

R O Z D Z I A Ł 11.

POLSKI BIZNES ROLNO-SPOŻYWCZY W CZORAJ I DZISIAJ –
CZYNNIKI SUKCESUIwona Szczepaniak, Marek Wigier¹**Wstęp**

Polski sektor rolno-spożywczy po 1989 roku przeszedł głębokie przeobrażenia. Z sektora dość zacofanego, wykorzystującego przestarzałe technologie i metody produkcji, przekształcił się w nowoczesny i dynamicznie rozwijający się biznes, który odnosi sukcesy zarówno na rynku krajowym i europejskim, jak i na rynkach światowych. Biorąc pod uwagę przewagi komparatywne odnotowywane w międzynarodowym handlu produktami rolno-spożywczymi, polska gospodarka żywnościowa stała się obecnie jedną z dziesięciu najbardziej konkurencyjnych gospodarek żywnościowych na świecie (obok holenderskiej, hiszpańskiej, duńskiej, argentyńskiej, nowozelandzkiej, chilijskiej, australijskiej, francuskiej i litewskiej)². Na sukces polskiego biznesu rolno-spożywczego złożyło się wiele czynników o charakterze wewnętrznym (krajowym) i zewnętrznym (międzynarodowym),

¹ Dr Iwona Szczepaniak, dr Marek Wigier, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy.

² A. Jambor, S. Babu, *Understanding the Factors Behind Agricultural Competitiveness*, [w:] *Competitiveness of Global Agriculture. Policy Lessons for Food Security*, Springer, Cham, Switzerland 2016, s. 141.

w tym głównie udana transformacja systemowa, restrukturyzacja i modernizacja przedsiębiorstw sektora, członkostwo w Unii Europejskiej (UE), stabilność makroekonomiczna kraju i rosnący popyt na żywność na świecie.

Kluczową rolę w procesie wzmacniania pozycji konkurencyjnej polskiego sektora rolno-spożywczego odgrywały bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ) oraz fundusze unijne. Inwestycje towarzyszyły w pierwszej połowie lat 90. procesom prywatyzacji i modernizacji, a w kolejnych latach polegały także na budowie od podstaw nowych zakładów przetwórczych. W latach 2004–2016 średnia wartość BIZ oscylowała w okolicach 440 mln euro rocznie³. Przedsiębiorstwa sektora rolno-spożywczego korzystały także ze wsparcia finansowego UE jeszcze przed przystąpieniem Polski do tego ugrupowania. Dzięki funduszom przedakcesyjnym możliwe było uruchomienie procesów modernizacji i dostosowania zakładów przetwórczych do standardów obowiązujących w UE. Wyrazne przyspieszenie procesów unowocześniania polskiego agrobiznesu nastąpiło jednak po uzyskaniu przez Polskę członkostwa w UE w 2004 roku. Finansowany z projektów unijnych i środków własnych zakup nowoczesnych maszyn i urządzeń przyczynił się do znacznego podniesienia poziomu technologicznego przetwórstwa żywności. W rezultacie obecnie, pod względem zaawansowania technologii przetwórstwa, przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego w Polsce nie odstają od najbardziej nowoczesnych zakładów w krajach UE. Unijne fundusze strukturalne nadal stanowią ważne źródło finansowania inwestycji ukierunkowanych na poprawę wydajności procesów produkcyjnych i jakości wytwarzanych produktów żywnościowych. Równie ważne pozostaje wsparcie polskiego rolnictwa ze środków Wspólnej Polityki Rolnej (WPR). Obecnie Polska jest jednym z głównych beneficjentów netto budżetu WPR w UE. Transfery do polskiego rolnictwa z budżetu WPR sięgały w ostatnich latach około 5 mld euro rocznie.

Dzięki przedsiębiorczości podmiotów sektora, także dotacjom inwestycyjnym i transferom bezpośrednim nastąpiło przyspieszenie procesów

³ Ł. Ambroziak, *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce i inwestycje polskich firm za granicą*, „Przemysł Spożywczy” 2018, nr 4(72), s. 2–6.

koncentracji produkcji, zarówno w rolnictwie, jak i w przemyśle spożywczym. Oferowany w ramach WPR system wsparcia producentów rolnych wpływał również pozytywnie na zapewnienie stabilności krajowej bazy surowcowej dla przemysłu spożywczego. Produkcja globalna przemysłu spożywczego wzrosła z 129,9 mld zł w 2005 roku do 257,6 mld zł w 2017 roku⁴. Przemysł spożywczy w Polsce wytwarza obecnie około 3,5% wartości dodanej brutto w gospodarce narodowej⁵ i zatrudnia około 423 tys. osób⁶. Jednym z najbardziej znaczących wskaźników dobrej pozycji konkurencyjnej polskiego biznesu rolno-spożywczego są wyniki uzyskiwane w handlu zagranicznym. W latach 2015–2018 dodatnie saldo w obrotach zagranicznych produktami rolno-spożywczymi kształtowało się na poziomie około 8–10 mld euro⁷. Polska zajmuje obecnie siódme miejsce wśród największych eksporterów żywności w UE. Należy jednak zaznaczyć, że głównym czynnikiem wpływającym na tak duży sukces eksportowy polskiego biznesu rolno-spożywczego były czynniki o charakterze kosztowo-cenowym. Koszty pracy niższe o ok. 2/3 niż przeciętnie w krajach UE-15 oraz umiarkowane tempo ich wzrostu pozwalały polskim eksporterom na utrzymywanie przewag cenowych na rynkach zagranicznych. Wiele jednak wskazuje na to, że przewagi oparte na tych czynnikach będą stopniowo się wyczerpywać. Dla utrzymania i wzmocnienia konkurencyjności polskiego agrobiznesu wymagane są nowe strategie, w większym stopniu i zakresie wykorzystujące innowacje i nowe technologie cyfrowe, jak również uwzględniające kształtowanie się nowych trendów rynkowych.

Celem opracowania jest wskazanie najważniejszych, zdaniem autorów, czynników sukcesu polskiego biznesu rolno-spożywczego. Innymi słowy, takich, które zadecydowały o rozwoju tego sektora w okresie członkostwa Polski w Unii Europejskiej oraz tych elementów, które mogą stanowić o perspektywach jego rozwoju.

⁴ *Rocznik Statystyczny Przemysłu 2018*, GUS, Warszawa 2018, s. 71.

⁵ Tamże, s. 85; *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2018*, GUS, Warszawa 2018, s. 702.

⁶ *Rocznik Statystyczny Przemysłu...*, s. 219.

⁷ Niepublikowane dane Ministerstwa Finansów.

11.1. Wsparcie sektora rolno-spożywczego środkami pomocy publicznej oraz napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych

Po 1990 roku Polska została włączona w nurt gospodarki światowej, co skutkowało wzrostem presji konkurencyjnej wraz z równoczesnym wymuszeniem przeprowadzenia restrukturyzacji i modernizacji podmiotów sektora rolno-spożywczego. Strategii otwarcia, a w kolejnych latach także ekspansji na rynki zagraniczne, towarzyszyły wysokie nakłady inwestycyjne. Łączna ich wartość w okresie 2004–2017 przekroczyła 107 mld zł (w cenach stałych z 2004 roku)⁸, co przyczyniło się do stworzenia wysokiego standardu technicznego produkcji. Inwestycje te nie byłyby możliwe bez napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz znaczącego wsparcia procesów modernizacji środkami pomocy publicznej.

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne (BIZ) odegrały istotną rolę w prywatyzacji i modernizacji sektora przetwórczego już w latach 1993–2004, kiedy to przekroczyły wartość 6 mld euro. Przemysł spożywczy był w tym czasie drugim (po przemyśle motoryzacyjnym) działem produkcji pod względem wartości tych inwestycji (około 8% ich wartości ogółem). O wejściu na rynek Polski decydowały wtedy przede wszystkim takie czynniki, jak możliwość stosunkowo taniego zakupu przedsiębiorstw (prywatyzacja) łącznie z udziałem w rynku, możliwość generowania wysokiego zysku (wysoka rentowność działów) i przewidywany szybki rozwój rynku. W latach 2005–2017 wartość BIZ przekroczyła 5,2 mld euro. O ekspansji inwestycyjnej firm zagranicznych na rynku polskim decydowały nadal takie czynniki, jak niższe koszty komparatywne (a zwłaszcza koszty pracy), stabilność gospodarcza i polityczna, znacznie szybszy rozwój polskiej gospodarki i przemysłu spożywczego niż w innych krajach UE, korzystne warunki inwestowania, szybki wzrost popytu na żywność na rynku krajowym czy – a może przede wszystkim – zniesienie barier celnych w eksporcie żywności do krajów UE i możliwość uzyskania subwencji w eksporcie do krajów trzecich⁹.

⁸ Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych GUS.

⁹ Ł. Ambroziak, dz. cyt.

Podjmując decyzję o wstąpieniu do UE oraz przygotowując się do członkostwa, Polska uzyskała dostęp do środków pomocy publicznej. W ramach Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development (SAPARD) przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego korzystały z dofinansowania inwestycji, których celem było dostosowanie do wymogów sanitarnych i weterynaryjnych UE, zwiększenie wartości dodanej, poprawa jakości, wprowadzenie nowych technologii i innowacji oraz ograniczenie negatywnego oddziaływania na środowisko. Program adresowany był głównie do przedsiębiorstw branży mięsnej (łącznie z ubojem i przetwórstwem drobiu), mleczarskiej, rybnej i owocowo-warzywnej. Dzięki dofinansowaniu 758 zakładów przetwórczych wdrożyło standardy sanitarne UE, 747 zakładów dokonało dostosowań do standardów sanitarnych i weterynaryjnych UE, 581 zakładów wdrożyło system Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP). W ramach programu Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (ARiMR) zawarła 1342 umowy na realizację projektów z zakresu poprawy przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych i rybnych, w tym w przemyśle mięsnym (689 umów), mleczarskim (325 umów), owocowo-warzywnym (241 umów) oraz rybnym (87 umów). Łączna wartość dofinansowania przekroczyła 1523 mln zł. Uzyskane subwencje przeznaczone były głównie na zakup nowych maszyn i urządzeń do przetwarzania produktów rolnych (60% kwoty) oraz na zakup materiałów, prace budowlane, instalacje i wyposażenie (około 40% kosztów ogółem). W większości przedsięwzięcia te związane były z dostosowaniem zakładów do norm UE i wdrażaniem wymogów sanitarnych i weterynaryjnych.

Po uzyskaniu przez Polskę członkostwa w UE przemysł spożywczy uzyskał dostęp do nowych źródeł pomocy publicznej w ramach trzech kolejnych programów operacyjnych, tj. Sektorowego Programu Operacyjnego (SPO) Restrukturyzacja i Modernizacja Sektora Żywnościowego i Rozwój Obszarów Wiejskich 2004–2006 (SPOOW 2004–2006), Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013 (PROW 2007–2013) oraz PROW 2014–2020, których budżet przekraczał 2,7 mld euro (wraz z SAPARD 3,2 mld euro) (wykres 11.1.), tj. w sumie po około 140 mln euro na każdy rok realizacji (188 mln euro, uwzględniając program SAPARD).

Adresatem pomocy publicznej w okresie członkostwa były w szczególności mikroprzedsiębiorstwa oraz małe i średnie firmy, zatrudniające do 250 pracowników, których obroty nie przekraczały 200 mln euro. Pomoc publiczna polegała na refundacji części poniesionych kosztów inwestycji. Jej celami były:

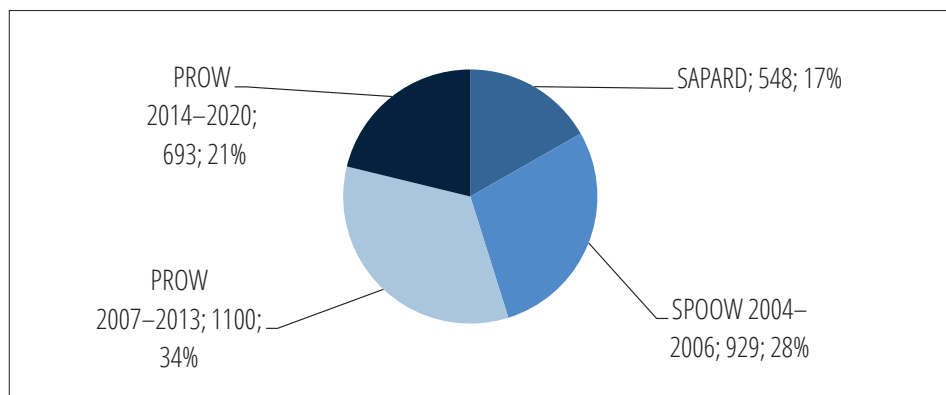
- w programie SPOOW – rynkowe ukierunkowanie produkcji i wykorzystanie istniejących „nisz rynkowych”, tworzenie nowych kanałów dystrybucji, stosowanie nowych technologii, poprawa bezpieczeństwa i jakości żywności, ochrona środowiska, wzrost wartości dodanej produkcji, poprawa dobrostanu zwierząt;
- w programie PROW 2007–2013 – poprawa konkurencyjności przedsiębiorstw w zakresie przetwórstwa i wprowadzania do obrotu produktów rolnych przez inwestycje prowadzące do wzrostu poziomu przetwórstwa (wzrost wartości dodanej), poprawy jakości i standardów produkcji, obniżkę kosztów oraz wdrażanie innowacyjnych rozwiązań o charakterze produktowym, procesowym i technologicznym;
- w okresie 2014–2020 – wspieranie przetwarzania produktów objętych Załącznikiem I do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE), tj. branż mających największy wpływ na dochodowość polskiego rolnictwa, oraz inwestycji prowadzących do osiągnięcia celów środowiskowych i klimatycznych.

W odróżnieniu od programu przedakcesyjnego SAPARD, programy realizowane w okresie członkostwa Polski w UE adresowane były niemal do wszystkich małych, średnich i dużych podmiotów gospodarczych prowadzących działalność w zakresie przetwórstwa lub wprowadzania do obrotu produktów rolnych. Wsparciem objęto większość sektorów przetwórstwa rolno-spożywczego, a także podmioty zajmujące się usługowym zamrażaniem, przechowywaniem i magazynowaniem produktów rolnych oraz handlem hurtowym produktami rolnymi. Szeroki dostęp do programów dla docelowej grupy beneficjentów stwarzał szanse poprawy konkurencyjności i wdrożenia nowych technologii niemalże w całej gospodarce żywnościowej. Szansą dla uruchomienia zasobów przedsiębiorczości i innowacyjności

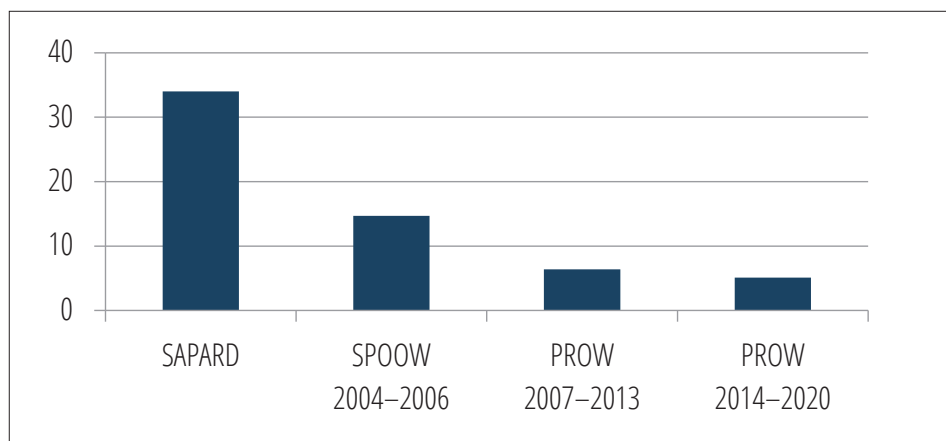
było także udzielenie pomocy publicznej nie tylko zakładom spełniającym obowiązujące standardy higieniczno-sanitarne, ochrony środowiska i dobrostanu zwierząt, ale także mikroprzedsiębiorstwom chcącym dostosować się do nowo wprowadzonych standardów UE.

Wykres 11.1. Wsparcie przetwórstwa produktów rolno-spożywczych (w mln euro i w %)

a) budżet ogólny działań wspierających przetwórstwo produktów rolno-spożywczych (w mln euro i w %)



b) udział środków na inwestycje w przemyśle spożywczym w budżecie ogólnym programów (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentów programowych SPOOW 2004–2006, PROW 2007–2013 oraz PROW 2014–2020.

Po uzyskaniu członkostwa w UE najwięcej środków do dyspozycji mieli przetwórcy w trakcie realizacji programu SPOOW – po około 232 mln euro rocznie (295 mln euro z SAPARD), najmniej zaś w trakcie realizacji programu PROW 2014–2020 – po około 77 mln euro. Malejąca wartość nakładów na wspieranie inwestycji w przemyśle spożywczym wskazuje na rosnącą (w ocenie twórców polityki rolnej) konkurencyjność przemysłu spożywczego i coraz mniejszą potrzebę jego wspierania, przy równocześnie wciąż dużych potrzebach dofinansowywania innych priorytetów polityki rolnej, związanych z restrukturyzacją i modernizacją sektora rolnego, wielofunkcyjnym i zrównoważonym rozwojem obszarów wiejskich czy też ochroną środowiska i dóbr publicznych oraz koniecznością przeciwdziałania zachodzącym zmianom klimatycznym.

Członkostwo Polski w UE oznaczało dla wielu polskich firm rolno-spożywczych szansę modernizacji technicznej i technologicznej oraz rozbudowy potencjału produkcyjnego. Wiele zakładów podjęło działalność dostosowawczą korzystając z dostępnych funduszy pomocowych. Z danych statystyki publicznej oraz monitoringu ARiMR wynika, że w latach 2004–2017, tj. w okresie wdrażania dwóch programów operacyjnych (SPOOW 2004–2006 oraz PROW 2007–2013) z funduszy pomocowych skorzystało łącznie około 2 tys. różnych podmiotów¹⁰. Oznacza to, że beneficjentami programu była mniej więcej co dziesiąta firma działająca na rynku przetwórstwa spożywczego. Równocześnie wspomniane około 2 tys. różnych podmiotów gospodarczych zrealizowało w latach 2004–2017 prawie 2,9 tys. projektów inwestycyjnych. Łączna wartość pomocy publicznej w ramach tych projektów wyniosła blisko 6 mld zł. Biorąc pod uwagę, że w całym okresie 2004–2017 nakłady inwestycyjne w przemyśle spożywczym przekroczyły 107 mld zł, można szacować, że pomoc publiczna stanowiła około 5% ogólnej kwoty inwestycji.

¹⁰ W szacunku tym założono, że w latach 2004–2015 około 30% podmiotów realizowało więcej niż jeden projekt współfinansowany ze środków pomocy publicznej UE.

Pomoc publiczna stanowiła silny bodziec inwestycyjny, który wyzwolił dodatkowy efekt mnożnikowy¹¹, zwiększający 3–4-krotnie skalę inwestycji, a beneficjenci pomocy poprawili swoją pozycję konkurencyjną na rynku. Dzięki kapitałowi prywatnemu i pomocy publicznej polskie przetwórstwo rolno-spożywcze stało się konkurencyjne na rynku europejskim. Rezultaty udzielonej przemysłowi spożywczemu pomocy publicznej dowodzą, że została ona wykorzystana efektywnie¹². Z punktu widzenia wyzwań z zakresu poprawy konkurencyjności napływ BIZ przyczynił się do znacznego unowocześnienia sektora przetwórczego.

Z kolei wsparcie środkami publicznymi inwestycji w przemyśle spożywym w okresie poprzedzającym członkostwo umożliwiło wielu zakładom przetwórczym osiągnięcie standardów weterynaryjnych, sanitarnych, ochrony środowiska i właściwego traktowania zwierząt jeszcze przed uzyskaniem członkostwa lub w tzw. okresie przejściowym, jaki zakłady przetwórcze otrzymały na dostosowanie do tych standardów. Spełnienie ich było warunkiem niezbędnym do wprowadzenia eksportu na rynki państw członkowskich, co w konsekwencji doprowadziło do wypracowania przez te przedsiębiorstwa silnej pozycji konkurencyjnej na rynku europejskim. W kolejnym okresie niewątpliwie niezbędne było wsparcie niektórych nowo rozwijających się branż przetwórstwa, które nie miały jeszcze zasobów i zdolności kredytowej na rozwijanie działalności. Generalnie wsparcie modernizacji potencjału produkcyjnego polskiego przemysłu rolno-spożywczego wpłynęło silnie na rozwój całej gospodarki żywnościowej, w tym rolnictwa, a także na wzrost eksportu rolno-spożywczego.

¹¹ Z powodu konieczności współfinansowania inwestycji ze środków własnych.

¹² M. Wigier, *Alokacyjne i dystrybucyjne dylematy polityki rolnej na przykładzie polskiego sektora rolno-spożywczego w okresie 1989–2018*, seria „Studia i Monografie”, nr 174, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2019.

11.2. Otwarcie sektora rolno-spożywczego na rynki zagraniczne

Członkostwo Polski w Unii Europejskiej zasadniczo zmieniło warunki ekonomiczne funkcjonowania polskich producentów żywności i przyczyniło się do przyspieszenia rozwoju polskiego sektora rolno-spożywczego. Najważniejszym powodem tych zmian, obok wsparcia finansowego z funduszy strukturalnych UE oraz z budżetu Wspólnej Polityki Rolnej (WPR), które pozwoliło na przyspieszenie procesów modernizacji w sektorze, było włączenie Polski do obszaru Jednolitego Rynku Europejskiego (JRE), a w konsekwencji wejście polskiej gospodarki do strefy wolnego handlu. Wzajemne pełne otwarcie rynków oznaczało w praktyce nie tylko możliwość wzrostu eksportu polskich produktów rolno-spożywczych na rynki pozostałych państw członkowskich UE, ale również możliwość wzrostu przywozu na rynek polski artykułów tej grupy, produkowanych w innych krajach unijnych. Polska otwierając rynek niespełna 40 mln konsumentów, o relatywnie niskiej sile nabywczej, otrzymała swobodny dostęp do rozwiniętego i zamożnego rynku europejskiego, liczącego – po rozszerzeniu – około 500 mln konsumentów.

Handel wewnątrz Unii Europejskiej objęty jest regułami JRE, na którym obowiązują cztery swobody, a mianowicie: swoboda przepływu towarów, kapitału, pracy i świadczenia usług. Swoboda przepływu towarów oznacza zakaz ceł przywozowych i wywozowych oraz opłat o skutkach równoważnych, zakaz ograniczeń ilościowych (kontyngentów) w przywozie i wywozie oraz środków o skutku równoważnym, zakaz opodatkowania dyskryminacyjnego i protekcyjnistycznego, a także nakaz reorganizacji monopolii państwowych o charakterze handlowym. Ograniczenia swobody przepływu towarów dopuszczalne są w szczególnych przypadkach, przewidzianych w Traktacie o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE)¹³.

¹³ Ł. Ambroziak, I. Szczepaniak, *Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi Unii Europejskiej*, „Studia BAS” 2016, nr 4(48), s. 193–223.

Jeśli chodzi o produkty rolno-spożywcze, warunkiem ich wprowadzenia jest przestrzeganie unijnych standardów sanitarnych, weterynaryjnych, fitosanitarnych oraz dobrostanu zwierząt i ochrony środowiska. Wymaga to od państw członkowskich pełnej harmonizacji przepisów oraz stworzenia skutecznego systemu ich kontroli. Ważną rolę pełnią również systemy zarządzania jakością. Niektóre z nich są obowiązkowe (ich stosowanie jest warunkiem uzyskania pozwolenia na wprowadzenie produktu do obrotu), inne dobrowolne. Systemami obowiązkowymi są: dobra praktyka higieniczna (*Good Hygenic Practice – GHP*), dobra praktyka produkcyjna (*Good Manufacturing Practice – GMP*) oraz system analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (*Hazard Analysis and Critical Control Points – HACCP*). Do wdrożenia i stosowania systemów GHP, GMP oraz HACCP zobligowane są wszystkie przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego¹⁴.

Członkostwo Polski w UE w istotny sposób zmieniło także warunki handlu z państwami niebędącymi członkami UE. Z dniem akcesji Polska straciła możliwość prowadzenia samodzielnej polityki handlowej i musiała wypowiedzieć wszystkie umowy handlowe, w tym także o handlu preferencyjnym. Dla handlu państw członkowskich z krajami trzecimi istotne znaczenie ma istnienie w ramach UE, od początku lat 70. ubiegłego wieku, unii celnej. Konsekwencją tego było przyjęcie przez Polskę wspólnej taryfy celnej, unijnych rozwiązań w zakresie środków pozataryfowych, obejmujących postępowania antydumpingowe, wyrównawcze oraz zabezpieczające przed nadmiernym importem, a także przekazanie na szczebel unijny kompetencji w zakresie zawierania wielostronnych i bilateralnych umów z partnerami handlowymi niebędącymi członkami UE¹⁵.

Piętnaście lat po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej widać wyraźnie, że wejście w struktury JRE okazało się dla polskiej gospodarki

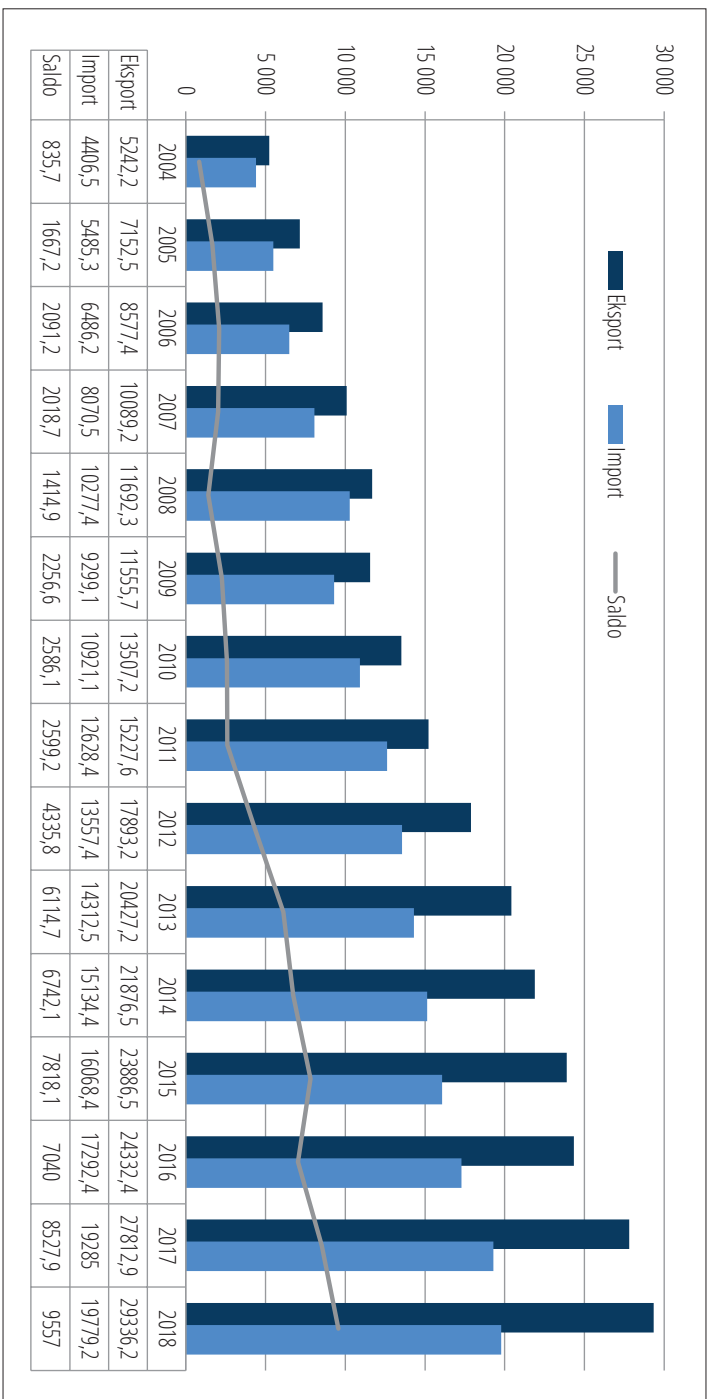
¹⁴ E. Kaliszuk, *Konsekwencje systemowe akcesji Polski do Unii Europejskiej dla obrotów towarowych*, [w:] *Wpływ członkostwa w Unii Europejskiej na stosunki gospodarcze Polski z zagranicą*, E. Kaliszuk, K. Marczewski (red.), IBRKK, Warszawa 2009, s. 38.

¹⁵ A. Wróbel, *Wspólna Polityka Handlowa Unii Europejskiej. Implikacje dla Polski*, „Studia Europejskie” 2011, nr 4, s. 33–54.

żywnościowej korzystne. Wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi są bardzo dobre. Mimo różnych uwarunkowań, potwierdzają one dobre przygotowanie tego sektora do prowadzenia działalności na tym rynku i na większości innych rynków. Producenci żywności z powodzeniem wykorzystują przewagi konkurencyjne, głównie o charakterze cenowym, ale również jakościowym, informacyjnym i inne. Nastąpił duży wzrost eksportu polskich produktów rolno-spożywczych, który z nadwyżką zrekompensował mniejszy wzrost importu tych artykułów. Polscy producenci żywności poprawili swoją pozycję na rynku rozszerzonej UE. Wzajemne pełne otwarcie rynków nie było, jak przewidywała część ekonomistów i polityków, hamulcem rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej, a wręcz odwrotnie – stało się dla niej silnym impulsem rozwoju, o czym świadczą wyniki handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi.

W okresie członkostwa Polski w Unii Europejskiej nastąpił dynamiczny wzrost obrotów handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi (wykres 11.2.). Tendencja wzrostowa ujawniła się już w roku akcesji (2004), kiedy to obroty handlowe Polski żywnością zwiększyły się o blisko 30% w porównaniu z 2003 rokiem. Wartość wymiany, dzięki utrzymującemu się wzrostowi zarówno eksportu, jak i importu, zwiększała się także w kolejnych latach. Wyjątek stanowił jedynie 2009 rok, kiedy to na skutek spowolnienia gospodarczego wywołanego przez światowy kryzys ekonomiczno-finansowy, obroty zmniejszyły się o ponad 5% w porównaniu z rokiem poprzednim. W 2018 roku łączna wartość obrotów handlowych Polski produktami rolno-spożywczymi wyniosła prawie 49,1 mld euro, w tym eksport osiągnął poziom 29,3 mld euro, a import 19,8 mld euro. W porównaniu z 2004 rokiem oznacza to około pięciokrotny wzrost obrotów handlowych, w tym samego eksportu – ponadpięciopółkrotny, a importu – prawie czteroipółkrotny. Od momentu akcesji Polski do UE dodatnie saldo wymiany handlowej produktami rolno-spożywczymi przeważnie zwiększało się (z wyjątkiem lat 2007–2008 i 2012). W 2018 roku wartość salda obrotów wyniosła blisko 9,6 mld euro, co oznacza, że ponadjedenastokrotnie przewyższała jego wartość w 2004 roku.

Wykres 11.2. Handel produktami rolno-spożywczymi Polski, lata 2004–2018 (w mln euro)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Finansów.

Dla porównania, w tym samym okresie skumulowany wskaźnik wzrostu PKB, wyrażonego w cenach stałych, wyniósł około 172%¹⁶. Dynamika wzrostu eksportu i salda handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi znacznie przewyższa dynamikę PKB, potwierdzając proeksportowy charakter rozwoju tego sektora gospodarki w Polsce.

Wymiana handlowa produktami rolno-spożywczymi Polski ma charakter asymetryczny, co oznacza, że zarówno w eksporcie, jak i w imporcie dominują państwa członkowskie Unii Europejskiej. W strukturze geograficznej polskiego eksportu rolno-spożywczego udział UE sięga około 80% (w 2018 roku wyniósł 82,3% i był wyższy o 10,2 pkt proc. w porównaniu z 2004 rokiem), a w strukturze geograficznej importu – około 70% (w 2018 roku wyniósł 69,3%, tj. był wyższy o 6,6 pkt proc. niż w 2004 roku). W analizowanym okresie następowała systematyczna poprawa salda obrotów handlowych produktami rolno-spożywczymi z państwami UE, aż do poziomu przeszło 10,4 mld euro w 2018 roku. Świadczy to wyraźnie o tym, że polscy producenci żywności pozostają w dalszym ciągu wysoce konkurencyjni na rynku unijnym. Dodatkowo saldo handlu zagranicznego z państwami członkowskimi UE z nadwyżką pokrywa deficyt w wymianie handlowej z krajami spoza UE (–0,9 mld euro w 2018 roku) i powoduje, że polski sektor rolno-spożywczy niezmiennie osiąga dodatni bilans handlowy.

Dobre wyniki polskiego eksportu rolno-spożywczego spowodowały, że Polska w 2018 roku z 5,5% udziałem była siódmym co do wielkości eksporterem wśród krajów unijnych, za Holandią, Niemcami, Francją, Hiszpanią, Włochami oraz Belgią, a także posiadała trzecie co do wielkości dodatnie saldo obrotów handlowych z tą grupą produktów (wyższe miała jedynie Holandia i Hiszpania). W porównaniu z 2004 rokiem oznacza to awans aż o 4 pozycje w przypadku eksportu i o 5 pozycji w przypadku salda obrotów¹⁷.

¹⁶ Baza danych makroekonomicznych GUS: <https://stat.gov.pl/wskazniki-makroekonomiczne> [data dostępu: 05.08.2019].

¹⁷ M. Bułkowska, *Polska wzmacnia swoją pozycję jako eksporter produktów rolno-spożywczych*, „Przemysł Spożywczy”, 2019, nr 9(73), s. 2–5.

Okres członkostwa Polski w Unii Europejskiej zaznaczył się zatem niezwykle szybkim wzrostem obrotów polskiego handlu zagranicznego produktami rolno-spożywczymi, zarówno eksportu, jak i importu. W wyniku takiego rozwoju sytuacji Polska z importera netto przekształciła się w ważnego eksportera netto produktów żywnościowych. Po piętnastu latach od przystąpienia Polski do UE widać wyraźnie, że wejście w struktury JRE okazało się dla polskiego sektora rolno-spożywczego korzystne. Wzajemne pełne otwarcie rynków stało się silnym impulsem rozwojowym i źródłem sukcesów dla polskich producentów żywności. Na ogólny wzrost wymiany handlowej wpływ wywarło przede wszystkim zwiększenie sprzedaży do państw członkowskich UE. W przyszłości równie ważna może się okazać dywersyfikacja rynków zbytu. Ekspansja polskich eksporterów na rynki pozaunijne (Azji, Afryki, Ameryki Północnej, czy Bliskiego Wschodu), które z pewnością są rynkami perspektywicznymi, odznaczającymi się rosnącym potencjałem gospodarczym, daje możliwość wzrostu sprzedaży.

11.3. Polski biznes rolno-spożywczy przed szansą związaną z cyfryzacją i technologiami cyfrowymi

Zachodzące obecnie zmiany w gospodarce światowej, związane z postępem technologicznym oraz zmieniającymi się sposobami tworzenia wartości w biznesie, prowadzą do nowych warunków konkurencyjności przedsiębiorstw na coraz bardziej wymagających rynkach międzynarodowych. Utrzymanie i poprawa pozycji konkurencyjnej polskich producentów żywności, zarówno na rynkach europejskich, jak i na rynku światowym, również zależą w dużym stopniu od zdolności dostosowania się do zmieniającej się rzeczywistości i nowych wymogów otoczenia wynikających z postępujących procesów globalizacji i cyfryzacji życia społeczno-gospodarczego.

Obecna rewolucja cyfrowa, nazywana także rewolucją 4.0, tworzy nowe możliwości wprowadzania innowacji i usprawnień do procesów produkcji rolnej, przetwórstwa spożywczego, zarządzania łańcuchem dostaw

żywności, systemów zapewniania bezpieczeństwa i jakości produktów żywnościowych, sprzedaży i marketingu. Obserwowany rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych, w tym zastosowanie systemów łączących sferę cyfrową ze sferą realną, prowadzi do przesuwania się paradygmatu produkcji z produkcji masowej w kierunku produkcji spersonalizowanej, dopasowanej i dostosowanej do indywidualnych potrzeb i oczekiwań poszczególnych grup konsumentów. Co równie ważne, cyfryzacja umożliwia osiągnięcie celów zarówno biznesowych, jak i szerszych celów ogólnospołecznych. Pozwala bowiem nie tylko na personalizowanie produkcji, zwiększanie wydajności i sprawności organizacyjnej przedsiębiorstw, ale również na bardziej racjonalne i precyzyjne wykorzystywanie zasobów i środków produkcji, sprzyjając tym samym realizacji idei zrównoważonego rozwoju.

Oczekuje się, że cyfryzacja może być jednym z głównych czynników określających perspektywy wzmacniania konkurencyjności gospodarki żywnościowej w przyszłości. W przypadku sektora rolnego celem transformacji cyfrowej jest budowa inteligentnego rolnictwa (*smart farming*), rolnictwa opartego na danych (*data-driven agriculture*), rolnictwa precyzyjnego (*precision agriculture*) oraz rolnictwa cyfrowego (*digital agriculture*). Cyfryzacja w przemyśle opiera się natomiast na koncepcji Przemysłu 4.0 (*Industry 4.0*), która zakłada rozwój inteligentnej produkcji/przetwórstwa (*smart manufacturing*). System taki wykorzystuje nie tylko automatyzację produkcji, inteligentne roboty i maszyny, ale również analizy dużych zbiorów danych i inne technologie cyfrowe, które pozwalają na podejmowanie trafnych i skutecznych decyzji, w tym także na realizowanie działań o charakterze wyprzedzającym. W pozostałych ogniwach łańcucha żywnościowego cyfryzacja może również sprzyjać realizacji bardziej inteligentnych działań, tj. inteligentnej dystrybucji i logistyki (*smart distribution and logistics*) oraz inteligentnej sprzedaży (*smart sales*)¹⁸.

¹⁸ K. Kosior, *Wpływ uwarunkowań makroekonomicznych, politycznych i społecznych na konkurencyjność sektora żywnościowego w Polsce w kontekście procesów globalnych*, [w:] *Konkurencyjność polskich producentów żywności i jej determinanty* (3),

Nowe technologie cyfrowe mają niewątpliwie charakter technologii przełomowych (*digital disruption*). Ich potencjał wciąż rośnie, stanowiąc dla przedsiębiorców coraz to nowe wyzwania i stawiając ich przed trudnymi wyborami właściwych zestawów działań i właściwych strategii cyfryzacji. Do kluczowych technologii i narzędzi cyfrowych, o potencjalnie dużym znaczeniu dla sektora żywnościowego, zaliczyć należy: cyberfizyczne systemy produkcyjne (*cyber-physical production systems*) i cyfrowe bliźniaki (*digital twins*), Internet Rzeczy (*Internet of Things*), w tym Przemysłowy Internet Rzeczy (*Industrial Internet of Things*), wytwarzanie chmurowe (*cloud manufacturing*), analizy dużych zbiorów danych (*Big Data Analytics*), druk 3D i wytwarzanie przyrostowe (*additive manufacturing*), technologie czujnikowe (*smart sensors*), w tym systemy identyfikacji za pomocą fal radiowych (RFiD), łańcuch bloków (*Blockchain*) oraz media społecznościowe (*social media*)¹⁹. Większość z wymienionych technologii znajduje się dopiero na początkowym etapie cyklu technologicznego, co oznacza, że wciąż więcej jest pomysłów na ich wykorzystanie niż faktycznie przetestowanych rozwiązań i realnych wdrożeń.

Innym zjawiskiem jest wskazywanie przez dostawców technologii korzyści, które wydają się rozwiązywać gros problemów, zarówno na poziomie gospodarstw rolnych i przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, jak i w całym łańcuchu żywnościowym, a w efekcie wzrost wśród tych podmiotów zainteresowania technologiami cyfrowymi. Budowa inteligentnego rolnictwa, inteligentnego przemysłu spożywczego i inteligentnych łańcuchów dostaw żywności nie oznacza jednak wdrożenia wszystkich dostępnych na rynku technologii cyfrowych. Proces ten wymaga przygotowania przez uczestników rynku inteligentnych strategii cyfryzacji, tj. takich strategii, które uwzględniać będą zarówno rzeczywiste problemy i potrzeby

I. Szczepaniak (red.), seria „Monografie Programu Wieloletniego 2015–2019”, nr 67, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2017, s. 21–22.

¹⁹ K. Kosior, *Przemysł 4.0 – budowanie przewag konkurencyjnych w epoce cyfrowego przełomu*, [w:] *Konkurencyjność polskich producentów żywności i jej determinanty (4)*, I. Szczepaniak (red.), seria „Monografie Programu Wieloletniego 2015–2019”, nr 86, IERiGŻ-PIB, Warszawa 2018, s. 123.

poszczególnych branż i tworzących je grup podmiotów, jak i rachunek kosztów i korzyści ekonomicznych i społecznych związany z wdrażaniem technologii cyfrowych. Cyfryzacja biznesu rolno-spożywczego powinna obejmować te obszary, które mogą przynieść największy zwrot z inwestycji przy uwzględnieniu szerokich korzyści społecznych. W przypadku niektórych podmiotów uzasadnione będzie skupienie się tylko na jednej, wybranej technologii, usprawniającej pojedyncze procesy bądź działania w wybranych obszarach. W przypadku innych podmiotów strategia taka powinna obejmować wdrożenie więcej niż jednej technologii cyfrowej w kilku obszarach działalności.

Chociaż w polskim biznesie rolno-spożywczym funkcjonują podmioty, które można określić mianem cyfrowych liderów, to wciąż większość gospodarstw i przedsiębiorstw nie jest zaangażowana w działalność innowacyjną. W latach 2015–2017 aktywnych innowacyjnie było zaledwie 16,5% przedsiębiorstw produkujących artykuły spożywcze. Nowe lub istotnie ulepszone produkty wprowadziło w tym okresie tylko 9,8% przedsiębiorstw przemysłu spożywczego. Z kolei nowe lub istotnie ulepszone procesy wprowadzone zostały w 12,5% przedsiębiorstw, natomiast łącznie dla produktów i procesów wskaźnik ten wyniósł 6,8%²⁰. Technologie kluczowe dla rozwoju i wykorzystania Internetu Rzeczy są wciąż w ograniczonym użyciu. W 2017 roku z instrumentów automatycznej identyfikacji falami radiowymi Radio-Frequency Identification (RFID), istotnych z punktu widzenia rozwoju potencjału konkurencyjnego sektora, korzystało zaledwie 7,6% przedsiębiorstw przemysłu spożywczego. Niewielkie zaawansowanie procesów cyfryzacji, w tym ograniczone wykorzystanie analiz danych, potwierdzają również statystyki dotyczące zakupu dostępu do chmury obliczeniowej. Odsetek przedsiębiorstw decydujących się na zakup usług w chmurze obliczeniowej w przypadku przemysłu spożywczego w 2017 roku wyniósł 5,5%. Mediami społecznościowymi zainteresowanych

²⁰ *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2015–2017*, Analizy Statystyczne, GUS, Warszawa–Szczecin 2018, s. 22, 32.

było 24,7% przedsiębiorstw produkujących artykuły spożywcze²¹. I mimo iż poziom automatyzacji linii produkcyjnych w przemyśle spożywczym istotnie wzrósł w ostatnim okresie, to dane gromadzone w przedsiębiorstwach oraz dane zewnętrzne dostępne na nośnikach cyfrowych i platformach internetowych wciąż wykorzystywane były w niewielkim zakresie.

Niezależnie od różnych ograniczeń wypada podkreślić, że przedsiębiorstwa sektora rolno-spożywczego, które chciałyby się rozwijać i odnosić sukcesy w epoce 4.0 powinny uwzględnić w swoich strategiach działania na rzecz cyfrowej transformacji. Cyfryzacja życia społeczno-gospodarczego stwarza bowiem możliwości zwiększania efektywności przy równoczesnym realizowaniu idei zrównoważonego rozwoju. Może być również istotnym sposobem osiągnięcia sukcesów zarówno na rynku krajowym, jak i na rynkach międzynarodowych. Włączenie gospodarki żywnościowej w obieg gospodarki cyfrowej oraz w tworzące się łańcuchy wartości dużych zbiorów danych wymaga przy tym zaangażowania wielu podmiotów, tj. przedsiębiorców, rolników, jednostek naukowo-badawczych, podmiotów branży *high-tech* oraz jednostek administracji państwowej.

11.4. Nowe trendy na rynku żywnościowym

Kontekst, w jakim funkcjonuje współczesny konsument (m.in. rozwój globalizacji, szybsze tempo życia, pojawianie się nowych produktów i wzorców zachowań, zmiana sytuacji ekonomicznej i socjodemograficznej kraju, cyfryzacja życia społeczno-gospodarczego), powoduje zmiany ogólnego modelu konsumpcji. Konsument epoki 4.0 coraz częściej używa narzędzi cyfrowych i oczekuje, że procesy zakupowe (również produktów spożywczych) będą maksymalnie szybkie i przyjemne. Współczesny konsument staje się coraz bardziej wymagający i wygodny, o czym świadczą m.in. zakupy żywności dokonywane przez Internet z dostawą i wniesieniem

²¹ *Rocznik Statystyczny Przemysłu...*, s. 432.

produktów do domu czy też dostarczenie w krótkim czasie gotowych, ciepłych posiłków pod wskazany adres.

Równocześnie jednak obserwowany obecnie postęp technologiczny idzie w parze z modą na żywność ekologiczną, naturalną i zdrową. W tym ujęciu podkreślić należy ogromny potencjał polskiego sektora rolno-spożywczego oraz polskich produktów regionalnych, cenionych na świecie m.in. za ich naturalność, tradycyjny skład, wyjątkowy smak i jakość. Dostępne dane statystyczne wskazują, że z każdym rokiem popularność i zapotrzebowanie na produkty naturalne i ekologiczne rośnie. Sprzedaż żywności ekologicznej na świecie wzrosła z 15,2 mld USD w 1999 roku do 90 mld USD w 2016 roku²². W UE wartość rynku produktów ekologicznych w 2015 roku przekroczyła 29 mld euro, a między 2005 a 2017 rokiem wydatki na żywność ekologiczną *per capita* zwiększyły się około trzykrotnie – z 22 do 67 euro²³. Rynek produktów ekologicznych rośnie również w Polsce. Ocenia się, że jego wartość w 2018 roku wyniosła około 1–1,1 mld zł²⁴. Produkty ekologiczne co prawda nigdy nie będą w Polsce produktami masowymi, ponieważ ich ceny są znacznie wyższe (wynika to z tradycyjnych metod produkcji, niższych plonów oraz mniejszej trwałości produktów), ale zgodnie z prognozami, do 2030 roku rynek ten ma szansę rosnąć w tempie około 20% rocznie²⁵. Można spodziewać się, że popyt na produkty ekologiczne i naturalne pozostawać będzie jednym

²² *Worldwide sales of organic food from 1999 to 2016 (in billion U. S. dollars)*, <https://www.statista.com/statistics/273090/worldwide-sales-of-organic-foods-since-1999> [data dostępu: 15.05.2019].

²³ *Per capita consumption of organic food in selected countries in Europe from 2005 to 2017 (in euro)*, <https://www.statista.com/statistics/632792/per-capita-consumption-of-organic-food-european-union-eu> [data dostępu: 15.05.2019].

²⁴ *Żywność ekologiczna nigdy nie będzie masowa*, <http://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/zywnosc-ekologiczna-nigdy-nie-bedzie-masowa,174799.html> [data dostępu: 21.08.2019].

²⁵ *Rynek ekożywności ma rosnać 20 proc. rocznie do 2030 r.*, <http://www.portal-spozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/rynek-eko-zywnosci-ma-rosnac-20-proc-rocznie-do-2030-r,157419.html> [data dostępu: 17.04.2018].

z ważniejszych trendów na rynku żywnościowym nie tylko w perspektywie najbliższej dekady, ale również po 2030 roku.

Wymieniony trend jest zgodny i współwystępuje z rosnącą popularnością żywności funkcjonalnej (*functional food*), wzbogaconej o właściwości uwzględniające specyficzne potrzeby wybranych grup konsumentów, a zatem spełniającej określone oczekiwania w zakresie jej wpływu na zdrowie. Wartość globalnego rynku żywności funkcjonalnej szacowana jest na 129 mld USD i prognozuje się, że do 2024 roku sprzedaż tej kategorii produktów spożywczych na świecie wzrośnie do 253 mld USD²⁶. W Europie w 2016 roku wartość rynku żywności funkcjonalnej sięgnęła 117 mld euro, w Polsce zaś – 3,7 mld euro. Według ekspertów ten segment sektora spożywczego cały czas rośnie i dalej będzie rósł, tak w kraju, jak i za granicą²⁷. Jedną z najbardziej dynamicznie rosnących kategorii produktów funkcjonalnych są te wspomagające kontrolę wagi oraz przyrost masy mięśniowej, skierowane przede wszystkim do osób aktywnie uprawiających sport. Uwagę zwraca przy tym fakt, że osoby wybierające produkty o takiej funkcjonalności liczą także na ich naturalność pod względem stosowanych składników oraz atrybuty związane ze smakiem. Jak pokazują badania Santeramo i innych, konsumenci przy wyborze produktów żywnościowych coraz częściej kierują się troską o ochronę środowiska, a także dbałością o własne zdrowie²⁸. Jest to szczególnie widoczne w większych miastach oraz wśród lepiej wykształconych i bardziej zamożnych grup konsumentów. Co równie ważne, produkty funkcjonalne mogą być interesującą – ponieważ pozwalającą generować wyższe marże – strate-

²⁶ *Konsumenci żywności funkcjonalnej oczekują czystego składu i wrażeń smakowych*, <http://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/konsumenci-zywnosci-funkcjonalnej-oczekuja-czystego-skladu-i-wrazen-smakowych,161546.html> [data dostępu: 06.08.2018].

²⁷ *Rynek żywności funkcjonalnej w Polsce wart 3,7 mld euro*, <http://www.portal-spozywczy.pl/handel/artykuly/rynek-zywnosci-funkcjonalnej-w-polsce-wart-3-7-mld-euro,150905.html> [data dostępu: 30.10.2017].

²⁸ F.G. Santeramo i in., *Emerging trends in European food, diets and food industry*, "Food Research International" 2018, t. 104, s. 39–47.

gią rozwoju dla krajowych firm spożywczych. Konsumenci za specjalne działanie produktów wzbogaconych o składniki wartościowe są bowiem skłonni zapłacić wyższą cenę niż za te same produkty bez prozdrowotnych dodatków. Według raportu „Innowacyjność vs. zdrowie. Szanse dla marek spożywczych” opracowanego przez Mintel dla Banku Zachodniego WBK, funkcjonalność jest obecnie jednym z kluczowych trendów na rynku spożywczym²⁹.

Perspektywicznie w najbliższych latach przedstawia się także rozwój sektora HoReCa, tj. rynku gastronomii i hotelarstwa w Polsce, czemu sprzyja poprawa sytuacji dochodowej ludności, zmieniający się styl życia oraz wzrost liczby placówek gastronomicznych i hotelarskich w kraju. Realny wzrost cen żywności i usług gastronomiczno-hotelarskich nie osłabił przy tym tej tendencji. Mimo że sektor Hotel, Restaurant, Catering/Cafe (HoReCa) nie jest największym odbiorcą produktów spożywczych, to dla niektórych firm staje się ważnym partnerem. Można szacować, że wartość sprzedaży żywności w Polsce w ramach HoReCa w 2017 roku przekroczyła 24 mld zł³⁰. Współpraca producentów żywności z tym sektorem pod pewnymi względami może być trudniejsza niż z handlem, gdyż pojawiają się pewne specyficzne wymagania co do opakowań przystosowanych do potrzeb odbiorcy, a z drugiej strony konsument może nie zdawać sobie sprawy, skąd pochodzi dany produkt i kto jest jego producentem, co może powodować, że hotel czy restauracja może zmieniać dostawców bez większych obaw o lojalność swoich klientów. W wielu jednak przypadkach odpowiednio przygotowany produkt, udostępniany we właściwej placówce HoReCa, nawet jeżeli dostarczany jest w relatywnie niewielkich ilościach, może stać się doskonałym narzędziem promocji danej marki. W kombinacji z innymi działaniami marketingowymi może przyczynić się do zwiększenia rozpoznawalności producenta zarówno w kraju, jak i za granicą.

²⁹ *Konsumenci żywności...*

³⁰ *HoReCa sprzeda żywność za 24 mld zł w 2017 r.*, <http://www.portalspozywczy.pl/mleko/wiadomosci/horeca-sprzeda-zywnosc-za-24-mld-zl-w-2017-r,141641.html> [data dostępu: 07.03.2017].

Warto również podkreślić, że jeszcze nigdy w historii nie przywiązywano takiej wagi do żywności, jak ma to miejsce obecnie. Trendy żywnościowe i mody na niektóre produkty spożywcze zmieniają się w ostatnim czasie bardzo szybko, m.in. dzięki intensywnej działalności promocyjno-informacyjnej w mediach społecznościowych. Ślady cyfrowej obecności konsumentów w Internecie powinny być więc przedmiotem szczególnego zainteresowania producentów żywności. Analizy popytu, bazujące również na dużych zbiorach danych, mogą przy tym pozwolić na bardziej precyzyjne oceny potrzeb poszczególnych grup konsumentów i wybranych rynków.

Podsumowanie

Sukcesom polskiego sektora rolno-spożywczego sprzyjały odpowiednie przekształcenia w sektorze, rozpoczęte już w pierwszych latach transformacji systemowej, nasilone w okresie przygotowań do członkostwa w Unii Europejskiej, a następnie stymulowane procesami pogłębiającej się integracji gospodarczej i handlowej z krajami członkowskimi UE. Po przystąpieniu do UE polska gospodarka żywnościowa objęta została wsparciem finansowym zarówno z funduszy strukturalnych UE, jak i budżetu WPR, co pozwoliło na przyspieszenie procesów modernizacji w sektorze. Niebagatelną rolę w procesie wzmacniania pozycji konkurencyjnej polskiego sektora rolno-spożywczego odegrały także bezpośrednie inwestycje zagraniczne. Kluczowym źródłem wzrostu wielkości i wartości polskiego eksportu rolno-spożywczego pozostawał otwarty dostęp do rynku wewnętrznego UE. Ekspansji polskiego eksportu rolno-spożywczego sprzyjał również rosnący popyt na żywność ze strony rynków krajów rozwijających się i gospodarek wschodzących. Dzięki rozbudowanej sieci porozumień handlowych UE ze światem Polska uzyskała dostęp do nowych rynków zbytu i wyraźnie wzmocniła swoją pozycję w międzynarodowym handlu rolno-spożywczym.

Dla utrzymania i wzmocnienia sukcesów polskiego biznesu rolno-spożywczego konieczne są jednak nowe strategie, w większym stopniu i zakresie wykorzystujące innowacje i nowe technologie cyfrowe. Umie-

jętność odnalezienia się w cyfrowej rzeczywistości i wykorzystanie szans związanych z nowymi technologiami (wynikającymi z obniżenia kosztów produkcji, poprawy jakości produktów, zwiększenia bezpieczeństwa żywności, realizacji zasad zrównoważonego rozwoju) decydować będzie w niedalekiej przyszłości o możliwościach utrzymania i wzmacniania przewag konkurencyjnych na coraz bardziej wymagających rynkach zagranicznych. Perspektywy osiągania sukcesów przez polski sektor rolno-spożywczy w kolejnych latach zależą również od prawidłowego identyfikowania i podążania za nowymi trendami rynkowymi. W sektorze żywnościowym kluczowymi obecnie trendami są: handel elektroniczny, produkcja żywności ekologicznej, żywności funkcjonalnej, jak również rozwój sektora HoReCa. Trzeba mieć jednak świadomość, że trendy żywnościowe i mody na produkty spożywcze zmieniają się szybko i powinny być przedmiotem stałej obserwacji, także z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych.