



Elżbieta Jadwiga Szymańska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk Ekonomicznych
Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw
elzbieta_szymanska@sggw.pl

FORMY WSPÓŁPRACY W ŁAŃCUCHACH DOSTAW WIEPRZOWINY W WYBRANYCH KRAJACH UE¹

Streszczenie: Celem badań było rozpoznanie form współpracy w łańcuchach dostaw wieprzowiny w krajach o największej produkcji żywca wieprzowego w UE. Źródłem danych do analizy były studia literatury oraz dane statystyki masowej (GUS, USDA). W badaniach zastosowano analizę porównawczą oraz metodę studiów przypadków. Analizą objęto rynek wieprzowiny w: Niemczech, Hiszpanii, Francji, Danii i w Polsce. Ponadto wykorzystano wyniki badań zrealizowanych w 2014 r. w 110 gospodarstwach trzodowych w Polsce. Z analiz wynika, że w krajach UE-28 występują różne formy współpracy w łańcuchach dostaw wieprzowiny. W Polsce rynek żywca wieprzowego cechuje duże rozproszenie producentów trzody chlewnej i przedsiębiorstw mięsnych. W celu poprawy konkurencyjności wskazany jest rozwój integracji pionowej na rynku poprzez wzorowanie się na rozwiązaniach stosowanych w innych krajach.

Słowa kluczowe: wieprzowina, łańcuch dostaw, system umów, integracja pionowa.

JEL Classification: Q13, L22.

Wprowadzenie

Wieprzowina stanowi podstawowy gatunek mięsa na rynku żywnościowym. Według danych USDA [2016] światowa produkcja wieprzowiny w 2014 r. wyniosła 110,5 mln ton i była o 1,5% większa niż w 2013 r. O rozmieszczeniu chowu trzody chlewnej decydują przede wszystkim względy wyznaniowe oraz zasoby paszowe. Największym producentem i konsumentem mięsa wieprzowe-

¹ Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2013/09/B/HS4/03606.

go na świecie są Chiny, które dostarczają na rynek 49,4% światowej produkcji. Drugą pozycję zajmuje UE-28 z udziałem na poziomie 21,2%. Do największych producentów wieprzowiny w Unii Europejskiej należą: Niemcy, Hiszpania, Francja, Dania i Polska. Z pozostałych krajów duże ilości tego gatunku mięsa produkują także: Włochy, Holandia i Belgia. W 2013 r. kraje te wyprodukowały łącznie 18,4 mln ton wieprzowiny, co stanowiło 82,3% produkcji całej UE-28. Pogłowie trzody chlewnej w tych krajach liczyło 116,4 mln sztuk i obejmowało 79,2% zwierząt tego gatunku w Zjednoczonej Europie [GUS, 2015].

W ostatniej dekadzie w poszczególnych krajach zaobserwowano jednak odmienne tendencje zmian. W latach 2003-2013 w Niemczech i Hiszpanii zwiększono pogłowie trzody chlewnej, natomiast w Danii, Holandii i Belgii ze względu na zwiększające się wymogi dotyczące ochrony środowiska naturalnego i konieczność zagospodarowania gnojowicy, a także ograniczenia w dostępie do ziemi rolniczej, zaobserwowano większą specjalizację w chowie trzody chlewnej. W strukturze pogłowia zwiększył się udział prosiąt, które następnie są eksportowane do krajów trzecich oraz do Niemiec i Polski [Stępień, 2014]. Z kolei w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, takich jak Polska, Czechy czy Węgry, nastąpiło zmniejszenie pogłowia trzody chlewnej i wielkości produkcji. Wynikało to z niskiej opłacalności produkcji i wysokiej konkurencyjności ze strony krajów Europy Zachodniej.

W Polsce rynek trzody chlewnej cechuje duże rozdrobnienie, zarówno w zakresie gospodarstw produkujących żywiec wieprzowy, jak i przedsiębiorstw branży mięsnej oraz luźne powiązania sfery produkcji ze sferą uboju. Jednocześnie pogłowie trzody chlewnej w Polsce w latach 2006-2013 zmniejszyło się o 7,8 mln sztuk (41,3%) [„Rynek mięsa...”, 2015]. Jedną z możliwości ograniczenia spadku produkcji żywca wieprzowego w Polsce jest tzw. benchmarking [Martyniak, 2002], czyli korzystanie z wzorców stosowanych przez największych producentów żywca wieprzowego. Celem niniejszych badań było rozpoznanie form współpracy w łańcuchach dostaw wieprzowiny w krajach o największej produkcji wieprzowiny w UE.

1. Formy współpracy na rynku wieprzowiny

Na rynku występują cztery podstawowe formy współpracy w łańcuchu dostaw wieprzowiny. Należy do nich: sprzedaż bezpośrednia, system umów, quasi-integracja oraz integracja pionowa [Szymańska, 2014]. W wielu krajach dominującym sposobem pozyskiwania surowca w przedsiębiorstwach mięsnych są dostawy bezpośrednie, które polegają na dostarczaniu tuczników przez rolników do zakładów uboju lub punktów skupu prowadzonych przez te jednostki. Innym

rozwiązaniem jest odbiór trzody chlewnej z gospodarstw. Sprzedaż bezpośrednia obejmuje relacje czysto rynkowe między producentami żywca wieprzowego a ubojniami. Cena sprzedaży jest ustalana w czasie transakcji między stronami, ale nawiązuje do sytuacji na rynku. Ze względu na brak pośredników taki kanał dystrybucji żywca wieprzowego jest najtańszy.

Ważną rolę w dostawach surowca do ubojni odgrywają również pośrednicy. Taka forma dostaw dotyczy w znacznej części surowca pochodzącego z gospodarstw o małej skali chowu i terenów o rozproszonej produkcji. Pośrednik, pomocny w sytuacji rozproszenia produkcji żywca, utrudnia jednak relacje między partnerami łańcucha żywnościowego, zwiększając koszty dostaw. W okresie niskiej podaży żywca wieprzowego na rynku dodatkową zachętą dla producentów jest wyższa cena oferowana przez pośredników. Nabyty przez nich żywiec trafia do zakładów mięsnych, a pośrednik otrzymuje zapłatę w postaci marży doliczanej do ceny zakupu. Marża ta zazwyczaj pokrywa także koszty transportu [Seremak-Bulge (red.), 2007]. Udział pośredników w dostawach żywca wieprzowego zmniejsza się wraz ze wzrostem skali produkcji w przedsiębiorstwach przetwórczych.

Formę uproszczonej integracji na rynku wieprzowiny stanowią umowy kontraktacyjne (krótkoterminowe lub wieloletnie), które ograniczają w określony sposób grę sił rynkowych. Do rozwoju integracji kontraktowej zachęca rosnące ryzyko produkcji, wzrost produktywności kapitału i wydajności siły roboczej, wahania cen i konkurencja oraz uregulowania prawne dotyczące powiązań integracyjnych [Chorób, 2011]. Wyróżnia się dwa podstawowe rodzaje kontraktów – produkcyjne oraz marketingowe [MacDonald i Korb, 2006]. Pierwsze z nich podpisywane są przed procesem produkcji i określają szczegółowo odpowiedzialność rolnika i przedsiębiorstwa w zakresie nakładów produkcyjnych, sposobów produkcji oraz form płatności. W przypadku kontraktów produkcyjnych rolnik zapewnia sprzęt, budynki gospodarcze oraz zobowiązuje się świadczyć pracę, podczas gdy przedsiębiorstwo dostarcza pasze, inwentarz, leki i usługi weterynaryjne, a także gwarantuje transport zwierząt. Często w kontraktach określone są specyficzne wymagania dotyczące produkcji, związane ze stosowaniem danej technologii, przestrzeganiem określonych wymogów itp. Jednocześnie przedsiębiorca ma prawo kontroli producenta i w razie naruszenia warunków – odstąpienia od umowy. Płatność za dostarczony surowiec uwzględnia koszty poniesione przez rolnika (w tym wynagrodzenie za pracę) i liczbę dostarczonych tuczników.

Kontrakty marketingowe określają ilość i warunki dostawy oraz cenę. Na ich podstawie producenci zobowiązują się do sprzedaży w wyznaczonym terminie określonej liczby tuczników (lub prosiąt) o ściśle określonych parametrach

jakościowych po cenie ustalonej w kontrakcie bądź zgodnej z przyjętą w umowie metodą wyceny. Mechanizm kształtowania ceny na ogół ogranicza ryzyko rolnika poprzez zmniejszenie wpływu fluktuacji cen na cenę zawartą w kontrakcie. W przeciwieństwie do kontraktów produkcyjnych, przy kontraktach marketingowych rolnik przez cały czas trwania produkcji jest właścicielem zwierząt, a także posiada zasadniczy wpływ na przebieg procesu produkcyjnego.

Quasi-integracja to związki między przedsiębiorstwami powiązаныmi pionowo o charakterze pośrednim, plasujące się między umową długoterminową a całkowitym włączeniem dostawcy do danego przedsiębiorstwa. Typowe formy quasi-integracji to:

- nabycie mniejszościowego pakietu akcji dostawców lub odbiorców,
- udzielenie przez jednostkę podstawową jednostkom powiązanyim pożyczek i gwarancji kredytowych,
- udzielenie kredytów przed dokonaniem zakupów,
- umowy na wyłączność dostaw,
- dostawy wyspecjalizowanych urządzeń,
- wspólne prace badawczo-rozwojowe [Kudęłko, 2007].

Najbardziej zaawansowaną formą koordynacji pionowej jest pełna integracja [Szymańska, 2014]. Oznacza ona kombinację różnych etapów procesu produkcji w tej samej firmie. Jej charakterystyczną cechą jest kontrola kolejnych ogniw łańcucha marketingowego przez jeden podmiot. W ten sposób minimalizowane są straty rolnika wynikające z jego słabej pozycji przetargowej, a wypracowana nadwyżka trafia do działów przetwórczych. W sytuacji braku kapitału alternatywą do tworzenia własnych ubojni i przetwórni przez producentów trzody jest udział (na zasadzie członkostwa) w takich przedsiębiorstwach. Rekompensatą za niższe ceny żywca staje się wówczas podział zysku.

2. Materiały i metodyka

W analizach uwzględniono łańcuchy dostaw wieprzowiny w: Niemczech, Hiszpanii, Francji, Danii i Polsce. W badaniach wykorzystano studia literatury przedmiotu, dane statystyki masowej (GUS, USDA) oraz metodę studiów przypadków. Szczegółową analizą objęto formy współpracy na wybranych etapach łańcucha dostaw wieprzowiny w wytypowanych krajach. Ponadto w opracowaniu wykorzystano wyniki badań zrealizowanych w 2014 r. w 110 gospodarstwach trzodowych w kraju. Jako kryterium doboru gospodarstw wskazano trzy kryteria:

- utrzymywanie minimum 10 loch w gospodarstwie albo sprzedaż 200 tuczników rocznie,

- specjalizacja gospodarstwa w chowie trzody chlewnej, którą określono na podstawie udziału żywca wieprzowego w przychodach ze sprzedaży, jak również stanowiła ona minimum 60%,
- zgoda rolnika na udział w badaniach.

W pierwszym etapie do badań przyjęto wszystkie województwa w kraju. Po dokonaniu rozpoznania, ze względu na ograniczoną liczbę odpowiednich gospodarstw albo brak zgody rolnika na wypełnienie kwestionariusza, w badaniach pominięto województwo świętokrzyskie i małopolskie. Ponadto w części pozostałych województw pozyskano dane z mniejszej liczby gospodarstw, niż zakładano. Ostatecznie pracownicy Ośrodków Doradztwa Rolniczego wypełnili kwestionariusze wywiadu kierowanego w 110 gospodarstwach trzodowych w kraju.

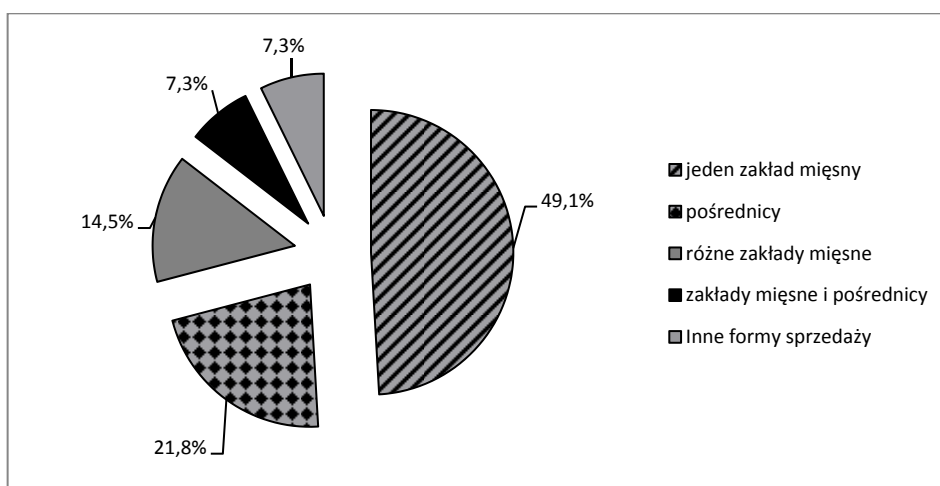
3. Relacje w łańcuchach dostaw żywca wieprzowego w Polsce

Obecnie jednym z istotniejszych czynników kształtujących przewagę konkurencyjną stają się umiejętności współdziałania ze wszystkimi przedsiębiorstwami funkcjonującymi na rynku, koncentracja na kluczowych kompetencjach oraz rozwijanie stosunków z dostawcami i klientami czy usługodawcami logistycznymi. Biorąc pod uwagę istotę działalności każdego przedsiębiorstwa oraz jego liczne interakcje z innymi podmiotami na rynku oraz wpływ logistyki na kształtowanie procesów i funkcji realizowanych w przedsiębiorstwach, pojawia się specyficzny rodzaj współdziałania przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej, jakim są łańcuchy dostaw. Współdziałanie to jest wynikiem zmiany istoty relacji występujących między przedsiębiorstwami z koncepcji transakcyjnej na koncepcję opartą na współpracy [Kruczek i Żubrucki, 2011].

W Polsce sektor uboju jest słabo skoncentrowany. Zdolność uboju czterech największych firm odpowiada za około 30% produkcji krajowej. Największa rzeźnia, Animex, która należała do grupy Smithfield, a obecnie WH Group, proponuje kontrakty na większość swoich zamówień. Około 40% ubijanych tuczników jest objętych umową marketingową, której podstawę stanowi liczba zwierząt. Gwarantuje ona zakup świń od hodowców związanych z Animex oraz płatność w ciągu dwóch tygodni po cenie rynkowej, z wykorzystaniem systemu płatności na podstawie klasyfikacji tusz określonej w rzeźni. Są to długoterminowe kontrakty, które mogą zostać zakończone dopiero po trzymiesięcznym okresie. Pozostałe 60% świń jest objętych umowami produkcyjnymi, na podstawie których hodowcy otrzymują wynagrodzenie na pokrycie kosztów pracy, wody i użytkowania budynków. Przedsiębiorstwo Animex dostarcza hodowcom prosięta, z czego 75% pochodzi z własnej produkcji. Pozostałe 25% jest impor-

towane, głównie z Danii. W tym drugim przypadku hodowcy są opłacani w zależności od kosztów, jakie przedsiębiorstwo poniosło na zakup prosiąt oraz zużycie paszy w okresie trzech pierwszych miesięcy chowu. Ceny są gwarantowane i niezależne od zmian rynkowych.

Z badań zrealizowanych w 110 gospodarstwach wyspecjalizowanych w produkcji żywca wieprzowego wynika, że 49,1% rolników sprzedało całą produkcję tylko do jednego zakładu mięsnego, a 14,5% do różnych ubojni (rys. 1). Innym kanałem dystrybucji żywca wieprzowego była sprzedaż pośrednikom (21,8%). Ponad 7,3% badanych dokonało dywersyfikacji kanałów sprzedaży i część żywca wieprzowego dostarczyło do zakładów mięsnych, a część sprzedało pośrednikom. Podobny odsetek hodowców trzody chlewnej sprzedał swoją produkcję w ramach grup producenckich.



Rys. 1. Struktura kanałów sprzedaży trzody chlewnej w badanych gospodarstwach w Polsce

Źródło: Badania własne.

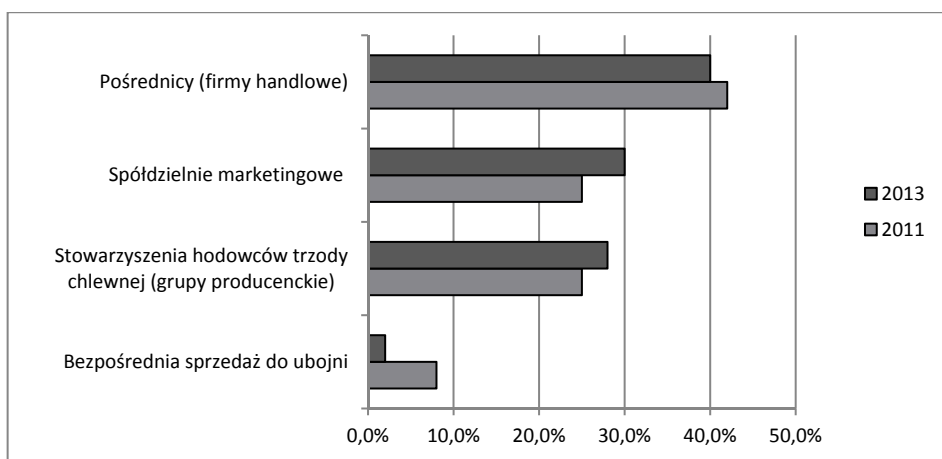
4. Integracja w łańcuchach dostaw żywca wieprzowego w Niemczech

W Niemczech wskazuje się na cztery podstawowe kanały dystrybucji wśród producentów żywca wieprzowego [Hortmann-Scholten, 2011]. Na rynku ma miejsce sprzedaż:

- pośrednikom (spółki handlowe),
- przez około sto spółdzielni marketingowych (Vie Vermarktungs-Genossenschaften),

- przez ponad sześćdziesiąt stowarzyszeń producentów trzody chlewnej (Erzeugergemeinschaft) działających na terenie całego kraju, które również oferują swoim członkom inne usługi,
- bezpośrednio do ubojni, zarówno na wolnym rynku, jak i za pośrednictwem umów produkcyjnych lub marketingowych.

Według danych z 2013 r. prawie 40% świń zostało sprzedanych pośrednikom (rys. 2). Około 30% trafiło na rynek za pośrednictwem spółdzielni marketingowych, podczas gdy 28% przez grupy producentów. Udział świń sprzedanych przez te kanały dystrybucji zwiększa się, natomiast sprzedaż bezpośrednia do rzeźni się zmniejsza i w 2013 r. wynosiła tylko 2%. Struktura sprzedaży trzody chlewnej różni się jednak w poszczególnych przedsiębiorstwach i zależy od regionu [Roguet i in., 2006].



Rys. 2. Kanały dystrybucji żywca wieprzowego w Niemczech

Źródło: Na podstawie: Antoine, Marouby [2014].

Umowy pomiędzy hodowcami i kupującymi, przewidujące dostawy żywca wieprzowego w określonym czasie i po ustalonej cenie, dotyczą bardzo niewielkiego udziału trzody chlewnej wprowadzanej do obrotu w Niemczech. Szacuje się, że stanowią 5%. Hodowcy wykazują bowiem niewielką gotowość do podpisywania umów z partnerami handlowymi. Powszechną praktyką są wzajemne porozumienia, zróżnicowane regionalnie [Roguet i in., 2006]. Oferowane ilości są najczęściej wyceniane na podstawie ceny wyznaczonej przez VEZG lub Vereinigung Preis [Antoine i in., 2009].

Trzeci co do wielkości niemiecki operator Westfleisch, którego udział w uboju trzody chlewnej w 2012 r. wyniósł 12,6% świń, jest jedną z kilku rzeźni, która oferuje swoim dostawcom umowy jako część programu Bestschwein.

Są one oparte na cenach wyznaczonych przez organizację zrzeszającą spółdzielnie producentów świń z uwzględnieniem dodatkowej premii, która zależy od ilości dostarczonego surowca (2-4 euro za tucznika). Ponadto zawierają premię roczną liczoną od wyniku finansowego spółdzielni. Kontrakty są podpisywane corocznie i zakładają sprzedaż całych partii tuczników [Roguet i in., 2006]. Według raportu spółki w 2012 r. umowy te objęły 75% z 7,3 mln świń ubitych przez grupę, czyli około 9% całkowitego niemieckiego uboju. W sumie dotyczyły 2225 hodowców, którzy byli członkami spółdzielni. Wartości te pozostają na niezmiennym poziomie od 2009 r. Hodowcy dostarczający więcej niż 8000 świń rocznie otrzymują najwyższy bonus w systemie (około 4 euro za tucznika). Trzoda chlewna z tych gospodarstw stanowi około jedną czwartą świń zakupionych w ramach kontraktów w przedsiębiorstwie Westfleisch.

5. Współpraca w łańcuchach dostaw wieprzowiny w Hiszpanii

W Hiszpanii połowa produkcji krajowej jest objęta kontraktami w ramach integracji pionowej (70% w Katalonii). Około 30% wszystkich świń jest sprzedawana za pośrednictwem spółdzielni, a 20% bezpośrednio przez hodowców lub przez przedsiębiorstwa, które koordynują funkcjonowanie łańcucha dostaw wieprzowiny. Model integracji specyficzny dla Hiszpanii rozwija się i doskonali od 40 lat. W obowiązującym obecnie modelu farmer wprowadza do zintegrowanego systemu swoją ziemię, budynki oraz robociznę. Firma (integrator) przekazuje farmerowi, w okresie zarządzania, lochy lub prosięta, pasze, leki, zapewnia zakup wyprodukowanych prosiąt lub tuczników, organizuje transport, marketing, sprzedaż, a także zabezpiecza bezpłatne konsultacje i usługi weterynaryjne oraz leki. Integrator dba również o ustawiczne dokształcanie producentów. Z kolei farmer otrzymuje za wyprodukowane zwierzęta umowne wynagrodzenie. Producenci tuczników w cyklu zamkniętym otrzymują płatność w odstępach miesięcznych, natomiast w cyklu otwartym po zakończeniu tuczu. Wynagrodzenie stanowi ustalona minimalna stawka za jednostkę produkcji, plus ewentualna premia za efektywność, uwzględniająca między innymi współczynnik zużycia paszy oraz liczbę odsadzonych prosiąt [Pejsak, 2015].

Do głównych firm integrujących w łańcuchu dostaw wieprzowiny w Hiszpanii należą Vall Companys, Agropecuaria de Guissona oraz producenci pasz dla zwierząt gospodarskich. Czasami występuje także integracja pozioma wśród producentów żywca wieprzowego. Ponadto spółdzielnie w niektórych przypadkach podpisują umowy integracyjne z wybranymi hodowcami. Największe fir-

my integrujące tworzą kolegium producentów (Mercolerida), które negocjuje ceny z przetwórcami wieprzowiny (El Pozo Frimancha). Ta cena stanowi podstawę w transakcjach dotyczących sprzedaży trzody chlewnej przez producentów i spółdzielnie, które nie są zintegrowane w łańcuchu dostaw.

6. Kooperacja w łańcuchach dostaw wieprzowiny we Francji

Francja jest trzecim co do wielkości producentem żywca wieprzowego w UE. W 2012 r. działało tam około 11 500 gospodarstw trzodowych, a pogłowie świń stanowiło prawie 25 mln sztuk. Chów trzody chlewnej jest skoncentrowany w północno-zachodniej części kraju, głównie w Bretanii. Większość francuskich producentów żywca wieprzowego należy do spółdzielczych grup producenckich. Szacuje się, że ponad 85% całkowitej produkcji jest sprzedawana za pośrednictwem 130 spółdzielczych zrzeszeń. Spółdzielnie kontrolują również około 50% zdolności ubojowej przedsiębiorstw we Francji. Do największych integratorów na rynku wieprzowiny należy Cooperl Hunaudaye, który zrzesza 1270 gospodarstw i łącznie zarządza produkcją około 2,7 mln świń rocznie. Podobnie jak w innych spółdzielniach, Cooperl Hunaudaye integruje przedsiębiorstwa paszowe, producentów trzody chlewnej i rzeźnie. Poziom integracji z przedsiębiorstwami zajmującymi się przetwórstwem wieprzowiny jest mniejszy. Znaczna ilość wieprzowiny jest przetwarzana w małych firmach. Producenci żywca wieprzowego korzystają z różnych rodzajów umów, ale podstawę transakcji stanowi cena spot jako wynik bezpośredniej konfrontacji między podażą i popytem.

Klasyfikacja tusz we Francji jest przeprowadzana przez przedsiębiorstwo o nazwie Uniporc Quest, które zostało założone przez rolników. Jest ono prowadzone przez komitet, który tworzą przedstawiciele Izby Rolniczej, hodowców trzody chlewnej i różnych rzeźni. Działalność Uniporc Quest jest finansowana z opłaty stałej, którą otrzymują producenci żywca wieprzowego. Z usług przedsiębiorstwa korzysta około 80% francuskich ubojni, a jego wydajność wynosi blisko 75 000 świń rzeźnych dziennie.

7. Integracja na rynku żywca wieprzowego w Danii

Ważnym producentem wieprzowiny na świecie jest także Dania, która ma długą tradycję w zakresie tej produkcji. Kraj ten cechuje wysoka koncentracja chowu tego gatunku zwierząt. W 2011 r. w Danii funkcjonowało 4600 gospo-

darstw trzodowych, a pogłowie trzody chlewnej wynosiło ponad 18,9 mln sztuk. Gospodarstwa te przeszły proces konsolidacji i cały czas poprawiają efektywność produkcji. Najwięcej tuczników jest ubijanych w rzeźniach Danish Crown (90%). Do sukcesów w produkcji żywca wieprzowego w Danii przyczyniła się ścisła współpraca rolników z rzeźniami. Coraz większa specjalizacja przyczyniła się do rozwoju relacji handlowych między producentami prosiąt a fermami nastawionymi na tucz.

Pierwsze spółdzielnie na tym rynku powstały ponad 100 lat temu. Członkostwo w spółdzielni zależy wyłącznie od producenta, który podejmuje decyzję, czy należeć do takiej grupy i sprzedawać za jej pośrednictwem wszystkie tuczniaki przez okres co najmniej jednego roku [Schrader i Boehlje, 1996]. System spółdzielni obejmuje chów trzody chlewnej, przemysł paszowy, ubój oraz dystrybucję. Wszystkie działania spółdzielni są koordynowane przez organizację o nazwie Danske Slagterier, która gromadzi informacje wykorzystywane w:

- hodowli trzody chlewnej w celu selekcji najlepszych ras,
- produkcji żywca wieprzowego, przy organizacji odpowiedniego systemu chowu,
- rzeźniach dla potrzeb odpowiedniego sortowania wieprzowiny.

Jej zadaniem jest ochrona interesów duńskich producentów świń, m.in. poprzez uczestnictwo w tworzeniu systemu.

Podsumowanie i wnioski

Dokonane analizy i zrealizowane badania nie wyczerpują problemu współpracy w łańcuchach dostaw wieprzowiny. Umożliwiły jednak realizację postawionego celu oraz sformułowanie kilku wniosków:

1. W krajach o największej produkcji żywca wieprzowego w UE-28 występują różne formy współpracy w łańcuchach dostaw wieprzowiny. Do najważniejszych należy sprzedaż bezpośrednia, system umów produkcyjnych i marketingowych, quasi-integracja oraz integracja pionowa. Część producentów i przedsiębiorców podpisuje umowy kontraktacyjne oraz popiera zintegrowane systemy wytwarzania wieprzowiny, natomiast w Polsce większość rolników i przedsiębiorców preferuje swobodę w wyborze dostawców i odbiorców.
2. Do rozwoju form współpracy w łańcuchach dostaw wieprzowiny zachęca rosnące ryzyko produkcji, zmienność kosztów pasz, wahania cen sprzedaży oraz konkurencja ze strony innych krajów. Tworzenie powiązań kooperacyjnych powinno mieć na celu zapewnienie warunków rozwoju dla wszystkich podmiotów łańcucha dostaw wieprzowiny.

3. Ze względu na duże rozproszenie podmiotów na rynku żywca wieprzowego w Polsce celowe jest zwiększenie integracji pionowej i stworzenie mechanizmów ekonomicznych ułatwiających ten proces. Szczególnie istotna jest integracja pionowa sektorów związanych z produkcją prosiąt i tuczników. W tym zakresie potrzebne okazują się wola współpracy między podmiotami w łańcuchu dostaw oraz odpowiednia polityka państwa.
4. Rozwiązania zastosowane w Niemczech, Hiszpanii, Francji czy Danii były przez wiele lat wdrażane i doskonalone. Ze względu na odmienne uwarunkowania nie można ich w prosty sposób przenieść na polski grunt. Są one ciekawe i edukacyjne dla producentów trzody chlewnej na całym świecie, ale powinny być realizowane z uwzględnieniem sytuacji wewnętrznej danego kraju.

Literatura

- Antoine (Ilari) E., Duflo B., Van Fernej J-P., Marouby H., Rieu M. (2009), *Le prix du porc perçu par les producteurs dans l'Union Européenne*, Les études deséconomiques de l'Ifip, "Journées Recherche Porcine", Vol. 44, s. 237-238.
- Antoine E., Marouby H. (2014), *Selling Pigs under Contract. Experience Abroad and Opportunities for France*, "Les Cahiers de l'IFIP", Vol. 1(1), s. 13-28.
- Chorób R. (2011), *Zróźnicowane powiązania integracyjne w agrobiznesie a rozwój regionalny i lokalny* [w:] J. Gołota (red.), *Zeszyty Naukowe*, nr XXV, Ostrołęckie Towarzystwo Naukowe im. Adama Chętnika, Ostrołęka, s. 41-52.
- GUS (2015), *Rocznik Statystyczny Rolnictwa*, Warszawa.
- Hortmann-Scholten A. (2011), *Germany's Role in Pan-European Trade*, EPP-Congress, Münster, s. 1-28.
- Kruczek M., Żebrucki Z. (2011), *Charakterystyka współpracy przedsiębiorstw w łańcuchach dostaw wybranych branż*, „Logistyka”, nr 2, s. 363-374.
- Kudęłko J. (2007), *Strategie wyszczuplania lub integracji jako alternatywne opcje rozwoju przedsiębiorstwa górniczego*, „Gospodarka Surowcami Mineralnymi”, t. 23, z. 3, s. 59-73.
- MacDonald J., Korb P. (2006), *Agricultural Contracting Update: Contracts in 2003*, Economic Information Bulletin, No. 9, USDA, Economic Research Service, Washington.
- Martyniak Z. (2002), *Nowe metody i koncepcje zarządzania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków.
- Pejsak Z. (2015), *Produkcja świń w Hiszpanii. Integracja oraz wykorzystywanie osiągnięć naukowych – czynniki determinujące dynamiczny rozwój branży*, http://www.trzoda-chlewna.com.pl/pdf/Pejsak_ProdukcjajawHiszpanii.pdf (dostęp: 15.05.2016).

- Roguet C., Gourmelen C., Rieu M., Marouby H. (2006), *Perspectives de la production porcine en Allemagne: Les structures de la filière, les coûts et les résultats des élevages*, Les études économiques de l'Ifip, IFIP-Éditions, Paris.
- „Rynek mięsa. Stan i perspektywy” (2015), nr 48.
- Schrader L.F., Boehlje M. (1996), *Cooperative Coordination in the Hog-Pork System: Examples from Europe and the U.S.*, Staff Paper 96-21, Department of Agricultural Economics, Purdue University, West Lafayette, IN.
- Seremak-Bulge J., red. (2007), *Ewolucja rynku mięsnego i jej wpływ na proces transmisji cen*, Program Wieloletni 2005-2009, Warszawa.
- Stępień S. (2014), *Zmiany strukturalne w sektorze wieprzowiny w wybranych krajach Unii Europejskiej*, „Journal of Agribusiness and Rural Development”, Vol. 1(31), s. 133-141.
- Szymańska E.J. (2014), *Forms of Integration in the Live Pig Market in Poland and Selected EU Countries* [w:] D. Jurevičienė (ed.), *Whither Our Economies – 2014*, 4th International Scientific Conference: Conference Proceedings, Vilnius, s. 187-196.
- USDA (2016), *Livestock and Poultry: World Markets and Trade World*, Production, Markets, and Trade Reports, <http://www.fas.usda.gov/data/livestock-and-poultry-world-markets-and-trade> (dostęp: 20.04.2016).

FORMS OF COOPERATION IN SUPPLY CHAINS OF PORK IN SELECTED EU COUNTRIES

Summary: The aim of study was to recognize the forms of cooperation in supply chains of pork in the countries with the biggest production of live bait pork in the EU. The source of data were studies of literature and the data of mass statistics (GUS, USDA). In research a comparative analysis and a method of studies of cases were used. The analysis was applied to the pork market in: Germany, Spain, France, Denmark and Poland. In addition, the result of survey conducted in 2014 in the 110 pig farms in Poland were used. The analysis shows that in the EU-28, there are various forms of cooperation in the supply chain of pork. The market of live bait pork in Poland is characterized by the dispersion of the producers of pigs and meat enterprises. In order to improve the competitiveness, the development of vertical integration in the market is necessary through a simulation of the solutions applied in other countries.

Keywords: pork, supply chain, system of agreements, vertical integration.