

# PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

# RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 361

**Agrobiznes 2014**

**Rozwój agrobiznesu**

**w okresie 10 lat przynależności Polski  
do Unii Europejskiej**

Redaktorzy naukowci

Anna Olszańska

Joanna Szymańska



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Joanna Świrska-Korlub

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Małgorzata Czupryńska

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej [www.dbc.wroc.pl](http://www.dbc.wroc.pl),

The Central European Journal of Social Sciences and Humanities <http://cejsh.icm.edu.pl>,

The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon [http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2014

**ISSN 1899-3192**

**ISBN 978-83-7695-462-2**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Halina Bartkiewicz</b> , Czynniki wpływające na decyzje o obrocie ziemią rolniczą na przykładzie województwa lubuskiego.....	11
<b>Katarzyna Boratyńska</b> , Mechanizm bankructwa wybranego przedsiębiorstwa spożywczego .....	20
<b>Katarzyna Domańska, Anna Nowak</b> , Konkurencyjność polskiego rolnictwa na rynku Unii Europejskiej .....	29
<b>Ludosław Drelichowski, Grzegorz Oszućik</b> , Niektóre uwarunkowania rozwoju agrobiznesu w okresie po akcesji Polski do Unii Europejskiej .....	38
<b>Maciej Dzikuć</b> , Znaczenie wykorzystania współspalania biomasy w produkcji energii elektrycznej w Polsce .....	48
<b>Maria Golinowska</b> , Tendencje do zmian w nakładach na chemiczną ochronę rolnictwa w Polsce po roku 2004 .....	57
<b>Michał Jasiulewicz</b> , Potencjał agrobiomasy lokalnej podstawą rozwoju biogazowni na przykładzie województwa zachodniopomorskiego .....	66
<b>Elżbieta Kacperska</b> , Konkurencyjność polskich artykułów rolnospożywczych na rynku Unii Europejskiej w latach 2004-2012.....	78
<b>Halina Kałuża, Agnieszka Ginter</b> , Innowacje w gospodarstwach rolniczych młodych rolników.....	89
<b>Agnieszka Komor</b> , Zmiany w rozmieszczeniu i specjalizacji regionalnej przemysłu spożywczego w układzie wojewódzkim .....	99
<b>Jolanta Kondratowicz-Pozorska</b> , Wsparcie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2004-2013 i w perspektywie 2014-2020.....	108
<b>Jerzy Kopiński</b> , Trendy zmian głównych kierunków produkcji zwierzęcej w Polsce w okresie członkostwa w UE .....	117
<b>Jakub Kraciuk</b> , Znaczenie produktów rolnospożywczych w polsko-niemieckiej wymianie handlowej .....	130
<b>Barbara Kutkowska</b> , Rolnictwo dolnośląskie 10 lat po akcesji do Unii Europejskiej .....	139
<b>Robert Mroczek, Mirosława Tereszczuk</b> , Zmiany w polskim przemyśle mięsnym po przystąpieniu do Unii Europejskiej.....	152
<b>Wiesław Musiał, Tomasz Wojewodziec</b> , Innowacyjność w zakresie gospodarowania ziemią rolniczą w regionach rozdrobnionych agrarnie.....	162
<b>Grażyna Niewęglowska</b> , Gospodarstwa ekologiczne – szansą czy zagrożeniem dla polskiego rolnictwa? .....	169

<b>Mirosława Marzena Nowak</b> , Spółdzielczość mleczarska w okresie przynależności Polski do UE .....	177
<b>Łukasz Popławski</b> , Kierunki wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich w opinii mieszkańców gminy Słupia Jędrzejowska .....	186
<b>Henryk Runowski</b> , Kształtowanie się dochodów gospodarstw rolnych w Unii Europejskiej .....	195
<b>Małgorzata Rutkowska-Podolowska</b> , Zielone światło dla zysku – inwestycje ekologiczne .....	206
<b>Adam Sadowski</b> , Zmiany agrarne w polskim rolnictwie jako efekt przekształceń systemowych .....	215
<b>Grzegorz Ślusarz, Marek Cierpiał-Wolan</b> , Przeobrażenia strukturalne w rolnictwie Podkarpacia w dekadzie pełnego członkostwa Polski w UE .....	226
<b>Iwona Szczepaniak</b> , Strategie konkurencji stosowane przez polskich producentów żywności na rynku Unii Europejskiej .....	238
<b>Elżbieta Jadwiga Szymańska</b> , Zmiany strukturalne na rynku wieprzowiny w Polsce po integracji z Unią Europejską .....	249
<b>Izabela Wielewska</b> , Zainteresowanie upowszechnieniem inwestycji z zakresu odnawialnych źródeł energii w agrobiznesie .....	260
<b>Aldona Zawajska</b> , Zjawisko zagrabiania ziemi w kontekście praw własności .....	269
<b>Dariusz Żmija</b> , Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce .....	281
<b>Maria Zuba-Ciszewska, Jan Zuba</b> , Wpływ struktury i cen sprzedanych produktów mleczarskich na efektywność sprzedaży wybranej spółdzielni mleczarskiej w różnych okresach .....	290

## Summaries

<b>Halina Bartkiewicz</b> , Factors influencing decisions on trading agricultural land on the example of the Lubuskie Voivodeship .....	19
<b>Katarzyna Boratyńska</b> , Mechanism of bankruptcy of selected food industry company .....	28
<b>Katarzyna Domańska, Anna Nowak</b> , Competitiveness of Polish agriculture on the European Union market .....	37
<b>Ludosław Drelichowski, Grzegorz Oszućik</b> , Some conditions for the development of agribusiness in the period after the Polish accession to the European Union .....	46
<b>Maciej Dzikuć</b> , The importance of biomass co-firing in electricity production in Poland .....	56
<b>Maria Golinowska</b> , Trends in changes of expenditure on chemical plant protection in Poland after 2004 .....	65
<b>Michał Jasiulewicz</b> , Local agri-biomass potential as a basis of the biogas plants development on the example of West Pomeranian Voivodeship .....	76
<b>Elżbieta Kacperska</b> , Competitiveness of Polish agro-food products on the EU market in the years 2004-2012 .....	88

<b>Halina Kaluża, Agnieszka Ginter</b> , Innovations in agricultural farms of young farmers .....	98
<b>Agnieszka Komor</b> , Changes in arrangement and regional specialization of food industry in voivodeship system .....	107
<b>Jolanta Kondratowicz-Pozorska</b> , Support for ecological farms in Poland in 2004-2013 and in the perspective of 2014-2020 .....	116
<b>Jerzy Kopiński</b> , Trends of changes of the main kinds of animal production in Poland in the period of its membership in the UE .....	128
<b>Jakub Kraciuk</b> , The role of agri-food products in the German-Polish trade..	138
<b>Barbara Kutkowska</b> , Lower Silesian agriculture after 10 years since the accession to the European Union .....	151
<b>Robert Mroczek, Mirosława Tereszczuk</b> , Changes in the Polish meat industry after the accession to the European Union .....	160
<b>Wiesław Musiał, Tomasz Wojewodziec</b> , Innovativeness in management of agricultural land in regions with agrarian fragmentation .....	168
<b>Grażyna Niewęglowska</b> , Organic farms – an opportunity or a threat for Polish agriculture? .....	176
<b>Mirosława Marzena Nowak</b> , Dairy cooperatives during the Polish membership in the EU .....	185
<b>Łukasz Popławski</b> , Directions of multifunctional development of rural areas in the opinion of inhabitants of Słupia Jędrzejowska commune .....	194
<b>Henryk Runowski</b> , Shaping incomes of agricultural farms in the European Union .....	205
<b>Małgorzata Rutkowska-Podolowska</b> , Green light for profit – environmental investments .....	214
<b>Adam Sadowski</b> , The agrarian structure changes in Polish agriculture as a result of the systemic transformations .....	225
<b>Grzegorz Ślusarz, Marek Cierpiał-Wolan</b> , Structural changes in agriculture in Podkarpacie in the decade of Poland's full membership in the European Union .....	237
<b>Iwona Szczepaniak</b> , Competition strategies used by Polish food producers on the market of the European Union .....	248
<b>Elżbieta Jadwiga Szymańska</b> , Structural changes in the pigmeat market after Polish integration with the European Union .....	259
<b>Izabela Wielewska</b> , Interest in popularization of investments in renewable energy sources in agribusiness .....	268
<b>Aldona Zawojcka</b> , The phenomenon of land-grabbing in the context of property rights .....	280
<b>Dariusz Żmija</b> , Innovative character of food industry companies in Poland..	289
<b>Maria Zuba-Ciszewska, Jan Zuba</b> , The influence of the structure and prices of sold dairy products on the efficiency of sales of a selected milk cooperative in different periods of time .....	299

**Dariusz Żmija**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

---

## INNOWACYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO W POLSCE<sup>1</sup>

---

**Streszczenie:** W artykule przedstawiono analizę działalności innowacyjnej w polskich przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego. W badanych latach najwyższym odsetkiem przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje (dla wszystkich rodzajów innowacji z wyjątkiem innowacji marketingowych), charakteryzował się przemysł tytoniowy, a najniższym cechowała się produkcja artykułów spożywczych. Analiza wykazała niski poziom udziału przychodów przedsiębiorstw przemysłu spożywczego ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem. Oznacza to, że działalność innowacyjna badanych przedsiębiorstw nie ma dużego odzwierciedlenia w wynikach finansowych tych przedsiębiorstw.

**Słowa kluczowe:** innowacyjność, rodzaje innowacji, przemysł spożywczy, podręcznik Oslo.

DOI: 10.15611/pn.2014.361.28

### 1. Wstęp

Do podstawowych źródeł konkurencyjności polskiego sektora żywnościowego zaliczyć należy przewagi cenowe, które zostały zachowane, pomimo procesu konwergencji cen. Przewagi cenowe polskich producentów żywności będą się jednak zmniejszać, dlatego też niezbędna jest realizacja takich przedsięwzięć, które sprzyjają tworzeniu trwałej przewagi nad konkurentami. Jednym z czynników, w oparciu o który budowana być może przewaga konkurencyjna przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, jest innowacyjność. Wprowadzanie innowacji jest ważnym elementem, pozwalającym przedsiębiorstwu dostosowywać się do zmieniających się warunków otoczenia. Innowacje decydują o tempie i kierunkach rozwoju przedsiębiorstwa.

---

<sup>1</sup> Projekt sfinansowany ze środków finansowych Narodowego Centrum Nauki, grant nr 2011/01/B/HS4/06302, pt. „Transfer wiedzy i dyfuzja innowacji jako źródło konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce”.

## 2. Cel i metodyka badań

Podstawowym celem artykułu jest zaprezentowanie zagadnień związanych z działalnością innowacyjną przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, a także przedstawienie wybranych jej efektów. W pracy zaprezentowano odsetek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, które w badanych latach wprowadziły innowacje. Efekty działalności innowacyjnej zobrazowane zostały przy wykorzystaniu wskaźnika udziału przychodów przedsiębiorstw przemysłu spożywczego ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem, a także w oparciu o wyniki badań przeprowadzonych w ramach grantu badawczego nr 2011/01/B/HS4/06302 pt. „Transfer wiedzy i dyfuzja innowacji jako źródło konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce”.

W związku z ograniczoną dostępnością danych i ze sposobem gromadzenia danych przez GUS w analizie wykorzystano dane publikowane dla lat 2009-2012 w przypadku innowacji produktowych i procesowych oraz dla lat 2008-2012 w przypadku innowacji organizacyjnych i marketingowych. Zgodnie z metodologią GUS badana populacja obejmowała przedsiębiorstwa, w których prowadzono działalność o wymaganym profilu oraz w których pracowało więcej niż 9 osób, przy czym w 2010 r. badania prowadzone były na pełnej zbiorowości podmiotów spełniających powyższe warunki, natomiast w latach 2011 i 2012 na pełnej populacji przedsiębiorstw o liczbie pracujących 50 i więcej osób oraz próbie pozostałych przedsiębiorstw wynoszącej 25% populacji. Do przedsiębiorstw przemysłu spożywczego zaliczono przedsiębiorstwa produkujące artykuły spożywcze, napoje oraz wyroby tytoniowe.

## 3. Charakterystyka poziomu innowacyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce

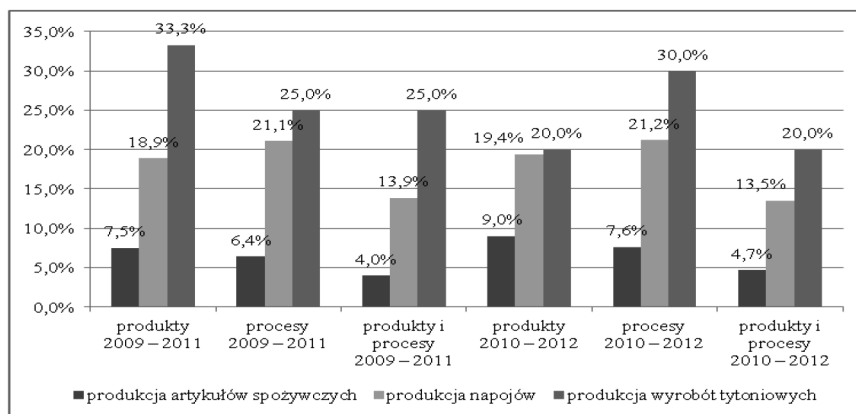
Pojęcie innowacji jest trudne do jednoznacznego zdefiniowania, ponieważ działania o charakterze innowacyjnym<sup>2</sup> są postrzegane różnorodnie. W badaniach nad innowacyjnością przedsiębiorstw bardzo często wykorzystywany jest wzorzec zaprezentowany w „Podręczniku Oslo – zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji”, który opracowany został przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) oraz Eurostat. Wzorzec ten wykorzystywany jest również w badaniach statystycznych działalności innowacyjnej przedsiębiorstw przemysłowych prowadzonych przez GUS<sup>3</sup>. Podręcznik Oslo jest najbardziej znaczącym w skali międzynarodowej zasobem wskazówek dotyczących gromadzenia i użytkowania danych na temat działalności innowacyjnej w przemyśle. Zgodnie z nim innowa-

<sup>2</sup> Przegląd definicji pojęcia innowacji przeprowadzili K. Firlej, A. Makarska w artykule pt. *Działania innowacyjne firm przemysłu spożywczego jako element ich strategii*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, 2012, Oeconomica 297 (68), s. 37-46.

<sup>3</sup> D. Żmija, *Innowacje technologiczne w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego w Polsce*, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, tom XV, zeszyt 3, Warszawa – Poznań – Rzeszów 2013, s. 403.

cja to „wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem”<sup>4</sup>. Minimalnym wymaganiem zaistnienia innowacji jest to aby, produkt, proces, metoda organizacyjna lub marketingowa były nowe lub znacząco udoskonalone dla przedsiębiorstwa. Oznacza to, że produkty, procesy i metody mogą być opracowane przez przedsiębiorstwo po raz pierwszy lub też zaadaptowane od innych przedsiębiorstw lub podmiotów. Działalność innowacyjna (*innovation activities*) obejmuje wszystkie działania o charakterze naukowym, technicznym, organizacyjnym, finansowym i komercyjnym, które rzeczywiście prowadzą do wdrażania innowacji lub mają w swoich zamiarach do nich prowadzić. Pierwsze wydanie Podręcznika Oslo koncentrowało się przede wszystkim na innowacjach technologicznych w zakresie produktów i procesów (*Technological Product and Process Innovations – TPP*) w sektorach produkcyjnych, a wydanie drugie obejmowało między innymi poszerzenie tematyki o sektor usług. W związku z przekonaniem, że duża część innowacji w sektorze usług nie znajduje wystarczającego odzwierciedlenia w koncepcji TTP, w następnym, trzecim, wydaniu wprowadzono dwa nowe typy innowacji: innowacje organizacyjne i marketingowe.

Na rysunku 1 zaprezentowano odsetek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, które w badanych latach wprowadziły innowacje produktowe i/lub procesowe.



**Rys. 1.** Odsetek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, które wprowadziły innowacje produktowe i/lub procesowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2012; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2013.

<sup>4</sup> Podręcznik Oslo. *Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, wyd. trzecie, s. 48, <http://www.nauka.gov.pl> [14.02.2014].



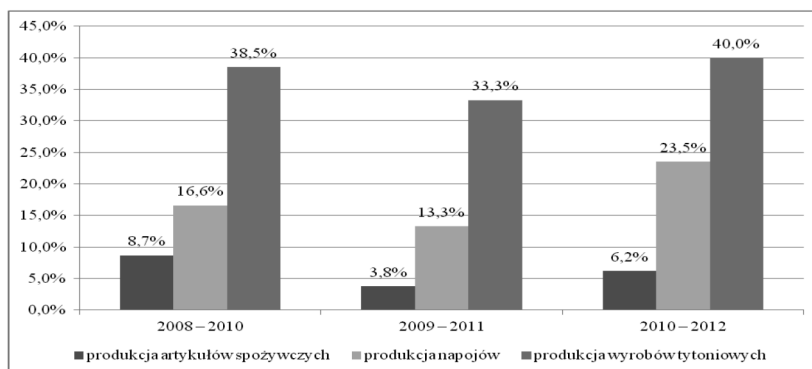
W latach 2010-2012 najwyższy odsetek przedsiębiorstw wdrażających innowacje produktowe wystąpił wśród przedsiębiorstw produkujących wyroby tytoniowe (20%), chociaż zauważyć można wyraźny jego spadek w porównaniu z latami 2009-2011, kiedy to wynosił 33,3%. Nieco niższy zanotowano wśród przedsiębiorstw produkujących napoje, chociaż odsetek tych przedsiębiorstw wzrósł w latach 2010-2012 do poziomu 19,4% w porównaniu z latami 2009-2011, kiedy to wynosił 18,9%. Najniższy odsetek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, które wprowadziły w badanych latach innowacje produktowe, wystąpił wśród przedsiębiorstw produkujących artykuły spożywcze, ale i tutaj nastąpił jego wzrost, z 7,5% w latach 2009-2011 do 9,0% w latach 2010-2012.

W latach 2010-2012 najwyższym odsetkiem przedsiębiorstw wdrażających innowacje procesowe charakteryzowała się branża tytoniowa, chociaż w tym przypadku w latach 2010-2012 nastąpił wzrost odsetka tego typu przedsiębiorstw w porównaniu z latami 2009-2011. Podobne tendencje można zaobserwować wśród przedsiębiorstw produkujących napoje i artykuły spożywcze, dla których odsetek firm wprowadzających innowacje procesowe był wyższy w latach 2010-2012 niż w latach 2009-2011.

Analizując udział przedsiębiorstw innowacyjnych w zakresie innowacji produktowych i procesowych w ogóle przedsiębiorstw przemysłu spożywczego zauważyć należy, że zmniejszył się on w latach 2010-2012 w stosunku do lat 2009-2012 dla prawie wszystkich badanych sektorów przemysłu spożywczego. W latach 2010-2012 najwyższym poziomem innowacyjności produktowej i procesowej charakteryzowały się nadal przedsiębiorstwa produkujące wyroby tytoniowe oraz produkujące napoje, ale zanotowały one spadek tego typu innowacyjności w porównaniu z okresem 2009-2011. Odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych w zakresie innowacji produktowych i procesowych w ogóle przedsiębiorstw w latach 2010-2012 najniższy był wśród przedsiębiorstw produkujących artykuły spożywcze, ale poziom innowacyjności tych przedsiębiorstw zwiększył się z 4,0% w latach 2009-2011 do 4,7% w latach 2010-2012.

Na rysunku 2 zaprezentowano odsetek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, które w badanych latach wprowadziły innowacje organizacyjne.

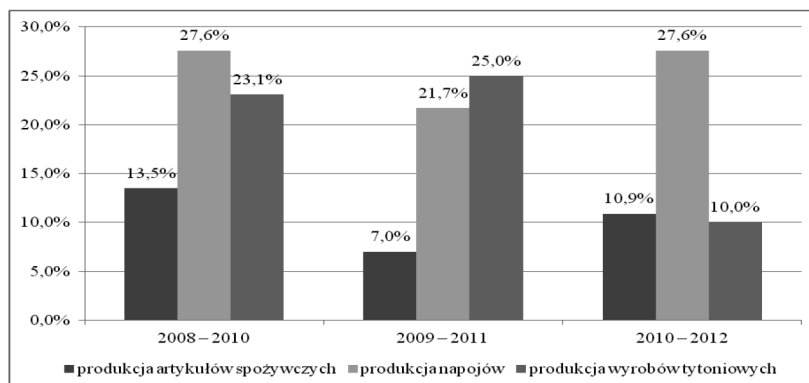
Analizując innowacyjność organizacyjną przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, stwierdzić należy, że w latach 2010-2012 z punktu widzenia odsetka przedsiębiorstw, które wdrożyły tego typu rozwiązania innowacyjne, najbardziej aktywne były przedsiębiorstwa produkujące wyroby tytoniowe. Odsetek przedsiębiorstw wdrażających innowacje organizacyjne wyniósł dla nich 40,0%. W przedsiębiorstwach produkujących napoje wyniósł on jedynie 23,5%, zaś najmniejszy notowano w odniesieniu do produkcji artykułów spożywczych – 6,2%. W latach 2010-2012 w porównaniu z okresem 2009-2011 odsetek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego wprowadzających innowacje organizacyjne zwiększył się w ramach wszystkich badanych sektorów przemysłu spożywczego.



**Rys. 2.** Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego, które wprowadziły innowacje organizacyjne

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008-2010*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2012; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009-2011*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2012; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010-2012*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2013.

Rysunek 3 prezentuje odsetek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, które w badanych latach wprowadziły innowacje marketingowe.



**Rys. 3.** Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego, które wprowadziły innowacje marketingowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008-2010*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2012; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009-2011*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2012; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010-2012*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2013.

Z punktu widzenia innowacyjności marketingowej w latach 2010-2012 przodowały przedsiębiorstwa produkujące napoje – 27,6% spośród nich wprowadziło tego

rodzaju innowacje. Dla producentów artykułów spożywczych odsetek ten wyniósł 10,9%, a dla branży tytoniowej – 10%. W porównaniu z latami 2009-2011 zauważyć można wyraźny spadek odsetka przedsiębiorstw wdrażających innowacje marketingowe wśród przedsiębiorstw produkujących wyroby tytoniowe oraz wzrost w pozostałych badanych branżach. Porównując natomiast odsetek przedsiębiorstw przemysłu spożywczego wdrażających innowacje marketingowe w latach 2010-2012 do lat 2008-2010, zauważyć można jego spadek wśród przedsiębiorstw produkujących artykuły spożywcze oraz wyroby tytoniowe oraz niezmienny poziom dla przedsiębiorstw produkujących napoje.

#### 4. Wybrane efekty innowacji wdrażanych przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego

Do oceny efektów działalności innowacyjnej przedsiębiorstw Podręcznik Oslo rekomenduje wskaźnik wyrażający udział w badanym roku przychodów ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych, wprowadzonych na rynek w ciągu ostatnich trzech lat, w wartości przychodów ogółem. Wskaźnik ten informuje o wpływie innowacji produktowych na ogólną strukturę przychodów.

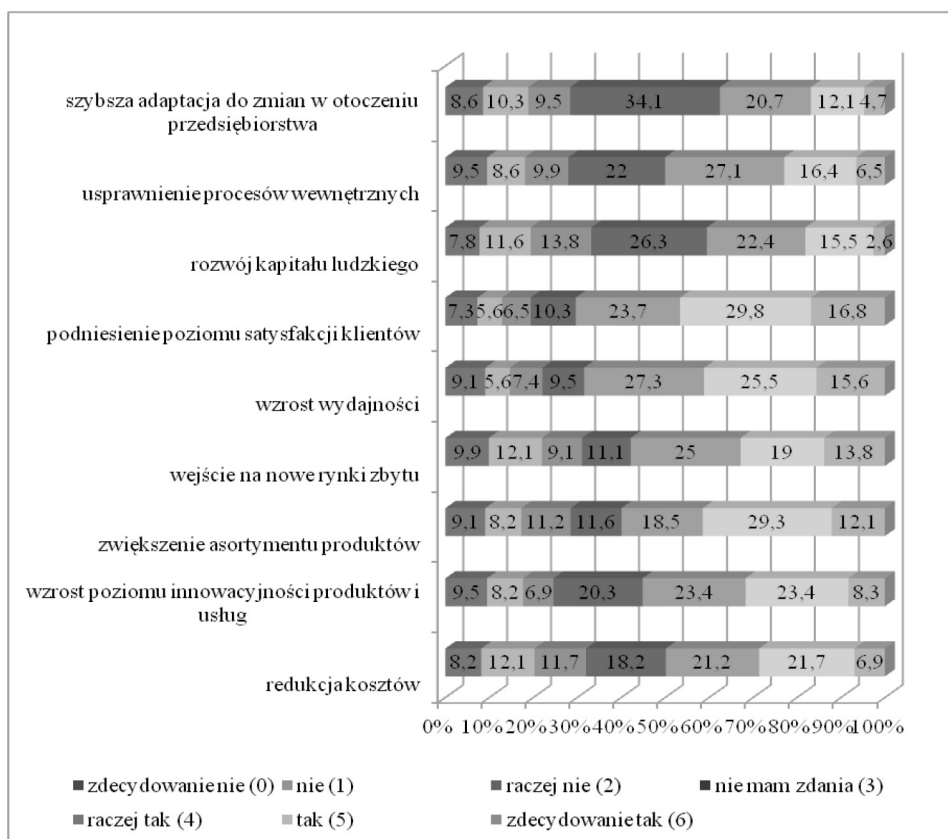
**Tabela 1.** Udział przychodów przedsiębiorstw przemysłu spożywczego ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem w latach 2010-2012

Wyszczególnienie	2010	2011	2012
Produkcja artykułów spożywczych	4,9%	3,9%	2,8%
Produkcja napojów	6,2%	7,8%	9,2%
Produkcja wyrobów tytoniowych	24,7%	9,5%	11,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008-2010*. Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2012; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009-2011*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2012; *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010-2012*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2013.

W badanych latach zaobserwować można stały spadek udziału przychodów przedsiębiorstw produkujących artykuły spożywcze ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem (wyniósł on 2,1% w roku 2012 w porównaniu z rokiem 2010) oraz ciągły jego wzrost dla przedsiębiorstw produkujących napoje (3% w analogicznym okresie). W badanym okresie najwyższy udział przychodów przedsiębiorstw przemysłu spożywczego ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem miał miejsce w roku 2010 dla przedsiębiorstw produkujących wyroby tytoniowe, jednak udział ten spadł do 9,5% w 2011 roku, a następnie wzrósł jedynie do 11,7%.

Dokładniejszy wpływ wdrażanych innowacji (produktowych, procesowych, organizacyjnych, marketingowych) na działalność przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce określony został w toku badań przeprowadzonych na reprezentatywnej grupie przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce<sup>5</sup>. Na rysunku 4 zaprezentowano wyniki odpowiedzi respondentów odnośnie do efektów innowacji (produktowych, procesowych, organizacyjnych i marketingowych), które wystąpiły w latach 2007-2011 w badanych przedsiębiorstwach.



Rys. 4. Efekty wprowadzanych innowacji deklarowanych przez badane przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego w Polsce w latach 2007-2011 (% odpowiedzi)

Źródło: badania przeprowadzone w ramach grantu nr 2011/01/B/HS4/06302.

<sup>5</sup> Badania przeprowadzone w ramach grantu badawczego nr 2011/01/B/HS4/06302 pt. „Transfer wiedzy i dyfuzja innowacji jako źródło konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce”.

Zdecydowana większość przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, które wdrożyły innowacje, obserwuje ich pozytywne efekty. Biorąc pod uwagę oceny 4, 5 i 6, które świadczą o wystąpieniu pozytywnego efektu w związku z wdrożeniem innowacji, stwierdzić należy, że najwięcej przedsiębiorstw, bo aż 70,3%, wskazało, że pozytywnym efektem wdrożenia innowacji w ich firmie jest podniesienie poziomu satysfakcji klientów, następnie wzrost wydajności (68,4%), zwiększenie asortymentu produktów (59,9%), wejście na nowe rynki (57,8%), a także wzrost poziomu innowacyjności produktów i usług (55%). Najmniej respondentów uznało, że innowacje przyczyniły się do szybszej adaptacji do zmian w otoczeniu przedsiębiorstwa (37,5%) oraz do rozwoju kapitału ludzkiego (40,5%). W opinii największej liczby badanych przedsiębiorstw (suma ocen 0, 1, 2) innowacje nie miały wpływu na rozwój kapitału ludzkiego (33,2%) oraz redukcję kosztów (32%).

## 5. Podsumowanie i wnioski

O rozwoju przedsiębiorstw, a także ich pozycji rynkowej oraz konkurencyjności, obok czynników związanych z ceną i jakością, decydują również działania innowacyjne. Biorąc pod uwagę odsetek przedsiębiorstw wdrażających innowacje, stwierdzić należy, że największą innowacyjnością w badanych latach dla wszystkich rodzajów innowacji z wyjątkiem innowacji marketingowych charakteryzowały się przedsiębiorstwa produkujące wyroby tytoniowe. Niższy poziom innowacyjności w przekroju poszczególnych rodzajów innowacji notowały przedsiębiorstwa produkujące napoje. Najmniej korzystnie na tym tle prezentowały się przedsiębiorstwa produkujące artykuły spożywcze, które w przekroju poszczególnych rodzajów innowacji charakteryzowały się najniższym odsetkiem przedsiębiorstw wdrażających innowacje.

Zauważyć jednak należy, że zgodnie z danymi z Rocznika Statystycznego Przemysłu z 2013 roku w 2012 roku działalność gospodarczą prowadziło 15 197 podmiotów produkujących artykuły spożywcze, 529 podmiotów produkujących napoje i tylko 26 podmiotów produkujących wyroby tytoniowe. Oznacza to, że najwyższy odsetek przedsiębiorstw wdrażających innowacje w danym dziale nie jest równoznaczny z największą liczbą przedsiębiorstw je wdrażających. Fakt ten wynika ze zróżnicowanej liczebności przedsiębiorstw w poszczególnych działach.

W latach 2010-2012 udział przychodów przedsiębiorstw przemysłu spożywczego ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem w poszczególnych sektorach przemysłu spożywczego kształtował się na stosunkowo niskim poziomie. Najniższe wartości przybierał on dla przedsiębiorstw produkujących artykuły spożywcze, a więc dla najliczniejszej zbiorowości przedsiębiorstw i w całym badanym okresie wskaźnik ten miał tendencję malejącą. Najwyższa wartość tego wskaźnika wystąpiła wśród przedsiębiorstw produkujących wyroby tytoniowe, ale wskaźnik ten w ostatnim czasie wyraźnie się zmniejszył. Niski poziom udziału przychodów przedsiębiorstw przemysłu spożywczego ze sprze-

daży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem oznacza, że działalność innowacyjna badanych przedsiębiorstw nie ma dużego odzwierciedlenia w wynikach finansowych tych przedsiębiorstw.

Z badań wynika, że duża część przedsiębiorstw przemysłu spożywczego, która wdrożyła innowacje, uważa, że innowacje zwiększyły poziom satysfakcji ich klientów, przyczyniły się do wzrostu ich wydajności, zwiększenia asortymentu produktów. Pozwoliły one także wejść przedsiębiorstwu na nowe rynki oraz przyczyniły się do zwiększenia poziomu innowacyjności w obszarze produktów i usług. Zdaniem największej liczby badanych innowacje nie miały natomiast wpływu na rozwój kapitału ludzkiego oraz redukcję kosztów w ich firmach.

## Literatura

*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2008-2010; 2009-2011; 2010-2012*, Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2012; 2013.

Firlej K., Makarska A., *Działania innowacyjne firm przemysłu spożywczego jako element ich strategii*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, 2012, Oeconomica 297 (68), s. 37-46.

*Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, wyd. trzecie, s. 48, <http://www.nauka.gov.pl> [14.02.2014].

Żmija D., *Innowacje technologiczne w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego w Polsce*, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, tom XV, zeszyt 3, Warszawa – Poznań – Rzeszów 2013, s. 403.

## INNOVATIVE CHARACTER OF FOOD INDUSTRY COMPANIES IN POLAND

**Summary:** The article presents an analysis of innovation activity in the Polish food industry enterprises. In the studied period, tobacco industry had the highest rate of companies that introduced innovations (for all types of innovation, with the exception of marketing innovation) and food industry the lowest. The analysis showed low participation of revenue from sales of new or significantly improved products in total sales revenue. This means that the innovative activity of companies surveyed is not much reflected in the financial results of these companies.

**Keywords:** innovation, types of innovation, food industry, Oslo Manual.