

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA PRZEDSIĘBIORSTW PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO W POLSCE

Wiesława Cieślewicz

Akademia Rolnicza w Szczecinie

Streszczenie. Zasadniczym warunkiem wzrostu konkurencyjności przemysłu spożywczego w Polsce jest rozwój działalności innowacyjnej. W latach 1997–2006 nastąpił dwukrotny wzrost nakładów finansowych na działalność innowacyjną. Przeznaczono je w głównej mierze na zakup i modernizację maszyn, urządzeń technicznych oraz narzędzi i środków transportu. Mimo zachodzących zmian, udział wyrobów nowych i zmodernizowanych w produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego jest niski i w 2005 roku wynosił 11%. Głównymi celami działalności innowacyjnej przedsiębiorstw przemysłu spożywczego była poprawa jakości wyrobów, zwiększenie asortymentu wyrobów oraz otwarcie nowych rynków lub zwiększenie udziału w rynku.

Słowa kluczowe: innowacje, konkurencyjność, przemysł spożywczy, Polska

WSTĘP

Budowa przewagi konkurencyjnej w nowoczesnej gospodarce jest oparta na wprowadzaniu nowych rozwiązań technologicznych i organizacyjnych. Innowacyjność jest podstawowym warunkiem sukcesu rynkowego firmy i czynnikiem jej strategicznego rozwoju w obecnych realiach gospodarczych. Lata 90. w Polsce to okres intensywnych przemian strukturalnych przemysłu spożywczego, przystosowujących ten sektor gospodarki do funkcjonowania w warunkach gospodarki rynkowej. Przemianom tym towarzyszył rozwój działalności innowacyjnej, gdyż każde przedsiębiorstwo do efektywnego i dynamicznego rozwoju potrzebuje innowacji, tzn. nowych produktów, technologii, nowoczesnych systemów organizacji i zarządzania. Dostosowanie przedsiębiorstw do nowych warunków rynkowych i sprostanie wyzwaniom konkurencyjnym, wynikającym z procesów integracyjnych z europejską gospodarką wymaga rozwoju działalności innowacyjnej i jak najszybszej eliminacji istniejących opóźnień technicznych i technologicznych oraz organizacyjnych i marketingowych [Szczepaniak, Wigier 2003].

Celem artykułu jest ocena działalności innowacyjnej przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce i jej roli w budowaniu przewagi konkurencyjnej firm. Analizie poddano wielkość nakładów i kierunki prowadzonych działań innowacyjnych oraz uwarunkowania konkurencyjności przemysłu spożywczego.

Do określenia aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw wykorzystano dane liczbowe Głównego Urzędu Statystycznego, posługując się standardowymi metodami analitycznymi oraz metodami statystyki opisowej. Baza statystyczna GUS dotycząca innowacyjności polskich przedsiębiorstw tworzona jest według metodologii proponowanej w podręczniku Oslo Manuala¹ [Oslo 2005].

POJĘCIE I RODZAJE INNOWACJI

Innowacyjność oznacza postawy, zdolności, a także motywację podmiotów gospodarczych do działań o charakterze naukowym, badawczym, technicznym, organizacyjnym, finansowym i handlowym, mających na celu opracowanie i wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych materiałów, wyrobów, urządzeń, usług, procesów lub metod przeznaczonych na rynek albo innego zastosowania w praktyce [Rozwój... 2002, Świtalski 2000]. Pojęcie innowacji wprowadził do literatury J.A. Schumpeter [Schumpeter 1960]. Według niego innowacje obejmują:

- wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub doskonalenie produktów już istniejących,
- wprowadzenie nowego lub udoskonalenie dotychczasowego procesu produkcji,
- wprowadzenie nowego sposobu sprzedaży,
- zdobycie nowego źródła surowców, półfabrykatów,
- otwarcie nowego rynku,
- wprowadzenie nowej organizacji produkcji.

Celowość wdrażania innowacyjnych rozwiązań w przedsiębiorstwie rozpatruje się w szczególności w aspekcie wzrostu konkurencyjności. Zasadniczo jednak innowacje wprowadzane są w firmach, aby osiągnąć takie rezultaty, jak [Piotrowska 2007]:

- obniżenie kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa,
- dywersyfikację i ekspansję oferty produktowej i usługowej,
- poprawę jakości istniejących produktów i usług,
- zwiększenie udziału w rynku.

Innowacje można podzielić na trzy rodzaje [Piotrowska 2007]:

- innowacje produktowe – są to wszelkiego rodzaju zmiany polegające na udoskonaleniu wyrobu już wytwarzanego przez przedsiębiorstwo, bądź na rozszerzeniu struktury asortymentowej o nowy produkt.

¹Oslo Manual – międzynarodowy podręcznik metodologiczny z zakresu badań statystycznych innowacji technologicznych, opracowany na zlecenie Grupy Ekspertów OECD ds. Wskaźników Naukowo-Technicznych. Zawarta w nim metodologia, zwana metodą Oslo, stanowi powszechnie przyjęty międzynarodowy standard w zakresie badań statystycznych innowacji technologicznych w przemyśle i w tzw. sektorze usług rynkowych

- innowacje procesowe – to zmiany w stosowanych przez organizację metodach wytwarzania, a także w sposobach docierania z produktem do odbiorców,
- innowacje organizacyjne i marketingowe – polegają głównie na wdrożeniu nowych lub ulepszonych sposobów zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie, a także na istotnych zmianach koncepcji/strategii marketingowej firmy.

KONKURENCYJNOŚĆ PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO

O konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego decydują takie czynniki, jak: koszty produkcji i dystrybucji żywności, poziom integracji produkcji i kapitału, jakość produktów, rozwój technologii oraz system organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem [Kociszewski i Szwacka 2007].

Wysoki poziom konkurencyjności zapewnia przedsiębiorstwu zdolność do utrzymania i powiększania udziałów rynkowych oraz do zrównoważonego rozwoju w długim okresie czasu. Przemysł spożywczy w Polsce jest konkurencyjny w stosunku do innych krajów Unii Europejskiej z uwagi na ceny surowców rolnych i stosunkowo niskie koszty przetwórstwa. Umożliwia to osiąganie przewag cenowo-kosztowych. O sile ekonomicznej poszczególnych branż decyduje poziom koncentracji danej dziedziny wytwórczości i posiadanie inwestorów strategicznych i finansowych. W wyniku podejmowanych działań integracyjnych występuje zróżnicowany poziom koncentracji w poszczególnych branżach. Najwyższa koncentracja ma miejsce w przemyśle tytoniowym, browarniczym, spirytusowym, owocowo-warzywnym, olejarskim i makaronowym (5 największych firm i ugrupowań kontroluje ok. 70% rynku krajowego). Oprócz tego są działy przetwórstwa, takie jak: przetwórstwo mięsne, produkcja tradycyjnych wyrobów mleczarskich, cukru i pieczywa, w których kilka największych firm kontroluje 20–56% rynku krajowego [Kociszewski i Szwacka 2007]. Ważnym czynnikiem mającym wpływ na poziom konkurencyjności przemysłu spożywczego jest jakość produktów żywnościowych. O jakości wyrobów decyduje przede wszystkim jakość surowców i stan technologiczny przetwórstwa. Zaletą rolnictwa polskiego są wysokie walory smakowe oraz zdrowotne surowców rolnych, ale równocześnie powszechne są ich wady jakościowe, a szczególnie niewystarczająca standaryzacja produkcji i częste ich niedostosowanie do wymagań różnych kierunków przetwórstwa. Stan technologiczny przedsiębiorstw spożywczych znacznie się poprawił dzięki ożywieniu inwestycyjnemu, obserwowanemu od 2003 roku, a wymuszonemu przez integrację z UE i koniecznością dostosowania firm do wymaganych standardów sanitarno-weterynaryjnych, jakościowych i ochrony środowiska. Procesy przyspieszonej modernizacji i rozbudowy przemysłu spożywczego zwiększyły jego możliwości wytwórcze i zmniejszyły lukę technologiczną między krajowymi a zagranicznymi producentami [Szczepaniak i Wiger 2002]. Także stosowanie nowoczesnych systemów zarządzania wpływa na zdolność przedsiębiorstwa do konkurowania na rynku. Słabą stroną polskich przedsiębiorstw spożywczych jest tzw. luka organizacyjna będąca efektem zbyt małych umiejętności stosowania nowoczesnych systemów: marketingu, dystrybucji i logistyki, zarządzania jakością, zasobami i finansami. Obserwuje się, że dotyczy ona przede wszystkim małych i średnich przedsiębiorstw krajowych [Kociszewski i Szwacka 2007].

AKTYWNOŚĆ INNOWACYJNA PRZEDSIĘBIORSTW PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO

Prowadzenie działań innowacyjnych w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego uwarunkowane jest wieloma czynnikami, z których najistotniejsze to: wielkość firmy, zasoby, którymi dysponują oraz możliwości pozyskania nowych technologii [Kociszewski i Szwaacka 2007]. O skali i dynamice prowadzonych działań innowacyjnych świadczy wielkość nakładów oraz zakres wprowadzanych innowacji. Ostatnie lata, to okres zaostarzającej się konkurencji na rynku żywnościowym, co znajduje swoje odzwierciedlenie w intensyfikacji działań innowacyjnych. Konsekwencją zmian rynkowych minionej dekady jest wzrost nakładów finansowych na działalność innowacyjną (tab. 1).

W strukturze nakładów na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego dominującą pozycję stanowiły nakłady na maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia oraz środki transportu. Ich wartość wynosiła średnio 60% ogółu nakładów na innowacje. Także istotną pozycją w strukturze nakładów na innowacje stanowią nakłady

Tabela 1. Nakłady na działalność innowacyjną w przemyśle spożywczym w mln zł (ceny bieżące)^a

Table 1. Expenditures on innovation activity in food industry companies in mln zł (current prices)^a

Wyszczególnienie Specification	1997	2001	2006
Nakłady na działalność badawczo-rozwojową Expenditures on research and development activity	36,7	29,5	74,0
Nakłady na zakup gotowej technologii w postaci dokumentacji i praw Expenditures on the acquisition of disembodied technology and know-how	17,9	27,4	44,4
Nakłady na maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia oraz środki transportu Expenditures on the acquisition of instruments and equipment	689,8	773,7	1 565,5
Nakłady na budynki i budowle Expenditures on buildings and structures	168,5	227,8	628,6
Nakłady na szkolenie personelu związane z działalnością innowacyjną Expenditures on staff training connected with innovation activity	14,0	4,5	2,9
Nakłady na marketing dotyczący nowych i zmodernizowanych wyrobów Expenditure on the marketing for technologically new or improved products	283,6	136,4	206,6
Pozostałe nakłady	105,7	30,1	79,8
Ogółem Total	1 316,2	1 229,4	2601,8

^aDane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

^aData concern economic entities employing more than 49 persons.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Roczniki... 1998–2007].

na budynki i budowle oraz nakłady na marketing nowych i zmodernizowanych wyrobów. Na uwagę zwraca wzrost wydatków na działalność badawczo-rozwojową oraz zakup gotowej technologii w postaci dokumentacji i praw. Jednak ich udział w ogólnych nakładach na działalność innowacyjną jest niski i w badanym okresie nie przekroczył 5%.

Zgodnie z międzynarodową metodologią dotyczącą badania działalności innowacyjnej (metodologia Oslo) przedsiębiorstwo innowacyjne, to takie, które w danym okresie (najczęściej trzyletnim) wprowadziło przynajmniej jedną innowację w postaci nowego lub ulepszonego produktu lub procesu. Innowacja ta powinna być nowością przynajmniej z punktu widzenia przedsiębiorstwa. Udział takich przedsiębiorstw w przemyśle spożywczym w latach 1997–1998 wynosił 27%, w latach 1998–2000 – 26,8%, w latach 2001–2003 – 30,3% [Roczniki... 1998–2007].

Pomimo wzrostu aktywności innowacyjnej, wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw przemysłu spożywczego kształtowały się na relatywnie niskim poziomie. Świadczy o tym niski udział nowych i zmodernizowanych wyrobów w produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego w analizowanych latach (tab. 2).

Tabela 2. Udział nowych i zmodernizowanych wyrobów w produkcji sprzedanej w przemyśle spożywczym^a (w %)

Table 2. Share of new or improved products in sales of food industry^a (in %)

Lata, w których uruchomiono produkcję nowych i zmodernizowanych wyrobów	1995–1997	1998–2000	1999–2001	2000–2002	2001–2003	2002–2004	2003–2005
Years in which manufacture of new or improved products were started	10,3	9,6	10,3	7,3	13,4	12,5	11,1

^aDane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 49 osób.

^aData concern economic entities employing more than 49 persons.

Źródło: [Kociszewski i Szwaacka 2007]

Analiza skutków ekonomicznych działalności innowacyjnej, mierzonej udziałem wyrobów nowych i zmodernizowanych w produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego wskazuje, że deklarowana przez przedsiębiorstwa aktywność innowacyjna nie znajduje pełnego odzwierciedlenia w ich wynikach finansowych. Pomimo wzrostu nakładów na działalność innowacyjną, udział wyrobów nowych i zmodernizowanych w produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego jest niski i nie wykazuje stałej tendencji wzrostowej. Świadczy to o tym, że aktywność innowacyjna przedsiębiorstw koncentruje się bardziej na naśladowaniu istniejących pomysłów i rozwiązań, a nie wdrażaniu nowości [Szczepaniak, Wiger 2002].

Główny Urząd Statystyczny przeprowadził badania działalności innowacyjnej 28,8 tys. przedsiębiorstw reprezentujących wszystkie gałęzie przemysłu, w tym także przemysł spożywczy [Działalność... 2002]. Wyniki badań umożliwiły określenie motywacji i uwarunkowań aktywności proinnowacyjnej podejmowanych w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego oraz ustalenie źródeł informacji o innowacjach i ich charakterze.

Efekty działań innowacyjnych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego powinny być zbieżne z osiąganiem celów, ważnych z punktu widzenia realizowanych strategii rozwo-

ju przedsiębiorstw. Jednostki te dążyły przede wszystkim do poprawy jakości produktów (63,2% firm uznało ten cel za najbardziej istotny), do zwiększenia asortymentu wyrobów (56,7% przedsiębiorstw), do zdobycia nowych rynków i zwiększenia udziału w rynku (54,2%), do ograniczenia szkodliwości dla środowiska (36,8%), do zwiększenia elastyczności produkcji (34,1%) oraz do obniżenia kosztów pracy (34,0%).

Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego swoją działalność innowacyjną finansowały przede wszystkim ze środków własnych (stanowiły one 66% ogólnej wartości nakładów na innowacje).

Cytowane badania pokazały również, że 48,5% przedsiębiorstw uznało za podstawowe źródła informacji o innowacjach własne zaplecze badawczo-rozwojowe, kadre kierowniczą, służby marketingowe, handlowe i produkcyjne. Wśród źródeł zewnętrznych decydujące znaczenie odgrywały uwarunkowania rynkowo-handlowe (dostawcy, klienci, konkurenci, firmy konsultingowe) – 50,5% firm wyraziło taką opinię oraz informacje ogólnodostępne (zgłoszone patenty, konferencje, targi, wystawy, prasa) – 23,2% przedsiębiorstw.

Wdrażanie projektów innowacyjnych w przemyśle spożywczym napotykało na wiele barier powodujących albo opóźnienie ich realizacji, albo ich zaniechanie. Do głównych czynników ograniczających aktywność innowacyjną zaliczono przede wszystkim czynniki ekonomiczne, w tym wysokie koszty innowacji (51,6% firm wskazało na tę przeszkodę). Spośród barier innych niż ekonomiczne badane przedsiębiorstwa wskazywały przede wszystkim na regulacje prawne, normy i przepisy (38,3% firm).

W procesie wprowadzania innowacji wydaje się, że szczególnie do tej roli predysponowane są duże przedsiębiorstwa, sprawne organizacyjnie, zasobne kapitałowo, często wspierane kapitałem zagranicznym. Takie podmioty wprowadziły więcej innowacji organizacyjno-technicznych, a także nowych wyrobów i technologii, niż małe i średnie firmy. Zamierzały wprowadzać innowacje także w następnych latach, co świadczy o docenianiu konieczności wprowadzania nowoczesnych rozwiązań, a także o ich możliwościach inwestowania w tym zakresie. Przedsiębiorstwa małe i średnie przeznaczały mało środków finansowych na działalność innowacyjną. Wprowadzały one nowe produkty i nowe procesy technologiczne oraz zmiany organizacyjne, ale innowacje te miały charakter nieskomplikowanych modyfikacji lub prostego naśladownictwa. Możliwość wprowadzania niewielkich innowacji dawał firmom mało wymagający rynek. Okres ten należy jednak już do przeszłości, a dalsze funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstw zależy od zmiany strategii na zdecydowanie proinnowacyjną [Szczepaniak i Wigier 2002].

PODSUMOWANIE

Na podstawie powyższych rozważań sformuowano następujące wnioski:

- Dostosowanie przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce do funkcjonowania w warunkach gospodarki rynkowej i sprostanie wyzwaniom konkurencyjnym wynikającym z procesów integracyjnych z Unią Europejską wymaga rozwoju działalności innowacyjnej.
- Nakłady na innowacje w przemyśle spożywczym wykazują tendencję rosnącą. W latach 1997–2006 nastąpił dwukrotny wzrost nakładów finansowych (liczony w cenach

bieżących) na działalność innowacyjną, ale z ich struktury wynika, że firmy inwestowały przede wszystkim w maszyny i urządzenia techniczne, narzędzia i środki transportu. Ich wartość stanowiła średnio 60% ogółu nakładów na innowacje. Nie wielki udział stanowiły natomiast nakłady na prace badawczo-rozwojowe (poniżej 3% w nakładach ogółem). Wśród innowacji wprowadzanych w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego dominowały nowe lub zmodernizowane wyroby. Jednak ich udział w produkcji sprzedanej był niski i wyniósł 13,4% w roku 2003, 12,5% w roku 2004 i 11,1% w roku 2005.

- Udział przedsiębiorstw innowacyjnych w przemyśle spożywczym stopniowo wzrasta. W latach 1997-1998 wynosił 27%, w latach 1998-2000 – 26,8%, w latach 2001–2003 – 30,3%.
- Przegląd czynników wpływających na konkurencyjność przemysłu spożywczego wskazuje, że ma on jeszcze wiele słabych stron, decydujących o jego gorszej pozycji na rynkach, szczególnie zagranicznych. Są to przede wszystkim: jakość surowców rolnych, luka technologiczna występująca we wstępnych fazach przetwórstwa, duże jego rozdrobnienie i niskie wykorzystanie zaangażowanych czynników wytwórczych, a także luka organizacyjna.
- Aktywność innowacyjna w przemyśle spożywczym ma na celu przede wszystkim poprawę jakości wyrobów, zwiększanie asortymentu wyrobów, otwieranie nowych rynków lub zwiększanie udziału w rynku, a także ograniczenie szkodliwego oddziaływania na środowisko.
- Działalność innowacyjna firm spożywczych jest ściśle związana z wielkością przedsiębiorstwa i możliwością elastycznego dysponowania zasobami. Duże przedsiębiorstwa z reguły podejmują działania kompleksowe, obejmujące zarówno innowacje produktowe, technologiczne, jak i organizacyjno-techniczne. Natomiast małe i średnie firmy, z powodu ograniczonych możliwości finansowych, koncentrują się głównie na działaniach związanych z wprowadzaniem na rynek nowych i zmodernizowanych wyrobów.

PIŚMIENNICTWO

- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłowych w latach 1998–2000. Informacje i opracowania statystyczne. 2002. GUS Warszawa.
- Kociszewski M., Szwacka J.: 2007. Innowacje a konkurencyjność przemysłu spożywczego. *Przem. Spoż.*, 4, 4–5.
- Oslo Manual: 2005. Guidelines for collecting and interpreting innovation data. OECD Publishing, Third Edition, OECD.
- Piotrowska A.: Innowacje w aspekcie twojej firmy. *Mat. konf. Europejska polityka proinnowacyjna w aspekcie lubuskim. Gorzów Wlkp.* 1 grudnia 2006. Wyższa Informatyczna Szkoła Zawodowa Gorzów Wlkp., 32–33.
- Roczniki statystyczne przemysłu. 1998–2007. GUS. Warszawa.
- Rozwój polskiej gospodarki. Perspektywy i uwarunkowania, red. G.W. Kołodko: 2002. Wyd. Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania, Warszawa, 172.
- Szczepaniak I., Wigier M.: 2002. Aktywność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłu spożywczego. *Prze. Spoż.*, 2, 2–4.
- Szczepaniak I., Wigier M.: 2003. Innowacje w przemyśle spożywczym. *Przem. Spoż.*, 11, 10–12.

Schumpeter J.A.: 1960. Teoria rozwoju gospodarczego. PWN Warszawa.

Świtalski W.: 2004. Nauka, zasoby wiedzy, teoria innowacyjności a wzrost gospodarczy. *Ekonomista*, 1, 89.

INNOVATIVE ACTIVITY OF FOOD INDUSTRY COMPANIES IN POLAND

Abstract. The development of innovative activities is considered as a basic factor of the improvement in competitiveness of Polish food industry. 2-time increase of the expenditure on innovative activities was observed in the period of 1997-2006. It was mainly devoted to purchase and modernization of machines, technical installation, means and tools of transport. Despite of undergoing changes the share of new or improved products in sales of food industry was low and in 2006 amounted 11%. The main features of innovative activity of food industry companies were improvement of products' quality, increase of assortment, enter on new markets or increase of market share.

Key words: innovations, competitiveness, food industry

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 31.10.2008