
Spis treści

Wstęp	11
Część 1	
Problemy teorii i praktyki handlu produktami rolnymi i spożywczymi	
Rozdział 1. Podstawy teorii handlu	15
1.1. Istota handlu	15
1.2. Rola handlu	18
1.3. Ogólna teoria handlu	19
1.4. Rola handlu w kształtowaniu konsumpcji.....	26
Rozdział 2. Rynek i jego elementy oraz mechanizm rynkowy	30
2.1. Pojęcie rynku i mechanizmu rynkowego	30
2.2. Rynek rolniczy i żywnościowy oraz jego cechy szczególne	34
2.3. Elementy rynku.....	37
2.4. Wzajemne powiązania firmy i rynku	41
Rozdział 3. Systematyka handlu i usług	43
3.1. Rodzaje i formy handlu.....	43
3.2. Usługi i ich klasyfikacja	49
3.3. Klasyfikacje statystyczne handlu	50
Rozdział 4. Szczegły obrotu towarowego	56
4.1. Podział obrotu towarowego	56
4.2. Obrót towarowy na szczegły zbytu	58
4.3. Obrót towarowy na szczegły hurtu	61
4.4. Obrót towarowy na szczegły detalu	65
Rozdział 5. Formy organizacji handlu hurtowego i detalicznego żywnością i ich przeobrażenia	74
5.1. Główne uwarunkowania prowadzenia handlu we współczesnej gospodarce	74
5.2. Główne kierunki zmian w strukturach kanałów dystrybucji	76

5.3.	Podstawowe formy integracji w handlu	78
5.4.	Rozwój handlu z wykorzystaniem Internetu (<i>e-commerce</i>)	82
Rozdział 6. Zorganizowane formy handlu hurtowego produktami rolnymi i spożywczymi – giełdy towarowe, aukcje, centra handlu hurtowego		85
6.1.	Giełdy towarowe. Ich funkcjonowanie i znaczenie we współczesnej gospodarce	86
6.1.1.	Funkcje giełd w gospodarce.....	86
6.1.2.	Transakcje giełdowe	88
6.1.3.	Motywy zawierania transakcji – spekulacje i zabezpieczenia kontraktów rzeczywistych	91
6.1.4.	Towary giełdowe i specyfikacje kontraktów.....	92
6.2.	Aukcje jako forma integracji producentów rolnych	95
6.3.	Centra handlu hurtowego i ewolucja ich roli w kanałach dystrybucji..	99
Rozdział 7. Efektywność ekonomiczna i społeczna handlu		101
7.1.	Efektywność ekonomiczna handlu	101
7.2.	Efektywność społeczna handlu	106
7.3.	Efektywność w przedsiębiorstwach handlowych.....	108
Rozdział 8. Rynek rolniczy i żywnościowy oraz jego specyfika		111
8.1.	Charakterystyka rynku rolniczego i żywnościowego.....	111
8.2.	Organizacja rynku rolnego i żywnościowego w Polsce.....	116
Rozdział 9. Skup produktów rolnych		120
9.1.	Przedmiot i zadania skupu	120
9.2.	Formy skupu produktów rolnych	126
9.3.	Organizacja kontraktacji i skupu produktów rolnych	130
9.4.	Baza techniczna skupu	131
Rozdział 10. Magazyny produktów rolnych i spożywczych.....		135
10.1.	Zapasy towarowe i ich rotacja	135
10.2.	Rodzaje magazynów.....	139
10.3.	Wyposażenie magazynów	143
10.4.	Programowanie sieci magazynów handlowych.....	144
10.5.	Organizacja gospodarki magazynowej.....	146

Rozdział 11. Zarys problematyki transportu żywności	150
11.1. Znaczenie i funkcje transportu w handlu żywnością.....	150
11.2. Klasyfikacja transportu i rodzaje środków transportu wykorzystywanych w handlu żywnością	152
11.3. Determinanty wyboru i przykłady środków transportu żywnością.....	155
Rozdział 12. Badania i analiza rynku żywnościowego	161
12.1. Rodzaje badań i analiz rynkowych w obszarze rynku żywnościowego .	161
12.2. Organizacja i etapy realizacji procesu badawczego	165
12.3. Metody i techniki badawcze.....	168
12.4. Wybrane źródła informacji do badań i analiz rynku żywnościowego ...	170
Rozdział 13. Konsumpcja artykułów żywnościowych oraz czynniki kształtujące jej poziom.....	173
13.1. Konsumpcja – jej rodzaje	173
13.2. Wielkość potrzeb konsumpcyjnych ludności	174
13.3. Czynniki wpływające na konsumpcję żywności	175
Rozdział 14. Handel żywnością funkcjonalną i ekologiczną.....	183
14.1. Żywność funkcjonalna a ekologiczna.....	183
14.2. Żywność ekologiczna i funkcjonalna według aktów prawnych.....	184
14.3. Klasyfikacja żywności funkcjonalnej i ekologicznej	185
14.4. Dystrybucja produktów ekologicznych i funkcjonalnych	186
14.4.1. Kanały sprzedaży produktów ekologicznych	187
14.4.2. Kanały dystrybucji produktów funkcjonalnych	194
14.5. Rynek żywności funkcjonalnej i ekologicznej na świecie	195
Rozdział 15. Gastronomia jako specyficzna forma handlu i jej problemy	199
15.1. Znaczenie gastronomii w żywieniu ludności.....	199
15.2. Klasyfikacja zakładów gastronomicznych	202
15.3. Żywność oferowana w placówkach gastronomicznych.....	207
Rozdział 16. Udział Polski w handlu międzynarodowym żywnością.....	211
16.1. Pojęcie, istota i cele handlu zagranicznego.....	211
16.2. Rozmiar i struktura handlu zagranicznego towarami rolno-spożywczymi w Polsce.....	213
16.3. Struktura handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi (według głównych grup towarowych)	215

16.4. Rodzajowa struktura eksportu towarów rolno-spożywczych	218
16.5. Struktura geograficzna polskiego eksportu rolno-spożywczego	220
16.6. Rodzajowa struktura importu towarów rolno-spożywczych	221
16.7. Struktura geograficzna polskiego importu rolno-spożywczego	223
16.8. Instrumenty Wspólnej Polityki Handlowej Unii Europejskiej wykorzystywane w handlu towarami rolno-spożywczymi	224

Rozdział 17. Wybrane problemy organizacyjno-techniczne sprzedaży..... 227

17.1. Asortyment handlowy	227
17.2. Podstawowe formy sprzedaży detalicznej.....	228
17.3. Przygotowanie towarów do sprzedaży	231
17.4. Proces sprzedaży	235
17.5. Specjalne formy sprzedaży	236
17.6. Proces komunikowania się z nabywcą	238
17.7. Zasady sprzedaży.....	240

Część 2
Rynki branżowe

Rozdział 18. Rynek zbóż 245

18.1. Podaż zbóż w Polsce	246
18.2. Popyt na zboża i ich przetwory	251
18.3. Skup zbóż	255
18.4. Ceny zbóż.....	256
18.5. Perspektywy rozwoju rynku zbóż w Polsce.....	257

Rozdział 19. Rynek ziemniaków i ich przetworów 259

19.1. Podaż ziemniaków	259
19.2. Popyt na ziemniaki i ich przetwory.....	264
19.3. Ceny ziemniaków	267
19.4. Handel zagraniczny ziemniakami i ich przetworami	268

Rozdział 20. Rynek owoców w Polsce..... 272

20.1. Uregulowania prawne na rynku owoców	272
20.2. Uprawy sadownicze w Polsce	274
20.3. Spożycie owoców i ich przetworów w gospodarstwach domowych.....	281
20.4. Handel zagraniczny owocami i ich przetworami.....	282

Rozdział 21. Rynek mleka i jego przetworów	289
21.1. Podaż mleka	289
21.2. Kwotowanie produkcji mleka.....	291
21.3. Popyt na mleko.....	293
21.4. Ceny mleka i produktów mlecznych.....	295
21.5. Handel zagraniczny mlekiem i jego przetworami	297
Rozdział 22. Rynek mięsa i przetworów mięsnych.....	301
22.1. Podaż podstawowych rodzajów żywca i mięsa.....	301
22.2. Popyt na mięso	307
22.3. Ceny żywca i produktów mięsnych.....	308
22.4. Handel zagraniczny mięsem i jego przetworami.....	311
Rozdział 23. Rynek ryb w Polsce	315
23.1. Podaż ryb morskich i słodkowodnych.....	316
23.2. Przetwórstwo ryb	319
23.3. Spożycie ryb, przetworów rybnych i owoców morza.....	321
23.4. Handel zagraniczny rybami i ich przetworami.....	323
Literatura	326
Spis tabel.....	334
Spis rysunków	336

Wstęp

Handel produktami rolnymi i spożywczymi ma bardzo duże znaczenie ekonomiczne i społeczne. Wynika to stąd, że głównym wydatkiem ponoszonym z budżetów gospodarstw domowych Polaków są koszty zaopatrzenia w żywność. Ponadto żywność jest niezbędna, by zapewnić utrzymanie życia biologicznego ludności i jej odpowiedni stan zdrowotny w szerokim tego słowa znaczeniu.

Duże znaczenie rynku produktów rolnych i spożywczych wynika też z dużej wrażliwości społeczeństwa na braki ilościowe i jakościowe w zaopatrzeniu w żywność oraz na wszelkie niedociągnięcia w tym zakresie. Jest to również rynek bardzo złożony ze względu na dużą ilość produktów stanowiących przedmiot obrotu towarowego i ich duże zróżnicowanie. Stąd dzieli się na wiele różnych rynków branżowych.

Ponadto na rynkach tych duży udział w obrotach mają organizmy żywe oraz produkty o wysokiej wrażliwości. Stwarza to dodatkowe utrudnienia w funkcjonowaniu rynku i w jego obsłudze. Stąd osoby zajmujące się handlem produktami rolnymi i spożywczymi powinny dobrze znać ten specyficzny rynek.

Istotne jest też, że w omawianym rodzaju rynku po stronie popytu uczestniczą wszyscy obywatele, natomiast po stronie podaży – wszystkie osoby zajmujące się produkcją rolną i przetwórstwem żywności oraz handlem produktami rolnymi i spożywczymi. Jakość zatem funkcjonowania rynku rolno-spożywczego nie jest obojętna dla wszystkich obywateli naszego kraju.

Ekonomika handlu żywnością i produktami rolnymi obejmuje problemy teorii handlu, ekonomiki i organizacji przedsiębiorstw handlowych, ekonomiki konsumpcji i prawa gospodarczego oraz ekonomiki i organizacji gospodarstwa domowego i gastronomii. Ekonomika i organizacja handlu obejmują zagadnienia wymiany towarowej w ujęciu mikroekonomicznym, mezoekonomicznym i makroekonomicznym. W niniejszej książce zostały omówione główne problemy ekonomiki oraz organizacji handlu wewnętrznego i międzynarodowego żywnością.

Podręcznik ten stanowi kontynuację książki pt. *Ekonomika i organizacja obrotu towarowego żywnością i żywienia ludności*, wydanej przez PWN w 1986 r., oraz publikacji *Ekonomika i organizacja handlu żywnością*, wydanej dwukrotnie, tj. w latach 1995 i 2000 przez Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Na skutek

zmian, jakie nastąpiły w Polsce, treść tych książek w dużej części zdezaktualizowała się, w związku z czym zaszła potrzeba jej zmiany.

Podręcznik jest przeznaczony dla studentów wydziałów technologii przetwórstwa żywności oraz towaroznawstwa uniwersytetów ekonomicznych, przyrodniczych i rolniczych, a także praktyków trudniących się handlem żywnością i gastronomią.

Autorzy podręcznika zdają sobie sprawę z jego niedoskonałości. W związku z tym proszą o przekazywanie uwag na jego temat do Katedry Ekonomiki i Organizacji Gospodarki Żywnościowej Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Wrocław, 2015 r.

Stanisław Urban