

dr inż. Małgorzata Miśniakiewicz¹

Katedra Towaroznawstwa Żywności
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Identyfikacja i analiza trendów rozwojowych w przemyśle spożywczym w Polsce²

WSTĘP

Przemysł rolno-spożywczy, mimo iż zaliczany pod względem innowacyjności do sektora tzw. niskiej techniki jest, i w najbliższej przyszłości będzie, ważnym działem polskiej gospodarki. Znajduje to odzwierciedlenie m.in. w wartości dodanej brutto, liczbie przedsiębiorstw w tym sektorze oraz wartości produkcji sprzedanej [Szczepaniak, 2016]. Z uwagi na liczbę zatrudnionych oraz znaczenie racjonalnego żywienia dla zdrowia konsumentów jest to także bardzo ważny sektor ze względów społecznych.

Warto zauważyć, że stosunkowo wysoki udział polskiej żywności w eksporcie opiera się przede wszystkim na przewagach cenowych, co może być skuteczne tylko w bliskiej i średniej perspektywie czasu, szczególnie zważywszy na szybko rosnące w Polsce koszty pracy, niską jej wydajność, niskie nakłady na innowacje oraz bardzo wysoką konkurencyjność światowego rynku żywności [Rocznik Statystyczny Przemysłu, 2004–2014]. Utrzymanie konkurencyjnej pozycji polskiej żywności (w 2015 r. nadwyżka eksportu nad importem produktów rolno-spożywczych osiągnęła nienotowaną wcześniej wartość 7,7 mld euro [Tereszczuk, 2016]) wymaga podjęcia skutecznych, ukierunkowanych działań radykalnie podnoszących potencjał innowacyjny polskich przedsiębiorstw (włączając w to producentów rolnych) i wypracowania nowych technologii zwiększających konkurencyjność polskich produktów żywnościowych. Niezbędne jest stworzenie nowych koncepcji, które powinny być rozwijane i wdrażane przy znacznych, właściwie ukierunkowanych inwestycjach badawczo-rozwojowych i ścisłej współpracy z przedstawicielami nauki.

¹ Adres korespondencyjny: ul. Sienkiewicza 5, 30-033 Kraków, tel. 12 293 78 49; e-mail: miśniakm@uek.krakow.pl.

² Projekt został sfinansowany ze środków przeznaczonych dla Wydziału Towaroznawstwa Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego.

Celem niniejszego artykułu jest identyfikacja trendów rozwojowych w przemyśle spożywczym dokonana na podstawie analizy źródeł wtórnych, ze zwróceniem szczególnej uwagi na zachodzące w Polsce i Europie zmiany demograficzne kształtujące trendy w żywieniu człowieka i krajową konsumpcję produktów żywnościowych. Do ich weryfikacji wykorzystano m.in. wyniki badań o charakterze Foresight'u technologicznego oraz ekspertyzy w zakresie strategicznej wizji rozwoju polskiego przemysłu spożywczego ze wskazaniem priorytetowych kierunków prac B+R na okres najbliższych lat – perspektywa 2030 roku.

INNOWACYJNOŚĆ W PRZEMYŚLE SPOŻYWCZYM POLSKI

Znaczący wzrost aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw produkujących w Polsce żywność w minionej dekadzie nastąpił w latach 2012–2014. Jego przejawem był przede wszystkim wzrost wydatków na zakup nowoczesnych maszyn i urządzeń – w większości przypadków implementacja nowych technologii stosowanych w Europie Zachodniej, inwestycje w budynki i budowlę, nakłady na marketing nowych i zmodernizowanych produktów, a w następnej kolejności wydatki na działalność badawczo-rozwojową, zakup patentów i licencji oraz wydatki na szkolenia kierownictwa i pracowników z zakresu innowacyjności. Niestety, te ostatnie pozycje stanowią zaledwie niewielki odsetek wydatków na innowacje, co oznacza, że polskie przedsiębiorstwa tylko w niewielkim stopniu dążą do generowania, czy nabywania nowej wiedzy i kreowania innowacji pierwotnych. Niewielki jest też stopień odnowienia produkcji, czyli udział wartości produkcji sprzedanej nowych i ulepszonych produktów wprowadzanych na rynek w produkcji sprzedanej wyrobów ogółem – zaledwie 3,7% w 2014 roku. Dobre wyniki ekonomiczne branży spożywczej dowodzą jednak, że dotychczas nie stanowiło to bariery jej rozwoju. Należy jednak podkreślić, że wprowadzane nowości miały w większości charakter naśladownictwa i reformulacji produktów [Szczepaniak, 2016; Gantner, Tomaszewska-Pielacha i Gutkowska, 2015; Michalczuk, 2013].

Utrzymanie i poprawa dotychczasowej pozycji konkurencyjnej polskich firm w branży spożywczej wymaga innowacyjności w zakresie produktów, procesów przetwórczych, marketingu i struktur organizacyjnych. Analiza innowacyjności polskiego przemysłu spożywczego wykazuje, że jest ona dość niska. W ostatnich latach tylko 32% przedsiębiorstw wprowadziło innowacje, w tym produktowe – 25%, procesowe – 21%, marketingowe – 24%, a organizacyjne – 20%. Udział nowych i zmodernizowanych wyrobów w produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego nie przekracza 10%. Jest to wynik bardzo niski i wysoce niezadowolający w aspekcie budowania konkurencyjności przemysłu spożywczego na arenie unijnej i światowej, tym bardziej, że w pewnych obszarach rynku wystąpiło już zjawisko czasowego wyczerpania się dotychczasowych przewag cenowo-kosz-

towych. Istnieje więc potrzeba szerszego otwierania się firm na nowości, ich absorbowanie, a następnie wdrażanie i czerpanie z nich korzyści [Poczta i in., 2012; Żmija, 2014; Szczepaniak, 2016].

RYNEK PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH W POLSCE. PREFERENCJE KONSUMENTÓW I DETERMINANTY POPYTU NA ŻYWNOŚĆ

Rynek artykułów spożywczych jest największym segmentem rynku handlu detalicznego w Polsce. W 2015 r. wart był niemal 243 mld zł, co oznacza 2,1% wzrostu w porównaniu do roku 2014 [*Handel detaliczny...*, (http)]. Notowany wzrost generowany jest przede wszystkim w segmencie dyskontów oraz convenience (żywności wygodnej). Jest to rynek względnie dojrzały, tzn. nie podlega nagłym i znacznym zmianom w zależności od pogorszenia się lub polepszenia sytuacji ekonomicznej konsumentów lub ewentualnych zmian wśród największych podmiotów operujących na rynku. Mimo notowanej obecnie deflacji cen na produkty spożywcze rynek ten wciąż rośnie. Niższe ceny i przez to częściowe oszczędności konsumentów dały klientom nieduże oszczędności, które zostały wykorzystane na zakup produktów lepszych jakościowo oraz produktów na licznych promocjach prowadzonych przez największe sieci.

Warto podkreślić, że rynek spożywczy w Polsce cechuje się dużą konkurencją. Oprócz czołowych zagranicznych sieci funkcjonuje na nim wiele polskich sieci małych sklepów i supermarketów. Jednocześnie jest to rynek zdominowany przez sieci międzynarodowe. Tylko jedna spółka wśród największych dziesięciu firm operujących na tym rynku posiada obecnie polskiego właściciela.

Rynek spożywczy z roku na rok konsoliduje się. Dziesięć największych firm generuje ponad połowę sprzedaży na rynku. Co więcej, w związku z tym, że małym sieciom, czy sklepom indywidualnym z roku na rok jest coraz trudniej, to albo przyłączają się one do franczyzy sklepów, jak: abc, Odido, Żabka, itp., które są w większości prowadzone przez największe spółki na rynku, co powoduje dalsze umacnianie pozycji liderów rynku, albo starają się bardziej wyspecjalizować. Szansą na poprawę sytuacji mniejszych sklepów, dzięki formatowi convenience oraz sklepom specjalistycznym, są zmieniające się przyzwyczajenia konsumentów – coraz częściej poszukują możliwie świeżej żywności, chętnie tradycyjnej, ekologicznej, dostępnej blisko miejsca zamieszkania [*Handel detaliczny...*, (http)].

Zmiany na rynku produktów żywnościowych w Polsce w dużej mierze są odzwierciedleniem preferencji Polaków w zakresie konsumpcji żywności. Generalnie spożycie większości podstawowych produktów na osobę w polskich gospodarstwach domowych zmniejsza się, co wynika w dużej mierze z bogacenia się Polaków, spędzania znacznej części dnia w pracy i wzrostu spożycia

żywności poza domem w formie produktów o wyższym stopniu przetworzenia. W ramach gospodarstw domowych rośnie jedynie spożycie wędlin wysokogatunkowych, drobiu, makaronu, czekolady, wody i soków owocowych [*Zmiany preferencji...*, (http)]. Wzrost dochodu pozostającego w dyspozycji gospodarstw domowych jest częściowo neutralizowany relatywnie wysokimi cenami żywności. Jednocześnie warto podkreślić, iż obecnie dostępność żywności dla przeciętnego mieszkańca Polski, rozumiana jako siła nabywcza dochodów w przeliczeniu jedynie na żywność, jest o ok. 50% większa niż na początku okresu transformacji systemowej. Udział żywności w koszyku konsumpcyjnym zmalał tym samym z 48,0% w 1991 roku do 24,6% w 2014 roku. W związku z tym to nie jedynie dochód i ceny determinują popyt na żywność, lecz w dużej mierze zmiany społeczno-ekonomiczne dotyczące sposobów życia i żywienia Polaków.

Do najważniejszych należy zaliczyć:

- zmianę trybu życia współczesnych konsumentów – mniej energochłonny tryb życia powoduje mniejsze zapotrzebowanie na energię – mniejszy wysiłek fizyczny, powszechne nadużywanie środków transportu itp.;
- substytucję ilości żywności jej jakością – czyli mniej, ale bardziej wartościowych produktów żywnościowych na co dzień;
- wzrost konsumpcji żywności w punktach gastronomicznych;
- wzrost konsumpcji żywności przetworzonej przy ogólnym zmniejszeniu jej spożycia;
- dynamiczny rozwój sieci sprzedaży i dystrybucji żywności, w tym dyskontów;
- rozwój sposobów utrwalania i przechowywania żywności – możliwość generowania mniejszych strat w procesie finalnej konsumpcji żywności;
- stosowanie różnych diet i kuracji prozdrowotnych, rozpowszechnienie nietolerancji pokarmowych, co związane jest z koniecznością eliminacji określonych składników z diety, np. nietolerancja glutenu, czy laktozy;
- większą aktywizację zawodową kobiet, spadek poziomu dzietności oraz wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych;
- zwiększenie poziomu wykształcenia społeczeństwa;
- proces starzenia się społeczeństwa i wydłużanie przeciętnego czasu życia człowieka [*Zmiany preferencji...*, (http), s. 10; Czajkowska i Kowalska, 2014; Lasowski i Świstak, 2014].

Analizując ogólne trendy w spożyciu żywności w Polsce w latach 1999–2014 największe spadki konsumpcji zanotowano w przypadku ziemniaków (49,6%), pieczywa (49,1%), mąki (39,2%) i cukru (38,7%). W tym samym czasie najdynamiczniej rosło spożycie wody do ponad 4 litrów miesięcznie (wzrost o 312,9%), czekolady (150,0%) i wędlin wysokogatunkowych (55,8%). Jednocześnie warto podkreślić, iż zmiany te dokonywały się w sytuacji silnego wzrostu cen detalicznych żywności, przy czym ceny żywności rosły istotnie szybciej na tle innych kategorii produktów [*Zmiany preferencji...*, (http)].

Podstawowym kryterium wyboru artykułów żywnościowych w Polsce jest ich cena, przy czym w znacznie większej mierze dotyczy to produktów masowych jak cukier, makaron, czy masło, niż np. wędlin, czy pieczywa. Drugim pod względem istotności parametrem jest świeżość produktu kojarzona z wysoką jego jakością – 64% wskazań. Jest ona ważna zwłaszcza w ocenie nabiału, mięsa, wędlin i pieczywa [*Zmiany preferencji...*, (http)].

Za istotny czynnik w percepcji jakości żywności Polacy uznają także fakt wyprodukowania żywności w Polsce. W dalszej kolejności konsumenci zwracają uwagę na ekologiczny sposób produkcji, brak konserwantów i sztucznych dodatków w składzie produktu, a także atrakcyjny wygląd i przyjemny zapach artykułu żywnościowego. Warto podkreślić, że polscy konsumenci wysoką jakość żywności oferowanej na rynku traktują jako standard i nie chcą za nią płacić więcej niż to konieczne. Tylko 10% konsumentów jest gotowych płacić za wyższą jakość 15% i więcej. 55% badanych akceptuje wzrost cen żywności o 1–5%.

W perspektywie roku 2020 prognozowany 1-procentowy spadek ludności w Polsce może nieznacznie przyczynić się do obniżenia całkowitego popytu na żywność, choć będzie to niwelowane zmianami struktury ludności – starzenie się społeczeństwa i wydłużanie przeciętnego czasu życia człowieka oraz wzrostem liczby gospodarstw jednoosobowych, w których konsumpcja żywności na głowę jest większa. Prognozuje się wzrost popytu na mięso, mleko, oleje i tłuszcze oraz cukier, zwłaszcza w postaci przetworzonej – wyrobów cukierniczych, zaś konsumpcja owoców krajowych, artykułów zbożowych, ziemniaków, jaj i warzyw będzie maleć. Ustabilizuje się podaż kalorii blisko zalecanych wartości RWS, a ich źródłem w większości będą produkty pochodzenia zwierzęcego, a nie węglowodany roślinne [*Zmiany preferencji...*, (http); Czajkowska i Kowalska, 2014; Laskowski i Świsak, 2014].

TRENDY W ROZWOJU NOWYCH PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH – PROGNOZY

Jak wynika z dostępnych opracowań [Michalczuk (red.), 2011; Michalczuk, 2013, Poczta i in., 2012] w drugiej dekadzie XXI wieku najczęściej identyfikowanymi kierunkami rozwoju przemysłu spożywczego w Polsce są:

- rozwój żywności funkcjonalnej w związku ze wzrostem zainteresowania żywnością prozdrowotną, zwłaszcza wzbogaconej o substancje antyoksydacyjne i przeciwdrobnoustrojowe, podnoszące odporność i usprawniające funkcjonowanie układu krążenia, czy opóźniające efekty starzenia, a spożywane jako składnik regularnej diety [Waszkiewicz-Robak, Kulki i Bazarnik, 2015; Czajkowska i Kowalska, 2014];

- rozwój żywności ekologicznej – rynek żywności ekologicznej rozwija się w tempie 10–15% rocznie i obecnie jego wartość jest szacowana na ok. 750 mln zł, co stanowi 0,3% całego rynku spożywczego. Na zachodzie Europy udział żywności ekologicznej w całości sprzedaży wynosi od 2 do 6%, co zdaniem ekspertów świadczy o potencjale rozwoju rynku żywności ekologicznej w Polsce [Cacak-Pietrzak, 2015]³;
- rozwój żywności wygodnej – rynek żywności wygodnej, zwłaszcza gotowych mrożonych dań z mąki i ziemniaków jest rynkiem dużym i nadal rosnącym, co wynika ze znacznego zaangażowania zawodowego Polaków. W 2009 r. jego wartość stanowiła 1,3–1,5 mld zł. W Polsce systematycznie rośnie także sprzedaż mrożonych potraw mięsnych i rybnych, gotowych do obróbki cieplnej, podobnie jak popyt na produkty konserwowe: zupy oraz dania mięsne, warzywno-mięsne i warzywne [Czajkowska i Kowalska, 2014];
- rozwój żywności minimalnie przetworzonej, w tym żywności wytworzonej zgodnie z zasadą clean label (czysta etykieta) – uzyskanej dzięki ograniczaniu stosowania substancji dodatkowych dozwolonych w przetwórstwie żywności w myśl zasady, że im prostszy skład i krótszy wykaz składników, tym zdrowszy produkt;
- rozwój żywności tradycyjnej, wytwarzanej na podstawie udokumentowanych, wieloletnich receptur;
- personalizacja produktów żywnościowych z uwzględnieniem potrzeb seniorów, osób o zwiększonej aktywności fizycznej itp.;
- globalizacja, czyli promocja produktów lokalnych znanych tylko na rynkach o małym zasięgu w skali świata;
- praktyczna aplikacja w przemyśle spożywczym zasad zrównoważonego rozwoju przez np. ograniczenie zużycia wody i oszczędne gospodarowanie surowcami i zasobami naturalnymi, ograniczanie emisji do środowiska, przeciwdziałanie marnowaniu żywności poprzez rozwój zrównoważonej produkcji i konsumpcji żywności;
- prosumpcja, czyli czynne włączanie konsumentów w proces opracowywania nowości na rynku żywności;
- produkcja półproduktów HoReCa – dla cateringu i restauracji;
- ograniczenie spożycia kalorii – żywność light, produkty w mniejszych opakowaniach do jednorazowej konsumpcji, np. słodczyce w opakowaniach jednostkowych, których kaloryczność nie przekracza 250 kcal.;
- krótkookresowe trendy związane z modą na określoną dietę, np. bezlaktozową, czy bezglutenową.

Przykładowo w ostatnim czasie do opinii publicznej w Polsce coraz powszechniej docierają konkretne dane w zakresie marnowania żywności – rocznie łącznie około 9 mln ton żywności, którą można byłoby wyżywić 1/3 mieszkańców

³ Program Rozwoju Obszarów Wiejskich przewiduje 13,5 mld euro na lata 2014–2020 na zwiększenie konkurencyjności i rentowności gospodarstw rolnych, w tym na tworzenie gospodarstw ekologicznych, w związku z czym najpewniej wzrośnie zainteresowanie tą formą aktywności gospodarczej.

Polski. 6 mln ton żywności marnuje się na etapie produkcji, magazynowania i dystrybucji, m.in. poprzez zanieczyszczanie produktów na poszczególnych etapach produkcji, ubytki podczas procesów przetwórczych, wyrzucanie produktów niepełniających wymagań oceny jakości handlowej oraz stosowanie nieodpowiednich materiałów opakowaniowych i procesów pakowania, a także niewłaściwe przechowywanie w miejscach sprzedaży i niezachowanie tzw. łańcucha chłodniczego, który zapewnia bezpieczeństwo bakteriologiczne produktów. Konsumenci marnują dalsze 2 mln ton żywności. Problem nabiera znaczenia ze względu na skalę ubóstwa skrajnego – w Polsce 2,8 mln osób ma miesięcznie na utrzymanie mniej niż 550 zł; dotyczy to w większości rodzin wielodzietnych. Istnieje więc konieczność racjonalizacji działań w tym zakresie, np. możliwość przekazywania nadmiarów żywności w postaci darowizn za pomocą banków żywności najbardziej potrzebującym – darczyńca jest zwolniony z podatku VAT od darowizny, może wliczyć wartość darowizny żywnościowej w koszty uzyskania przychodu i obniżyć podstawę opodatkowania podatkiem CIT, skutecznie realizować politykę CSR. Popularyzacja takich działań plus edukacja konsumentów w zakresie zrównoważonej konsumpcji umożliwia zmniejszenie marnowania żywności i dostarczenie jej potrzebującym, dbałość o środowisko naturalne, budowanie dobrych praktyk współpracy między przedsiębiorstwami a organizacjami [Krajewska, 2015; *Marnowanie żywności...*, 2012].

Realizacji owych priorytetowych trendów mają służyć coraz powszechniej rozwijane:

1. Innowacyjne technologie produkcji i zagospodarowania odpadów, w tym:
 - technologie produkcji żywności minimalnie przetworzonej;
 - technologie nietermicznego utrwalania żywności;
 - technologie mające na celu zmniejszenie alergenicności mleka i jaj;
 - technologie produkcji wyrobów mleczarskich o zwiększonej zawartości i biodostępności wapnia;
 - technologie otrzymywania tłuszczów nowej generacji o obniżonej zawartości izomerów trans kwasów tłuszczowych;
 - technologie modyfikacji żywności w kierunku zastąpienia w ich składzie tłuszczów zwierzęcych tłuszczami roślinnymi.
2. Innowacyjne surowce, innowacyjne produkty:
 - wytwarzanie żywności funkcjonalnej z użyciem do jej produkcji surowców pozyskiwanych ze specjalnych hodowli lub upraw prowadzonych w specyficznych warunkach, lub ze specjalnie selekcionowanych odmian, także modyfikowanych biotechnologicznie, w tym również metodami inżynierii genetycznej;
 - produkty spożywcze ukierunkowane na zmniejszenie ryzyka chorób, np. obniżonej wartości energetycznej, zminimalizowanej ilości soli, cholesterolu lub nasyconych kwasów tłuszczowych; zwiększonej zawartości jodu, czy kwasu foliowego;

- produkty tłuszczowe (np. margaryny) o wysokiej zawartości nienasyconych kwasów tłuszczowych (w szczególności omega-3), ewentualnie zawierających stanole i sterole roślinne;
 - wykorzystanie nowych lub mało znanych gatunków roślin uprawnych jako surowców bogatych w substancje bioaktywne, wykorzystywanie wodorostów, owadów, jako alternatywnych źródeł białka.
3. Innowacyjne opakowania:
- materiały opakowaniowe z surowców odnawialnych oraz biodegradowalnych, z wykorzystaniem materiałów z recyklingu, tworzenie nowych materiałów opakowaniowych ograniczających zużycie surowców i ułatwiające ekonomizację opakowań, unikanie towarów nadmiernie opakowanych;
 - nanocząsteczki i opakowania wytwarzane z ich udziałem, bezpieczne dla zdrowia człowieka;
 - systemy opakowań inteligentnych ze wskaźnikami monitorującymi stan żywności i jej wewnętrznego i/lub zewnętrznego otoczenia.
4. Żywnienie i zdrowie człowieka:
- żywność prozdrowotna (funkcjonalna);
 - nutrigenomika i genetyka człowieka podstawą do oceny wrodzonych uwarunkowań zdrowotnych konsumentów i projektowania indywidualnej diety dla zmniejszenia ryzyka wystąpienia niezakazanych chorób przewlekłych;
 - żywność spersonalizowana, dedykowana dla różnych grup konsumentów, np. seniorów, młodych aktywnych zawodowo kobiet, osób o zwiększonej aktywności fizycznej;
 - promocja wegetarianizmu;
 - poszukiwanie alternatywnych źródeł białka [Zielińska, Karaś i Jakubczyk, 2015].
5. Bezpieczeństwo żywności:
- zarządzanie bezpieczeństwem żywności z wykorzystaniem nowoczesnych technik badawczych;
 - modelowanie i badania nad bezpieczeństwem żywności otrzymanej z wykorzystaniem procesów nanotechnologicznych;
 - wykorzystanie mikrobiologii prognostycznej do modelowania bezpieczeństwa mikrobiologicznego żywności;
 - modelowanie potencjalnych zagrożeń chemicznych pochodzących ze środowiska oraz stosowanych procesów technologicznych i materiałów do kontaktów z żywnością.
6. Zarządzanie procesem produkcji, dystrybucja i marketing:
- projektowanie i wdrażanie do produkcji nowych rodzajów żywności, wykonywane przez wyspecjalizowane firmy współpracujące z ośrodkami naukowymi – dominować będą innowacje produktowe i procesowe, zaliczane do innowacji wtórnych – polegające na doskonaleniu cech, jakości i wyglądu dotychczasowych produktów;
 - ujednolicony system monitorowania jakości żywności;

- zarządzanie procesami produkcji żywności;
- przeciwdziałanie marnowaniu żywności w całym cyklu produkcji [Michałczuk (red.), 2011].

Obecnie w zakresie innowacyjnych technologii najlepiej znane i najczęściej stosowane są technologie do produkcji żywności ekologicznej i opakowań biodegradowalnych (znane przez 74–78% respondentów), surowce genetycznie modyfikowane (73%), biotechnologie (64%), inżynieria genetyczna, zamienniki tłuszczu i zamienniki cukru oraz opakowania specjalnego przeznaczenia (wskazuje je do 61% respondentów). Mało znane są opakowania aktywne i inteligentne, nanotechnologie i nanoopakowania, opakowania barierowe (26–34% respondentów). Najmniej znane są technologie do produkcji żywności wygodnej i żywności projektowanej, identyfikuje je od 15 do 18% ankietowanych firm. Jednocześnie planowane zmiany mają w większości charakter naśladowczy i odtwórczy [Żmija, 2014].

Zidentyfikowane powyżej priorytetowe obszary działań innowacyjnych w przemyśle spożywczym jednoznacznie wskazują, że istnieją w Polsce możliwości poprawy w tym zakresie. Jednocześnie z jednej strony istnieje świadomość konieczności przyjęcia strategii proinnowacyjnej w branży spożywczej, ale z drugiej dominuje pewna zachowawczość proponowanych działań. Przedsiębiorcy nie chcą nadmiernie ryzykować i narażać się na straty proponując zbyt innowacyjne, jak na potrzeby polskich konsumentów produkty. Szanse na sukces mają firmy wdrażające innowacje wtórne, zwłaszcza produkty reformułowane, czyli już istniejące, a zmodyfikowane tak, by np. dostosować gramaturę opakowań do zmieniających się potrzeb konsumentów i handlu oraz dostosować produkty do potrzeb określonych grup konsumentów i rodzajów sklepów.

WNIOSKI

Dalszy wzrost zamożności Polaków nie będzie miał istotnego wpływu na wzrost konsumpcji podstawowych kategorii produktów żywnościowych. Możliwy jest wzrost spożycia wyższej jakości mięsa i wędlin, ryb, przetworów mlecznych oraz warzyw i owoców, zwłaszcza egzotycznych, z innych stref klimatycznych.

Ilość konsumowanej żywności Polacy zamienią najpewniej na jakość, co wynika z rosnącej świadomości Polaków w zakresie wpływu żywności na zdrowie i samopoczucie – będzie się rozwijał rynek żywności funkcjonalnej, ekologicznej i tradycyjnej. Szansą dla firm przemysłu spożywczego jest poszukiwanie, kreowanie i wypełnianie nisz rynkowych w tych właśnie kategoriach.

Główną szansą rozwoju przemysłu spożywczego w Polsce jest dalszy rozwój eksportu, który powinien wynikać nie tylko z przewag cenowo-kosz-

towych, ale przede wszystkim jakościowych, innowacyjnych i zdolności elastycznego reagowania na potrzeby i preferencje zagranicznych odbiorców. Produkcja żywności w Polsce ma szansę stać się kluczową dla naszego kraju specjalizacją. Istnieje nowoczesny przemysł przetwórstwa żywności, następuje stały proces modernizacji rolnictwa, doskonała jest baza naukowa i technologie przetwórstwa. Szansą jest uzupełnianie nisz rynkowych – produkcja żywności wysokiej jakości o specjalnych właściwościach prozdrowotnych, zwłaszcza w obszarach innowacji dla zdrowego stylu życia i aktywnego starzenia się oraz żywność dla przyszłości – zrównoważony łańcuch dostaw od zasobów do konsumentów.

Rynek produktów żywnościowych w kolejnych latach będzie rozwijał się głównie w otoczeniu korporacji transnarodowych. Uwzględniając fakt, że w Polsce przemysł rolno-spożywczy jest w dużej mierze rozdrobniony, konieczne jest wspieranie działań w zakresie modernizacji i konsolidacji zwłaszcza w branżach podstawowych, które w dużej mierze przesądzą o sytuacji w sektorze jako całości. Surowce rolne powinny być zagospodarowywane i przetwarzane na poziomie lokalnym bezpośrednio w gospodarstwie rolnym lub bliskim jego otoczeniu na obszarach wiejskich, dając impuls do rozwoju tzw. rzemiosła spożywczego i rozwoju żywności lokalnej, co ma szansę skutkować poprawą sytuacji w wymiarze społeczno-gospodarczym na obszarach wiejskich, a tym samym w rolnictwie. Konieczne jest pobudzanie przedsiębiorstw do produkcji żywności funkcjonalnej oraz minimalnie przetworzonej – konsumenci w coraz większym stopniu będą oczekiwać, by produkty spożywcze spełniały coraz większe wymagania przy ograniczonym wzroście cen.

Priorytetowe kierunki innowacji w przemyśle rolno-spożywczym obejmują działania w zakresie innowacyjnych technologii produkcji i zagospodarowywania odpadów, np. produkcja żywności minimalnie przetworzonej, stosowania innowacyjnych surowców, np. spirulina, nasiona chia, oraz opracowywania innowacyjnych produktów (zwłaszcza w kategorii żywności funkcjonalnej), wdrażania innowacyjnych opakowań, w tym inteligentnych. Często podnoszone są także działania zmierzające do optymalizacji żywienia i zdrowia człowieka (nutroge-nomika, żywność spersonalizowana, wegetariańska z udziałem alternatywnych źródeł białka), dużo uwagi poświęca się zarządzaniu bezpieczeństwem żywności oraz procesem produkcji, dystrybucji i marketingu w myśl zasad zrównoważonej produkcji i konsumpcji żywności.

BIBLIOGRAFIA

- Cacak-Pietrzak G., 2015, *Żywność ekologiczna w Polsce – przetwórstwo oraz rynek*, „Przemysł Spożywczy”, nr 9, <https://doi.org/10.15199/65.2015.9.7>.

- Czajkowska K., Kowalska H., 2014, *Nowe produkty spożywcze – stan i tendencje rozwojowe*, „Przemysł Spożywczy”, nr 12.
- Gantner A., Tomaszewska-Pielacha M., Gutkowska K., 2015, *Reformulacje produktów żywnościowych*, „Przemysł Spożywczy”, nr 10.
- Handel detaliczny artykułami spożywczymi w Polsce 2015. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2015–2020, Raport PMR, <http://www.pmrpublications.com/product/Handel-detaliczny-artykulami-spozywczymi-w-Polsce-2015> (stan na dzień 25.04.2016 r.).
- Krajewska M., 2015, *Współpraca banków żywności z darczyńcami*, „Przemysł Spożywczy”, nr 8.
- Laskowski W., Świąstek E., 2014, *Zmiany we wzorcach spożycia żywności w Polsce*, Wydawnictwo Laskowski, Warszawa, s. 108–109.
- Marnowanie żywności w Polsce i Europie, 2012, Raport Federacji Polskich Banków Żywności, Warszawa.
- Michalczuk L., 2013, *Perspektywy rozwoju polskiego przemysłu spożywczego w świetle badań foresightowych*, „Innowacyjne Mleczarstwo”, nr 1.
- Michalczuk L. (red.), 2011, *Żywność i żywienie w XXI wieku. Scenariusze rozwoju polskiego sektora rolno-spożywczego*, Społeczna Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania w Łodzi, Łódź, http://eedri.pl/pdf/Scenariusz_v9.pdf (stan na dzień 15.03.2016 r.).
- Poczta W. i in., 2012, *Analiza potrzeb i kierunków wsparcia sektora przetwórstwa, przetwarzania, wprowadzania do obrotu i rozwoju produktów rolnych w Polsce w latach 2014–2020*, Ekspertyza współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Pomocy Technicznej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013 opracowana na zalecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Poznań, http://ksow.pl/fileadmin/user_upload/ksow.pl/pliki/ANALIZY_ekspertyzy/Ekspertyza_Przemysl_spozywczy_POCZTA_Poznan.pdf (stan na dzień 28.04.2016 r.).
- Rocznik Statystyczny Przemysłu, 2004–2014, GUS, Warszawa.
- Szczepaniak I., 2016, *Ekonomiczna ocena innowacyjności polskiego przemysłu spożywczego*, „Przemysł Spożywczy”, nr 2, <https://doi.org/10.15199/65.2016.2.1>.
- Tereszczuk M., 2016, *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi w 2015 r.*, „Przemysł Spożywczy”, nr 3, <https://doi.org/10.15199/65.2016.3.1>.
- Waszkiewicz-Robak B., Kulki K., Bazarnik M., 2015, *Żywność funkcjonalna szansą rozwoju nauki o żywności i żywieniu oraz zapewnienia bezpieczeństwa żywności [w:] Trendy w żywieniu człowieka*, red. M. Karwowska, W. Gustaw, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków.
- Zielińska E., Karaś M., Jakubczyk A., 2015, *Owady w diecie człowieka – niekonwencjonalne źródło pełnowartościowego białka [w:] Trendy w żywieniu człowieka*, red. M. Karwowska, W. Gustaw, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków.
- Zmiany preferencji Polaków w zakresie konsumpcji żywności, Raport 2015 Banku BGŻ BNP Paribas przygotowany we współpracy z firmą badawczą GfK, Warszawa.
- Żmija D., 2014, *Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce [w:] Agrobiznes 2014. Rozwój agrobiznesu w okresie 10 lat przynależności Polski do Unii Europejskiej*, red. nauk. A. Olszańska, J. Szymańska, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 361, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.

Streszczenie

Przemysł spożywczy jest sektorem, którego specyfika wyraźnie przejawia się w działaniach innowacyjnych, przy czym jego poziom innowacyjności w Polsce jest relatywnie niski. Silna pozycja konsumenta na rynku, coraz powszechniejsza świadomość wpływu żywności na zdrowie, konserwatyzm żywieniowy Polaków, skracanie cyklu życia produktów i przedsiębiorstw oraz związana z tym konieczność nieustannej obserwacji rynku, identyfikacji potrzeb i szybkiego dostarczania produktu zgodnego z preferencjami konsumentów to czynniki, które najsilniej warunkują działania innowacyjne w produkcji żywności. Niezwykle istotny jest także przyspieszony przepływ wiedzy i informacji przyczyniający się do postępu technologicznego, wzrost czynników pozacenowych w budowie konkurencyjności przedsiębiorstw, w tym coraz wyższe wymagania jakościowe, procesy globalizacji i liberalizacji, które spowodowały, że na danym rynku konkurują nowe przedsiębiorstwa. Efektem działań proinnowacyjnych powinny być konkretne nowe produkty, nowe technologie, nowe metody organizacyjne bądź strategie marketingowe, które mają szansę stać się bardzo ważnym czynnikiem rozwoju ekonomicznego polskich firm.

W artykule na podstawie analizy źródeł wtórnych dokonano identyfikacji trendów rozwojowych w przemyśle spożywczym, ze zwróceniem szczególnej uwagi na zachodzące w Polsce i Europie zmiany demograficzne kształtujące trendy w żywieniu człowieka i krajową konsumpcję produktów żywnościowych. Do ich weryfikacji wykorzystano m.in. wyniki badań o charakterze Foresight'u technologicznego oraz ekspertyzy w zakresie strategicznej wizji rozwoju polskiego przemysłu spożywczego ze wskazaniem priorytetowych kierunków prac B+R na okres najbliższych lat – perspektywa 2030 roku. Za najistotniejsze kierunki rozwoju sektora spożywczego uznano produkcję żywności funkcjonalnej, ekologicznej, minimalnie przetworzonej, tradycyjnej, lokalnej, wygodnej, HoReCa, niskokalorycznej, spersonalizowanej – Polska jest w stanie w tych obszarach wypełnić niszę istniejącą na rynku.

Słowa kluczowe: innowacje w produkcji żywności, determinanty popytu na żywność, żywność funkcjonalna, wygodna, tradycyjna, ekologiczna, trendy rozwojowe w przemyśle spożywczym

Identification and analysis of future trends in food industry

Summary

Food industry is a sector, which specificity strongly influences innovation activities, whereas the level of its innovation in Poland is relatively low. The strong position of consumer on the market, more widespread awareness of the impact of food on health, Poles nutritional conservatism, shortening of the life cycle of products and companies, and the related need for constant observation of the market, identifying the needs and quick delivering an product in accordance with the preferences of the consumers are the factors that most strongly affect innovation in food production. Extremely important is also accelerated flow of knowledge and information contributing to technological progress, growth of non-price factors in the construction of the competitiveness of enterprises, including higher and higher quality requirements, globalization and liberalization processes, which cause new businesses competition on the market.

The effects of pro-innovative activities should be specific new products, new technologies, new organizational methods, or marketing strategies, which have a chance to become a very important factor in the economic development of Polish companies.

In an article the future trends in the food sector were identified and analysed based on secondary sources, with special attention to demographic and social changes taking the place in Poland

and Europe shaping trends in human nutrition and domestic consumption of food products. For their verification there were used the results of a foresight and technological expertise in the strategic vision of the development of the Polish food industry with an indication of the priority directions of R&D for the sector in the perspective of 2030. As the most important directions of development of the food industry the production of functional food, organic, minimally processed, traditional, local, convenient, HoReCa, low-calorie, personalized food were determined. Polish food industries in these areas are able to fill in a niche existing on the market.

Keywords: innovation in food sector, determinants of food demand, functional, convenience, traditional, organic food, future trends in food sector

JEL: O31