

WIESŁAW ŁUKASIŃSKI

ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ PRODUKTU EKOLOGICZNEGO

Streszczenie

Celem publikacji jest przedstawienie problematyki produktu ekologicznego, zaprezentowanie zmian w jego postrzeganiu oraz ukazanie znaczenia i możliwości rozwoju rynku tego typu produktów w Polsce po przystąpieniu do UE. Publikację przygotowano na podstawie analizy takich problemów, jak: zarządzanie jakością produktu, zdefiniowanie pojęcia produkt ekologiczny i przedstawienie uregulowań prawnych w tym zakresie, scharakteryzowanie rynku produktów ekologicznych oraz ukazanie znaczenia marki w rozwoju rynku produktów ekologicznych, jako szansy polskiego rolnictwa.

Słowa kluczowe: produkt ekologiczny, jakość, naturalność, marka, rynek

Wprowadzenie

Jednym z priorytetów UE stała się produkcja żywności ekologicznej, uważanej za żywność wysokiej jakości, ze względu na pochodzenie surowców z gospodarstw ekologicznych, w których stosowane są ściśle określone metody produkcji, a teren ich położenia cechuje: czysta gleba, powietrze i woda, brak zanieczyszczenia wpływem przemysłu czy infrastruktury komunalnej. Gwarancją optymalnej jakości żywności ekologicznej jest objęcie jej produkcji i procesem kontroli przez niezależne organizacje certyfikujące. W UE obowiązuje specjalny system ochrony i promocji żywności ekologicznej, co realizowane jest poprzez wyróżnianie znakami potwierdzającymi jakość wyrobów rolno-spożywczych, spełniających określone kryteria. Realizowana polityka jakości zapewnia bezpieczeństwo konsumentom, gwarantuje, że otrzymają żywność wysokiej jakości, wyprodukowaną odpowiednią metodą. Producent ma obowiązek dostarczyć konsumentowi wyczerpujących informacji na temat jakości i pochodzenia produktu, co zwiększa konkurencyjność żywności ekologicznej. Wzrost zainteresowania producentów sprzedażą produktów ekologicznych sprawia, że rośnie znaczenie ich

promocji, zwłaszcza w początkowym etapie wprowadzania produktu na rynek. Doświadczenia w tym zakresie wskazują, że konieczna staje się koncentracja przekazu marketingowego na ścisłym połączeniu produktu z jego ekologicznym pochodzeniem.

Potencjał zarządzania jakością w kreowaniu jakości produktu ekologicznego

W dobie gospodarki rynkowej jakość stała się jedną z podstawowych kategorii decydujących o stopniu konkurencyjności produktu. Koniecznością staje się efektywne dostosowanie organizacji do warunków gospodarki rynkowej, co sprzyja możliwie najlepszej koordynacji podejmowanych działań, racjonalnemu wykorzystaniu zasobów pracy, materiałów i środków finansowych oraz zapewnieniu równowagi i opłacalności produkcji. Zarządzanie jakością produktu ekologicznego, poza jakością produktu, nakazuje zwrócić uwagę również na jakość pracy oraz jakość oddziaływania organizacji na otoczenie. W produkcji żywności ekologicznej ocenie i kontroli podlegają wszystkie procesy związane z jej wytworzeniem - „od pola do stołu”. Brak możliwości przeprowadzenia jednoznacznej oceny końcowej produktu żywnościowego za pomocą analiz chemicznych sprawia, że podawana jest informacja o naturalnych i kontrolowanych procesach wytwarzania tej żywności. W rolnictwie ekologicznym wykorzystuje się naturalność procesów zachodzących w obrębie gospodarstwa. Stosuje się naturalne nawożenie roślin oraz pasze własne w chowie zwierząt. Produkcja odbywa się z uwzględnieniem zasad ochrony środowiska, a zastosowane technologie muszą być przyjazne środowisku. Rolnictwo ekologiczne może mieć miejsce jedynie w środowisku dotychczas nieskażonym, w którym są zachowane wszystkie obowiązujące normy zawartości substancji szkodliwych dla zdrowia [9]. Wydaje się, że systematyczne doskonalenie w tak szerokim zakresie powinno zapewnić żywności ekologicznej szanse na trwałe wypracowanie konkurencyjności na rynku żywności. Normy ISO serii 9000:2000 definiują wyrób, jako wynik procesu, przy czym proces określany jest jako zbiór działań wzajemnie powiązanych lub wzajemnie oddziałujących, które przekształcają wejścia w wyjścia [5]. Jakość produktu postrzegana jest jako zgodność ze specyfikacją. W takim rozumieniu jej miarą jest przede wszystkim dokładność wykonania, mieszcząca się w ramach założonej tolerancji, mająca na celu zaspokojenie oczekiwanych wymagań klientów z uwzględnieniem założeń zachowujących ekologiczność produktu. Przepisy UE warunkujące produktowi status ekologicznego wymuszają na producentach zachowanie ściśle określonych jego właściwości. W osiągnięciu optymalnej jakości produktu skutecznie może pomóc zarządzanie tą jakością. Konieczne staje się systematyczne doskonalenie skoordynowania działań ukierunkowanych na spełnienie wymagań dotyczących jakości produktu, co pomoże zapewnić systematyczny wzrost zaufania klienta do produktu. Zarządzanie jakością produktu ma za zadanie zagwarantować ekologiczną jakość składu i metod wytwarzania, co pozwala na jego sprzedaż jako produktu ekologicznego. Unijne prawo skutecznie ochrania produkt

ekologiczny przed nieuczciwym przywłaszczeniem nazwy, ponieważ jego produkcja musi być objęta programem kontroli upoważnionej jednostki certyfikującej, zatem nie tylko producenci produktów ekologicznych zobowiązani są do bieżącej ich kontroli, której celem jest zagwarantowanie, że stosowana metoda wytwarzania jest zgodna z deklarowaną. Podstawowym celem wymaganych zabezpieczeń prawno-systemowych kontroli i certyfikacji jest udowodnienie ekologicznej jakości produktu. Posiadane oznaczenie ma stanowić rękojmię jakości dla konsumenta i świadczyć, że zakupiony produkt jest autentyczny. Umożliwia to potencjalnemu nabywcy podjęcie świadomej decyzji, a cena przestaje być najważniejszym argumentem przemawiającym na rzecz danego wyrobu.

Produkt ekologiczny - pojęcie i uregulowania prawne

Produkt ekologiczny to wynik rolnictwa ekologicznego, zrównoważonego pod względem ekologicznym, ekonomicznym i społecznym systemu produkcji rolnej bazującego na procesach zachodzących w przyrodzie, z zachowaniem naturalnych cech środowiska, w którym powstał. Do jego powstania wykorzystywane są naturalne metody i środki produkcji. Koncepcja tego typu rolnictwa pojawiła się w związku z zagrożeniem środowiska naturalnego nadmierną chemizacją gleby, co przyczynia się do utraty jej żyzności oraz wzrostu zachorowalności zwierząt hodowlanych. Stosowanie środków naturalnych, nieprzetworzonych technologicznie umożliwia zapewnienie trwałej żyzności gleby, zdrowotności zwierząt i optymalnej jakości biologicznej produktów rolnych. W celu uznania produktu za ekologiczny konieczne jest spełnienie określonych wymagań produkcyjnych i jakościowych, co potwierdzone jest procesem certyfikacji i kontroli. Wykluczenie w procesie produkcji żywności ekologicznej środków chemicznych, sprostanie kryteriom produkcji ekologicznej staje się elementem wyróżniającym ten typ rolnictwa. Za produkt ekologiczny uznaje się produkt wytworzony zgodnie z zasadami rozporządzenia Rady EWG 2092/91 [6], natomiast za przetworzony produkt ekologiczny uznaje się wieloskładnikowy produkt ekologiczny, który zawiera co najmniej 95% składników pochodzenia rolniczego, wytworzonego zgodnie z zasadami rolnictwa ekologicznego, a pozostałe 5% składników może pochodzić z produktów wymienionych na liście załącznika VI, rozdział C. Producent zobowiązany jest do udokumentowania wszystkich etapów produkcji, co musi zostać potwierdzone stosownym certyfikatem przez jednostkę kontrolną. Zgodnie z artykułem 1.1. rozporządzenia 2092/91 za produkt ekologiczny uważa się: „nieprzetworzone produkty roślinne, również zwierzęta i nieprzetworzone produkty zwierzęce...”, „przetworzone produkty roślinne i zwierzęce przeznaczone do spożycia dla ludzi...”, czy „pasze, mieszanki paszowe i surowce do pasz...” [6, 9].

W UE podstawowym aktem prawnym regulującym funkcjonowanie rolnictwa ekologicznego i rynek produktów ekologicznych jest wielokrotnie już nowelizowane

i uzupełniane Rozporządzenie Rady EWG 2092/91 z dnia 24 czerwca 1991 roku, które precyzuje kryteria określające wprowadzanie do obrotu i sposób oznakowania produktów ekologicznych, które zostało zaktualizowane rozporządzeniem Rady (WE) 1991/2006 z dnia 21 grudnia 2006 roku [9]. Po przystąpieniu Polski do UE dokument ten stał się aktem prawnym nadrzędnym w stosunku do obowiązującego prawa krajowego, co oznacza, że musiał zostać wdrożony bez zmian do naszego systemu prawnego. Rozporządzenie to wprowadzono w Polsce ustawą z dnia 20 kwietnia 2004 roku (Dz. U. Nr 93, poz. 898), która ustanawia m.in. krajowy system nadzoru i kontroli w zakresie rolnictwa ekologicznego, w skład którego wchodzi: minister właściwy do spraw rolnictwa, Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych i upoważnione jednostki certyfikujące, przeprowadzające kontrolę oraz wydające i cofające certyfikaty zgodności. Ustawa ta wprowadza rozporządzenia dotyczące importu żywności ekologicznej z krajów trzecich i ustęp odnośnie materiału rozmnożeniowego: rozporządzenie Komisji nr 94/92/EWG (Dz. U. WE L 011 z 17.01.1992 r., z późn. zm.), rozporządzenie Komisji nr 1778/2001/WE (Dz. U. WE L 243 z 13.09.2001 r., z późn. zm.) oraz rozporządzenie Komisji nr 1452/2003/WE (Dz. U. WE L 206 z 15.08.2003 r.) [8].

Charakterystyka rynku produktów ekologicznych

Żywność ekologiczna dopuszczona do obrotu rynkowego powinna być zapakowana w opakowania jednostkowe i oznakowana. Produkt ekologiczny powinien być opatrzony etykietą zawierającą określone przepisami prawnymi informacje. Wyjątek stanowi sprzedaż produktu bezpośrednio od rolnika posiadającego aktualny certyfikat, który uwzględnia sprzedawane produkty żywnościowe, w sklepach kontrolowanych przez jednostkę certyfikującą i spełniających określone kryteria [9].

Szacuje się, że światowy obrót produktami ekologicznymi w 2006 roku wyniósł 30 mld euro. Można zaobserwować systematyczny, coroczny ok. 10% wzrost wielkość tego rynku. Zdecydowanie największy udział światowego rolnictwa ekologicznego przypada na Australię (39%), natomiast najmniejszy na Afrykę (3%). Największy procentowy udział rolnictwa ekologicznego w rolnictwie ogółem, z podziałem na kraje, występuje w Liechtensteinie (27%) i Argentynie (15%), a najbardziej rozwinięte rolnictwo ekologiczne jest w Australii, Argentynie, Chinach i USA, natomiast największy jego przyrost występuje w USA i Argentynie [10].

Polskę cechuje rolnictwo tradycyjne, przez wiele lat stosunkowo słabo zmechanizowane i chemizowane, co stanowi podstawę i szansę szybkiego rozwoju rolnictwa ekologicznego. W 2006 r. 3494 producentów posiadało wymagany certyfikat zgodności, a 5700 znajdowało się w okresie przestawiania produkcji, zatem w Polsce jest 9194 producentów żywności ekologicznej, gospodarujących na łącznej powierzchni upraw ok. 220 tys. ha użytków rolnych, co stanowi zaledwie ok. 1% ogólnej po-

wierzchni upraw. Najwięcej gospodarstw ekologicznych znajduje się w województwie małopolskim (1354) i podkarpackim (1200). Działają 172 certyfikowane przetwórcie produktów ekologicznych. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi prognozuje, że w 2010 r., w Polsce, będzie funkcjonowało ok. 15 000 gospodarstw ekologicznych na powierzchni ok. 300 000 ha [10]. Rosnąca podaż surowców ekologicznych na polskim rynku ułatwi pozyskanie ich przez przetwórców, co zwiększy konkurencyjność przetwórstwa produktów ekologicznych w Polsce. Wysokie wymagania w zakresie standardów higienicznych praktycznie uniemożliwiają przetwórstwo ekologiczne w obrębie gospodarstw rolnych. Rynek żywności ekologicznej w Polsce, aby dorównać rozwojowi rynków Niemiec czy Włoch musi dokonać 1000-krotnego wzrostu poziomu aktualnego rozwoju, co wskazuje na duże jego możliwości. Nieograniczony handel wewnątrz UE spowodował, że żywność ekologiczna wyprodukowana w Polsce znajduje zbyt w krajach Europy Zachodniej, gdyż cechuje ją niższa cena i gwarantowana jakość. Wzrost świadomości ekologicznej konsumentów spowodował, że są skłonni zapłacić wyższą cenę za produkty ekologiczne. W Polsce konieczne staje się zoptymalizowanie dystrybucji żywności ekologicznej, która może odbywać się kanałami typowymi dla żywności konwencjonalnej lub odrębnymi np. w sklepach specjalistycznych czy poprzez sprzedaż bezpośrednią, co powinno wpłynąć na wzrost zaufania do tego typu żywności, niemniej związane jest z ponoszeniem wyższych kosztów dystrybucji. W Polsce sieć obrotu produktami ekologicznymi jest stosunkowo słabo zorganizowana. Najczęściej spotykane formy sprzedaży to: sprzedaż bezpośrednia surowców nieprzetworzonych (preferowana przez rolników), sieci sklepów wyspecjalizowanych w sprzedaży produktów ekologicznych (głównie duże miasta) oraz sprzedaż internetowa. Satisfakcjonujący jest zauważalny stopniowy wzrost zainteresowania sprzedażą produktów ekologicznych przez sieci sklepów spożywczych i supermarketów. Dobrym tego przykładem jest sieć sklepów Społem i Program Ekologiczny Społem, którego akcja promocyjna produktów ekologicznych zorganizowana pod hasłem „Podejmij ekodecyzę” w Warszawie, Chełmie i Andrychowie wskazała na duże możliwości rozwoju tego segmentu rynku [3]. Doświadczenia innych krajów w zakresie sprzedaży żywności ekologicznej wskazują, że najlepszym sposobem jest dystrybucja tradycyjnymi kanałami, gdyż umożliwia to szybki rozwój rynku, ponieważ umożliwia obniżkę kosztów dystrybucji i cen żywności ekologicznej. Przykładowo w duńskich sklepach konwencjonalnych (głównie supermarketach) sprzedawanych jest 86% produktów ekologicznych, w Finlandii, Austrii i Wielkiej Brytanii 70 – 80%, we Francji, Belgii oraz w Holandii 41 – 42%, natomiast w Niemczech 33%. W wymienionych krajach również duży udział w sprzedaży żywności ekologicznej mają sklepy specjalistyczne. W Europie Zachodniej zauważalna jest tendencja do integracji poziomej (grupy produkcyjne, współpraca sprzedawców na zasadzie franchisingu) i pionowej (współpraca rolników i przetwórców np. młynarze, piekarze) kanałów dystrybucyjnych. Powstałe

w ten sposób podmioty wspólnie sprzedają wyprodukowaną żywność ekologiczną. Wydaje się, że dla polskich rolników prowadzących gospodarstwa ekologiczne najbardziej opłacalny jest eksport żywności ekologicznej do krajów UE, co znacząco ułatwi powstawanie spółek dystrybucyjnych lub zrzeszeń rolników ekologicznych, grup producenckich, które wspólnie dokonywaliby czynności związanych ze sprzedażą produktów ekologicznych [4].

Znaczenie marki

Zarządzanie jakością produktu poza zapewnieniem jego obiektywnej jakości składu i produkcji, zoptymalizowaniem stopnia w jakim spełnia oczekiwania konsumenta, ma na celu wykreowanie marki produktu – kapitału marki, w skład którego zalicza się przede wszystkim lojalność konsumentów, jakość produktu czy skojarzenia z nią związane. Spowodowane jest to wzrastającą konkurencyjnością produktów żywnościowych, co wymaga wypracowania niekwestionowanej opinii o jakości produktu i wyraźnego postrzegania jej przez konsumentów. Marka rozumiana jako subiektywna ocena konsumenta, uwzględniająca wady i zalety produktu, jego mocne i słabe strony, staje się marketingowym rozumieniem jakości. Satysfakcja klienta i spełnienie oczekiwań prowadzi do wytworzenia w jego opinii pozytywnego wizerunku produktu, bazującego na zoptymalizowaniu jego jakości w stosunku do wymagań, co odzwierciedla się w przywiązaniu konsumenta do określonego wyrobu czy marki [1]. W marketingowym rozumieniu niekwestionowane znaczenie w kreowaniu pozytywnego wizerunku produktu ma zadowolenie konsumenta. Jego opinia określająca wysoką postrzeganą jakość produktu stanowi ocenę i powinna być uwzględniona w strategii działań producenta na rynku produktów żywnościowych, ponieważ stanowi czynnik przewagi konkurencyjnej organizacji na rynku.

Stworzone uregulowania prawne w zakresie rolnictwa ekologicznego oraz wsparcie ekologicznego sposobu wytwarzania żywności przez UE, jako istotnego elementu Wspólnej Polityki Rolnej, w znacznym stopniu zintensyfikowało rozwój rynku tego typu produktów i sprawiło, że aktualnie zaliczany jest do najdynamiczniej rozwijających się rynków produktów żywnościowych we Wspólnocie. W Polsce niewystarczająca wiedza konsumentów na temat zalet spożywania żywności ekologicznej sprawia, że konieczne staje się podejmowanie działań edukacyjnych, co powinno zwiększyć wiarygodność i spopularyzować spożywanie tego rodzaju żywności. Tworzący się rynek żywności ekologicznej cechuje niski poziom działalności promocyjnej, brak powszechnej informacji o metodach produkcji i oznakowaniu żywności. Konieczne jest uświadomienie konsumentowi, że produkt wytworzony metodami ekologicznymi cechuje: niepowtarzalny smak, wygląd, konsystencja, aromat oraz gwarantowana jakość i pochodzenie. Z pewnością do łatwiejszej identyfikacji produktu w miejscu sprzedaży przyczyniłoby się wypromowanie wspólnego znaku towarowego (marki)

produktów ekologicznych, co mogłoby skutecznie zintegrować środowisko producentów i przetwórców żywności ekologicznej. Brak wyraźnego postępu w rozwoju promocji żywności ekologicznej skłonił na początku 2006 r. konsorcjum Wielkopolskiej Izby Rolno-Przemysłowej i Stowarzyszenie Ekoland do wszczęcia kampanii reklamowej w tym zakresie. Pomysł został zaakceptowany przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Agencję Rynku Rolnego, a następnie Komisję Europejską, co umożliwiło wsparcie kampanii promocyjno-informacyjnej adresowanej do konsumentów i producentów środkami unijnymi. Niezmienna jakość produktów ekologicznych, wynikająca ze spełnienia wymagań produkcyjnych zapisanych w specyfikacji wyrobu, upoważnia producenta do umieszczania na opakowaniu produktu logo produktu ekologicznego, symbolu chronionego prawem WE. Promocja znaku „Rolnictwo ekologiczne” ma na celu przede wszystkim wywołanie wzrostu popytu na żywność ekologiczną oraz poinformowanie rolników i przetwórców żywności ekologicznej o możliwościach ochrony i wyróżniania produktów ekologicznych [3].

Podsumowanie

Na zdrowotność żywności składają się: bezpieczeństwo produktu oraz jej wartość odżywcza, kaloryczna i dietetyczna. Produkty żywnościowe powinny dostarczać organizmowi niezbędnych składników odżywczych i energetycznych przy całkowitym wyeliminowaniu czynników zagrażających zdrowiu ludzi. Zanieczyszczenie chemiczne środowiska prowadzi do obniżenia jakości zdrowotnej żywności, co znajduje odzwierciedlenie w stanie zdrowia człowieka. Środowisko naturalne wpływa na jakość surowców żywnościowych, które mogą być źródłem zagrożeń biologicznych i chemicznych. Zapewnienie bezpieczeństwa zdrowotnego żywności jest szczególnie istotne w przypadku żywności wytwarzanej metodami ekologicznymi, w których nie stosuje się środków chemicznej ochrony w produkcji surowców, zmniejszających ryzyko zagrożeń biologicznych [7]. Objęcie procesem zarządzania jakością produktów ekologicznych umożliwi zachowanie ich pierwotnych właściwości i wymaganych norm bezpieczeństwa. Unijna polityka jakości w zakresie żywności koncentruje się na promocji i ochronie oryginalności produktów, które cechuje ścisłe określenie ekologiczności produktu. Szansą dla polskiego rolnictwa staje się rosnący popyt na produkty ekologiczne spowodowany przede wszystkim: upowszechnieniem zagrożeń wynikającej ze stosowania przemysłowych metod chowu zwierząt czy uprawy roślin, „internacjonalizacji” produktów utrudniającej konsumentom jednoznaczne określenie ich pochodzenia, czy docenieniem przez konsumentów dodatkowych korzyści wiążących się z zakupem tego typu produktu [2]. Zarządzanie jakością produktu ekologicznego ma na celu zagwarantowanie konsumentowi, że nie stanie się ofiarą nieuczciwej konkurencji. Producenci spełnią bowiem ściśle określone wymogi z uwagi na świadomość, że posiadane oznaczenie kojarzone jest z wysoką jakością, marką zapewniającą im

zwiększenie zysku, co dodatkowo dopinguje ich do optymalizacji zarządzania jakością produktu.

Literatura

- [1] Doroszewicz S.: Znak ISO 9001 z punktu widzenia konsumenta. *Marketing i Rynek*, 2000, **4**, 21-26.
- [2] Figiel A.: Etnocentryzm konsumencki. Produkty krajowe czy zagraniczne. Wyd. Nauk. PWE. Warszawa 2004.
- [3] Krajewski K.: Produkty ekologiczne wspierane działaniami promocyjnymi. *Przem. Spoż.*, 2006, **12**,
- [4] Nestorowicz R.: Kanały dystrybucji żywności ekologicznej. *Przem. Spoż.*, 2006, **12**,
- [5] PN-EN ISO 9000:2001. Systemy zarządzania jakością. Podstawy i terminologia.
- [6] Rozporządzenie Rady 2092/91/EWG z dnia 24 czerwca 1991 roku w sprawie ekologicznego otrzymywania produktów rolnych oraz oznaczeń z tym związanych umieszczanych na produktach rolnych i artykułach spożywczych (Dz. U. L 198, 22.7.1991, s.1).
- [7] Sikora T., D. Kołożyn-Krajewska: Aspekty środowiskowe związane z produkcją i konsumpcją żywności. W: Adamczyk W. (red.), *Ekologiczne problemy jakości wyrobów*. Wyd. Naukowe PTTŻ, Kraków 2002.
- [8] Szeremeta A., Jastrzębska D.: Przetwórstwo produktów ekologicznych. *Przem. Spoż.*, 2006, **6**,
- [9] Szymona J.: Perspektywy rozwoju przetwórstwa produktów ekologicznych w Polsce, Posiedzenie Rady Gospodarki Żywnościowej, Ekogwarancja PTRE, 2007.
- [10] www.minrol.gov.pl

ORGANIC PRODUCT QUALITY MANAGEMENT

S u m m a r y

The objective of the paper was to depict issues referring to organic product, to present changes in perceiving it, and to show the importance and development potential of the market for organic products in Poland after its access to the European Union. The basis of the paper developed was the analysis of such problems as: product quality management, defining the 'ecological product' term, presenting legal regulations in this range, characterizing the organic products market, and showing the importance of brand name with for the market development for organic products regarded as a chance for the Polish agriculture.

Key words: organic product, quality, natural state, brand name, market 