

Tomasz Kijek

Akademia Rolnicza w Lublinie

DETERMINANTY KONKURENCJI JAKOŚCIOWEJ NA RYNKU PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH

1. Wstęp

Analizując trendy dotyczące wzorców spożycia i zwyczajów żywieniowych w krajach Unii Europejskiej, należy zauważyć wzrost preferencji jakości i wyższego stopnia przetworzenia produktów przy równoczesnym wzroście świadomości konsumentów na temat jakości żywności i jej składników. Taka sytuacja prowadzi do zracjonalizowania zachowań konsumentów, kierujących się w swoim wyborze wieloma atrybutami nabywanych produktów, wśród których kluczowego znaczenia nabierają: skład, określone pochodzenie oraz stosowane metody wytwarzania [Szwacka-Salmonowicz 2003, s. 125]. Zmiany popytowe dotyczące konsumpcji produktów spożywczych są związane bezpośrednio ze zmianami podażowymi dotyczącymi różnicowania przez producentów żywności wytwarzanego asortymentu, w celu dopasowania oferty do oczekiwań odbiorców. Celem niniejszego opracowania jest analiza warunków występowania konkurencji jakościowej na europejskim rynku produktów spożywczych z uwzględnieniem kierunku i siły ich oddziaływania.

2. Istota i wymiar konkurencji jakościowej

Konkurencja jakościowa opiera się na oferowaniu przez niezależnych sprzedawców produktów zróżnicowanych pod względem jakościowym. Zróżnicowanie to jest konsekwencją zmian jakości oferowanego przez sprzedawcę produktu, wskutek czego staje się on bardziej pożądanym dla poszczególnych nabywców niż produkty konkurentów [Wrzosek 1998, s. 318].

Analiza konkurencji jakościowej napotyka istotne ograniczenia ze względu na rozmaite formy różnicowania produktów. Konsekwentne rozwiązanie tego proble-

mu można znaleźć w teorii konkurencji jakościowej opracowanej przez L. Abbotta, który wymienił trzy formy różnicowania jakości produktów, tj. horyzontalną, wertykalną i innowacyjną [Abbott 1953, s. 826-845].

Wertykalne różnicowanie odnosi się do różnych poziomów jakości, które mogą być określane w kategoriach wyższa – niższa i są one tak samo postrzegane przez wszystkich nabywców. Jakość horyzontalna, w przeciwieństwie do jakości wertykalnej, może być różnie oceniana przez różnych nabywców, zaś w następstwie horyzontalnych zmian jakościowych nie powstają produkty, które można oceniać jako lepsze czy gorsze, ale po prostu jako inne. Trzeci wymiar jakości odnosi się do innowacyjnego zróżnicowania jakości i przejawia się we wprowadzaniu ulepszeń bądź całkiem nowych rozwiązań, które pozwalają na dostarczanie nabywcom wyższego poziomu jakości.

Odnosząc powyższe wymiary konkurencji jakościowej do produktów spożywczych, koniecznie trzeba przyjąć wielowymiarową koncepcję postrzegania jakości, a więc odnoszącą się do wielu atrybutów produktu. D. Garvin zaproponował osiem wymiarów jakości, w ramach których firmy mogą konkurować między sobą [Garvin 1987, s. 101-109]. Dla produktów spożywczych są to [Luning, Marcelis, Jongen 2005, s. 32]: fizyczne cechy produktu (smak, zapach, tekstura), cechy dodatkowe, np. wygoda posiłków gotowych do spożycia, bezpieczeństwo produktu, trwałość (przydatność do spożycia), niezawodność, czy skład wskazany na opakowaniu odpowiada rzeczywistej zawartości, wygląd zewnętrzny (barwa, rozmiar, image), służeńność (szybka reakcja na nieodpowiednie cechy produktu żywnościowego, dostępność na rynku), postrzegana jakość związana z marką produktu.

Na rynku produktów spożywczych dominuje w głównej mierze różnicowanie polegające na adaptacji produktów do preferencji nabywców poprzez nowe kombinacje oraz nieznaczne modyfikacje produktów dotychczas istniejących. Potwierdzeniem tego trendu jest fakt, iż 77% innowacji produktowych w roku 2004 na rynku żywności UE dotyczyło modyfikacji receptur wytwarzania [Elmin 2006].

3. Determinanty konkurencji jakościowej

Wśród głównych czynników determinujących procesy konkurowania oparte na jakości produktów można wyróżnić [Juran 1995, s. 634-637]:

- wzrost technologii wytwarzania,
- wzrost zagrożenia bezpieczeństwa i zdrowia ludzi,
- regulacje prawne dotyczące jakości i bezpieczeństwa produktów,
- wzrost świadomości konsumentów i nasilenie działań społecznych na rzecz ich ochrony.

Wzrost technologii wytwarzania

Raport opracowany przez Komisję Wspólnoty Europejskiej wskazuje na ciągły proces przekształceń przemysłu spożywczego, tradycyjnie postrzeganego jako sektor niskiej technologii, w przemysł coraz bardziej zaawansowany technologicznie [Commission of the European Communities 1992]. Biorąc pod uwagę wielkość wydatków na badania i rozwój wśród przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w UE, należy zauważyć znaczny wzrost tego wskaźnika (na poziomie 20%) w latach 1997-2001 [Elmin 2006]. Na wymierne efekty wzrostu nakładów na badania i rozwój wśród przedsiębiorstw spożywczych w UE wskazują wyniki badań realizowanych w ramach projektu Community Innovation Survey w latach 1998-2000, według których aż 34% przedsiębiorstw spożywczych wprowadziło innowacje produktowe, zaś 24,2% implementowało innowacje procesowe [Ministere de l'Economie 2002, s. 3].

W perspektywie ostatnich lat zmianie uległy podstawowe procesy wytwarzania, utrwalania i pakowania żywności. Wśród nowych metod utrwalania coraz większego znaczenia nabierają metody nietermiczne, w których jako czynniki utrwalające stosowane są: pola elektryczne i magnetyczne, ultradźwięki, iradiacja, dwutlenek węgla. W odniesieniu do zmian w technice opakowania następuje proces ograniczania pakowania próżniowego na korzyść pakowania w atmosferze modyfikowalnej z zastosowaniem znaczników (opakowania aktywne, wskaźniki temperatury, ciśnienia itd.), oraz technik proekologicznych [Czajkowska 2005, s. 88-92]. Istotne zmiany w produkcji żywności wynikają z możliwości stosowania techniki genetycznej na poziomie zarówno surowców wykorzystywanych do produkcji, jak i substancji pomocniczych [Filimonow, Berger 2005, s. 39-42]. Obok technik genetycznych na znaczeniu zyskuje wykorzystanie bioinżynierii w zakresie produkcji żywności funkcjonalnej poprzez wzbogacenie żywności w poszczególne substancje bioaktywne.

Niewątpliwie rozwój nowych technologii pozwala na wprowadzenie usprawnień dotyczących metod produkcji oraz cech jakościowych produktów, jak struktura żywności, własności sensoryczne i wartości odżywcze, ale budzi zarazem pewne kontrowersje w sytuacji braku jednoznacznej odpowiedzi dotyczącej wpływu nowych metod wytwarzania na organizm ludzki¹.

Wzrost zagrożenia bezpieczeństwa i zdrowia ludzi

Kolejny czynnik warunkujący występowanie konkurencji jakościowej to wzrost zagrożenia bezpieczeństwa i zdrowia ludzi. W ciągu ostatnich kilku lat wystąpiło wiele negatywnych zjawisk, których skumulowane skutki spowodowały powstanie sytuacji kryzysowej w dziedzinie bezpieczeństwa żywności. Wśród nich szczegól-

¹ Spektakularnym przykładem jest wprowadzenie do sprzedaży i upowszechnienie żywności modyfikowanej genetycznie.

ne znaczenie miały trzy kryzysy żywnościowe w Europie. Pierwszy z nich dotyczył choroby BSE i ryzyka przeniesienia prionów z chorego bydła na ludzi. Kolejny kryzys związany był ze zidentyfikowaniem dioksyn w paszach dla drobiu, ostatni zaś wynikał z zastosowania niedozwolonej substancji barwiącej w kilkuset artykułach spożywczych.

Zaistniała sytuacja spowodowała spadek zaufania konsumentów do produktów spożywczych oraz stworzyła presję na zapewnienie bezpieczeństwa żywności i dostarczenia konsumentom rzetelnych informacji dotyczących pochodzenia i cech nabywanych produktów.

Regulacje prawne dotyczące bezpieczeństwa i jakości produktów

Odpowiedzią na zaistniały kryzys w produkcji i obrocie żywnością było opracowanie i realizacja Europejskiej Strategii Bezpieczeństwa Żywności, która zakłada nie tylko dostosowanie prawa żywnościowego do nowych wyzwań związanych z produkcją i obrotem żywności na poziomie wszystkich elementów łańcucha żywności, ale również zapewnienie maksymalnego przepływu informacji do konsumenta o potencjalnym niebezpieczeństwie związanym z żywnością i sposobach jego ograniczania [European Commission 2004, s. 6]. Nowe ramy prawne realizacji ESBŻ zawarte są w prawie żywnościowym (General Food Law), opracowywanym w latach 2002-2005.

Wśród dokumentów tworzących prawo żywnościowe kluczowe znaczenie ma Rozporządzenie 178/2002, które ustala ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego oraz tworzy podstawy do zapewnienia wysokiego poziomu ochrony zdrowia ludzkiego i interesów konsumentów. Kolejne priorytetowe trzy dokumenty to: Rozporządzenie nr 852/2004 Ogólne zasady higieny dla żywności, które z dniem 1 stycznia 2006 r. zastąpiło dyrektywę 93/43 EEC; Rozporządzenie 853/2004 Zasady higieny dla żywności pochodzenia zwierzęcego; Rozporządzenie 882/2004 Procedury urzędowej kontroli pasz i żywności [Wiśniewska 2005, s. 43].

Uwzględniając fakt, że nabywcy żywności oczekują nie tylko produktów bezpiecznych, ale również produktów o określonej jakości, wprowadzono dobrowolne europejskie i międzynarodowe standardy oraz znaki jakości, wskazujące rodzaj lub pochodzenie nabywanej żywności [European Commission 2004, s. 21].

Wzrost świadomości konsumentów i nasilenie się działań społecznych na rzecz ich ochrony

Oprócz trzech przedstawionych determinantów występowania konkurencji jakościowej istotne znaczenia ma stan wiedzy nabywców na temat produktów i różnic występujących między nimi. Konsumentów produktów spożywczych należących do kategorii dóbr doświadczalnych (*experience goods*), których jakość może być określona podczas zakupu i konsumpcji, narażeni są na ryzyko konsumenckie wynikające z ograniczonego dostępu do informacji. Na istnienie luki informacyjnej wśród nabywców żywności wskazują badania AC Nielsena przeprowadzone w

2005 r., według których w skali całej Europy tylko 43% konsumentów rozumie informacje zawarte na etykiecie, z kolei wśród konsumentów z USA i Kanady zrozumienie tych informacji deklaruje 64% respondentów [AC Nielsen 2005, s. 1].

W celu ograniczenia asymetrii docierających do konsumentów informacji na temat nabywanej żywności zaczęto tworzyć stowarzyszenia konsumenckie na poziomie krajowym i międzynarodowym, których głównym celem jest promowanie interesów konsumentów m.in. poprzez zapewnienie im dostępu do informacji na temat jakości żywności i jej składników.

4. Podsumowanie

Wymagania prawne określające minimalne standardy jakościowe dla producentów żywności stanowią warunki brzegowe konkurencji jakościowej. Spełnienie tych warunków pozwala na uniknięcie zagrożenia zdrowia i bezpieczeństwa nabywców, ale nie stymuluje działań przedsiębiorstw zmierzających do ciągłego polepszania jakości oferowanych produktów. Czynnikiem mającym kluczowe znaczenie dla rozwoju konkurencji jakościowej jest wzrost wymagań i świadomości konsumentów, bowiem w ostateczności to finalni nabywcy weryfikują skuteczność decyzji producentów oferujących produkty o nowych bądź zmodyfikowanych cechach jakościowych. W tej sytuacji zarówno producenci chcący osiągnąć premie cenowe za oferowanie produktów o wyższych bądź unikalnych cechach jakościowych, jak i konsumenci zainteresowani optymalnym zaspokojeniem swoich potrzeb powinni dążyć do stworzenia pełnego i rzetelnego systemu informacji dotyczącego atrybutów jakościowych oferty rynkowej.

Literatura

- Abbott L., *Vertical Quality Equilibrium under Pure Quality Competition*, „American Economic Review” 1953 no. 43.
- AC Nielsen, *The Nutrition-Conscious Shopper – Consumer Attitudes Towards Nutritional Labels on Food Packaging in Europe*, August 2005.
- Commission of the European Communities, *Dable Report 1. Synopsis of European enterprises*, Brussels 1992.
- Czajkowska D., *Inteligentne i aktywne opakowania do żywności*, „Przemysł Spożywczy” 2005 nr 8.
- European Commission, *From Farm to Fork Safe Food for Europe's Consumers*, Directorate-General for Press and Communication, Manuscript 2004.
- Elmin A., *EU Food Industry Low R&D Spend Leaves it Vulnerable*, 2006. <http://www.foodproductiondaily.com/>.
- Filimonow J., Berger S., *Możliwość zastosowania GMO w produkcji żywności*, „Przemysł Spożywczy” 2005 nr 5.

- Garvin D., *Competing on the Eight Dimensions of Quality*, „Harvard Business Review” 1987, November-December.
- Juran M., *A History of Managing for Quality*, ASQC Quality Press, Milwaukee 1995.
- Luning P.A., Marcelis W.J., Jongen W.M.F., *Zarządzanie jakością żywności*, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2005.
- Ministere de l'Economie, *Le 4 pages des statistiques industrielles*, No. 168, December 2002.
- Szwacka-Salmonowicz J., *Zmiany zachowań nabywców jako determinanta kształtowania strategii segmentacyjnych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2003.
- Wiśniewska M., *Od gospodarstwa do stołu. Organizacja i zarządzanie jakością oraz bezpieczeństwem produktu żywnościowego*, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2005.
- Wrzosek W., *Funkcjonowanie rynku, PWE*, Warszawa 1998.

THE CONDITIONS OF QUALITY COMPETITION ON FOOD PRODUCTS MARKET

Summary

The objective of the presented paper is to analyze the conditions of quality competition on food products market. The major forces that determine the quality competition include the following: greater technology of products manufacturing, threats to human safety and health, government regulation of quality and the rise of consumerism movement. Some conclusions concerning the conditions of quality competition in relation to customers and producers are drawn in the last part of the paper.