

ALEKSANDRA KOWALSKA
Uniwersytet im. M. Curie-Skłodowskiej
Lublin

UWARUNKOWANIA WDRAŻANIA SYSTEMÓW ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ ŻYWNOŚCI U DOSTAWCÓW SIECI HANDLOWYCH W POLSCE

Wstęp

Światowy handel artykułami rolno-żywnościowymi cechuje postępująca koncentracja, co wiąże się z dynamicznym rozwojem sieci sklepów wielkopowierzchniowych. Proces koncentracji na rynku dystrybucji żywności występuje również w Polsce, ale jest opóźniony w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej czy Stanami Zjednoczonymi. Dzieje się tak, między innymi, ze względu na bardzo dużą liczbę małych dostawców, w tym producentów rolnych, niedostosowanych do standardów wymaganych przez wielkie sieci handlowe. Sieci super- i hipermarketów potrzebują dostawców, którzy zapewnią większe partie produktów o stabilnym poziomie jakości, potwierdzonym certyfikatem, a ich dostawy będą systematyczne w długim okresie czasu. Konieczne jest szybkie i skuteczne dostosowanie rozdrobnionej podaży do rosnących wymagań koncentrującego się handlu [4]. W innym wypadku polscy producenci rolni, przetwórcy oraz pośrednicy handlowi nie będą konkurencyjni na globalnym rynku rolno-żywnościowym.

Największe sieci handlowe w Polsce coraz częściej stawiają swoim dostawcom warunek wdrożenia jednego z systemów zarządzania jakością, w tym BRC (*British Retail Consortium*), IFS (*International Food Standard*), ISO 22000 czy GLOBALG.A.P. Celem pracy jest przedstawienie relacji dwóch ważnych procesów, jakie zachodzą na rynku rolno-żywnościowym w Polsce: procesu koncentracji handlu oraz procesu wdrażania i utrzymywania dobrowolnych systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności przez potencjalnych dostawców sieci handlowych.

Koncentracja na rynku dystrybucji żywności w Polsce

Rok 1998 można uznać za przełomowy w procesie koncentracji na rynku wewnętrznym w Polsce. W okresie tym widoczne były pewne symptomy koncentracji i pojawiły się znaczące jej efekty. Pomimo znacznej dynamiki procesów

koncentracji, które nasiliły się zwłaszcza po 2000 r., w Polsce nadal występuje znaczne rozdrobnienie handlu detalicznego, co jest ewenementem w Europie (również w Europie Środkowej i Wschodniej) [11].

Proces koncentracji w handlu wewnętrznym można zdefiniować jako kumulowanie zasobów kapitałowych przedsiębiorstw (rzeczowych, finansowych, kadrowych), które dzięki temu mogą uzyskać przewagę skali działania z tytułu redukcji kosztów działalności [9] oraz centralizację systemu zarządzania tymi zasobami [10]. Integracja przedsiębiorstw handlowych polega natomiast na scalaniu celów, funkcji, zadań i działań przedsiębiorstw, prawnie i ekonomicznie niezależnych. Jest ona realizowana poprzez różnego rodzaju porozumienia, np. umowy dystrybucyjne, licencyjne, franchisingowe czy porozumienia logistyczne. Głównym jej celem jest osiągnięcie efektu synergii, czyli większych efektów działania niż w przypadku pojedynczych firm [11].

W handlu detalicznym koncentracja polega na uzyskiwaniu przez grupę dużych przedsiębiorstw handlu wielkopowierzchniowego uprzywilejowanej pozycji konkurencyjnej w zbiorowości wszystkich przedsiębiorstw handlowych, a zatem jest to zdominowanie form dystrybucji towarów przez największych detalistów. Proces ten dokonuje się poprzez osiąganie przewagi konkurencyjnej, której źródła tkwią w pomnażaniu i optymalnej alokacji zasobów rzeczowych, finansowych i kadrowych największych przedsiębiorstw [3].

Postępujący proces koncentracji handlu w Polsce dotyczy zwłaszcza koncentracji obrotów. Sklepy najmniejsze, o powierzchni do 100 m², wciąż stanowią znaczną większość wszystkich sklepów w Polsce. Proces koncentracji handlu można również mierzyć udziałem dwóch „modeli” handlu detalicznego: handlu nowoczesnego i handlu tradycyjnego. Handel nowoczesny odbywa się w sklepach zorganizowanych jako sieci handlowe (hipermarket, supermarket, sklep dyskontowy), handel tradycyjny zaś – w jednostkach niezależnych, mających na ogół niewielkie powierzchnie sprzedażowe. W całej Europie zauważalny jest trend przejmowania udziałów rynkowych przez handel nowoczesny i spadku znaczenia tradycyjnych sklepów. Jeśli chodzi o obroty, również w Polsce widoczny jest trend przejmowania ich przez model handlu nowoczesnego. Posiada on obecnie ok. 50% udziałów w rynku. Jednakże liczba punktów sprzedaży w ramach modelu tradycyjnego wciąż przekracza 90% ogółu sklepów, co jest wyjątkiem w Europie [5].

Na świecie można zaobserwować tendencję do dywersyfikacji kanałów dystrybucji. Ich rozwój w danym kraju zależy od stopnia nasylenia rynku oraz od zamożności i świadomości konsumentów. W zależności od tych czynników firmy globalne inwestują kolejno w hurtownie typu cash and carry, hipermarkety, sklepy dyskontowe, supermarkety, sklepy typu convenience (przy stacjach benzynowych) i handel internetowy. Aktualnie na naszym rynku artykułów spożywczych mamy wszystkie rodzaje sieci i formaty handlu, jakie występują w krajach rozwiniętych gospodarczo. Najświeższą formą handlu, ale zyskującą coraz większą popularność, są zakupy internetowe oferowane przez „ulubione” hipermarkety. Liczba największych sklepów detalicznych, czyli hipermarke-

tów, wzrosła w Polsce dziesięciokrotnie w latach 1996-2007. Tempo wzrostu liczby hipermarketów zostało jednak w ostatnich latach znacznie wyhamowane. Wynika to ze stopniowego nasycenia przestrzeni handlowej placówkami wielkopowierzchniowymi i rosnącej konkurencji, szczególnie ze strony sklepów dyskontowych, marketów osiedlowych i handlu internetowego [3].

Wejście globalnych firm na zagraniczne rynki odbywa się poprzez nowe inwestycje własne, zakupy i przejęcia istniejących firm, fuzje oraz wspólne przedsięwzięcia z lokalnymi partnerami, jak: system franczyzy, joint ventures, zakup części ich udziałów. W Polsce ekspansja globalnych firm handlowych odbywała się głównie poprzez budowę nowych inwestycji od początku, głównie z powodu braku dużych powierzchni handlowych [4].

Pewne ograniczenia we wzroście dynamiki procesu koncentracji handlu w Polsce są trudne, a nawet niemożliwe do pokonania. Są to m.in. rozproszona struktura zamieszkania ludności oraz zwyczaje zakupowe Polaków. Aż 40% polskiego społeczeństwa zamieszkuje obszary wiejskie, a tylko 22% ludności Polski stanowią mieszkańcy miast powyżej 200 tys. mieszkańców. Większe miasta stwarzają najkorzystniejsze warunki dla rozwoju sieci handlowych. Rozproszona struktura zamieszkania ludności w Polsce powoduje, że handel nowoczesny w wielu lokalizacjach byłby ekonomicznie nieopłacalny. Wiele przedsiębiorstw handlowych rozwija więc sieci mniejszych sklepów, aby dotrzeć ze swoją ofertą do mniejszych miejscowości [5].

Wprawdzie coraz więcej osób robi zakupy artykułów spożywczych w sieciach handlowych, jednak wciąż niemała część społeczeństwa woli kupować w małych sklepach lokalnych i polskie produkty. Wybór sklepu często zdeterminowany jest dogodną lokalizacją.

Proces koncentracji handlu artykułami rolno-spożywczymi w Polsce spowalniany jest też przez najwyższy w krajach Unii Europejskiej poziom samozapotrzenia ludności oraz relatywnie niskie dochody. Inne przyczyny opóźnienia procesu koncentracji na rynku dystrybucji żywności to:

- bardzo duża liczba dostawców, głównie małych i średnich firm przemysłowych oraz producentów rolnych;
- duża liczba małych punktów handlowych, pojedynczych właścicieli pracujących na granicy opłacalności i związana z tym mocna pozycja hurtowni;
- trudności natury formalnej, np. problemy z nabyciem gruntów, długie oczekiwanie na uzyskanie pozwoleń itd.;
- silna konkurencja między zagranicznymi sieciami handlowymi w Polsce, stosunkowo duża ich liczba w porównaniu z innymi krajami europejskimi;
- mocna pozycja firm globalnych w polskim przemyśle spożywczym, posiadających silne marki i własne kanały dystrybucji, które dostarczają produkty bezpośrednio do lokalnych sklepów [4].

Pomimo trudności, handel artykułami rolno-spożywczymi w Polsce stopniowo coraz bardziej koncentruje się w dużych sklepach należących do jednej z sieci. Prowadzi to do wzrostu siły przetargowej sklepów i sieci handlowych, która następnie dyskontowana jest w negocjacjach z dostawcami. Najczęściej są

to producenci, rzadziej hurtownicy lub importerzy. Badania W. Ciechomskiego wykazały, że relacje z dostawcami stanowią jeden z kluczowych czynników sukcesu sieci sklepowych. Decyzja o wyborze konkretnych dostawców ma charakter strategiczny. Kwestią strategiczną dla sprawnego funkcjonowania sieci jest asortyment produktów, których różnorodność, jakość i ceny zależą od wyboru dostawców. We współpracy sieci z dostawcami można zauważyć zdecydowaną niesymetryczność praw i obowiązków na korzyść sieci handlowych. Z badań Ciechomskiego wynika, że głównymi kryteriami decydującymi o wyborze dostawcy przez operatorów sieciowych są: jakość produktów, poziom cen dostawcy oraz organizacja i szybkość dostaw, na dalszych miejscach uplasowały się takie czynniki, jak marka dostawcy oraz jego gotowość do uczestnictwa w akcjach promocyjnych [3].

Wymagania jakościowe wobec dostawców sieci handlowych

Sieci handlowe w Polsce często wymagają od swoich dostawców wdrożonego i potwierdzonego certyfikatem systemu zarządzania jakością żywności według standardu IFS, BRC lub ISO 22000 (dla przemysłu spożywczego) oraz GLOBALG.A.P. (dla produkcji pierwotnej). Posiadanie aktualnego, właściwego dla prowadzonej działalności certyfikatu zwalnia dostawcę z obowiązku poddania się audytowi w zakresie, w którym obowiązuje certyfikat. Zdarza się tak, że współpraca zostanie nawiązana mimo braku wdrożonego systemu zarządzania jakością, potwierdzonego certyfikatem IFS, BRC, ISO 22000 czy GLOBALG.A.P. Wówczas, na zlecenie odbiorcy na pewno zostanie przeprowadzony audyt w zakładzie produkcyjnym, zgodnie z wymaganiami odbiorcy, przed wprowadzeniem towaru na półki. Warunkiem kontynuowania współpracy może być jednak złożenie pisemnej deklaracji dostawcy, że w przeciągu określonego czasu od rozpoczęcia współpracy (np. 6-12 miesięcy) dostawca wdroży i certyfikuje jeden z wymaganych standardów jakościowych. Przykładowo, takie warunki współpracy obowiązują dostawców produktów żywnościowych sieci Makro Cash and Carry [12]. W wielu przypadkach wdrożenie systemu zarządzania jakością jest wymuszane przez procedury kwalifikacji dostawców, które zakładają konieczność posiadania przez nich stosownego certyfikatu. Posiadanie certyfikatu nie oznacza bynajmniej automatycznego zarejestrowania producenta czy usługodawcy na liście dostawców kwalifikowanych [13].

Często jest tak, że producent żywności jest w posiadaniu 3, 4 lub więcej aktualnych certyfikatów dotyczących poszczególnych standardów przyznanych przez trzecią niezależną stronę, jaką jest Akredytowana Jednostka Certyfikująca. Faktem jest, że poszczególne standardy na wielu odcinkach są do siebie podobne, a więc spełnienie wymagań jednego standardu pozwala na jego dostosowanie do kolejnego standardu. Przykładem tego typu przedsiębiorstwa jest Firma Cukiernicza „Solidarność” w Lublinie, która jest w posiadaniu czterech certyfikatów na zgodność z wymaganiami ISO 9000:2008, ISO 22000:2005, IFS i BRC. Przedsiębiorstwo to eksportuje swoje wyroby do 39 krajów świata oraz jest dostawcą różnego rodzaju sieci handlowych. Jedną z korzyści posiadania

certyfikatów jest fakt, że przedsiębiorstwo „Solidarność” nie jest zbyt często odwiedzane przez audytorów drugiej strony z ramienia odbiorców [1].

Prawo żywnościowe w Unii Europejskiej narzuca jednak przede wszystkim uczestnikom łańcucha dostaw produktów spożywczych wdrożenie koncepcji HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*). Stosowanie zasad HACCP obowiązuje nie tylko producentów żywności (poza producentami pierwotnymi), ale także ich dostawców (opakowań, maszyn i urządzeń, środków myjących i dezynfekujących, usług logistycznych, usług związanych z zapewnieniem czystości), dystrybutorów (hurtowych i detalicznych), jednostki żywienia zbiorowego, a także stacje benzynowe świadczące usługi gastronomiczne. Prawo nadzoru nad jakością produktów spożywczych w procesach związanych z ich wytwarzaniem, przechowywaniem i magazynowaniem, transportem i wprowadzaniem do obrotu mają takie organy kontrolne, jak: Państwowa Inspekcja Sanitarna, Państwowa Inspekcja Weterynaryjna, Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, Inspekcja Handlowa oraz Inspekcja Ochrony Roślin i Nasiennictwa [13].

International Food Standard – IFS

Standard IFS (International Food Standard) został opracowany w 2002 r. przez przedstawicieli niemieckiego handlu detalicznego. Posiadanie standardu jest dziś przede wszystkim wymagane od dostawców sieci handlowych pochodzących z Niemiec (np. Lidl, Real), Francji (np. Auchan, Carrefour) i Włoch. Od 2012 r. obowiązuje 6. wersja standardu obejmująca nowe wymagania jakości, które dotyczą kontroli masy, etykietowania oraz prowadzenia zapisów w listach kontrolnych na zgodność z GFSI (*Global Food Safety Initiative*)¹. Nowa wersja standardu zawiera też aktualne informacje na temat procesu certyfikacji oraz programu oceniającego pracę jednostek certyfikujących.

IFS jest standardem zawierającym zasady jednolitej oceny dostawców. IFS opiera się na zasadach systemu GMP (*Good Manufacturing Practice*), HACCP, normie ISO 9001 oraz aktach prawnych obowiązujących w branży spożywczej. Standard IFS zawiera listę wymagań obejmujących: odpowiedzialność kierownictwa w procesie wdrażania standardu, zarządzanie jakością, nadzór nad dokumentacją i zapisami, zarządzanie zasobami, zarządzanie jakością w procesie produkcyjnym oraz analizę wyników i ciągłe doskonalenie.

Wymogi 6. wersji standardu są dosyć trudne do spełnienia i konieczny jest duży wysiłek i zaangażowanie ze strony kierownictwa firmy oraz pracowników. Dostawca, który wdroży i certyfikuje system na zgodność ze standardem IFS, nie tylko zyska we współpracy z odbiorcą, ale odniesie także wiele innych korzyści. Standard bowiem, dzięki odpowiednim narzędziom, pozwala uzyskać obiektywny obraz stanu bezpieczeństwa żywności, ułatwia handlowcom osza-

¹ GFSI jest organizacją zrzeszającą międzynarodowe koncerny spożywcze, sieci handlowe i firmy świadczące usługi dla branży spożywczej. GFSI realizuje w szczególności następujące zadania: porównywanie standardów dotyczących bezpieczeństwa żywności, działania zmierzające do wzajemnego uznawania standardów przez sieci handlowe, prowadzenie platformy informatycznej celem wymiany doświadczeń oraz informacji o poszczególnych standardach [2].

cować jakość dostawy, zapewnia producentom ciągłą poprawę i uwypukla słabe obszary firmy. Certyfikowany system, dzięki systematycznej analizie i nadzorowi nad procesami, daje też wyższe bezpieczeństwo produktu i mniejsze ryzyko odpowiedzialności za produkt [1].

British Retail Consortium Global Standard for Food – BRC

Standard BRC został opracowany w 1998 r. przez brytyjską organizację zrzeszającą sieci handlowe British Retail Consortium. Jest to standard wymagany przez większość hipermarketów pochodzenia brytyjskiego. W Polsce jest to np. Tesco. Od 2012 r. obowiązuje nowa wersja standardu BRC 6. Nowe wymagania standardu zawarte w jego 6. wersji dotyczą m.in.: zmienionych zasad dotyczących audytowania, nowego sposobu oceniania podczas audytu i nowych zasad dokumentowania wdrożonego systemu bezpieczeństwa żywności.

Standard BRC jest podobny do standardu IFS. Skierowany jest również do producentów żywności, a w szczególności producentów marek własnych. Wytyczne zawarte w standardzie są zgodne z normami ISO 9000, systemem HACCP oraz zasadami GMP i GHP (*Good Hygienic Practice*). BRC obejmuje najważniejsze, z punktu widzenia jakości produktów, obszary działania zakładu produkcyjnego, tj. system analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli, system zarządzania jakością, zakład i środowisko produkcji, kontrolę produktu, kontrolę procesu, personel. Tak jak w standardzie IFS, najwyższe kierownictwo musi być zaangażowane w realizację i utrzymanie systemu bezpieczeństwa żywności i podczas audytu dostarczyć dowód tego zaangażowania. Różnice pomiędzy standardami IFS i BRC widoczne są w sposobie oceny i czasie potrzebnym na usunięcie niezgodności stwierdzonych podczas audytu [12].

Certyfikat na zgodność z BRC daje korzyści zarówno odbiorcy, jak i producentowi. Odbiorca (często sieć handlowa) ma pewność, że produkcja odbywa się zgodnie z jasno określonymi wymaganiami. Producenci mogą natomiast uniknąć wielokrotnych audytów ze strony różnych odbiorców. W przypadku reklamacji, klient i odbiorca mają możliwość prześledzenia całej ścieżki życia produktu i uzyskania informacji o pochodzeniu artykułu, a producent możliwość szybkiego wycofania z rynku wadliwej partii towaru.

ISO 22000 Systemy zarządzania bezpieczeństwem żywności – wymagania dla wszystkich organizacji w łańcuchu żywnościowym

Norma ISO 22000:2005 to międzynarodowy standard dla branży spożywczej, zaprojektowany z myślą o bezpieczeństwie żywności w całym łańcuchu dostaw. Norma została zaprojektowana dla wszystkich organizacji uczestniczących w łańcuchu żywnościowym, począwszy od producentów pasz i producentów pierwotnych, poprzez przetwórstwo, transport i przechowywanie, do producentów wyposażenia, opakowań, środków czystości, dodatków do żywności i składników żywności, a także firm usługowych. Jest to ujednolicony i globalnie zharmonizowany standard w zakresie bezpieczeństwa i higieny żywności, ułatwiający każdej organizacji implementację systemu HACCP oraz integrację

z normami ISO serii 9000 z zakresu zarządzania jakością oraz ISO serii 14000 z zakresu zarządzania środowiskiem. Można powiedzieć, że ISO 22000 jest standardem, który wymagania HACCP i ISO 9001 ujmuje w postaci jednego spójnego dokumentu. ISO 22000 to norma międzynarodowa, a zatem wprowadzenie jej wyklucza powstanie ryzyka potencjalnych barier rynkowych, jakie mogłyby wynikać z certyfikacji systemów w oparciu o standardy o charakterze krajowym, takich jak np. niemieckie standardy DIN 10503 i IFS, irlandzki standard I.S. 343, australijski standard HB 90.5, duński standard DS.3027 HACCP czy brytyjski BRC Standard. ISO 22000 nie zawiera listy wymagań takich, jakie znajdują się w standardach BRC czy IFS [7].

Norma ISO 22000 składa się z czterech kluczowych dla zapewnienia bezpieczeństwa żywności elementów: interaktywna komunikacja, zarządzanie systemem, programy wstępne (PRP – *prerequisite programs*) i zasady HACCP. Potrzebne programy PRP zależą od segmentu łańcucha żywnościowego, w którym funkcjonuje organizacja oraz od rodzaju organizacji. Mogą to być m.in. Dobra Praktyka Rolnicza (GAP – *Good Agricultural Practice*), Dobra Praktyka Weterynaryjna (GVP – *Good Veterinary Practice*), Dobra Praktyka Wytwórcza (GMP), Dobra Praktyka Higieniczna (GHP), Dobra Praktyka Produkcyjna (GPP – *Good Production Practice*), Dobra Praktyka Dystrybucyjna (GDP – *Good Distribution Practice*) czy Dobra Praktyka Handlowa (GTP – *Good Trading Practice*). Struktura normy ISO 22000 jest analogiczna do normy ISO 9001 i składa się z ośmiu rozdziałów (1. Zakres normy, 2. Powołania normatywne, 3. Terminy i definicje, 4. System zarządzania bezpieczeństwem żywności, 5. Odpowiedzialność kierownictwa, 6. Zarządzanie zasobami, 7. Planowanie i realizacja bezpiecznych wyrobów, 8. Walidacja, weryfikacja i doskonalenie systemu zarządzania bezpieczeństwem żywności).

Wdrożenie ISO 22000 w przedsiębiorstwie łańcucha rolno-spożywczego stanowi doskonałą bazę do utrzymania zintegrowanego systemu zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności. Posiadanie i ciągłe doskonalenie takiego systemu powinno przynieść organizacji wymierne korzyści organizacyjne, ekonomiczne i społeczne. Spełnienie wymagań normy ISO 22000 prawdopodobnie ułatwi komunikację z dostawcami i odbiorcami, wpłynie na ujednoczenie dokumentacji, usprawni przepływ informacji wewnątrz organizacji oraz pomoże w jasnym zdefiniowaniu kompetencji i odpowiedzialności pracowników. Należy wyraźnie podkreślić, że wdrożenie normy ISO 22000 przez dostawcę sieci handlowych zwalnia go z obowiązku poddania się audytowi drugiej strony – odbiorcy, jedynie pod warunkiem, iż norma wdrożona jest łącznie z ISO/TS 22002-1:2009, która określa wymagania związane z wdrożeniem i utrzymaniem programów warunków wstępnych pomocnych w kontroli zagrożeń bezpieczeństwa żywności [12].

GLOBALG.A.P.

GLOBALG.A.P. to niezależny, dobrowolny system zapewnienia bezpieczeństwa żywności dla pierwotnej produkcji rolnej. System wyznacza minimalne zasady produkcyjne w celu uzyskania wysokiej jakości produktów pierwotnych,

takich jak: warzywa, owoce, grzyby, kwiaty cięte, kawa, mięso, ryby i owoce morza. Przeznaczony jest także dla producentów materiału rozmnożeniowego i pasz. Standard GLOBALG.A.P. powstał w 1997 r. pod nazwą EUREPG.A.P., jako inicjatywa grupy roboczej sieci handlu detalicznego, zrzeszonych w organizacji EUREP (*Euro-Retailer Produce Working Group*) w celu wypracowania wspólnych procedur oraz jednolitego standardu dla Dobrej Praktyki Rolniczej i zapewnienia bezpieczeństwa żywności. Od stycznia 2012 r. obowiązuje 4. wersja standardu jako podstawa do certyfikacji systemu. GLOBALG.A.P. stanowi niejako połączenie zasad Dobrej Praktyki Rolniczej, systemu HACCP oraz integrowanych metod produkcji rolnej.

Dzięki włączeniu do standardu w 2006 r. materiału rozmnożeniowego i pasz, producenci legitymujący się certyfikatem GLOBALG.A.P. mogą wymagać od swoich dostawców certyfikatu GLOBALG.A.P. dla Materiału Rozmnożeniowego lub Pasz, aby mieć pełną gwarancję bezpieczeństwa i jakości w całym łańcuchu dostaw i zwiększyć swoją wiarygodność wobec odbiorców.

Reguły GLOBALG.A.P. opierają się na kilku podstawowych koncepcjach. Pierwszą z nich jest bezpieczeństwo żywności, realizowane na bazie kryteriów systemu HACCP. Zgodnie z tą koncepcją, w gospodarstwie musi być m.in. wprowadzony taki system identyfikowalności, który umożliwi określenie pochodzenia produktów, musi być także prowadzona odpowiednia gospodarka odpadami i zanieczyszczeniami. Kolejna koncepcja dotyczy ochrony środowiska, na którą składają się dobre praktyki rolnicze, ukierunkowane na minimalizowanie negatywnego wpływu produkcji rolnej na środowisko naturalne (poprzez redukcję stosowania pestycydów, uregulowanie gospodarki wodno-ściekowej itp.). Następną koncepcją dotyczy zdrowia i bezpieczeństwa zawodowego oraz dobra pracowników. Chodzi m.in. o zapewnienie odpowiedniego wynagrodzenia, prowadzenie szkoleń, zasiłki socjalne, czyste toalety i łazienki w sąsiedztwie miejsca pracy, higieniczną odzież roboczą. Ostatnia, czwarta koncepcja postuluje dbałość o dobrostan zwierząt poprzez właściwe i humanitarne postępowanie ze zwierzętami gospodarskimi, np. podczas transportu czy na wypadek choroby.

Pierwsze wdrożenia EUREPG.A.P. odnotowano w Polsce w 2002 r. Początkowo chęć uzyskania certyfikatu zgłaszali jedynie więksi producenci zawierający kontakty handlowe z partnerami zachodnimi, którzy posiadanie certyfikatu traktowali jako warunek ciągłości kontaktów handlowych. 2004 rok potwierdził, zwłaszcza w aspekcie wejścia Polski do Unii Europejskiej, iż certyfikat EUREPG.A.P. może być szybkim i skutecznym narzędziem weryfikacji wiarygodności producentów warzyw i owoców wobec kooperantów zachodnich. Zainteresowanie certyfikacją rosło wśród małych i średnich producentów, zwłaszcza tych, którzy wchodzili w skład coraz liczniejszych grup producenckich. O certyfikat ubiegali się coraz częściej dostawcy pragnący dostosować się do standardów preferowanych przez takie sieci handlowe, jak: Tesco, Hypernova, Real czy Macro Cash and Carry. W ciągu czterech lat stali się oni grupą dominującą wśród posiadających i starających się o certyfikat [8].

Na podstawie badań przeprowadzonych przez autorkę pracy w 2007 r. w czterech dużych gospodarstwach szklarniowych z województwa lubelskiego (producentów pomidorów i ogórków), które wdrożyły i utrzymywały system EUREPG.A.P., można stwierdzić, że główne przesłanki wdrożenia systemu to: coraz większe nastawienie na dużych odbiorców, zwłaszcza sieci handlowe, oraz na eksport, podczas którego certyfikat jest coraz częściej wymagany. Koszty wdrożenia i utrzymania systemu zgodnie oceniono jako niezbyt wysokie. We wszystkich czterech gospodarstwach cały proces wdrażania i utrzymywania EUREPG.A.P. oceniono jako niezbyt trudny. Respondenci zaznaczali, że dzięki EUREPG.A.P. wzmocniła się pozycja marketingowa firmy (certyfikat wpływa na wynegocjowanie korzystniejszych cen i innych warunków sprzedaży, np. terminów płatności; wdrożony system zwiększa też szansę na zawarcie umowy kontraktacyjnej z wielkimi sieciami handlowymi). Dzięki EUREPG.A.P. zwiększył się też poziom higieny w zakładzie.

Z przeprowadzonych badań wynika także, że certyfikat GLOBALG.A.P. posiadają w Polsce na ogół duże podmioty nastawione na eksport i sprzedaż produktów ogrodniczych do dużych sieci handlowych, często przez pośredników. Duże gospodarstwa szklarniowe, które produkują na rynek lokalny, regionalny i krajowy oraz posiadają rozwiniętą sieć dystrybucji (własne hurtownie i samochody-chłodnie), nie były zainteresowane certyfikacją GLOBALG.A.P. Ich odbiorcami są głównie drobni detaliści, którzy nie wymagają żadnego certyfikatu potwierdzającego bezpieczeństwo i wysoką jakość produktów, a zaufanie do dostawców zbudowali na bazie wieloletniej współpracy i dobrej reputacji gospodarstw szklarniowych w środowisku lokalnym [6].

Podsumowanie

Podsumowując, można stwierdzić, że w Polsce coraz więcej obrotów w handlu artykułami rolno-spożywczymi koncentruje się w sklepach należących do dużych sieci handlowych. Wprawdzie proces koncentracji handlu w Polsce postępuje wolniej niż w wielu krajach europejskich, jednak jest procesem nieuniknionym i w licznych aspektach pozytywnym. W relacjach sieci handlowe–dostawcy można niestety zaobserwować niesymetryczność praw i obowiązków na niekorzyść dostawców, którymi są głównie podmioty przemysłu spożywczego. Sieci handlowe narzucają wiele rozwiązań i mają liczne wymagania wobec swoich dostawców, m.in. dotyczące jakości produktów potwierdzonej jednym z certyfikatów. Certyfikat zgodności z jednym ze standardów (BRC, IFS, ISO 22000 czy GLOBALG.A.P.) pozwala na oszczędność czasu i środków pieniężnych zarówno dostawców, jak i odbiorców, gdyż legitymując się certyfikatem można uniknąć audytów drugiej strony, czyli odbiorców, w zakresie objętym certyfikatem. Mimo słabszej pozycji dostawcy wobec dominującej pozycji sieci handlowej, producenci coraz częściej zainteresowani są zaopatrywaniem sieci w swoje produkty. Są to bowiem duże partie towaru, stojące na półkach supermarketu, hipermarketu czy sklepu dyskontowego, odwiedzanego przez ogromne i coraz większe rzesze klientów. Sprzedaż za pośrednictwem sieci handlowych to promocja marki na

szeroką skalę. Zaś certyfikaty BRC, IFS, ISO 22000 czy GLOBALG.A.P. to nie tylko narzędzie przydatne bądź konieczne w nawiązaniu kontaktów z sieciami handlowymi, ale także poprawa jakości zdrowotnej produktów, poprawa higieny w zakładzie, wyższe bezpieczeństwo produktu i mniejsze ryzyko odpowiedzialności za produkt, ciągłe doskonalenie procesów, ułatwienia przy załatwianiu reklamacji, poprawa komunikacji z dostawcami i odbiorcami, jasne zdefiniowanie kompetencji i odpowiedzialności, wzrost zaangażowania kierownictwa i wszystkich pracowników w sprawy jakości i bezpieczeństwa produktów, a nawet podstawa do uzyskania wyższych cen na swoje produkty.

Wprawdzie sieć handlowa ma dominującą pozycję w relacjach z dostawcami, ale bez dostawców sieć nie funkcjonowałaby. Sukces sieci zależy w dużej mierze od wyboru dostawców. Od dostawców zależy asortyment produktów oferowanych w sieci, jego szerokość, jakość i ceny. Asortyment produktów zaś jest kwestią strategiczną dla sprawnego funkcjonowania sieci.

Na zakończenie można odważyć się wyciągnąć wniosek, iż rosnąca od 2000 r. dynamika procesów koncentracji w handlu detalicznym w Polsce przyczyniła się do rozpowszechnienia dobrowolnych systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności wśród potencjalnych dostawców sieci handlowych. Systemy te przyniosły wiele korzyści o charakterze ekonomicznym, społecznym i organizacyjnym zarówno dostawcom sieci handlowych, jak i samym sieciom.

Literatura:

1. Berdowski J.: Wyniki badań przeprowadzonych na podstawie audytów z ramienia jednostki certyfikującej dotyczących interpretacji wymagań fundamentalnych standardu wg VI wersji B.R.C. w korelacji z podobnymi wymaganiami VI wersji I.F.S. Materiały konferencyjne – Doskonalenie Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności, Polskie Forum ISO 9000. Zakopane, 14-16 kwietnia 2013 r.
2. Berdowski J., Mężyńska A.: Nowe wymagania FSSC 22000 (Food Safety System Certification) szczególnym wyzwaniem dla rynku spożywczego. Materiały konferencyjne – Doskonalenie Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności, Polskie Forum ISO 9000. Zakopane, 14-16 kwietnia 2013 r.
3. Ciechomski W.: Koncentracja handlu w Polsce i jej implikacje dla strategii konkurowania przedsiębiorstw handlowych. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2010.
4. Chechelski P.: Przemiany w handlu i ich wpływ na przemysł spożywczy. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej, nr 2, 2006.
5. Gazdecki M.: Koncentracja handlu detalicznego w Polsce. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, nr 2(16), 2010.
6. Kowalska A.: EUREPGAP – the principles of certification and their implementation in horticultural holdings. *Acta Scientiarum Polonorum. Seria: Oeconomia*, nr 6, 2007.
7. Kowalska A.: ISO 22000 jako sposób na doskonalenie organizacji [w:] Sposoby osiągnięcia doskonałości organizacji w warunkach zmienności otoczenia. *Wyzwania teorii i praktyki* (red. E. Skrzypek), tom I. Wydawnictwo UMCS, Lublin 2006.

8. Kowalska A.: Jakość i konkurencyjność w rolnictwie ekologicznym. Difin SA, Warszawa 2010.
9. Maleszyk E.: Sieci handlowe jako przejaw koncentracji w handlu wewnętrznym. *Handel Wewnętrzny*, tom 46, nr 1, 2000.
10. Muszyńska W.: Koncentracja rynkowa przedsiębiorstw handlu detalicznego w Polsce [w:] Szanse i zagrożenia rynkowe przedsiębiorstw polskich w kontekście procesów integracyjnych (red. A. Styś). *Prace Naukowe AE Wrocław*, nr 1046. Wrocław 2004.
11. Pokorska E., Maleszyk E.: Koncentracja i integracja w handlu wewnętrznym. PWE, Warszawa 2002.
12. Popławska U.: Wymagania jakościowe sieci Makro dla dostawców produktów żywnościowych. Materiały konferencyjne – Doskonalenie Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności, Polskie Forum ISO 9000. Zakopane, 14-16 kwietnia 2013 r.
13. Urbaniak M.: Standardy zarządzania jakością, środowiskiem oraz bezpieczeństwem żywności w działaniach operatorów logistycznych. *Problemy Jakości*, nr 5, 2013.