa.

[14] M. Adamowicz (1999): Konkurencja i konkurencyjność w agrobiznesie. Aspekty teoretyczne i praktyczne. Zagadnienia Ekonomiki Rolnictwa, 2–3.

[15] J. Główczyk (2000): Uniwersalny słownik ekonomiczny. Fundacja „Innowacja", Warszawa, s. 313–314.

ale rynek homogeniczny i homogeniczne towary, tzn. mające dokładnie takie same cechy rodzajowe (towary jednorodne).

Jeżeli na rynku brak wolności lub wolność jest ograniczona, mówi się wówczas o rynku regulowanym. Jeżeli rynek jest wolny, ale nie występuje atomizm, wtedy ma się do czynienia z tzw. monopolem lub monopsonem całkowitym lub częściowym, czyli z brakiem konkurencji (czysty monopol), względnie jakąś formą konkurencji niedoskonałej. Jeżeli rynek nie jest otwarty, mówi się o rynku zamkniętym lub o rynku z ograniczonym dostępem.

Jak już wcześniej wspomniano, z pojęciem rynku wiąże się termin konkurencja. Według J. Główczyka wyróżnia się trzy główne rodzaje konkurencji: konkurencję doskonałą, konkurencję monopolistyczną i konkurencję niedoskonałą[16].

Konkurencja doskonała jest abstrakcyjną kategorią, która oznacza, że na rynku działa bardzo duża liczba małych przedsiębiorstw, z których każde wytwarza identyczny produkt, lecz są zbyt małe, aby mogły wywrzeć wpływ na cenę tego homogenicznego produktu. Ceny wtedy mają dla przedsiębiorstw charakter zewnętrzny i parametryczny, a przedsiębiorstwa muszą się do nich dostosować (przykładem mogą być pierwotni producenci wołowiny, czyli gospodarstwa rolne). Na rynku ponadto występuje bardzo dużo nabywców i sprzedawców, dobrze poinformowanych o walorach i cenach oferowanych towarów, niemogących oczekiwać, że zmiana ich indywidualnej oferty może wpłynąć na cenę. Zakłada się zarazem, że każde z małych przedsiębiorstw może sprzedać po cenie rynkowej dowolną ilość swej małej produkcji, wszystko to, co przy posiadanych czynnikach wytwórczych jest w stanie wyprodukować w krótkim okresie. Z tego powodu krzywa popytu przedstawia się konkurencyjnym przedsiębiorstwom jako całkowicie płaska.

Ogólnym warunkiem rygorystycznego modelu doskonałej konkurencji jest zachowanie pełnej swobody wejścia do danej gałęzi nowego przedsiębiorstwa lub wyjścia z niej i przeniesienia się do innej gałęzi. Zakłada się tym samym doskonałą podzielność i przenośność wszystkich czynników produkcji oraz jednorodność terytorialną rynku, czyli brak kosztów transportu[17]. Funkcję reklamy sprowadza się wyłącznie do obiektywnego informowania o cechach użytkowych produktu i sposobach jego użytkowania.

Drugim rodzajem konkurencji jest konkurencja monopolistyczna. Jest to struktura rynkowa składająca się w poszczególnych gałęziach z wielu producentów lub sprzedawców, oferujących zróżnicowane faktycznie lub pozornie produkty, dzięki czemu każdy z uczestników sprzedających swe towary na rynku może wpłynąć w nieznacznym stopniu na poziom ich cen.

[16] Ibidem, s. 146.

[17] M. Adamowicz, J. Król (1998): Ochrona konkurencji a rynek rolny. Wyd. SGGW, Warszawa.

W warunkach konkurencji monopolistycznej panuje swoboda wejścia na rynek danej gałęzi, a także wyjścia z niej. Ceny produktów są nieznacznie wyższe niż w modelu doskonałej konkurencji (tzn. niż koszty krańcowe), w związku z czym konkurencja monopolistyczna jest najbardziej zbliżona do modelu doskonałej konkurencji. Konkurencja monopolistyczna dominuje w wielu gałęziach handlu detalicznego, w dziedzinach wytwarzania masowych produktów konsumpcyjnych oraz w licznych gałęziach usługowych, np. zajmujących się naprawami.

Trzecim rodzajem konkurencji wyróżnionej przez J. Główczyka[18] jest konkurencja niedoskonała. Jest to taka sytuacja na rynku gałęzi produkcji, w jakiej przynajmniej jedno przedsiębiorstwo dysponuje na tyle dużą produkcją, że jest w stanie wpłynąć w jakimś stopniu na cenę produktu gałęzi, a w konsekwencji na popyt. Większa produkcja przynajmniej jednego przedsiębiorstwa w gałęzi uruchamia korzyści wynikające z rosnącej skali produkcji, co wyraża się w obniżeniu ceny. Zarazem ta cena jest znacznie wyższa od kosztu krańcowego, co umożliwia uzyskiwanie przez przedsiębiorstwo działające na większą skalę zysku nadzwyczajnego (monopolowego) w wyniku różnicy między kosztem krańcowym i wyższą od tego kosztu ceną. W rzeczywistości gospodarczej nie ma jednak ani doskonałej konkurencji, ani czystego monopolu. Działają natomiast układy o różnym stopniu niedoskonałej konkurencji, w tym zbliżone do pełnego monopolu lub doskonałej konkurencji.

Trochę zmienione podejście do zagadnień związanych z rynkiem przedstawia Z. Dowgiałło[19]. Według niego rynek jest to „kategoria ekonomiczna związana z produkcją towarową, która oznacza sferę wymiany towarowej związanej z wywieraniem wzajemnego wpływu przez sprzedawców i nabywców, co kształtuje ogólną podaż i popyt, a też ustala poziom cen". Rynek spełnia funkcję regulatora procesów gospodarczych, pobudza inicjatywę oraz konkurencję między podmiotami gospodarującymi, wzmaga innowacyjność oraz aktywność w podnoszeniu efektywności gospodarowania. Z. Dowgiałło wyróżnia rynek konkurencyjny, którego uczestnicy starają się prześcignąć w poszukiwaniu informacji, wdrażaniu innowacji, obniżaniu cen, podnoszeniu jakości oraz różnorodności produktów i usług w celu osiągnięcia własnych korzyści. Rynek konkurencyjny zmusza przedsiębiorstwa do wysiłku dla pobudzenia produkcji w punkcie najniższych kosztów całkowitych. Z. Dowgiałło wyróżnia także trzy wymienione przez J. Główczyka formy rynku (rodzaje konkurencji), dodając czwartą, jaką jest oligopol, który wiąże się z występowaniem rynku złożonego z kilku lub kilkunastu producentów, których decyzje cenowe są wzajemnie zależne.

[18] Ibidem, s. 147.

[19] Z. Dowgiałło (red.) (2000): Słownik ekonomiczny przedsiębiorcy. Wyd. „Znicz", Szczecin, s. 257–263.

Istotnym pojęciem wiążącym się z rynkiem jest tzw. rozprężenie rynku – dochodzi do niego wtedy, gdy gwałtowna fala z importu powoduje niespodziewany i nagły spadek sprzedaży podobnych towarów krajowej produkcji. Skutki rozprężenia rynku mogą być wysoce niekorzystne i krzywdzące dla krajowych producentów i pracowników tych zakładów. Jest to przykład konkurencji, która nie pobudza postępu technologii, a ma na celu zniszczenie konkurentów[20].

1.2. Rynek w rozumieniu marketingowym

Oprócz klasycznej koncepcji ekonomicznej rynku ważne znaczenie ma koncepcja marketingowa. Ph. Kotler stwierdza, że rynek składa się ze wszystkich potencjalnych klientów mających określoną potrzebę lub pragnienie, którzy w celu ich zaspokojenia są gotowi i są w stanie dokonać wymiany. Wielkość rynku zależy więc od liczby osób, które odczuwają określoną potrzebę, mają środki będące przedmiotem wymiany i są gotowi zaoferować te środki w zamian za to, czego pragną[21]. W marketingu terminem rynek określa się różne grupy klientów.

Do pojęcia rynku w ujęciu marketingowym można zaliczyć definicję K. Przybyłowskiego i S.W. Hartleya. Według nich rynek stanowią potencjalni nabywcy, których można zdefiniować jako ludzi i organizacje mające zamiar oraz możliwość zakupu określonego produktu[22].

Inna definicja rynku o charakterze marketingowym została sformułowana przez S. Forlicza i M. Jasińskiego i określa rynek jako „ogół oferentów i nabywców, których wzajemnie od siebie uzależnione decyzje kształtują podaż i popyt oraz wpływają na poziom ceny”[23].

Marketing jest zespołem funkcji tworzących określone użyteczności, ale również koncepcją kierowania rynkiem, która polega na dostosowaniu działalności przedsiębiorstwa do potrzeb nabywców, przy czym chodzi tu nie tylko o potrzeby lub popyt aktualny, ale przede wszystkim o potrzeby przyszłe[24]. Jest to szczególnie istotne z punktu widzenia powiązań zachodzących między rynkiem dóbr konsumpcyjnych a rynkiem surowców do produkcji (np. między rynkiem przetworów mięsnych a rynkiem żywca wołowego).

---

[20] B. Bakier, K. Meredyk (2000): Istota i mechanizm konkurencyjności. [W:] H. Podedworny, J. Grabowiecki, H. Wnorowski (red.), Konkurencyjność gospodarki polskiej a rola państwa przed akcesją do Unii Europejskiej. Wydawnictwo UwB, Białystok.

[21] Ph. Kotler (1994): Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. Gebethner i Ska, Warszawa, s. 9.

[22] K. Przybyłowski, S.W. Hartley, R.A. Kerin, W. Rudelius (1998): Marketing – pierwsza polska edycja. Dom Wydawniczy ABC, s. 13

[23] S. Forlicz, M. Jasiński (2000): Mikroekonomia. Wyd. WSB, Poznań, s. 34.

[24] R. Głowacki (1977): Przedsiębiorstwo na rynku. PWE, Warszawa, s. 16.

Marketingowe podejście do analizy związków i powiązań zachodzących w gospodarce traktuje procesy produkcji i wymiany jako system obejmujący takie składniki, jak: producenci surowców, przedsiębiorstwa przetwórcze wytwarzające materiały i dobra konsumpcyjne, pośrednicy handlowi i konsumenci. Ten zespół elementów instytucjonalnych połączony jest za pomocą funkcji takich, jak: kupno, sprzedaż, przemieszczanie towarów w przestrzeni, magazynowanie, finansowanie, przetwarzanie informacji. Celem tak pojętego rynku, jako systemu marketingu, jest efektywna alokacja zasobów w ten sposób, aby zaspokoić możliwie w największym stopniu potrzeby ostatecznych nabywców. Kształtowanie przyszłych potrzeb wymaga współdziałania wszystkich uczestników procesu wytwórczego w celu przygotowania produktu zgodnego z przewidywanym popytem. Stąd wynika potrzeba objęcia działaniami marketingowymi produkcji i surowców do produkcji, ponieważ producent wyrobów finalnych, w tym dóbr konsumpcyjnych, nie może osiągnąć sukcesów na rynku bez pomocy i współpracy dostawców surowca (np. żywca wołowego). Muszą oni czuć się współodpowiedzialni za osiągnięcie ostatecznego celu stojącego przed głównym dostawcą. W miarę koncentracji i specjalizacji przedsiębiorstw przemysłu mięsnego wzrasta ich zależność od źródeł dostaw żywca wołowego. Przyjęcie marketingu jako podstawy odniesienia dla związków i powiązań zachodzących między rynkiem dóbr konsumpcyjnych a rynkiem surowca do produkcji jest o tyle wskazane, o ile traktuje on procesy gospodarcze jako jedność z punktu widzenia rynku.

1.3. Rynek w koncepcjach ekonomii instytucjonalnej

Rynek w koncepcjach ekonomii instytucjonalnej jest rozumiany jako mechanizm regulacji i koordynacji zachowań podmiotów gospodarczych[25]. Z pojęciem rynku nierozerwalnie kojarzone jest pojęcie wymiany i jej podstawowej jednostki, czyli transakcji. Niektórzy przedstawiciele ekonomii instytucjonalnej widzą pojęcie transakcji szerzej, np. O. Williamson twierdzi, że „transakcja ma miejsce, gdy dobra lub usługa przechodzi przez technicznie określoną granicę. Jego strefa działalności się kończy, a zaczyna inna sfera”[26]. Według O. Williamsona transakcja zachodzi nie tylko podczas wymiany rynkowej, ale też wewnątrz organizacji. Transakcje w niektórych kierunkach nowej ekonomii instytucjonalnej są podstawowymi elementami, z których stworzone są instytucje, a dokładniej struktury instytucjonalne gospodarki rynkowej.

[25] M. Iwanek, J. Wilkin (1997): Instytucje i instytucjonalizm w ekonomii. Wyd. UW, Warszawa, s. 21.

[26] O. Williamson (1985): The Economic Institutions of Capitalism. Free Press, New York, s. 1.

Równolegle do pojęcia transakcji używane jest w nowej ekonomii instytucjonalnej pojęcie kontraktu. Kontrakt jest transakcją o wyraźniej zarysowanej strukturze, chociaż nie musi mieć postaci formalnej – współcześnie mówi się nawet o kontraktach domyślnych, nieformalnych. Czasem pojęcie kontraktu odnosi się do wymiany o trwalszym charakterze, wskazuje się również na to, że kontrakty odnoszą się do transakcji realizowanych w przyszłości. Przy tych wszystkich różnicach znaczeniowych często pojęcia transakcji i kontraktu traktowane są jako synonimy.

O. Williamson[27] rozwinął teorię, według której istnieją trzy podstawowe formy:

- transakcje organizowane przez rynek (krótko: rynek),
- transakcje, w których relacje między partnerami przyjmują postać hierarchiczną (krótko: hierarchia),
- formy pośrednie (krótko: hybrydowe).

O przyjęciu konkretnej formy dla danej transakcji decyduje wysokość kosztów transakcji zależna z kolei od pewnych cech transakcji: charakteru zasobów zaangażowanych w transakcje, częstotliwości transakcji oraz stopnia związanej z nimi niepewności.

Podstawowe znaczenie przy wyborze formy transakcji ma to, czy zasoby stosowane w transakcji są uniwersalne, czy też wyspecjalizowane ze względu na tę transakcję. Zastosowanie zasobów wyspecjalizowanych zamiast zasobów uniwersalnych pozwala na obniżenie kosztów produkcji, natomiast konsekwencją zastosowania zasobów wyspecjalizowanych jest uzależnienie stron kontraktu. To uzależnienie może być jednostronne – jedna strona uzależniona od drugiej – albo uzależnienie jest wzajemne – obie strony zależą od siebie. To uzależnienie, występujące często po zawarciu transakcji i dokonaniu wyspecjalizowanych inwestycji, może umożliwić jednej ze stron kontraktu przechwycenie korzyści realizowanych przez drugą stronę. Trzeba pamiętać, że tego typu postępowanie nie zmienia łącznej sumy korzyści z danej transakcji, ale powoduje, że strona uzależniona ma mniejszą motywację do dalszych działań inwestycyjnych i może zacząć zastępować relacje rynkowe przez relacje inne, np. hierarchiczne. Transakcje rynkowe (rynek) i transakcje hierarchiczne (hierarchia) różnią się pod względem stosowanych mechanizmów adaptacyjnych.

Adaptacje zachodzące na rynku dokonują się poprzez mechanizm cenowy i dokonują się w wyniku niezależnych partnerów. Można więc w tym przypadku mówić o adaptacji autonomicznej[28]. Brak wyspecjalizowania zasobów używanych do realizacji transakcji powoduje, że strony transakcji rynkowej mogą łatwo zmieniać partnerów, nie ponosząc nakładów w związku z tą zmianą – przenośność zasobu niewyspecjalizowanego, uniwersalnego jest większa niż przenośność zasobu wyspecjalizowanego. W tej sytuacji koszty adaptacji są niskie.

[27] M. Iwanek, J. Wilkin (1997): Instytucje..., op. cit., s. 59.

[28] Ibidem, s. 63.

Przy zasobach bardziej wyspecjalizowanych taka adaptacja jest utrudniona i strona niezadowolona z realizacji transakcji musi czasem odwoływać się do innych sposobów, np. przekazania sprawy do sądu. Uwzględnić należy także koszty monitorowania przebiegu realizacji umowy. Jeszcze jedną konsekwencją wyspecjalizowanego charakteru zasobów jest to, że taka transakcja przestaje być bezosobowa – liczą się cechy drugiej strony. Partnerzy transakcji stają się zainteresowani w identyfikacji właściwości drugiej strony, od której stają się zależni.

Pogląd, że podstawową funkcją podmiotów działających na rynku jest dokonywanie adaptacji do ciągle zmieniających się warunków rynku, sformułował F. Hayek[29]. Dla niego rynek był instytucją, która najlepiej rozwiązuje problemy informacji i adaptacji. Każda z form adaptacji pociąga za sobą określone koszty transakcji. Tam gdzie strony kontraktu nie są od siebie zależne, gdyż nie występują zasoby wyspecjalizowane, rynkowa adaptacja jest bardziej efektywna – strony po prostu reagują na parametry cenowe, zmieniając, jeśli uznają to za korzystne dla siebie, partnera kontraktu. W przypadku uzależnienia stron (jednej lub obu) partnerzy transakcji nie mają swobody decyzji i rynkowa adaptacja może być nieefektywna.

Jeżeli występuje sytuacja ograniczonej racjonalności i oportunizm, ale zasoby mają charakter uniwersalny, to partnerzy niezadowoleni ze sposobu przebiegu realizacji kontraktu mogą dokonać łatwej adaptacji przez wycofanie się z transakcji (i ewentualną zmianę partnera transakcji). Jest to adaptacja rynkowa, a ściślej adaptacja przez konkurencję rynkową.

Gdy występują wszystkie trzy okoliczności, tzn. ograniczona racjonalność, oportunizm i wyspecjalizowane zasoby, najlepszą formą adaptacji jest adaptacja hierarchiczna, nazywana administracyjną.

Należy pamiętać, że rynek i hierarchia oprócz natury mechanizmów adaptacyjnych różnią się też odmiennymi mechanizmami bodźców. Przejmowanie pewnych konsekwencji swojej działalności jest charakterystyczne dla podmiotów działających samodzielnie na rynku. Taki podmiot otrzymuje całą różnicę między uzyskanym przychodem ze swojej działalności a opłatą za zakupione czynniki produkcji. O. Williamson nazywa ten mechanizm silnymi bodźcami. Ten właściwy dla struktury rynkowej mechanizm nie jest odpowiedni dla struktury hierarchicznej. Cechy wyróżniające różne struktury instytucjonalne zostały szczegółowo przedstawione w tabeli 1.

[29] F. Hayek (1945): The use of knowledge in society. The American Economic Review, 35 (4), s. 519–530.

Tabela 1. Cechy charakterystyczne dla struktur instytucjonalnych

Wyszczególnienie	Struktury instytucjonalne		
	rynkowa	hierarchiczna	mieszane
Mechanizm adaptacyjny	Adaptacja dokonuje się przez autonomiczne względem siebie podmioty; podstawowym narzędziem adaptacyjnym są ceny; często dochodzi do zerwania transakcji, co też jest formą adaptacji.	Mechanizm adaptacji kooperacyjnej poprzez decyzje uznaniowe zakładające podporządkowanie się jednej strony woli drugiej strony; podstawowym narzędziem adaptacji jest administrowanie.	Złożony
Mechanizm motywacyjny	Na podmioty działają pełne bodźce rynku.	Bodźce stosowane przez podmiot administrujący wobec podmiotu administrowanego mają charakter ograniczony w stosunku do rezultatów działalności tego drugiego.	Złożony
System prawa	Transakcje rynkowe w przypadku konfliktu często są likwidowane; alternatywą jest odwoływanie się do procedur sądowych; czasem strony kontraktu rozstrzygają konflikt na własną rękę bez udziału sądów.	Rozwiązania polegające na rozwiązywaniu kontraktu w przypadku konfliktu są względnie rzadkie; strony dążą do podtrzymania relacji często próbują rozstrzygnąć konflikt we własnym zakresie (*private ordering*); w przypadku wejścia na drogę sądową podstawą prawną jest kontrakt o charakterze relacyjnym.	Złożony; w przypadku rozwiązywania konfliktu stron na drodze sądowej podstawą jest na ogół kontrakt prawny o charakterze neoklasycznym.

Źródło: M. Iwanek, J. Wilkin (1997): Instytucje i instytucjonalizm w ekonomii. Wyd. UW, Warszawa, s. 75–76.

1.4. Specyficzne cechy rynku rolno-żywnościowego

Rynek rolny oraz żywnościowy są integralną częścią rynku krajowego. Kierują nimi takie same zasady i prawa ekonomiczne jak pozostałymi rynkami. Rynek rolny ma jednak wiele specyficznych cech.

Rynek rolny stanowi specyficzny segment rynku o cechach rynku niedoskonałego. Specyfika ta wynika m.in. z takich zjawisk, jak: duża liczba producentów żywności, nietrwałość surowców rolnych oraz produktów żywnościowych, naturalny stan

nierównowagi rynku, niedostosowanie wewnętrzne w czasie i przestrzeni podstawowych elementów rynku oraz wynikający z tego istotny poziom regulacji i interwencji rynkowych[30].

Według powszechnie przyjętej definicji „rynek rolny jest to ogół stosunków wymiennych, towarowo-pieniężnych pomiędzy różnorodnymi gospodarstwami i przedsiębiorstwami rolniczymi oraz przetwórczymi sprzedającymi produkty rolne i żywnościowe, a także odpady użytkowe oraz nabywającymi środki do produkcji rolnej i dobra inwestycyjne, a osobami i przedsiębiorstwami realizującymi skup produktów rolnych i odpadów użytkowych oraz zaopatrzenie gospodarstw rolnych w różnorodne środki produkcji"[31].

Już analizując definicję, można wyróżnić specyficzne cechy rynku rolnego i żywnościowego. Podstawową przyczyną specyfiki rynku rolnego i żywnościowego jest jedność gospodarstwa domowego i gospodarstwa rolnego.

W warunkach gospodarki rynkowej podmioty gospodarcze agrobiznesu przyjmują orientację rynkową, co oznacza, że:

- dobra i usługi, które wytwarzają, przeznaczone są do sprzedaży na rynku dla anonimowego odbiorcy i muszą respektować jego potrzeby i oczekiwania,
- poniesione nakłady oraz jakość wytworzonego dobra nie znajdują potwierdzenia na rynku, lecz następuje to ex post, co jest związane z ryzykiem wytwórcy,
- podaż, którą oferują każdy wytwórca, jest zbyt mała, aby mogła wywierać decydujący wpływ na stan równowagi rynkowej i poziom cen,
- osobliwość agrobiznesu stanowi wielki sektor rolnictwa chłopskiego, w którym znaczną część produkcji (40%) nie jest przeznaczona na rynek, a stanowi samozaopatrzenie produkcyjne i autokonsumpcję.

Trzeba zauważyć, że rolnicy jako uczestnicy rynku występują w wielu rolach[32]:

- są nabywcami wielu dóbr inwestycyjnych,
- są nabywcami wielu środków produkcji pochodzenia przemysłowego,
- są nabywcami środków produkcyjnych pochodzenia rolniczego,
- są nabywcami różnych artykułów spożywczych i dóbr konsumpcyjnych,
- są nabywcami usług produkcyjnych i konsumpcyjnych, ale również odgrywają pewne role po stronie podaży:
  - sprzedają na rynku artykuły żywnościowe do bezpośredniego spożycia,
  - sprzedają na rynku produkty rolne i odpady użytkowe, stanowiące surowiec do przetwórstwa w zakładach wielu gałęzi gospodarki narodowej,

[30] K. Krajewski (2002): Organizacja, regulacje i informacja na rynku rolnym Unii Europejskiej. Wyd. SGGW, Warszawa, s. 7.

[31] B. Iwan, A. Zalewski, J. Chabiera (1998): Rynek rolny. FAPA, Warszawa, s. 21.

[32] Ibidem, s. 22.

- oferują na rynku różnorodne środki do produkcji pochodzenia rolniczego, które nabywają inni producenci rolni,
- oferują również różne usługi produkcyjne dla okolicznych rolników.

Rynek żywności stanowi specyficzny segment rynku dóbr i usług konsumpcyjnych. Rozwija się on dynamicznie na tle innych segmentów rynku, głównie wobec stałego rozwoju potrzeb zgłaszanych przez konsumentów wraz ze wzrostem ich dochodów. Rynki pierwotne produktów rolnych można ulokować na modelu rynku według Ph. Kotlera między rynkami producentów i pośredników oraz rynkami państwowymi[33]. Pierwotny rynek produktów rolnych jest miejscem, w którym pojawia się pierwotny popyt na produkty rolne. Elementami tego rynku są producenci rolni, rolne rynki hurtowe, przemysł spożywczy i konsumenci jako odbiorcy, a wzajemne relacje tych podmiotów decydują o cenach równowagi na tym rynku.

Rynek żywności należy analizować jednocześnie w kilku płaszczyznach:

1) globalnej i przedmiotowej – obejmuje relacje elementów i mechanizmów rynku,
2) produktowej – dla poszczególnych segmentów rynku i poziomów produktów,
3) podmiotowej – dla uczestników rynku oraz ich udziałów w rynku,
4) przestrzennej – dla uczestników, elementów i rodzajów rynku, np. wobec centrów konsumpcji i produkcji.

Zmiany na rynku żywności dokonują się w wyniku takich procesów, jak[34]:

- rozwój różnorodnych form organizacji rynku i zarządzania sferą rynkową oraz upowszechnianie zasad marketingu, logistyki i zarządzania jakością,
- usprawnienia systemów dystrybucji żywności, w tym zapewnienie pełnego łańcucha chłodniczego, sprawne systemy logistyczne, stworzenie warunków wyboru produktów przez klientów,
- przemiany w postępowaniu i postawach konsumentów na rynku żywności, a zwłaszcza poszukiwanie przez nich produktów bezpiecznych, naturalnych, wygodnych oraz cechujących się wysoką jakością,
- ekspansja reklamy i innych aktywnych form promocji, kształtujących postawy konsumentów na rynku, na podstawie kreowanych tą drogą, nie zawsze racjonalnych wartości,
- skracanie cykli życia produktów wobec szybkiego wzrostu liczby nowych produktów, zwiększania szerokości asortymentów i rozwój produktów,
- postęp i możliwości technologiczne produkcji wyrobów żywnościowych, przy akceptowalnych rynkowo kosztach produkcji, wsparte przez stworzenie nowej klasy opakowań,
- globalizacja, rozszerzenie i liberalizacja światowych rynków zbytu surowców, półproduktów i wyrobów gotowych po podpisaniu końcowych ustaleń GATT, a także

[33] K. Krajewski (2002): Organizacja..., op. cit., s. 10.

[34] Ibidem, s. 15.

inne uwarunkowania globalne, takie jak: wzrost cen energii, wzrost znaczenia ekologii i proekologiczne postawy systemów gospodarczych i społeczeństw,
- nie można pominąć takich podstawowych czynników, jak: ceny i ich relacje, dochody głównych grup konsumentów, dostępność różnych grup produktów, realizowana polityka gospodarcza i jej parametry ekonomiczne.

Do podstawowych czynników konkurencyjności w sektorze rolno-żywnościowym[35] należy zaliczyć:
- niskie koszty produkcji i dystrybucji produktów (żywności, zwłaszcza mięsa wołowego),
- wysoki poziom integracji produkcji i kapitału,
- wysoką jakość produktów,
- ciągły rozwój technologii,
- ciągły rozwój infrastruktury rynku,
- wydajny system organizacji i zarządzania firmą.

Poziom konkurencyjności rynku rolno-żywnościowego w Polsce jest zróżnicowany w zależności od jego ogniwa. Relatywnie najwyższy występuje w przemyśle spożywczym, najniższy na szczeblu producenta rolnego.

Pojęcie konkurencyjności ogólnie należy rozumieć jako zdolność radzenia sobie przedsiębiorstwa na rynku w procesie sprzedaży. Konkurencja i konkurencyjność stanowią złożone zjawiska, które są częścią mechanizmu rynkowego[36]. Znaczenie konkurencji i konkurencyjności wzrasta wraz z pogłębianiem się procesów internacjonalizacji i globalizacji na świecie.

Polski sektor rolno-żywnościowy ma wiele cech pozytywnie wpływających m.in. na jego konkurencyjność[37]:
1) niska wycena czynników produkcji, która wpływa na możliwość sprzedaży po niższych cenach,
2) niski poziom nakładów na środki chemiczne, które stwarzają walory ekologiczne (zdrowa żywność),
3) niski do 2004 r. poziom subwencjonowania produkcji rolnej (wskaźnik PSE w Polsce był blisko trzykrotnie niższy niż w krajach UE),
4) relatywnie większe niż u konkurentów możliwości obniżenia kosztów produkcji (rezerwy w wydajności pracy i ziemi),
5) niewielkie zadłużenie gospodarstw rolnych (tylko 2% majątku gospodarstw rolnych jest finansowane z kredytu),
6) niski poziom opodatkowania rolników,
7) stopniowy spadek przyrostu liczby ludności wiejskiej,

[35] B. Iwan, A. Zalewski, J. Chabiera (1998): Rynek rolny..., op. cit., s. 23–26.

[36] W. Wrzosek (1994): Funkcjonowanie rynku. PWE, Warszawa, s. 195.

[37] B. Iwan, A. Zalewski, J. Chabiera (1998): Rynek rolny..., op. cit., s. 27.

8) względnie duże zasoby ziemi rolniczej w porównaniu z krajami UE, co umożliwia mniej intensywne ich użytkowanie,
9) coraz wyższa jakość płodów rolnych i przetworzonych produktów żywnościowych.

1.5. Określenie zakresu rynku: żywiec, mięso i przetwory

Sektor interpretuje się jako część gospodarki lub działalności gospodarczej, wyodrębnioną najczęściej według kryteriów branżowych. W tym rozumieniu sektor mięsa wołowego obejmuje cały łańcuch produkcyjno-dystrybucyjny, tj. produkcję cieląt na opas, produkcję bydła rzeźnego, ubój i przetwórstwo mięsa wołowego oraz obrót cielętami, bydłem rzeźnym, mięsem wołowym i wyrobami z mięsa wołowego na wszystkich szczeblach obrotu, tj. skup i pierwotny hurt rolny, obrót handlowy wołowiną przerobową, kulinarną i przetworami z tego mięsa oraz import, eksport i handel detaliczny, łącznie z gastronomią[38].

Rynek żywca wołowego i mięsa jest częścią rynku rolnego, określanego jako całokształt stosunków towarowo-pieniężnych między podmiotami reprezentującymi popyt a podmiotami reprezentującymi podaż danego dobra. Ze względu na rodzaj dóbr występujących na rynku mięsa wołowego można wyodrębnić cztery jego segmenty[39]:

- rynek bydła rzeźnego,
- rynek cieląt opasowych,
- rynek mięsa wołowego do przetwórstwa,
- rynek wołowiny kulinarnej i innych wyrobów z mięsa wołowego oraz przetworów wieprzowo-wołowych.

Czy hodowla bydła mięsnego w Polsce stanie się kiedykolwiek popularna, zadecydują o tym konsumenci i producenci. Po pierwsze konsument musi zyskać zaufanie i mieć pewność, że dostawa dobrej wołowiny będzie ciągła i bezpieczna dla zdrowia. Wzorem krajów UE niezbędne było wprowadzenie w Polsce identyfikacji i rejestracji bydła. Rejestracja wszystkich zwierząt ma za zadanie upewnić konsumentów przy zakupach wołowiny, że mięso pochodzące ze znanego miejsca produkcji (gospodarstwa) przez cały czas pozostaje pod kontrolą. Rejestracja zidentyfikowanych zwierząt ułatwia realizację programu etykietowania wołowiny. Program ten ma na celu dostarczanie konsumentom wiarygodnych informacji o kupowanej przez nich wołowinie. W zamian za dobrze umięśnione tusze, przy minimalnym otłuszczeniu, cena za żywiec powinna być adekwatnie wyższa w stosunku do

[38] R. Urban, M. Wigier (2000): Rynek mięsa wołowego. [W:] E. Majewski, G. Dalton (red.), Strategiczne opcje dla polskiego sektora agrobiznesu w świetle analiz ekonomicznych. Wyd. SGGW, Warszawa, s. 505.

[39] K. Krajewski (2002): Organizacja..., op. cit., s. 118. Patrz szerzej: R. Urban, M. Wigier (2000): Rynek mięsa wołowego..., op. cit., s. 506.

cen wołowiny drugorzędnego gatunku. Wprowadzenie kontraktacji i stosowanie wieloletnich umów umożliwiają zapewnienie zbytu producentom, a konsumentom – ciągłej dostawy wspaniałego materiału rzeźnego. Powstanie grup producenckich umożliwia ułatwienie negocjacji dotyczących warunków skupu i kontraktacji z podmiotami skupującymi oraz pomaga rozwiązać niektóre problemy związane z produkcją.

ROZDZIAŁ II
Organizacja i funkcjonowanie rynku wołowiny w Polsce

Proces przechodzenia do gospodarki rynkowej postawił przedsiębiorstwa w nowej sytuacji. Odmienność uwarunkowań zewnętrznych wywołała zmianę ich zachowań w kanałach dystrybucji. Dokonała się ona pod wpływem zmian podaży, rosnącej konkurencji, procesów restrukturyzacji i prywatyzacji w przemyśle. Rozpad monopolistów w sferze dystrybucji oraz powstanie na ich bazie nowych podmiotów gospodarczych, a także dynamiczny rozwój prywatnych przedsiębiorstw hurtowych spowodowały w pierwszym okresie pewne obniżenie sprawności dystrybucji. Wynikało to z zerwania tradycyjnych więzi z odbiorcami oraz braku doświadczenia w prowadzeniu samodzielnej działalności handlowej. Ważną sprawą stało się więc zarządzanie kanałami dystrybucji, co wiąże się z podjęciem decyzji o wejściu w odpowiedni kanał rynku.

2.1. Stan dostosowania przetwórstwa mięsnego do systemu rynkowego

Okres po 1989 r. był czasem głębokich zmian w strukturze i sposobie funkcjonowania przetwórstwa żywności, w tym także przetwórstwa mięsnego[40].

W ten sposób gospodarka niedoborów zastąpiona została przez trwałą nadwyżkę podaży nad popytem i wszystkie podmioty stanęły przed problemem bariery popytu. Początkowo bariera ta nie była jeszcze zbyt silna, gdyż w latach 1989–1992 utrzymywało się – mimo spadku dochodów i wzrostu cen – wysokie spożycie krajowe. Obniżył się natomiast eksport. Konkurencja nowych prywatnych firm mięsnych i opóźnione procesy dostosowawcze sektora państwowego doprowadziły do głębokiego kryzysu przemysłowej części przetwórstwa mięsnego.

Zjawiska, które doprowadziły do kryzysu (rynek i konkurencja), wymusiły również głębokie przekształcenia sektora, szczególnie restrukturyzację państwowych przedsiębiorstw przemysłu mięsnego. Przekształcenia te polegały głównie na:

- prywatyzacji firm państwowych,
- wzbogaceniu asortymentu oferowanych wyrobów,
- rozwoju orientacji rynkowej przedsiębiorstw i przebudowie kanałów dystrybucji,
- zmianie sposobu funkcjonowania i zarządzania przedsiębiorstwem oraz częściowej restrukturyzacji produkcji, majątku i zatrudnienia.

---

[40] R. Urban (1998): Stan dostosowania przetwórstwa mięsnego do systemu rynkowego. Gospodarka Mięsna, 7, s. 16 i nast.

Przekształcenia rozpoczęły się już w latach 1991–1992, ale ich pozytywne skutki ujawniły się dopiero od połowy lat 90. W przetwórstwie mięsa – podobnie jak w całym przemyśle spożywczym, choć z 2–3-letnim opóźnieniem – ujawniły się zjawiska dostosowujące sektor do funkcjonowania w systemie rynkowym. Zjawiska te są następujące[41]:

- powrót tendencji do uprzemysławiania przetwórstwa,
- przyspieszenie procesów modernizacji przetwórstwa, głównie w fazach decydujących o atrakcyjności oferty rynkowej,
- powrót tendencji do koncentracji przetwórstwa i konsolidacji sektora oraz integracji z produkcją zwierząt rzeźnych.

Tendencja do uprzemysławiania przetwórstwa powróciła w 1994 r., w którym osiągnięto znaczący wzrost produkcji wędlin. W następnych 2 latach produkcja tych przetworów wykazywała bardzo szybką tendencję wzrostową (prawie po 10%), szczególnie w przedsiębiorstwach zatrudniających ponad 50 pracowników.

Źródeł powrotu tendencji do uprzemysłowienia przetwórstwa jest kilka. Można do nich zaliczyć: zwiększenie sprawności części firm o rodowodzie państwowym, które po prywatyzacji i restrukturyzacji odzyskiwały zdolności rozwoju i ekspansji rynkowej, osiągnięcie przez część nowych zakładów poziomu i standardu produkcji, kwalifikujących je do grupy firm przemysłowych, niski standard technologiczny i jakościowy lokalnych ubojni i przetwórni, rosnące zaufanie nabywców do znanych firm i marek, procesy koncentracji handlu żywnością, utrudniające dostęp do dużych sieci małym firmom przetwórczym, rosnące wymagania i świadomość zagrożeń ekologicznych, sanitarnych, weterynaryjnych itp., uszczelnianie systemu podatkowego, utrudniające małym firmom prowadzenie działalności w „szarej" strefie gospodarki.

Procesom uprzemysławiania przetwórstwa mięsnego towarzyszył proces jego pogłębiania i zwiększania udziału wartości dodanej. Produkcja przetworów mięsnych wzrosła wielokrotnie szybciej niż ubojów przemysłowych. Firmy mięsne, które w gospodarce centralnie planowanej były głównie dużymi rzeźniami z silnie rozwiniętą produkcją przetworów eksportowych, ze słabą produkcją wyrobów na rynek krajowy, stały się dużymi i średnimi przetwórniami, które dostosowały swoje uboje do potrzeb własnego przetwórstwa i coraz częściej korzystały z półfabrykatów z mniejszych rzeźni i importu. Poziom inwestowania w przemyśle mięsnym był wysoki w pierwszej fazie transformacji, ale były to głównie inwestycje polegające na budowie prywatnych ubojni i przetwórni, w większości o niskim standardzie technicznym i o skromnej infrastrukturze. W tej fazie duże firmy redukowały inwestycje i dopiero z chwilą przejścia do ich przekształceń obserwowało się dość silny wzrost poziomu inwestowania. Równie istotne jest to, że w przetwórstwie mięsa niski był poziom inwestycji zagranicznych. Stopa inwestowania była silnie zróżnicowana w przekroju przedsiębiorstw tego sektora. Inwestowali i modernizowali potencjał wytwórczy głównie liderzy.

[41] Ibidem.

Trzecim zjawiskiem charakteryzującym przemysł mięsny był powrót do koncentracji przetwórstwa mięsnego. W efekcie tych procesów wyłoniła się grupa liderów sektora, zarówno o globalnym charakterze, jak i lokalnych. Składała się ona z ok. 40 firm dużych i średnich, głównie o rodowodzie państwowym, jak i ok. 60–80 firm mniejszych. Wspólnymi cechami liderów były[42]:

- stały wzrost sprzedaży, z reguły przekraczający 5% rocznie,
- szybkie przekształcenia własnościowe, często w sposób zapewniający dopływ kapitału zewnętrznego (od inwestorów strategicznych lub z publicznej emisji),
- wysoka stopa inwestowania w modernizację produkcji wędlin,
- elastyczne dostosowywanie kanałów dystrybucji do zmieniających się struktur handlu żywnością (najpierw rozproszonego, później koncentrowanego),
- wysokie wykorzystanie całego potencjału wytwórczego (70–80%), zwłaszcza w produkcji wędlin (90–100%), przy wydajności pracy o ponad 50% wyższej niż w pozostałych firmach mięsnych,
- trwała zdolność generowania zysku i kapitału własnego oraz małe zadłużenie,
- znacząca pozycja na lokalnym rynku mięsnym (ponad 30%), a średnich i dużych na rynkach centralnych,
- stopniowo prowadzona restrukturyzacja majątku i zatrudnienia oraz usprawnianie zarządzania, marketingu itp.

Procesowi koncentracji produkcji w grupie liderów sektora towarzyszyła również koncentracja kapitałowa, zwana także konsolidacją sektora. Powstały i rozwijały się trzy duże ugrupowania kapitałowe („Animex", „Farm Food", „Sokołów"), które reprezentowały łącznie ok. 20% przetwórstwa przemysłowego, a każde z nich osiągało obroty na poziomie ponad 200 mln USD.

Nowym zjawiskiem w przetwórstwie mięsa były początki powrotu do procesów jego integracji z producentami żywca. Po rozpadzie systemu kontraktacji, zbudowanego dla potrzeb gospodarki centralnie planowanej, i okresie wolnego rynku coraz częściej liderzy sektora zaczęli zdawać sobie sprawę, że nie można osiągać przewagi konkurencyjnej nad innymi podmiotami rynku bez zapewnienia sobie stabilnych dostaw surowców wysokiej jakości, dostosowanych do ich strategii produktu.

Cały sektor i podmioty w nim dominujące charakteryzowały się następującymi cechami:

- zróżnicowaną i płynną strukturą podmiotową sektora, tworzącą warunki dla konkurencji i rynkowego mechanizmu regulacji procesów,
- występującą silną presją rynku do doskonalenia oferty rynkowej wyrobów przemysłu mięsnego oraz do modernizacji potencjału wytwórczego,
- coraz sprawniejszym rynkowym mechanizmem wymuszania efektywności, a coraz częściej także – mimo różnego typu osłon – eliminowania z rynku firm słabych,

[42] Ibidem.

- wyłanianiem się grupy liderów i ugrupowań, które tworzyły zarys przyszłej organizacji sektora,
- część firm przetwórczych podejmowała działania integrujące przetwórstwo z produkcją żywca i uczestniczące w budowie kanałów dystrybucji.

Postęp w procesach dostosowawczych przetwórstwa mięsa do gospodarki rynkowej osiągnięto w trudnych uwarunkowaniach rynkowych, zwłaszcza gdy uwzględni się dużą nadwyżkę potencjału gospodarczego sektora. Ówczesne lata były okresem, w którym spożycie mięsa czerwonego było stabilne i wynosiło ok. 52–53 kg na osobę. W popycie krajowym nastąpiły tylko pewne zmiany strukturalne, wśród których za najważniejsze można było uznać[43]:

- spadek spożycia wołowiny (z 12,6 kg w 1992 do ok. 4,0 kg w 2020 r.),
- niewielki wzrost spożycia przetworów mięsnych,
- odchudzenie wieprzowiny, osiągnięte zarówno w wyniku poprawy mięsności tuczników, jak i dużego eksportu na rynki wschodnie wyrobów (parówek i tuszonek) o dużej zawartości tłuszczu i kolagenu, a małej tkanki mięsnej.

2.2. Przemysł mięsny w Polsce

Działalność produkcyjną firm przemysłu mięsnego w 2020 r. determinowały dwa czynniki, tj. afrykański pomór świń (ASF) oraz pandemia wirusa SARS-CoV-2. O ile z ASF branża mięsna nauczyła się już „żyć", o tyle pandemia koronawirusa była szokiem dla całej gospodarki światowej.

W 2020 r. przemysłowy ubój zwierząt rzeźnych wyniósł w Polsce ok. 2342 tys. ton w wadze bitej ciepłej i był o 0,4% większy niż w 2019 r., przy czym uboje trzody chlewnej wzrosły o 0,9% do 1770 tys. ton, a bydła zmniejszyły się o 1,1% do ok. 557 tys. ton. W firmach przemysłowych uboje trzody chlewnej były mniejsze o 2,1% i wyniosły ok. 1300 tys. ton, natomiast bydła wzrosły o 7,7% – do ok. 227 tys. ton. Produkcja przetworów mięsnych (w tym wędlin oraz konserw mięsnych) zmalała o 2,3% i wyniosła odpowiednio: ok. 1040, 755 i 71 tys. ton. Szczególnie duży spadek nastąpił w produkcji konserw mięsnych, bo o ok. 28%[44].

W związku z szybko postępującą pandemią wirusa SARS-VoV-2 na całym świecie, również w Polsce pod koniec I kwartału 2020 r. zaczęto wprowadzać obostrzenia – praktycznie we wszystkich obszarach życia społeczno-gospodarczego, w tym lockdown czy zamknięcie sektora HoReCa, które spowodowały zmiany w dokonywanych zakupach przez konsumentów oraz utrudnienia w sprzedaży mięsa i jego przetworów przez firmy mięsne, zwłaszcza w II kwartale 2020 r., co pokazał spadek eksportu mięsa i jego przetworów, tak w wolumenie, jak i wartościowo. Na początku II połowy 2020 r. zaczęto

[43] Ibidem.

[44] Rynek Mięsa: stan i perspektywy, 60/2021.

luzować wprowadzone obostrzenia i restrykcje, ale wiele obszarów nadal pozostawało zamkniętych, w tym m.in. wspomniany już sektor HoReCa (krajowy oraz zagraniczny), który dla branży mięsnej był ważnym odbiorcą ich produktów. Oprócz pandemii koronawirusa SARS-CoV-2 przemysł mięsny i producenci trzody chlewnej zmagali się z chorobą ASF. Wirus ten utrudnia, a praktycznie zamyka eksport polskiej wieprzowiny do krajów trzecich. Ponadto we wrześniu 2020 r. stwierdzono jego przypadki także w Niemczech, które są największym producentem mięsa wieprzowego w UE i jednym z największych eksporterów tego mięsa na świecie. Spowodowało to spadek cen żywca wieprzowego w UE. W Polsce za żywiec wieprzowy płacono w grudniu 2020 r. poniżej 4 zł/kg, podczas gdy w I kwartale 2020 r. ceny trzody chlewnej przekraczały 6 zł/kg.

W tym bardzo zmiennym otoczeniu zewnętrznym i trudnych warunkach gospodarowania firmy mięsne w Polsce poradziły sobie nadspodziewanie dobrze. W 2020 r. wartość produkcji sprzedanej przemysłu mięsnego wyniosła 52,9 mld zł i była o 1,2% mniejsza niż w 2019 r., ale wyraźnie poprawiły się wskaźniki ekonomiczno-finansowe. Zysk netto zwiększył się o 64% do 2,2 mld zł. Poprawiły się wszystkie wskaźniki rentowności.

Bardzo dobre wyniki finansowe osiągnięte przez firmy przemysłu mięsnego w 2020 r. wynikały m.in. ze wzrostu cen producenta, które były wynikiem wysokich cen surowca, zwłaszcza żywca wieprzowego (w I połowie roku). Pozwoliło to firmom mięsnym utrzymać wysokość marż na odpowiednim poziomie, który przy spadających cenach trzody chlewnej w II połowie roku, umożliwiła wypracowanie wyższych zysków.

W 2020 r. zaimportowano do Polski 656,3 tys. ton mięsa wieprzowego (mrożonego i schłodzonego), tj. tylko o 4 tys. ton mniej niż w 2019 r. Wolumen sprowadzonego mięsa wieprzowego odpowiadał ok. 37% tak pozyskanego mięsa z przemysłowego uboju i był o ok. 2 pkt proc. niższy niż średnio w latach 2014–2019. Udział firm średnich i dużych w ubojach przemysłowych trzody chlewnej wyniósł ok. 69%, natomiast w ubojach bydła utrzymał się na poziomie ok. 37%.

2.3. Powiązania przedsiębiorstw z odbiorcami i dostawcami

Podjęcie decyzji o sposobie sprzedaży produktów zależy od oceny struktury rynku, rodzaju i możliwości przedsiębiorstwa (m.in. finansowych), celu dystrybucji oraz przyjętej strategii działania[45]. Proces transformacji gospodarki zmusił przedsiębiorstwa do zwiększenia nakładów na sprzedaż, a zwłaszcza na dystrybucję[46]. Głównie jednak inwestowały w nią firmy zachodnie, mając wiedzę z tego zakresu i wieloletnie doświadczenie[47].

[45] B. Kaczmarek (2000): Współdziałanie przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej. PWE, Warszawa.

[46] U. Kłosiewicz-Górecka (1990): Integracja gospodarcza w sferze rynku. Wyd. IRWiK, Warszawa.

[47] K. Iwińska-Knop (1998): Powiązania przedsiębiorstw z odbiorcami i dostawcami. Marketing i Rynek, 5, s. 5 i nast.

Spośród wielu możliwości i form organizacji kanałów dystrybucji dla wielu przedsiębiorstw szansą stało się zbudowanie własnej sieci dystrybucji w postaci hurtowni i sklepów patronackich. Hurtownie dokonują zakupów na zasadach preferencyjnych. Otrzymują opusty od cen w zależności od wielkości zamówień i asortymentu. Można mieć jednak obawy, iż preferencyjne traktowanie tych podmiotów nosi znamiona nieuczciwej konkurencji. Można zauważyć, że o ile w pierwszym okresie urynkowienia gospodarki liczba odbiorców (szczególnie hurtowni) wzrosła bardzo raptownie, o tyle w następnych latach w niektórych firmach uległa ograniczeniu. Wynika to z tego, że niektóre hurtownie decydowały się na współpracę bez wcześniejszego rozeznania rynku Istnieje zatem konieczność ciągłej weryfikacji kanałów dystrybucji[48], poszukiwania nowych, lepszych rozwiązań oraz elastycznych zasad współpracy. Hurtownie patronackie były jedną z form integracji pionowej typu umownego w kanale rynku, stosunkowo łatwą do kreowania. W małym zakresie wykorzystywano w polskich przedsiębiorstwach inne formy. Wyjątkiem są firmy zagraniczne oraz najbardziej ekspansywne polskie firmy, stosujące prosprzedażowe systemy dystrybucji, oparte m.in. na pracy przedstawicieli handlowych. Ci ostatni zbierają zamówienia ze sklepów i są często wspomagani przez merchandiserów dbających o ekspozycję produktów w detalu. W kontaktach z odbiorcami przedsiębiorstwa mogą reprezentować różne postawy. Zależą one od rodzaju produktu oferowanego w przedsiębiorstwie. W odniesieniu do niektórych jest wykorzystywany sposób podstawowy, w innych zaś – partnerski. Dalszą egzemplifikacją partnerstwa w kanałach rynku mogą być: uzgadnianie oferty asortymentowej, organizowanie szkoleń, usprawnianie logistyki, załatwianie reklamacji, produkcja na zamówienie.

Wybór grup nabywców, którym przedsiębiorstwo zamierza sprzedawać swoje produkty, stanowi podstawową decyzję strategiczną. Nabywców klasyfikuje się według różnych kryteriów. Z punktu widzenia czasu trwania kontaktów dzieli się ich na długoletnich i nowych, a z punktu widzenia wielkości zamówień – na głównych (strategicznych) i o małej sile zakupu. Wobec każdej z grup odbiorców przedsiębiorstwa mogą prowadzić odrębną politykę, wykorzystując strategie oparte na instrumentach marketingu-mix. Odbiorcy strategiczni są na ogół odbiorcami długoletnimi. Dokonują zakupów sięgających od kilkunastu do kilkudziesięciu procent wartości sprzedaży. Są na ogół wiarygodni i lojalni wobec firmy. Zatem ich utrzymanie stanowi dla przedsiębiorstwa rzecz podstawową. Sposoby, za pomocą których firmy starają się ich utrzymać, to[49]:

- ciągły, systematyczny kontakt (bezpośredni, telefoniczny, internetowy, listowny),
- informowanie o nowych produktach, modyfikacjach, zmianach cen,
- przyznawanie im szczególnego priorytetu, jak: wydłużone terminy płatności i gwarancji, rozszerzenie dostaw o dodatkowe świadczenia gratis (transport), ponadstandardowe wyposażenie produktów.

[48] Ibidem.

[49] Ibidem.

Jest oczywiste, iż mimo przywiązywania coraz większej wagi do partnerskich związków w kanale rynku, nieuniknione jest powstawanie nieporozumień i konfliktów. Wynikają one głównie z:

- niedotrzymywania terminów i ustalonych sposobów płatności,
- błędnej interpretacji zamówień (pomyłki w dostawach),
- niewywiązywania się z umów co do ilości i jakości,
- braku należytej dbałości o poznanie wymagań klientów,
- nieterminowości dostaw.

Są stosowane dwie metody rozwiązywania konfliktów. Pierwsza polega na zapobieganiu konfliktom poprzez działania liderów, druga – na wspólnym ich rozwiązywaniu za pomocą wymiany informacji, poszukiwania nowych rozwiązań i perswazji.

Doceniając znaczenie odbiorców strategicznych, przedsiębiorstwa starają się też pozyskiwać nowych klientów, co ma istotne znaczenie w warunkach nasilającej się konkurencji. Większość firm jest zainteresowana zwiększeniem liczby odbiorców. Pozyskuje się ich głównie na targach i wystawach, poprzez rozsyłanie ofert oraz akcje reklamowe. Na uwagę zasługują dodatkowo kontakty osobiste, pośrednictwo w handlu zagranicznym i bezpośrednie wizyty akwizytorów.

Cechami charakterystycznymi nowych klientów są:

- bardzo mała wielkość zamówień,
- brak szczególnych wymagań,
- sporadyczny charakter konfliktów i nieporozumień,
- neutralny charakter stosunków.

Mimo małych zamówień, przedsiębiorstwa podchodzą do tych kontaktów z należytą uwagą. Wyraża się to poprzez wizyty przedstawicieli przedsiębiorstw u nowych odbiorców, kontakty telefoniczne. Nowy klient jest bowiem potencjalnym nabywcą długoterminowym. Wymaga zabiegów i wysiłków ze strony sprzedawcy w celu przywiązania go do firmy. Klient kupuje nie tylko produkty, lecz także system dystrybucji, cenę, badania i rozwój, informacje. Wszystkie te elementy odgrywają również istotną rolę w marketingu partnerskim. Jedynym negatywnym aspektem jest ryzyko współpracy z nie do końca poznanym odbiorcą, często o nieznanej wiarygodności finansowej.

Na zakończenie rozważań można wskazać, iż w polskich przedsiębiorstwach dokonują się korzystne zmiany w zakresie zarządzania kanałami dystrybucji. Na czoło tych zmian wysuwa się chęć budowy własnego systemu lojalnych odbiorców, co oprócz umacniania pozycji firmy na rynku będzie owocować sprawniejszym przepływem informacji i większą zdolnością dostosowawczą przedsiębiorstw do otoczenia rynkowego. W tym zakresie można wymienić następujące rozwiązania:

- tworzenie sieci hurtowni lub sieci dealerów,
- zwiększenie liczby przedstawicielstw handlowych,
- zwiększenie liczby punktów sprzedaży,
- eliminacja słabych odbiorców i koncentrowanie się na tych największych,

- unikanie niewypłacalnych lub „trudnych" klientów,
- rozwój rynku poprzez eksport.

W przedsiębiorstwach zachodzą również zmiany w marketingu zakupu, który jest rozumiany jako „przemyślany zespół decyzji i działań organizacji (przedsiębiorstw, instytucji), określający jej politykę i strategię"[50]. W zakresie zaopatrzenia pozwala on na sprawne dokonanie zakupów każdego konkretnego asortymentu z najbardziej korzystnych i rozpoznanych przez kupującego źródeł oraz uzyskanie wpływu na działanie dostawców i procesy zachodzące na reprezentowanych przez nich rynkach.

Zmiany na rynku są wynikiem:

- wzrostu liczby przedsiębiorstw, w tym handlowych,
- wzrostu liczby pośredników organizujących dostawy tranzytowe od krajowych producentów i z importu,
- utworzenia wielu nowych jednostek prywatnych,
- pojawiania się przedstawicielstw handlowych producentów zagranicznych,
- podziału poprzednio istniejących wielozakładowych przedsiębiorstw państwowych (tzw. central zaopatrzenia i zbytu).

Można dokonać podziału przedsiębiorstw ze względu na ich reakcje na zmieniające się otoczenie:

1. Przedsiębiorstwa liderzy, które wykazują się dużą aktywnością, przedsiębiorczością oraz zdolnością budowania strategii, wykorzystując szanse wynikające ze zmian rynkowych. Są to w dużej mierze przedsiębiorstwa mające doświadczenie. Przykłady niektórych firm polskich także wskazują, iż m.in. dzięki sprawnie zorganizowanej dystrybucji można odnieść sukces rynkowy. Jeszcze raz należy podkreślić rolę przedstawicieli handlowych. Przedsiębiorstwa, które zatrudniają tzw. *sales representative* (przedstawicieli handlowych), są w o wiele lepszej pozycji wyjściowej. Bez tego instrumentu aktywizacji szansa wejścia na rynek nowego produktu (dostawcy) jest bardzo mała.
2. Przedsiębiorstwa środka. Jest to większość polskich przedsiębiorstw. Są one świadome niebezpieczeństw, widzą konieczność zmian, ale z pewnymi oporami dostosowują się do nowej sytuacji. W zakresie dystrybucji są to firmy, które zostały zmuszone do podjęcia działań mających na celu tworzenie sieci dystrybucji, głównie w postaci hurtowni patronackich, ale można mieć wątpliwości co do skuteczności tych działań w przyszłości.
3. Przedsiębiorstwa maruderzy**,** których postawy są pasywne, a podejmowane działania niewystarczające, aby sprostać wyzwaniom rynku. Nie mają one koncepcji dystrybucji produktów. Sprzedają wszystko każdemu odbiorcy, oczekując samoistnych zmian w tym zakresie.

[50] Ibidem.

2.4. Kanały marketingowe występujące na rynku mięsa i produktów mięsnych

Cechą charakterystyczną kanałów marketingowych na rynku produktów mięsnych jest ich skomplikowana budowa, która wynika głównie ze specyfiki surowców wykorzystywanych do produkcji, jakimi są żywe zwierzęta rzeźne, wrażliwe na warunki przetrzymywania, jak również na warunki transportu, a także uboju. Inną cechą determinującą specyfikę kanałów marketingowych na rynku produktów mięsnych jest duża różnorodność podmiotów biorących udział w obrocie towarowym. Różnorodność ta odnosi się zarówno do wielkości tych podmiotów, jak i do ich form własności i prawnych form działania. Po urynkowieniu gospodarki żywnościowej powstało wiele firm związanych z przetwórstwem i dystrybucją mięsa. Wiele z nich nie wytrzymało rosnącej konkurencji i zbankrutowało. Konkurencja spowodowała ogromne zróżnicowanie asortymentowe oferty i zmianę pozycji konsumenta na rynku.

Mięso i jego przetwory nabywane są przez finalnych konsumentów za pośrednictwem różnych kanałów marketingowych[51]. Pełne kanały marketingowe w sektorze gospodarki mięsnej można podzielić na dwie zasadnicze części[52]:

- kanały marketingowe żywca,
- kanały marketingowe gotowych produktów mięsnych.

Pierwsza część obejmuje drogę zwierząt rzeźnych od producentów rolnych, jak również od producentów żywca niebędących rolnikami, do zakładów przetwórczych (ubojnie, zakłady mięsne itp.).

Druga część całościowego kanału to droga, którą trafiają przetwory mięsne do finalnych nabywców – konsumentów tych artykułów żywnościowych.

Cząstkowe kanały marketingowe to kanały łączące sferę chowu zwierząt rzeźnych z zakładami zajmującymi się ich ubojem i dalszym przetwarzaniem. Kanały te są najczęściej kanałami jednoszczeblowymi (rys. 1).

W tego typu kanale występuje jedno ogniwo pośrednie. W praktyce można wyróżnić różne warianty zaprezentowanego kanału.

Odnośnie części drugiej kanału całościowego w branży mięsnej, łączącej wszelkiego typu przetwórnie z finalnymi nabywcami, można zauważyć, że jest ona znacznie dłuższa i obejmuje wiele różnego rodzaju ogniw pośrednich (rys. 2), tj. m.in. giełdy towarowe, centra handlu hurtowego (wchodzące w skład hurtu pierwotnego lub hurtu producenckiego).

---

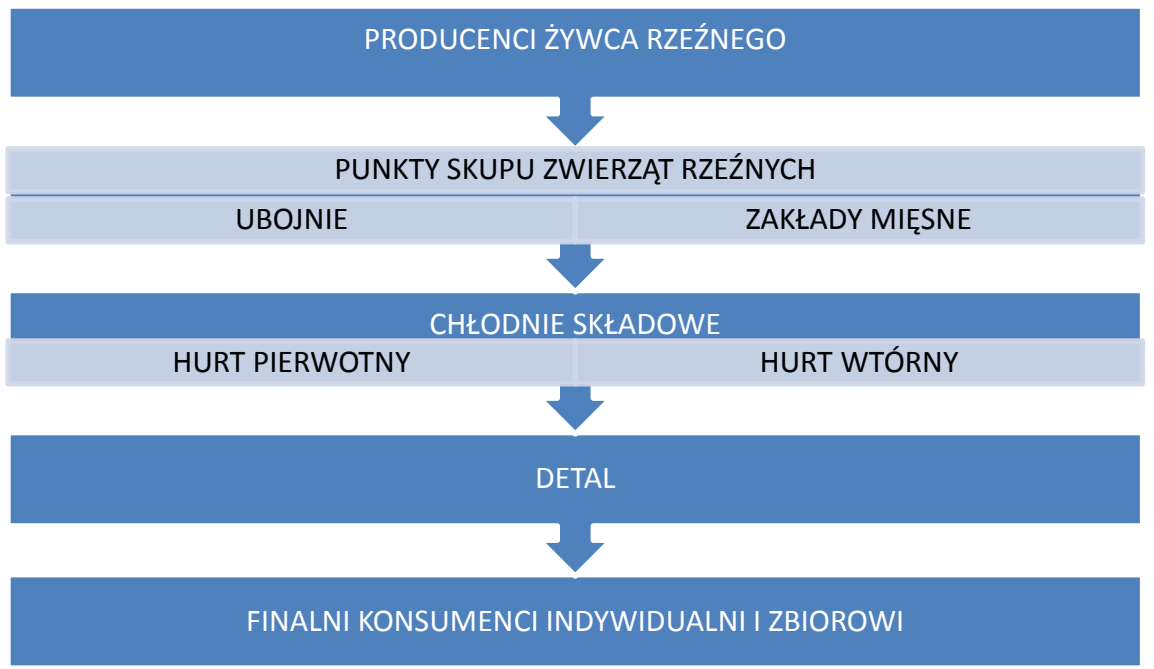
[51] Por. U. Kłosiewicz (1999): Współpraca przedsiębiorstw przemysłu spożywczego z przedsiębiorstwami handlowymi. Marketing i Rynek, 4, s. 27 i nast.

[52] K. Cholewicka-Goździk (red.) (1996): Marketing w agrobiznesie. FAPA, Warszawa, s. 154.

Rysunek 1. Kanał jednoszczeblowy na rynku mięsa

Źródło: K. Cholewicka-Goździk (red.) (1996): Marketing w agrobiznesie. FAPA, Warszawa, s. 156.

Rysunek 2. Kanały marketingowe w gospodarce mięsnej



Źródło: K. Cholewicka-Goździk (red.) (1996): Marketing w agrobiznesie. FAPA, Warszawa, s. 156.

Pierwszym ogniwem w kanale marketingowym jest chów zwierząt rzeźnych. Jest ono reprezentowane przez największą liczbę uczestników. Znacznie mniej jest punktów skupu oraz agentów i pośredników, a także firm realizujących skup zwierząt przeznaczonych na ubój. Jeszcze mniej jest ubojni i zakładów przetwórstwa mięsnego.

Część półtusz zwierząt po uboju trafia natychmiast do zakładów mięsnych do dalszego przetwarzania na mięso kulinarne oraz wędliny, pozostała część do chłodni. Półtusze zwierząt są tam poddawane głębokiemu mrożeniu i okresowo przechowywane.

Z chłodni składowych mrożone półtusze oraz inne partie zwierząt są oferowane różnym zakładom mięsnym, na giełdach oraz centrom handlu hurtowego, eksporterom itp. Pierwsze cztery ogniwa kanału marketingowego obejmujące rolnictwo, skup, ubojnie i przetwórstwo, można zaliczyć do fazy koncentracji surowców do przetwórstwa.

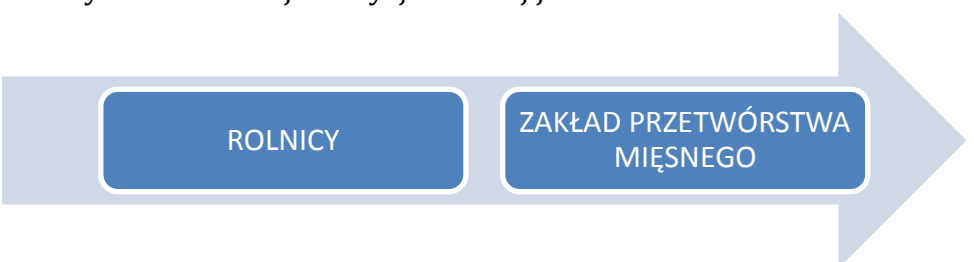
Ogniwa wchodzące w skład drugiej części kompleksowego kanału marketingowego w sektorze mięsnym stanowią podmioty realizujące dystrybucję. Należą do nich hurtownie, podhurtownie, supersamy, megasamy, gastronomia oraz ogromna rzesza punktów sprzedaży detalicznej. Te podmioty można zaliczyć do fazy rozproszonej relatywnie skoncentrowanej podaży produktów mięsnych.

2.4.1. Typy kanałów marketingowych występujących na rynku mięsa i produktów mięsnych

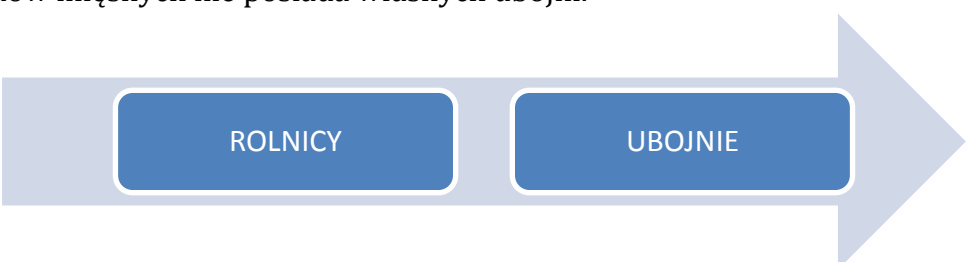
W sektorze mięsnym wyróżnia się w zasadzie szerokie kanały marketingowe, co w praktyce oznacza, że na każdym szczeblu obrotu znajduje się wiele podmiotów. Hodowcy zwierząt rzeźnych korzystają z kilku różnych kanałów marketingowych, sprzedając w nich swoje zwierzęta jako surowiec do dalszego przetworzenia. Na rysunku 3 przedstawiono kilka przykładów skróconych kanałów marketingowych łączących producentów żywca rzeźnego ze sferą przetwórstwa mięsnego[53].

Rysunek 3. Skrócone kanały marketingowe w gospodarce mięsnej

Typ 1. Jest to bardzo krótki i efektywny kanał marketingowy. Nie występuje w nim transport żywych zwierząt na dalekie odległości. Zmniejsza się lub w ogóle nie występują straty wynikające z upadków zwierząt czy z redukcji masy z powodu ich transportu. Nie występuje także przetrzymywanie zwierząt przez wiele dni, co powoduje, że do przetwórstwa trafia żywiec w dobrej kondycji i dobrej jakości.



Typ 1a. Jest to odmiana kanału typu 1. Jest on dość często wykorzystywany przez producentów żywca. Występujący w nim zakład mięsny nie prowadzi przetwórstwa, lecz półtusze zwierząt po uboju są dalej odsprzedawane innym przetwórcom, bowiem część zakładów mięsnych nie posiada własnych ubojni.



[53] Ibidem, s. 157–160.

Rysunek 3 (cd.)

Typ 2. Jest to kanał marketingowy, który powstał na początku lat 90., po urynkowieniu gospodarki. Istotnym elementem tego kanału jest wykorzystywanie jako pośrednika w handlu giełdy rolno-żywnościowej. Jest to także bardzo krótki i pożądany kanał marketingowy, zbliżony w swoim charakterze do kanałów typów 1 i 1a.

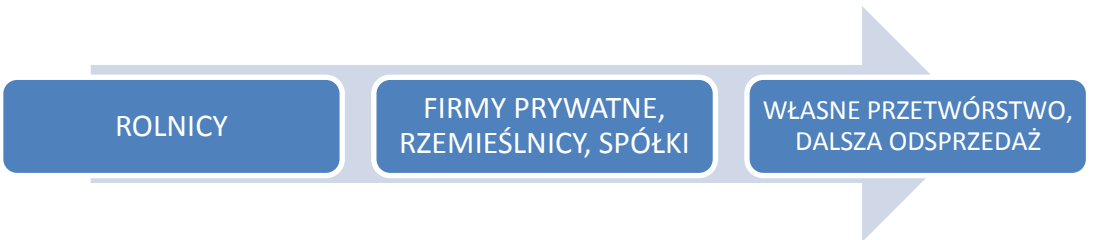
Zaletami tego typu kanału marketingowego jest to, że:

- zwierzęta nie są transportowane na giełdę,
- producenci mogą otrzymać najwyższą w danych warunkach i w danym momencie cenę za zbywane sztuki rzeźne,
- giełda jako miejsce zbytu może być wykorzystywana tylko przez większego producenta (lub grupę producencką).

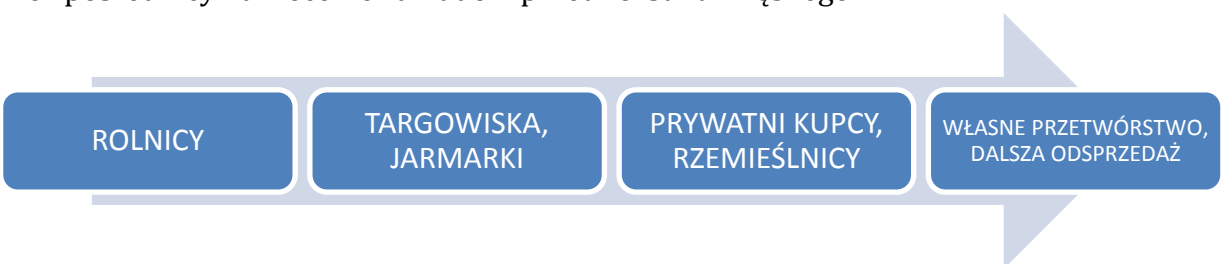
Typ 3. Obecnie znaczenie tego kanału jest raczej niewielkie. Jest on jednak ważny dla zaopatrzenia rynków lokalnych w mięso i jego przetwory, a także dla drobnych producentów (hodowców).

Typ 4. Ten typ kanału marketingowego był najpopularniejszy do 1989 r., kiedy gminne spółdzielnie „SCh" prowadziły skup wszystkich gatunków zwierząt rzeźnych. Obecnie rola tego kanału maleje. Jest on ważny, gdyż stanowi kanał zbytu dla drobnych producentów rolnych, którzy oferują jednorazowo pojedyncze sztuki zwierząt ubojowych.

Typ 5. Jest to relatywnie nowy typ kanału marketingowego w sektorze mięsnym, który rozwinął się po urynkowieniu gospodarki i po zrezygnowaniu przez państwo z monopolu w sferze gospodarki mięsnej. Kanał ten rozwinął się także dzięki powstaniu w latach 90. różnorodnych firm prywatnych zajmujących się skupem, przetwórstwem i dystrybucją produktów mięsnych.



Typ 6. Ten typ kanału jest również rozwinięty i szeroko wykorzystywany przez drobnych producentów indywidualnych. Na targowiskach zaopatrują się nie tylko rolnicy w zwierzęta rzeźne z przeznaczeniem na ubój domowy, lecz również rzemieślnicy zajmujący się produkcją mięsa i wędlin. Na targowiskach i jarmarkach nabywają zwierzęta rzeźne również pośrednicy na zlecenie zakładów przetwórstwa mięsnego.



Źródło: K. Cholewicka-Goździk (red.) (1996): Marketing w agrobiznesie. FAPA, Warszawa, s. 156.

Przy wyborze kanału marketingowego rolnicy oraz hodowcy zwierząt rzeźnych niebędący rolnikami, kierują się kilkoma przesłankami takimi, jak: oferowana cena, warunki odbioru oraz warunki i terminy płatności.

Obrót bydłem rzeźnym, tj. jego skup i dostawy do uboju, kształtują dwie cechy: niezwykle silne rozdrobnienie produkcji i podaży bydła oraz rozdrobniona struktura rzeźna, które powodują, że:

- udział kontraktacji w skupie bydła jest bardzo mały,
- duże i średnie rzeźnie organizują zaopatrzenie surowcowe, głównie z udziałem pośredników,
- małe ubojnie oraz część rzeźni dużych i średnich skupuje bydło bezpośrednio od rolników[54].

[54] R. Urban, M. Wigier (2000): Rynek mięsa wołowego. [W:] E. Majewski, G. Dalton (red.), Strategiczne opcje dla polskiego sektora agrobiznesu w świetle analiz ekonomicznych. Wyd. SGGW, Warszawa, s. 510.

2.4.2. Ekonomiczne aspekty sprzedaży bezpośredniej

Sprzedaż bezpośrednia stanowi możliwość pogłębienia procesów związanych z decentralizacją funkcji przetwórczej. Zakłady sprzedaży bezpośredniej stanowią element wzmacniający regionalność w zakresie produkcji i jest to niewątpliwie korzystne rozwiązanie nie tylko z punktu widzenia konsumenta, ale też jakościowego rozwoju branży – z zaznaczeniem zakładów regionalnych (lokalnych) oraz zakładów funkcjonujących w ramach jednolitego rynku europejskiego, a także tych, które będą funkcjonują tylko w ramach rynku krajowego. Zakłady ze sprzedażą bezpośrednią mogą stanowić obiektywną szansę dynamicznego rozwoju rzemiosła mięsnego, utrwalania pewnych tendencji w zakresie tradycji wytwarzania i jej ciągłości[55].

Zasadniczą cechą sprzedaży bezpośredniej jest sprzedaż mięsa i jego przetworów bezpośrednio konsumentowi, z wyeliminowaniem pośrednictwa obrotu. Stąd warunek, że mięso i jego przetwory muszą być sprzedawane we własnych sklepach. Uwzględniając, że mięso i jego przetwory mają trafić bezpośrednio do ostatecznego konsumenta, zostaje dopuszczona także sprzedaż do zbiorowego żywienia. Tym samym sprzedaż bezpośrednia uzyskała swoją charakterystyczną specyfikę, a mianowicie: produkty wytworzone w ramach sprzedaży bezpośredniej nie są zaopatrywane w znak weterynaryjny czy handlowy dokument identyfikacyjny. Implikuje takie rozwiązania, co już wcześniej zaznaczono, nabywanie produktów przez ostatecznego konsumenta z wyeliminowaniem sprzedaży podmiotom czy osobom zajmującym się produkcją bądź handlem.

Należy też zaznaczyć, że w ramach sprzedaży bezpośredniej obowiązują te same standardy sanitarno-weterynaryjne, co w pozostałych zakładach, ale są przewidziane derogacje (odstępstwa), które jednak, uwzględniając m.in. wielkość produkcji, tych standardów nie naruszają. Tym samym również i w tych zakładach obowiązują zasady dobrej praktyki produkcyjnej oraz dobrej praktyki higienicznej. Dotyczy to obowiązku:

- prowadzenia badań wody,
- stosownych badań osób zatrudnionych w produkcji, transporcie i handlu,
- przestrzegania procedur mycia i dezynfekcji,
- systematycznej, z uwzględnieniem przepisów, kontroli laboratoryjnej produktów,
- przestrzegania higieny produkcji i kontroli procesów produkcyjnych (czas obróbki, temperatury),
- odpowiedniej gospodarki odpadami,
- kontroli i przestrzegania szczelności pomieszczeń produkcyjno-magazynowych.

Powyższe rozwiązania stanowią gwarancję bezpieczeństwa zdrowotnego mięsa i jego przetworów.

[55] M. Winiarski (2003): Prawne, organizacyjne i ekonomiczne aspekty sprzedaży bezpośredniej mięsa i jego przetworów. Mięso, 5–6, s. 27 i nast.

Przedstawione aspekty sprzedaży bezpośredniej wskazują, że ta forma organizacji produkcji i sprzedaży w ramach sektora mięsnego uzyskała prawne podstawy, została określona i zdefiniowana. Na pewno bezsporne jest to, że sprzedaż bezpośrednia jest cennym uzupełnieniem struktury branży mięsnej. Nie należy zapominać, że sprzedaż bezpośrednia rozszerza możliwości rozwoju przedsiębiorczości i stanowi autentyczne wsparcie dla rozwoju małych przedsiębiorstw.

2.4.3. Ocena kanałów dystrybucji produktów mięsnych

Badania przeprowadzone przez Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji (IRWiK)[56] wskazują jednoznacznie, że do typów kanałów marketingowych wykorzystywanych przez firmy branży spożywczej, można zaliczyć następujące ich rodzaje:

- własna sieć dystrybucji,
- własna lub prowadzona wspólnie z innymi firmami, sieć hurtowni,
- sprzedaż bezpośrednia do krajowych przedsiębiorstw detalicznych,
- sprzedaż bezpośrednia do zagranicznych sieci detalicznych,
- współpraca z obcymi przedsiębiorstwami hurtowymi (bez *cash and carry*),
- sprzedaż produktów do sieci hurtowych typu *cash and carry*.

Powyższe badania IRWiK-u wykazały, że przedsiębiorstwa korzystają zarówno z własnych kanałów dystrybucji, jak i z usług wyspecjalizowanych w sprzedaży pośredników (tj. przedsiębiorstw hurtowych funkcjonujących w tradycyjnej formie oraz typu *cash and carry*, a także krajowych i zagranicznych detalistów). Sprzedaż poprzez pośredników ma obecnie dominujące znaczenie na rynku produktów spożywczych, w tym także mięsa i jego przetworów. Własne kanały dystrybucji stosowane są rzadziej, tym niemniej prawie 45% respondentów ma co najmniej jeden sklep firmowy, a przeszło 30% – własną bądź prowadzoną do spółki z innymi firmami, hurtownię.

Posiadanie przez przedsiębiorstwa własnych sklepów firmowych oraz własnych hurtowni pozostaje w ścisłym związku z branżą przetwórstwa, w której przedsiębiorstwo działa. Najczęściej własnymi sklepami firmowymi i własnymi hurtowniami dysponują producenci z branż przetwórstwa mięsa i mleka, rzadziej – przemysłu tłuszczowego i słodyczy.

Uzyskane w wyniku badań IRWiK-u informacje wskazują, że przedsiębiorstwa sektora mięsnego korzystają zwykle z kilku rodzajów kanałów dystrybucji, przy czym zasadnicze znaczenie w sprzedaży mają jeden lub dwa spośród stosowanych kanałów. Szczegółowe informacje na ten temat zawiera tabela 2.

[56] B. Słomińska (1999): Ocena kanałów dystrybucji artykułów przemysłu spożywczego. Marketing i Rynek, 3, s. 21 i nast.

Tabela 2. Częstotliwość wykorzystania różnych rodzajów kanałów dystrybucji przez przedsiębiorstwa sektora mięsnego (w % respondentów)

Rodzaje kanałów dystrybucji	Mięso i przetwory mięsne
Sprzedaż do własnej sieci detalicznej	70,0
Sprzedaż do krajowych przedsiębiorstw detalicznych	75,0
Sprzedaż do zagranicznych sieci detalicznych	50,0
Sprzedaż do własnych hurtowni	50,0
Sprzedaż do obcych przedsiębiorstw hurtowych (bez *cash and carry*)	80,0
Sprzedaż do sieci hurtowych *cash and carry*	45,0

Źródło: B. Słomińska (1999): Ocena kanałów dystrybucji artykułów przemysłu spożywczego. Marketing i Rynek, 3, s. 21 i nast.

W warunkach nasilającej się konkurencji o sukcesie rynkowym producentów decyduje wdrażanie nowoczesnych rozwiązań z zakresu organizacji, zarządzania i marketingu – nie tylko w sferze produkcji, ale też w sferze dystrybucji. Obecnie coraz częściej pojawiają się trudności ze zbytem wyprodukowanych dóbr. Znaczny wysiłek ze strony producentów musi być więc skierowany na zaprojektowanie odpowiednich kanałów dystrybucji. Od ich sprawności zależy zarówno możliwość osiągania przez przedsiębiorstwo przewagi konkurencyjnej na rynku, jak i celowość podejmowania dalszych działań restrukturyzacyjnych i rozwojowych.

We wszystkich branżach przemysłu spożywczego najważniejszą rolę odgrywa tradycyjny hurt, ale w niektórych z nich szczególnego znaczenia nabierają dostawy bezpośrednie do krajowych przedsiębiorstw detalicznych. Dotyczy to zwłaszcza artykułów mleczarskich oraz produkcji mięsa i jego przetworów – czego bezpośrednią przyczyną jest to, iż większość produktów tych branż jest o krótkim terminie do spożycia.

Udział najważniejszego kanału dystrybucji w sprzedaży ogółem badanych firm waha się od 20 do 100%. Tylko część producentów artykułów spożywczych uzyskuje wysoki poziom sprzedaży w jednorodnych kanałach dystrybucji, większość natomiast różnicują stosowane systemy sprzedaży swoich produktów, aby zrealizować pożądaną wielkość sprzedaży. Zróżnicowane kanały dystrybucji dają większą gwarancję wzrostu sprzedaży na coraz bardziej konkurencyjnym i wymagającym rynku.

W przedsiębiorstwach branży mięsnej przeważają bardzo dobre i dobre oceny użyteczności wykorzystywanych kanałów dystrybucji.

Konsekwencją istniejącego rozproszenia uczestników kanałów dystrybucji artykułów spożywczych i związanego z tym wydłużania się kanałów, jest brak możliwości kontrolowania drogi przebiegu produktu do ostatecznego nabywcy oraz utrudnione pozyskiwanie przez producenta informacji rynkowych. Tymczasem pod wpływem presji, jaką wywiera na producentów rynek, ich oczekiwania i wymagania w stosunku do partnerów handlowych rosną. Nasilająca się konkurencja rodzi potrzebę określenia miejsca i pozycji produktów firmy wobec produktów konkurentów, zbadania intensywności dystrybucji produktów firmy oraz możliwości kształtowania za pośrednictwem kanałów dystrybucji wizerunku produktu na rynku. Funkcjonujące kanały nie zawsze są w stanie zaspokoić te potrzeby, co staje się powodem konfliktów w kanale, chociaż może skłonić producentów do większej aktywności w kreowaniu nowych, doskonalszych rozwiązań w systemach sprzedaży[57].

Niedoskonałość funkcjonowania kanałów dystrybucji wynika, zdaniem producentów, przede wszystkim z braku środków finansowych. Tworzenie własnego systemu dystrybucji czy też korzystanie z usług dystrybutorów, którzy są w stanie zapewnić odpowiedni poziom dystrybucji numerycznej, jest bowiem kosztownym przedsięwzięciem. Współpraca z dużymi sieciami handlowymi stawiającymi wysokie wymagania również jest nieosiągalna dla wielu małych i średnich firm.

Obecny stan kanałów dystrybucji jest, w opinii firm, wynikiem wstrzymywania się w przeszłości od podejmowania niezbędnych usprawnień. Zaniedbania wynikające z braku ukształtowanych, długoterminowych więzi z pośrednikami, czy niepodejmowanie działań zapewniających producentom przychylność handlowców, dają o sobie znać przy próbach maksymalizowania sprzedaży, rozszerzania obszaru sprzedaży na stale rozwijającym się rynku lub też przy próbach wprowadzania na rynek nowych produktów. Istotną barierą w doskonaleniu kanałów dystrybucji jest również brak fachowych, kompetentnych pracowników zarówno w działach marketingu i sprzedaży firm produkcyjnych, jak i w firmach dystrybucyjnych, nie zawsze zapewniających odpowiedni poziom usług.

Można zauważyć, że eliminowanie słabości i zwiększenie użyteczności kanałów dystrybucji postępuje w ślad za nasilającymi się procesami kooperacji. Przewaga na rynku tzw. kanałów konwencjonalnych (tzn. takich, w których ogniwa uczestniczące w kanałach

[57] Ibidem.

kierują się przede wszystkim własnymi odrębnymi celami i realizują własne zadania) wywołuje wiele wcześniej przedstawionych negatywnych konsekwencji w działalności kanałów dystrybucji na rynku produktów mięsnych. Odpowiedzią na nie są różne formy współpracy podejmowane przez uczestników kanałów, np. tworzenie grup producenckich przez producentów żywca wołowego. Wszystko to ma na celu uzyskiwanie różnorodnych korzyści, głównie płynących z ekonomiki skali.

Należy również pamiętać, że na rynku produktów mięsnych nadal w szerokim zakresie stosuje się kanały konwencjonalne. Przyczyny takiego stanu rzeczy można upatrywać w istniejących strukturach produkcyjnych tej branży oraz zasięgu terytorialnym jej sprzedaży, który znacznie częściej niż w przypadku innych branż ma charakter lokalny bądź regionalny.

2.5. Identyfikacja mięsa wołowego oraz jego produktów w łańcuchu dostaw

Pojawiające się na rynku informacje na temat wystąpienia chorób u zwierząt rzeźnych powodują przyciąganie uwagi konsumentów, handlowców, producentów i hodowców, czyli wszystkich ogniw w łańcuchu dostaw. Oczywiste jest zainteresowanie konsumentów problemami związanymi z bezpieczeństwem, natomiast dla przedsiębiorców, zarówno podmiotów produkujących, jak i sprzedających produkty pochodzenia wołowego, jest to niekiedy problem decydujący o utrzymaniu się na rynku.

W reakcji na te zagrożenia UE wprowadziła rozporządzenie UE 820/97[58] dotyczące systemu identyfikacji i rejestracji bydła oraz wołowiny i przetworów wołowych, który ma zapewnić – wraz z przepływem towaru – przepływ informacji pozwalających na śledzenie produktów w całym łańcuchu dostaw[59]. Rozporządzenie to obowiązuje od 1 stycznia 2000 r. w krajach UE. Wymaga takiego oznaczenia produktów wołowych numerem identyfikacyjnym, które umożliwi połączenie poszczególnych przetworów wołowych w punktach ich sprzedaży konsumentom z konkretnym zwierzęciem lub grupą zwierząt, od których one pochodzą[60].

[58] Dz.U. L 117, 07.05.1997.

[59] E. Iwicka (2001): Identyfikacja mięsa wołowego oraz jego produktów w łańcuchu dostaw. Gospodarka Mięsna, 4, s. 26 i nast.

[60] J. Lewandowska (1999): Śledzenie mięsa wołowego oraz produktów mięsnych w łańcuchu dostaw. Mięso i Wędliny, 7, s. 56 i nast.

2.6. Wpływ długości kanałów marketingowych na kształtowanie się ceny końcowej produktów mięsnych

W marketingu branży mięsnej niezwykle istotne jest kształtowanie aktywnej polityki cenowej. W sytuacji, gdy nawet niewielkie przedsiębiorstwo tej branży dysponuje co najmniej kilkudziesięcioma pozycjami asortymentowymi, utrzymywanie rentowności na zadowalającym poziomie jest trudnym zadaniem. Koszty wytwarzania są znaczne – według różnych badań skala samych kosztów surowca pochłania od 60 do 80% ceny produktu wyjściowego. Poruszanie się tym samym w przedziale 20–40%, w celu pokrycia pozostałych kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa, jest bardzo skomplikowane. Innym problemem jest szeroki asortyment produktów, które z racji specyfiki branży – muszą być wytwarzane, a nie zawsze cieszą się powodzeniem u konsumentów. W obliczu silnej konkurencji, zarówno małych, jak i dużych zakładów mięsnych, poszukiwanie optymalnych rozwiązań w sferze polityki cenowej często decyduje o przyszłości firmy[61].

Jednym z podstawowych problemów jest rentowność poszczególnych wyrobów i ich grup. W przypadku produkcji wieloasortymentowej, grupowanie produktów jest rzeczą podstawową. Poziom cen, jak wiadomo, weryfikuje przede wszystkim rynek i to właśnie wyniki analiz rynkowych powinny być punktem wyjścia do przygotowania kalkulacji. W praktyce często ustala się ceny na poziomie „średnim" dla danego segmentu rynku. Mówi się czasami o tzw. siadaniu na środku drogi. Jest to rozwiązanie najprostsze, ale najbardziej niefortunne. Średnia cena w danym segmencie rynku nigdy nie będzie dobrym rozwiązaniem dla produktu, który ma być konkurencyjny w początkowej fazie sprzedaży. Jeżeli wybrana zostanie tutaj strategia penetracji i celem będzie osiągnięcie w krótkim czasie dużego udziału rynkowego – cena na początku powinna być jak najniższa, tak aby pobudzić popyt i stać się atrakcyjniejszą od cen konkurentów. Z kolei w przypadku produktów wysokiej jakości i przy zapewnieniu im odpowiedniego programu marketingowego cena na poziomie średnim nie będzie świadczyć ani o markowości produktu, ani o jego jakości. Firmie o nieznanej marce, słabej sieci, dystrybucji czy złej polityce marketingowej również trudno będzie sprzedawać produkty o wysokich cenach. Reasumując, produkty o „cenach średnich" często kojarzone są jako „zbyt drogie" w segmencie niskim, a jako „zbyt tanie" w segmencie wysokim. Liczne badania gospodarstw domowych przeprowadzone w Europie wykazują, iż maleje grupa osób kupujących produkty o cenach średnich. Wzrasta liczba klientów kupujących produkty tanie i drogie. Punktem wyjścia ustalenia ceny jest rynek, należałoby więc wspomnieć o dwóch podstawowych metodach kalkulacji. Obie metody zakładają kalkulację na podstawie tzw. nośnika kosztów, jakim jest produkt finalny. W branży mięsnej jest to najczęściej kalkulacja na 1 kg wyrobu. Kalkulacja na 1 sztukę występuje w przypadku produktów

[61] J. Kotarbiński (1999): Kształtowanie cen produktów mięsnych. Mięso i Wędliny, 1, s. 44 i nast.

konfekcjonowanych czy niewielkich produktów pakowanych w osłonki termokurczliwe. Można również przyjąć sposób kalkulacji na l sztukę dla wielu produktów pakowanych próżniowo, pod warunkiem, że są podobnej wielkości i masy oraz że nie ma między nimi dużego zróżnicowania cenowego.

Kalkulacja naliczeniowa polega na doliczaniu do poziomu wyjściowego, czyli kosztów surowca, poszczególnych składników kosztów wytworzenia produktu.

Schemat kalkulacji odliczeniowej wygląda w identyczny sposób, jedynie punktem wyjścia jest wtedy poziom ceny, jaki firma chciałaby osiągnąć.

Kalkulacja każdego z produktów jest zadaniem niezmiernie trudnym, szczególnie w tych przedsiębiorstwach, gdzie nie istniała nigdy tzw. kalkulacja produktowa. Praktycznie niemożliwe jest również uniknięcie błędów tam, gdzie system ustalania cen nie jest oparty na dobrze działającym systemie komputerowym. „Rozbicie" każdego z przykładowych 300 produktów na pojedyncze kalkulacje kosztowe bez użycia komputera oraz bez dokładnego rozpoznania kosztów firmy, jest zadaniem przypominającym szukanie igły w stogu siana. Nie należy więc zapominać o tym, że jedynie taki system gwarantuje jasny i przejrzysty układ kosztów.

Poważnym problemem przedsiębiorstw branży mięsnej są produkty nazywane „ogonami" – przynoszące straty. Wiąże się to z problemem wykorzystania i jakości dostępnych surowców. Jednym z możliwych rozwiązań jest wytwarzanie zupełnie nowych produktów. Niemniej jednak najczęściej konkurencja cenowa jest tak silna, że powoduje ona sprzedaż wielu produktów poniżej kosztów własnych.

Jednym ze sposobów są kalkulacje produktów w ustalonych grupach asortymentowych. Jeżeli w grupie znajduje się kilka czy nawet kilkanaście produktów, to w sumie wynik sprzedaży grupy powinien być dodatni (osiągnięcie zysku). Jeżeli w asortymencie firmy znajduje się 7–8 grup asortymentowych, to celem nadrzędnym powinno być takie ustalanie cen, aby wyniki wszystkich grup były dodatnie lub chociaż większości z nich. Osiąga się to poprzez takie ustalanie cen w grupie, aby zyski ze sprzedaży jednych produktów pokrywały straty ze sprzedaży innych. Niemniej jednak taka sytuacja powinna być traktowana jako przejściowa. Cena każdego produktu powinna być ustalona w taki sposób, aby pokrywała wszystkie koszty jego wytworzenia. Jest to o tyle istotne, że jakiekolwiek działania pobudzające popyt (np. lokalna kampania reklamowa) wpływają nie tylko na sprzedaż promowanego produktu, ale też i na inne wyroby firmy. Tym samym kiedy większość produktów przynosi straty i sprzedaż rośnie, to straty również rosną.

Największe możliwości swobodnego ustalenia ceny dają zupełnie nowe produkty. W takiej sytuacji zarówno klienci, jak i konkurenci nie mają możliwości porównawczych. Tym samym jest to olbrzymie pole do popisu dla działów marketingu, choć należy pamiętać, że wprowadzenie zupełnie nowego produktu na rynek wiąże się z dużym ryzykiem. Odkrycie nowego segmentu rynku daje jednak każdemu producentowi niepowtarzalne

korzyści – osiągnięcie na, tzw. wejściu 100% udziału w rynku, niekwestionowaną pozycję lidera oraz obronę swojej pozycji rynkowej w chwili reakcji konkurentów. Obrona swojej ceny jest w takiej sytuacji zawsze łatwiejsza, tym bardziej że producent jest bogatszy o wiedzę na temat reakcji klientów na jego propozycję[62].

Reasumując, kształtowanie polityki cenowej związane jest przede wszystkim z rynkiem i to właśnie on weryfikuje jej poziom. Wyjątkiem są zupełnie nowe produkty, gdzie zanim pojawią się konkurenci – producent może kształtować ceny wręcz dowolnie, gdyż klient nie ma możliwości porównania. Punktem wyjścia do kształtowania cen jest kalkulacja produktowa – w sposób przejrzysty ukazująca skalę poszczególnych składników kosztów jego wytworzenia. Ustalenie wysokiej ceny danego produktu powinno wiązać się nie tylko z określonym poziomem „wysokości" (cena o 5–10% wyższa od ceny średniej może nie być wystarczająco wysoka do podkreślenia markowości wyrobu i jego jakości), ale też z konkretnym programem marketingowym dla tego produktu – tym samym właściwej skali budżetu marketingowego.

Niska cena przykładowej strategii penetracji musi być na tyle niska, aby produkt osiągnął w zakładanym czasie określony udział rynkowy. Bezwzględnie w każdej z sytuacji kalkulowana cena powinna zakładać osiągnięcie zysku chociażby na minimalnym poziomie lub pokrycie kosztów własnych. To powinno być celem ustalania cen każdego producenta.

[62] Ibidem.

ROZDZIAŁ III
Produkcja i podaż wołowiny w Polsce

Skutki zmian cen i opłacalności w chowie bydła i jego podaży ujawniają się z większym opóźnieniem niż w przypadku chowu i podaży trzody chlewnej. Z tego powodu spadek pogłowia bydła wystąpił dopiero w 1998 r., mimo że ceny utrzymywały się mniej więcej na tym samym poziomie, a nawet realnie ulegały ciągłym obniżkom. Nie mogło się jednak stać inaczej, ponieważ jedynie zwiększała się podaż żywca wołowego przy zmniejszającym się popycie na ten rodzaj mięsa. W niektórych okresach Agencja Rynku Rolnego skupowała ćwierćtusze wołowe, aby zapobiec głębszemu spadkowi cen. Wołowina skupowana w ten sposób przeznaczona była z kolei na eksport.

3.1. Produkcja żywca wołowego i cielęcego

Produkcja wołowiny uzależniona jest od wielkości pogłowia bydła ogółem, ze względu na dwukierunkowy charakter użytkowania bydła w Polsce, ale również, w większym stopniu, od wielkości pogłowia bydła opasowego. Analizując rozmieszczenie pogłowia bydła w Polsce, można stwierdzić, że do województw o największym pogłowiu należą mazowieckie i wielkopolskie, a w następnej kolejności województwo podlaskie. Do trzeciej grupy województw należą lubelskie, łódzkie, kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie i małopolskie[63].

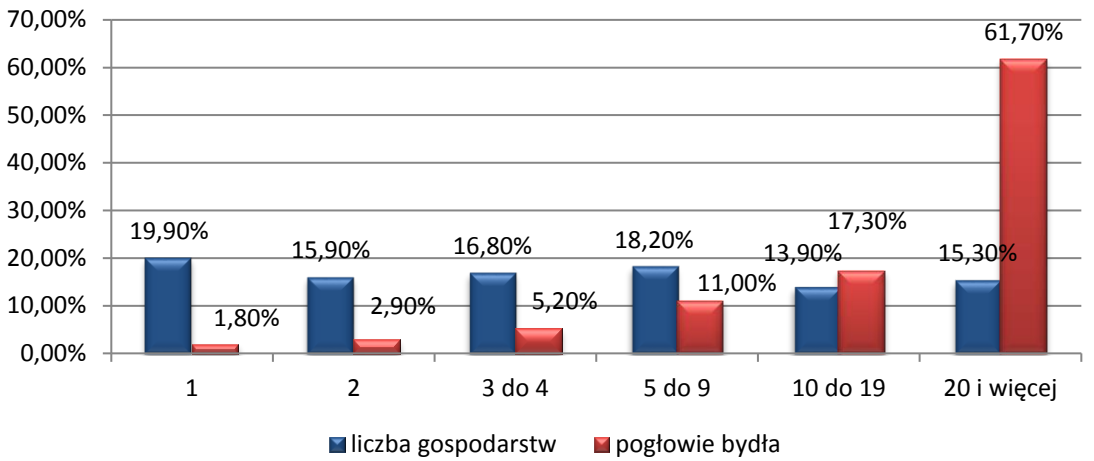
W przypadku pogłowia bydła opasowego w wieku 2 lat i więcej, będącego bezpośrednio źródłem produkcji wołowiny, jego rozmieszczenie terytorialne różni się od rozmieszczenia pogłowia ogółem. Województwem o największym pogłowiu bydła opasowego jest wielkopolskie. Do grupy drugiej należą mazowieckie, podlaskie i kujawsko-pomorskie. Lubelskie, łódzkie i warmińsko-mazurskie także charakteryzują się dość znaczną liczbą opasów.

Analizując liczbę gospodarstw rolnych i pogłowie bydła w 2010 r., zauważono, że ok. 20% gospodarstw posiada po 1 sztuce bydła i odsetek ten maleje wraz ze wzrostem liczby bydła. Ponad 61% pogłowia bydła znajduje się w stadach liczących 20 i więcej sztuk. Najbliżej siebie kształtuje się odsetek gospodarstw i pogłowia bydła w stadach liczących od 10 do 19 sztuk bydła (rys. 4).

W okresie transformacji, w początkowym etapie, odnotowano stałą tendencję spadkową zarówno w pogłowiu bydła, jak i w obsadzie bydła na 100 ha UR, co skutkowało w dłuższym okresie spadkiem produkcji wołowiny. W latach 2010–2020 zaobserwowano nieznaczny wzrost pogłowia bydła i obsady, przy niewielkim obniżeniu pogłowia krów (rys. 5).

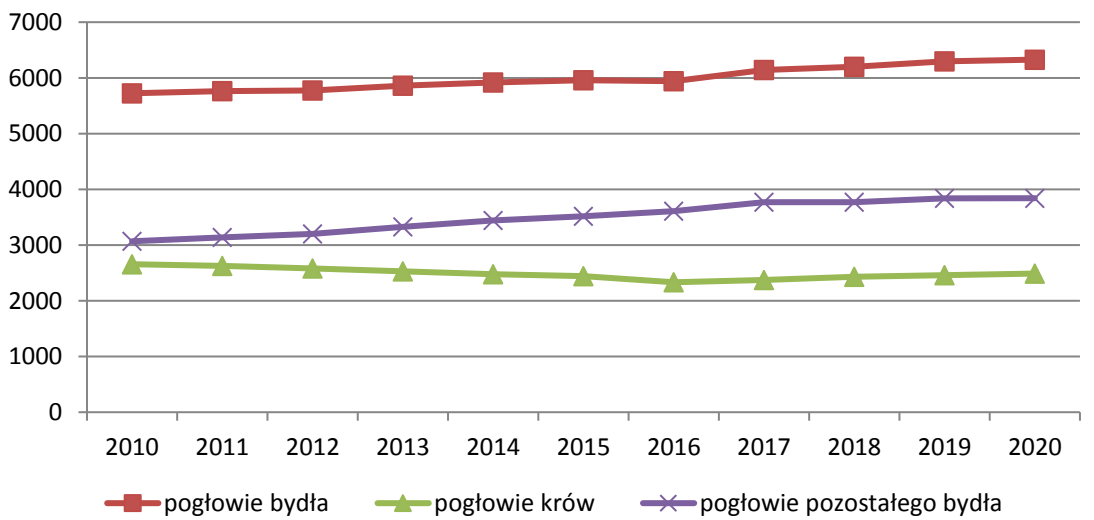
[63] Główny Urząd Statystyczny (2011): Powszechny Spis Rolny 2010. Warszawa.

Rysunek 4. Liczba gospodarstw rolnych i pogłowie bydła w gospodarstwach rolnych w 2010 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie Główny Urząd Statystyczny (2011): Powszechny Spis Rolny 2010. Warszawa.

Rysunek 5. Pogłowie bydła w Polsce w latach 2010–2020 (w tys. sztuk)



Źródło: opracowanie własne na podstawie „Zwierzęta gospodarskie" (w latach 2010–2020), Wyd. GUS, Warszawa.

Zmiany w pogłowiu bydła w większym stopniu dotyczyły bydła pozostałego niż krów (tab. 3). Stany pogłowia bydła podawane są na czerwiec każdego roku, ze względu na istotną rolę, jaką odgrywa ta pora roku w uboju bydła. Pogłowie bydła systematycznie rosło w latach 2017–2019 i nieznacznie spadło w latach 2016 i 2020 (odpowiednio o –0,4% i –0,5%).

W grudniu 2020 r. ogólne pogłowie bydła w Polsce wyniosło prawie 6,3 mln sztuk i było o 0,3% większe niż przed rokiem. Liczebność pogłowia krów zmniejszyła się o 0,6%, a pozostałego bydła zwiększyła o 0,8%. W odniesieniu do tej grupy stan pogłowia bydła w wieku 1–2 lat zwiększył się o 2,5%, a pogłowie cieląt zmniejszyło się o 0,7%. Należy zwrócić uwagę, że spadek pogłowia krów mlecznych był większy niż ogólnego pogłowia krów. Ma to istotne znaczenie w przypadku pogłowia krów mamek, które w grudniu ubiegłego roku wyniosło 266 tys. sztuk i było o 11,3% większe niż w grudniu 2019 r. Ponadto stanowiło ono 11,1% pogłowia krów oraz 4,2% ogólnego pogłowia bydła.

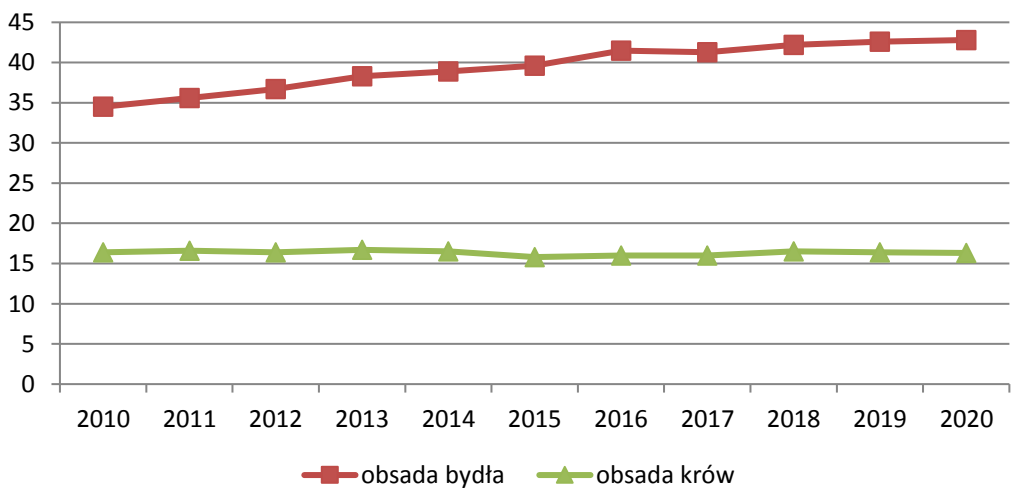
Tabela 3. Wskaźniki zmian pogłowia bydła (analogiczne miesiące poprzedniego roku = 100)

Wyszczególnienie	2016		2017		2018		2019		2020	
	VI	XII	VI	XII	VI	XII	VI	XII	VI	XII
Bydło ogółem	99,6	103,6	103,4	101,1	100,9	102,4	101,5	101,3	99,5	100,3
Krowy	95,4	100,0	101,8	101,6	102,3	103,3	101,3	99,4	101,1	99,4
Pozostałe bydło	102,6	106,0	104,5	100,8	100,1	101,9	101,7	102,4	100,1	100,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Zwierzęta gospodarskie" (w latach 2010–2020), Wyd. GUS, Warszawa.

Wraz ze wzrostem pogłowia bydła pozostałego zwiększała się także obsada bydła wyrażona w sztukach na 100 ha UR, przy czym tendencja wzrostowa była analogiczna do wzrostu pogłowia, tj. bardziej rosła obsada bydła ogółem niż obsada krów (rys. 6).

Rysunek 6. Obsada bydła na 100 ha UR w latach 2010–2020 (stan w grudniu)



Źródło: opracowanie własne na podstawie „Zwierzęta gospodarskie" (w latach 2010–2020), Wyd. GUS, Warszawa.

Wraz ze wzrostem pogłowia bydła pozostałego zwiększała się także obsada bydła wyrażona w sztukach na 100 ha UR, przy czym tendencja wzrostowa była analogiczna do wzrostu pogłowia, tj. bardziej rosła obsada bydła ogółem niż obsada krów (rys. 6).

W skali kraju wzrost pogłowia bydła ogółem nastąpił w siedmiu województwach. We wszystkich stopa wzrostu była wyższa od ogólnokrajowej. Największy wzrost dotyczył województw: lubuskiego (o 5,5%), małopolskiego (o 4,6%) oraz wielkopolskiego i zachodniopomorskiego (po 4,4%). Nieco mniejszy wzrost pogłowia odnotowano w warmińsko-mazurskim (o 3,4%) i opolskim (o 3,0%). W dziewięciu województwach obserwowano spadek pogłowia.

Największy udział w krajowym pogłowiu bydła miały województwa: mazowieckie (18,2%), wielkopolskie (17,3%) i podlaskie (16,3%). W dolnośląskim, lubuskim, opolskim, podkarpackim i zachodniopomorskim udział pogłowia bydła w krajowym pogłowiu bydła nie przekroczył 2%, a w pozostałych ośmiu województwach 10% (tab. 4).

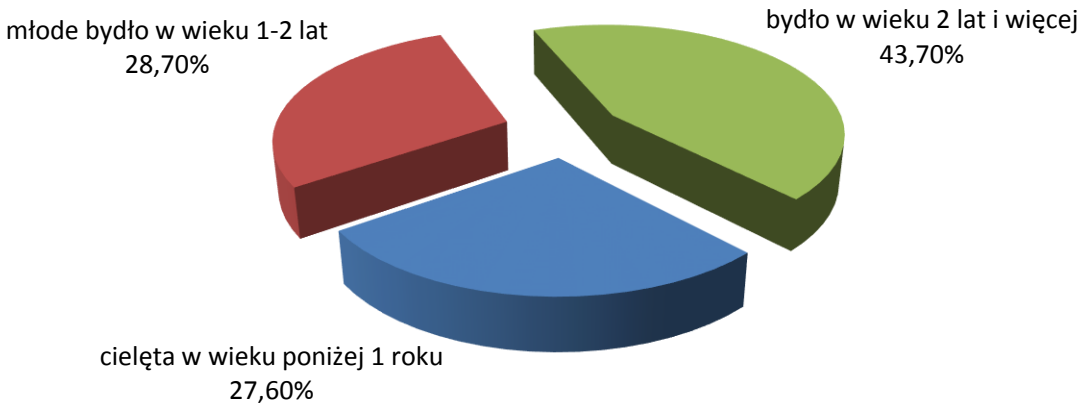
Tabela 4. Pogłowie bydła i produkcja żywca wołowego w Polsce w latach 2015–2020

Lata/ /półrocza	Pogłowie bydła powyżej 1 roku na początku okresu (w tys. sztuk)	Ubój bydła (w % pogłowia powyżej 1 roku)	Ubój* bydła (w tys. sztuk)	Przeciętny ciężar ubijanych sztuk (w kg)	Produkcja żywca wołowego (w tys. ton)	Zmiany produkcji w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego (w %)
2015	X	18,5	1568	585	918	14,0
I półrocze	4225	17,6	745	561	418	6,1
II półrocze	4291	19,2	823	608	500	21,7
2016	X	19,9	1664	584	972	5,9
I półrocze	4146	20,0	829	587	487	16,5
II półrocze	4211	19,8	835	581	485	–3,0
2017	X	20,9	1814	601	1090	12,1
I półrocze	4252	20,3	862	606	522	7,2
II półrocze	4422	21,5	952	597	568	17,1
2018	X	20,7	1825	606	1106	1,5
I półrocze	4323	20,8	901	610	550	5,4
II półrocze	4515	20,5	924	602	556	–2,1
2019	X	19,5	1768	619	1095	–1,0
I półrocze	4474	18,9	847	628	532	–3,3
II półrocze	4587	20,0	921	611	563	1,3
2020	X	19,5	1775	615	1092	–0,3
I półrocze	4510	19,2	864	622	537	0,9
II półrocze	4634	19,7	911	609	555	–1,4

*ubój łącznie z eksportem bydła opasowego.

Źródło: Rynek Mięsa: stan i perspektywy, 60/2021.

Rysunek 7. Struktura bydła w Polsce w 2020 r. (stan w grudniu)



Źródło: o opracowanie własne na podstawie „Zwierzęta gospodarskie" (w latach 2010–2020), Wyd. GUS, Warszawa.

Ocenia się, że w czerwcu 2021 r. pogłowie bydła wyniosło ok. 6,3 mln sztuk, a w grudniu ok. 6,28 mln sztuk, co oznacza, że w czerwcu byłoby mniejsze niż rok wcześniej o ok. 1%, a w grudniu było na poziomie ubiegłego roku. Szczegółowe dane na temat struktury bydła w Polsce w grudniu 2020 r. prezentuje rysunek 7.

3.2. Czynniki wpływające na wielkość podaży na rynku wołowiny w Polsce

W 2020 r. produkcja żywca wołowego była większa niż w 2015 r. o 19%. Zmiany podaży zbliżone były do zmian produkcji, ponieważ wielkość produkcji przeznaczonej na samozaopatrzenie stanowi zaledwie kilka procent ogólnej produkcji żywca wołowego.

Skup żywca wołowego w 2020 r. zmalał o 3% i stanowił 71% jego podaży. Spadek skupu, podobnie jak produkcji, nastąpił tylko w II półroczu, gdyż w I półroczu zwiększył się on w stosunku do poprzedniego roku o 1,3%, a więc w nieco większym stopniu niż produkcja.

W następstwie wzrostu pogłowia bydła zwiększyła się także jego podaż. W 2020 r. produkcja żywca wołowego była wyższa niż w 2019 r. o 0,2%. Skup bydła rzeźnego, stanowiący 71% podaży obniżył się w tym okresie o 3% (tab. 5).

W 2020 r. pogorszyła się opłacalność chowu bydła rzeźnego. Relacje wyrażające tę opłacalność, a więc relacje cen młodego bydła rzeźnego do cen mieszanki dla opasów, były najwęższe od momentu przystąpienia Polski do UE. Długookresowe pogorszenie tych relacji wynikało z tanienia młodego bydła rzeźnego względem cen mieszanki dla opasów.

Zmiany opłacalności chowu cieląt były podobne: w I połowie 2020 r. relacja zawęziła się o 4,7%, a w II połowie pozostała na poziomie sprzed roku. Zawężenie to nastąpiło w wyniku spadku cen cieląt o 3,6% (w I półroczu) oraz niewielkiemu wzrostowi cen cieląt (w II półroczu), który zaledwie zdołał utrzymać opłacalność na poziomie z poprzedniego roku.

Tabela 5. Produkcja i rozdysponowanie żywca wołowego w latach 2015–2020

Lata	Produkcja (w tys. ton)	Skup		Sprzedaż bezpośrednia		Samozaopatrzenie	
		w tys. ton	w % prod.	w tys. ton	w % prod.	w tys. ton	w % prod.
2015	918	831	91	41	4	46	5
2016	972	818	84	108	11	46	5
2017	1090	938	86	106	10	46	4
2018	1106	904	82	156	14	46	4
2019	1095	800	73	249	23	46	4
2020	1092	776	71	262	24	55	4

Źródło: Rynek Mięsa: stan i perspektywy, 60/2021.

3.3. Miejsce cen rolnych w polityce rolnej państwa

Znaczenie gospodarcze poziomu cen rolnych jest w polityce państwa, a zwłaszcza w polityce rolnej, bardzo istotnym elementem[64]. Jednakże inną rolę odgrywają ceny rolne w polityce państwa, mają inne znaczenie w sytuacji gospodarczej, a inne w polityce rolnej. Dla sytuacji gospodarczej ceny rolne są czynnikiem generującym inflację. Główną grupą najbardziej ważącą przy obliczaniu rocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (potocznie nazywanego inflacją) jest żywność, dlatego wzrost cen na produkty rolne, będące pierwotną formą artykułów żywnościowych, jest także czynnikiem w znacznym stopniu wpływającym na ten wzrost.

Odmienne znaczenie można zauważyć w polityce rolnej państwa. Ma ona na celu ochronę praw producentów rolnych, którzy zabiegają o jak najwyższy poziom cen. Z tego punktu widzenia wzrost cen produktów rolnych po wstąpieniu Polski do UE jest zjawiskiem ze wszech miar korzystnym.

Zmiany cen żywności były jednym z przewidywanych skutków akcesji Polski z uwagi na decydującą rolę wspólnej polityki rolnej (WPR) na ceny rolne w UE. Różnice cenowe stanowią istotny czynnik kształtujący handel i mają wpływ na zachowania konsumenta. Zmiany cen produktów rolnych implikują zmiany cen żywności, które z kolei wpływają

[64] J.T. Krzyżanowski (1993): Ceny rolne jako narzędzie regulowania produkcji rolniczej. Wyd. SGGW, Warszawa. Por. J. Małysz (1986): Ceny rolne w Polsce. Książka i Wiedza, Warszawa.

na inflację. Gwałtowne zmiany inflacji oddziałują na wskaźniki makroekonomiczne, takie jak wzrost gospodarczy czy kurs wymiany. Poprzez wpływ na inflację wzrost cen żywności wpływa także na wysokość stóp procentowych.

Do najważniejszych czynników wpływających na kształtowanie cen produktów rolnych należą[65]:

- Instrumenty wspólnej polityki rolnej. Po akcesji w Polsce oddziaływały te same czynniki i instrumenty polityki rolnej co w pozostałych krajach członkowskich UE. Wspólna polityka rolna jest podstawowym czynnikiem cenotwórczym na rynku wspólnotowym. Polityka rolna oddziałuje na ceny rolne poprzez takie instrumenty, jak kwoty produkcyjne lub interwencja rynkowa. Cenotwórczymi instrumentami są przede wszystkim ceny instytucjonalne (określające dolny pułap zmienności cen rynkowych) oraz instrumenty ochrony granic UE (również broniące najniższych cen w UE).
- Instrumenty polityki handlowej. Należą tutaj: cła, kontyngenty taryfowe, subsydia eksportowe, które mają duży wpływ na wysoki poziom cen w UE. W zależności od zakładanego stopnia ochrony rynku danego produktu rolnego stosuje się zróżnicowane stawki celne, wysokość kontyngentów i wielkość subsydiów.
- Koszty transportu i pozycja netto w handlu. Samowystarczalność kraju pod względem danego produktu decyduje o tym, czy dany kraj jest importerem, czy też eksporterem. Polska stała się w coraz większym stopniu krajem nadwyżkowym i samowystarczalnym odnośnie produkcji i spożycia wołowiny. Koszty transportu zależą od odległości pomiędzy krajami i są na ogół wyższe w produkcji zwierzęcej niż roślinnej.
- Kurs walutowy. Ceny produktów rolnych w Polsce są związane z cenami na rynkach naszych partnerów handlowych w UE poprzez kurs wymiany złotego. Kurs ten wpływa bezpośrednio na konkurencyjność cenową importu i eksportu, a pośrednio na ceny towarów przeznaczonych na rynek wewnętrzny. Osłabienie kursu z jednej strony przekłada się na wzrost konkurencyjności eksportu (spadek konkurencyjności importu), z drugiej natomiast generuje impuls inflacyjny. Aprecjacja złotego wywoła sytuację odwrotną.
- Inne czynniki wpływające na ceny rolne:
  - zróżnicowanie produktu,
  - jakość,
  - efektywność (koszty) w przetwórstwie i handlu,
  - koszty transakcyjne w łańcuchu marketingowym,
  - struktura rynku i doskonałość konkurencji rynkowej,
  - sezonowość i cykliczność.

[65] Sekcja Analiz Ekonomicznych Polityki Rolnej (2004): Analiza czynników kształtujących ceny produktów rolnych w Polsce po akcesji do UE. FAPA-SAEPR, Warszawa, s. 3.

Różne czynniki cenotwórcze często wywierają przeciwstawny wpływ na ceny. Mogą one oddziaływać z różną intensywnością w zależności od produktu. Zrozumienie ich działania jest istotne przy próbie przewidywania kierunku i tempa zmian.

3.4. Ceny żywca wołowego i cieląt

W 2020 r. mieliśmy do czynienia ze słabą tendencją spadkową cen referencyjnych bydła rzeźnego kategorii ACZ-R3 w UE. Zmiany ceny polskiego bydła o identycznych parametrach były zróżnicowane co do kierunku, a ich nasilenie większe niż średnich cen w UE-27. W całym 2020 r. przeciętna cena polskiego bydła wyniosła 298,54 EUR/100 kg i była o 0,7% niższa niż w 2019 r. W rezultacie niesymetrycznych zmian cen polskiego bydła i średniej ceny unijnej zmniejszyła się różnica między tymi cenami. Cena polskiego bydła, która w 2019 r. była o 17,6% niższa od średniej ceny w UE-27, w 2020 r. była niższa o 16,2%.

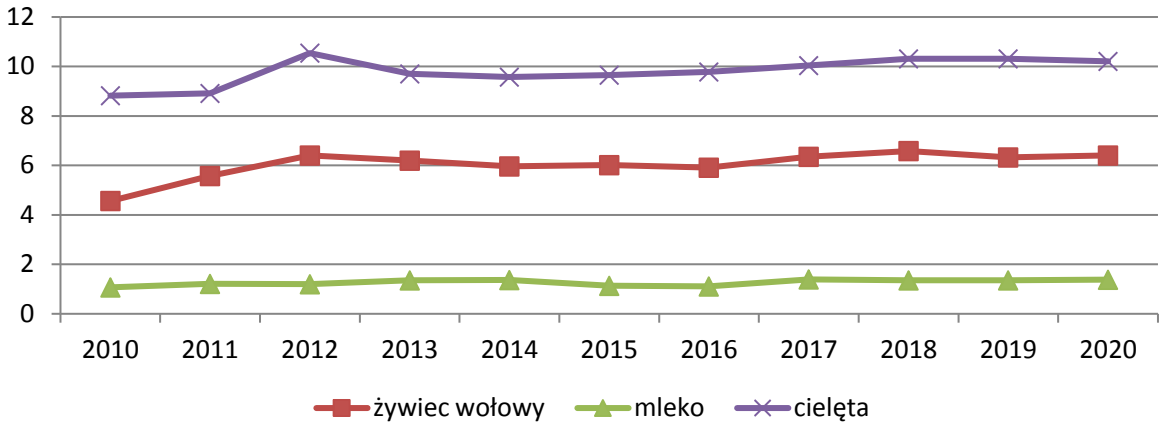
Zmiany cen wyrażonych w euro na polskim rynku były dodatkowo korygowane kursem złotego względem euro. Ich spadek w pierwszym półroczu był więc mniejszy niż cen wyrażonych w euro, podobnie jak wzrost w drugim półroczu. W I połowie 2020 r. przeciętna cena skupu bydła wyniosła 6,30 zł za kg i była o 2,0% niższa niż rok wcześniej. W II połowie wyniosła ona 6,39 zł za kg i w stosunku do II połowy 2019 r. była wyższa o 3,4%. W rezultacie średnia roczna cena skupu wynosząca 6,34 zł za kg była o 0,5% wyższa niż przed rokiem. Spadek cen skupu młodego bydła rzeźnego kształtował się różnie w zależności od połowy roku: w I półroczu był mniejszy niż bydła ogółem, a wzrost cen w II półroczu był nieco większy.

W I połowie 2020 r. cena skupu młodego bydła rzeźnego była niższa niż rok wcześniej o 1,8% i wyniosła 6,40 zł/kg. W II połowie wzrosła do poziomu 6,55 zł/kg i była o 3,8% wyższa, niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. W związku z powyższym średnia cena roczna wynosiła 6,47 zł/kg i była w efekcie końcowym wyższa niż rok wcześniej o 0,8%.

Można stwierdzić, że proces relatywnego tanienia młodego bydła rzeźnego względem innych kategorii bydła trwa, z różnym natężeniem, od momentu przystąpienia Polski do UE. Różnica na korzyść cen młodego bydła rzeźnego zmniejsza się i sytuacja pandemii COVID-19 utrwaliła ten niekorzystny proces.

Kierunki zmian w przypadku cen cieląt były analogiczne z kierunkami cen bydła, chociaż natężenie zmian było odmienne. W I połowie 2020 r. cena cieląt wyniosła 9,57 zł/kg i była niższa niż w analogicznym okresie 2019 r. o 3,6%. W II połowie obniżyła się do 9,48 zł/kg, ale była o 2,1% wyższa niż rok wcześniej. W efekcie końcowym w całym 2020 r. wyniosła 9,52 zł/kg, wobec 9,61 zł/kg w 2019 r. i była niższa o 0,9% (rys. 8).

Rysunek 8. Ceny skupu żywca wołowego, mleka i cieląt (w zł za kg, l i kg)



Źródło: opracowanie własne na podstawie „Skup i ceny skupu produktów rolnych" (w latach 2010–2020), Wyd. GUS, Warszawa.

Analizując powyższy wykres, nie zauważa się większych wahań, jeśli chodzi o ceny skupu żywca wołowego i mleka. Największe wahania można natomiast zaobserwować w przypadku cen cieląt, które wykazują pewną sezonowość.

Ceny skupu cieląt w latach 2010–2020 wahały się sezonowo, lecz ich ogólny poziom nie zmieniał się. Zwiększał się natomiast w tym okresie skup cieląt, co spowodowane było dużą ich podażą. Istotny wzrost cen skupu cieląt nastąpił dopiero w okresie jesienno-zimowym 2011–2012, głównie w wyniku wzrostu popytu eksportowego, gdyż skup cieląt nie zwiększył się w tym czasie.

Na początku 2021 r. cena skupu bydła ogółem w Polsce wyniosła 6,80 zł/kg, a cena młodego bydła rzeźnego 6,90 zł/kg. Cena bydła ogółem była wyższa niż rok wcześniej o 6,4%, a cena młodego bydła rzeźnego o 6,3%. Nieco większy wzrost cen wyrażonych w złotych niż cen w euro był możliwy dzięki rocznej deprecjacji złotego względem euro. Na początku II kwartału bieżącego roku cena skupu bydła wyniosła 7,19 zł/kg, a młodego bydła rzeźnego 7,30 zł/kg. Ceny te były wyższe niż w poprzednim roku odpowiednio o 17,5% i 17,4%. Nadal niepokojący jest relatywnie mały wzrost cen młodego bydła rzeźnego w odniesieniu do cen skupu bydła ogółem. Różnica na korzyść cen młodego bydła wynosiła tylko 0,11 zł/kg.

Na początku 2021 r. przeciętna cena cieląt wyniosła 9,25 zł/kg i była o 4,0% niższa niż przed rokiem. Na początku II kwartału przeciętna cena cieląt wyniosła 9,60 zł/kg, wobec 9,68 zł/kg przed rokiem (spadek o 0,8%). Utrzymujący się relatywnie duży spadek cen cieląt przy wzroście cen młodego bydła rzeźnego może z jednej strony stanowić zachętę do zwiększania odchowu cieląt, co może być korzystne z punktu widzenia wzrostu eksportu mięsa wołowego, a z drugiej zaś strony może świadczyć o relatywnie małym zainteresowaniu chowem bydła.

Komisja Europejska(KE) w prognozie krótkookresowej[66] zakłada, że w 2021 r. produkcja wołowiny w UE-27 zmniejszy się o 1,0%, tj. o ok. 68 tys. ton. Wzrost eksportu ocenia się także na ok. 1,0% (ok. 6 tys. ton). Według KE import wołowiny także zwiększy się o 6 tys. ton. W rezultacie podaż przeznaczona do konsumpcji byłaby mniejsza niż rok wcześnie o ok. 68 tys. ton. Prowadzić to może do wniosku, że w 2021 r. ceny wołowiny powinny być nieco wyższe od ubiegłorocznych. Spowodować to może ożywienie popytu, zwłaszcza po otwarciu sektora HoReCa.

Integracja Polski z UE spowodowała znaczne zmiany na wielu rynkach branżowych. Wpłynęła w dużym stopniu na stronę popytu, jego strukturę i wielkość, ale przede wszystkim wywarła ogromny wpływ na stronę podaży na wszystkich rynkach, w tym zwłaszcza na rynkach rolnych. Rynkiem, na który integracja wywarła największy wpływ, jest rynek wołowiny i cielęciny. Był to jeden z najbardziej objętych regulacjami rynek rolny. Wspieranie tego rynku odbywało się zarówno bezpośrednio na poziomie pierwotnego producenta wołowiny, tzn. rolnika oraz na poziomie rynkowym (np. interwencja rynkowa). W kontekście integracji jest to rynek, który najwięcej zyskał, gdzie poprawiła się opłacalność chowu bydła na wołowinę oraz zauważana jest znaczna konkurencyjność polskiego rynku wołowiny i cielęciny w stosunku do wewnętrznego rynku unijnego.

3.5. Hodowla bydła ras mięsnych w Polsce

Ożywienie zainteresowania hodowlą bydła mięsnego w latach 90. było wynikiem powstałej sytuacji gospodarczej. Nastąpił spadek opłacalności produkcji mleka oraz znaczna redukcja pogłowia krów mlecznych. Prywatyzacja PGR-ów i praktyczna likwidacja ich stad bydła spowodowały odłogowanie wielu tysięcy hektarów użytków zielonych, a nawet gruntów rolnych[67].

Wydawało się, że powstała naturalna nisza dla rozwoju hodowli bydła ras mięsnych, tym bardziej że rynek wołowiny zdawał się być bardziej obiecujący niż rynek mleka. W tej sytuacji wielu potencjalnych hodowców zaczęło rozglądać się za możliwościami importu bydła ras mięsnych. Duże zainteresowanie wzrostem produkcji żywca wołowego, a szczególnie poprawą jego jakości, przejawiały także duże zakłady przemysłu mięsnego. W literaturze fachowej nastąpiło ożywienie problematyki hodowli ras mięsnych, ich mieszańców oraz opasu bydła i podniesienia jakości tusz. W centrum uwagi znalazła się sprawa wołowego mięsa kulinarnego.

[66] European Commission (2020): Short-term out-look for EU agricultural markets in 2021. Spring. European Commission, DG Agriculture and Rural Development, Brussels.

[67] A. Dobicki (2000): Aktualne problemy hodowli bydła mięsnego. Wyd. AR Wrocław, Wrocław.

Na problem rozwoju hodowli bydła ras mięsnych skierowana była też w latach 90. pomoc funduszy PHARE/FAPA. Dzięki nim przeprowadzono na szeroką skalę szkolenia specjalistów, włączając w to ich wizyty w krajach zachodnioeuropejskich, USA, Kanadzie oraz nawiązano współpracę ze związkami hodowców tych ras we Francji i Włoszech. W konsekwencji tych działań został przygotowany i zatwierdzony w 1994 r. program rozwoju hodowli bydła mięsnego i poprawy jakości żywca.

Program rozwoju hodowli bydła mięsnego i poprawy jakości żywca był oparty na następujących założeniach:

1) produkcja wysokiej jakości wołowiny powinna być oparta głównie na krzyżowaniu towarowym krów mlecznych z buhajami ras mięsnych;
2) rozszerzenie hodowli czystych ras mięsnych głównie w celu produkcji materiału zarodowego, w tym buhajów do krzyżowania towarowego; założono, że do 2005 r. pogłowie krów ras mięsnych powinno wynosić ok. 10 tys. sztuk, a pogłowie krów ras mlecznych utrzymane powinno być na poziomie ok. 3,5 mln sztuk;
3) uzyskanie ok. 2005 r. produkcji żywca bydła opasowego pochodzącego głównie z krzyżowania towarowego w wysokości ok. 1 mln sztuk;
4) odejście od eksportu małych cieląt i bukatów, a zastąpienie go eksportem gotowych opasów (450–500 kg żywej wagi) lub ich tusz;
5) zapewnienie opłacalności produkcji żywca wołowego wysokiej jakości;
6) subsydiowanie przez państwo hodowli bydła ras mięsnych;
7) utworzenie Związku Hodowców Bydła Mięsnego i powierzenie mu prowadzenia ksiąg i pracy hodowlanej łącznie z kontrolą użytkowości.

Państwowa decyzja o konieczności rozwoju hodowli bydła mięsnego z 1994 r., poparta pomocą finansową, była ważnym krokiem w gospodarczej polityce rolnej Polski:

1) mimo podejmowania pewnych inicjatyw w przeszłości w Polsce nie było tradycji hodowli tego typu bydła, a stosowane nawet na szeroką skalę krzyżowanie towarowe produkowało głównie mieszańce na eksport – cielęta lub bukaty;
2) w Polsce nie ma zwyczaju spożywania wołowiny kulinarnej wysokiej jakości, a zatem nie ma znaczącego popytu na ten rodzaj wysokojakościowego mięsa;
3) decyzja ta została podjęta w okresie kryzysowym dla polskiego rolnictwa, gdy opłacalność produkcji zwierzęcej była niska, a pogłowie krów mlecznych uległo znacznej redukcji.

Chcąc ocenić efekty wprowadzenia tego programu, należy dokładniej przyjrzeć się skutkom przez niego wywołanym:

1) krzyżowanie towarowe – formalnie to zadanie było realizowane, np. w 1999 r. prawie 590 tys. sztuk krów i jałowic mlecznych (tj. 31% ogółu) inseminowano nasieniem buhajków ras mięsnych; niestety większość uzyskiwanych tą drogą cieląt była eksportowana w bardzo młodym wieku, stąd na rynku nadal dominowała wołowina niskiej jakości pochodząca z wybrakowanych krów mlecznych,

która w dużym stopniu była wykorzystywana do przetwórstwa, zwłaszcza produkcji wędlin;

2) ilościowe zadania hodowli bydła czystych ras mięsnych były w pełni realizowane mimo niesprzyjających warunków ekonomicznych; na koniec 1999 r. w Polsce było 6,5 tys. sztuk krów i jałowic czystych ras mięsnych wpisanych do ksiąg bydła zarodowego;
3) program wzrostu liczby bydła opasowego pochodzącego z krzyżowania towarowego z rasami mięsnymi i opasanego do wyższych mas nie był niestety realizowany, głównie na skutek nieopłacalności i utrzymującego się eksportu młodych cieląt;
4) restrykcje UE stosowane przy imporcie tusz oraz cięższego bydła i preferowanie importu młodych żywych cieląt do dalszego opasu zostało utrzymane; rząd polski nie podjął dyskusji w tym zakresie pomimo zgłaszanych potrzeb przez polskich specjalistów i hodowców;
5) zapewnienie opłacalności hodowli bydła mięsnego i produkcji żywca wołowego wysokiej jakości nie zostało zrealizowane; przemysł mięsny poza małymi wyjątkami, nie różnicował cen ze względu na jakość żywca lub było ono minimalne; zainteresowanie krajowych konsumentów wołowiną wysokiej jakości było wciąż małe; rząd odmawiał wprowadzenia zarówno skupu interwencyjnego tusz wołowych po ustalonych cenach minimalnych, jak i wprowadzenia preferencji eksportowych;
6) zasada częściowego subsydiowania przez państwo rozwoju hodowli bydła mięsnego została utrzymana choć w okrojonej formie; należy z całą mocą podkreślić, że bez tej pomocy państwa, ze względu na wyjątkowo niekorzystne warunki ekonomiczne, hodowla bydła mięsnego w Polsce uległaby całkowitej likwidacji;
7) został także powołany i kontynuuje swoją działalność Polski Związek Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego.

Jak już było wcześniej wspomniano, program rozwoju bydła mięsnego był realizowany. Jednak jego realizacja napotykała na swojej drodze wiele zagrożeń:

1) największym zagrożeniem dla rozwoju krajowej hodowli bydła mięsnego były niskie ceny na żywiec wołowy; w tej sytuacji nie może dziwić spadek produkcji wołowiny w Polsce i brak zainteresowania opasem bydła; powodem niskich cen w Polsce były preferencje konsumentów oraz liberalna polityka importowa państwa (ograniczenia wprowadzono dopiero w 2000 r., w efekcie rozprzestrzenienia się gąbczastej encefalopatii bydła – BSE w UE);
2) w świetle niskich cen na żywiec wołowy imperatywem przy jego produkcji powinny być niskie nakłady; wszystkie gospodarstwa, które postawiły na intensywną produkcję żywca połączoną z inwestowaniem w budynki i maszyny zbankrutowały lub dokładały z innych gałęzi produkcji;

3) niska opłacalność produkcji żywca wołowego (lub jej brak) odbijała się oczywiście na popycie na materiał hodowlany; duża część buhajków zakwalifikowanych do hodowli sprzedawana była na rzeź (często wynosiło to ok. 90% zakwalifikowanych do hodowli); ten sam los, choć w mniejszym stopniu spotykał materiał żeński;
4) w dotychczasowych dyskusjach wśród hodowców bydła mięsnego na pierwszy plan wysuwano dobór rasy; trzeba pamiętać, że nie ma na świecie idealnej rasy: wszystkie mają swoje wady i zalety; zalety żadnej z ras nie zrekompensują braku koniunktury na rynku na żywiec i mięso wołowe; zatem dyskusje wokół perspektyw hodowli bydła mięsnego należy koncentrować wokół popytu i rynku, a nie wokół sporów o wybór rasy;
5) hodowla bydła ras mięsnych koncentrowała się w gospodarstwach dużych (popegeerowskich); zaczęto wciągać do hodowli także gospodarstwa drobne, zwłaszcza na terenach gdzie występują naturalne zasoby paszowe, a produkcja mleka jest utrudniona;
6) niski krajowy popyt na wołowinę wysokiej jakości był i jest ogromnym hamulcem rozwoju hodowli bydła mięsnego; wynika to z tradycji, ale także ze stosunkowo niskich dochodów polskiego społeczeństwa; w związku z tym przemysł mięsny mimo składanych deklaracji nie kwapi się zbytnio do płacenia hodowcom za jakość żywca;
7) niekorzystna dla hodowców jest też forma obrotu żywcem, na którym dominują pośrednicy; na wsi bazują pośrednicy, którzy zakupują żywiec dla zakładów mięsnych, wykorzystując producentów.

Dalszy rozwój hodowli bydła ras mięsnych w Polsce oraz produkcji żywca wysokiej jakości będzie zależał tak od wzrostu zapotrzebowania na takie mięso na rynku krajowym, jak i od polityki polskiego rządu. Wcześniej najwięcej jednak zależało od warunków na jakich Polska przystąpiła do UE.

3.6. Stan wspólnej polityki rolnej na rynku wołowiny

W UE wołowina stanowi ok. 10% produkcji rolnej wspólnoty. Sektor ten zajmował drugie (po zbożach) miejsce pod względem wielkości wsparcia z budżetu unijnego[68]. Dotacje do tego sektora produkcji rolnej wynosiły ok. 6 mld EUR rocznie. Do producentów wołowiny trafiało 13% wspólnotowych środków finansowych przeznaczonych na realizację wspólnej polityki rolnej[69].

[68] H. Runowski, C. Siekierski (1998): Produkcja zwierzęca w Polsce i w Unii Europejskiej w liczbach. FAPA, Warszawa.

[69] E. Bąk-Filipek (2009): Rola Wspólnej Polityki Rolnej na rynku wołowiny. [W:] M. Adamowicz (red.), Wspólna polityka rolna Unii Europejskiej: uwarunkowania, mechanizmy, efekty. Wyd. SGGW, Warszawa.

W przeciwieństwie do Polski w UE zdecydowana większość mięsa wołowego pochodzi ze specjalnych mięsnych ras bydła. Jest to tzw. wołowina kulinarna, znacznie smaczniejsza, a przede wszystkim dużo łatwiejsza do przygotowania do spożycia. Spożycie mięsa wołowego w UE wynosi ok. 16 kg na mieszkańca i jest trzykrotnie większe niż w Polsce, gdzie nie przekracza 5 kg (a było już poniżej 2 kg). Na zakup mięsa wołowego mieszkańcy UE wydają 10% wydatków na żywność ogółem. W Polsce wydatki na mięso wołowe wynoszą 3% wydatków na żywność ogółem[70].

Wspólna organizacja rynku wołowiny obowiązuje w UE już od 1968 r. Obejmuje ona żywe bydło i cielęta, wołowinę i cielęcinę świeżą, mrożoną i schłodzoną, a także soloną, w solance oraz suszoną i wędzoną, wołowe i cielęce podroby i przetwory oraz tłuszcz wołowy i cielęcy.[71]

Do regulacji rynku wołowiny i cielęciny w UE służą następujące instrumenty:

- skup interwencyjny,
- dotacje do prywatnego magazynowania mięsa,
- dopłaty bezpośrednie dla producentów (rolników).

Dwa pierwsze instrumenty uruchamiane są wtedy, gdy ceny rynkowe spadną poniżej pewnych przyjętych wartości. W związku z tym prowadzone są bardzo dokładne notowania cen rynkowych we wszystkich krajach członkowskich. Do 30 czerwca 2002 r. obowiązywała zasada, że skup interwencyjny jest podejmowany, gdy w ciągu dwóch kolejnych tygodni średnie ceny rynkowe wolców lub młodych byczków w UE spadną poniżej 84% ceny interwencyjnej, średnie ceny rynkowe wolców lub młodych byczków w kraju członkowskim spadną poniżej 80% ceny interwencyjnej, przy ustalonej cenie interwencyjnej w wysokości 3013 EUR za tonę. Od 1 lipca 2002 do 2006 r. mechanizm skupu interwencyjnego w UE funkcjonował jako swoista deska ratunku dla producentów wołowiny. Skup taki będzie uruchomiony w państwie członkowskim, w którym średnia cena rynkowa wolców lub młodych byczków przez dwa kolejne tygodnie będzie utrzymywała się poniżej wartości 1560 EUR za tonę wagi poubojowej. Skup interwencyjny jest zawsze dokonywany w drodze przetargów, więc uzyskane ceny są zwykle zbliżone do cen rynkowych.

Od 1 lipca 2002 do 2006 r. głównym instrumentem regulacji rynku wołowiny były dotacje do prywatnego magazynowania mięsa. Ich celem było zdjęcie z rynku i przechowanie przez uzgodniony okres nadwyżek mięsa wołowego. Punktem odniesienia wyznaczającym uruchomienie tego mechanizmu jest tzw. cena podstawowa., która została ustalona na poziomie 2224 EUR za tonę i obowiązywała od 1 lipca 2002 r. System

[70] E. Bąk-Filipek (2007): Rynek wołowiny w Polsce w procesie integracji Polski z Unią Europejską. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 9 (4).

[71] Por. M. Zjalić, A. Dimitriadou, A. Rosati (2013): Beef production in the European Union and the CAP reform. An overview of situation and trends. Stočarstvo, 60 (3).

dotacji uruchamiano dopiero wtedy, gdy w UE średnia cena rynkowa na półtusze spadła poniżej 103% ceny podstawowej.

Podobnie jak w przypadku innych produktów rolnych obniżono w UE w 1992 r. ceny interwencyjne dla wołowiny i w zamian wprowadzono wyższe tzw. premie zwierzęce, stanowiące formę dopłat bezpośrednich dla producentów żywca wołowego (miało to także stanowić uzupełnienie dochodów rolników). Planowane były dalsze obniżki cen interwencyjnych, które zastąpiły wzrastające płatności bezpośrednie[72].

Właśnie te płatności były podstawową formą wsparcia producentów po wejściu Polski do UE[73]. Gospodarstwa produkujące żywiec wołowy były dość różnorodne, dlatego zróżnicowano także przysługujące im premie zwierzęce:

- premia za ubój – wprowadzono ją dopiero w 2000 r., obejmowała ona byki, wolce, krowy i jałówki w wieku powyżej 8 miesięcy oraz cielęta w wieku od 1–7 miesięcy, o wadze poubojowej poniżej 160 kg, które co najmniej 2 miesiące były utrzymywane w gospodarstwie; nie było żadnych ograniczeń co do liczby zwierząt, istniał natomiast limit krajowy; od 2002 r. premia za ubój byków, wolców, krów i jałówek wynosiła 80 EUR (ok. 320 zł), zaś w przypadku cieląt 50 EUR (200 zł);
- specjalna premia wołowa – dotyczyła tylko bydła płci męskiej i w przypadku wolców była wypłacana dwa razy w ciągu życia: w wieku 9 miesięcy i drugi raz po osiągnięciu 21 miesięcy; w obydwu przypadkach rolnik uzyskiwał po 150 EUR; w przypadku buhajów premia była wypłacana raz w życiu, gdy zwierzę osiągnęło wiek 9 miesięcy i wynosiła ona 210 EUR. W przypadku tej premii występowały limity unijne: w każdym roku kalendarzowym można było otrzymać premie za najwyżej 180 sztuk zwierząt i obsada na 1 ha powierzchni paszowej nie mogła wynieść więcej niż 2 SD (sztuki duże); warunek ten nie obowiązywał w gospodarstwach, gdzie występowało do 15 SD ogółem;
- płatności dla krów-mamek – dotyczyły tylko krów ras mięsnych i była wypłacana co roku; wysokość premii wynosiła 200 EUR na 1 zwierzę; państwa członkowskie w ramach tzw. kopert krajowych mogły zwiększać premię dla krów-mamek o 50 EUR za sztukę;

[72] W. Pomajda, C. Siekierski (red.) (2002): Programy pomocy dla rolnictwa 1990-2002: wsparcie Unii Europejskiej dla przemian w sektorze rolno-żywnościowym i w obszarach wiejskich w Polsce w okresie przedakcesyjnym. FAPA, Warszawa.

[73] E. Bąk-Filipek (2009): Wpływ rozszerzenia Unii Europejskiej na stan rynku wołowiny w Polsce. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, 9.

- premia za ekstensyfikację produkcji – przysługiwało tym rolnikom, którzy posiadają odpowiednio niską obsadę bydła, od 30 czerwca 2002 r. premia ta wynosi 40 EUR na sztukę dla gospodarstwa, w którym obsada bydła wynosiła od 1,4–1,8 SD/ha oraz 80 EUR na sztukę przy obsadzie poniżej 1,4 SD/ha;
- premie za ubój bydła poza sezonem – dotyczyła zwierząt, za które rolnik otrzymał już specjalną premię wołową; miała ona na celu zmniejszenie ubojów w okresie szczytu (wrzesień, październik, listopad) i wypłacało się ją w zasadzie tylko w Irlandii oraz Wielkiej Brytanii (Irlandia Północna);
- koperty krajowe – fundusze, którymi wedle własnych potrzeb i własnego uznania zarządzały poszczególne kraje członkowskie;
- dodatkowe płatności za gospodarowanie w szczególnie trudnych warunkach – rolnicy gospodarujący w szczególnie trudnych warunkach otrzymywali specjalną pomoc, podobnie jak na dodatkowe płatności dla krów-mamek mogli liczyć rolnicy w państwach członkowskich wyspecjalizowanych w produkcji wołowiny.

Mechanizm dopłat do prywatnego przechowywania wołowiny jest uruchamiany okresowo i ma na celu zagospodarowanie sezonowych nadwyżek produkcyjnych mięsa.

Może być on realizowany z zastosowaniem stawek dopłat ustalonych z góry przez KE lub stawek ustalanych w drodze procedury przetargowej. Dopłaty mogą być przyznawane do świeżego lub schłodzonego mięsa z bydła w wieku 8 miesięcy lub więcej, które przechowywane jest w stanie zamrożonym.

Obecnie realizacja mechanizmu „Dopłaty do prywatnego przechowywania wołowiny" w ramach kompetencji Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa (KOWR) polega na udzielaniu dopłat do prywatnego przechowywania wołowiny na terenie Polski, zgodnie z zasadami określonymi przez KE.

Dopłata jest udzielana według stawek określonych przez KE wszystkim przedsiębiorcom, którzy zawarli z KOWR umowę na dopłaty do prywatnego przechowywania wołowiny i wypełnili warunki udzielania dopłat do prywatnego przechowywania wołowiny.

Działania interwencyjne na rynku wołowiny uruchamiane są przez KE w przypadku wystąpienia trudnej sytuacji rynkowej, skutkującej spadkiem opłacalności jej produkcji.

Interwencyjnym zakupem objęta jest świeża lub schłodzona wołowina i cielęcina, która przechowywana jest w stanie zamrożonym. Zakup wołowiny i cielęciny może być dokonywany przy zastosowaniu stawek ustalonych z góry przez KE lub w drodze procedury przetargowej.

Zakupione mięso wołowe i cielęce przechowywane jest w autoryzowanych zakładach odkostniających i chłodniach.

Interwencyjne zapasy stanowią własność UE, która decyduje o sposobie ich zagospodarowania. Zakupione interwencyjnie mięso sprzedawane jest na wewnętrznym rynku unijnym w przypadku jego niedoborów.

W UE produkcja zwierząt rzeźnych, których mięso przeznaczone jest na zaopatrzenie rynku, wymaga udokumentowania źródła ich pochodzenia. Każda sztuka bydła na obszarze unijnym musi mieć wydany przez odpowiednie władze paszport, dzięki któremu zawsze można stwierdzić, z jakiej obory pochodzi dane zwierzę oraz kto był jego pierwszym czy następnym właścicielem.

Identyfikacja pochodzenia mięsa wołowego jest aż tak bardzo daleko posunięta, że konsument może prześledzić całą drogę, jaką przebyło mięso od gospodarstwa przez zakłady przetwórcze. Właśnie dzięki takiemu systemowi identyfikacji bydła udało się powstrzymać duży początkowo spadek spożycia wołowiny, wywołany licznymi w UE, a zwłaszcza w Wielkiej Brytanii, przypadkami zachorowań bydła na BSE.

System identyfikacji i rejestracji bydła obejmuje następujące elementy:

- kolczyk z numerem identyfikującym każdą sztukę bydła,
- paszport zwierzęcia,
- indywidualny rejestr zwierząt prowadzony w gospodarstwie rolnym,
- skomputeryzowaną bazę danych.

Gospodarstwo, które prowadzi identyfikację zwierząt, uprzednio musi znaleźć się w tzw. rejestrze gospodarstw. Bydło w takim gospodarstwie powinno być oznakowane za pomocą dwóch plastikowych kolczyków w okresie 15 dni od urodzenia. Na kolczyku powinno znajdować się aż 14 znaków identyfikacyjnych, z których dwa pierwsze oznaczają kraj pochodzenia zwierzęcia (w przypadku Polski – PL). Zakładaniem kolczyków powinny zajmować się upoważnione organy prowadzące rejestrację i identyfikację bydła. Kształt i formę kolczyków określają przepisy wydane przez ministra rolnictwa. Przewóz zwierząt z gospodarstwa dopuszczalny jest tylko wówczas, gdy jest ono zakolczykowane i zgłoszone organom nadzorującym. W paszporcie zwierzęcia powinny znaleźć się wszystkie informacje o nim, a więc: data urodzenia, płeć, rasa i numer kolczyka matki. Jeśli zwierzę pochodzi z importu, w paszporcie należy podać datę jego wwozu z kraju trzeciego oraz numer, jaki nosiło ono w tym kraju. W paszporcie znajdują się również informacje o gospodarstwie, z którego pochodzi zwierzę oraz informacje o wnioskowanej lub przyznanej premii do zwierzęcia.

Rolnicy produkujący żywiec rzeźny mają obowiązek prowadzenia indywidualnego rejestru zwierząt w gospodarstwie. Rejestr powinien zawierać: nazwisko właściciela gospodarstwa, adres zamieszkania i numer rejestracyjny gospodarstwa, a także dane o wszystkich zwierzętach w gospodarstwie, czyli wykaz bydła, owiec i kóz urodzonych w tym gospodarstwie, z podaniem numeru ich kolczyka oraz określeniem rasy i płci. W rejestrze zwierząt należy zamieścić informację o tym, kiedy zwierzę przybyło do gospodarstwa i kiedy je opuściło. Gdy w gospodarstwie urodzi się cielę, rolnik musi

wypełnić kartę urodzenia zwierzęcia i dostarczyć ją do jednostki prowadzącej rejestrację i identyfikację bydła. Odrębna grupa przepisów określa warunki chowu i transportu zwierząt (dobrostan zwierząt).

Ważnym elementem rejestracji produkcji w gospodarstwach rolnych, a także i właściwe zarządzanie środkami finansowymi pochodzącymi z budżetu UE umożliwia Zintegrowany System Zarządzania i Kontroli (IACS). W krajach UE system ten wprowadzono w 1992 r., w ramach reformy MacSharry'ego. Tej samej, w wyniku której obniżenie cen produktów rolnych zrekompensowano rolnikom za pomocą dopłat bezpośrednich, m.in. wołowinę objęto dopłatami. Każde państwo członkowskie UE musi mieć własny zintegrowany system zarządzania i kontroli, w którym powinny znaleźć się takie elementy, jak:

- skomputeryzowana baza danych o każdym gospodarstwie ubiegającym się o dopłaty bezpośrednie czy inne środki WPR z budżetu unijnego,
- alfanumeryczny system identyfikacji użytkowanych rolniczo działek,
- alfanumeryczny system identyfikacji i ewidencji zwierząt (dotyczy: bydła opasowego, krów–mamek oraz owiec i kóz),
- wnioski rolników o subwencje do produkcji,
- zintegrowany system kontroli rzeczowo-finansowej.

Polsce i innym państwom kandydującym do UE zaproponowano wprowadzenie uproszczonego systemu płatności, polegającego na dopłatach nie do wielkości produkcji, a do obszaru gospodarstwa.

Przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej przeprowadzono analizę SWOT rynku wołowiny, w celu określenia możliwości rozwojowych tego rynku. Szczegółowe wyniki tej analizy prezentuje tabela 6.

Ten system ma swoje dobre i złe strony. Zaletą uproszczonego systemu jest to, że:

- nie zmusza do szybkiego pełnego przygotowania systemu IACS,
- w Polsce skorzystali wszyscy rolnicy (w przypadku systemu IACS małe gospodarstwa rezygnują),
- środki z budżetu UE zostały od razu w pełni wykorzystane,
- zostawia rolnikom swobodę wyboru kierunków produkcji.

Do wad systemu uproszczonego można zaliczyć następujące elementy:

- mniej środków dostały te gospodarstwa, które w pełni skorzystałyby z pełnego systemu IACS,
- korzyści tych ostatnich będą mniejsze, np. rolników zajmujących się chowem bydła mięsnego oraz kóz i owiec. Zyskają producenci kierunków produkcji, które z dopłat bezpośrednich w UE nie korzystają, np. hodowcy trzody chlewnej i drobiu.

Tabela 6. Analiza SWOT na rynku wołowiny w Polsce

Mocne strony	Słabe strony
- duży potencjał produkcji żywca wołowego i cielęcego (pogłowie bydła, które można wykorzystać do przejścia na krowy mamki, dobra baza paszowa); - nowoczesny park maszynowy w zakładach mięsnych; - wzrostowa tendencja w pogłowiu krów mamek; - spełnianie najwyższych norm (np. higienicznych, weterynaryjnych) na rynku unijnym i w krajach trzecich; - dostosowanie produkcji przetwórstwa wołowiny do standardów unijnych (np. weterynaryjnych); - mały udział w wywozie produktów nieprzetworzonych (np. żywca).	- niski popyt wewnętrzny (znikomy popyt na wołowinę kulinarną); - duże rozdrobnienie chowu żywca wołowego; - stosunkowo małe doświadczenie w produkcji żywca z bydła mięsnego; - niskie pogłowie bydła mięsnego; - duże rozdrobnienie ubojni i zakładów przetwórczych; - duża liczba pośredników w obrocie żywymi zwierzętami; - brak rozpoznawalnej marki na rynku krajowym i zagranicznym; - niska rentowność przemysłu mięsnego; - brak tradycji w tworzeniu związków integracyjnych np. grup producenckich; - słabe umiejętności kulinarne polskich nabywców w zakresie obróbki wołowiny; - słabo rozwinięte systemy jakości wołowiny; - uwarunkowania klimatyczne – brak możliwości całorocznego opasu na użytkach zielonych
Szanse	**Zagrożenia**
- konkurencyjność cenowa na rynku unijnym i w krajach trzecich; - potencjał krajowego spożycia wołowiny; - możliwości wsparcia produkcji żywca wołowego i cielęcego; - brak samowystarczalności w sektorze wołowiny w UE-15; - korelacja cen żywca wołowego z jakością (w tym rozwój oferty wysokojakościowej i powtarzalnej, za którą klienci są gotowi zapłacić wyższą cenę); - duży potencjał eksportowy; - wykorzystanie potencjału producentów rezygnujących z produkcji mleka (baza paszowa, wiedza, budynki); - działania na rzecz integracji różnych podmiotów w łańcuchu dostaw; - kontraktacja produkcji żywca wołowego; - działania w obszarze innowacji w sektorze; - doradztwo w zakresie zrównoważonej produkcji bydła, w tym doradztwo żywieniowe; - zwiększenie wykorzystania dostępności krajowego białka na cele paszowe.	- znaczne uzależnienie sektora od sytuacji na rynkach międzynarodowych; - duża siła przetargowa sieci handlowych; - niskie ceny innych gatunków mięsa (np. drobiu); - brak powtarzalności oferowanej wołowiny; - porozumienia handlowe otwierające rynek, np. TTIP, Mercosur itp.; - ewentualne wystąpienie chorób bydła (np. BSE), co może znacznie obniżyć popyt eksportowy; - ograniczony dostęp do niektórych rynków zagranicznych ze względu na bariery w handlu; - nagłe zmiany preferencji nabywców wołowiny; - embargo spowodowane kryzysem politycznym u głównych importerów z krajów trzecich; - podnoszenie wymagań środowiskowych dla produkcji zwierzęcej; polityka klimatyczna i jakości powietrza UE; - projekty KE w zakresie wprowadzenia śladu ekologicznego produktu

Źródło: opracowanie własne na podstawie Programu rozwoju głównych rynków rolnych za: R. Urban, M. Wigier (2000): Rynek mięsa wołowego. [W:] E. Majewski, G. Dalton (red.), Strategiczne opcje dla polskiego sektora agrobiznesu w świetle analiz ekonomicznych. Wyd. SGGW, Warszawa, s. 519.

Wynegocjowane liczby określały wysokość środków unijnych przekazywanych Polsce na dopłaty. Odpowiadały one ówczesnemu poziomowi pogłowia bydła i owiec w Polsce, jednak, podobnie jak w przypadku rynku mleka, nie uwzględniały bardzo przecież prawdopodobnego wzrostu pogłowia tych zwierząt. Unia Europejska nigdy nie przyznaje kwot produkcji na poziomie przewidywanego wzrostu popytu, a tylko na podstawie aktualnego poziomu produkcji, stanu pogłowia zwierząt itp.

3.7. Ceny i podział korzyści na rynku wołowiny

Proces transformacji gospodarki narodowej Polski, w tym także rolnictwa, związany był m.in. ze zmianami dotyczącymi polityki cen. Brak zależności poziomu cen od decyzji administracyjnej rozpoczął się dopiero w 1989 r. Ceny skupu surowców rolnych są elementem ceny detalicznej żywności. Ceny detaliczne w sposób pośredni zależą od poziomu popytu i podaży występujących na podstawowych rynkach rolnych.

W wyniku przepływania wytworzonej przez rolników wartości (1/4) przez kanały rynkowe do innych sektorów, zwłaszcza do przetwórstwa rolno-spożywczego, związek między produkcją rolniczą, jej podażą i popytem a popytem na żywność, jest relatywnie coraz słabszy. Powoduje to tym samym niższą korelację między cenami surowców rolnych a cenami żywności. Tym bardziej że przy zakupie coraz częściej konsumenci zwracają uwagę na jakość produktu, a nie na jego cenę.

Podstawowe znaczenie dla sytuacji ekonomicznej rolnictwa, decydujące o jego rozwoju, mają prawidłowości dotyczące długookresowych tendencji cen rolnych i ich relacji do cen innych towarów. J. Lewandowski stwierdza, że liberalizacja rynku w Polsce spowodowała gwałtowny wzrost cen. Wzrost ten, na co wskazują badania R. Kisiela i M. Juchniewicz[74] miał jednak inny jakościowo charakter w odniesieniu do cen środków do produkcji i cen artykułów pochodzenia rolniczego. Krzyżanowski podkreśla, że wystąpiło silne rozwarcie nożyc cen dóbr nabywanych i dóbr sprzedawanych przez gospodarstwa rolne.

Zwiększenie możliwości eksportowych żywca i mięsa wołowego po otwarciu rynku unijnego dla Polski, w sytuacji znacznego spadku jej produkcji w krajach UE-15, spowodowało wzrost cen skupu żywca wołowego. Dodatkowym czynnikiem stymulującym wzrost cen bydła, był wzrost cen trzody chlewnej. Malejący popyt krajowy na wołowinę, niższa jakość mięsa od produkowanego w UE-15, a także również sezonowa obniżka cen wieprzowiny, skorygowały ceny skupu bydła w dół.

[74] M. Juchniewicz (2001): Tendencje zmian cen skupu żywca i mięsa wołowego w latach 1980–1999. Roczniki Naukowe Zootechniki, 28 (2).

Do czynników wpływających na poziom cen wołowiny należały następujące czynniki:

1) pogłowie bydła i produkcja wołowiny – niekorzystne uwarunkowania ekonomiczne w latach poprzednich i na początku 2004 r. spowodowały, że pogłowiu bydła notowano tendencje spadkowe. Według danych GUS w czerwcu 2004 r. pogłowie bydła ogółem ukształtowało się na poziomie 5,4 mln sztuk, tj. o 2,5% mniejszym niż w 2003 r., w tym cieląt poniżej 1 roku było o 3% mniej, a młodego bydła rzeźnego o 1,7% mniej. Redukcja pogłowia w dużej mierze dotyczyła także stada podstawowego, gdyż w wyniku zaostrzonych wymagań w odniesieniu do mleka wiele (zwłaszcza małych) gospodarstw rezygnowało z prowadzenia tej produkcji. Ocenia się, że poprawa opłacalności chowu bydła, wynikająca z odnotowanego w 2004 r. wzrostu cen skupu żywca i niższych niż rok wcześniej cen pasz, spowodowała zmniejszenie liczby ubijanych zwierząt i odbudowę pogłowia bydła.
2) handel zagraniczny – zniesienie barier celnych, przy znacznie niższych cenach bydła rzeźnego w Polsce, niż w większości pozostałych krajów UE, spowodowało wzrost eksportu zarówno bydła żywego, jak i mięsa wołowego do tych krajów. Polski eksport żywca i mięsa wołowego jest kierowany głównie na rynek unijny. W 2004 r. do krajów UE wywieziono 87% sztuk eksportowanego bydła i 79% eksportu mięsa wołowego. Do ważnych odbiorców polskiej wołowiny poza UE należały Bośnia i Hercegowina, Macedonia, Białoruś i Rosja.
3) spożycie – wzrost cen detalicznych wołowiny od maja 2004 r. istotnie ograniczył jej spożycie w kraju.
4) działania Agencji Rynku Rolnego – od 1 maja 2004 r. ARR mogła oddziaływać na rynek wołowiny jedynie na zasadach obowiązujących w całej UE. Dopłaty pozwalały na utrzymanie konkurencyjności cenowej polskiej wołowiny na rynkach państw trzecich, pomimo wyższych kosztów zakupu tego mięsa w kraju.

3.7.1. Kształtowanie się relacji cen skupu żywca wołowego do cen środków do produkcji rolnej

Ważnym symptomem zmian koniunktury rolniczej są proporcje cen otrzymywanych i płaconych przez rolników oraz indeksy nożyc cen. Relacje te rzutują na opłacalność produkcji rolniczej, dochodowość gospodarstw i zdolność do rozwoju w następnych okresach. Wraz z rozwojem powiązań rolnictwa z innymi działami, można zauważyć, że ceny środków produkcji i ceny artykułów spożywczych rosną szybciej niż ceny produktów rolnych. Pogarszanie się relacji cenowych w rolnictwie stanowi wieloletnią prawidłowość, jednak nie w takim tempie, w jakim następowało to w Polsce. Do 1989 r. indeksy cen w Polsce były bardzo korzystne dla rolnictwa, co świadczyło o znacznej redystrybucji dochodu narodowego na rzecz rolnictwa przez system cen. Badania W. Poczty

i F. Wysockiego[75] wskazują, że wskaźnik nożyc cen w tym okresie wzrastał w Polsce rocznie średnio o 1,87%, natomiast w UE ulegał obniżeniu o –0,19%. Po 1990 r. sytuacja uległa zasadniczej zmianie. Wskaźnik relacji zmian cen produktów sprzedawanych do cen produktów i usług zakupywanych przez rolników w Polsce był o ok. 30 pkt proc. niższy od średniej w UE. Oznacza to, że w pierwszym okresie po zmianie systemu gospodarczego w Polsce ceny towarów i usług nabywanych przez rolników rosły szybciej, niż ceny produktów rolnych przez nich sprzedawanych.

Relacje cen detalicznych środków dla rolnictwa do cen skupu produktów rolnych informują, jaką ilość produktu rolnego (żywca wołowego) należy sprzedać w skupie, aby nabyć środek produkcji. Są to ważne relacje, ponieważ informują o opłacalności danego kierunku produkcji, w tym przypadku opłacalności produkcji żywca wołowego.

3.7.2. Najważniejsze wewnętrzne relacje cen na rynku wołowiny

Zróżnicowana dynamika cen w poszczególnych grupach produktów rolniczych powoduje zmiany wewnętrznych relacji cen skupu. Począwszy od połowy 1989 r. doszły dodatkowe czynniki różnicujące opłacalność produkcji, w ujęciu makro-, jak i mikroekonomicznej, tzn. zmienność poziomu i relacji cen rolnych w czasie i przestrzeni, a także czynniki niepewności odnośnie dalszych zmian cen. Znalazło to odzwierciedlenie w ocenie opłacalności produkcji poszczególnych produktów rolnych przez rolników i w ślad za tym – w ich decyzjach co do zmian w strukturze produkcji rolnej. Analiza poziomu wewnętrznych relacji cen wskazuje również na konieczność przeznaczania coraz większej ilości produktów pochodzenia zwierzęcego na zakup produktów roślinnych.

Relacje na rynku wołowiny można podzielić na dwie istotne grupy: relacje cen uzyskiwane przez rolników na targowisku do cen skupu danego produktu oraz wewnętrzne relacje cen.

W pierwszym przypadku relacje te informują o stopniu opłacalności sprzedaży danego produktu rolnego na określonym rynku w badanym okresie, informując o tym, o ile przeciętna cena targowiskowa danego produktu była wyższa lub niższa od jego ceny skupu. Inaczej mówiąc, czy bardziej opłaca się sprzedawać produkt na rynku targowiskowym, czy bardziej na zorganizowanym w postaci skupu.

W drugim przypadku relacje wewnętrzne cen skupu wyrażają stosunek ceny skupu wybranego produktu rolnego (wołowiny, żywca wołowego) do ceny skupu pszenicy, obrazują kierunkowe zmiany w opłacalności produkcji poszczególnych produktów rolnych. Są w takim wyrażeniu istotnym źródłem informacji, czy opłaca się rozwijać dany kierunek produkcji, czy lepiej go zmienić lub zaniechać.

---

[75] F. Wysocki (1996): Metody statystyczne analizy wielowymiarowej w rozpoznawaniu typów struktury przestrzennej rolnictwa. Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu. Rozprawy naukowe, 266.

Z analizy danych zawartych w tabeli 7 można zauważyć znaczną poprawę w relacjach na korzyść cen skupu w latach 2011 i 2012. W latach 2013–2019 poziom relacji był znacznie niższy. W tabeli 7 przedstawiono również relacje wewnętrzne cen skupu. Przy wzroście cen skupu żywca wołowego w latach 2016–2017 poprawiła się także wartość relacji wewnętrznych w stosunku do cen skupu pszenicy. Oznacza to, że ceny żywca wołowego rosły szybciej niż ceny pszenicy.

Tabela 7. Najważniejsze relacje cen na rynku wołowiny w Polsce

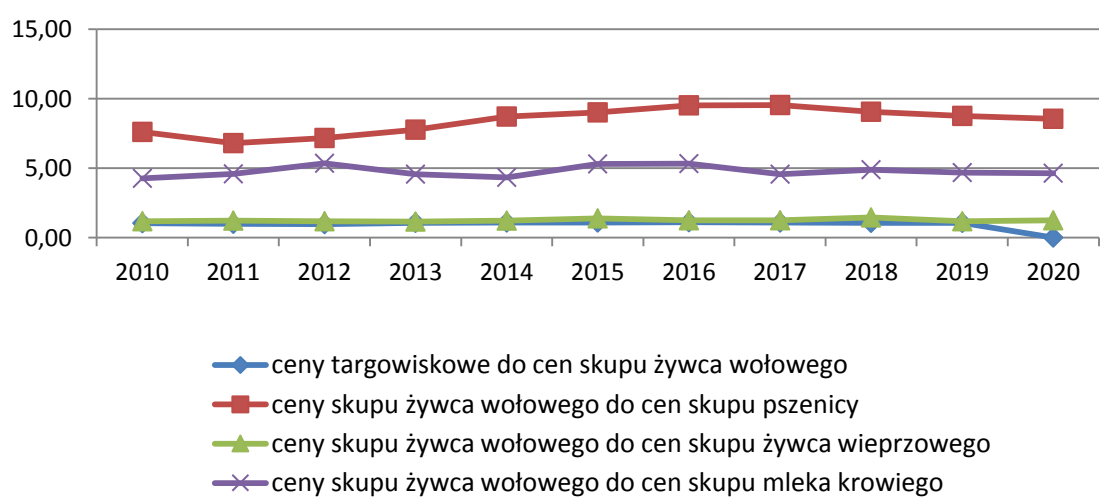
Czynnik	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Relacje cen targowiskowych do cen skupu żywca wołowego w latach 2010–2019 Ceny skupu = 1,00										
Żywiec wołowy	1,05	0,99	0,98	1,07	1,09	1,08	1,11	1,09	1,07	1,08	bd
	Wewnętrzne relacje cen skupu żywca wołowego do cen skupu pszenicy w latach 2010–2020 Ceny skupu 1 dt pszenicy = 1,00										
	7,62	6,81	7,16	7,78	8,72	9,01	9,53	9,56	9,06	8,76	8,55
	Relacje cen skupu żywca wołowego do cen skupu żywca wieprzowego w latach 2010–2020 Ceny skupu 1 kg żywca wieprzowego = 1,00										
	1,17	1,23	1,19	1,15	1,24	1,40	1,26	1,26	1,47	1,17	1,25
	Relacje cen skupu żywca wołowego do cen skupu mleka krowiego w latach 2010–2020 Ceny skupu 1 hl mleka krowiego = 1,00										
	4,28	4,60	5,34	4,57	4,35	5,31	5,34	4,57	4,89	4,68	4,63

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Skup i ceny produktów rolnych" (w latach 2010–2020), Wyd. GUS, Warszawa.

Następną ważną relacją cen jest stosunek ceny skupu żywca wołowego do ceny skupu żywca wieprzowego. Ta relacja wskazuje na to, który rodzaj mięsa jest bardziej opłacalny, na którym gospodarstwo powinno się skupić.

Z analizy danych można stwierdzić, że w całym analizowanym okresie cena skupu żywca wołowego była wyższa od ceny skupu żywca wieprzowego (rys. 9).

Rysunek 9. Najważniejsze relacje cen na rynku wołowiny w Polsce w latach 2010–2020



Źródło: opracowanie własne na podstawie „Skup i ceny produktów rolnych" (w latach 2010–2020), Wyd. GUS, Warszawa.

Ostatnie interesujące relacje cen dotyczą stosunku ceny skupu żywca wołowego do cen skupu mleka krowiego. Jest to o tyle istotne w Polsce, ponieważ wołowina nadal jest w dominującej większości pozyskiwana z bydła krzyżowanego z bydłem mlecznym. Te relacje wskazują na znaczną przewagę żywca wołowego, co daje podstawę do rozwoju tego kierunku produkcji.

3.7.3. Udział producenta wołowiny w cenach detalicznych płaconych przez konsumenta

Relacje cen produktów rolnych do cen środków produkcji i usług nabywanych przez rolnictwo określa opłacalność produkcji w rolnictwie i współdecyduje o wielkości dochodów uzyskiwanych przez rolników. Jej analiza jest niewystarczająca w pełni do określenia kierunków zmian zachodzących na rynku rolno-żywnościowym. Istotne znaczenia ma również analiza tempa zmian cen produktów rolnych i cen żywności.

Udział producenta wołowiny w cenach detalicznych produktów pochodzenia z żywca wołowego informuje o tym, jak długość kanałów dystrybucji, różnych ich rodzajów oraz występowanie różnych rodzajów pośredników wpływają na cenę końcową produktu. Relacje cen detalicznych artykułów żywnościowych do cen skupu produktów rolnych informują, jaką ilość produktu rolnego trzeba było sprzedać w skupie w celu nabycia po cenie detalicznej danego artykułu.

Z analizy danych zawartych w tabeli 8 wynika, że ceny skupu żywca wołowego wzrosły także w stosunku do cen artykułów żywnościowych. W analizowanym okresie na zakup 1 dt żywca trzeba było przeznaczyć przeciętnie 4,31 kg mięsa wołowego rostbef i 5,37 kg mięsa wołowego bez kości z udźca. Oznacza to, że powiększył się udział ceny producenta w cenie detalicznej żywności.

Tabela 8. Relacje cen detalicznych niektórych produktów pochodzenia wołowego do cen skupu żywca wołowego w latach 2010–2020

Rodzaj artykułu żywnościowego	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Cena skupu 1 kg żywca wołowego = 1,00										
Mięso wołowe z kością rostbef (za kg)	4,48	3,98	3,98	4,24	4,40	4,31	4,43	4,29	4,31	4,52	4,57
Mięso wołowe bez kości z udźca (za kg)	5,85	5,22	5,17	5,40	5,52	5,36	5,50	5,22	5,12	5,37	bd

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej" (z lat 2011–2021), Wyd. GUS, Warszawa.

Wprowadzenie gospodarki rynkowej uruchomiło działanie systemu cen przenoszącego sygnały cenowe ze sfery produkcji rolniczej do sfery przetwórstwa i dystrybucji oraz rosnący udział marży na rynku produktów żywnościowych (przy znacznych wahaniach rocznych).

Istota zmian cen w Polsce polegała na słabej reakcji zagregowanej podaży artykułów rolnych na spadek cen, co jest charakterystyczne dla rolnictwa funkcjonującego w warunkach gospodarki rynkowej. Koordynująca rola cen rynkowych polega bowiem nie tylko na przesyłaniu sygnałów, ale też na odpowiednich reakcjach podmiotów gospodarczych na te sygnały.

Nie tylko ceny kreują mechanizm rynkowy, ale wręcz odwrotnie – to odpowiednie reakcje podmiotów gospodarczych i niezbędny potencjał konkurencyjny tworzą ceny rynkowe. W tej sytuacji część gospodarstw chłopskich na spadek popytu na żywność zareagowało zwiększeniem produkcji. Elastyczność produkcji i podaży produktów rolnych zależy również od stopnia powiązania gospodarstwa rolnego z rynkiem. Gospodarstwa nastawione na samozaopatrzenie słabo reagują na zmiany cen, co nie oznacza jednak, że poziom cen nie jest ważny dla tej grupy gospodarstw. Straty w okresach gwałtownych wahań cen są przy tym stosunkowo większe w dużych, specjalistycznych gospodarstwach niż małych. Reakcja producentów rolnych może znacząco wpływać na kierunek zmian cen odpowiadający logice mechanizmu rynkowego. Ceny produktów rolnych, mimo że nie są regulowane, nie muszą nabierać cech prawdziwej ceny rynkowej.

Reakcje produkcyjne rolników są złożone i zależą od wielu czynników. Różni autorzy wykazują niejednorodne ich znaczenie w kształtowaniu cen produktów rolnych. Nie muszą być wyrazem dwustronnej interakcji „cena – popyt" i „cena – podaż". Należy jednak stwierdzić, że na ceny wpływa znacząco popyt konsumentów na produkty żywnościowe oraz podaż surowców rolnych. Wyróżnia się różnorodne zmienności cen: tendencje rozwojowe, roczne, cykliczne, sezonowe i przypadkowe.

Różnica między ceną, jaką otrzymuje rolnik, a ceną, jaką płaci konsument, stanowi tzw. marżę zbytu. W literaturze ekonomicznej związki między cenami producenta, hurtowymi i detalicznymi określa się mianem transmisji cen[76]. Polega ona na w miarę szybkim i sprawnym przenoszeniu zmian cen między skupem, zbytem i detalem. Nie dochodzi wówczas do osiągania zysków nadzwyczajnych przez żadnego uczestnika łańcucha marketingowego. Większość testów statystycznych potwierdza przyczynowo-skutkową zależność cen producenta i cen detalicznych w okresach długich. W przypadku zmian krótkookresowych zmiany cen na jednym poziomie rynku nie muszą wywoływać natychmiastowej reakcji na innym poziomie, mają bowiem miejsce odchylenia od równowagi rynkowej. Mogą wtedy występować opóźnienia wynikające z różnic czasowych między zmianami cen na poziomie producenta a zmianami cen na poziomie detalicznym – znacznie mniejsze powiązanie cen między poszczególnymi uczestnikami łańcucha marketingowego.

[76] M. Juchniewicz (2001): Tendencje zmian cen skupu żywca i mięsa wołowego w latach 1980–1999. Roczniki Naukowe Zootechniki, 28 (2).

ROZDZIAŁ IV
Wołowina jako produkt spożycia i element popytu na żywność

W Polsce popularnością wśród konsumentów przez wiele lat cieszyła się głównie wieprzowina. Jednak zmieniają się tradycje żywieniowe, konsumenci poszukują żywności o małej zawartości cholesterolu. Oczekiwania konsumentów może spełnić wołowina kulinarna, która oprócz małej zawartości niepożądanego cholesterolu, charakteryzuje się dobrą kruchością i smakowitością[77]. Lekkostrawność i dobra soczystość czynią wołowinę kulinarną mięsem przydatnym do sporządzania potraw o szybkiej obróbce termicznej, która pozwala zachować walory dietetyczne wołowiny, nie niszcząc wartościowych składników pokarmowych. O jakości wołowiny decyduje także zawartość włókien kolagenowych, udział tłuszczu w tuszy oraz poziom pH i zawartość glikogenu. Otłuszczenie i umięśnienie decyduje o przynależności wołowiny do najwyższych klas według systemu klasyfikacji EUROP (poubojowej oceny tusz).

To konsument decyduje, jaka wołowina będzie poszukiwana, a żeby tak się stało, konsument musi zyskać zaufanie do producenta. Musi być przekonany, że wołowina jest produkowana w polskich gospodarstwach, z zachowaniem właściwych zasad żywienia i utrzymania bydła. Taka produkcja musi być jednolita i ciągła. Takie warunki może spełnić hodowla bydła czystych ras mięsnych oraz ich krzyżówek z krajowymi rasami, stopniowo przechodzącymi wypierająco w kierunku ras mięsnych. Zasadą mięsnego kierunku użytkowania bydła jest wykorzystanie krów tylko do rozpłodu i wychowu cieląt, zwykle przez 6–7 pierwszych miesięcy po ocieleniu. Zaletą chowu bydła mięsnego jest dobre wykorzystanie trwałych użytków zielonych, przy minimalnym zużyciu paszy treściwej. Ponadto jest jeszcze jedna zaleta wynikająca z pracochłonności tej hodowli – ponieważ odpada proces udoju i przechowywania mleka, jedna osoba może obsługiwać dużą liczbę zwierząt.

Hodowla bydła ras mięsnych charakteryzuje się niskimi nakładami na budynki inwentarskie i utrzymanie zwierząt. Tak więc w gospodarstwach posiadających zasoby paszowe i zaplecze pomieszczeń inwentarskich, powinno produkować się wołowinę wysokiej jakości.

Walory smakowe oraz duża wartość odżywcza mięsa wołowego powodują, że jego spożycie wzrasta na wszystkich kontynentach. Opłacalność decyduje o powodzeniu rozwoju hodowli bydła mięsnego w polskich gospodarstwach. Tak więc wysoka jakość produkcji, przy minimalizacji kosztów, zadecyduje o efektywnym rozwoju tej gałęzi. Nie można traktować hodowli bydła mięsnego jako konkurencji dla bydła mlecznego, jest to jeden z wariantów efektywniejszego wykorzystania istniejących zasobów paszowych.

---

[77] H. Artyszuk (2000): Vademecum producenta wołowiny kulinarnej. Wyd. WODR, Gdańsk, s. 3–4.

4.1. Konsumpcja mięsa – stan i prognozy

Konsumpcja mięsa podlega zarówno świadomym, jak i nieświadomym wyborom. Popyt kształtowany jest przez normy społeczne, tradycję, przyzwyczajenia, dostępność, łatwość przygotowania, cenę i poziom dochodu. Poza tym, biorąc pod uwagę znaczenie przemysłu mięsnego dla gospodarki większości krajów, na popyt wpływają również działania lobbystów, polityków i producentów.

Artykuł zamieszczony w 2018 r. w lipcowym wydaniu magazynu „Science" przedstawia analizę i prognozy popytu na mięso, biorąc pod uwagę uwarunkowania społeczno-ekonomiczne i polityczne, a także konsekwencje jego spożycia zarówno dla naszego zdrowia, jak i dla środowiska[78].

Spożycie mięsa wzrasta nie tylko z powodu zwiększającej się liczby ludności. Wraz z poziomem dochodu rośnie także spożycie per capita. Badania wykazały najbardziej dynamiczny wzrost popytu na mięso w krajach o niskim lub średnim poziomie dochodu (Chiny, Ameryka Południowa, Azja Wschodnia), natomiast kraje wysoko rozwinięte wykazują stabilizację popytu, a nawet tendencje spadkowe. Popyt na mięso przesunął się znacząco w stronę drobiu i wieprzowiny, zwiększył się także udział przetworzonego mięsa w jego ogólnej konsumpcji.

Trzy różne metody prognozowania popytu zgodnie potwierdziły znaczący wzrost konsumpcji mięsa do 2050 r. Uzyskane wyniki to od 76% aż do 144% wzrostu w ciągu najbliższych 30 lat. Większa część tego wzrostu będzie generowana w krajach nisko i średnio rozwiniętych. Biorąc pod uwagę, że produkcja mięsa jest jedną z najbardziej obciążających środowisko działalności człowieka, trudno wyobrazić sobie, że przy aktualnym zużyciu zasobów naturalnych świat zdoła wykarmić 10 mld ludzi w 2050 r., jeśli spożycie mięsa utrzyma się na obecnym poziomie – nie mówiąc już o jego wzroście.

Mięso dostarcza skoncentrowanej energii i wielu składników odżywczych. Z uwagi na to zawsze było postrzegane jako produkt zapewniający przetrwanie. Aktualnie powszechna dostępność mięsa i najkorzystniejszy w historii stosunek jego ceny do poziomu dochodów prowadzą do nadkonsumpcji, a ta z kolei do otyłości i ryzyka wystąpienia wielu chronicznych chorób. Trudno jednoznacznie oszacować wpływ spożycia mięsa na zdrowie człowieka, gdyż różne czynniki mogą tę ocenę utrudniać. Rzeczywiście w krajach wysokorozwiniętych badania wskazują na wyższą śmiertelność w grupie odżywiającej się mięsem – zwłaszcza czerwonym lub wysoko przetworzonym. Nie można jednak wykluczyć wpływu na ten wynik innych czynników, takich jak: palenie papierosów czy

[78] J. Studzińska (2018): Spożycie mięsa i jego wpływ na zdrowie i środowisko; za: H.C.J. Godfray, P. Aveyard, T. Garnett, J.W. Hall, T.J. Key, J. Lorimer, R.T. Pierrehumbert, P. Scarborough, M. Springmann, S.A. Jebb (2018): Meat consumption, health, and the environment. Science, 361 (6399).

spożywanie alkoholu, wybór konkretnych rodzajów mięsa i stopień jego przetworzenia przed konsumpcją.

Z kolei w krajach ubogich niskie spożycie mięsa wcale nie musi iść w parze z dobrym stanem zdrowia badanych. Najczęściej świadczy o wysokim ubóstwie i związanym z nim brakiem wartościowego pożywienia czy opieki lekarskiej. Jednak w przypadku raka jelita grubego, związek między jego występowaniem a dużym spożyciem mięsa, jest udowodniony badaniami. W wyniku tych badań Światowa Organizacja Zdrowia zaklasyfikowała mięso jako substancję rakotwórczą. Wysokie spożycie mięsa może zwiększać także ryzyko wystąpienia raka żołądka, cukrzycy i chorób wynikających z otyłości.

To jednak nie wszystko, jeśli chodzi o zagrożenie zdrowia związane z konsumpcją mięsa. Nie można zapominać o infekcjach pokarmowych, chorobach wirusowych, pasożytach, a także wpływie antybiotyków na szeroką skalę używanych w chowie przemysłowym. Warto pamiętać, że energię, białko i witaminy pozyskiwane ze spożycia mięsa można obecnie z łatwością zastąpić odpowiednikami roślinnymi, których pozyskanie ani nie zagraża naszemu zdrowiu, ani nie obciąża środowiska tak jak hodowla przemysłowa.

Najistotniejsze gazy cieplarniane to metan, dwutlenek węgla i tlenek azotu. Produkcja mięsa powoduje emisję wszystkich trzech, a każdy z nich ma inny wpływ na klimat. Ocieplenie spowodowane metanem następuje bardzo szybko, ale – z uwagi na krótki czas trwania w atmosferze – po dwóch dekadach jego poziom się stabilizuje. Z kolei efekt ocieplenia spowodowany dwutlenkiem węgla zwiększa się w nieskończoność, tak długo, jak długo trwa jego emisja, nawet przy jej niezmienionym poziomie. Efekt generowany przez emisję tlenku azotu rośnie zaś przez cały okres 200 lat i dopiero na końcu tego okresu można zauważyć stabilizację ocieplenia.

Tak wygląda sytuacja hipotetyczna, wiadomo jednak, że produkcja mięsa rośnie. Tego powodu emisja metanu będzie się zwiększać, powodując proporcjonalnie duże zmiany w klimacie i z każdym wzrostem emisji oddalając szansę na redukcję czy choćby stabilizację efektu cieplarnianego.

Hodowla przemysłowa to także ogromne zużycie wody, z czego 98% pochłaniają uprawy przeznaczane na karmę dla zwierząt. Poza tym co roku ogromne połacie lądu przekształcane są w pastwiska bądź w tereny pod uprawę roślin pastewnych. Szacuje się, że już 71% lasów deszczowych w Ameryce Południowej zostało zamienionych w pastwiska, rancza i fermy hodowli bydła, a dalsze 14% zajęła uprawa soi o przeznaczeniu paszowym. Nawożenie obornikiem prowadzi do skażenia wód gruntowych toksynami, patogenami i antybiotykami. Intensywny wypas powoduje erozję gleby. Kurczenie się naturalnych siedlisk dzikich gatunków w coraz większym stopniu zagraża bioróżnorodności. W pobliżu ferm szerzą się choroby zakaźne przenoszone zarówno przez dzikie, jak i przez gospodarskie zwierzęta.

Zmiany zachodzące w świadomości społecznej są powolne, ale możliwe. Potrzebne jest tu jednak współdziałanie społeczeństwa, organizacji zdrowia publicznego i rządów mających największą możliwość kształtowania systemu ekonomicznego, prawnego i politycznego. Przyjmując założenie, że konsumpcja mięsa podlega świadomym i nieświadomym wyborom, należałoby działać w obu tych obszarach, aby skutecznie zmienić nawyki żywieniowe społeczeństwa. Przykładem wpływu na racjonalne wybory dietetyczne mogłoby być umieszczanie na wyrobach mięsnych etykiet zawierających dane żywieniowe czy informacje ekologiczne lub zdrowotne. Innym rozwiązaniem mogłoby być prowadzenie przez sektor prywatny i organizacje pozarządowe programów edukacyjnych, dostarczających wartościowe informacje na temat wpływu spożycia mięsa na zdrowie i środowisko naturalne. Sposób ten sprawdził się już w przypadku ograniczenia popytu na tytoń. Szerokie nagłośnienie wpływu palenia na zdrowie przyczyniło się do stopniowego wprowadzenia zmian na poziomie społecznym i politycznym.

Regulacje podatkowe to kolejny przykład możliwości kształtowania popytu na mięso. Opracowano teoretyczny model systemu podatkowego uzależniający wysokość podatku od wpływu danego produktu na emisję gazów cieplarnianych. W efekcie wraz ze wzrostem cen mięsa i automatycznym ograniczeniem popytu uzyskano by korzystny wpływ na zdrowie i środowisko, pod warunkiem opracowania systemu suplementacji dla grupy konsumentów o najniższym dochodzie.

Bada się też różne możliwości oddziaływania na sferę nieświadomą konsumentów. Przykładowo może to być umieszczanie potraw mięsnych na końcu menu, co sprawia, że większy procent konsumentów pozostaje przy wyborze potraw bezmięsnych, lub ograniczenie porcji mięsa w potrawach serwowanych w restauracjach. Tego typu działania nie angażują świadomych wyborów konsumentów, a jednak wpływają na poziom popytu.

Aby jednak jakiekolwiek działania zostały podjęte, niezbędne jest przede wszystkim zrozumienie przez samych konsumentów, jaki wpływ na zdrowie i środowisko wywiera spożycie mięsa. Uzyskanie przyzwolenia społecznego dla zmian w modelu żywienia jest aktualnie kwestią najważniejszą.

4.2. Spożycie mięsa w gospodarstwach domowych

W 2019 r. w porównaniu do 2018 r. spożycie artykułów mięsnych spadło o 3,1 kg do 77,1 kg na mieszkańca. Zadecydował o tym spadek konsumpcji mięsa wieprzowego, przy wzroście konsumpcji mięsa drobiowego i wołowego. Ocenia się, że w 2019 r. w wyniku spadku produkcji i podaży żywca wieprzowego oraz znaczącego wzrostu cen detalicznych mięsa wieprzowego, spożycie wieprzowiny spadło o 2,3 kg, do 40,3 kg na mieszkańca, tj. o 5,4% w porównaniu z rokiem poprzednim. Szacuje się, że spożycie drobiu ukształtowało się na poziomie 30,0 kg na mieszkańca i było o 0,4 kg, tj. o 1,4%

większe niż w 2018 r. Wzrost podaży mięsa wołowego na rynku krajowym oraz dochodów ludności sprzyjały wzrostowi popytu na wołowinę, której spożycie było o 1,1 kg na mieszkańca większe, tj. o 36,7% w stosunku do 2018 r. (wzrost do 4,1 kg na mieszkańca). Dostawy mięsa surowego ze zwierząt rzeźnych spadły o 2,9%, w tym mięsa wieprzowego o 4,4%, mięsa wołowego i cielęcego wzrosły o 7,4%, a drobiowego obniżyły się o 5,1% w stosunku do 2018 r. Równocześnie poprawiła się sytuacja dochodowa społeczeństwa[79].

Ocenia się, że w 2020 r. nastąpiło zwiększenie spożycia mięsa, w tym przede wszystkim drobiowego[80]. Konsumpcja drobiu wzrosła o 1,0 kg, do 31,0 kg na mieszkańca, tj. o 3,3%, spożycie wołowiny spadło o 0,1 kg, tj. o 2,4% w porównaniu do 2019 r., natomiast mięsa wieprzowego wyniosło 41,0 kg i było o 0,7 kg większe niż rok wcześniej (wzrost o 1,7%). Łączna konsumpcja mięsa, podrobów i przetworów mięsnych osiągnęła poziom 80,0 kg na mieszkańca, tj. o 3,8% wyższy niż przed rokiem[81]. Szczegółowe dane na temat spożycia mięsa, podrobów i przetworów mięsnych prezentuje tabela 9.

Tabela 9. Spożycie mięsa, podrobów i przetworów mięsnych w gospodarstwach domowych w latach 2015–2020 (w kg na osobę)

Wyszczególnienie	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Wieprzowe	16,08	15,96	15,60	15,60	14,40	13,92
Wołowe	**1,08**	**1,08**	**1,08**	**1,08**	**1,08**	**1,08**
Cielęce	**0,00**	**0,12**	**0,12**	**0,00**	**0,12**	**0,00**
Drobiowe	18,36	18,84	18,72	18,36	18,36	18,24
Pozostałe mięsa surowe (świeże, chłodzone lub mrożone)	0,72	0,48	0,48	0,48	0,48	0,48
Razem mięso surowe	**36,24**	**36,48**	**36,00**	**35,52**	**34,44**	**33,72**
Podroby i przetwory podrobowe	2,88	3,00	3,00	2,88	2,88	2,76
Wędliny i inne przetwory mięsne	24,00	24,36	24,48	24,00	23,64	23,52
Razem mięso, podroby i przetwory	**63,12**	**63,84**	**63,48**	**62,40**	**60,96**	**60,00**

Źródło: opracowanie własne na podstawie Rynek Mięsa: stan i perspektywy, 59/2020 i 60/2021.

[79] B. Chmielewska (2003): Wybrane problemy zróżnicowania konsumpcji w gospodarstwach domowych. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

[80] B. Gulbicka, M. Kwasek (2000): Zróżnicowanie spożycia żywności w Polsce w świetle wyników badań budżetów gospodarstw domowych. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

[81] C. Kos (1991): Przemiany w spożyciu żywności w gospodarstwach domowych w Polsce. Wyd. PAN, Warszawa.

Przewiduje się, że w 2021 r. konsumpcja mięsa ogółem zmniejszy się o 1,2% w stosunku do roku poprzedniego i wyniesie 79,0 kg na mieszkańca. Zmianie ulegnie też struktura tej konsumpcji. Podobny będzie udział wieprzowiny (51,3%), wzrośnie wołowiny (do 5,1%), a drobiu zmaleje (do 38,6%). Spożycie wieprzowiny i drobiu zmniejszy się po 0,5 kg, odpowiednio do 40,5 kg i 30,5 kg na mieszkańca.

4.3. Ceny dóbr żywnościowych w opinii nabywców jako podstawa informacyjna

Marketing jest zintegrowanym zbiorem instrumentów i działań. Ważnym elementem tego zbioru jest cena. W ostatnich latach znaczenie ceny stale rosło i będzie rosło w dalszym ciągu. Menedżerowie z Europy i ze Stanów Zjednoczonych zapytani o najważniejsze ich zdaniem problemy dotyczące marketingu, na pierwszym miejscu umieścili kwestie związane z ceną. Jak wykazują doświadczenia zachodnie, źle ustalone ceny są w 35% przypadków przyczynami niepowodzeń przedsiębiorstw na rynku. W warunkach gospodarki rynkowej również niewiele polskich firm potrafi prawidłowo posługiwać się tym narzędziem.

Decyzje w obszarze cen mają charakter wielowymiarowy i są bardzo skomplikowane, ze względu na konieczność uwzględnienia wielu punktów widzenia. Dla odbiorcy cena jest jednym z kryteriów wyboru przy zakupie produktu. Nabywca utożsamia cenę z określoną sumą pieniędzy, jaką wydatkuje ze swojego funduszu nabywczego. Pieniędzy wydanych na zakup danego produktu lub usługi nie może on przeznaczyć na inne cele. Nawet zamożny nabywca chce najkorzystniej wydać swoje pieniądze. Działają tu różne czynniki kształtujące wrażliwość cenową nabywców. Dla przedsiębiorstwa cena jest elementem określającym efekty jego działalności, generuje ona dochody firm. Inne instrumenty jak produkt, dystrybucja czy promocja przeciwnie – powodują wydatki.

W strategii cen stosunkowo dość dobrze znane i stosowane są formuły kosztowe, natomiast znacznie słabiej formuły popytowe, które wymagają znajomości rynku i jego analizy. Zanim zostaną podjęte decyzje w kwestii cen należy poznać rozmiar popytu i jego tendencje. Duże znaczenie mają sposoby postępowania konsumentów oraz sposób ich reakcji na różne instrumenty cenowe stosowane przez przedsiębiorstwo.

W większości przewagę mają zwolennicy poglądu, iż ceny na dobra żywnościowe są zbyt wysokie. Jedynie w przypadku dóbr podstawowych większość nabywców uznało poziom cen za uzasadniony. W pozostałych grupach produktów różnice między opinią o zbyt wysokich cenach a poglądem, iż poziom cen jest uzasadniony są znaczne, w grupie „mięso i jego przetwory" stosunek ten kształtuje się jak 79 do 10%.

Oceny różnią się znacznie w zależności od dochodów respondentów[82]. Zwraca uwagę fakt zbliżonej oceny grupy produktów „mleko i jego przetwory" (w grupie dochodowej do 300 zł na osobę jak 33,3 do 50,0%, w grupie dochodowej 501–700 zł – jak 35,5 do 51,6%). Nie jest tak w stosunku do pozostałych grup produktów, gdzie obserwuje się w wielu przypadkach zwiększanie odsetka konsumentów uznających poziom cen poszczególnych grup artykułów za uzasadniony, w miarę przechodzenia do wyższych grup dochodowych.

Niezależnie od opinii o poziomie cen, nabywcy mogą wybierać na rynku spośród produktów danego rodzaju te, które są sprzedawane po cenach relatywnie niskich, średnich lub wysokich. Preferencje cenowe nabywców są trudne do interpretacji, ze względu na niejednoznaczność pojęć wymienionych poziomów cen oraz brak układu odniesienia. W związku z tym ten sam poziom ceny może być uznany za wysoki przez osoby o niskich dochodach, za niski zaś przez osoby o dochodach wysokich.

Najwięcej osób wybiera produkty o średnich cenach, a zatem oprócz ceny istotne są dla nich również inne czynniki wyboru, np. jakość. Nie dotyczy to jedynie mleka i jego przetworów. Wybór produktu o niskiej cenie świadczy najczęściej o uznawaniu jej za zdecydowanie najważniejszy czynnik decydujący o zakupie. Szczegółowe analizy dowodzą, że również osoby lepiej zarabiające wybierają produkty tańsze, uzasadniając to często brakiem różnic między jakością towarów tanich i drogich. Warto zastanowić się więc nad motywami, jakimi kierują się nabywcy produktów żywnościowych, decydując się na określony poziom ich cen. Występują znaczne różnice w motywach zachowań nabywczych respondentów, w zależności od wybranego poziomu cen. Osoby wybierające produkty najtańsze wskazują na możliwości finansowe jako główny motyw wyboru produktów. Kryterium to wymienia 83% oceniających motywy wyboru mięsa i jego przetworów. Nabywcy dokonujący zakupu produktów o relatywnie niskich cenach w dalszej kolejności zwracają uwagę na jakość. Na pozostałe dwa motywy: reputację i warunki sprzedaży, nabywcy zwracają mniejszą uwagę. Małe znaczenie przypisywane reputacji producenta lub dystrybutora może wynikać z nieukształtowanych jeszcze upodobań nabywców, natomiast niedocenianie znaczenia warunków sprzedaży (zaledwie 16% w stosunku do mięsa i mleka) świadczy o tym, że nabywcy cenią sobie niższe ceny (np. na targowiskach), niż zakup w większym komforcie.

W przypadku produktów o średnich cenach charakterystyczne jest, że większą rolę od możliwości finansowych nabywców odgrywa jakość wyrobów. Daje się również zauważyć przypisywanie większej roli warunkom sprzedaży dóbr żywnościowych niż reputacji producenta (dystrybutora).

[82] K. Śliwińska (1999): Ceny dóbr żywnościowych w opinii nabywców jako podstawa informacji. Marketing i Rynek, 8–9, s. 42–46.

W hierarchii motywów nabywców produktów o relatywnie wysokich cenach, zdecydowanie czołową pozycję zajmuje jakość, która wyprzedza warunki sprzedaży (ważne już dla 55% nabywców mięsa i przetworów mięsnych). Możliwości finansowe oraz, co ciekawe, reputacja mają charakter uzupełniający i są dla większości respondentów stosunkowo mało istotne w stosunku do dóbr żywnościowych.

Kolejną grupą problemów dla nabywców stanowią zmiany cen. W stosunku do wszystkich grup produktów przeważa pogląd, że podwyżki cen nie są uzasadnione. Ważne staje się dokładne rozpoznanie przyczyn, jakie zdaniem respondentów leżą u podstaw nieuzasadnionych podwyżek cen. Dla nabywców podstawową przyczyną są zbyt wysokie marże. Dla znacznie mniejszej grupy osób istotnym powodem nieuzasadnionych podwyżek cen jest niegospodarność firm, a dla jeszcze mniejszej grupy konsumentów – roszczenia płacowe pracowników.

Manipulowanie ceną przez przedsiębiorstwo to nie tylko jej „ruch w górę". Poprzez umiejętne operowanie ceną produktów, stosowanie różnorodnych ulg cenowych i przecen, firmy mogą kreować lojalność wobec siebie i sprzedawanych wyrobów. Szczególnie ciekawe okazało się nastawienie do tego ostatniego instrumentu, co obrazują opinie o domniemanych przyczynach przecen produktów. Dominuje tu upływający termin przydatności do spożycia. Gorsza jakość produktów oraz trudności z ich sprzedażą są dalszymi przyczynami przecen wymienionymi przez nabywców. Gorsza jakość podkreślana jest w grupie „mięso i jego przetwory" (32%). Wymieniane przez nabywców były również trudności ze sprzedażą, które są przyczyną dokonywanych przecen produktów. Ważne dla ustalania cen jest zdanie konsumentów na temat wpływu obniżki cen na wzrost sprzedaży danego produktu. Jeżeli chodzi o dobra podstawowe, to większość kupujących pieczywo (61%) uważa, że obniżka jego ceny nie będzie miała znaczenia dla zwiększenia popytu. Wrażliwość respondentów na ceny pozostałych produktów żywnościowych jest już znaczna, co może być skutkiem znacznego udziału wydatków na żywność w wydatkach konsumpcyjnych polskich gospodarstw domowych.

4.4. Konkurencyjność jakościowa polskiej żywności

Przewagę konkurencyjną można także osiągać poprzez wprowadzenie odpowiednich systemów zapewnienia jakości. Wytwarzanie produktów, które będą pochodzić z surowców i materiałów o zidentyfikowanych, ściśle określonych cechach jakościowych, jest niezmiernie ważne[83]. Systematyczne badanie zagrożeń i punktów krytycznych, odpowiednie dokumentowanie tych procesów i poddawanie ich kontroli dokonywanej przez

[83] Por. J. Szwacka–Salmonowicz (2004): Uwarunkowania konkurencyjności rynku rolno-żywnościowego w Polsce w kontekście integracji z Unią. [W:] Wpływ integracji europejskiej na

specjalistyczne organy, jest wymagane obligatoryjnie. Tego typu działania są bardzo kosztowne. Dodatkowo wprowadzenie ich utrudnia brak odpowiednich umiejętności i oprzyrządowania. Mimo to wiele dużych polskich zakładów wprowadza systemy zapewnienia jakości[84].

Dotychczasowe przeobrażenia, jakie zaszły w polskiej gospodarce żywnościowej, potwierdzają potrzebę efektywności i konkurencyjności polskiego przemysłu rolno-spożywczego[85]. Zajmuje on znaczącą pozycję w gospodarce narodowej. Jego udział w grupie przemysłów przetwórczych wynosi ponad 15%, udział w produkcie krajowym brutto (PKB) – 6%, a w zatrudnieniu ogółem – 3,6%. Przemysł ten cieszy się dużym zainteresowaniem inwestorów zagranicznych. Pomimo, że polska żywność jest atrakcyjna i jej standard plasuje ją na wysokiej pozycji w gospodarce żywnościowej świata, to jednak nie zwalnia z potrzeby osiągnięcia wzrostu jej konkurencyjności, dalszej poprawy jej oferty handlowej i większego wykorzystania możliwości eksportowych. Do mocnych stron polskiego sektora rolno-spożywczego, wpływających na konkurencyjność polskiej żywności na rynku europejskim, można zaliczyć niskie koszty produkcji oraz wysokie walory smakowe i odżywcze wytwarzanych produktów[86]. Jednak żeby sprostać rosnącym wymaganiom rynku, przemysł rolno-spożywczy powinien stale się modernizować i dostosowywać swoją ofertę do potrzeb i wymagań klientów[87].

Produkowanie wyrobów o wysokiej lub niskiej jakości, wiąże się z odpowiednimi konsekwencjami. Za jakość odpowiada przede wszystkim producent. Jeśli klient nie zaakceptuje jakości produktów, przedsiębiorstwo traci klienta. Z tego powodu każda firma powinna starać się pozyskiwać klientów poprzez jakość swoich produktów. Klient jest bezbronny wobec złej jakości żywności występującej w formie różnego rodzaju niedostrzegalnych skażeń i zanieczyszczeń. Międzynarodowy handel żywnością kieruje się zasadą, że konsument powinien nabywać dobre, nieszkodliwe dla zdrowia produkty i nie może być oszukiwany, co do ich jakości i ilości, wskutek stosowania nierzetelnych praktyk handlowych. Do obrotu nie powinny być dopuszczane produkty niespełniające określonych wymagań, które precyzują międzynarodowe standardy zdrowotne związane z bezpieczeństwem żywności.

przemiany strukturalne obszarów o wysokim bezrobociu. Wyd. AR w Szczecinie, Politechnika Koszalińska, Szczecin.

[84] M. Rudnik (2001): Czy polskie mięso może zagrażać unijnemu? Mięso, 6, s. 32.

[85] A. Woś (2001): Konkurencyjność potencjalna polskiego rolnictwa. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

[86] A. Woś (2003): Konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego. Synteza. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

[87] J.B. Berdowski, E. Słowińska (1998): Konkurencyjność jakościowa w świetle certyfikacji i standaryzacji polskiej żywności. Gospodarka Mięsna, 3, s. 50 i nast.

Polski przemysł spożywczy może być w pełni konkurencyjny na międzynarodowych rynkach. Na razie wygrał w konkurencji krajowej z wieloma znanymi importowanymi produktami spożywczymi. Polscy konsumenci przekonali się, że polskie produkty są równie dobre jak importowane. Polskie standardy są w wielu przypadkach bardziej rygorystyczne niż w UE. Możliwość zwiększania eksportu polskich produktów rolno-spożywczych zależy od szeroko rozumianej konkurencyjności tych produktów, a ona zależy w dużym stopniu od wysokości kosztów jednostkowych produkcji, dostarczania i spełniania międzynarodowych wymagań jakościowych, działań marketingowych[88] i promocyjnych oraz koniunktury na rynkach zewnętrznych i cen produktów konkurencyjnych.

4.5. Czynniki decydujące o jakości żywności

Pojęcie jakości jest trudne do zdefiniowania. Problemy wynikają z interdyscyplinarnego charakteru tej kategorii. Zgodnie z polską normą terminologiczną PN-ISO 8402:1996[89] pojęcie jakości rozumie się jako ogół właściwości obiektu wiążących się z jego zdolnością do zaspokojenia potrzeb stwierdzonych i oczekiwanych, przy czym obiektem może być działanie lub proces, wyrób (produkt materialny lub usługa), organizacja, system, osoba czy też dowolna kombinacja wymienionych[90]. Podobnie pojmowana jest jakość produktów i usług w koncepcji marketingowej. O jakości decydują wszystkie czynniki, które wpływają na satysfakcję nabywcy danego dobra, czyli kombinacja jego cech materialnych i niematerialnych. Czynnikami materialnymi tworzącymi rdzeń produktu spożywczego są: zdrowotność, atrakcyjność sensoryczna i dyspozycyjność.

Zdrowotność żywności wynika z: wartości odżywczej; wartości dietetycznej; wartości kalorycznej; bezpieczeństwa.

Na atrakcyjność sensoryczną składają się następujące cechy: wygląd zewnętrzny; zapach; konsystencja; obraz struktury; smakowitość.

Dyspozycyjność produktu to: trwałość; dogodność użytkowania; rozpoznawalność; wielkość jednostkowa.

Na warstwę określającą produkt rzeczywisty składają się, oprócz jakości materialnej, znak towarowy, inne znaki i wyróżnienia (np. znak bezpieczeństwa, ekologiczny itp.),

[88] S. Urban (1999): Marketing produktów spożywczych. Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław.

[89] Polski Komitet Normalizacyjny (1996): Zarządzanie jakością i zapewnienie jakości – Terminologia PN-ISO 8402/Polski Komitet Normalizacyjny. Wydawnictwa Normalizacyjne ALFA-WERO, Warszawa, s. 33-35.

[90] J. Witczak (2003): Jakość żywności jako czynnik wpływający na decyzje nabywcze konsumentów. Marketing i Rynek, 8, s. 14 i nast.

opakowanie i cena. Produkt potencjalny stanowią dodatkowo takie czynnik, jak: dostępność na rynku, szerokość asortymentu, usługi przy- i posprzedażowe, a także czynniki służące zapewnieniu wytwarzanym produktom żywnościowym gwarantowanej jakości (GMP, GHP, HACCP, QACP, ISO 9000).

4.5.1. Kategorie jakości produktów spożywczych

Równie ważne jak zaspokojenie ilościowe potrzeb nabywców żywności jest także sprostanie wymaganiom konsumentów co do jakości produktów. W przypadku żywności można mówić o kilku jej kategoriach (tab. 10).

Tabela 10. Kategorie jakości produktów spożywczych

Kategorie	Synonimy
Przydatność	Wartość użytkowa, rynkowa, przetwórcza
Wartość zmysłowa	Jakość sensoryczna
Wartość zdrowotna	Wartość odżywcza, wartość biologiczna, jakość żywieniowo-fizjologiczna
Wartość psychologiczna	Oczekiwania, wartość idealna
Wartość społeczna	Prestiż, tabu
Wartość ekologiczna	Zanieczyszczenie środowiska, zużycie energii
Wartość polityczna	Eksport i import, nadwyżki produktów spożywczych

Źródło: J. Witczak (2003): Jakość żywności jako czynnik wpływający na decyzje nabywcze konsumentów. Marketing i Rynek, 8, s. 16.

Wartościowanie poszczególnych kategorii jakości żywności jest pochodną indywidualnych cech danego nabywcy oraz wpływu jego otoczenia. Jakkolwiek ciągle dużą rolę przy zakupie produktów żywnościowych odgrywa ich przydatność i odpowiedni wygląd zewnętrzny, zaobserwować można coraz częściej, iż konsumenci znaczną wagę przywiązują także do wartości zdrowotnej oraz ekologicznej. Widać to zjawisko wyraźniej w krajach, które przeszły już fazę ilościowego nasycenia.

Ocena jakości żywności jest trudna ze względu na to, że dotyczy wszystkich wymienionych wcześniej elementów składowych, a szczególnie właściwości fizycznych, chemicznych, sensorycznych oraz czystości mikrobiologicznej. Istnieje wiele czynników, które wpływają na jakość zdrowotną, a tym samym na jakość ekologiczną żywności.

Nabywcy często utożsamiają jakość żywności z jej bezpieczeństwem. W myśl przepisów ustawy z 25 sierpnia 2006 r. o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia[91] bezpieczeństwo żywności jest definiowane jako „ogół warunków, które muszą być spełnione, i działań, które muszą być podjęte, na wszystkich etapach produkcji żywności

[91] Dz.U. 2006 nr 171 poz. 1225.

i obrotu żywnością, w celu zapewnienia zdrowia i życia człowieka". Do grupy bezpiecznych należą wszystkie produkty żywnościowe, które nie wywołują ujemnych skutków zdrowotnych zarówno przy jednorazowym spożyciu, jak i podczas długotrwałej konsumpcji.

4.5.2. Specjalne znaki jakości w sektorze spożywczym

Przewagę konkurencyjną na rynku można uzyskać dzięki nie tylko wysokiej jakości wyrobów, ale także posiadaniu formalnego potwierdzenia tej wysokiej jakości poprzez posiadanie uznanej marki, znaku towarowego lub znaku jakości[92].

Restrukturyzacja polskiej gospodarki spowodowała zainteresowanie producentów możliwością uzyskiwania specjalnych znaków jakości dla swoich wyrobów, żeby stały się bardziej konkurencyjne. Ponadto małe i średnie przedsiębiorstwa pomimo możliwości wyprodukowania wyrobów o wysokiej jakości nie zawsze są zdolne wypracować sobie własnej marki. W takim przypadku skuteczne są specjalne znaki jakości, które już od dawna funkcjonują w gospodarkach rozwiniętych, gdzie producenci chcąc je uzyskać, poddają swoje wyroby rygorystycznym ocenom[93].

Do takich znaków jakości należą między innymi:

- dobrowolna certyfikacja wyrobów w ramach krajowego systemu badań i certyfikacji;
- certyfikat zgodności z wymaganiami norm krajowych, międzynarodowych, dokumentów normatywnych oraz norm lub dyrektyw organizacji regionalnych;
- certyfikat zgodności z Polską Normą;
- certyfikat zgodności na zastrzeżony przez Centrum[94] znak ekologiczny EKO;
- certyfikacja na zastrzeżony przez Centrum znak jakości Q;
- deklaracja producenta;
- znak bezpieczeństwa B – certyfikacja obowiązkowa i dobrowolna;
- inne specjalne znaki jakości funkcjonujące w sektorze spożywczym: PIK, „Dobre!", znak EKOLAND itp.

Specjalne znaki jakości zdobywają określoną pozycję na rynku. Aby były rozpoznawane i uznawane przez konsumentów, muszą być wypromowane, podobnie jak marka. Można więc przypuszczać, że jedne z nich pojawią się i znikną, lecz inne zdobędą uznanie i będą spełniały swoją funkcję gwarancyjną i promocyjną z korzyścią dla producentów i konsumentów.

---

[92] J. Chabiera (1998): Specjalne znaki jakości w sektorze spożywczym. Marketing i Rynek, 7, s. 11 i nast.

[93] M. Adamowicz, A. Jasiulewicz (2003): Znakowanie produktów spożywczych jako instrument marketingu i zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego. Wyd. SGGW, Warszawa.

[94] Polskie Centrum Badań i Certyfikacji S.A.

4.5.3. Postrzeganie jakości żywności polskiej i zagranicznej

W obliczu przystąpienia Polski do UE ważnym elementem rynku stała się konsumencka ocena zarówno krajowych, jak i zagranicznych produktów żywnościowych. Polacy uważają, że polska żywność jest bezpieczna, natomiast opinie o żywności importowanej są dużo gorsze. Dla Polaków największym zagrożeniem dla bezpieczeństwa żywności jest możliwość zarażenia BSE[95] (65% wskazań) oraz niekorzystne dodatki do żywności (60%). Nieco mniejsze znaczenie ma skażenie żywności bakteriami (54% wskazań), pozostałość pestycydów (52%) i hormonów (43%) oraz składniki modyfikowane genetycznie (40%). Za bezpieczną żywność konsumenci uznali żywność wyprodukowaną w 100% z krajowych składników[96]. Takie wyniki świadczą z jednej strony o wysokim zaufaniu do krajowych produktów oraz przemysłu spożywczego, lecz z drugiej strony stwarzają one dość znaczne zagrożenie dla eksportu m.in. polskiej żywności.

4.5.4. Jakość mięsa

Kryteria jakości mięsa są różne, zależne od tego, kto je ustala. Według technologa odpowiedzialnego za produkcję przetwórczą będą one ustalane na podstawie procesu technologicznego i rodzaju gotowego wyrobu. Według sprzedawcy mięsa, obok przesłanek ekonomicznych (do których należy stopień umięśnienia półtusz decydujący o cenie) istotny jest wygląd ogólny, gdyż ten czynnik jest ważny u potencjalnych klientów. Pojęcie wyglądu ogólnego jest rozumiane m.in. jako: barwa mięsa i tłuszczu, marmurkowatość (przerost tkanki mięśniowej tkanką tłuszczową), ścięgnistość i konsystencja. Dla sprzedawców ważnym kryterium jest także trwałość[97].

Konsument mięsa ocenę jego jakości opiera głównie na doznaniach wizualnych, które są podstawą do decyzji o dokonaniu zakupu. Jednak na pierwszy plan, w odczuciu konsumenta wysuwa się jakość sensoryczna, uzależniona od takich wyróżników, jak: wygląd, smak, zapach, barwa, trwałość, miękkość, soczystość, marmurkowatość, włóknistość, wodnistość, sprężystość, kruchość i delikatność.

Pojęcie jakości mięsa sprowadza się więc do uwzględnienia następujących cech zbiorczych: jakość sensoryczna; wartość odżywcza; wartość technologiczno-przetwórcza; stan higieniczny i toksykologiczny (zdrowotność)[98]. Jakość mięsa jest wypadkową tych cech.

---

[95] E. Bąk-Filipek (2001): Rynek wołowiny w Polsce wobec zagrożenia BSE w Europie. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 3 (4).

[96] E. Bąk-Filipek (2003): Zachowania konsumentów na rynku produktów mięsnych. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 5 (3).

[97] M. Zymon (2014): Czym jest smakowitość wołowiny i co ją kształtuje? Wiadomości Zootechniczne, 52 (1).

[98] M.P. Słowiński (2000): Jakość mięsa. Mięso i Wędliny, 1, s. 51–52.

Jakość mięsa jest uzależniona od czynników przyżyciowych oraz poubojowych.

Do **czynników przyżyciowych**, na które człowiek nie ma większego, bezpośredniego wpływu, należą: czynniki genetyczne i osobnicze; czynniki środowiskowo-żywieniowe; warunki transportu; postępowanie przed ubojem.

Do **czynników poubojowych** należą: higiena i warunki uboju zwierząt; warunki przechowywania mięsa; zakres zmian poubojowych; część tuszy, rodzaj mięśni itp.

Czasami stosując niewłaściwe warunki uboju i obróbki poubojowej, z bardzo dobrej jakości żywca rzeźnego można nie uzyskać dobrej jakości mięsa. Dobrą jakość tusz można także zepsuć w wyniku niewłaściwego postępowania z mięsem już po uboju zwierząt.

4.6. Czynniki wpływające na jakość mięsa wołowego

Kryzys wywołany chorobą BSE u bydła spowodował spadek produkcji i wielkości sprzedaży kulinarnego mięsa wołowego w wielu krajach świata. Jednocześnie stał się impulsem wpływającym na intensyfikację badań i przedsięwzięć mających na celu poprawę jakości wołowiny kulinarnej i zwiększenie jej konkurencyjności na rynku mięsnym.

Na jakość wołowiny kulinarnej[99] wpływa wiele czynników, z których najważniejsze to: zabiegi hodowlane, postępowanie przedubojowe, sterowanie zmianami poubojowymi w mięsie oraz odpowiednie jego pakowanie i przechowywanie[100]. W wielu krajach dąży się do zwiększenia ilości mięsa wołowego o dobrej jakości poprzez krzyżowanie towarowe krów ras mlecznych lub mięsno-mlecznych z buhajami ras mięsnych. Uzyskane w ten sposób mieszańce charakteryzują się przy odpowiednim żywieniu szybszymi przyrostami masy ciała, większą wydajnością rzeźną i mięsnością tusz. W Polsce do krzyżowania wykorzystuje się m.in. takie rasy mięsne, jak: charolaise, limousine, piemontese, aberdeen angus i hereford. Jednym z podstawowych czynników decydujących o wysokiej jakości wołowiny kulinarnej jest jej kruchość. Na kruchość mięsa wołowego najczęściej wpływają:

- rasa zwierzęcia;
- żywienie bydła sprzyjające szybszemu przyrostowi masy ciała;
- pochodzenie mięsa – od wolców ma lepszą kruchość niż od buhajów;
- stosowanie w hodowli hormonalnych stymulatorów wzrostu (negatywnie efekt);
- wiek ubijanych zwierząt – kruchość mięsa pogarsza się z wiekiem.

[99] Szerzej na ten temat można przeczytać w artykule T. Kołczaka (2000): Jakość mięsa kulinarnego. Gospodarka Mięsna, 8, s. 32–33 oraz T. Kołczaka (2008): Jakość wołowiny. Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 56 (1).

[100] A. Tyburcy, A. Pisula (1999): Czynniki wpływające na jakość kulinarnego mięsa wołowego. Mięso i Wędliny, 4, s. 20.

Na pożądaną jakość kulinarnego oraz wygląd mięsa wołowego ma postępowanie z bydłem rzeźnym przed ubojem i po nim, w tym sposób pakowania gotowego produktu. Niewłaściwe postępowanie w ubojni ma wpływ na częstotliwość występowania mięsa DFD (*dark*, *firm*, *dry*), charakteryzującego się wysokim pH, ciemną barwą i pogorszoną trwałością.

Wyprodukowanie wołowiny kulinarnej wymaga poniesienia wielu nakładów, które w rezultacie zagwarantują wysoką jakość mięsa wołowego[101].

Kruchość kształtowana jest podczas dojrzewania. Mechanizm dojrzewania jest trudny i nie do końca wyjaśniony. Proces kruszenia każdego rodzaju mięsa następuje zaś w dwóch etapach, określanych jako szybka i wolna faza. Kruszenie mięsa jest procesem długotrwałym, zwłaszcza w odniesieniu do wołowiny. Wołowina kulinarna w celu uzyskania zadowalającej kruchości wymaga 10–14 dni dojrzewania. Tak długi okres dojrzewania jest kosztowny, dlatego prowadzi się badania nad skróceniem tego procesu. Można stosować metody fizyczne, chemiczne bądź biologiczne, ponieważ konsumenci z pewną rezerwą podchodzą do spożywania mięsa z wszelkimi dodatkami, szczególnie w krajach UE, gdzie coraz głośniej mówi się o żywności ekologicznej. W Polsce również wzrasta zainteresowanie taką żywnością. Z tego powodu zamiast metod chemicznych (wprowadzanie jonów metali uaktywniających enzymy skruszające mięso) prawdopodobnie metoda fizyczna (stosowanie temperatur kondycjonowania) spotka się z większym zainteresowaniem ze strony przemysłu. Metoda ta również ze względów technicznych ma większą szansę zaadaptowania przez zakłady mięsne. Przy małym obecnie zainteresowaniu mięsem wołowym w najbliższej przyszłości jedynie wołowina kulinarna o wysokiej jakości może spotkać się z zainteresowaniem konsumentów. Mięso wołowe pochodzące z krzyżówek lub czystych ras mięsnych, poddane odpowiednim zabiegom poubojowym z uwagi na swoje walory smakowe i zdrowotne, znajdzie odpowiednią grupę konsumentów[102].

4.7. Możliwości poprawy jakości mięsa wołowego

Jakość mięsa jest trudna do jednoznacznego określenia. Za jakość uważa się zespół wszystkich istotnych dla danego produktu cech, decydujących o jego wartości użytkowej oraz stopniu doskonałości. Z definicji tej wynika, że jakość mięsa określana jest przez takie jego właściwości, które wyróżniają ten produkt jako pożywienie człowieka. W tym rozumieniu o jakości mięsa decydować będą: zdrowotność, trwałość, wartość odżywcza,

[101] D. Nowak, W. Korzeniowski (2003): Czynniki wpływające na jakość mięsa wołowego. Gospodarka Mięsna, 2, s. 22.

[102] M. Zymon (2012): Walory odżywcze i smakowe wołowiny oraz możliwości ich kształtowania. Wiadomości Zootechniczne, 50 (4).

wartość biologiczna oraz inne tym podobne właściwości. K. Hofmann[103] dobrą jakość mięsa definiuje w następujący sposób: „Należyta jest ta jakość mięsa, która odpowiada konsumentowi". Współczesny konsument poszukuje przede wszystkim mięsa wołowego z młodych, dobrze umięśnionych zwierząt. Mięso takie powinno być soczyste, kruche, o odpowiednim smaku i zapachu oraz powinno nadawać się do łatwego i szybkiego przygotowania do spożycia.

Jakość mięsa według K. Hofmanna[104] obejmuje sumę wszystkich cech: sensorycznych, fizjologiczno-żywieniowych, higieniczno-toksykologicznych i technologiczno-przerobowych. Wszystkie czynniki określające jakość mięsa autor ten podzielił na grupy określające jakość smakową, pokarmową, sanitarną i przerobową.

Spośród wielu ocenianych cech jakościowych przy ocenie mięsa wołowego najwięcej uwagi zwraca się na dwa wskaźniki: pH i barwę mięsa. Wskaźniki te są proste do oznaczania i dobrze charakteryzują wartość technologiczną i konsumpcyjną mięsa oraz powiązane są ściśle z wadami mięsa. Mięso wołowe pochodzące z buhajków najczęściej charakteryzuje się wadą, którą określa się jako mięso DFD. Takie mięso charakteryzuje się następującymi właściwościami: dużą wartością pH bezpośrednio po uboju, jak i w trakcie późniejszego składowania, ciemnoczerwoną barwą, intensywną wodochłonnością, małymi ubytkami soku mięsnego podczas składowania i obróbki cieplnej, jędrną konsystencją oraz obniżoną trwałością. Powstawaniu mięsa DFD sprzyja m.in. wydłużony czas transportu zwierząt oraz zbyt długie przetrzymywanie zwierząt w magazynach przyrzeźnianych.

Mięso może mieć też wadę określaną jako PSE. Mięso takie charakteryzuje się następującymi cechami: niskim poziomem pH, rozjaśnioną barwą, obniżoną wodochłonnością oraz miękką konsystencją i zmniejszoną trwałością. Mięso o cechach PSE występuje tylko sporadycznie u bydła ras mięsnych.

Omawiając jakość mięsa wołowego i możliwości jego poprawy, należy pamiętać, że mięso wołowe jest najczęściej mięsem kulinarnym i jest spożywane w postaci surowej (tatar) lub półsurowej (stek), dlatego zwierzęta, z których uzyskiwane jest to mięso muszą być zdrowe, jak również odpowiednio żywione podczas opasu.

Sposób żywienia bydła jest także ważnym czynnikiem decydującym o wartości rzeźnej i jakości mięsa. W literaturze szczególnie dużo jest informacji o wpływie sposobu żywienia na jakość mięsa cielęcego. Cielęta muszą szybko przyrastać (powyżej 1 kg dziennie) od urodzenia do uboju i osiągnąć wysoką wydajność rzeźną (ponad 60%), dobrze ukształtowaną tuszę dostatecznie wypełnioną tłuszczem i jasnym mięsem. Cechy te mogą być osiągnięte tylko przez cielęta odchowywane intensywnie, wyłącznie

[103] S. Wajda (2001): Możliwości poprawy jakości mięsa wołowego. Gospodarka Mięsna, 7, s. 24 i nast.

[104] Ibidem.

na mleku albo preparatach mlekozastępczych wysokiej jakości. Duża wartość pokarmowa dawek mlecznych umożliwia szybkie tempo wzrostu i osiągnięcie zadowalającego stopnia umięśnienia tusz, natomiast mała zawartość w nich żelaza ma istotne znaczenie w obniżaniu poziomu mioglobiny w mięśniach, co pozwala na wyprodukowanie białego mięsa.

Inny sposób żywienia zaleca się przy opasie młodego bydła rzeźnego. W pierwszym okresie cielęta poi się zmniejszoną ilością mleka, dążąc do wczesnego rozwoju przedżołądków. Przyrosty w tym okresie mogą być niskie i wynosić 500–600 g dziennie. W dalszym etapie opasu przyrosty powinny wynosić 900–1000 g, zapewniając uzyskanie bydła dobrze umięśnionego, nadającego się do produkcji mięsa kulinarnego. W technologii produkcji kulinarnego mięsa wołowego zaleca się produkcję mięsa oznakowanego z tusz klasy uformowania R, U i E.

W literaturze przedmiotu nie spotkano badań, które wskazywałyby pasze mające ujemny wpływ na jakość mięsa. M. Bogner podaje, że mięso buhajków o masie ciała ok. 500 kg, opasanych kiszonką, było jaśniejsze, niż mięso buhajków żywionych intensywnie. Mięso buhajków i jałówek opasanych paszą gospodarską także było jaśniejsze niż opasanych intensywnie.

Rasy bydła mięsnego mają zawsze lepszą wartość rzeźną i lepszą jakość mięsa niż bydło użytkowane w kierunku produkcji mleka. W obrębie ras mięsnych występuje także duża zmienność jakości mięsa[105].

Ważnym elementem zwiększenia puli dobrej jakości mięsa wołowego jest krzyżowanie towarowe krów ras mlecznych buhajami ras mięsnych, w celu poprawienia przydatności opasowej i cech jakościowych tuszy u mieszańców. Z artykułów przeglądowych i z prac oryginalnych wynika, że w efekcie krzyżowania bydła ras mięsnych z mlecznymi uzyska się poprawę wyników opasu i wartości rzeźnej o ok. 4–8%.

W badaniach[106] stwierdzono, że jałówki i buhajki uzyskane od krów rasy cb i buhajów rasy limousine odznaczały się lepszymi parametrami jakościowymi mięsa, niż bydło rasy cb. Mięso z tego bydła miało mniejszą zawartość tłuszczu śródmięśniowego oraz znacznie jaśniejszą barwę. Ponadto mięso bydła uzyskanego w wyniku krzyżowania z rasą limousine odznaczało się lepszą wodochłonnością, kruchością, soczystością oraz smakowitością. Niemniej efekt w poprawie wyników opasu, wartości rzeźnej i jakości mięsa zależy także od rasy buhajów używanych do kojarzenia, co wykazały badania nad wyceną wartości rzeźnej buhajów różnych ras na podstawie ich potomstwa.

Jakość mięsa wołowego w dużej mierze zależy także od płci zwierząt. Tusze jałówek są bardziej przetłuszczone i mają mniejszy udział kości w tuszy, mają zazwyczaj więcej tłuszczu niż tusze buhajków. Mięso buhajków ma najczęściej ciemniejszą barwę i większe

[105] Ibidem.

[106] Ibidem.

wartości pH niż mięso wolców i jałówek. Szczególnie niekorzystne właściwości fizykochemiczne obserwuje się w mięsie buhajków rasy cb, gdzie ok. 80% mięsa ma wadę DFD. W niektórych krajach producent żywca uzyskuje za jałówki i wolce w obrębie tych samych klas jakościowych wyższą cenę, niż za buhajki. Aby uzyskać dobrą jakość mięsa z buhajków, poddaje się je kastracji, najczęściej po ósmym miesiącu życia.

Wartość rzeźna w dużym stopniu zależy od wieku i masy zwierząt. Wynika to z tego, że skład przyrastającej substancji ciała jest różny w różnym wieku pod względem zawartości wody, białka, tłuszczu i składników mineralnych. Wzrostowi masy bydła towarzyszy względne zmniejszenie zawartości wody w tkankach ciała, przy czym między poszczególnymi tkankami istnieją znaczne różnice. Względny skład suchej masy wskazuje, że w trakcie opasania powiększa się jedynie frakcja tłuszczowa, natomiast obniżają wszystkie pozostałe. Wiek bydła rzeźnego jest także bardzo ważną cechą, która decyduje o jakości mięsa wołowego, a więc i przydatności do celów kulinarnych. Należy przy tym zwrócić uwagę na występującą w świecie tendencję do obniżania wieku ubijanych zwierząt, przy jednoczesnym podnoszeniu końcowej masy przedubojowej. Jest to związane głównie z intensywnością opasu[107].

W trakcie obrotu przedubojowego szczególnie niekorzystnie na organizm zwierząt wpływa przede wszystkim transport. Nawet w najlepszych warunkach transport zwierząt stanowi dla nich silny stres, który powoduje znaczne straty masy tusz, choroby, a nawet śmierć. W środkach transportowych nie należy więc łączyć zwierząt różnych gatunków oraz różnych kategorii, a buhajki powinny być wiązane. Wielkość ubytku masy tusz lub obniżenie jakości mięsa zależy przede wszystkim od czasu transportu, zagęszczenia zwierząt w środku transportu i temperatury, w jakiej zwierzęta są transportowane.

Aby poprawić jakość mięsa, niektórzy autorzy proponują, aby bydło przed ubojem odpowiednio przygotować, np. przez odpowiednie żywienie przed odstawą na rzeź. W prowadzonych doświadczeniach nad wartością rzeźną buhajków uzyskano poprawę jakości mięsa, gdy je pojono – w ostatnich trzech dniach przed ubojem – roztworem melasy. Producenci do uboju przeznaczają buhajki często zbyt wcześnie, zanim osiągną one dojrzałość rzeźną. Wówczas brak jest okrywy tłuszczu podskórnego oraz uzyskuje się niski poziom tłuszczu śródmięśniowego w mięsie, tj. poniżej wymaganego minimum 1,5%. Aby zwiększyć ilość tłuszczu śródmięśniowego i poprawić jakość mięsa prowadzono badania, w których stosowano żywienie buhajków w ostatnich trzech miesiącach opasu paszą z dodatkami energetycznymi (olej, smalec, melasa, tłuszcze techniczne, kwasy tłuszczowe). Badania wykazały, że optymalną ilością tłuszczu, którą należy podawać dla młodego bydła jest 200 g dziennie. Ten tłuszcz miał bardzo korzystny wpływ na zwiększenie przyrostów dziennych i na poprawę jakości mięsa. Zwierzęta dostarczane

[107] Ibidem.

do zakładów mięsnych są gromadzone w magazynach żywca. Pozostają w nich przez pewien okres aż zwolni się miejsce w uboju. Czas odpoczynku przedubojowego jest jednak trudny do dokładnego określenia, gdyż powrót organizmu zwierzęcia do stanu równowagi fizjologicznej możliwy jest tylko w przypadku zapewnienia prawidłowych warunków w magazynie żywca, co w praktyce okazuje się bardzo trudne. Powszechnie bowiem w magazynach żywca występuje brak odpowiednich warunków do wypoczynku zwierząt, ich żywienia, a nawet pojenia. W trakcie przetrzymywania bydła w magazynie następują ubytki masy tusz, jak i pogorszenie jakości mięsa.

Ważne jest również, w jaki sposób przetrzymujemy bydło w magazynie żywca. Tusze zwierząt przetrzymywanych luzem w boksach w porównaniu z tymi przetrzymywanymi na uwięzi lub w pojedynczych kojcach miały większą powierzchnię uszkodzeń (miejsc mocno przekrwionych), większą masę mięsa zaliczonego do konfiskat oraz gorsze jakościowo mięso i skóry. Chcąc uzyskać mniej uszkodzone tusze i lepsze jakościowo mięso i skóry, należy przetrzymywać bydło przed ubojem na uwięzi lub w pojedynczych kojcach.

Aby zapewnić dobrą jakość mięsa, ubój powinien być przeprowadzony z zachowaniem wysokich wymagań sanitarnych. Tusze po uboju powinny być poddane powolnemu, stopniowemu schładzaniu. W ciągu 48 godzin temperatura wewnątrz mięśni w tuszy powinna mieć 7°C. Zamrażanie jest zabronione. Rozbiór tusz na części zasadnicze z zachowaniem wysokich wymagań sanitarnych także należy przeprowadzić dopiero po 48 godzinach.

Na końcową jakość mięsa wpływa więc wiele czynników. Oceniając wartość rzeźną bydła, należy pamiętać, że o udziale elementów i składników tkankowych w tuszy decydują przede wszystkim czynniki genetyczne i środowiskowe, które występują podczas opasu bydła. Na jakość mięsa oprócz tych czynników bardzo duży wpływ ma także obrót przedubojowy bydła oraz sposób, w jaki traktujemy tusze czy mięso po uboju.

4.8. Strategia bezpieczeństwa żywności w Polsce

Do ochrony zdrowia ludzi na podstawie zapisów Konstytucji Rzeczpospolitej Polskiej, zobowiązane są władze publiczne (art. 68, ust. 1)[108]. Artykuł 76 Konstytucji stanowi, że: „władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności, bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Zakres tej ochrony ustala ustawa". Realizację gwarancji określonych w Konstytucji w zakresie przeciwdziałania zagrożeniom dla zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów oraz ochrony przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi w zakresie żywności i żywienia ludzi, zapewnia prawo żywnościowe, zapisane w postaci ustaw

[108] Dz.U. 1997 nr 78, poz. 483, Dz.U. 2001 nr 28, poz. 319, Dz.U. 2006 nr 200, poz. 1471, Dz.U. 2009 nr 114, poz. 946.

i rozporządzeń wykonawczych do tych ustaw. Z mocy przepisów zawartych w tych ustawach działają rozliczne instytucje reprezentujące władze publiczne, odpowiedzialne za nadzór nad respektowaniem przepisów prawa żywnościowego[109].

Na mocy podpisanego w 1991 r. układu stowarzyszeniowego między Polską a Wspólnotami Europejskimi realizowany był program harmonizacji polskiego prawa, w tym żywnościowego, z prawem Wspólnot, dzisiejszej UE. Pomyślny przebieg tej harmonizacji zagwarantował Polsce uzyskanie statusu pełnoprawnego członka UE.

Głównym aktem prawnym w Polsce regulującym sprawy żywności i żywienia jest ustawa z 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywienia i żywności, która normuje warunki produkcji środków spożywczych i używek oraz obrotu tymi artykułami w zakresie niezbędnym dla ochrony zdrowia ludności. Reguluje ona również, w zakresie niezbędnym do ochrony zdrowia ludności, wymagania dotyczące urządzeń, aparatów, sprzętu, narzędzi, opakowań i innych materiałów, które stykają się ze środkami spożywczymi i używkami w produkcji lub obrocie. Zawarte są w niej przepisy ogólne, nadzór oraz przepisy karne. W świetle tej ustawy nadzór nad jakością zdrowotną oraz przestrzeganiem warunków sanitarnych w produkcji i obrocie tymi artykułami sprawują organy Inspekcji Sanitarnej podległe ministrowi właściwemu do spraw zdrowia (aktualnie Minister Zdrowia) oraz organy Inspekcji Weterynaryjnej nadzorowane przez ministra właściwego do spraw rolnictwa (aktualnie Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi). Do wydawania rozporządzeń wykonawczych upoważniony jest Minister Zdrowia, ewentualnie w porozumieniu z Ministrem Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Jak wynika z opisanego stanu, polskie prawo żywnościowe jest rozproszone w różnych ustawach i przepisach wydanych na ich podstawie.

Nowoczesne podejście do zagadnień dotyczących bezpieczeństwa żywności zasadza się na tzw. analizie ryzyka. Bezpieczeństwo ma polegać na rozpoznaniu i przeanalizowaniu zagrożeń istotnych dla bezpieczeństwa konsumentów i związanego z nim ryzyka (ocena ryzyka), rozwiązaniu możliwych do zastosowania sposobów redukcji zagrożeń i wprowadzeniu ich do praktyki (zarządzanie ryzykiem) oraz odpowiedniej akcji wzajemnego informowania się o ryzyku między odpowiedzialnymi za ocenę i zarządzanie ryzykiem a innymi zainteresowanymi stronami, w tym głównie z konsumentami (komunikowanie ryzyka)[110]. Instytucje uprawnione do czynności kontrolnych w obszarze produkcji i obrotu żywnością muszą mieć w dziedzinie analizy ryzyka ściśle zdefiniowane funkcje oraz zakresy kompetencji.

Uprawnionymi do wydawania rozporządzeń dotyczących bezpieczeństwa żywności (strategiczne zarządzanie ryzykiem) są Minister Zdrowia i Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Uprawnienia kontrolne zarządzania ryzykiem mają:

---

[109] W. Michna (1992): Bezpieczeństwo żywnościowe i polityka rolna Polski na przełomie XX i XXI wieku. Fundacja im. Friedricha Eberta, Warszawa.

[110] S. Tyszkiewicz (2002): Strategia bezpieczeństwa żywności w Polsce. Gospodarka Mięsna, 4.

- Główny Inspektorat Sanitarny (GIS) i podlegli mu merytorycznie inspektorzy wojewódzcy, powiatowi i inspektorzy sanitarni działający na przejściach granicznych,
- Główny Lekarz Weterynarii (GLW) i podlegli mu merytorycznie wojewódzcy, powiatowi i graniczni lekarze weterynarii,
- Główny Inspektor Ochrony Roślin i Nasiennictwa (PlORIN, od 2002 r.) i podlegli mu merytorycznie wojewódzcy inspektorzy ochrony roślin i nasiennictwa oraz inspektorzy ochrony roślin i nasiennictwa działający na przejściach granicznych,
- Główny Inspektor Skupu i Przetwórstwa Artykułów Rolnych (ISiPAR) i podlegli mu merytorycznie wojewódzcy inspektorzy ISIPAR oraz inspektorzy działający na przejściach granicznych,
- Centralny Inspektor Standaryzacji (CIS) poprzez inspektorów CIS,
- Główny Inspektor Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno–Spożywczych (IJHARS) i podlegli mu wojewódzcy inspektorzy Inspekcji Jakości Handlowej.

Instytucjami powołanymi do realizowania zadań bieżących w obszarze oceny ryzyka są Rada Sanitarno-Epidemiologiczna podległa Ministrowi Zdrowia oraz Rada Sanitarno-Epizootyczna podległa Głównemu Lekarzowi Weterynarii, przy wsparciu licznych jednostek naukowo-badawczych realizujących, np.: Państwowy Zakład Higieny, Instytut Żywności i Żywienia, Państwowy Instytut Weterynaryjny, Instytut Ochrony Roślin. Poszczególne inspektoraty w większości dysponują odpowiednim własnym zapleczem laboratoryjnym.

Granice kompetencji między poszczególnymi inspekcjami są określone, ale podział zadań najczęściej nie wynika z merytorycznych przesłanek. Może to doprowadzić do tego, że na terenie jednego zakładu produkcyjnego lub handlowego (supermarket) mogą spotkać się różne instytucje kontrolne.

Bezpieczeństwo i jakość mięsa produkowanego w Polsce jest dla konsumentów istotną sprawą[111]. Pryszczyca i BSE nie są wcale jedynymi i największymi zagrożeniami dla zdrowia ludzi. Choroby związane ze spożywaniem mięsa niewiadomego pochodzenia to również bardziej rozpowszechnione tasiemczyce, włośnica, bruceloza, różyca, leptospiroza, borelioza, zatrucie jadem kiełbasianym.

Szczególnym czynnikiem wpływającym na rozwój chorób odzwierzęcych są warunki hodowli i uboju w szarej strefie. Utrzymywanie niskich cen oznacza rezygnację z badań weterynaryjnych mięsa, kupowanie surowca od przypadkowych dostawców i jego obróbkę w warunkach niesprzyjających utrzymaniu higieny. Najlepszą gwarancją spożywania bezpiecznego mięsa jest więc kupowanie go od sprawdzonych producentów.

[111] S. Zięba (2002): Konsumpcja mięsa wołowego w Polsce, możliwości i metody jej zwiększenia. Mięso, 10.

Do czynników wpływających na jakość i bezpieczeństwo mięsa należą m.in.: hodowla zwierząt z najlepszym materiałem genetycznym; warunki uboju; stała kontrola weterynaryjna; testy na priony; system HACCP; ISO 9002; AQAP[112].

Trzeba pamiętać, że niebadane mięso jest znacznym zagrożeniem dla bezpieczeństwa zdrowia konsumentów. Z analiz przeprowadzonych na podstawie danych Inspekcji Weterynaryjnej stwierdzono, że np. w 1999 r. różnica między badanymi sztukami a ubitymi wyniosła ogółem 5,5 mln sztuk zwierząt rzeźnych (wszystkich gatunków), które bez badań lekarskich były wprowadzone do obrotu.

Kontrola sprawdzająca w 2001 r. wykazała, że sytuacja w tym zakresie nie uległa zmianie i odsetek niezbadanych a ubitych zwierząt wyniósł ponad 20%, tj. ok. 4845 tys. sztuk, w tym 527 tys. sztuk bydła z cielętami[113]. Ustalenia wskazują, że główną przyczyną występujących różnic są uboje zwierząt dokonywane przez ich właścicieli na potrzeby własne, bez informowania urzędowych lekarzy weterynarii oraz uboje związane z nielegalnym obrotem mięsem. Istnienie „szarej strefy" w obrocie mięsem i jego przetworami jest sprawą oczywistą i wcale nie marginalną. Według opinii fachowców proceder nielegalnych ubojów i nielegalnej produkcji masarniczej zdecydowanie nasila się w okresie letnim i jest związany z dużym popytem, zarówno w miejscowościach wczasowych, jak i w punktach gastronomicznych, zlokalizowanych przy turystycznych trasach dojazdowych.

[112] Bezpieczeństwo i jakość mięsa (2003). Mięso, 10–11, s. 21-22.

[113] J. Leonkiewicz (2003): Niebadane mięso zagrożeniem dla bezpieczeństwa zdrowia konsumentów. Mięso, 7–8, s. 38–39.

ROZDZIAŁ V
Handel zagraniczny mięsem i żywcem wołowym

W latach 1986–1996 nastąpiły istotne zmiany w handlu zagranicznym mięsem i żywcem wołowym[114]. Zapoczątkowane one zostały w momencie urynkowienia polskiej gospodarki i polegały przede wszystkim na poważnym ograniczeniu wolumenu eksportu i zwiększeniu importu, a także na przeobrażeniach w strukturze towarowej i geograficznej wymiany zagranicznej tą grupą towarową. Na początku lat 90. Polska wystąpiła w roli importera netto mięsa i żywca wołowego. Ujemne saldo obrotów tymi produktami, wyrażone w wolumenie, osiągnęło w latach 1992–1994 poziom 1–19 tys. ton wobec dodatniego salda kształtującego się w II połowie lat 80. w granicach 19–150 tys. ton. Należy podkreślić, że deficyt w obrotach handlu zagranicznego mięsem i żywcem wołowym odnosi się wyłącznie do wolumenu obrotów. W wyrażeniu wartościowym utrzymywała się nadwyżka eksportu nad importem w wysokości 36,6–72,3 mln USD. Decydowały o tym różnice w poziomie cen w handlu zagranicznym wołowiną. W latach 1992–1994 ceny w imporcie mięsa wołowego były przeciętnie 3–4-krotnie niższe aniżeli w jego eksporcie, a żywca wołowego blisko pięciokrotnie niższe. W strukturze towarowej importu i eksportu wystąpiły istotne różnice. Przedmiotem zakupów było mięso wołowe z zapasów UE i bydło rzeźne sprowadzone z republik byłego ZSRR. Produkty te przeznaczone były w kraju do dalszego przetwórstwa, a niskie ceny czyniły ich import opłacalnym. W strukturze towarowej eksportu w ostatnich latach zaczęły dominować konserwy wołowe i bydło opasowe. Drastycznie zredukowana została jednak sprzedaż mięsa wołowego i bydła rzeźnego na rynki zagraniczne. Od 1995 r. Polska ponownie uzyskuje dodatnie saldo obrotów zarówno w wyrażeniu wartościowym, jak i ilościowym. Prawdopodobnie takie tendencje w zakresie kształtowania wysokości salda utrzymają się również w najbliższych latach[115]. O poprawie salda zadecydowało przede wszystkim ograniczenie importu, m.in. na skutek dostosowania się Polski do postanowień aktu końcowego GATT w zakresie regulacji handlu światowego produktami rolnymi. Polska na import mięsa wołowego miała corocznie wydzieloną kwotę minimalnego dostępu do rynku[116]. Przy zakupach w ramach tych kwot obowiązywało cło 30%, natomiast gdy wielkość importu zaczęłaby przewyższać ustaloną kwotę, wówczas Polska w celu ochrony rynku krajowego miała prawo zastosować stawkę celną na wyższym poziomie 45%[117].

---

[114] L. Chudoba (2003): Zmiany w handlu zagranicznym artykułami rolno-spożywczymi po wejściu Polski do UE. Perspektywy zwiększenia wymiany handlowej. Wyd. Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Warszawa.

[115] D. Rycombel (1998): Czynniki warunkujące eksport mięsa i żywca wołowego. Gospodarka Mięsna, 9, s. 50 i nast.

[116] D. Rycombel (2003): Sytuacja na rynku światowym a ceny w polskim eksporcie mięsa czerwonego. Gospodarka Mięsna, 9.

[117] D. Rycombel (2001): Reżim importowy wieprzowiny i wołowiny w Polsce i w UE. Gospodarka Mięsna, 8.

W 2020 r. światowy eksport wołowiny wyniósł 10 805 tys. ton i był mniejszy niż rok wcześniej, kiedy jego poziom był rekordowy. O spadku eksportu zadecydował głównie spadek eksportu z Indii (o 14,1%), Australii (o 15,1%), USA i Kanady (po 2,3%) oraz z Urugwaju (o 5,5%). Wzrost eksportu dotyczył głównie Brazylii (o 9,3%) oraz Nowej Zelandii (o 2,4%). Brazylia wyeksportowała ok. 25% swojej produkcji wołowiny, a tym ok. 60% stanowi eksport do Chin i Hongkongu.

Rynki azjatyckie dominują także w eksporcie wołowiny z USA. Do najważniejszych rynków zalicza się Japonię, Koreę Południową, Hongkong i Tajwan. Eksport do Chin był trzykrotnie większy niż przed rokiem, natomiast zmniejszył się do Japonii (o 2,0%), Korei Południowej (o 4,0%) i Hongkongu (o 7,0%).

W 2020 r. eksport produktów wołowych z UE-27 do krajów trzecich wyniósł 1127 tys. ton, w tym mięsa 571,5 tys. ton. Eksport wszystkich produktów wołowych był o 1,2% mniejszy niż rok wcześniej, a mięsa wołowego o 0,9%. Największymi eksporterami były takie kraje jak Irlandia, Holandia, Polska, Hiszpania i Niemcy. W 2020 r. eksport z Irlandii był większy niż w 2019 r. o 0,5%, z Holandii mniejszy o 16,4%, z Polski większy o 7,4%. Eksport produktów wołowych z Polski stanowił 8,6% całego eksportu z UE-27 (w 2019 r. było to 7,9%). Eksport mięsa z Polski stanowił 11,1% eksportu z UE-27 do krajów trzecich (w 2019 r. było to 10,9%).

Kraje UE-27 najwięcej produktów wołowych sprzedały w Izraelu, Hongkongu, Ghanie, na Filipinach, w Algierii, Bośni i Hercegowinie oraz Libanie. Łączny eksport do tych krajów stanowił 44% eksportu unijnego do krajów trzecich. Mięso wołowe sprzedawane było głównie w Bośni i Hercegowinie, Izraelu i na Filipinach. Łączny eksport do tych krajów stanowił 24,8% eksportu unijnego do krajów trzecich.

Światowy import wołowiny wyniósł w 2020 r. 9353 tys. ton i był o 5,9% większy niż rok wcześniej (kolejny rekordowy poziom). O wzroście importu zadecydował przede wszystkim dynamiczny wzrost w Chinach i Hongkongu. W Chinach import wołowiny zwiększył się w skali roku o 27,8%, a w Hongkongu o 44,1%. Główną przyczyną wzrostu importu wołowiny do Chin była choroba ASF u świń i wysokie ceny wieprzowiny.

W innych krajach azjatyckich takich, jak Japonia czy Korea Południowej import wołowiny obniżył się w skali roku odpowiednio o 2,5% i 0,2%. Spadek importu miał związek z zamknięciem restauracji i innych obiektów żywienia zbiorowego, bardzo popularnych w tych krajach. W rezultacie ceny wołowiny obniżyły się. W Korei Południowej w 2020 r. ceny wołowiny chłodzonej z Australii były niższe niż w 2019 r. o 8,1%, a wołowiny mrożonej z USA o 1,8%. Cena tradycyjnej wołowiny koreańskiej Hanwoo była natomiast wyższa w 2020 r. o 16,7% niż w 2019 r. Pomimo wysokiej konkurencyjności importowanej wołowiny, jej import jednak zmalał.

W 2020 r. w porównaniu z 2019 r. import wołowiny do USA wzrósł o 9,3%, a do Rosji o 9,5%. W UE import produktów wołowych wyniósł 307 tys. ton i był o 20,5% mniejszy

niż w poprzednim roku. Największymi importerami były w kolejności takie kraje jak Holandia, Włochy i Niemcy, a więc kraje należące do czołówki producentów i eksporterów wołowiny. W 2020 r. import do Holandii zmniejszył się o 18,6%, do Włoch o 19,7%, a do Niemiec o 15,7%.

Opłacalność eksportu można analizować w trzech aspektach: (a) porównania cen w eksporcie z cenami na rynku krajowym, (b) porównania z cenami w eksporcie tych państw, które stanowią rynek zbytu dla sprzedawanego przez Polskę mięsa i żywca wołowego, (c) omówienia stosowanej przez państwa importujące taryfy celnej.

5.1. Ogólne uwarunkowania polskiego handlu zagranicznego żywnością

Celem polityki handlu zagranicznego powinno być tworzenie warunków dla optymalizacji struktury towarowej i geograficznej polskiej wymiany międzynarodowej z punktu widzenia jej końcowego efektu. Analizując nakłady i wyniki polskiego sektora rolno-spożywczego w cenach rynku światowego, stwierdzamy, że ten sektor nie wykazuje na ogół przewag komparatywnych. Uwidoczniają się one, jeśli za podstawę takich wyliczeń przyjąć ceny w UE. W miarę upływu czasu margines tych korzyści zmniejsza się zarówno jako skutek dynamiki cen w Polsce, jak i zmian zachodzących w mechanizmach samej UE. Generalnie większe przewagi wykazują niektóre działy przetwórstwa rolnego, niż samo rolnictwo. Można przyjąć, że największe korzyści względne występują w Polsce w zakresie tych produktów, których eksport jest znaczny i rozwija się lub tych, których import odgrywa marginalną rolę w kształtowaniu ogólnej podaży rynkowej. Ocena bieżących obrotów handlu zagranicznego towarami rolno-żywnościowymi w Polsce ma więc istotne znaczenie dla określenia ich perspektyw rozwojowych.

Prowadzone w IERiGŻ-PIB badania pozwoliły sformułować następujące wnioski, dotyczące ogólnych uwarunkowań polskiego handlu żywnością[118]:

1. Polskie rolnictwo jest słabo powiązane z gospodarką światową. Poza nielicznymi wyjątkami, jest to głównie handel nadwyżkami, a nie eksport wyspecjalizowanych towarów. Cechuje go zmienność asortymentowa, rozdrobnienie firm handlowych, duży udział pośrednictwa.
2. Niedostateczny rozwój infrastruktury rynku rolnego w Polsce, mimo niewątpliwego postępu w tej dziedzinie, stanowi jedną z głównych barier w integracji polskiego sektora żywnościowego z rynkiem światowym. Rozwój sieci rynków hurtowych, grup

[118] G. Dybowski (2003): Zmiany w handlu zagranicznym artykułami rolno-spożywczymi po wejściu Polski do UE. Wyd. CSRS, Warszawa, s. 1.

marketingowych itp., służących poprawie przygotowania partii eksportowych, powinien sprzyjać wzrostowi potencjału eksportowego polskiego sektora rolno-spożywczego.

3. Zasadniczym problemem w rozwoju eksportu rolno-żywnościowego jest zwiększenie przetwórstwa żywności oraz kontynuacja procesów modernizacyjnych zmierzających do redukcji istniejącej luki technologicznej oraz poprawy jakości oferty handlowej.
4. Mimo tendencji do rozwoju współpracy regionalnej, zwiększać się będzie otwartość handlu międzynarodowego żywnością w skali globalnej. W długim okresie będzie to oddziaływać na wyrównywanie się poziomów cen. Z tego powodu konkurencja będzie przesuwać się z płaszczyzny cenowej do sfery pozacenowej, obejmującej m.in.: warunki handlu, jakość towaru, relację jakości do ceny, sprawność obsługi obrotów handlowych, terminowość dostaw, zdolność do udzielania kredytu kupieckiego.
5. W interesie Polski leży utrwalanie policentrycznego modelu handlu zagranicznego żywnością. Polską ofertę eksportową łatwiej będzie ulokować, jeśli będzie adresowana do wielu rynków zbytu o różnych preferencjach i wymaganiach.
6. W obecnych warunkach Polska udziela więcej koncesji w handlu rolno-spożywczym, niż jest w stanie sama wykorzystać, a swoboda polskiego rządu w kształtowaniu polityki handlu zagranicznego została w praktyce ograniczona. Mimo licznych pozytywnych efektów, nie udało się w sposób znaczący poprawić konkurencyjności polskiego eksportu rolno-żywnościowego.
7. Dla właściwej promocji eksportu niezwykle istotne jest rozwijanie systemów i instytucji działających w sferze informacji rynkowej, wykorzystujących nowoczesne techniki komunikowania się. Zapewnia to bowiem możliwość szybkiego przełożenia sygnałów płynących z rynku na decyzje produkcyjne podejmowane w sektorze rolno-żywnościowym. W wysoko rozwiniętych krajach to państwo odgrywa wiodącą rolę w tworzeniu i wspieraniu takich systemów, co jest traktowane jako szczególna forma interwencjonizmu państwowego.

W wyniku wejścia do UE Polska uzyskała ponad 10-krotnie większy rynek zbytu dla swego eksportu, niż otworzyła dla importu z innych krajów członkowskich rozszerzonej Wspólnoty. Tym bardziej że w większości przypadków ceny są w Polsce niższe od przeciętnych w UE, a ponadto w wyniku integracji nastąpiła redukcja kosztów produkcji zwierzęcej bazującej na paszach zbożowych. Przyczyniło się to do wzrostu konkurencyjności tych produktów[119].

Jednocześnie jednak korzyści skali działały na niekorzyść polskich producentów rolnych. Brak pełnych dopłat bezpośrednich dla polskich rolników od momentu akcesji oznaczało, że znacząca poprawa poziomu ich dochodów, a tym samym zdolności konkurowania na wewnętrznym rynku Wspólnoty, nastąpiło dopiero w późniejszych latach.

[119] Ibidem, s. 2.

Zmiany w obrotach handlu zagranicznego mięsem, jakie nastąpiły po akcesji Polski do UE, nie były zbyt znaczące. Zarówno w przypadku wieprzowiny, jak i wołowiny były one uwarunkowane poprawą jakości oferty handlowej i zmianami organizacyjnymi (znakowanie, paszporty zwierząt, uszczegółowienie zapisów taryfy celnej).

Po akcesji zwiększyły się potencjalne możliwości rozwoju obrotów wewnętrznych wołowiną. Jednakże perspektywa podniesienia cen tego mięsa na polskim rynku oznaczała zmniejszenie naszej konkurencyjności. Wołowina pozostała jednak mięsem relatywnie drogim, dlatego nie było większego zagrożenia nadmiernym wzrostem jej importu[120].

Generalnie możliwości rozwoju eksportu poza UE należało ocenić jako relatywnie niewielkie, a ich uruchomienie wiązało się z koniecznością pokonania licznych trudności i barier. Tym niemniej Polska mogła w pewnym stopniu wykorzystać swą pozycję „bramy" do Europy Wschodniej (Rosja, Ukraina, Białoruś), opartą na znaczeniu portu w Gdańsku oraz tranzytu przez nasz kraj towarów przywożonych do portu w Hamburgu. W ten sposób w strumień towarów płynących z Zachodu na Wschód mogły stopniowo włączać się produkty polskie. Polskie firmy mogły też przejmować efektywną dystrybucję i eliminować pośredników, tworząc związki strategiczne z lokalnymi wschodnimi dystrybutorami (hurtownikami i detalistami) działającymi w kraju importera. Taka strategia umożliwiła „wciąganie" towaru na dany rynek zbytu przez importera, zamiast „wpychania" go przez eksportera.

Promocja eksportu polskiej żywności na rynki bardziej odległe wymagała znacznych nakładów, a także konsolidacji producentów dla zapewnienia większych partii towarów na eksport o gwarantowanej jakości. Ogromny rynek zbytu stanowią tu Chiny. Jest to jednak rynek bardzo trudny, charakteryzujący się dużym protekcjonizmem, rozbudowanym systemem licencji i kwot importowych, a także skomplikowanymi oraz kosztownymi procedurami wprowadzania towaru do obrotu handlowego. Bardziej korzystne jest inwestowanie w licznych strefach uprzywilejowanych.

Ameryka Północna jest również rynkiem trudnym dla polskich eksporterów żywności. Występuje tam bardzo wysoki poziom samowystarczalności, a silna konkurencja przyczynia się do redukcji poziomu cen. Koszty promocji są wysokie. Specyfiką tego rynku są potężne sieci supermarketów i firm dystrybucyjnych konkurujące między sobą. Towary eksportowane na ten obszar muszą nie tylko charakteryzować się wysoką jakością, ale także ciągłością i rytmicznością dostaw, większym stopniem przetworzenia, łatwością przygotowania do spożycia. Ponadto wprowadzenie do obrotu handlowego jakiegoś towaru, oznacza w praktyce wyparcie z rynku innego o podobnych cechach. Ważną rolę w rozwoju eksportu może tu natomiast odegrać rynek etniczny.

[120] Ibidem, s. 5–10.

Zwiększenie obecności polskiej żywności na rynkach krajów ASEAN także było trudnym zadaniem. Konsumenci są tam przyzwyczajeni do ofert znanych, światowych firm, a konkurencja dotyczy przede wszystkim szybkości dostaw i niskiego poziomu cen.

O perspektywach rozwoju eksportu polskiej żywności poza obszar rozszerzonej UE zadecydowały takie czynniki, jak: możliwość dostosowania oferty eksportowej do struktury i specyfiki popytu, konkurencja ze strony innych dostawców, poziom możliwych do uzyskania cen, koszty transakcyjne całego przedsięwzięcia, skala potencjalnych korzyści w relacji do kosztów promocji. Należy więc odróżniać doraźne, koniunkturalne możliwości lokowania pewnych nadwyżek towarów rolno-spożywczych na niektórych rynkach od długookresowych strukturalnych możliwości rozwoju eksportu wymagających podjęcia i prowadzenia planowych i ciągłych działań promocyjnych. W tym ostatnim sensie możliwości rozwoju eksportu żywności z Polski poza obszar UE upatrywać można głównie na rynkach byłego ZSRR oraz, w ograniczonym zakresie, na rynku północnoamerykańskim.

W wyniku przyjęcia podstawowych instrumentów WPR w sektorze wołowiny, w tym instrumentów ekonomicznych oraz kryteriów jakości, na polskim rynku nastąpił wzrost cen tego gatunku mięsa. Poprawa jakości produkowanej w Polsce wołowiny i specjalizacja gospodarstw w mięsnym użytkowaniu bydła zależała od liczby przyznanych Polsce premii kompensacyjnych.

Wołowina pozostaje mięsem relatywnie drogim, w tym zwłaszcza w porównaniu do drobiu. W Polsce import wołowiny może wzrosnąć tylko w warunkach większego popytu spowodowanego wzrostem dochodów niektórych grup społeczeństwa, zaufaniem konsumentów do tego gatunku mięsa oraz łatwiejszym dostępem do wołowiny kulinarnej. Unia Europejska z uwagi na wspieranie tego sektora przy udziale instrumentów ekonomicznych (cen, premii) stosuje bardzo wysoką ochronę rynku przed importem z państw trzecich. Sukcesywnej redukcji stawek celnych towarzyszy obniżenie cen urzędowych (interwencyjnych, bazowych), tj. cen które kształtują poziom cen rynkowych. W rezultacie zredukowane stawki celne pozwalają na skuteczną ochronę przed importem. Preferencje celne wynikające z umów bilateralnych zawartych przez UE z ugrupowaniami, takimi jak APC (kraje Afryki, Pacyfiku, Karaibów), oraz z poszczególnymi państwami, np. z Turcją, San Marino, nie stanowią podstawy do wzrostu importu. Unia Europejska w umowach bilateralnych przyznała preferencje celne głównie krajom rozwijającym się, które często na światowym rynku występują w roli importerów netto tego gatunku mięsa.

5.2. Uwarunkowania w eksporcie żywca i mięsa wołowego

Eksport wołowiny w okresie największego spadku wolumenu sprzedaży był opłacalny. Świadczy o tym porównanie cen zbytu i cen detalicznych z cenami uzyskiwanymi w eksporcie. Dla przykładu w 1992 r. cena detaliczna mięsa wołowego bez kości wynosiła 0,43 zł/kg, a cena w eksporcie 0,55 zł/kg. W 1994 r. odpowiednio 0,78 i 1,1 zł/kg. Takie tendencje występowały również w następnych latach[121].

Jedną z przyczyn spadku eksportu przy utrzymującej się jego opłacalności było zniesienie subsydiów. Średnie ceny w polskim eksporcie mięsa wołowego wzrosły z 1,4–1,5 USD/kg w II połowie lat 80. do 2,5–3,7 USD w latach 1992–1994. Polska przestała być konkurencyjna cenowo w stosunku do eksporterów z UE. O ile w II połowie lat 80. ceny w naszym eksporcie wołowiny były o 43–56% niższe od cen uzyskiwanych w eksporcie tego gatunku mięsa przez Francję, o tyle w latach 90. kształtowały się na zbliżonym poziomie. Dla przykładu w latach 1992–1994 średnie ceny wołowiny w eksporcie z Francji wahały się od 2,8 do 3,1 USD/kg, a w eksporcie do Niemiec wynosiły 2,6–2,7 USD/kg. Warto podkreślić, że cena w eksporcie do Francji i Niemiec stanowi średnią cenę w eksporcie między krajami członkowskimi UE oraz krajami trzecimi. Spadek eksportu wołowiny nastąpił w okresie wejścia w życie umowy stowarzyszeniowej. Od 1992 r. eksport mięsa wołowego realizowany był w ramach kontyngentów taryfowych ze zredukowanymi stawkami celnymi. Mimo że kwoty były niewielkie to ich wykorzystanie z roku na rok jeszcze malało – z 31% w 1992 r. do 9% w 1994 r.

Powodem niewykorzystania tych kwot było m.in. uzyskiwanie wyższych cen za wołowinę w Szwecji. Ceny płacone polskim eksporterom za wołowinę w krajach EFTA były o 35–50% wyższe od uzyskiwanych w UE. Po przystąpieniu Szwecji do UE zwiększył się stopień wykorzystania kwot taryfowych – do 55% w 1995 r. i 27% w 1996 r. Obniżenie w 1996 r. eksportu mięsa wołowego było związane z wystąpieniem BSE i niższym popytem na wołowinę ze strony UE.

Drugim czynnikiem poważnie ograniczającym możliwości lokacyjne Polski na rynkach UE była stosowana przez te kraje taryfa celna. Unia Europejska jest regionem nadwyżkowym w produkcji wołowiny. Z tego powodu w przypadku tego gatunku mięsa stosowała znacznie wyższy poziom ochrony rynku niż przy imporcie mięsa wieprzowego. W latach 80., a także na początku lat 90., rynek wołowiny w UE chroniony był przed importem opłatami wyrównawczymi i cłami. Od 1 lipca 1995 r. zgodnie z zasadami obowiązującymi członków Światowej Organizacji Handlu, opłaty wyrównawcze zostały staryfikowane[122].

---

[121] D. Rycombel (1998): Czynniki warunkujące…, op. cit., s. 50 i nast.

[122] Ibidem. Por. D. Rycombel (2000): Perspektywy rozwoju polskiego eksportu wieprzowiny i wołowiny. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

Taryfa celna przy imporcie wołowiny składała się z dwóch elementów: opłaty taryfowej i cła. Dla przykładu w sezonie 1995/1996 ta opłata dla mięsa wołowego mrożonego bez kości wynosiła 446,7 ECU/100 kg, a ćwierci przednich 207,7 ECU/100 kg. Dodatkowo poza opłatą taryfową obowiązywało cło w wysokości 18,8% niezależnie od asortymentu wołowiny. Dla porównania, przy imporcie mięsa wieprzowego obowiązywały tylko opłaty taryfowe zróżnicowane w zależności od kategorii sprowadzanego mięsa, z tym że poziom ich był niższy. W sezonie 1995/1996 opłata taryfowa dla półtusz wieprzowych wynosiła 78,8 ECU/100 kg. Przy tak wysokim poziomie ochrony rynku, eksport mięsa wołowego po przekroczeniu polskiej granicy stał się nieopłacalny. Jednocześnie partie wysyłanego mięsa musiały być zgodne ze standardami obowiązującymi w UE i pochodzić z zakładów mięsnych mających uprawnienia do eksportu. System ochrony rynku oraz wymagania co do jakości importowanego mięsa stosowane przez kraje WNP, były nieporównywalnie łagodniejsze niż w UE. Jednak Polska otrzymywała bardzo niskie ceny przy sprzedaży na ten rynek. W latach 1991–1994 wynosiły one przeciętnie ok. 1 USD/kg, co sprawiało, że eksport wołowiny do tego regionu był nieopłacalny. Wyższe ceny otrzymywała Polska przy sprzedaży konserw wołowych (1,17–1,60 USD/kg), dlatego eksport tego asortymentu do WNP zaczął szybko się rozwijać.

Poziom cen w eksporcie pobudzał sprzedaż bydła na rynki zagraniczne przy utrzymujących się tendencjach spadkowych w pogłowiu. W latach 90. średnie ceny w eksporcie bydła oscylowały w granicach 2 USD/kg wagi żywej i były wyższe od krajowych cen skupu bydła, które w tym okresie wynosiły, w wyrażeniu dolarowym, 0,90–0,98 USD/kg wagi żywej.

W zależności od rynku zbytu i asortymentu sprzedaży występowało zróżnicowanie cen. Najwyższe ceny otrzymywała Polska za cielęta i bydło opasowe eksportowane do państw UE. Dla przykładu w latach 1992–1996 średnie ceny w eksporcie cieląt do Włoch kształtowały się w granicach 1,9–2,5 USD/kg wagi żywej, wobec krajowych cen skupu 1,2–1,9 USD/kg. Ceny za bydło opasowe były niższe i wynosiły 1–1,5 USD/kg wagi żywej. Na najniższym poziomie kształtowały się ceny za bydło rzeźne eksportowane na Bliski Wschód. Dla przykładu w 1992 r. cena w eksporcie bydła do Turcji wynosiła 0,60 USD/kg wagi żywej i była zbliżona do średniej krajowej ceny skupu. Stąd eksport bydła rzeźnego zaczął występować incydentalnie i obejmował niewielką liczbę sztuk. Przedmiotem sprzedaży stało się prawie wyłącznie bydło opasowe i cielęta, a rozwojowi ich eksportu sprzyjało wejście w życie umowy o stowarzyszeniu, która przyznała Polsce ulgi w obciążeniach granicznych. Eksport tych kategorii wagowych bydła był opłacalny nie tylko dla Polski, ale też dla państw UE, które stały się głównym ich odbiorcą. Dla przykładu we Włoszech średnie ceny otrzymywane przez producentów za bydło w latach 1992–1994 kształtowały się w granicach 2,3–2,9 USD/kg wagi żywej. Włochy są największym rynkiem zbytu bydła eksportowanego z Polski do UE. Należy podkreślić, że obciążenia

graniczne poza ustalonym kontyngentem są bardzo wysokie. W sezonie 1995/1996 wynosiły one 136,7 ECU/100 kg wagi żywej i 15% cła, co sprawiało, że eksport bydła i cieląt od momentu wejścia umowy o stowarzyszeniu kształtował się na poziomie przyznanego kontyngentu (340–350 tys. sztuk rocznie).

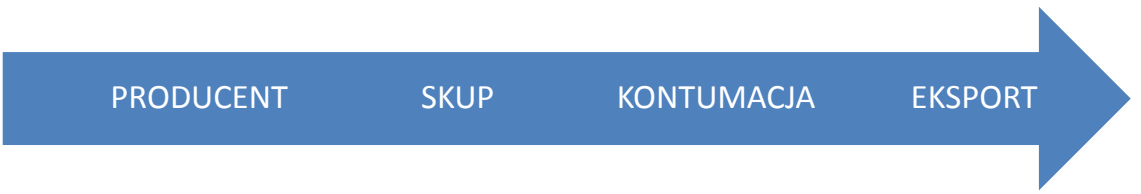
W latach 90. zmniejszyła się konkurencyjność cenowa Polski w eksporcie mięsa wołowego, gdyż podstawowe znaczenie w strukturze geograficznej eksportu miały państwa UE, które dysponowały dużymi nadwyżkami wołowiny. Stąd m.in. pojawiły się trudności w lokowaniu tego gatunku mięsa na rynkach unijnych, mimo że dla producentów krajowych transakcje eksportowe były opłacalne. Sprzedaż bydła opasowego i cieląt była opłacalna zarówno dla producentów krajowych, jak i dla odbiorców zagranicznych. Zakup bydła opasowego i cieląt pozwala odbiorcom zagranicznym na dotuczanie ich i ubój, w zależności od potrzeb wynikających z bilansu mięsa.

5.2.1. Organizacja eksportu mięsa i żywca wołowego

W latach 90. nastąpił proces demonopolizacji przedsiębiorstw handlu zagranicznego. W początkowym etapie proces ten należy uznać za swojego rodzaju barierę ograniczającą możliwości eksportowe Polski. Przed urynkowieniem gospodarki, państwowe przedsiębiorstwa handlu zagranicznego posiadały monopol na eksport artykułów mięsnych – 22 zakłady mięsne miały licencję USA i 7 licencję UE. W okresie przechodzenia do gospodarki rynkowej nastąpił rozpad monopolu sektora publicznego w eksporcie. Wiele firm utraciło swoją dawną pozycję. Powstało dużo nowych firm handlu zagranicznego, które często konkurowały między sobą. Same zakłady mięsne także mogły być eksporterem. Z tym że w wielu przypadkach niska skala eksportu sprawiała, że trudno im było pozyskać stałego kontrahenta. Ich pozycja była słaba, zwłaszcza w stosunku do dobrze zorganizowanych firm z UE. Proces demonopolizacji handlu zagranicznego miał większe znaczenie dla organizacji eksportu żywca wołowego niż dla organizacji eksportu mięsa. Wejście w życie umowy o stowarzyszeniu między Polską a UE wymagało dostosowania ze strony Polski oferty towarowej do wymagań unijnych. Wymagania te dotyczyły standardów wagowych, jak też jakości żywca będącego przedmiotem eksportu. Ustalone w umowie przejściowej kontyngenty taryfowe odnosiły się do buhajków ras mięsnych i mięsno-mlecznych, o określonych kryteriach wagowych. Przedmiotem eksportu mogło być wyłącznie bydło opasowe o masie 160–300 kg i cielęta do 80 kg. Doszło do rozbieżności wymagań między rynkiem krajowym a eksportem. Do skupu krajowego kierowane było przede wszystkim bydło rzeźne, a na eksport bydło opasowe. Skup żywca wołowego przestał być alternatywną formą skupu krajowego. Nowe firmy stanęły przed problemem organizacji skupu w warunkach spadku pogłowia i dużej dekoncentracji podaży. Generalnie zaczęły dominować dwie formy organizacji eksportu: (a) firmy eksportowe

współpracujące z jednostkami zajmującymi się skupem, (b) firmy zajmujące się skupem prowadzące jednocześnie jego eksport. W obydwu przypadkach w organizacji eksportu występowały te same ogniwa (rys. 10).

Rysunek 10. Ogniwa w eksporcie mięsa



Źródło: D. Rycombel (1998): Czynniki warunkujące eksport mięsa i żywca wołowego. Gospodarka Mięsna, 9, s. 50 i nast.

W latach 90. organizacja kontumacji sprowadzała się do gromadzenia bydła w bazie i grupowania według kryteriów wagowych. Do tego celu wykorzystywane były punkty skupu, bazy POHZ oraz bazy tworzone w dawnych PGR i gospodarstwach indywidualnych. Proces demonopolizacji przedsiębiorstw handlu zagranicznego i transformacji sektora uspołecznionego doprowadził do zaniechania właściwej kontumacji, polegającej na skupie bydła i dotuczaniu go do masy eksportowej. Taka forma organizacji kontumacji wymagało zaangażowania środków finansowych. Nowe, małe firmy handlu zagranicznego, nie były w stanie angażować środków finansowych w organizowanie właściwej kontumacji odpowiadającej naszym warunkom produkcyjnym (mała koncentracja) i w prace nad poprawą jakości żywca (rozwój ras mięsnych). W tym okresie zaczęła być ponownie organizowana właściwa kontumacja, jednak zakres jej był ograniczony. Prowadziły ją firmy włoskie, a polskie firmy skupujące pełniły funkcję usługową. Prowadzenie kontumacji na przedstawionych zasadach podjęły również polskie duże firmy eksportowe. Opas bydła od masy powyżej 100 kg do 300 kg charakteryzował się niską ekonomiczną efektywnością, jednak ta forma kontumacji wydaje się najbardziej optymalną formą organizacji skupu na potrzeby eksportu. Firma eksportowa ma wpływ na jakość żywca przeznaczanego do sprzedaży oraz na kontrolowanie całego procesu opasu.

Problem skali i organizacji skupu na potrzeby eksportu był integralnie związany z kwestią kontyngentu ilościowego przyznanego w umowie przejściowej. Należy podkreślić, że prawo do korzystania z preferencyjnych stawek celnych w ramach tego kontyngentu miała nie tylko Polska, ale też Czechy, Słowacja, Węgry. Biorąc pod uwagę dużą konkurencyjność cenową na poziomie producenta, szacuje się, że Polska wykorzystywała ten kontyngent w 80%. Są to jednak dane szacunkowe, gdyż w Polsce nie był oficjalnie kontrolowany stopień wykorzystania tego kontyngentu. Procesowi demonopolizacji przedsiębiorstw handlu zagranicznego towarzyszyło ograniczenie informacji

rynkowej z zakresu eksportu bydła. Kwestia ta odnosiła się do cen płaconych przez eksporterów polskim producentom za bydło, liczby sztuk eksportowanych na poszczególne rynki, danych o firmach prowadzących działalność handlową na naszym rynku. Stworzenie rzetelnej informacji rynkowej nabiera coraz większego znaczenia.

5.2.2. Perspektywy rozwoju eksportu mięsa i żywca wołowego

W Polsce bydło użytkowane było dwukierunkowo i występowała rozbieżność między wymaganiami rynku krajowego a wymaganiami eksporterów. Podjęte zostały prace nad rozwojem mięsnych ras bydła w ramach programu hodowli bydła mięsnego. Przewidywano, że ok. 500 tys. krów będzie znajdowało się w stadach ukierunkowanych na produkcję wołowiny i nie będzie brało udziału w produkcji mleka. Stada te miały się składać się z bydła czystorasowego i mieszańców o różnym udziale ras mięsnych. Odradzały się formy organizacji skupu w postaci kontraktacji, w których określone były zasady chowu i opasu bydła. Duży nacisk położony był na rozwój ekstensywnego chowu bydła. Istotną kwestią o podstawowym znaczeniu był monitoring handlu zagranicznego i jego promocja.

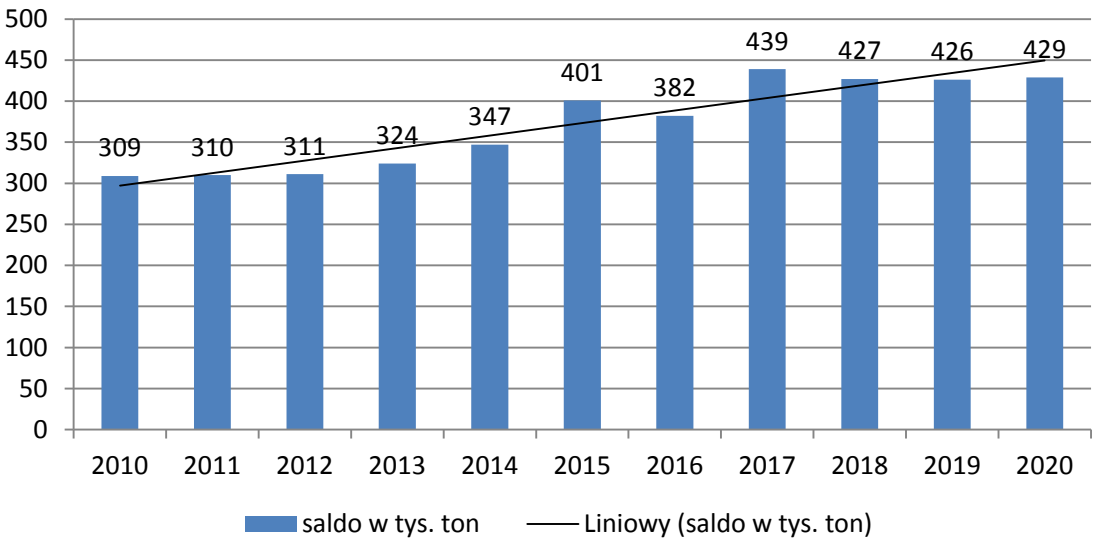
Dostosowanie się Polski do obowiązujących w UE zasad regulacji rynku wołowiny wymagało przede wszystkim przyjęcia norm i standardów obowiązujących w unii. We wcześniejszym okresie inne normy obowiązywały przy produkcji na potrzeby rynku krajowego, a inne były stosowane przy eksporcie na rynki UE. Rynek wołowiny w UE odznaczał się nieporównywalnie większym stopniem protekcji niż w Polsce. Ta kwestia odnosiła się do trzech obszarów: produkcji, przechowalnictwa, eksportu.

Dla Polski, jako przyszłego członka UE, jedną z podstawowych kwestii było dostosowanie się do zasad interwencji na rynku wołowiny. Oznaczało to m.in. obligatoryjne przyjęcie i stosowanie cen interwencyjnych na żywiec wołowy. W Polsce ta forma wspierania producentów nie była stosowana. Obligatoryjne przyjęcie i stosowanie cen interwencyjnych wpłynęło na wzrost cen żywca wołowego na rynku krajowym oraz na zmianę relacji cen. Wcześniej w Polsce żywiec wołowy w relacji do żywca wieprzowego i drobiowego był tańszy aniżeli w UE.

Eksport produktów wołowych wyniósł w 2020 r. 458,2 tys. ton w wadze produktu, a jego wartość 1598 mln EUR. Jego wolumen ukształtował się na podobnym poziomie jak rok wcześniej (rys. 11). Uwarunkowania w handlu wołowiną były zmienne, a trudniejsze, zwłaszcza w okresie największych ograniczeń dotyczących gastronomii związanych z pandemią COVID-19. Znaczna część wołowiny jest lokowana w sektorze HoReCa. Rosja przedłużyła embargo na import produktów wołowych z UE (w tym z Polski) do końca 2021 r. Ograniczenie to nie wywarło większego wpływu na polski eksport, ponieważ udział Rosji w polskim eksporcie w roku poprzedzającym wprowadzenie embarga był

niewielki (ok. 3,6%). W konsekwencji udział Rosji w eksporcie produktów wołowych zmalał w 2020 r. niemalże do zera. Polskie produkty wołowe miały przewagę cenową na rynku unijnym, co ułatwiło przekierowanie niewielkiego eksportu na inne rynki zbytu.

Rysunek 11. Obroty handlu zagranicznego wołowiną w ekwiwalencie mięsa w latach 2010–2020 (w tys. ton)



Źródło: opracowanie własne na podstawie „Rynek Mięsa: stan i perspektywy" (wybrane numery z lat 2010–2021), Wyd. IERiGŻ-PIB oraz Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (2020): Polski handel zagraniczny podstawowymi produktami rolno-spożywczymi w 2019 r. Warszawa.

Do 2002 r. import wołowiny nie miał większego znaczenia w handlu zagranicznym wołowiną. W 2002 r. import żywca wołowego, mięsa, przetworów i podrobów wyniósł 3,7 tys. ton wobec 0,1 tys. ton w 2001 r. O wzroście importu zadecydował wzrost zakupów podrobów wołowych świeżych i chłodzonych. Polska zakupiła 3,4 tys. ton podrobów, w tym w UE 2,6 tys. ton. Import mięsa wołowego wyniósł 17,4 ton wobec 26,9 ton w poprzednim roku. Import konserw wołowych wzrósł z 27,4 do 54,9 ton. Mały popyt na wołowinę i niskie jej ceny na rynku krajowym zadecydowały o jej bardzo niskim imporcie.

W 2004 roku eksport żywca, mięsa i przetworów wołowych wyniósł ok. 105 tys. ton w ekwiwalencie mięsa i był o 12 tys. ton większy w porównaniu z 2003 rokiem. Import obniżył się o 2 tys. ton, tj. do poziomu 3 tys. ton. Dodatnie saldo obrotów handlu zagranicznego wołowiną wyniosło ok. 102 tys. ton wobec 87 tys. ton w 2003 r.

W 2020 r. import produktów wołowych wyniósł 64,8 tys. ton i był o 6,4% mniejszy niż rok wcześniej. O jego zmniejszeniu zadecydował przede wszystkim spadek przywozu żywca wołowego do 29,9 tys. ton w wadze produktu (z 33 tys. ton w 2019 r.). Dodatnie saldo obrotów handlu zagranicznego produktami wołowymi w ujęciu wartościowym wzrosło do 1431,0 mln EUR (z 1423,5 mln EUR w 2019 r.), zaś w ujęciu ilościowym wyniosło ok. 393,4 tys. ton.

5.2.3. Ceny wołowiny w polskim eksporcie

W Polsce niskie ceny wołowiny na rynku krajowym decydowały o redukcji pogłowia bydła, ale jednocześnie umożliwiały eksport wołowiny. W strukturze geograficznej eksportu dominowały państwa UE, w których ceny tego gatunku mięsa są wyższe niż w Polsce. Z uwagi na przyznane Polsce preferencje celne UE stanowiła główny rynek zbytu bydła opasowego i cieląt, a także mięsa wołowego świeżego i chłodzonego do państw Europy Środkowo-Wschodniej. Realizowany był przede wszystkim eksport bydła rzeźnego i mięsa wołowego mrożonego, którego wielkość zależała od jej zapasów w ARR[123]. Wówczas kiedy Agencja Rynku Rolnego dysponowała zapasami wołowiny mrożonej, nastąpił znaczący wzrost jej eksportu do Europy Środkowo-Wschodniej, w tym do Rosji.

W latach 1997–2002 ceny mięsa czerwonego w polskim eksporcie do państw Europy Środkowo-Wschodniej wykazywały tendencję spadkową, a w okresie kryzysu gospodarczego w Rosji były one niższe od krajowych cen skupu żywca. Kontynuowanie eksportu na ten rynek wymagało subsydiowania. Wprowadzenie przez Rosję kwot ilościowych w imporcie mięsa czerwonego oznaczało utrwalenie tendencji w zakresie uzyskiwanych przez Polskę cen i opłacalności eksportu. Możliwości polskiego eksportu zależały od polityki państwa. Podstawą tej polityki były refundacje eksportowe i dopłaty do prywatnego magazynowania mięsa czerwonego. Przyjęcie wymienionych instrumentów ułatwiło utrzymanie równowagi popytowo-podażowej na rynku przy udziale handlu zagranicznego.

Dominującą pozycję w strukturze wolumenowej eksportu produktów wołowych w 2020 r. zajmowała wołowina schłodzona, podobnie jak rok wcześniej, której udział wyniósł 59,1%. Głównym rynkiem zbytu produktów wołowych pozostała UE, której udział w wolumenie wywozu spadł z 87,7% do 81,5%. Eksport mięsa wołowego schłodzonego i mrożonego wyniósł 373,8 tys. ton w wadze produktu i był o 8,4 tys. ton mniejszy niż w 2019 r. O zmniejszeniu eksportu tego asortymentu zadecydował spadek wywozu do UE. Głównymi odbiorcami wołowiny wśród krajów niebędących członkami UE były: Izrael (12,9 tys. ton), Hongkong (4,3 tys. ton), Japonia (3,4 tys. ton) oraz Bośnia i Hercegowina (2,3 tys. ton).

Eksport mięsa wołowego do UE spadł o 7,0 tys. ton do 341,8 tys. ton w wadze produktu, w tym do państw piętnastki (w 2020 r. bez Wielkiej Brytanii) wyniósł 284,5 tys. ton, tj. o 23,9 tys. ton mniej niż przed rokiem. Około 2/3 wyeksportowanego mięsa wołowego zostało wywiezione do: Włoch (78,6 tys. ton), Niemiec (67,7 tys. ton), Holandii (40,4 tys. ton), Hiszpanii (26,1 tys. ton), Francji (22,1 tys. ton), Wielkiej Brytanii (18,6 tys. ton) i Grecji (13,0 tys. ton).

[123] D. Rycombel (2003): Sytuacja na rynku światowym a ceny w polskim eksporcie mięsa czerwonego. Gospodarka Mięsna, 9, s. 34 i nast.

Przeciętna cena mięsa wołowego schłodzonego w eksporcie wzrosła w 2020 r. o 0,6% (do 3,76 EUR/kg), z tego do UE spadła o 0,9% (do 3,66 EUR/kg), a cena wołowiny mrożonej zmniejszyła się o 2,4% (do 3,37 EUR/kg), w tym do UE wzrosła o 1,1% (do 3,43 EUR/kg). Jednym z głównych odbiorców wołowiny mrożonej eksportowanej z Polski wśród krajów trzecich był Izrael. Średnia cena wywozowa do tego kraju była znacznie wyższa od przeciętnej ceny wywozowej i wyniosła 5,53 EUR/kg.

Eksport konserw oraz schłodzonych i mrożonych podrobów w 2020 r. wyniósł 64,4 tys. ton, z czego ok. 64% trafiło do UE. Eksport konserw wołowych wzrósł o 3,7% do 28,3 tys. ton w wadze produktu, a podrobów o 17,4% do 36,2 tys. ton. Średnia cena konserw wołowych w eksporcie była o 0,1% niższa, niż w roku poprzednim i wyniosła ok. 4,04 EUR/kg.

W ciągu ostatnich 11 lat eksport bydła i cieląt stopniowo zmniejszał się. W 2020 r. eksport bydła i cieląt obniżył się o 4,2% do 48,4 tys. sztuk w porównaniu z 2019 r., a średnia waga w eksporcie była wyższa od ubiegłorocznej o 58 kg i wyniosła ok. 336 kg/szt. Wartość wywozu zwiększyła się o 24,9% do 44,4 mln EUR. Eksport cieląt spadł o 29,8% do 14,8 tys. sztuk, a przeciętna waga eksportowanego cielęcia wzrosła do 71 kg, przy równoczesnym zmniejszeniu się jego ceny o 8,8% do 179 EUR/szt. Eksport bydła i cieląt do UE-27 w porównaniu z rokiem poprzednim zmalał o 8,4% do 37,0 tys. sztuk, a do państw trzecich wzrósł o 12,7% do 11,4 tys. sztuk. Głównymi rynkami zbytu żywego bydła i cieląt w 2020 r. w UE były: Włochy (19,0 tys. sztuk), Hiszpania (7,2 tys. sztuk), Grecja (5,7 tys. sztuk), a z poza UE Uzbekistan (3,7 tys. sztuk), Rosja (2,5 tys. sztuk), Bośnia i Hercegowina (2,1 tys. sztuk). Średnia cena w eksporcie bydła i cieląt wzrosła w 2020 r. o 7,9% do 2,73 EUR/kg w.ż.

W wolumenie importu produktów wołowych w 2020 r., podobnie jak rok wcześniej, dominował żywiec wołowy z 46,2% udziałem. Jedynym rynkiem zaopatrzenia w bydło była UE, z której pochodziły wszystkie przywiezione zwierzęta. W 2020 r. import bydła i cieląt zmniejszył się o 25,0%. Import cieląt spadł o 33,0% do 32,8 tys. sztuk. Spadek importu cieląt był uwarunkowany m.in. pogorszeniem opłacalności chowu i pogorszeniem koniunktury w eksporcie, znaczna część polskiej produkcji jest przeznaczana bowiem na eksport. Głównymi rynkami zaopatrzenia w bydło i cielęta były: Litwa (33,0 tys. sztuk), Słowacja (26,8 tys. sztuk) oraz Holandia (15,4 tys. sztuk).

Udział mięsa wołowego spadł o 1,8 pkt. proc. do 33,4%. Przywóz mięsa wołowego wyniósł 21,6 tys. ton i był o 2,7 tys. ton mniejszy niż w 2019 r., przy spadku przeciętnej ceny o 1,7% do 3,38 EUR/kg. Mięso wołowe przywożono głównie z: Niemiec (4,6 tys. ton), Wielkiej Brytanii (4,1 tys. ton), Czech (2,6 tys. ton), Holandii (2,2 tys. ton), Włoch (1,9 tys. ton), Irlandii (1,6 tys. ton) i Litwy (1,3 tys. ton).

Udział konserw i podrobów w wolumenie przywozu wzrósł o 3,5 pkt. proc. do ok. 20,0%. Import konserw i podrobów wołowych zwiększył się o 13,2% do 12,9 tys. ton, w tym konserw wołowych o 5,8% i podrobów o 15,7%.

5.2.4. Ocena możliwości rozwoju eksportu mięsa z Polski, w tym do UE

Produkcja żywca rzeźnego (bez drobiowego) zajmuje ok. 30% wartości produkcji rolnictwa, zarówno końcowej, jak i towarowej. Tyleż samo stanowi udział w wydatkach polskich konsumentów żywności na zakupy mięsa, którego spożywa się w Polsce niespełna 76 kg na mieszkańca (licząc z podrobami – ok. 80 kg), w tym ok. 30 kg mięsa drobiowego. Eksport z Polski żywca mięsnego (rzeźnego), mięsa i przetworów oscyluje rocznie wokół 400 mln USD, co stanowi ponad 15% polskiego eksportu. Jest to bardzo mało, zważywszy na ciągle duży udział polskiego sektora rolno-żywnościowego w wartości produkcji krajowej brutto (np. ponaddwukrotnie wyższy niż w UE, odpowiednio ok. 5% i 2%)[124]. Głównym powodem relatywnie małej wartości polskiego eksportu mięsnego był względnie słabo rozwinięty i nie dostosowany do standardów krajów wysoko rozwiniętych – przemysł mięsny; np. udział przetworów mięsnych w ogólnej wartości polskiego eksportu wynosi zaledwie ok. 25%. Zatem dominował eksport surowcowy, tj. żywca i nieprzetworzonego mięsa. Raport Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi stwierdza, że w Polsce dominowały małe rzeźnie, a ubojem i przetwórstwem mięsa zajmowało się aż 4139 podmiotów[125].

Ogólnie biorąc, przemysł ten charakteryzował się, w porównaniu do Zachodu, niską koncentracją produkcji i niskim wykorzystaniem mocy przerobowych. Niski był również poziom standaryzacyjny przetwórstwa; zaledwie 48 zakładów mięsnych, w tym 6 chłodni, posiadało uprawnienia do eksportu na rynek UE. To były rzeczywiście poważne problemy rozwojowe, ale trzeba również podkreślić „drugą stronę medalu", mianowicie: duże rozdrobnienie zakładów mięsnych buforowało poniekąd problemy nieuporządkowanego w Polsce rynku mięsnego (skupu zwierząt rzeźnych), gdyż jednocześnie zakłady te były niejako bliżej rolnictwa. Było to ważne wobec likwidacji wielu spółdzielczych punktów skupu.

Niestety od 1999 r. spadała również wielkość eksportu mięsa czerwonego i podrobów (126,7 mln USD w 2000 r.) oraz mięsa drobiowego i podrobów (74,0 mln USD w 2000 r.). W porównaniu do 1997 r., kiedy eksport przetworów mięsnych był najwyższy, jego wielkość spadła aż ponad trzykrotnie w stosunku do 2000 r., kiedy wyniosła zaledwie 116,0 mln USD. Najbardziej niepokoiło to, że tendencja spadku eksportu zarówno mięsa, jak i przetworów, była niezwykle trwała. Inaczej mówiąc, z roku na rok eksportowaliśmy coraz mniej. Warto na marginesie powyższej analizy rozważyć, że wraz ze spadkiem eksportu przetworów mięsnych saldo w handlu tymi towarami również się pogarszało (np. w 1997 r. było najwyższe i wynosiło 337,3 mld USD, natomiast w 2000 r. było już tylko na poziomie 106,4 mln USD). Odwrotnie jest w handlu mięsem i podrobami – wraz

[124] J. Niemczyk (2001): Ocena możliwości rozwoju eksportu mięsnego z Polski, w tym do Unii Europejskiej. Mięso, 7–8, s. 23 i nast.

[125] Ibidem.

ze spadkiem eksportu saldo handlowe spada w mniejszym tempie i pozostaje na prawie niezmienionym poziomie (67,3 mln USD w 1999 r. i 66,6 mln USD w 2000 r.) dla mięsa czerwonego. Oznacza to, że na skutek załamania się na Wschodzie popytu na polski eksport mięsa, również import mięsa i podrobów do przerobu eksportowego się zmniejszył. Świadczy to o pogarszającej się koniunkturze dla polskiego przemysłu mięsnego i eksportu.

Generalnie biorąc, trzeba jednakże powiedzieć, że pewien wzrost eksportu mięsnego do UE nie rekompensuje spadku eksportu tych towarów do krajów byłego ZSRR. Na przykład spadek eksportu mięsa czerwonego i przetworów do tych krajów wyniósł (między 1998 a 2000 r.) – ok. 26 mln USD, tymczasem wzrost eksportu tych towarów do UE wyniósł w tych latach niespełna 4 mln USD). Spadek eksportu przetworów mięsnych do krajów byłego ZSRR wyniósł, między 1997 a 2000 r., aż ok. 270 mln USD, tymczasem wzrost eksportu tych towarów do UE wyniósł w tym czasie zaledwie ok. 12 mln USD.

Wobec utraty rynku byłego krajów ZSRR dla polskiego eksportu mięsnego był on kierowany również w nieco większej ilości do innych krajów i rynków światowych; np. między 1997 a 2000 r. wzrósł o ok. 6 mln USD eksport polskich przetworów mięsnych do USA.

Eksport produktów wołowych z Polski w 2021 r. może wynieść ok. 458 tys. ton w wadze produktu i ukształtuje się na podobnym poziomie jak przed rokiem. Hamująco na jego poziom może oddziaływać ewentualna czwarta fala pandemii COVID-19. W rezultacie mogą pojawić się ograniczenia w działalności wielu podmiotów sektora HoReCa. Kanał ten ma znaczny udział w handlu zarówno na rynku wewnętrznym, jak i zewnętrznym. Uwarunkowania handlowe na razie są lepsze niż rok wcześniej, ze względu na odmrażanie gospodarki. Oprócz tego nie można liczyć na odbudowę popytu ze strony Turcji, jednego z większych nabywców wołowiny w latach wcześniejszych. Pozytywnym czynnikiem oddziaływania na poziom eksportu będzie przewaga cenowa polskiej wołowiny na rynku unijnym. Duże znaczenie ma też uznanie Polski jako kraju o znikomym ryzyku wystąpienia BSE (w maju 2017 r.) i możliwość uboju rytualnego (orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego z grudnia 2014 r. co do niezgodności zakazu uboju rytualnego z Konstytucją). Wartość eksportu może wynieść ok. 1,7 mld EUR.

Import produktów wołowych może wynieść ok. 66,3 tys. ton i będzie ok. 2% większy niż w 2020 r. Główny składnik importu będzie stanowić bydło żywe. Nadwyżka ilościowa eksportu nad importem może wynieść ponad 396 tys. ton (w wadze produktu), a dodatnie saldo obrotów handlu zagranicznego produktami wołowymi może zwiększyć się do ok. 1,5 mld EUR.

Na tle powyższego omówienia nasuwa się kilka podstawowych wniosków odnoszących się do niezbędnych działań w polityce rolnej i eksportowej dla sektora mięsnego oraz możliwości jego rozwoju i rozwoju eksportu mięsnego:

- działania modernizacyjne i restrukturyzacyjne polskiego przemysłu mięsnego nie są w stanie zneutralizować zewnętrznych barier ograniczających polski eksport mięsny i powodujących jego kurczenie się z roku na rok;
- coraz częściej spotyka się opinie o niemożliwości odbudowy polskiego eksportu rolno-żywnościowego, w tym zwłaszcza mięsnego, do krajów byłego ZSRR, głównie do Rosji. Jednocześnie zakłada się, że rozwój polskiego eksportu mięsnego do UE, zrównoważy spadek eksportu do Rosji;
- oceniając możliwości pełnego dostosowania się polskiego przemysłu mięsnego do wymogów UE oraz wzrostu eksportu jego produktów, trzeba bardzo poważnie wziąć pod uwagę wspomnianą sytuację na światowych rynkach żywnościowych;
- oczywiście trzeba pamiętać, że efektywność przemysłu rolno-spożywczego, w tym mięsnego oraz rozwój eksportu mięsa i przetworów zależy, jak już wspomniano, od rozwoju bazy surowcowej, czyli rolnictwa, a także od optymalnego rozwoju i organizacji rynku wewnętrznego i zorganizowania pod kątem potrzeb rynkowych samych rolników. Jak wiadomo, procesy te, w tym powstawanie rolniczych grup producenckich, przebiegają dość opornie. Warto może w tym miejscu podkreślić, że np. rolnictwo irlandzkie daje ponad 5% dochodu narodowego (produkcji krajowej brutto), a więc relatywnie tyle co rolnictwo polskie;
- Światowa Organizacja Handlu i inne międzynarodowe agendy polityczne i gospodarczo-handlowe, np. Organizacja Narodów Zjednoczonych, nalegają nie tylko na obniżenie barier celnych i wsparcie produkcji rolniczej, w tym mięsnej, ale proponują również, np. pobudzenie eksportu mięsnego z krajów trzecich, poprzez wdrożenie standardów sanitarnych i fitosanitarnych oraz zwiększenie bezpieczeństwa żywnościowego w odniesieniu do mięsa i jego przetworów. Warto również podkreślić, że rośnie szybko produkcja mięsa w krajach rozwijających się (o dużym przyroście demograficznym), do których ewentualnie mógłby być kierowany polski eksport mięsny;
- wydaje się jednakże konieczne budowanie programu rozwoju eksportu rolno-żywnościowego, w tym mięsnego na Wschód, w różny sposób, np. poprzez rozwój wymiany barterowej, której zaniechaliśmy zupełnie, ułatwienie rozliczeń handlowych, rozwój gwarancji i kredytowania eksportowego itp.

Podsumowanie i wnioski

W niniejszym opracowaniu dokonano analizy zmian, jakie dokonały się na rynku wołowiny i cielęciny w okresie transformacji rynkowej w Polsce oraz w ostatnich kilkunastu latach, tj. określono uwarunkowania, jakie występują na rynku wołowiny i cielęciny w Polsce, jak jest on zorganizowany, jakie korzyści odnoszą z jego funkcjonowania uczestnicy rynku, a zwłaszcza rolnicy, czyli pierwotni producenci tego rodzaju mięsa. Określono, jaka jest rola państwa w tym sektorze rynku rolnego.

Wpływ upodobań, wymagań i preferencji konsumentów wynika z samej istoty wdrażania działań o charakterze marketingowym na każdym szczeblu wymiany towarowo-pieniężnej. W Polsce popularnością wśród konsumentów cieszyła się zawsze głównie wieprzowina. Zmieniają się jednak tradycje żywieniowe, konsumenci poszukują żywności o małej zawartości cholesterolu. Oczekiwania konsumentów może spełnić wołowina kulinarna, która oprócz małej zawartości niepożądanego cholesterolu, charakteryzuje się dobrą kruchością i smakowitością. Lekkostrawność i dobra soczystość czynią wołowinę kulinarną mięsem przydatnym do sporządzania potraw o szybkiej obróbce termicznej, która pozwala zachować walory dietetyczne wołowiny, nie niszcząc wartościowych składników pokarmowych. O jakości wołowiny decyduje także zawartość włókien kolagenowych, mały udział tłuszczu w tuszy oraz niski poziom pH i mała zawartość glikogenu. Otłuszczenie i umięśnienie zadecyduje o przynależności wołowiny do najwyższych klas mięsa.

To konsument decyduje, jaka wołowina będzie poszukiwana, a żeby tak się stało, musi on nabrać zaufania do producenta. Musi być przekonany, że wołowina jest produkowana w polskich gospodarstwach, z zachowaniem właściwych zasad żywienia i utrzymania bydła. Taka produkcja musi być jednolita i ciągła. Takie warunki może spełnić hodowla bydła czystych ras mięsnych oraz ich krzyżówek z krajowymi rasami, stopniowo przechodzącymi wypierająco w kierunku ras mięsnych. Zasadą mięsnego kierunku użytkowania bydła jest wykorzystanie krów tylko do rozpłodu i wychowu cieląt, zwykle przez 6–7 pierwszych miesięcy po ocieleniu. Zaletą chowu bydła mięsnego jest dobre wykorzystanie trwałych użytków zielonych, przy minimalnym zużyciu paszy treściwej oraz minimalizowanie kosztów produkcji ze względu na niewykonywanie prac związanych z dojem krów mlecznych.

W marketingu branży mięsnej niezwykle istotne jest kształtowanie aktywnej polityki cenowej. W sytuacji gdy nawet niewielkie przedsiębiorstwo tej branży dysponuje co najmniej kilkudziesięcioma pozycjami asortymentowymi, utrzymywanie rentowności na zadowalającym poziomie jest trudnym zadaniem. Koszty wytwarzania są znaczne – według różnych badań skala samych kosztów surowca pochłania od 60 do 80% ceny produktu wyjściowego. Poruszanie się tym samym w przedziale 20–40%, w celu pokrycia

pozostałych kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa, jest bardzo skomplikowane. Innym problemem jest szeroki asortyment produktów, które z racji specyfiki branży – muszą być wytwarzane, a nie zawsze cieszą się powodzeniem u konsumentów. W obliczu silnej konkurencji, zarówno małych, jak i dużych zakładów mięsnych, poszukiwanie optymalnych rozwiązań w sferze polityki cenowej często decyduje o przyszłości firmy. Liczne badania gospodarstw domowych przeprowadzone w Europie wykazują, iż maleje grupa osób kupujących produkty o cenach średnich. Wzrasta liczba klientów kupujących produkty tanie i drogie. Poważnym problemem przedsiębiorstw branży mięsnej są produkty nazywane „ogonami" – przynoszące straty. Wiąże się to z problemem wykorzystania i jakości dostępnych surowców. Jednym z możliwych rozwiązań jest wytwarzanie zupełnie nowych produktów. Niemniej jednak najczęściej konkurencja cenowa jest tak silna, że powoduje ona sprzedaż wielu produktów poniżej kosztów własnych.

Udział producenta wołowiny w cenach detalicznych produktów pochodzenia z żywca wołowego informuje o tym, jak długość kanałów dystrybucji, różnych ich rodzajów oraz występowanie różnych rodzajów pośredników wpływają na cenę końcową produktu. Relacje cen detalicznych artykułów żywnościowych do cen skupu produktów rolnych informują, jaką ilość produktu rolnego trzeba było sprzedać w skupie w celu nabycia po cenie detalicznej danego artykułu.

Uzyskane wyniki analiz pozwalają zauważyć, że relacja cen skupu żywca wołowego do cen detalicznych wybranych produktów pochodzenia wołowego w ciągu analizowanego okresu wzrastała.

Z przeprowadzonych analiz wypływają ponadto następujące wnioski szczegółowe:

1. Spożycie mięsa wołowego w Polsce utrzymywało się na niezbyt wysokim poziomie w latach 2015–2020.
2. W UE w przeciwieństwie do Polski zdecydowana większość mięsa wołowego pochodzi ze specjalnych mięsnych ras bydła. Jest to tzw. wołowina kulinarna, znacznie smaczniejsza, a przede wszystkim dużo łatwiejsza do przygotowania do spożycia. Spożycie mięsa wołowego w UE wynosi ok. 16 kg na mieszkańca i jest trzykrotnie większe niż w Polsce, gdzie nie przekracza 5 kg. Na zakup mięsa wołowego mieszkańcy UE wydają 10% wydatków na żywność ogółem. W Polsce wydatki na mięso wołowe wynoszą 3% wydatków na żywność ogółem.
3. W związku z przyjętą w Polsce technologią chowu bydła użytkowanego dwukierunkowo, wołowina uzyskiwana w Polsce jest znacznie gorszej jakości, niż wołowina kulinarna uzyskiwana z bydła ras mięsnych, utrzymywanych w krajach UE.
4. Ostatnie piętnastolecie jest okresem głębokich zmian w strukturze i sposobie funkcjonowania przetwórstwa żywności, w tym także przetwórstwa mięsnego. Już w pierwszej fazie transformacji w latach 1989–1991:

- ukształtował się rynkowy mechanizm regulacji w sferze obrotu i przetwórstwa mięsa,
- prywatne inwestycje w małe rzeźnie i przetwórnie, wywołane brakiem ograniczeń wejścia na rynek i wysoką rentownością obrotów, doprowadziły do rozdrobnienia przetwórstwa, zwłaszcza ubojów i do odtworzenia konkurencji. W ten sposób gospodarka niedoborów zastąpiona została przez trwałą nadwyżkę podaży nad popytem i wszystkie podmioty stanęły przed problemem bariery popytu.

5. Zjawiskiem charakteryzującym przemysł mięsny w okresie transformacji rynkowej był powrót do koncentracji przetwórstwa mięsnego. W latach 1992–1994, w okresie kryzysu tej branży pojawiły się trzy grupy firm: silne ekonomicznie, zagrożone i potencjalni bankruci. Pierwsza grupa tych firm w wyniku przekształceń i modernizacji faz decydujących o konkurencyjności oferty rynkowej wykazuje od lat silną tendencję wzrostu sprzedaży i zwiększa swój udział w rynku. W efekcie tych procesów wyłoniła się grupa liderów sektora, zarówno o globalnym charakterze, jak i lokalnych.
6. Rolnicy nieufnie podchodzą do zmian zachodzących na rynku wołowiny. Niewielki odsetek zamierza jedynie inwestować i rozwijać produkcję wołowiny z żywca krzyżówek mięsno-mlecznych.
7. Na rynku wołowiny dąży się do skracania kanałów dystrybucji, ze względu na krótki termin do spożycia produktów mięsnych. Im dłuższy kanał dystrybucji, tym większa końcowa cena detaliczna.
8. Rolnicy zajmujący się chowem bydła w celu produkcji wołowiny mają niewielką skłonność do zrzeszania się (spółdzielnie, grupy producenckie itp.). W związku z tym ich siła przetargowa jest słaba. Są raczej stroną pasywną w negocjacjach i przyjmują warunki zaproponowane przez kontrahentów.
9. Bariery wejścia na rynek mięsny są niskie, dlatego jest tak duże zagrożenie ze strony nowych konkurentów. Jednakże niska opłacalność produkcji zniechęca potencjalnych inwestorów. Sektor mięsny należy do wysoce konkurencyjnych w sensie wewnętrznej konkurencji między producentami tych wyrobów. Źródłami przewag konkurencyjnych na tym rynku są: szerokość oferowanego asortymentu, jakość produktów, sprawność kanałów dystrybucji, skala sprzedaży i udział w rynku. Do najczęściej stosowanych strategii konkurencji na tym rynku można wyróżnić: różnicowanie produktu i poszerzenia asortymentu, lidera kosztów i strategię koncentracji. Strategie te są stosowane przez jednostki o dobrej kondycji finansowej. W gorszej sytuacji ekonomicznej stosowane są strategie defensywne, polegające na unikaniu konkurencji.

10. Saldo w handlu zagranicznym wołowiną w okresie transformacji było dodatnie, ze względu na znikomą rolę importu wołowiny. Nie należy oczekiwać wzrostu importu w najbliższych latach w związku z niewielkim popytem krajowym.
11. W przypadku produkcji mięsa wołowego polskie stanowisko negocjacyjne było bardzo zbliżone do propozycji KE. Wyjątek stanowiła liczba premii dla krów-mamek, gdzie propozycja UE (premia dla 325,6 tys. sztuk) rażąco odbiegała od stanowiska polskiego (1500 tys. sztuk). Premie za ubój sztuk dorosłych i cieląt w zasadzie się pokrywały.
12. Integracja Polski z UE spowodowała znaczne zmiany na wielu rynkach branżowych. Wpłynęła w dużym stopniu na stronę popytu, jego strukturę i wielkość, ale przede wszystkim wywarła ogromny wpływ na stronę podaży na wszystkich rynkach, w tym zwłaszcza rolnych. Integracja wywarła największy wpływ na rynek wołowiny i cielęciny. Był to jeden z najbardziej objętych regulacjami rynek rolny. Wspieranie tego rynku odbywało się zarówno bezpośrednio na poziomie pierwotnego producenta wołowiny, tzn. rolnika, jak i na poziomie rynkowym (np. interwencja rynkowa). W kontekście integracji jest to rynek, który najwięcej zyskał, gdzie poprawiła się opłacalność chowu bydła na wołowinę oraz zauważana jest znaczna konkurencyjność polskiego rynku wołowiny i cielęciny w stosunku do wewnętrznego rynku unijnym.

Bibliografia

Adamowicz M. (1999): Konkurencja i konkurencyjność w agrobiznesie. Aspekty teoretyczne i praktyczne. Zagadnienia Ekonomiki Rolnictwa, 2–3.

Adamowicz M. (2000): Elastyczność podaży i popytu. [W:] E. Majewski, G. Dalton (red.), Strategiczne opcje dla polskiego sektora agrobiznesu w świetle analiz ekonomicznych. Wyd. SGGW, Warszawa.

Adamowicz M., Jasiulewicz A. (2003): Znakowanie produktów spożywczych jako instrument marketingu i zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego. Wyd. SGGW, Warszawa.

Adamowicz M., Król J. (1998): Ochrona konkurencji a rynek rolny. Wyd. SGGW, Warszawa.

Agencja Rynku Rolnego (2015): Prognoza cen rynkowych podstawowych produktów rolno-żywnościowych (październik). Warszawa.

Artyszuk H. (2000): Vademecum producenta wołowiny kulinarnej. Wyd. WODR, Gdańsk.

Bakier B., Meredyk K. (2000): Istota i mechanizm konkurencyjności. [W:] H. Podedworny, J. Grabowiecki, H. Wnorowski (red.), Konkurencyjność gospodarki polskiej a rola państwa przed akcesją do Unii Europejskiej. Wydawnictwo UwB, Białystok.

Balassa B. (1989): Comparative advantage, trade policy and economic development. New York University Press, New York.

Bąk E. (1999): Dostosowanie rynku wołowiny i cielęciny w Polsce do integracji z Unią Europejską. [W:] M. Adamowicz (red.), Dostosowanie podstawowych rynków rolnych w Polsce do integracji z Unią Europejską. Wyd. SGGW, Warszawa.

Bąk E. (1999): Powiązania rolnictwa z rynkiem w kontekście integracji europejskiej na przykładzie rynku wołowiny i cielęciny. [W:] Agrobiznes w rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej w warunkach integracji europejskiej. Wyd. AR w Szczecinie, Szczecin.

Bąk-Filipek E. (2000): Wpływ przemysłu mięsnego na zrównoważony rozwój rynku wołowiny i cielęciny w Polsce. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 2 (3).

Bąk-Filipek E. (2001): Rynek wołowiny w Polsce wobec zagrożenia BSE w Europie. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 3 (4).

Bąk-Filipek E. (2003): Zachowania konsumentów na rynku produktów mięsnych. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 5 (3).

Bąk-Filipek E. (2007): Rynek wołowiny w Polsce w procesie integracji Polski z Unią Europejską. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 9 (4).

Bąk-Filipek E. (2009): Rola Wspólnej Polityki Rolnej na rynku wołowiny. [W:] M. Adamowicz (red.), Wspólna polityka rolna Unii Europejskiej: uwarunkowania, mechanizmy, efekty. Wyd. SGGW, Warszawa.

Bąk-Filipek E. (2009): Wpływ rozszerzenia Unii Europejskiej na stan rynku wołowiny w Polsce. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, 9.

Bąk-Filipek E. (2010): Uwarunkowania rozwoju rynku mięsa w Polsce. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 12 (4).

Bąk-Filipek E. (2012): Polityka państwa w zakresie funkcjonowania rynku wołowiny w Polsce. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 14 (3).

Bąk-Filipek E. (2016): Changes in Polish foreign trade of cattle livestock and beef. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, 16 (4).

Bąk-Filipek, E. (2018): Changes in the EU beef market. Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, 18 (4).

Berdowski J.B., Słowińska E. (1998): Konkurencyjność jakościowa w świetle certyfikacji i standaryzacji polskiej żywności. Gospodarka Mięsna, 3.

Bieńkowski W. (2000): Konkurencyjność gospodarki polskiej w przededniu wejścia do Unii Europejskiej. Czy rząd może być bardziej aktywny? [W:] Unia Europejska wobec procesów integracyjnych – wyzwania dla Polski (materiały z konferencji międzynarodowej). Wyd. Elipsa. Warszawa.

Błaszczyński A. (1995): Słownik pojęć ekonomicznych. Towarzystwo Handlowe „Atlant", Kraków.

Bossak J. (2000): Konkurencyjność gospodarki Polski w dobie integracji. Wyd. Instytut Gospodarki Światowej SGH, Warszawa.

Bowersox D., Cooper N. (1992): Strategic Marketing Channel Management. McGraw Hill, New York.

Chabiera J. (1998): Specjalne znaki jakości w sektorze spożywczym. Marketing i Rynek, 7.

Chmielewska B. (2003): Wybrane problemy zróżnicowania konsumpcji w gospodarstwach domowych. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

Cholewicka-Goździk K. (red.) (1996): Marketing w agrobiznesie. FAPA, Warszawa.

Chudoba Ł. (2003): Zmiany w handlu zagranicznym artykułami rolno-spożywczymi po wejściu Polski do UE. Perspektywy zwiększenia wymiany handlowej. Wyd. Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Warszawa.

Cyrson E. (red.) (2000): Kompedium wiedzy o gospodarce. Wyd. Nauk. PWN, Poznań.

Czubała A. (1996): Dystrybucja produktów. PWE, Warszawa.

Directorate-General for Agriculture and Rural Development (2016): Short-Term Outlook for EU arable crops, dairy and meat markets in 2016 and 2017. European Commission, Luxembourg.

Directorate-General for Health and Consumers (2007): 50 Years of Food Safety of European Union 1957–2007. European Commission, Luxembourg.

Dobicki A. (2000): Aktualne problemy hodowli bydła mięsnego. Wyd. AR Wrocław, Wrocław.
Dołęgowski T. (2002): Konkurencyjność instytucjonalna i systemowa w warunkach gospodarki globalnej. Monografie i Opracowania / Szkoła Główna Handlowa, 505.
Dowgiałło Z. (red.) (2000): Słownik ekonomiczny przedsiębiorcy. Wyd. „Znicz", Szczecin.
Dybowski G. (2003): Zmiany w handlu zagranicznym artykułami rolno-spożywczymi po wejściu Polski do UE. Wyd. CSRS, Warszawa.
Encyklopedia powszechna PWN. PWN, Warszawa 1987.
European Commission (2020): Short-term out-look for EU agricultural markets in 2021, Spring. European Commission, DG Agriculture and Rural Development, Brussels. Pobrane z https://www.marl.pt/wp-content/uploads/2020/04/CE_Short-Term-Outlook-Spring-2020.pdf
Fereniec J. (2000): Standaryzacja produkcji rolno-spożywczej w Polsce i w krajach Unii Europejskiej. [W:] S. Urban (red.), Agrobiznes a rozwój wsi i rolnictwa w warunkach przygotowań do przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Wyd. AE Wrocław. Wrocław.
Forlicz S., Jasiński M. (2000): Mikroekonomia. Wyd. WSB, Poznań.
Głowacki R. (1977): Przedsiębiorstwo na rynku. PWE, Warszawa.
Głowacki R., Kramer J., Żabiński L. (1981): Analiza rynku. PWE, Warszawa.
Główczyk J. (2000): Uniwersalny słownik ekonomiczny. Fundacja „Innowacja", Warszawa.
Główny Urząd Statystyczny (2011): Powszechny Spis Rolny 2010. Warszawa.
Główny Urząd Statystyczny (2011–2021): Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej. Warszawa.
Główny Urząd Statystyczny (2011–2021): Skup i ceny produktów rolnych w… roku. Warszawa.
Główny Urząd Statystyczny (2011–2021): Zwierzęta gospodarskie w... roku. Warszawa.
Godfray H.C.J., Aveyard P., Garnett T., Hall J.W., Key T.J., Lorimer J., Pierrehumbert R.T., Scarborough P., Springmann M., Jebb S.A. (2018): Meat consumption, health, and the environment. Science, 361 (6399).
Gospodarka Mięsna, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003. Wyd. SIGMA-NOT, Warszawa.
Gulbicka B., Kwasek M. (2000): Zróżnicowanie spożycia żywności w Polsce w świetle wyników badań budżetów gospodarstw domowych. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.
Imperfect Competition and the International Economy. MIT Press, Cambridge, MA.
Iwan B., Mogilnicki E. (1985): Ekonomika i organizacja handlu rolniczego. PWN, Warszawa.
Iwan B., Zalewski A., Chabiera J. (1998): Rynek rolny. FAPA, Warszawa.
Iwanek M., Wilkin J. (1997): Instytucje i instytucjonalizm w ekonomii. Wyd. UW, Warszawa.
Iwicka E. (2001): Identyfikacja mięsa wołowego oraz jego produktów w łańcuchu dostaw. Gospodarka Mięsna, 4.

Iwińska-Knop K. (1998): Powiązania przedsiębiorstw z odbiorcami i dostawcami. Marketing i Rynek, 5.

Jasiorowski H. (1996): Program rozwoju hodowli bydła mięsnego w Polsce. Fundacja „Rozwój SGGW", Warszawa.

Jasiorowski H. (2000): Sześć lat realizacji programu rozwoju hodowli bydła mięsnego w Polsce. Zeszyty Naukowe AR we Wrocławiu, Konferencje, 24.

Jaworska J. (1988): Strategia dystrybucji w warunkach zróżnicowania rynku. Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomika, 73.

Juchniewicz M. (2001): Tendencje zmian cen skupu żywca i mięsa wołowego w latach 1980–1999. Roczniki Naukowe Zootechniki, 28 (2).

Kaczmarek B. (2000): Współdziałanie przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej. PWE, Warszawa.

Kamerschen D., McKenzie R., Nardinelli C. (1991): Ekonomia. Fundacja Gospodarcza NSZZ „Solidarność", Gdańsk.

Kłosiewicz U. (1999): Współpraca przedsiębiorstw przemysłu spożywczego z przedsiębiorstwami handlowymi. Marketing i Rynek, 4.

Kłosiewicz-Górecka U. (1990): Integracja gospodarcza w sferze rynku. Wyd. IRWiK, Warszawa.

Kołczak T. (2000): Jakość mięsa kulinarnego. Gospodarka Mięsna, 8.

Kołczak T. (2008): Jakość wołowiny. Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 56 (1).

Konstytucja Rzeczpospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. Dz.U. 1997 nr 78, poz. 483, Dz.U. 2001 nr 28, poz. 319, Dz.U. 2006 nr 200, poz. 1471, Dz.U. 2009 nr 114, poz. 946.

Kos C. (1991): Przemiany w spożyciu żywności w gospodarstwach domowych w Polsce. Wyd. PAN, Warszawa.

Kotarbiński J. (1999): Kształtowanie cen produktów mięsnych. Mięso i Wędliny, 1.

Kotler Ph. (1994): Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. Gebethner i Ska, Warszawa.

Krajewski K. (2002): Organizacja, regulacje i informacja na rynku rolnym Unii Europejskiej. Wyd. SGGW, Warszawa.

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (2020): Polski handel zagraniczny podstawowymi produktami rolno-spożywczymi w 2019 r. Warszawa.

Krzyżanowski J. T. (1993): Ceny rolne jako narzędzie regulowania produkcji rolniczej. Wyd. SGGW, Warszawa.

Leonkiewicz J. (2003): Niebadane mięso zagrożeniem dla bezpieczeństwa zdrowia konsumentów. Mięso, 7–8.

Lewandowski J. (1999): Śledzenie mięsa wołowego oraz produktów mięsnych w łańcuchu dostaw. Mięso i Wędliny, 7.

Małysz J. (1986): Ceny rolne w Polsce. Książka i Wiedza, Warszawa.

Michna W. (1992): Bezpieczeństwo żywnościowe i polityka rolna Polski na przełomie XX i XXI wieku. Fundacja im. Friedricha Eberta, Warszawa.

Mięso, 2001, 2002, 2003. Bestmont, Sieradz.

Nasiłowski M. (1995): System rynkowy – podstawy mikro- i makroekonomii. Wyd. Key Text, Warszawa.

Niemczyk J. (2001): Ocena możliwości rozwoju eksportu mięsnego z Polski, w tym do Unii Europejskiej. Mięso, 7–8.

Nowak D., Korzeniowski W. (2003): Czynniki wpływające na jakość mięsa wołowego. Gospodarka Mięsna, 2.

Pomajda W., Siekierski, C. (red.) (2002): Programy pomocy dla rolnictwa 1990-2002: wsparcie Unii Europejskiej dla przemian w sektorze rolno-żywnościowym i w obszarach wiejskich w Polsce w okresie przedakcesyjnym. FAPA, Warszawa.

Przybyłowski K., Hartley S.W., Kerin R.A., Rudelius W. (1998): Marketing – pierwsza polska edycja. Dom Wydawniczy ABC, Warszawa.

Rozporządzenie Rady (WE) nr 820/97 z dnia 21 kwietnia 1997 roku ustanawiające system identyfikacji i rejestracji bydła oraz odnośnie oznakowania wołowiny i produktów na bazie wołowiny. Dz.U. L 117, 07.05.1997.

Rudnik M. (2001): Czy polskie mięso może zagrażać unijnemu? Mięso, 6.

Runowski H., Siekierski C. (1998): Produkcja zwierzęca w Polsce i w Unii Europejskiej w liczbach. FAPA, Warszawa.

Rycombel D. (1998): Czynniki warunkujące eksport mięsa i żywca wołowego. Gospodarka Mięsna, 9.

Rycombel D. (1998): Rynek wołowiny a integracja z Unią Europejską. [W:] Procesy dostosowawcze wybranych rynków rolnych w Polsce do regulacji w Unii Europejskiej. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

Rycombel D. (2000): Perspektywy rozwoju polskiego eksportu wieprzowiny i wołowiny. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

Rycombel D. (2001): Reżim importowy wieprzowiny i wołowiny w Polsce i w UE. Gospodarka Mięsna, 8.

Rycombel D. (2001): System subsydiowania eksportu wieprzowiny i wołowiny w UE. Gospodarka Mięsna, 10.

Rycombel D. (2003): Sytuacja na rynku światowym a ceny w polskim eksporcie mięsa czerwonego. Gospodarka Mięsna, 9.

Rynek Mięsa: stan i perspektywy, 59/2020.

Rynek Mięsa: stan i perspektywy, 60/2021.

Rynek Mięsa: stan i perspektywy. Wybrane numery z lat 1998–2021. Wyd. IERiGŻ-PIB, KOWR, MRiRW, Warszawa.

Rynek Rolny, 2016–2020. Wyd. IERiGŻ-PIB, Warszawa.

Sekcja Analiz Ekonomicznych Polityki Rolnej (2004): Analiza czynników kształtujących ceny produktów rolnych w Polsce po akcesji do UE. FAPA-SAEPR, Warszawa

Słomińska B. (1999): Ocena kanałów dystrybucji artykułów przemysłu spożywczego. Marketing i Rynek, 3.

Słowiński M.P. (2000): Jakość mięsa. Mięso i Wędliny, 1.

Studzińska J. (28-08-2018): Spożycie mięsa i jego wpływ na zdrowie i środowisko. Pobrane z https://www.otwarteklatki.pl/blog/spozycie-miesa-i-jego-wplyw-na-zdrowie-i-srodowisko

Szwacka–Salmonowicz J. (2004): Uwarunkowania konkurencyjności rynku rolno-żywnościowego w Polsce w kontekście integracji z Unią. [W:] Wpływ integracji europejskiej na przemiany strukturalne obszarów o wysokim bezrobociu. Wyd. AR w Szczecinie, Politechnika Koszalińska, Szczecin.

Śliwińska K. (1999): Ceny dóbr żywnościowych w opinii nabywców jako podstawa informacji. Marketing i Rynek, 8–9.

Tyburcy A., Pisula A. (1999): Czynniki wpływające na jakość kulinarnego mięsa wołowego. Mięso i Wędliny, 4.

Tyszkiewicz S. (2002): Strategia bezpieczeństwa żywności w Polsce. Gospodarka Mięsna, 4.

Urban R. (1998): Stan dostosowania przetwórstwa mięsnego do systemu rynkowego. Gospodarka Mięsna, 7.

Urban S. (1999): Marketing produktów spożywczych. Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław.

Urban R., Wigier M. (2000): Rynek mięsa wołowego. [W:] E. Majewski, G. Dalton (red.), Strategiczne opcje dla polskiego sektora agrobiznesu w świetle analiz ekonomicznych. Wyd. SGGW, Warszawa.

Ustawa z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia. Dz.U. 2006 nr 171 poz. 1225.

Wajda S. (2001): Możliwości poprawy jakości mięsa wołowego. Gospodarka Mięsna, 7.

Williamson O. (1985): The Economic Institutions of Capitalism. Free Press, New York.

Winiarski M. (2003): Prawne, organizacyjne i ekonomiczne aspekty sprzedaży bezpośredniej mięsa i jego przetworów. Mięso, 5–6.

Wiśniewski A. (1993): Słownik marketingu. WSiP, Warszawa.

Witczak J. (2003): Jakość żywności jako czynnik wpływający na decyzje nabywcze konsumentów. Marketing i Rynek, 8.

Woś A. (2001): Konkurencyjność potencjalna polskiego rolnictwa. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

Woś A. (2003): Konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego. Synteza. Wyd. IERiGŻ, Warszawa.

Wrzosek W. (1999): Przewaga konkurencyjna. Marketing i Rynek, 7.

Wrzosek W. (2002): Funkcjonowanie rynku. Wyd. III. PWE, Warszawa.

Wysocki F. (1996): Metody statystyczne analizy wielowymiarowej w rozpoznawaniu typów struktury przestrzennej rolnictwa. Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu. Rozprawy Naukowe, 266.

Zięba S. (2002): Konsumpcja mięsa wołowego w Polsce, możliwości i metody jej zwiększenia. Mięso, 10.

Zjalić M., Dimitriadou A., Rosati A. (2013): Beef production in the European Union and the CAP reform. An overview of situation and trends. Stočarstvo, 60 (3).

Zymon M. (2012): Walory odżywcze i smakowe wołowiny oraz możliwości ich kształtowania. Wiadomości Zootechniczne, 50 (4).

Zymon M. (2014): Czym jest smakowitość wołowiny i co ją kształtuje? Wiadomości Zootechniczne, 52 (1)

Spis rysunków

Rysunek 1. Kanał jednoszczeblowy na rynku mięsa 32
Rysunek 2. Kanały marketingowe w gospodarce mięsnej 32
Rysunek 3. Skrócone kanały marketingowe w gospodarce mięsnej 33
Rysunek 4. Liczba gospodarstw rolnych i pogłowie bydła w gospodarstwach rolnych w 2010 r. 46
Rysunek 5. Pogłowie bydła w Polsce w latach 2010–2020 (w tys. sztuk) 46
Rysunek 6. Obsada bydła na 100 ha UR w latach 2010–2020 (stan w grudniu) 47
Rysunek 7. Struktura bydła w Polsce w 2020 r. (stan w grudniu) 49
Rysunek 8. Ceny skupu żywca wołowego, mleka i cieląt (w zł za kg, l i kg) 53
Rysunek 9. Najważniejsze relacje cen na rynku wołowiny w Polsce w latach 2010–2020 67
Rysunek 10. Ogniwa w eksporcie mięsa 102
Rysunek 11. Obroty handlu zagranicznego wołowiną w ekwiwalencie mięsa w latach 2010–2020 (w tys. ton) 104

Spis tabel

Tabela 1. Cechy charakterystyczne dla struktur instytucjonalnych 17
Tabela 2. Częstotliwość wykorzystania różnych rodzajów kanałów dystrybucji przez przedsiębiorstwa sektora mięsnego (w % respondentów) 38
Tabela 3. Wskaźniki zmian pogłowia bydła (analogiczne miesiące poprzedniego roku = 100) 47
Tabela 4. Pogłowie bydła i produkcja żywca wołowego w Polsce w latach 2015–2020 48
Tabela 5. Produkcja i rozdysponowanie żywca wołowego w latach 2015–2020 50
Tabela 6. Analiza SWOT na rynku wołowiny w Polsce 63
Tabela 7. Najważniejsze relacje cen na rynku wołowiny w Polsce 67
Tabela 8. Relacje cen detalicznych niektórych produktów pochodzenia wołowego do cen skupu żywca wołowego w latach 2010–2020 68
Tabela 9. Spożycie mięsa, podrobów i przetworów mięsnych w gospodarstwach domowych w latach 2015–2020 (w kg na osobę) 75
Tabela 10. Kategorie jakości produktów spożywczych 81