

RAPORT

BANKU BGŻ BNP PARIBAS

AGROKONFERENCJA 2015



ZMIANY PREFERENCJI POLAKÓW W ZAKRESIE KONSUMPCJI ŻYWNOSCI



BGŻ BNP PARIBAS

Bank
zmieniającego się
świata

Raport 2015
Banku BGŻ BNP Paribas przygotowany
we współpracy z firmą badawczą GfK

Zmiany preferencji Polaków
w zakresie konsumpcji żywności



Autorzy:

Monika Drązek

Mariusz Dziwulski

Anna Kitala

Michał Koleśnikow

Paweł Radwański

Wioleta Sobczak

Paweł Wyrzykowski

Dariusz Winek
(Edytor i koordynator badania)

Współpraca:

Radosław Górecki
(GfK)

Agnieszka Łapińska
(GfK)

Katarzyna Żakowska
(GfK)

Jacek Kierepka
(Bank BGŻ BNP Paribas)

Aleksandra Myczkowska
(Bank BGŻ BNP Paribas)

Dobrochna Wiatr
(Bank BGŻ BNP Paribas)



Spis treści

...

List Prezesa Zarządu	7
▲ 01. Wprowadzenie. Przyczyny zmian spożycia żywności.....	8
▲ 02. Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych.....	14
2.1. Ogólne trendy w spożyciu żywności w Polsce w latach 1999–2014.....	15
2.2. Szczegółowe zmiany spożycia podstawowych produktów żywnościowych	21
2.2.1. Pieczywo i inne produkty zbożowe	21
2.2.2. Nabiał	23
2.2.3. Mięso i wędliny	24
2.2.4. Owoce i warzywa.....	25
2.2.5. Cukier i słodczyce.....	26
2.3. Zmiany w konsumpcji żywności w sąsiednich krajach.....	27
▲ 03. Kryteria wyboru i synonimy jakości produktów żywnościowych	30
3.1. Pieczywo i produkty zbożowe.....	33
3.2. Nabiał	34
3.3. Mięso i wędliny	36
3.4. Warzywa i owoce.....	38
3.5. Cukier i słodczyce.....	39
▲ 04. Krajowa konsumpcja produktów żywnościowych w perspektywie roku 2020	42
4.1. Założenia do prognoz.....	43
4.2. Prognozy spożycia podstawowych produktów żywnościowych.....	45
4.3. Podstawowe ryzyka dla prognoz.....	48
▲ 05. Zakończenie. Kluczowe wnioski.....	50
Bibliografia.....	53
Aneks: Metodologia badań GfK	54



Szanowni Państwo!

Jednym z kluczowych elementów strategii Banku BGŻ BNP Paribas jest finansowanie sektora rolno-spożywczego. Jesteśmy dumni z blisko 100-letniej historii naszego Banku, nawiązującego swą działalnością do Banku Rolnego w przedwojennej Polsce. Połączenie Banku BGŻ z BNP Paribas Bankiem Polska, należącym do jednej z najsilniejszych na świecie grup bankowych BNP Paribas, otwiera wszystkim naszym klientom nowe możliwości. W szczególności są one wyraźnie widoczne w zakresie wsparcia krajowych firm w ekspansji na rynki zagraniczne. Jako Bank zmieniającego się świata, w sposób odpowiedzialny staramy się zapewnić Państwu najwyższej jakości rozwiązania finansowe, pomagające zmienić Państwa świat i wspierać krajową gospodarkę.

W opisaną powyżej misję naszego Banku wpisuje się lepsze zrozumienie potrzeb naszych klientów ze strategicznego sektora rolno-spożywczego. Stąd też kontynuujemy przygotowanie pogłębionych raportów tematycznych o istotnym znaczeniu dla przedsiębiorców z tego właśnie sektora.

Tegoroczna edycja raportu została przygotowana przez ekspertów Banku we współpracy z firmą badawczą GfK, która przeprowadziła na nasze zlecenie szczegółowe badania ankietowe wśród konsumentów.

Raport porusza kwestię zmian preferencji Polaków w zakresie konsumpcji żywności. Identyfikuje dominujące tendencje w Polsce, a także wskazuje kluczowe czynniki wpływające na zachodzące zmiany. Przedstawia też kryteria, którymi kierują się konsumenci przy wyborze produktów żywnościowych, oraz zwraca uwagę na cechy produktu, które czynią go towarem wysokiej jakości. Ponadto zawiera średniookresowe prognozy zmian konsumpcji podstawowych artykułów żywnościowych, które mogą być pomocne w tworzeniu strategii biznesowych Państwa firm.

Mam nadzieję, że analizy zawarte w raporcie będą cenną wskazówką dla producentów i przetwórców żywności, którzy chcą rozwijać ofertę produktową. Dodatkowo nasze opracowanie może być inspiracją przy wyborze właściwych narzędzi marketingowych ukierunkowanych na rynek krajowy. Wierzę, że dzięki długoletniej, sukcesywnie pogłębianej wiedzy na temat gospodarki żywnościowej, w większym stopniu niż tylko poprzez samo finansowanie, przyczyniamy się do rozwoju sektora rolno-spożywczego w Polsce.

Tomasz Bogus



Prezes Zarządu Banku BGŻ BNP Paribas

List
Prezesa
Zarządu
...



01

Wprowadzenie.
Przyczyny
zmian spożycia
żywności

O czym jest raport?

Raport przedstawia podstawowe trendy w zakresie zmian konsumpcji żywności, kryteria podejmowania decyzji o zakupach artykułów spożywczych, a także prognozy spożycia podstawowych produktów w 2020 r. Dzięki temu będzie wsparciem przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych przez producentów i przetwórców żywności, a z perspektywy Banku stanie się pomocny w ocenie ryzyka kredytowego.

Raport swą tematyką nawiązuje do dwóch poprzednich opracowań przygotowywanych przez ekspertów Banku BGŻ na Agrokonferencję w latach 2013 i 2014. Niejako domyka on sekwencję opisu sytuacji w łańcuchu producentów żywności. W 2013 r. analizowaliśmy wzrost efektywności w sektorze przetwórców i korzystne zasady współpracy z dostawcami surowca¹. W 2014 r. zastanawialiśmy się z kolei nad efektywnymi kanałami sprzedaży żywności². Teraz zaś opisujemy zachowania konsumentów, czyli pierwotnego ogniwa w łańcuchu wartości determinującego popyt. Dla producentów, przetwórców i dystrybutorów żywności krajowi finalni konsumenci to nadal podstawowy klient, a zmieniające się społeczne i ekonomiczne warunki życia sprawiają, że zmieniają się również zwyczaje żywieniowe Polaków.

Struktura raportu opiera się na trzech kluczowych merytorycznie częściach. Pierwsza część przedstawia szczegółowy opis tendencji w zakresie konsumpcji żywności w Polsce w odniesieniu do zmian zachodzących w innych krajach o podobnych zwyczajach żywieniowych. Druga opisuje czynniki istotne dla konsumentów, którymi się oni kierują podczas dokonywania zakupów podstawowych artykułów żywnościowych. Opis ten opiera się na badaniach ankietowych wśród konsumentów przeprowadzonych przez GfK na zlecenie Banku BGŻ BNP Paribas. W rozdziale tym znajdują się też opinie konsumentów na temat tego, co jest synonimem wysokiej jakości poszczególnych produktów żywnościowych oraz za co i ile są w stanie więcej zapłacić. W trzeciej części sformułowano założenia odnośnie zmian podstawowych czynników wpływających na popyt na żywność i przedstawiono prognozy spożycia podstawowych produktów żywnościowych w 2020 r.

Dostępne dane o spożyciu żywności i wyłaniający się z nich trend spadku konsumpcji

Spożycie większości podstawowych produktów na osobę w polskich gospodarstwach domowych zmniejsza się. Rośnie jedynie spożycie nielicznych artykułów, w tym m.in. wędlin wysokogatunkowych, drobiu, makaronu, czekolady, wody i soków owocowych. Takie obserwacje nasuwają się przede wszystkim po analizie danych GUS o spożyciu żywności przez gospodarstwa domowe. Szczegółowo trendy te zostały omówione w rozdziale 2., przy wykorzystaniu danych z badań GfK – Panel Gospodarstw Domowych. Więcej informacji na temat tych badań można znaleźć w aneksie metodologicznym na końcu raportu.

Na podobne tendencje wskazują również dane Organizacji Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO). Przedstawiają one bilansową podaż żywności w przeliczeniu na mieszkańca. Stanowią sumę globalnej produkcji żywności i importu, pomniejszoną o eksport i zużycie pośrednie. Zaletą tych danych jest ich porównywalność pomiędzy krajami, jednak niestety są one dostępne jedynie do 2011 r.

Z kolei krajowe dane bilansowe dotyczące podaży żywności na mieszkańca wykazują najmniejsze dynamiki spadków spożycia podstawowych artykułów żywnościowych. Choć nie są one bezpośrednio porównywalne z danymi gospodarstw domowych, to jednak można przypuszczać, że na mniejsze spadki wpływa wzrost spożycia żywności poza domem, w formie produktów o większym przetworzeniu, a nieobjętych stosownymi przelicznikami, czy duże znaczenie nierejestrowanego eksportu przygranicznego.

Czynnikami hamującymi spadek konsumpcji podstawowych artykułów żywnościowych w gospodarstwach domowych jest wydłużanie, przeciętnego czasu życia człowieka i proces starzenia się społeczeństwa. Wzrost odsetka osób w wieku poprodukcyjnym (na emeryturze), które dysponują czasem i mogą częściowo poświęcić go na samodzielne przygotowywanie posiłków, podtrzymuje konsumpcję podstawowych towarów żywnościowych. Z drugiej strony realny dochód do dyspozycji emerytów rośnie wolniej niż gospodarstw pracowniczych, co częściowo może neutralizować pierwszy z wymienionych czynników.

01**Wprowadzenie.
Przyczyny zmian
spożycia żywności**

...

...

1. Bank BGŻ, Raport 2013, „Jak zwiększyć efektywność firm przetwórstwa rolno-spożywczego?”. Dostępny na stronie Serwisu Ekonomicznego Banku BGŻ BNP Paribas pod adresem <http://analizy.bgzbnpparibas.pl> w sekcji Raporty: Sektor Rolny.
2. Bank BGŻ, Raport 2014, „Skuteczne strategie sprzedaży w przemyśle spożywczym”. Dostępny na stronie Serwisu Ekonomicznego Banku BGŻ BNP Paribas pod adresem <http://analizy.bgzbnpparibas.pl> w sekcji Raporty: Sektor Rolny.

01

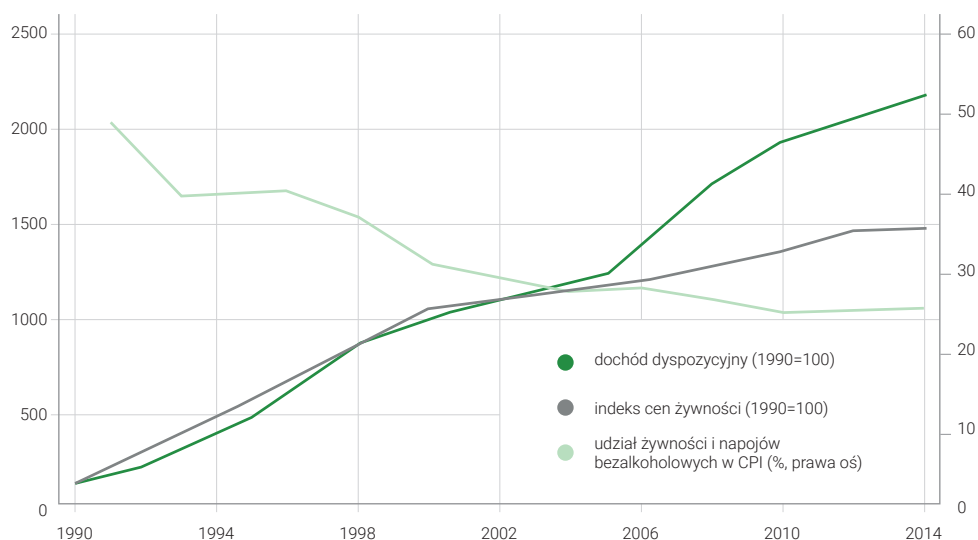
Wprowadzenie.
Przyczyny zmian
spożycia żywności

...

Przyczyny zmian spożycia żywności

Podstawową ekonomiczną przyczyną zmiany modelu żywienia przez Polaków jest oczywiście proces bogacenia się, czyli wzrost dochodu do dyspozycji gospodarstw domowych. Przy czym trzeba zwrócić uwagę, że równolegle w procesie transformacji, miał miejsce silny wzrost cen żywności. Począwszy od początku wolnorynkowych przemian gospodarczych dopiero w 2004 roku skumulowany wzrost dochodu do dyspozycji przekroczył skumulowany wzrost cen (Wykres 1). Największe podwyżki cen żywności obserwowane były w początkowej fazie transformacji i były wynikiem głównie przemian systemowych. Wzrost cen w latach 2003–2005 był natomiast konsekwencją równania standardów jakościowych do wymogów UE, wzrostu eksportu wynikającego z usuwania barier handlowych i samego wejścia do UE, a wzrost w latach 2007–2013 był zasadniczo konsekwencją tendencji światowych. Mimo to, dostępność żywności dla przeciętnego mieszkańca Polski – rozumiana jako siła nabywczą dochodów w przeliczeniu jedynie na żywność – jest obecnie o ok. 50% większa niż na początku okresu transformacji. Odpowiada to spadkowi udziału żywności w koszyku konsumpcyjnym z 48,0% w 1991 roku do 24,6% w 2014 roku. Dlatego można stwierdzić, że spadek spożycia większości podstawowych kategorii żywnościowych per capita nie jest konsekwencją kluczowych parametrów ekonomicznych determinujących popyt, jakim są dochód i ceny, lecz innych zmian społeczno-ekonomicznych dotyczących sposobów żywienia.

Wykres 1. Wzrost dochodu do dyspozycji na tle wzrostu cen żywności oraz spadek udziału żywności i napojów bezalkoholowych w wydatkach konsumpcyjnych



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS o budżetach gospodarstw domowych i wskaźnikach cen konsumpcyjnych.

Wśród istotnych zjawisk społeczno-ekonomicznych mających wpływ na spadek spożycia podstawowych artykułów żywnościowych w gospodarstwach domowych najważniejsze są:

1. wzrost konsumpcji w punktach gastronomicznych oraz produktów przetworzonych – przy ogólnym zmniejszeniu spożycia; oprócz wzrostu zamożności wpływa na to wydłużenie, w porównaniu z okresem gospodarki centralnie planowanej, czasu pracy oraz dłuższy przeciętny czas spędzony w drodze do niej;
2. mniejsze zapotrzebowanie na energię ze względu na mniej energochłonny tryb życia (komunikacja za pomocą samochodów i środków komunikacji publicznej, istotnie większe wykorzystanie nowoczesnych maszyn ułatwiających pracę i czyniącą ją lżejszą pod względem wysiłku fizycznego);
3. dostarczanie niezbędnych dla organizmu składników żywnościowych dzięki spożyciu produktów o wyższej wartości odżywczej, czyli substytucja ilości jakością;
4. dynamiczny rozwój sieci sprzedaży i logistyki, a także sposobu przechowywania żywności, pozwalającej na mniejsze straty w procesie finalnej konsumpcji żywności;
5. stosowanie różnego rodzaju diet zdrowotnych, a także rozpowszechnienie chorób wymagających stosowania rygorystycznej diety (np. celiakia).

Krajowe i zagraniczne badania naukowe dotyczące zmian spożycia żywności

Zagadnienia dotyczące zmian spożycia żywności były przedmiotem różnych krajowych i zagranicznych badań naukowych. Wśród nich, z perspektywy niniejszego raportu, najbardziej istotne są badania Gałązki i Grzelaka (2013). W ich ramach analizowali oni tendencje konsumpcji żywności w latach 1961–2009 w Polsce z uwzględnieniem uwarunkowań globalnych, wykorzystując dane FAO. Wyniki badania Gałązki i Grzelaka wskazują na zwiększenie różnorodności konsumpcji żywności w okresie transformacji systemowej w Polsce. Jednocześnie autorzy pokazują, że podobne położenie geograficzne oraz rozwój wymiany handlowej artykułami rolno-spożywczymi – można dodać, że szczególnie intensywny po wejściu do UE – sprzyjają konwergencji poziomu i struktury konsumpcji pomiędzy krajami³. Ujednoczenie wzorca konsumpcji miało przede wszystkim miejsce w porównaniu z sąsiadującymi z Polską krajami, czyli o zbliżonym położeniu geograficznym i poziomie zamożności. Zmiany konsumpcji żywności w Polsce na tle naszych najbliższych sąsiadów zostały również pokrótce przedstawione w kolejnym rozdziale.

Laskowski i Świstak (2014), analizując dane pochodzące z budżetów gospodarstw domowych z lat 2001 i 2012 w celu wyznaczenia wzorców spożycia żywności i ich zmian w czasie, wskazują, że najważniejszymi cechami wpływającymi na ich zróżnicowanie są wielkość gospodarstwa domowego, dochody, przynależność społeczno-ekonomiczna i faza cyklu życia rodziny. Zatem spadek diety kobiet oraz wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych można zaliczyć do ważnych czynników determinujących zmiany spożycia żywności.

Laskowski (2008), wskazując na spadek spożycia żywności w Polsce w latach 1988–2006 zwraca również uwagę na obniżenie wartości energetycznej i odżywczej przeciętnej racji pokarmowej. Wskazuje, że zmniejszenie wartości energetycznej jest uzasadnione wspomnianym mniejszym wysiłkiem fizycznym.

Same zaś zmiany popytu na żywność wywołane zmianami dochodu są częstym przedmiotem analiz ekonomicznych. Wynika z nich jednak, że reakcje konsumentów na wzrost dochodów bywają niejednakowe. W odniesieniu do produktów żywnościowych wzrost zamożności gospodarstw o niskich dochodach prowadzi zazwyczaj do wyraźnego zwiększenia wydatków na te produkty. W przypadku gospodarstw o wysokich dochodach podniesienie poziomu dochodów powoduje przeważnie niewielki wzrost wydatków, a w przypadku niektórych produktów – wręcz ich spadek. Można zatem przypomnieć, że w zależności od relacji między zmianą popytu na konkretne dobro a zmianą dochodu dzieli się je na dobra niższego rzędu (elastyczność dochodowa $\epsilon < 0$), normalne ($0 < \epsilon < 1$) oraz luksusowe ($\epsilon > 1$)⁴.

Departament Rolnictwa Stanów Zjednoczonych porównał współczynniki elastyczności dochodowej popytu w przypadku grup produktów żywnościowych w 144 krajach⁵. Z analizy wynika, że Polska, w porównaniu z krajami sąsiadującymi należącymi do UE, charakteryzowała się najwyższymi współczynnikami dochodowej elastyczności popytu we wszystkich kategoriach żywności. Najmniejsze wartości współczynników elastyczności uzyskały kraje wysokorozwinięte. Dla Polski – podobnie jak w przypadku innych krajów prezentowanych w Tabeli 1 – produktami żywnościowymi, w przypadku których popyt wykazywał najmniejszą wrażliwość na zmiany dochodów, były produkty zbożowe oraz oleje i tłuszcze. Z kolei najbardziej na zmianę dochodów reagowały produkty mleczarskie i mięsne.

Badania przeprowadzone przez De Agostini (2014) w Wielkiej Brytanii, w latach 1975–2000, wykazały, że najsilniej na zmiany dochodów reagował popyt na owoce i warzywa oraz produkty mięsne i ryby. W przypadku trzech grup produktów elastyczność dochodowa była ujemna – dotyczyło to tłuszczów i cukrów, produktów mleczarskich i zbożowych. Produkty te stały się zatem dobrami niższego rzędu, na które wydatki wraz ze wzrostem dochodów spadają. Według analiz przeprowadzonych przez Rizova et al. (2014) dla Słowacji (w latach 2004–2011) największą wrażliwością popytu na zmiany dochodów, podobnie jak w przypadku badań De Agostini, wykazały się owoce i warzywa oraz produkty mięsne i ryby.

01

Wprowadzenie. Przyczyny zmian spożycia żywności

...

...

3. Zgodnie z zastosowaną w badaniach metodologią ujednoczanie wzorca konsumpcji jest mierzone poprzez zmianę w czasie wartości współczynników odległości euklidesowych dla poszczególnych krajów w ramach 15 podstawowych kategorii żywnościowych.

4. Elastyczność dochodowa popytu mówi, o ile procent zmieni się popyt na dane dobro, jeżeli dochody nabywców zmienią się o 1%.

5. Na podstawie danych z International Comparison Program (z 2005 r.).

01

Wprowadzenie.
Przyczyny zmian
spożycia żywności

Tabela 1. Przegląd badań dotyczących elastyczności dochodowej popytu na produkty żywnościowe

USDA, <i>International Food Consumption Patterns</i> , dane z 2005, zmodyfikowany model florydzki						
Elastyczność dochodowa wydatków						
Kraj	Produkty zbożowe	Produkty mięsne	Ryby	Produkty mleczarskie	Oleje i tłuszcze	Owoce
Polska	0,205	0,622	0,494	0,643	0,255	0,434
Litwa	0,125	0,620	0,486	0,641	0,193	0,417
Słowacja	0,192	0,606	0,481	0,626	0,242	0,421
Czechy	0,135	0,577	0,454	0,597	0,194	0,392
Niemcy	0,035	0,473	0,366	0,489	0,103	0,309
Wielka Brytania	-0,015	0,458	0,351	0,473	0,066	0,292
USA	-0,085	0,343	0,260	0,354	-0,001	0,210
Wielka Brytania, Paola De Agostini, <i>The effect of food prices and household income on the British diet</i> , Institute for Social and Economic Research, 2014, dane z lat 1975–2000, model QUAIDS						
Wyszczególnienie	Produkty zbożowe	Produkty mięsne i ryby	Produkty mleczarskie	Tłuszcze i cukry	Owoce i warzywa	
Elastyczność dochodowa wydatków	-0,054	0,029	-0,022	-0,017	0,064	
Słowacja, Rizov, Cupak, Pokrivcak, <i>Food demand and consumption patterns in the new EU member states: The case of Slovakia</i> , 2014, dane z lat 2004–2011, model QUAIDS						
Wyszczególnienie	Produkty zbożowe	Produkty mięsne i ryby	Produkty mleczarskie	Owoce i warzywa		
Elastyczność dochodowa wydatków	0,823	0,997	0,874	1,771		

Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas

Odrębnym analizom poddano wielkości wydatków na żywność w domu i poza domem. Zan i Fan (2010), analizując wpływ efektu kohorty w USA, wskazali, że później urodzone roczniki wydają więcej i przeznaczają większą część swojego budżetu na żywność poza domem.

Z drugiej strony badania Velarde i Herrmanna (2014) przeprowadzone na osobach powyżej 50. roku życia wskazują, że po przejściu na emeryturę częstość spożycia żywności poza domem spada, a zastępuje je większa skłonność do przygotowania posiłku w domu. Wzrasta również średni czas spędzony na przygotowanie posiłków. W związku z tym spadek wartości wydatków na żywność po przejściu na emeryturę może być tłumaczony większą ilością czasu wolnego, który pozwala na przygotowanie posiłków z tańszych, podstawowych produktów.

Przytoczone wyniki badań wskazują, że z punktu widzenia popytu na żywność dalszy wzrost zamożności Polaków nie będzie miał kluczowego wpływu na wzrost konsumpcji żywności, w szczególności w zakresie większości podstawowych kategorii. Wyjątkiem mogą być wyższej klasy mięsa i wędliny, ryby, galanteria mleczna czy warzywa i owoce z innych stref klimatycznych.





02

Trendy w konsumpcji
podstawowych
kategorii
żywnościowych

2.1. Ogólne trendy w spożyciu żywności w Polsce w latach 1999–2014

Zmiany spożycia podstawowych artykułów żywnościowych na tle zmian ich cen i zmian dochodów gospodarstw domowych

Jak już wspomniano we wprowadzeniu, analiza danych GUS o spożyciu podstawowych kategorii żywności w Polsce na podstawie badań budżetów gospodarstw domowych⁶ pozwala zaobserwować dominujący trend spadku konsumpcji. Najbardziej w latach 1999–2014 zrezygnowaliśmy z jedzenia ziemniaków (49,6%) oraz pieczywa (49,1%). Podobną, prawie 40% skalę spadku można było zaobserwować w przypadku mąki i cukru, których miesięczne spożycie zmniejszyło się odpowiednio z 1,25 kg i 1,94 kg do 0,76 kg i 1,19 kg. Znacznie rzadziej sięgamy także po oleje i tłuszcze (23,4%) czy też warzywa i grzyby oraz jaja (blisko 20% spadki).

Znacznie więcej pijemy wody, wzrost przekroczył 300% z około 1 do ponad 4 litrów miesięcznie. Wysokie dynamiki wzrostu odnotowano również w przypadku czekolady oraz wędlin wysokogatunkowych, których konsumpcja zwiększyła się o 150,0% i 55,6%. Dodatkowo dynamiki zanotowano jeszcze w przypadku soków owocowych (19,4%) i makaronu (15,6%).

Tabela 2. Miesięczne spożycie żywności na osobę w gospodarstwach domowych w latach 1999–2014

	1999	2004	2009	2014	Zmiana %
Pieczywo (kg)	6,80	6,08	4,85	3,94	-42,1
Makaron (kg)	0,32	0,38	0,36	0,37	15,6
Mąka (kg)	1,25	1,09	0,88	0,76	-39,2
Mięso (kg)	5,56	5,43	5,55	5,29	-4,9
Wędliny wysokogatunkowe (kg)	0,43	0,49	0,66	0,67 ^a	55,8
Ryby ^b (kg)	0,37	0,41	0,46	0,40 ^a	8,1
Jaja (szt.)	15,09	14,89	13,00	12,02	-20,3
Mleko (litry)	5,77	4,60	3,51	3,26	-43,5
Oleje i tłuszcze (kg)	1,58	1,57	1,37	1,21	-23,4
Margaryna i tłuszcze roślinne (kg)	0,62	0,55	0,46	0,44	-29,0
Owoce (kg)	3,78	3,91	3,77	3,59	-5,0
Warzywa i grzyby ^c (kg)	5,05	4,97	4,35	4,20 ^a	-16,8
Ziemniaki (kg)	7,77	6,91	5,07	3,92	-49,6
Czekolada (kg)	0,06	0,09	0,09	0,15	150,0
Cukier (kg)	1,94	1,62	1,38	1,19	-38,7
Woda (litry)	1,01	1,89	3,35	4,17	312,9
Soki owocowe (litry)	0,62	0,75	0,90	0,74	19,4

(a) na podstawie szacunków BGŻ BNP Paribas; (b) razem z konserwami, dane GUS od roku 2013 nie uwzględniają konserw; (c) bez przetworów. Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS.

Spadek spożycia podstawowych produktów żywnościowych w analizowanym okresie odbywał się w sytuacji silnego wzrostu cen detalicznych żywności. Średnio w latach 2011–2014 były one ponad 53% wyższe niż w latach 1999–2001, przy ogólnym wzroście cen konsumenckich w tym samym ujęciu na poziomie 44,5%. Oznacza to, że przeciętnie ceny żywności na tle innych kategorii wzrastały istotnie szybciej.

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

...

6. Dane o spożyciu żywności na osobę dotyczą spożycia zrealizowanego w gospodarstwach domowych. Ich źródłem są ankiety Głównego Urzędu Statystycznego, w których wybrane losowo gospodarstwa notują informacje o realizowanym spożyciu. Dane te nie uwzględniają zatem konsumpcji dokonywanej poza domem, np. w lokalach gastronomicznych. Spożycie artykułów żywnościowych w gospodarstwach domowych obejmuje artykuły zakupione i otrzymane nieodpłatnie, jak również pobrane z prowadzenia własnej działalności gospodarczej (produkcji własnej).

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych



Tabela 3. Zmiany cen detalicznych wybranych kategorii żywności w latach 1999–2014

Średni poziom indeksu cen	1999–2001	2012–2014 ^a	Zmiana %
Ogólny wskaźnik cen (CPI)	108,8	157,1	44,5
Żywność	108,9	166,9	53,2
Woda, soki, napoje bezalkoholowe	105,9	129,6	22,4
Pieczywo	115,9	225,1	94,3
Makaron	114,4	136,9	19,7
Mąka	102,9	108,9	5,8
Mięso	109,2	157,5	44,3
Wędliny wysokogatunkowe	108,1	148,7	37,6
Ryby	107,7	173,3	60,9
Jaja	115,9	200,9	73,4
Mleko	108,4	167,6	54,6
Oleje i tłuszcze	105,2	170,0	61,6
Margaryna i tłuszcze roślinne	103,3	158,1	53,1
Owoce	100,8	170,1	68,8
Warzywa i grzyby	104,8	148,2	41,4
Ziemniaki	106,9	179,1	67,5
Czekolada	105,3	172,4	67,5
Cukier	129,6	207,7	60,2

(a) Dane za rok 2014 uwzględniają szacunki BGŻ BNP Paribas. Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS.

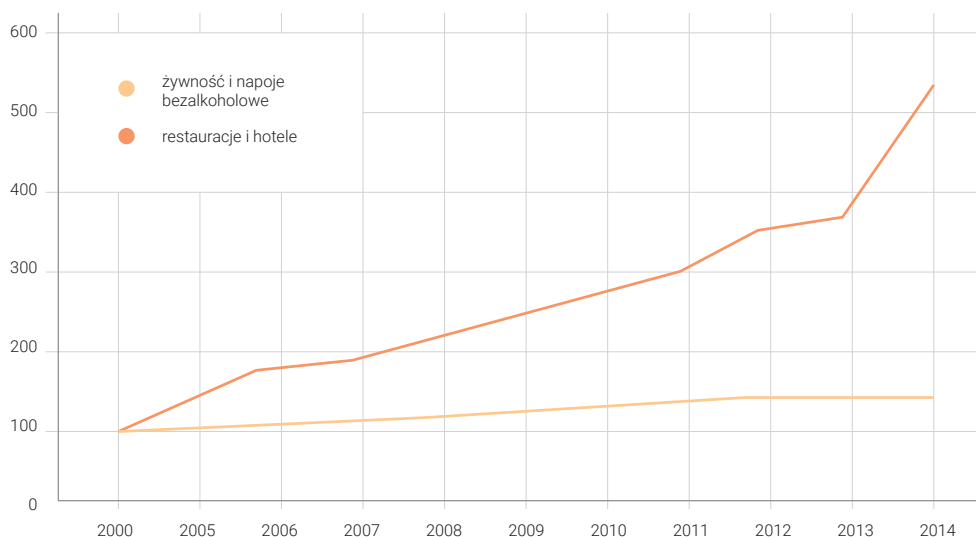
Jednak, jeśli odniesiemy powyższe zmiany cen do wzrostu dochodów obserwowanych w analizowanym okresie, to zauważymy, że wzrost dochodów z nawiązką rekompensował wzrost cen. Realny dochód dyspozycyjny gospodarstw domowych w latach 1999–2014 wzrósł bowiem o blisko 140%. W świetle przedstawionych w dalszej części rozdziału analiz ekonometrycznych może to być właśnie jeden z powodów spadku konsumpcji kilku podstawowych artykułów żywnościowych uznawanych przez konsumentów za dobra niższego rzędu.

Wzrost konsumpcji żywności poza domem

Za zmniejszenie spożycia części artykułów, tj. pieczywa, mąki, ale także jaj, mleka czy cukru i tłuszczów, odpowiada wzrost konsumpcji żywności poza domem. Według badań budżetów gospodarstw domowych przeprowadzonych przez GUS wydatki na usługi związane z taką konsumpcją wykazują wyraźne tendencje wzrostowe. W latach 2006–2014 zwiększyły się one ponad trzykrotnie do 40,62 zł na osobę miesięcznie. Tak dynamiczny wzrost wynikał m.in. z bardzo niskiej bazy. Wraz z bogaceniem się konsumenci, co oczywiste, zaczęli częściej korzystać z restauracji, barów, kawiarni etc. Czynniki mającymi istotne znaczenie dla wzrostu wydatków na żywienie poza domem w Polsce są także postępujące zmiany demograficzne. Niewykluczone, że w ostatnich latach to one wpłynęły na zmiany preferencji konsumpcyjnych w większym stopniu niż uwarunkowania ekonomiczne.

W tym kontekście na szczególną uwagę zasługują m.in.: wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych, większa aktywizacja zawodowa kobiet czy spadek poziomu dzietności. Wpływ ma także urbanizacja, ponieważ można domniemywać, że więcej na usługi gastronomiczne wydają mieszkańcy dużych miast.

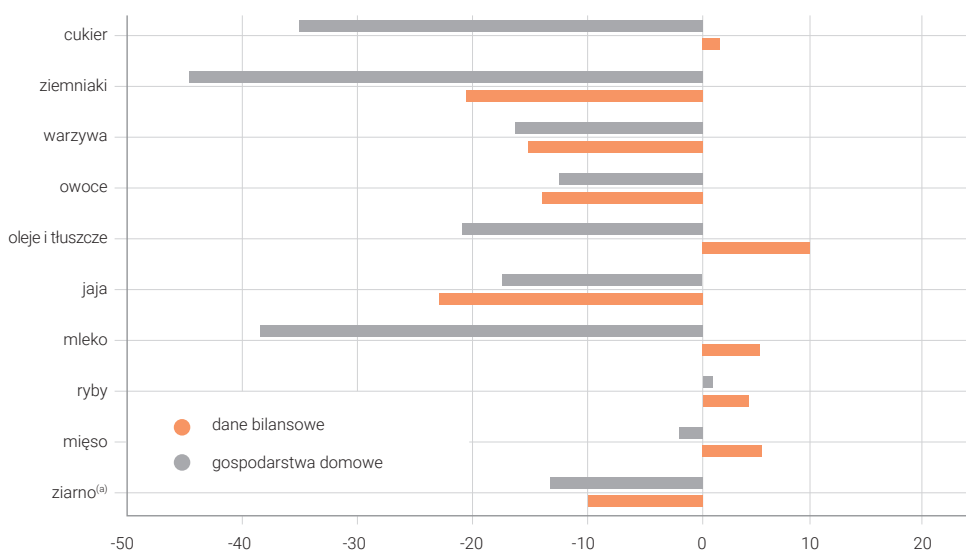
Wykres 2. Indeks dynamiki wydatków w gospodarstwach domowych (2000 = 100)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS.

Wzrost konsumpcji żywności poza domem, jak również urozmaicenie oferty produktowej i rosnąca popularność produktów częściowo przetworzonych sprawiają, że analiza wyłącznie danych o spożyciu na mieszkańca w gospodarstwach domowych może nie dawać pełnego obrazu. Dane bilansowe⁷ o spożyciu wybranych kategorii żywnościowych w przeliczeniu na mieszkańca wskazują na silne spadki dla pięciu grup produktów przy nieznacznym wzroście pięciu innych kategorii.

Wykres 3. Zmiany bilansowego spożycia wybranych kategorii żywności w latach 1999–2014 na tle zmian spożycia w gospodarstwach domowych (w %)



Uwaga: W przypadku danych bilansowych zmiany procentowe dla średniej z lat 2012–2014 w stosunku do średniej z lat 1999–2001. (*) Kategoria „ziarno” dla spożycia w gospodarstwach domowych została przybliżona jako średnia dla pieczywa, makaronu i mąki. Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS i szacunków IERiGŻ.

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych



7. Dane bilansowe obrazują całkowite spożycie żywności zarówno w gospodarstwach domowych, jak i punktach gastronomicznych, włączając dodatkowo zużycie wykorzystanych półproduktów. Dokładnie stanowią sumę globalnej produkcji żywności i importu, pomniejszoną o eksport, żywność przeznaczoną na pasze, na siew, skierowaną do przerobu na artykuły żywnościowe i nieżywnościowe oraz straty powstałe w trakcie transportu i przechowywania. W związku z tym dane bilansów żywnościowych prezentują spożycie w postaci produktu nieprzetworzonego. Informują zatem o potencjalnej konsumpcji, gdyż obejmują one straty powstałe na etapie przechowywania czy transportu (więcej Kwasek 2012).

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

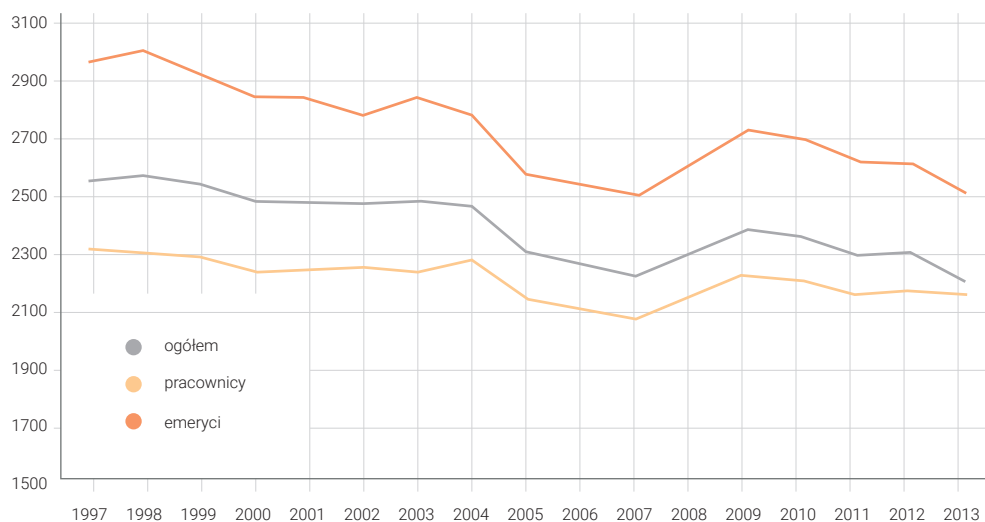
...

Porównanie danych o spożyciu w gospodarstwach domowych i danych o podaży bilansowej wskazuje, że w przypadku części artykułów spadek spożycia podstawowych artykułów żywnościowych w gospodarstwach domowe w pierwotnej postaci został zrekompensowany spożyciem tych artykułów ich w inne formie bardziej przetworzonej, czyli w postaci innych produktów czy spożycia poza domem. Szczególnie warto tu podkreślić konsumpcję cukru i tłuszczów. W ujęciu bilansowym kategorie te zanotowały dynamiki odpowiednio -2,2% i +10,0% wobec aż -35,3% i -20,7% dla danych dla gospodarstw domowych. Sytuacja taka może być wynikiem wysokiego wykorzystania tych kategorii przez przemysł spożywczy, w tym szczególnie cukierniczy, a w przypadku cukru również produkcję napojów.

Zmiany w spożyciu kalorii

Trendy w spadku spożycia podstawowych artykułów żywnościowych mogą częściowo wynikać za spadku ilości spożywanego kalorii, choć spadki te są istotnie mniejsze niż w przypadku konsumpcji żywności.

Wykres 4. Dzielne spożycie energii w kaloriach na mieszkańca w gospodarstwach domowych w latach 1997–2013



Uwaga: Dane nie uwzględniają spożycia alkoholu. Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS.

Przez większość analizowanego okresu utrzymywała się tendencja spadkowa spożycia energii, co zgodnie z danymi na Wykresie 5. można utożsamiać głównie ze zmniejszeniem konsumpcji węglowodanów. Może to wskazywać, że zmiany społeczne związane ze zdrowym trybem życia miały istotny wpływ na spadek spożycia żywności. Dane te stają się bardziej interesujące w zestawieniu z informacjami o zalecanej dziennej dawce energii, która wg zaleceń GDA (*Guideline Daily Amounts*, czyli Wskazane Dzielne Spożycie)⁸ wynosi średnio 2500 kcal dla mężczyzn i 2000 kcal dla kobiet. Średnie spożycie kalorii ogółem w Polsce od lat 2007–2008 wydaje się zatem bliskie optymalnemu, dzięki czemu ograniczanie nadmiaru kalorii nie powinno już mieć negatywnego wpływu na konsumpcję żywności ogółem.

Pewnych informacji może dostarczyć też analiza źródeł spożywanego kalorii. Według danych GDA dzielną konsumpcję białka, tłuszczów i węglowodanów powinno wynosić odpowiednio 55, 75 oraz 305 gramów średnio dla kobiet i mężczyzn, co w zestawieniu z danymi na wykresie wskazuje na zbyt wysoką obecnie konsumpcję białka i tłuszczów przy jednoczesnym zaniżonym spożyciu węglowodanów. Sytuacja ta nie musi oczywiście oznaczać, że w kolejnych latach nastąpi dostosowanie żywienia i konsumpcji w kierunkach wskazanych odchyleniem od GDA, jednak trudno też oczekiwać, że odchylenia te będą się znacząco powiększać. Z uwagi na rosnącą świadomość żywieniową można też oczekiwać substytucji ilości jakości w ramach poszczególnych grup składników, takiej jak np. zastępowanie niezdrowych tłuszczów lepszymi czy wzrost konsumpcji białka zwierzęcego kosztem źródeł roślinnych.

8. Wprowadzony w 1998 r. w Wielkiej Brytanii sposób znakowania produktów żywnościowych informujący o ilości energii i zawartości składników odżywczych dostarczanych w produktach spożywczych. Dane o wartościach GDA poszczególnych składników są zaczerpnięte z międzynarodowych, europejskich lub krajowych norm żywienia, opartych na najnowszych badaniach dotyczące zapotrzebowania i zaleceń żywieniowych. Jednak poszczególne stosowane normy mogą się różnić, co jest związane z różnicami dotyczącymi źródłowych badań naukowych.

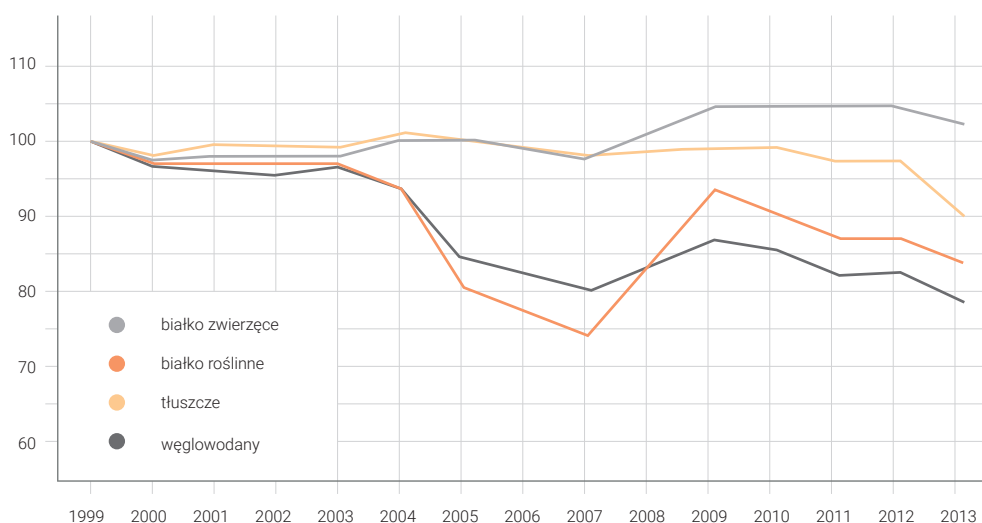
Interesujące są też różnice pomiędzy spożyciem energii w gospodarstwach domowych pracowników i emerytów. Według zaleceń GDA średnie spożycie energii dla pracowników jest bowiem o około 100 kcal wyższe niż średnia dla społeczeństwa, podczas gdy dla osób na emeryturze spada do około 2300 kcal dla obydwu płci. Tymczasem w danych GUS zdecydowanie widać niższe niż średnie spożycie kalorii dla pracowników przy znacznej nadwyżce spożycia w gospodarstwach emerytów i rencistów. Dane te wydają się wspierać hipotezę, że o konsumpcji decyduje również ilość czasu wolnego do dyspozycji, która wzrasta po osiągnięciu wieku emerytalnego. Dodatkowo na wyższą konsumpcję kalorii w gospodarstwach emeryckich może mieć wpływ fakt, że zwykle składają się one z mniejszej liczby osób. Ten czynnik wpływa na wyższe spożycie produktów na osobę (wyższe straty i zużycie pośrednie), co zapewne też wpływa na większe spożycie kalorii. W efekcie zmiany regulacyjne w postaci podwyższenia wieku emerytalnego mogą mieć negatywny wpływ na poziom konsumpcji podstawowych artykułów żywnościowych.

Tabela 4. Spożycie składników odżywczych w gramach na dzień w latach 1999–2013

	Białko zwierzęce	Białko roślinne	Tłuszcze	Węglowodany
1999	45	30	100	333
2013	46	25	90	259

Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS.

Wykres 5. Zmiany spożycia wartości odżywczych (1999 = 100)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS.

Wyniki badań ekonometrycznych

Dla potrzeb przygotowania niniejszego raportu przeprowadzono analizę ekonometryczną popytu na podstawowe artykuły żywnościowe. Do estymacji wykorzystano dane GUS o spożyciu podstawowych artykułów żywnościowych w gospodarstwach domowych w latach 1999–2013. Specyfikacja wielorównaniowego modelu popytu na wybrane kategorie żywności bazowała na zmianie dochodu do dyspozycji, zmianie ceny produktu w relacji do pozostałych cen, liczbie spożywanych kalorii przeciętnie w danym roku na osobę w gospodarstwie domowym oraz zmiennej czasowej (trend) odpowiadającej za silne tendencje związane z poza czysto ekonomicznymi czynnikami oddziałującymi na konsumpcję⁹. Zastosowana postać funkcyjna modelu spożycia ma formułę log-liniową, dzięki czemu oszacowanie parametrów może być interpretowane jako procentowa zmiana spożycia pod wpływem jednoprocetowej zmiany ceny lub dochodu. W przybliżeniu szacunki takie mogą być też interpretowane jako elastyczności dochodowe lub cenowe, choć oczywiście właściwa estymacja elastyczności powinna raczej

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

9. Bardziej szczegółowo objaśnianymi zmiennymi były zlogarytmowane indeksy jednopodstawowe (1999 = 100) spożycia produktów w gospodarstwach domowych, natomiast jako zmienne objaśniające przyjęto analogiczne indeksy cen detalicznych i realnego dochodu do dyspozycji, który otrzymano na podstawie wyników badania budżetów gospodarstw domowych oraz publikowanych danych o inflacji CPI. Zmiana „kalorie” powstała natomiast poprzez zlogarytmowanie danych o średnim dziennym spożyciu energii w gospodarstwach domowych. Źródłem wszystkich danych jest GUS.

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

dotyczyć zmian popytu w jednym momencie w czasie w zależności od zmiany ceny i dochodu. Interpretacją oszacowania parametru dla trendu jest stała średnioroczna procentowa zmiana spożycia danej kategorii żywności, niezwiązana ze zmianami dochodu i cen. Jako metodę estymacji przyjęto łączną estymację systemu pozornie niepowiązanych równań (SUR), która pozwala uwzględnić wzajemną korelację składników losowych poszczególnych równań. Wyniki modelowania przedstawia Tabela 5.

Tabela 5. Wyniki badań ilościowych w zakresie popytu na podstawowe artykuły żywnościowe w Polsce w latach 1999–2013

	Staća	Dochód	Cena	Kalorie	Trend	R ²
Pieczywo (kg)	6,57	-0,27	-0,04	–	-0,03	0,99
Makaron (kg)	4,26	-0,75	-0,13	0,60	0,04	0,68
Mąka (kg)	3,66	-0,48	-0,15	0,50	-0,01	0,98
Mięso (kg)	2,08	0,19	-0,19	0,24	–	0,52
Wędliny wysokogatunkowe (kg)	18,58	1,17	-0,75	-1,92	–	0,88
Ryby (kg)	3,25	0,74	-0,66	–	–	0,70
Jaja (szt.)	8,25	-0,50	-0,12	–	0,01	0,94
Mleko (litry)	7,10	-0,40	–	–	-0,02	0,98
Oleje i tłuszcze (kg)	3,62	-0,33	-0,09	0,38	–	0,96
Owoce (kg)	6,02	0,14	-0,48	–	–	0,78
Warzywa i grzyby (kg)	7,31	-0,23	-0,27	–	–	0,92
Ziemniaki (kg)	4,33	-0,40	–	0,32	-0,03	0,98
Czekolada (kg)	1,59	0,52	–	–	–	0,47
Cukier (kg)	9,81	-0,77	-0,10	–	–	0,93
Woda (litry)	3,65	0,12	–	–	0,10	0,96
Soki owocowe (litry)	3,93	1,15	-1,49	–	–	0,73

Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas.

Oszacowane wartości parametrów wskazują, że w przypadku wszystkich analizowanych kategorii mamy do czynienia z negatywnym wpływem wzrostu cen na konsumpcję żywności. Wskazuje to na duże znaczenie ceny jako czynnika wyboru produktów żywnościowych wśród konsumentów.

Najsilniejszy negatywny wpływ jest widoczny w przypadku soków owocowych, wędlin wysokogatunkowych, ryb i owoców. Z kolei cena nie ma istotnego wpływu na zmiany konsumpcji w badanym okresie w przypadku mleka, ziemniaków, czekolady czy wody. Przy czym w przypadku mleka, ziemniaków i wody brak jej istotności idzie w parze z istotnym wpływem dominującego trendu (w przypadku mleka i ziemniaków ujemnego, a w przypadku wody dodatniego).

Z kolei wpływ zmian dochodu na popyt – zgodnie zresztą z przytoczoną we wprowadzeniu teorią – nie jest jednoznaczny co do kierunku. W przypadku części kategorii efekt ten jest dodatni, w przypadku części produktów ujemny. Soki owocowe i wędliny wysokogatunkowe wykazują elastyczności dochodowe wyższe niż jeden, przez co mogą być traktowane jako dobra luksusowe. Ryby, czekolada, mięso, owoce czy woda są dobrami normalnymi, dla których wzrost dochodu przekłada się na wzrost spożycia (kolejność wymienionych kategorii według siły oddziaływania). Natomiast pozostałe analizowane kategorie, czyli cukier, makaron, jaja, mąka, ziemniaki, mleko, oleje i tłuszcze, pieczywo oraz warzywa

i grzyby należą najprawdopodobniej do dóbr niższego rzędu, których konsumpcja spada wraz ze wzrostem dochodu (kolejność wymienionych kategorii według siły ujemnego oddziaływania). Trzeba jednak zwrócić uwagę, że bez względu na kierunek oddziaływania znaczenie wpływu zmiany dochodu – w przeciwieństwie do ceny – jest istotne dla każdej analizowanej kategorii żywności. Podsumowując, należy też podkreślić, że obserwowane spadki spożycia dużej części artykułów żywnościowych nie negują występowania dodatnich efektów dochodowych. Sugerują jednak, że na przestrzeni analizowanego okresu efekt wzrostu dochodów był dominowany przez inne rozpatrywane czynniki¹⁰. Kluczowe z nich to: wzrost cen żywności, zmniejszenie ilości spożywanych kalorii, substytucja ilości jakością czy wreszcie wspomniany wcześniej wzrost konsumpcji poza domem (wyłączony z analizy ekonometrycznej ze względu na jedynie przybliżony charakter dostępnych danych).

W trakcie modelowania nie udało się natomiast uzyskać istotności wpływu zmian demograficznych na spożycie żywności. Nie oznacza to jednak, że czynnik ten pozostaje bez znaczenia. Najprawdopodobniej uzyskane rezultaty wynikają z niskiej dynamiki zmian demograficznych w stosunku do modelowanego w formule szeregu czasowego zjawiska oraz z istnienia niekoniecznie jednoznacznych ich efektów dla popytu na żywność¹¹.

2.2. Szczegółowe zmiany spożycia podstawowych produktów żywnościowych

2.2.1. Pieczywo i inne produkty zbożowe

Przeciętne spożycie pieczywa oraz produktów zbożowych w gospodarstwach domowych od końca lat 90-tych sukcesywnie się obniża, przy czym spadek był najbardziej widoczny w przypadku pieczywa i mąki. Niewiele jest innych produktów żywnościowych, których konsumpcja obniżyła się w większym stopniu. Jeśli chodzi o ryż oraz kasze i płatki, w ich spożyciu w pierwszym okresie przeważały tendencje wzrostowe, a mniej więcej od momentu wstąpienia do UE zaczęły przeważać tendencje spadkowe z krótkimi okresami stabilizacji lub niewielkiego wzrostu spożycia. Na tle produktów zbożowych wyróżnia się makaron, dla którego jako jedynej kategorii w tej grupie produktów zanotowano wzrost zakupów.

Pieczywo

Pieczywo jest drugą najważniejszą pod względem wielkości konsumpcji kategorią żywnościową. W 2014 r. w gospodarstwach domowych kupowano przeciętnie miesięcznie 3,94 kg pieczywa na osobę. Było to po raz pierwszy nieco mniej niż wynoszą zakupy warzyw – najważniejszej pod tym względem kategorii żywności. Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat konsumpcja pieczywa zanotowała bardzo wyraźny spadek. Warto wspomnieć, że w 1999 r. przeciętne miesięczne spożycie pieczywa na osobę wynosiło 6,80 kg. Następnie w każdym roku malało i w 2004 r. wynosiło 6,08 kg, a w 2009 r. 4,85 kg. Ostatecznie na przestrzeni 15 lat oznacza to spadek aż o 42%. Zakupy pieczywa w gospodarstwach domowych szczególnie szybko malały w latach 2006–2011, czyli w okresie, w którym najpierw szybko wzrastały przeciętne dochody (2006–2008), a następnie wysoka była dynamika cen detalicznych pieczywa (2007–2011). Jak wynika z danych Eurostatu przeciętny roczny wzrost cen detalicznych (HICP) pieczywa i produktów zbożowych w tych latach wynosił 7,4% wobec 1,6% we wcześniejszych pięciu latach i wobec wzrostu o 4,6% cen żywności i napojów bezalkoholowych ogółem. Z kolei, jak wykazują wyniki przeprowadzonego przez nas modelowania ekonometrycznego, ale także liczne badania, elastyczność dochodowa pieczywa jest ujemna, czyli wraz ze wzrostem dochodu jego konsumpcja powinna się obniżyć (Kwasek 2012).

Jak wynika z danych GfK CAPIBUS tylko około 8% ankietyowanych osób przyznaje, że pomiędzy rokiem 2012 a 2015 ograniczyły konsumpcję pieczywa. Ten odsetek jest większy wśród osób w wieku 66 lat i więcej (21%) oraz nieco większy w przypadku kobiet (10%) niż mężczyzn (6%). Jak wynika z danych GfK PGD w roku 2014 rynek chleba był wolumenowo o 12% mniejszy niż w roku 2011. Chleb kupujemy o 6% rzadziej (średnio raz na trzy dni) i w mniejszych przeciętnie o 6% ilościach. W przypadku bułek w tym samym czasie wolumen rynku skurczył się o 2%, a w przypadku innych wyrobów piekarniczych wzrósł aż o 50%. Wciąż jednak inne wyroby piekarnicze kupujemy 6,5 razy rzadziej niż pieczywo i przeciętnie w ilości 2,5 razy mniejszej, co powoduje, że wolumen tego rynku jest 17 razy mniejszy niż rynku chleba. Imponujący w ujęciu procentowym wzrost wolumenu sprzedaży innych wyrobów piekarniczych jedynie w 14% pokrywa spadek sprzedaży chleba.

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

10. Nie można też wykluczyć występowania opóźnionych efektów zmian dochodu na konsumpcję. Zgodnie z pełną hipotezą cyklu życia gospodarstwa domowe ustalają bowiem konsumpcję na podstawie oczekiwań odnośnie do wszystkich dochodów w przyszłości. Ponadto, zależność ta jest większa dla dóbr pierwszej potrzeby, jak żywność, podczas gdy wzrost bieżących dochodów bardziej przekłada się na konsumpcję dóbr trwałych, jak sprzęt RTV czy AGD. Według badań koniunktury prowadzonych przez Komisję Europejską wskaźnik oczekiwanej przyszłej sytuacji finansowej w okresie 1999–2014 nie wzrastał poza okresem poprzedzającym wejście do UE, tj. od 2002 do roku 2007 oraz w latach 2012–2013. Oznacza to, że oczekiwania finansowe gospodarstw domowych ulegały poprawie tylko w około 50% obserwacji w próbie.

11. W ogólnym przypadku gospodarstwa emeryckie doświadczają bowiem skokowego spadku dochodów (stopa zastąpienia sięga ok. 50%), który nie zawsze może być uzupełniony ze zgromadzonych w okresie życia oszczędności. Tym samym wzrost odsetka emerytów powinien wpływać na zmniejszenie popytu. Z drugiej strony jednak w gospodarstwach emeryckich często konsumuje się więcej żywności w przeliczeniu na wartość energetyczną, co może sugerować, że w związku ze spadkiem dochodu na emeryturze skokowo maleje nie tyle spożycie żywności, co korzystanie z innych dóbr konsumpcyjnych.

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

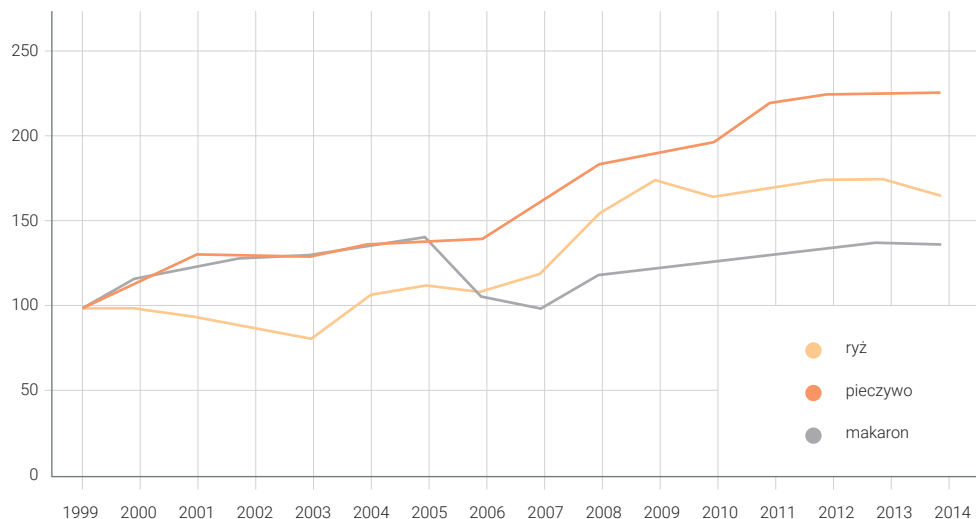
...

Mąka i makaron

Wśród wszystkich kategorii żywności w latach 1999–2014 jeden z największych spadków spożycia w gospodarstwach domowych zanotowała mąka. Przeciętnie miesięcznie w 2014 r. w gospodarstwach domowych kupowano 0,76 kg mąki na osobę, czyli o 39% mniej niż w roku 1999, kiedy spożycie wynosiło 1,25 kg. Spożycie wzrosło w żadnym z analizowanych okresów, przy czym w latach 2009–2010 oraz 2012 i 2014 było stabilne. Największe spadki z kolei notowano w latach 2006–2007. Mąka jako półprodukt spożywczy wymaga dalszego przygotowania, a coraz szybsze tempo życia i coraz większa aktywność zawodowa nie sprzyjają poświęcaniu czasu na gotowanie. Do spadku zakupów mąki niewątpliwie przyczynia się również wzrastająca konsumpcja wyrobów ciastkarskich, która w roku 2012 wynosiła 0,62 kg na osobę, a w roku 2002 zaledwie 0,55 kg. Brak jest niestety informacji o spożyciu mącznych dań gotowych (np. pierogów). Nie wiemy również, ile mąki spożywa się w produktach konsumowanych poza domem.

Makaron jest jedną z niewielu kategorii żywności, których konsumpcja w ostatnich kilkunastu latach wzrosła. W 1999 roku w gospodarstwach domowych kupowano przeciętnie miesięcznie 0,32 kg makaronu na osobę. W 2014 roku było to już 0,37 kg na osobę miesięcznie, czyli o blisko 16% więcej. Dynamika wzrostu konsumpcji makaronu była szczególnie duża na początku ubiegłej dekady – w latach 2001–2004 rosła przeciętnie rocznie o 4,4% i w 2004 roku osiągnęła poziom 0,38 kg na osobę miesięcznie. Od tego czasu była w miarę stabilna, z lekką przewagą spadków, które zarysowały się szczególnie w latach 2005 oraz 2008–2009.

Wzrost spożycia makaronu wydaje się wynikać z działania efektu substytucyjnego. Równocześnie z rosnącym spożyciem makaronu prawdopodobny jest spadek jego wyrobu domowego oraz obserwowany jest systematyczny spadek konsumpcji takich produktów, jak ryż czy pieczywo, które co najmniej od strony wartości odżywczych bądź zastosowań w kuchni mogą być uznane za substytuty. Hipotezę tę zdecydowanie wspiera spojrzenie na tendencje cenowe wymienionych produktów (Wykres 6), gdzie dla kategorii substytucyjnych względem makaronu wzrost cen jest znacznie szybszy.

Wykres 6. Zmiany cen wybranych produktów zbożowych (1999 = 100)

Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS i IERIGŻ.

Ryż, kasza, płatki

Jeśli chodzi o produkty sypkie, takie jak ryż oraz kasze i płatki, to tendencje i ogólna dynamika ich zakupów w gospodarstwach domowych były podobne. Jak wynika z danych GUS w 2014 r. w gospodarstwach domowych kupowano w przeliczeniu na jedną osobę przeciętnie o 19% mniej kaszy i płatków oraz o 23% mniej ryżu niż w 1999 r. Na początku analizowanego okresu spożycie wzrastało. W przypadku ryżu najwyższe było w 2005 r., kiedy osiągnęło poziom 0,24 kg na osobę na miesiąc. W przypadku kaszy i płatków najwyższe było w latach 2002–2004 i wynosiło miesięcznie 0,28 kg na osobę. W następnych latach spożycie sukcesywnie,

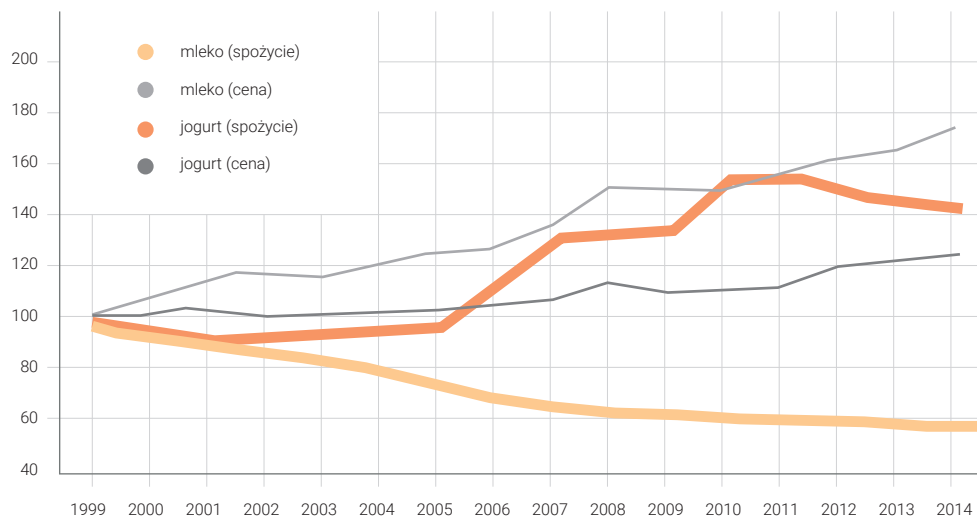
z kilkoma wyjątkami, mało. Na uwagę w tym względzie zasługuje wzrost zakupów kasz i płatków w 2012 r. o 0,03 kg, czyli o 15%. Być może było to spowodowane promocją spożycia kaszy w tamtym okresie oraz częściowo zanotowanym wówczas spadkiem zakupów ryżu. Z kolei, jak wynika z badania GfK PGD, w ostatnich kilku latach spożycie kaszy przeżywa renesans. Pomiędzy rokiem 2011 a 2014 odsetek gospodarstw domowych, w których kupuje się kaszę, wzrósł z 76% do 80% oraz częstotliwość zakupów. Przeciętny roczny wolumen zakupionej kaszy na osobę wzrósł w tym czasie o blisko 8% do 4,41 kg wobec 4,10 kg w 2011 r. Warto wspomnieć, że w tym samym czasie w przypadku ryżu obniżyły się nieznacznie penetracja rynku oraz roczny wolumen zakupionego produktu.

2.2.2. Nabiał

Według danych GUS, w analizowanym okresie, konsumpcja mleka pitnego w gospodarstwach domowych w Polsce charakteryzowała się dość dużą dynamiką spadku. W 2014 r. jego spożycie wyniosło 3,26 litra miesięcznie w przeliczeniu na jedną osobę w gospodarstwie domowym i było o 43,5% mniejsze niż w 1999 r., kiedy kształtowało się na poziomie 5,77 litra. Średnioroczna dynamika spadku wyniosła zatem 3,7%. Wyniki przeprowadzonego przez nas badania ekonometrycznego wskazują, że na poziom spożycia mleka pitnego ujemny wpływ ma wzrost dochodu. Jest to uzasadnione, gdyż konsumenci wraz ze wzrostem zamożności zamiast mleka wybierają bardziej przetworzone produkty mleczarskie, np. jogurty i napoje mleczne. Porównując spożycie mleka w grupach dochodowych, należy zauważyć, że jego poziom w najbogatszej grupie dochodowej jest tylko o 6% wyższy niż w grupie obejmującej 20% najbiedniejszych gospodarstw, podczas gdy w przypadku jogurtów i serów spożycie w najbogatszej grupie dochodowej jest odpowiednio o 139% i 119% większe niż w pierwszym kwintylu. Pomimo że konsumpcja mleka corocznie spada, to wg badań GfK „Polska na widelcu” prawie co trzeci Polak spożywa je nawet 2–3 razy w tygodniu.

Na spadek konsumpcji mleka mógł też silnie wpłynąć silny wzrost jego ceny, dużo wyższy w porównaniu z cenami jogurtów (Wykres 7).

Wykres 7. Zmiany spożycia oraz cen mleka i jogurtu (1999 = 100)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GUS i IERIGŻ.

W przypadku jogurtów dane GUS o budżetach gospodarstw domowych wskazują na ich największy wzrost popularności wśród wszystkich produktów mlecznych. Miesięczne spożycie jogurtów w 2014 r. wyniosło 0,5 litra na osobę i było o 42,9% większe niż w 1999 r., kiedy kształtowało się na poziomie 0,35 litra.

Z badań GfK „Polska na widelcu” wynika, że najczęściej wybieranymi przez Polaków jogurtami są jogurty smakowe/owocowe do jedzenia łyżeczką, po które sięgają średnio 5 razy w miesiącu. Jednocześnie prawie 1/5 ankietowanych deklaruje, że spożywa tego rodzaju nabiał aż 2–3 razy w tygodniu. Pojawiają się on w głównej mierze w jadłospisie nastolatków i studentów oraz osób o dochodach nieprzekraczających 2000 zł netto w gospodarstwie domowym. Grupy te najczęściej ze wszystkich ankietowanych wybierają również jogurty

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

naturalne oraz pitne. Rzadziej niż jogurty spożywamy kefiry, które trafiają do naszego jadłospisu średnio 3 razy w miesiącu. Ten napój mleczny cieszy się największym uznaniem wśród osób zajmujących stanowiska kierownicze. Według deklaracji ankietowanych z tej grupy spożywają go oni średnio 5 razy w miesiącu.

Podobnie jak w przypadku mleka, w latach 1999–2014 corocznie malało również spożycie śmietany. Konsumpcja tego produktu w 2014 r. wyniosła miesięcznie 0,36 litra na osobę w gospodarstwie domowym, będąc tym samym o 23,6% niższą od notowanej w 1999 r. (0,47 litra). Spożycie masła w 2014 r. wyniosło 0,25 kg, czyli o 36,0% mniej niż w 1999 r., kiedy to było na poziomie 0,34 kg.

Jednocześnie obserwowana jest wzrostowa tendencja w zakresie ilości spożywanych serów. W latach 2000–2012 miesięczny poziom ich konsumpcji wzrósł o 10,5% do 0,95 kg na osobę. Nierzadko wskazuje się, że popularność serów w Polsce wynika z ich częstego wykorzystania do przygotowywania wyrobów kulinarnych.

Według badań GfK „Polska na widelcu” największą popularnością wśród Polaków cieszą się sery żółte/twarde, po które konsumenci sięgają średnio 10 razy w miesiącu. Do grupy popularnych serów, które pojawiają się na polskich stołach, zaliczyć należy również sery białe i twarogi, serki śmietankowe do smarowania pieczywa oraz twarożki i serki wiejskie w kubeczkach, które konsumenci nabywają średnio 5 razy w miesiącu. Produkty te cieszą się największą popularnością wśród osób pracujących umysłowo oraz urzędników. Sery miękkie, takie jak pleśniowe, feta, mozzarella, spożywamy znacznie rzadziej, zaś wybierane są głównie przez osoby z wyższym dochodem.

2.2.3. Mięso i wędliny

Jak pokazują dane GUS o bilansowym spożyciu żywności, konsumpcja mięsa w latach 1999–2014 wzrosła o 9% (o 6,4 kg) do 73,9 kg na mieszkańca. Warto w tym przedziale czasu wyodrębnić dwa okresy. W latach 1999–2007 konsumpcja mięsa per capita rosła wspierana poprawą koniunktury gospodarczej, następnie na skutek m.in. wzrostu cen detalicznych w kolejnych latach jego spożycie zmniejszyło się. Z kolei w 2014 r. na skutek obniżki cen pasz, jak również niekorzystnych relacji popytowo-podażowych na rynku odnotowaliśmy znaczne obniżki cen detalicznych mięsa świeżego, oraz produktów przetworzonych. Znalazło to odzwierciedlenie we wzroście konsumpcji wszystkich rodzajów mięsa w kraju. W 2014 r. przeciętny konsument zwiększył spożycie wieprzowiny o 12% w skali roku. Nieco niższą 3-procentową dynamikę odnotowano dla mięsa drobiowego, co pozwoliło na zwiększenie przeciętnej konsumpcji do 27,4 kg/mieszkańca. Wołowina, jako jeden z droższych rodzajów mięsa, nie jest popularna w kraju. Jej średnie spożycie utrzymuje się od 2012 r. na dosyć stabilnym poziomie. W okresie trzech lat wzrosło zaledwie o 0,2 kg do 1,8 kg na mieszkańca w 2014 r.

Biorąc pod uwagę strukturę spożycia, Polacy głównie wybierają świeże mięso. Jak pokazują badania GfK PGD, w ujęciu ilościowym stanowi ono ok. 60% nabytych produktów mięsnych, reszta (40%) to wędliny. Jeśli popatrzymy z kolei na strukturę wydatków, pojedynczy nabywca wydaje ponad dwa razy więcej na wędliny niż na świeże mięso drobiowe czy wieprzowe.

Biorąc pod uwagę częstotliwość zakupów wszystkich przebadanych kategorii, mięso świeże i wędliny są trzecią najczęściej spożywaną kategorią produktów spożywczych przez ankietowanych. Według GfK PGD Polacy najczęściej wybierają gotowe wędliny (w 2014 r. średnia miesięczna częstotliwość spożycia wędlin osiągnęła historyczny rekord i wynosi obecnie niemal 18 razy w miesiącu). Często sięgamy także po drób (średnio 9,4 raza na miesiąc) oraz wieprzowinę (7,1 razy w miesiącu) i parówki (5,9 razy w miesiącu). Oznacza to, że po wędliny sięgamy prawie trzykrotnie częściej niż po wieprzowinę i dwukrotnie częściej niż po drób.

Pozostałe rodzaje mięsa oraz ryby i owoce morza są jedzone zdecydowanie rzadziej. Warto też podkreślić, że konsumpcja ryb, wołowiny oraz cielęciny w perspektywie ostatnich 15 lat konsekwentnie spadała.

Polacy od lat najwięcej jedzą wieprzowiny. W strukturze spożycia świeżego mięsa według danych IERiGŻ ten gatunek stanowi 60%. Jak wynika z badań GfK „Polska na widelcu” niemal co drugi respondent spożywa wieprzowinę co najmniej dwa razy w tygodniu. Niemniej widzimy również, że konsumpcja tego mięsa jest wypierana przed drób.

W Polsce spożycie mięsa drobiowego wyraźnie wzrasta. W latach 1999–2014 dynamika wzrostu była na poziomie 5% średniorocznie. Mięso drobiowe cieszy się znacznym zainteresowaniem głównie dzięki stosunkowo niskiej cenie, walorom dietetycznym oraz smakowym. Dla wielu konsumentów liczy się również krótki czas potrzebny do jego przygotowania. Zrozumiałe jest zatem, że według GfK „Polska na widelcu” ponad sześć z dziesięciu ankietowanych osób spożywa drób co najmniej 2 razy w tygodniu. Drób spożywany jest również trzy razy częściej niż ryby.

Jeśli chodzi o wołowinę, jak wynika z badań GfK „Polska na widelcu” ten rodzaj mięsa pojawia się na polskich stołach najczęściej raz w miesiącu. Wybrany jest głównie przez osoby z wyższym dochodem, na stanowiskach kierowniczych bądź pracowników umysłowych. To mięso cieszy się również większym zainteresowaniem w większych miastach.

Obserwując zmiany w konsumpcji w okresie ostatnich 3 lat, według GfK CAPIBUS, 13% respondentów przyznało, że je obecnie mniej mięsa świeżego niż w 2012 r. Szczególnie duże zmiany odnotowano dla osób powyżej 65. roku życia, z których aż 33% przyznało, że ograniczyło spożycie mięsa. Taki sam trend obserwowany jest w przypadku wędlin. Ograniczenie konsumpcji mięsa świeżego zaobserwowano głównie w grupie emerytów i rencistów oraz bezrobotnych.

2.2.4. Owoce i warzywa

Konsumpcja warzyw świeżych w ostatnich latach była stosunkowo stabilna, co potwierdzają dane GUS, jak też GfK. Zmieniała się natomiast jej struktura. Przejawiało się to głównie spadkiem spożycia warzyw tradycyjnych. Z badań GfK PGD wynika, że wolumen zakupów kapusty białej w gospodarstwach domowych w latach 2011–2014 zmniejszał się w tempie 2,8% rocznie. Prawdopodobnie zmienia się również forma, w jakiej warzywa są kupowane. Spadek dotyczy warzyw oferowanych w tradycyjny sposób (luzem, na wagę), takich jak marchew czy cebula. Z drugiej strony, w wielu przypadkach, można zauważyć wzrost popularności sprzedaży warzyw w formie konfekcjonowanej pakowanej (mytych, na tackach). W strukturze spożycia zyskują na znaczeniu takie kategorie, jak pieczarki, których popularność wciąż w Polsce jest niewielka w odniesieniu do innych krajów UE.

W ostatnich dwóch dekadach widoczny był systematyczny spadek spożycia ziemniaków. Według danych GUS ich roczne spożycie per capita od 1999 do 2014 roku zmniejszyło się o 49,5% do 47,04 kg. Dynamika spadku wyhamowała w ostatnich latach, niemniej wciąż jest wysoka. Dane GfK CAPIBUS wskazują, że w ostatnich 3 latach aż 12% respondentów wskazywało na zmniejszenie ich konsumpcji, podczas gdy tylko 3% na jej wzrost. Spadek w dużej mierze spowodowany był wzrostem spożycia przetworów ziemniaczanych (frytki), a także substytutów, takich jak makarony. Spadek popytu na ziemniaki i zastępowanie ich dobrami wyższego rzędu były możliwe dzięki realnemu wzrostowi dochodów gospodarstw domowych. Badania wskazują jednoznacznie, że częstotliwość zakupów ziemniaków w gospodarstwach domowych charakteryzujących się wyższym dochodem (ponad 5 tys. zł) jest wyraźnie niższa niż w pozostałych grupach gospodarstw o niższym dochodzie.

Relatywnie stabilny poziom konsumpcji, jeśli chodzi o ostatnią dekadę, zauważalny jest w przypadku warzyw szklarniowych, m.in. pomidorów. Ich powszechna dostępność i możliwe nasycenie rynku czynnikami ograniczającymi wzrost konsumpcji pod względem wolumenowym. Niemniej, obserwując zmiany w produkcji krajowej, jak też eksportu, można przypuszczać, że zwiększa się spożycie warzyw krajowych przy obserwowanym jednoczesnym spadku spożycia importowanych. Prawdopodobnie następują również zmiany w zakresie spożywanych odmian pomidorów – w strukturze spożycia zwiększa się udział pomidorów malinowych, śliwkowych czy też koktajlowych.

Konsumpcja jabłek w ostatnim 10-leciu dość wyraźnie się zmniejszała. Średnioroczne spożycie spadło w latach 2004–2014 o 33% do poziomu 14,04 kg/os. Przyczyną był wzrost popularności owoców importowanych (bananów, cytrusów). Spadek konsumpcji w ostatnich 4 latach jednak wyhamował, co potwierdzają dane GUS, a wg GfK PGD zakupy jabłek w latach 2011–2014 nawet rósł w tempie 2,1% rocznie. Badania ankietowe przeprowadzone na grupie 1000 respondentów dotyczące zmian w konsumpcji jabłek potwierdzają to zjawisko. 11% respondentów, którzy wykazywali na spożycie tych owoców, stwierdziło, że zwiększyło ich konsumpcję w ostatnich 3 latach, podczas gdy 6% wskazało na jej zmniejszenie.

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

W 2014 r. czynnikiem, który napędzał wzrost spożycia jabłek, była dosyć intensywna kampania promocyjna, związana z wprowadzeniem rosyjskiego embarga. Dodatkowym czynnikiem, który zachęcał do zakupów, były bardzo niskie ceny tych owoców. Według danych GUS cena detaliczna jabłek była o 11% niższa niż przed rokiem.

W 2012 r., ze względu na wzrost cen owoców południowych (+7,2% r/r), ich konsumpcja wyhamowała. Przyczyną tego spadku, oprócz zmian w światowej podaży, było także osłabienie się złotego w stosunku do euro i dolara amerykańskiego. Na spadek konsumpcji negatywnie wpływało również spowolnienie gospodarcze. Od 2012 r. obserwowany jest natomiast wzrost konsumpcji wszystkich owoców importowanych. W najszybszym tempie wzrastał wolumen zakupów bananów i owoców południowych poza cytrusami. W przypadku tradycyjnych cytrusów (pomarańcz, cytryn) krajowy rynek może wykazywać relatywnie wysoki poziom nasycenia, a przestrzeń do zwiększania konsumpcji jest mniejsza niż w przypadku innych owoców, np. egzotycznych.

Spadek konsumpcji owoców i warzyw następował mimo wzrostu dochodów konsumentów. Badania GfK „Polska na widelcu” wskazują pozytywny wpływ dochodów na wielkość konsumpcji w gospodarstwach domowych. Czynniki te zniwelowały się jednak poprzez inne, takie jak zmiany preferencji zakupowych i wzrost spożycia przetworów.

W badaniach GfK PGD dotyczących częstotliwości zakupów w gospodarstwach domowych w ostatnich 4 latach spożycie warzyw mrożonych nie wykazywało jednoznacznej tendencji wzrostowej. Z jednej strony – wzrost tempa życia sprzyja zakupom produktów wstępnie przetworzonych, z drugiej silny wpływ zdrowego odżywiania, ale też żywienie poza domem są czynnikami je ograniczającymi. Sektor HoReCa może być jednak segmentem napędzającym wzrost konsumpcji warzyw mrożonych w kraju. O wzroście globalnego spożycia mogą świadczyć zmiany produkcji i eksportu. Według danych GUS krajowa produkcja mrożonych warzyw w 2014 r. wyniosła 650 tys. ton i była o 64% wyższa niż w 2004 roku. Eksport w analogicznym okresie zwiększył się jedynie o 23%.

Rosnący odsetek osób spożywających posiłki poza domem przekłada się też na wzrost spożywania dań przygotowywanych w oparciu o produkty mrożone, w tym m.in. warzywa. Z danych GfK „Polska na widelcu” wynika, że w 2014 r. w grupie gospodarstw domowych o dochodach powyżej 5 tys. zł odsetek spożywających posiłki poza domem wyniósł 16%, podczas gdy w gospodarstwach o dochodzie poniżej 2 tys. zł blisko dwukrotnie mniej.

Silnym wzrostem spożycia w ostatnich 4 latach charakteryzowało się spożycie mrożonych owoców. Wg danych GfK PGD wzrastało ono w średniorocznym tempie blisko 9%. Wciąż jednak jest to bardzo niski poziom per capita wskazujący na nieznaczną substytucję względem spożycia owoców świeżych.

2.2.5. Cukier i słodczyce

Od końca lat 90. spożycie cukru w czystej postaci w gospodarstwach domowych wykazuje tendencje spadkowe. Według danych GUS, w latach 1999–2014 zmniejszyło się ono aż o 39% do 14,28 kg/os. rocznie. Tym samym cukier był jedną z kategorii żywnościowych, która zanotowała największy spadek konsumpcji w tym okresie, po ziemniakach, mleku, mące i pieczywie.

Ograniczenie konsumpcji czystego cukru wynika m.in. z faktu, że coraz więcej osób chce przestrzegać zasad zdrowej diety. Z drugiej strony bogacenie się społeczeństwa i zmieniający się styl życia przyczyniają się do wzrostu zapotrzebowania na produkty wysokoprzetworzone i gotowe. Tłumaczy to, dlaczego, mimo redukcji spożycia czystego cukru, jego konsumpcja ogółem rośnie w formie innych produktów spożywczych. Potwierdzają to dane bilansowe GUS, wg których od wstąpienia Polski do Unii Europejskiej konsumpcja cukru w przeliczeniu na mieszkańca zwiększyła się o 16% do 43,6 kg/os. rocznie w 2014 r.

Zużycie czystego cukru w gospodarstwach domowych niekoniecznie zależy od wielkości dochodów. Według IERiGŻ, w gospodarstwach w podziale na grupy kwintylowe spożycie cukru w niewielkim stopniu rośnie do IV grupy kwintylowej. Jednak w przypadku 20% najzamożniejszych gospodarstw obserwuje się już spadek konsumpcji. Warto dodać, że najwyższe spożycie czystego cukru obserwuje się w grupie rolników oraz emerytów i rencistów. Prawdopodobnie ma to związek z tym, że w tych kategoriach gospodarstw, częściej niż w innych grupach, przygotowywane są domowe wypieki ciast oraz przetwory owocowe i warzywne.

Warto dodać, że konsumpcja czystego cukru jest stosunkowo mało wrażliwa na zmiany cen. Ostatnie lata pokazały, że nawet bardzo duży wzrost cen powoduje znacznie mniejszy spadek spożycia. Z kolei spadek cen ma ograniczony wpływ na konsumpcję. Przykładowo w 2012 r. 2,6% obniżka cen detalicznych cukru r/r przełożyła się na 1,7% wzrost konsumpcji w gospodarstwach domowych, a z kolei w 2013 r. mimo 9,3% spadku cen r/r nastąpił 2,5% spadek spożycia cukru w gospodarstwach domowych.

W przeciwieństwie do czystego cukru tendencje wzrostowe wykazuje konsumpcja słodyczy. Według badań budżetów gospodarstw domowych przeprowadzonych przez GUS spożycie czekolady i wyrobów cukierniczych łącznie zwiększyło się w latach 2005–2014 o 36% do 4,56 kg/os. rocznie.

Kupując słodycze, podobnie jak przy wyborze innych produktów spożywczych, konsumenci coraz częściej zwracają uwagę na ich walory zdrowotne. Rosnącym zainteresowaniem cieszą się więc np. czekolady z wysoką zawartością kakao, uważane za źródło magnezu, czy batony z ziarnem zbóż. Zwiększa się również popyt na produkty w opakowaniach zbiorczych, zawierających mniejsze porcje, czy niskokaloryczne typu light. Osobną kategorią wykazującą wzrost są słodycze bezglutenowe czy bezcukrowe kierowane do specjalnej grupy odbiorców.

W przypadku dość dużej grupy ankietowanych przez GfK „Polska na widelcu” słodycze wciąż stanowią stały element diety. 24% respondentów deklaruje, że czekoladę oraz batony i wafle je przynajmniej 2 razy w tygodniu. Tak samo często 19% ankietowanych spożywa cukierki. Z kolei czekolady w ogóle nie konsumuje zaledwie 3% respondentów, cukierków odpowiednio 7%, a batonów i wafli w pojedynczych opakowaniach 10% ankietowanych.

Słodycze dużym zainteresowaniem cieszą się zwłaszcza wśród osób młodych, w wieku 15–29 lat. Najczęściej sięgają po nie uczniowie i studenci. Z badania GfK „Polska na widelcu” wynika, że szczególnie popularne wśród tej grupy konsumentów są batony i wafle w pojedynczych opakowaniach, spożywane zwykle zaraz po zakupie. Drugą grupą najczęściej kupujących słodycze jest kadra kierownicza, która z kolei zazwyczaj wybiera czekoladę oraz ciasta i ciasteczka.

Według badań GfK „Polska na widelcu” słodycze częściej są także spożywane w gospodarstwach domowych, w których są dzieci. Do tej grupy konsumentów często kierowana jest specjalna oferta, obejmująca m.in. produkty o oryginalnych smakach i kształtach, czasem wzbogacone w specjalne składniki, np. żelki z witaminami.

Asortyment produktów oferowanych przez branżę wyrobów cukierniczych jest bardzo szeroki i zróżnicowany. Według GfK PGD w ostatnich latach zdecydowaną większość słodyczy wybieranych przez polskich konsumentów stanowiły produkty markowe, zarówno w ujęciu wolumenowym (ok. 78–79%), jak i wartościowym (ok. 82%). W analizowanym okresie ich udział był raczej stabilny w stosunku do produktów sprzedawanych pod markami własnymi sieci handlowych.

Bez wątplenia znaczący wpływ na wolumen i wartość konsumpcji słodyczy mają dochody konsumentów. Wraz z rosnącym poziomem zamożności odnotowuje się wzrost spożycia słodyczy. W grupie 20% rodzin o najwyższych dochodach konsumuje się ponad 2-krotnie więcej wyrobów cukierniczych w ujęciu ilościowym niż w grupie 20% gospodarstw najbiedniejszych¹². W przypadku tej ostatniej grupy gospodarstw słodycze stanowią dobra luksusowe¹³.

2.3. Zmiany w konsumpcji żywności w sąsiednich krajach

Podobieństwo w modelu żywienia pomiędzy krajami jest uwarunkowane przede wszystkim czynnikami geograficznymi i klimatycznymi. Podobne warunki do produkcji żywności określają rodzaj krajowej produkcji, która ze względu na niższe koszty transportu staje się zwykle najbardziej konkurencyjna cenowo i dlatego najbardziej dostępna dla przeciętnego mieszkańca. Nawet jeśli obecnie transport jest dużo łatwiejszy niż jeszcze kilkadziesiąt lat temu, a przez to i tańszy, to jednak lokalna żywność i sposób jej przyrządzania staje się elementem międzypokoleniowych zwyczajów a tym samym i tradycji kulturowej. W konsekwencji współtworzy element tożsamości etnicznej, regionalnej czy nawet religijnej (np. karp na wigilię¹⁴).

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...

...

12. Kwasek M. (red. nauk.), Ocena stanu żywienia ludności w Polsce w aspekcie bezpieczeństwa żywnościowego, IERiGŻ, Warszawa 2012, str. 38.

13. Tamże, str. 41.

14. Zwyczaj praktykowany zasadniczo w Polsce i powszechnie wiązany z tradycją katolicką. Co prawda od początków chrześcijaństwa na ziemiach polskich zalecano spożywanie ryby podczas wieczery wigilijnej, lecz pierwotnie nie był to karp. Jako ryba wywodząca się z Azji, nie była w Polsce łatwo dostępna. Dlatego najczęściej na wigilię spożywano solonego śledzia. Jednak ze względu na łatwość hodowli jego produkcja rozpowszechniła się i w Polsce. Przy czym dopiero po II wojnie światowej w socjalistycznej gospodarce planowej karp został najtańszą i najłatwiej dostępną rybą. Wicepremier i Przewodniczący Państwowej Komisji Planowania Gospodarczego, członek KC PZPR, Hilary Minc głosił w latach 1949–1952 słynne hasło „karp na każdym wigilijnym stole”. Zewzględu na brak lodówek karpia dystrybuowano żywego, a po zakupie trzymano w baliach lub w wannach i zabijano dopiero przed wieczerzą. W ten sposób utrwalił się na wiele dziesięcioleci ten powszechny zwyczaj żywienia Polaków.

02

Trendy w konsumpcji
podstawowych kategorii
żywnościowych

...

Oprócz jednak względnie niezmiennych czynników geograficznych i kulturowych, istotną rolę w zmianie zwyczajów żywieniowych odgrywa proces bogacenia się. Zatem różnice w tempie bogacenia się społeczeństwa danego kraju będą miały swoje odzwierciedlenie w szybszych lub wolniejszych zmianach modelu żywienia.

Wreszcie zmiana modelu żywienia zależy od postępującego procesu globalizacji, zarówno procesów produkcji, jak i dystrybucji żywności. Duże koncerny międzynarodowe z obszaru produkcji i dystrybucji żywności są w stanie ponieść ogromne nakłady marketingowe na promocje swoich produktów, wywołują zmiany w strukturze konsumpcji. Zwykle bowiem, oprócz kreowania chęci nabycia danego produktu wśród konsumentów, są one w stanie dostarczyć go po bardzo konkurencyjnej cenie, przez co, jeśli nie z powodu samej mody, to ze względu na czynnik ekonomiczny konsumpcja danego produktu wzrasta.

Jak wskazują dane FAO, w latach 1993–2011 zmiany w modelu konsumpcji żywności obserwowane są zarówno w Polsce, jak również w sąsiednich krajach o poziomie i strukturze spożycia żywności najbardziej zbliżonych do Polski. Do krajów tych zaliczono Niemcy, Czechy, Słowację, Estonię oraz Litwę¹⁵.

W przeanalizowanej grupie artykułów żywnościowych spadek przeciętnej konsumpcji w grupie porównawczej, liczonej jako średnia dla krajów ważona realnymi wydatkami według siły nabywczej w odpowiednich latach, **wystąpił w przypadku: wołowiny (o 54,5%), jabłek (o 27,7%), masła (o 24,5%), ziemniaków i ich produktów (o 17,7%), a także mleka (o 3,7%), bananów (o 3,4%) i wieprzowiny (o 2,3%).** Z nielicznymi wyjątkami (wieprzowina), zasadniczo tendencje te są zbieżne z tymi obserwowanymi w Polsce, ale także z tymi obserwowanymi w najbogatszym z krajów porównawczych, czyli w Niemczech. Istotny wyjątek dotyczy mleka, dla którego we wszystkich krajach oprócz Niemiec obserwowany był spadek spożycia, a w Niemczech wzrost o 13,4%.

Jeżeli zaś chodzi o wzrosty konsumpcji, to w grupie porównawczej zaobserwowano je w przypadku takich artykułów żywnościowych, jak: drób (wzrost aż o 106,1%), pomidory (82,5%), pomarańcze i mandarynki (48,6%), winogrona (44,9%), a także nieznaczące w przypadku jaj (1,7%).

Wartą podkreślenia wyraźną tendencją obserwowaną w całej analizowanej grupie krajów jest bardzo silny spadek konsumpcji wołowiny przy jednoczesnym znacznym wzroście spożycia drobiu. Na uwagę zasługuje także wzrost konsumpcji owoców z cieplejszych stref klimatycznych, tj. pomarańczy i mandarynek oraz winogron, przy spadku konsumpcji jabłek. W przypadku Polski warto jednak podkreślić, że dane FAO wskazują na wzrost konsumpcji jabłek w przeciwieństwie do spadków obserwowanych we wszystkich pozostałych krajach.

W Polsce konsumpcja pomidorów na głowę przewyższa konsumpcję w innych krajach, co oznacza, że dalszy dynamiczny wzrost spożycia może być trudny do utrzymania. Dość wyraźnym trendem jest również spadek spożycia ziemniaków i ich produktów, przy czym bardzo wysokie spożycie tych produktów jest charakterystyczne dla Polski, Łotwy i Estonii. W latach 2010–2011 polski konsument spożywał ponad 2 razy więcej ziemniaków niż słowacki (należy nadmienić, że to właśnie w tym kraju na przestrzeni lat 1993–2011 nastąpił największy spadek spożycia tych produktów, tj. o 44,9%).

...

15. Wyboru krajów dokonano na podstawie wniosków z badania M. Gałązka, A. Grzełak, 2013, „Tendencje konsumpcji żywności w Polsce na tle uwarunkowań globalnych”.

Tabela 6. Zmiana wielkości spożycia wybranych kategorii żywnościowych w Polsce na tle zmian w kilku sąsiednich krajach (kg/per capita/rok – średnia w dwóch latach i jej zmiana pomiędzy okresami)

		Polska	Niemcy	Czechy	Słowacja	Estonia	Łotwa	średnia wazona w grupie	Polska a średnia w grupie	Polska a Niemcy
ziemniaki i produkty	1993–1994	141,98	78,52	81,96	96,64	117,91	132,11	97,66	45,4%	80,8%
	2010–2011	113,72	66,38	64,20	53,21	112,62	93,07	80,41	41,4%	71,3%
	zmiana w %	-19,9%	-15,5%	-21,7%	-44,9%	-4,5%	-29,6%	-17,7%	-8,7%	-11,8%
wołowina	1993–1994	11,68	16,94	18,75	14,75	23,41	31,69	18,40	-36,5%	-31,1%
	2010–2011	2,60	12,98	7,53	4,78	13,10	5,13	8,37	-68,9%	-80,0%
	zmiana w %	-77,7%	-23,4%	-59,8%	-67,6%	-44,0%	-83,8%	-54,5%	88,7%	157,5%
wieprzowina	1993–1994	48,72	53,45	52,34	21,94	21,94	25,17	42,95	13,4%	-8,8%
	2010–2011	50,74	53,85	45,59	26,38	26,38	39,92	41,96	20,9%	-5,8%
	zmiana w %	4,1%	0,7%	-12,9%	20,2%	20,2%	58,6%	-2,3%	55,7%	-34,7%
drób	1993–1994	9,99	11,56	11,95	6,84	5,17	5,06	9,64	3,7%	-13,6%
	2010–2011	21,59	17,88	23,55	16,23	20,11	21,16	19,86	8,7%	20,7%
	zmiana w %	116,1%	54,7%	97,1%	137,3%	289,0%	318,2%	106,1%	137,8%	-252,8%
pomidory	1993–1994	11,60	11,98	6,79	9,85	4,84	4,30	9,16	26,6%	-3,2%
	2010–2011	22,15	18,80	12,85	13,71	17,93	14,27	16,73	32,4%	17,8%
	zmiana w %	90,9%	56,9%	89,2%	39,2%	270,5%	231,9%	82,5%	22,0%	-661,8%
jabłka	1993–1994	16,83	25,31	17,37	8,79	18,25	22,68	19,57	-14,0%	-33,5%
	2010–2011	17,18	19,06	11,98	10,61	13,28	8,91	14,14	21,5%	-9,9%
	zmiana w %	2,1%	-24,7%	-31,0%	20,7%	-27,2%	-60,7%	-27,7%	-253,4%	-70,6%
pomarańcze i mandarynki	1993–1994	3,95	8,70	18,47	9,54	5,65	1,91	9,42	-58,1%	-54,6%
	2010–2011	5,96	14,41	19,22	14,68	16,37	10,83	14,00	-57,4%	-58,6%
	zmiana w %	50,9%	65,6%	4,1%	53,9%	189,7%	467,0%	48,6%	-1,1%	7,4%
banany	1993–1994	2,85	12,99	9,67	4,86	2,35	3,84	8,19	-65,2%	-78,1%
	2010–2011	2,10	10,25	9,21	8,38	8,69	5,99	7,91	-73,4%	-79,5%
	zmiana w %	-26,3%	-21,1%	-4,8%	72,4%	269,8%	56,0%	-3,4%	12,7%	1,9%
winogrona	1993–1994	1,68	7,80	3,32	1,31	1,40	1,50	4,10	-59,0%	-78,5%
	2010–2011	3,92	8,91	5,53	5,00	6,12	3,45	5,94	-34,0%	-56,0%
	zmiana w %	133,3%	14,2%	66,6%	281,7%	337,1%	130,0%	44,9%	-42,4%	-28,6%
masło	1993–1994	4,20	6,32	4,83	3,38	5,47	3,48	5,03	-16,6%	-33,5%
	2010–2011	4,17	5,35	4,84	2,46	2,31	2,05	3,80	9,7%	-22,1%
	zmiana w %	-0,7%	-15,3%	0,2%	-27,2%	-57,8%	-41,1%	-24,5%	-158,7%	-34,2%
mleko	1993–1994	205,17	226,43	208,00	152,63	302,57	239,04	218,97	-6,3%	-9,4%
	2010–2011	194,24	256,78	185,74	139,10	245,28	218,83	210,88	-7,9%	-24,4%
	zmiana w %	-5,3%	13,4%	-10,7%	-8,9%	-18,9%	-8,5%	-3,7%	25,2%	159,4%
jajka	1993–1994	8,48	12,02	13,13	16,11	13,88	7,64	12,16	-30,2%	-29,5%
	2010–2011	10,31	12,59	12,88	12,84	11,37	14,02	12,37	-16,6%	-18,1%
	zmiana w %	21,6%	4,7%	-1,9%	-20,3%	-18,1%	83,5%	1,7%	-45,1%	-38,5%

Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych FAO.

02

Trendy w konsumpcji podstawowych kategorii żywnościowych

...



03

Kryteria wyboru
i synonimy jakości
produktów
żywnościowych

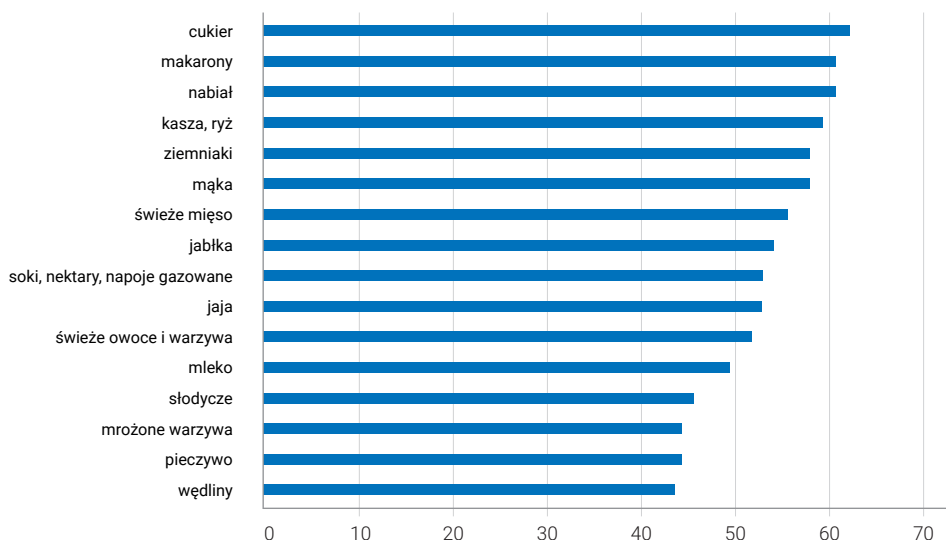
Z badania GfK CAPIBUS wynika, że cena jest najważniejszym kryterium brany pod uwagę przy wyborze artykułów spożywczych. Jednak w przypadku kategorii, takich jak wędliny czy pieczywo, konsumenci rzadziej zwracają uwagę na ich niską cenę niż w przypadku produktów masowych, takich jak cukier bądź makaron.

03

Kryteria wyboru i synonimy jakości produktów żywnościowych

...

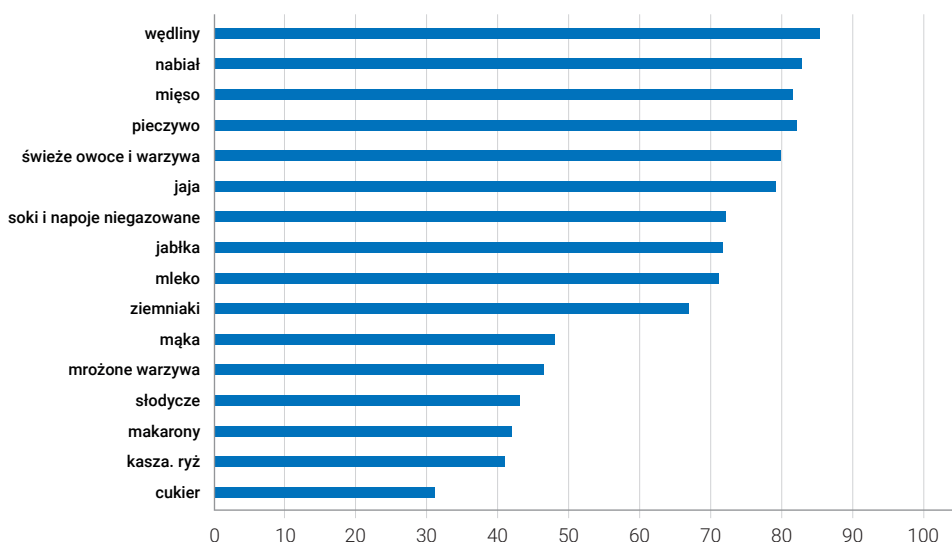
Wykres 8. Znaczenie kryterium ceny (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Wysoka jakość najczęściej kojarzy się konsumentom ze świeżością produktów. Na cechę tę przypadło średnio 64% wskazań. Szczególne znaczenie ma świeżość w przypadku produktów odzwierzęcych, takich jak nabiał, mięso i wędliny, oraz w przypadku pieczywa.

Wykres 9. Świeżość jako synonim wysokiej jakości (% wskazań)



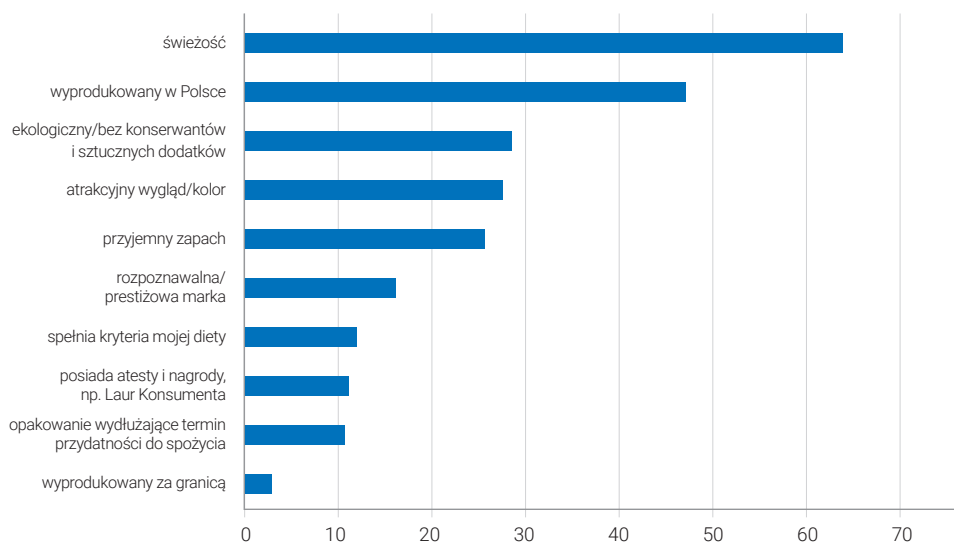
Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Oprócz świeżości duże znaczenie dla percepcji wysokiej jakości ma fakt wyprodukowania żywności w Polsce. Szczególne znaczenie ma on w przypadku produktów masowych, takich jak mąka i cukier, oraz jabłek i ziemniaków. Wśród cech branych pod uwagę w badaniu, w następnej kolejności najczęściej wskazywane były atrybuty, takie jak: ekologiczny sposób produkcji, brak konserwantów i sztucznych dodatków w składzie, atrakcyjny wygląd oraz przyjemny zapach.

03

Kryteria wyboru
i synonimy jakości
produktów
żywnościowych

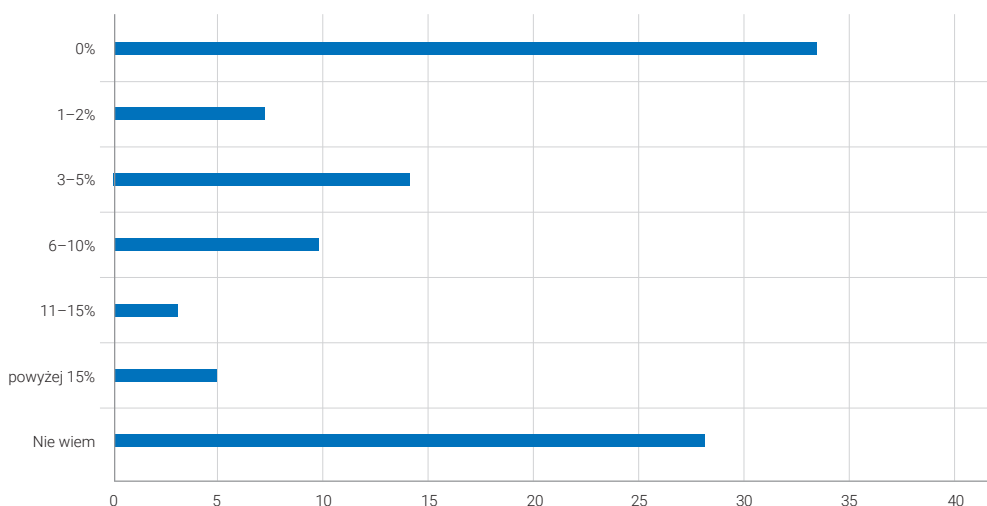
Wykres 10. Cechy kojarzone z wysoką jakością artykułów spożywczych (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Jednocześnie, jak wynika z badań GfK CAPIBUS, konsumenci wysoką jakość, zdefiniowaną cechami wymienionymi powyżej, traktują często jako standard. Co trzeci respondent nie chce płacić więcej za wysoką jakość. Dla połowy badanych akceptowalny jest wzrost ceny o 1–5% (55% wskazań). Tylko co 10 jest w stanie zapłacić za wyższą jakość 15% i więcej. Stosunkowo dużo osób wskazało jednak na odpowiedź „nie wiem”, co może oznaczać, że ich gotowość płacenia więcej zależy od kategorii produktu lub natężenia cech kojarzonych z wysoką jakością.

Wykres 11. Gotowość płacenia większej ceny (w %, oś pionowa) za artykuły spożywcze wysokiej jakości (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

3.1. Pieczywo i produkty zbożowe

Jak wynika z danych GfK CAPIBUS, przy wyborze pieczywa konsumenci w znacznie mniejszym stopniu niż w przypadku innych kategorii żywności kierują się najniższą ceną. Jedynie 46% respondentów wskazało, że przy wyborze pieczywa kieruje się jego niską ceną, podczas gdy dla wszystkich analizowanych kategorii żywności średni odsetek wskazań wynosi 54%. Niemniej jednak niska cena wciąż jest najważniejszym kryterium wyboru. Niska cena pieczywa jest szczególnie mało istotna dla osób młodych (37% wskazań w przedziale wiekowym 18–29 lat), osób z wyższym wykształceniem (29% wskazań), z wysokimi dochodami (34% dla gospodarstw domowych o dochodzie netto przekraczającym 5000 zł) oraz osób z małymi dziećmi (26% osób z dziećmi poniżej 2 lat).

Drugim najważniejszym kryterium wyboru z 41% wskazań jest tradycyjna receptura lub tradycyjny gatunek. To też wyróżnia pieczywo na tle innych kategorii żywności, gdyż we wszystkich pozostałych kategoriach na drugim miejscu znajduje się fakt wyprodukowania w Polsce. Tradycyjna receptura lub tradycyjny gatunek w przypadku wszystkich kategorii żywności jako jedno z kryteriów wyboru uzyskało średnio jedynie 20% wskazań, czyli o połowę mniej niż w przypadku pieczywa. Czynniki te w przypadku wyboru pieczywa ma szczególnie duże znaczenie dla kobiet (47%) oraz pracowników umysłowych (58%), osób z gospodarstw domowych liczących pięć osób lub więcej (50%). Na tradycyjną recepturę w stosunkowo niewielkim stopniu zwracają uwagę mężczyźni (33%) i robotnicy niewykwalifikowani (18%). Trzecim najważniejszym kryterium brany pod uwagę przy wyborze pieczywa jest fakt wyprodukowania w Polsce. W przypadku pieczywa ten czynnik uzyskuje minimalnie więcej wskazań (39%) niż w przypadku wszystkich kategorii żywności (38%). Polskie pochodzenie pieczywa jest szczególnie ważne dla osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym (47%) oraz młodych (47%). Niewielkie znaczenie ma z kolei dla pracowników umysłowych (19%).

Inne istotne kryteria w przypadku wyboru pieczywa to ekologiczny sposób produkcji oraz brak konserwantów, atrakcyjny wygląd, dopasowanie wielkości opakowania do potrzeb oraz spełnianie norm dietetycznych.

Ekologiczny sposób produkcji oraz brak konserwantów ma szczególne znaczenie dla kobiet, osób z wykształceniem średnim, gospodarstw domowych o dużym dochodzie, gospodarstw domowych liczących pięć osób lub więcej, studentów lub uczniów oraz osób z grupy zawodowej określanej jako właściciele, specjaliści i dyrektorzy. Widać lekką tendencję spadku zainteresowania tym kryterium wraz ze wzrostem wieku ankietowanej osoby. Kryterium to jako istotne wskazało 27% osób w wieku 19–29 lat, 20% w wieku 50–65 lat oraz 11% osób w wieku 66 lat i więcej. Co interesujące wśród osób z wyższym wykształceniem czynnik ten nie jest wskazywany częściej niż w ogóle populacji.

Z kolei spełnianie norm dietetycznych jest istotne szczególnie dla kobiet, osób z wykształceniem wyższym, osób w wieku 50–65 lat oraz osób z gospodarstw o wysokim dochodzie netto. Czynniki te ma wyjątkowo niskie znaczenie dla mężczyzn, osób bezrobotnych oraz osób o najniższym dochodzie.

Na tle innych kategorii żywności w przypadku wyboru pieczywa stosunkowo małe znaczenie mają praktyczne i funkcjonalne opakowanie oraz rozpoznawalność i prestiż marki. Jest to zrozumiałe, biorąc pod uwagę, że pieczywo zazwyczaj sprzedawane jest luzem, bez opakowania i tym samym zazwyczaj bez marki. Swoistym substytutem marki jest sprzedaż pieczywa w sklepach firmowych piekarni, jednak prawdopodobnie ankietowani nie brali tego faktu pod uwagę, odpowiadając na pytania.

03

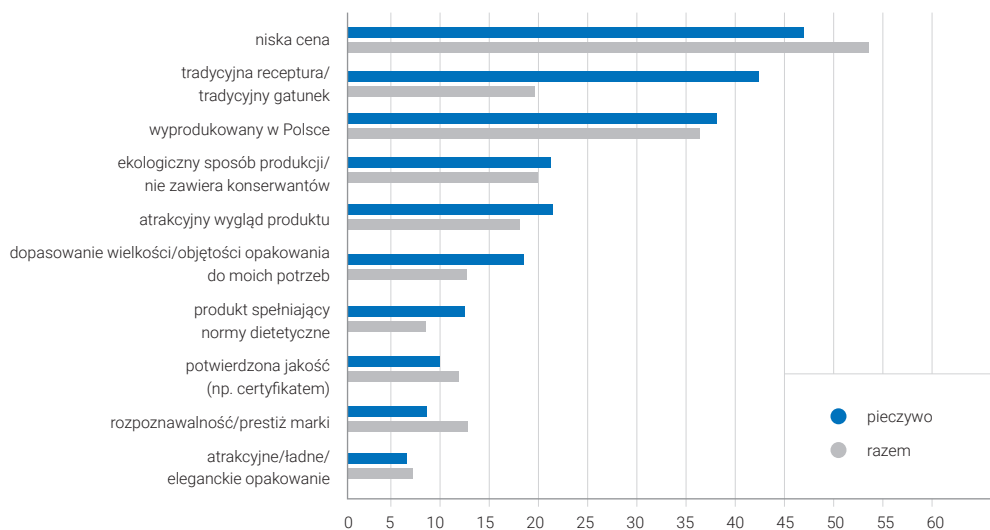
Kryteria wyboru i synonimy jakości produktów żywnościowych

...

03

Kryteria wyboru
i synonimy jakości
produktów
żywnościowych
...

Wykres 12. Kryteria brane pod uwagę przy zakupie pieczywa (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Jeśli chodzi o percepcję wysokiej jakości w przypadku pieczywa, konsumenci częściej niż przy innych produktach wskazują na świeżość i fakt, że produkt jest ekologiczny oraz nie zawiera konserwantów i sztucznych dodatków. Jednak w przypadku pieczywa wyjątkowo ważny jest również przyjemny zapach – tak wskazała aż połowa respondentów, podczas gdy w przypadku żywności ogółem fakt ten kojarzony jest z wysoką jakością jedynie w przypadku 26% wskazań. Stosunkowo rzadko wysoka jakość pieczywa kojarzona jest z jego marką czy atestami. Z kolei skłonność do zapłaty za wyższej jakości pieczywo nie odbiega od przeciętnej dla wszystkich artykułów żywnościowych opisanych na wstępie.

3.2. Nabiał

Porównując kryteria wyboru, jakimi kierują się polscy konsumenci nabywający nabiał, możemy zauważyć, że największe znaczenie ma cena danego produktu. Jest ona podstawowym czynnikiem wyboru dla 61% respondentów, głównie w wieku powyżej 65. roku życia, których głównym źródłem dochodu jest emerytura. Kryterium ceny przy wyborze nabiału ma jednocześnie większe znaczenie niż w pozostałych kategoriach żywnościowych.

Z kolei podobnie jak w przypadku pozostałych produktów żywnościowych istotne znaczenie przy wyborze nabiału ma fakt, czy produkty te są wytwarzane w Polsce. Kryterium to, jako istotne przy zakupie nabiału wskazało 42% zapytanych. Tym samym jest ono drugim w kolejności czynnikiem decydującym o zakupie tych produktów.

Konsumenci nabywający nabiał znacznie częściej niż w przypadku pozostałych produktów żywnościowych zwracają uwagę na jego recepturę. Według badań GfK CAPIBUS prawie co trzeci konsument ceni sobie tradycyjną recepturę produktów z tej grupy. Jest to szczególnie istotny czynnik wyboru dla nabywców z południowej Polski.

Dla Polaków przy zakupie nabiału większe znaczenie niż przy wyborze innych produktów ma fakt, czy nabywany towar spełniał normy dietetyczne.

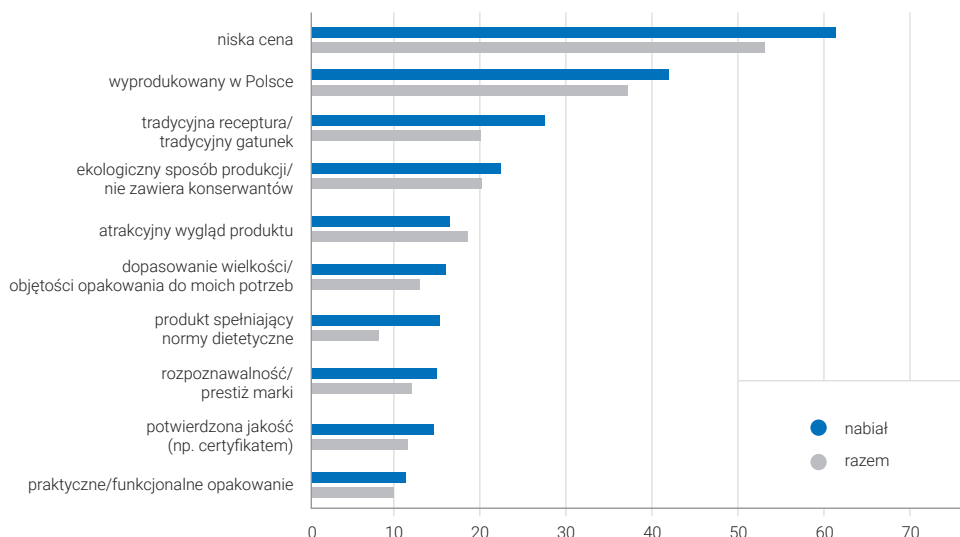
Najmniej istotne dla respondentów przy zakupie nabiału jest opakowanie, certyfikat jakości oraz rozpoznawalność marki. Na te czynniki zwraca uwagę jedynie co szósty konsument. Należy jednak zauważyć, że czynniki te są częściej wybierane w przypadku nabiału niż w przypadku większości pozostałych produktów żywnościowych.

Za podstawowy wyznacznik jakości nabywanego nabiału konsumenci uznają jego świeżość. Kryterium to za najistotniejsze wskazuje 83% ankietowanych. Jednocześnie dla prawie połowy respondentów produkt dobrej jakości to nabiał pochodzący z krajowej produkcji. Duże znaczenie przy określeniu jakości odgrywa jego przyjemny zapach, na który przy wyborze produktu zwraca uwagę 37% ankietowanych. Jedna trzecia konsumentów

za dobrej jakości nabiał uważa produkty, które nie zawierają konserwantów i sztucznych dodatków; może to być spowodowane trendami odwołującym się do zdrowego trybu życia.

Za produkty o zauważalnej wyższej jakości 33% respondentów jest skłonnych zapłacić do 10% więcej. Wzrost ceny większy niż 10% w zamian za lepszą jakość jest akceptowalny dla 8%. Jednocześnie co trzeci respondent badania GfK CAPIBUS wskazuje, że nie byłby w stanie zapłacić więcej za wyższej jakości nabiał.

Wykres 13. Kryteria brane pod uwagę przy zakupie nabiału (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Podobnie jak w przypadku nabiału konsumenci przy zakupie mleka kierują się w głównej mierze ceną produktu. Determinanta ta jest jednak mniej istotna, zarówno w porównaniu z samym nabiałem jak i z większością pozostałych produktów żywnościowych, co wynika między innymi z wyrównanej ceny tego produktu dostępnego na rynku. Jednocześnie 41% respondentów jest skłonnych zaakceptować wyższą cenę za ten produkt przy jego wyższej jakości, zaś co trzeci ankietowany podkreśla, że nie jest w stanie zapłacić więcej. Dla konsumentów istotnym czynnikiem przy wyborze mleka jest również miejsce produkcji, a ściślej mówiąc fakt, czy produkt (marka) jest pochodzenia polskiego. Na ten aspekt zwraca uwagę 44% nabywców.

Do istotnych kryteriów wyboru mleka należy również ekologiczny sposób jego produkcji oraz brak konserwantów, którym kieruje się prawie ¼ respondentów, głównie w wieku 30–49 lat. Na ten fakt szczególną uwagę zwracają osoby, których dochód netto w gospodarstwie domowym jest większy niż 5000 zł.

Konsumenci, nabywając mleko, w małym stopniu zwracają uwagę na rozpoznawalność marki oraz objętość opakowania. Na te elementy uwagę zwraca tylko około 10–11% ankietowanych. Z kolei tylko co trzynasty nabywca mleka przy zakupie tego produktu zwraca uwagę na fakt, czy produkt ten spełnia normy dietetyczne.

Podobnie jak w przypadku nabiału, określając jakość mleka, konsumenci kierują się w głównej mierze jego świeżością (71% ankietowanych), faktem, że pochodzi ono z polskiej produkcji (47% respondentów) oraz brakiem zawartości konserwantów i sztucznych dodatków (33% konsumentów).

03

Kryteria wyboru i synonimy jakości produktów żywnościowych

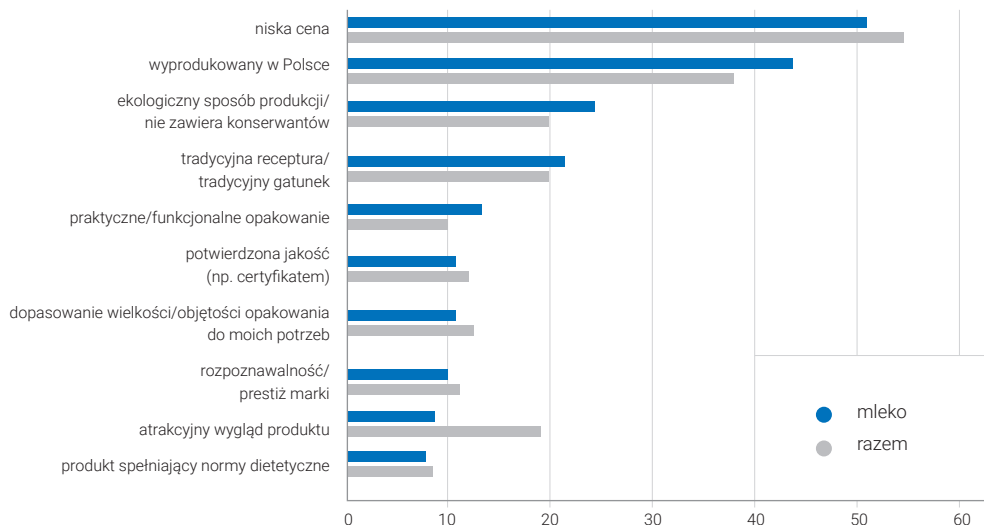
...

03

Kryteria wyboru i synonimy jakości produktów żywnościowych



Wykres 14. Kryteria brane pod uwagę przy zakupie mleka (% wskazań)



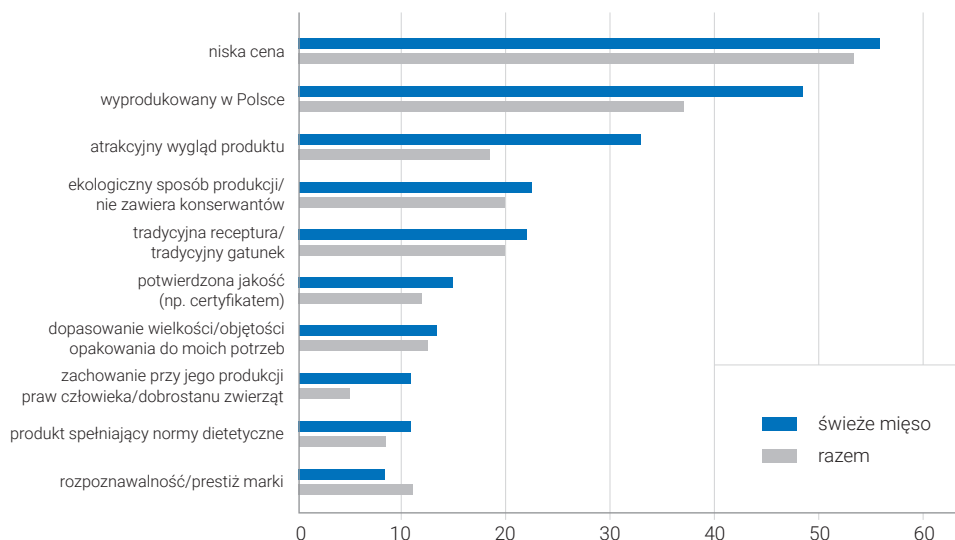
Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

3.3. Mięso i wędliny

Przy wyborze produktów mięsnych największe znaczenie ma niska cena. Dotyczy to zarówno świeżego mięsa, jak i wędlin. To kryterium jest kluczowe dla co drugiego respondenta nabywającego oba produkty. Jak wynika z badań GfK CAPIBUS, im starsi konsumenci, tym czynnik ten nabiera większego znaczenia.

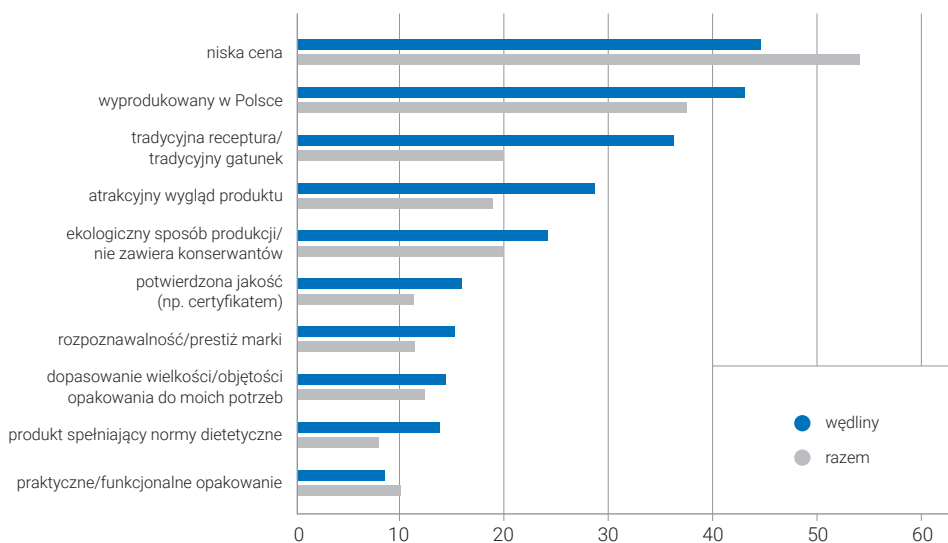
Niska cena odgrywa również dużą rolę przy zakupie wędlin. Wprawdzie jest to nieco niższy odsetek ankietowanych (45%) niż odnotowany dla mięsa świeżego, jednak nadal jest na pierwszym miejscu wśród głównych czynników wyboru.

Wykres 15. Kryteria brane pod uwagę przy zakupie świeżego mięsa (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Wykres 16. Kryteria brane pod uwagę przy zakupie wędlin (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Kolejnym ważnym kryterium przy wyborze świeżego mięsa oraz wędlin jest to, że dany produkt pochodzi z Polski. Na ten aspekt zwraca uwagę prawie połowa respondentów kupujących świeże mięso oraz więcej niż czterech z dziesięciu ankietowanych w przypadku zakupu wędlin. Warto podkreślić, że zarówno przy wyborze świeżego mięsa, jak i wędlin więcej osób zwraca uwagę na kraj pochodzenia niż przy większości badanych grup produktów. Ten współczynnik rośnie też wraz z wielkością gospodarstwa domowego.

Porównując kryteria wyboru przy zakupie świeżego mięsa oraz wędlin, okazuje się, że co trzeci badany zwraca uwagę na atrakcyjny wygląd produktów mięsnych. Odgrywa on znacznie większą rolę niż w przypadku pozostałych analizowanych grup produktowych. Widzimy również znaczne zainteresowanie wędliną o tradycyjnej recepturze, gdyż prawie dwukrotnie więcej ankietowanych, niż ma to miejsce dla innych badanych grup produktów, kieruje się tym przy dokonywaniu zakupów. Jak pokazują badania GfK CAPIBUS, zainteresowanie produktami o tradycyjnej recepturze rośnie też wraz z wykształceniem konsumenta.

Warto podkreślić, że przy ocenie jakości świeżego mięsa oraz wędlin konsumenci kierują się zbliżonymi kryteriami. Dominujące znaczenie ma świeżość, a w drugiej kolejności to, że produkty mięsne zostały wyprodukowane w Polsce. Takie wybory deklaruje większość ankietowanych, niezależnie od pozycji zawodowej czy wieku. Równie istotnym czynnikiem jest przyjemny zapach oraz atrakcyjny wygląd. Wskazuje na to więcej niż co trzeci respondent. Widzimy również, że przy ocenie jakości znaczącą rolę odgrywa fakt, czy zakupiony produkt jest ekologiczny bądź nie zawiera konserwantów oraz sztucznych dodatków. Całkiem inaczej postrzegane jest z kolei, czy produkt znajduje się w opakowaniu wydłużającym termin przydatności do spożycia. Na tę kwestię zwraca uwagę zaledwie 9% ankietowanych osób. Stosunkowo niewielkie znaczenie dla postrzegania jakości ma również fakt, iż dany produkt mięsny, odnosi się to do świeżego mięsa oraz wędlin, został wyprodukowany za granicą.

Poszukując mięsa lub wędlin wysokiej jakości, Polacy są skłonni zapłacić większą cenę. W przypadku obu produktów 42% osób jest w stanie zapłacić średnio około 6% więcej za mięso czy wędlinę wysokiej jakości.

Z badania GfK PGD wynika, że polscy konsumenci najczęściej sięgają po produkty markowe (93% w 2014 r.), stosunkowo rzadko po produkty dostępne pod marką własną. Co ciekawe, jest to najwyższy udział tego rodzaju produktów w strukturze zakupów, biorąc pod uwagę pozostałe badane grupy artykułów spożywczych.

03

Kryteria wyboru i synonimy jakości produktów żywnościowych

...

03

Kryteria wyboru
i synonimy jakości
produktów
żywnościowych

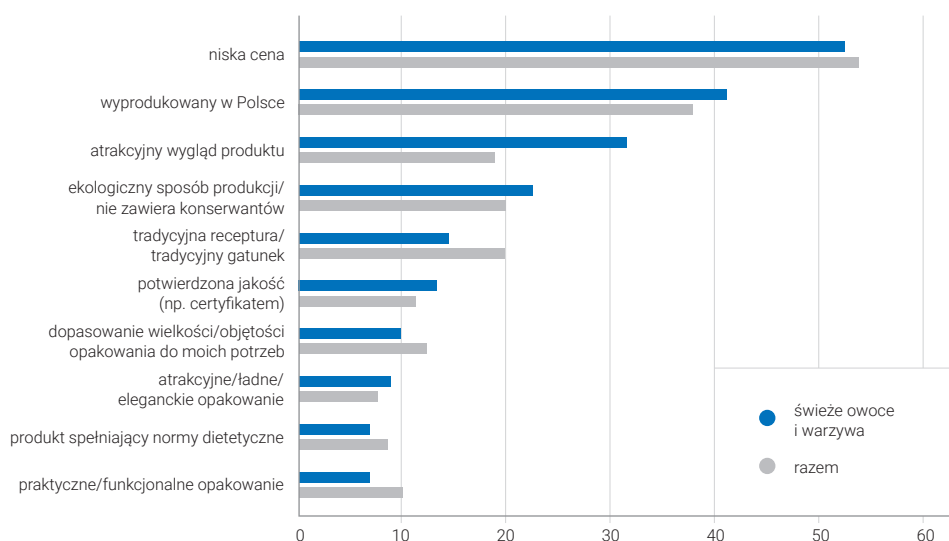
...

3.4. Warzywa i owoce

Dla 53% konsumentów podstawowym czynnikiem wyboru owoców i warzyw świeżych jest ich niska cena. W porównaniu z pozostałymi kategoriami żywnościowymi jest ona jednak mniej znaczącym czynnikiem. Różnice te widać szczególnie w grupie gospodarstw domowych o najniższych dochodach (poniżej 2 tys. zł), gdzie ma ona znaczenie „tylko” dla 54% respondentów (dla żywności ogółem było to średnio 63% wskazań w grupie gospodarstw domowych o dochodzie mniejszym niż 2 tys. zł). Wyniki te zróżnicowane są prawdopodobnie ze względu na dysproporcje względem rodzaju nabywanych owoców i warzyw. Wśród nich znajdują się te bardziej podstawowe (warzywa tradycyjne), w przypadku których czynnik ceny jest mniej znaczący, i dobra wyższego rzędu, charakteryzujące się wyższą elastycznością dochodową, chętniej nabywane przez konsumentów bardziej zamożnych.

Drugim ważnym kryterium, którym kierują się kupujący owoce i warzywa, jest ich polskie pochodzenie. Badania GfK CAPIBUS wskazują, że w przypadku owoców i warzyw świeżych jest to czynnik istotny dla 41% respondentów, czyli nieznacznie więcej niż średnio w badanych kategoriach żywnościowych (38%). Patrząc jednak na strukturę spożycia, w której udział stanowią owoce i warzywa importowane, oczywistym jest, że odchylenie od średniej nie jest aż tak zauważalne. Biorąc pod uwagę produkty o nieskoncentrowanej geograficznie produkcji, znaczenie tej cechy wzrasta. Dla kupujących jabłka pochodzenie krajowe owoców jest ważnym kryterium wyboru dla 47% respondentów, co jest jednym z najwyższych wskazań wśród badanych kategorii żywnościowych. Kwestia ta jest coraz bardziej zauważalna przez producentów, podkreślających polskie pochodzenie owoców i warzyw w różnego rodzaju kampaniach promocyjnych (np. kampanie „Jem, bo polskie”).

Wykres 17. Kryteria brane pod uwagę przy zakupie owoców i warzyw świeżych (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Cechą wyboru, która odróżnia owoce i warzywa świeże od pozostałych kategorii, jest również atrakcyjny wygląd produktu. Na istotność tego kryterium wskazało 32% respondentów przy średniej wskazań dla wszystkich kategorii żywnościowych wynoszącej około 20%. Co więcej, dla 41% respondentów jest to ważny czynnik kształtowania jakości produktu, poza jego polskim pochodzeniem, a także świeżością, która w przypadku owoców i warzyw, w porównaniu z innymi kategoriami produktów żywnościowych, może mieć charakter bardziej standardowy. Stąd też prawdopodobne są dalsze zmiany w kierunku oferowania odmian owoców i warzyw bardziej atrakcyjnych pod względem koloru czy też wielkości, a także produktów pakowanych. Atrakcyjny wygląd produktu jest również znacznie ważniejszą kwestią niż tradycyjny gatunek owoców. Według GfK CAPIBUS tradycyjny gatunek/receptura jest ważny tylko dla 15% ankietowanych przy średniej wskazań dla wszystkich kategorii żywnościowych wynoszącej blisko 20%.

Ważnym kryterium wyboru owoców i warzyw jest również ekologiczny sposób ich produkcji (23%). Znaczenie tego czynnika wzrasta wraz ze wzrostem wykształcenia respondentów, co wiąże się prawdopodobnie ze zwiększającą się jednocześnie świadomością nt. oferowanej żywności.

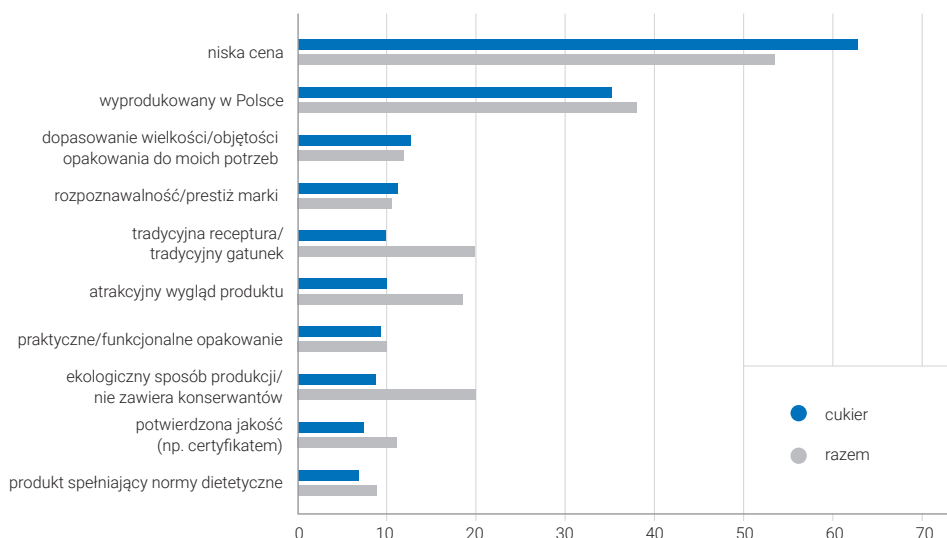
Kryteria wyboru owoców i warzyw świeżych w dużej mierze pokrywają się z oczekiwaniami konsumentów co do jakości produktów. Najważniejszą jednak cechą dla kupujących owoce i warzywa, charakteryzującą ich wysoką jakością, jest świeżość – wskazało na nią 80% badanych respondentów. Jest to o 16 pp. więcej wskazań niż średnio dla wszystkich kategorii żywności. Oznacza to, że w przypadku owoców i warzyw, które są oferowane z reguły w formie świeżej oraz produkowane sezonowo i charakteryzują się relatywnie wysoką wrażliwością przechowalniczą, ważnymi kwestiami z punktu widzenia kształtowania jakości są warunki ich magazynowania, kwestie związane z logistyką, a także sposób ekspozycji na półkach sklepowych. Czynniki te, choć ulegają stałej poprawie, co widać chociażby po tempie budowy chłodni z kontrolowaną atmosferą, powinny w dalszym ciągu być usprawniane. Z badań wynika, że 9% respondentów jest gotowych zapłacić cenę ponad 10% wyższą za owoce i warzywa świeże, gdyby ich jakość się poprawiła (w tym 10% w przypadku jabłek). Niewiele więcej wskazań odnotowano tylko w przypadku pieczywa, mięsa oraz wędlin.

Dla jakości w przypadku owoców i warzyw świeżych małe znaczenie ma rozpoznawalna marka (9%), co wiąże się raczej ze specyfiką produkcji i z wciąż niską dostępnością produktów oznakowanych logo producenta. Zdecydowanie mniej ważne niż w przypadku innych produktów z punktu widzenia jakości jest to, czy produkt spełnia kryteria diety (7%). Mało liczącym się czynnikiem jakości (6% wskazań) jest zagraniczne pochodzenie towaru.

3.5. Cukier i słodczy

Decydując się na zakup cukru i słodczy, konsumenci kierują się nieco innymi kryteriami wyboru ze względu na odmienne charakterystyki tych produktów.

Wykres 18. Kryteria brane pod uwagę przy zakupie cukru (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

Głównym i dominującym kryterium wyboru w przypadku cukru jest niska cena. Kryterium to jest ważne dla 63% respondentów i w porównaniu z innymi badanymi produktami było najczęściej wskazywane właśnie w przypadku cukru. Dla porównania średnia wskazań na niską cenę dla wszystkich badanych produktów wyniosła 54%. Na drugim miejscu z dużo niższym odsetkiem wskazań znalazł się fakt produkcji w Polsce (35% wskazań). Pozostałe czynniki uzyskiwały poniżej 13% wskazań.

W porównaniu ze średnimi wskazaniami dla wszystkich badanych grup nabywcy kupując cukier mniejszą wagę niż w przypadku innych artykułów spożywczych przywiązują do atrakcyjnego wyglądu produktu, tradycyjnej receptury, ekologicznego sposobu produkcji czy potwierdzonej (np. certyfikatem) jakości. W przypadku dwóch pierwszych kryteriów może wynikać to z faktu, że cukier jest produktem masowym i możliwości wyróżnienia tego produktu są raczej niewielkie.

03

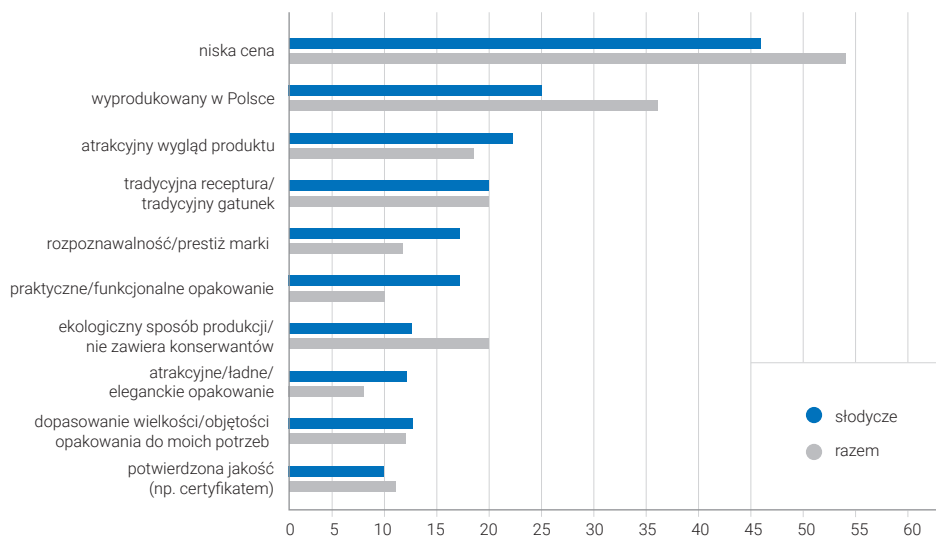
Kryteria wyboru i synonimy jakości produktów żywnościowych

...

03

Kryteria wyboru
i synonimy jakości
produktów
żywnościowych

Wykres 19. Kryteria brane pod uwagę przy zakupie słodczy (% wskazań)



Źródło: Opracowanie BGŻ BNP Paribas na podstawie danych GfK CAPIBUS.

W przeciwieństwie do cukru słodczy są produktami wysokoprzetworzonymi. Ich asortyment jest bardzo szeroki i zróżnicowany.

Mimo że niska cena pozostaje głównym kryterium wyboru słodczy, to ma mniejsze znaczenie niż w przypadku innych produktów żywnościowych. 47% respondentów deklaruje, że bierze ją pod uwagę, podejmując decyzje zakupowe.

Na tle innych kategorii żywności stosunkowo niewielkie znaczenie dla decyzji zakupowych ma polskie pochodzenie słodczy. Jest to istotne kryterium dla 25% nabywców słodczy, podczas gdy dla wszystkich analizowanych kategorii żywności odsetek wskazań wyniósł średnio 38%. Warto zauważyć, że kupujący za produkty krajowe mogą uznawać niektóre tradycyjne polskie marki, mimo że te należą już do zagranicznych właścicieli.

Kupując słodczy, konsumenci częściej niż w przypadku innych grup produktowych zwracają uwagę na atrakcyjny wygląd produktu, rozpoznawalność i prestiż marki oraz funkcjonalność i atrakcyjność opakowania.

Oceniając jakość słodczy, konsumenci posługują się zbliżonymi kryteriami. Z badań GfK wynika, że najbardziej zwracają uwagę na świeżość, choć rzadziej niż w przypadku innych kategorii żywności. Jest to ważna cecha dla 43% respondentów wobec średnio 64% wskazań dla wszystkich kategorii żywności. Istotne znaczenie mają również atrakcyjny wygląd i polskie pochodzenie produktu, na które wskazuje odpowiednio 35% i 34% respondentów. Rozpoznawalna, prestiżowa marka jest potwierdzeniem jakości w opinii 30% ankietowanych.

Mniejsze znaczenie mają natomiast takie cechy, jak przyjemny zapach, to, czy słodczy są bez konserwantów i sztucznych barwników, czy opakowanie przedłuża termin przydatności oraz to, czy produkt spełnia kryteria diety konsumenta i posiada atesty i nagrody. Przynajmniej w przypadku części ww. kryteriów nie jest to zaskakujące, zważywszy, że często słodczy kupowane są dla przyjemności, poprawienia nastroju albo też z powodu uczucia głodu przy braku chęci przygotowywania posiłków. Być może również dlatego, w przypadku słodczy znaczna część ankietowanych nie jest skłonna płacić więcej za produkty o wysokiej jakości. Odsetek wskazań w tym przypadku jest większy niż dla większości pozostałych kategorii żywnościowych. Niechęć do płacenia więcej jest szczególnie widoczna w grupie osób starszych w wieku 66 lat i więcej.





04

Krajowa konsumpcja
produktów żywnościowych
w perspektywie
roku 2020

4.1. Założenia do prognoz

Metodologia

Próba odpowiedzi na pytanie o preferencje żywieniowe Polaków w przyszłości opiera się na założeniach dotyczących siły oddziaływania czynników odpowiedzialnych zarówno za popyt, jak i podaż żywności. W horyzoncie pięciu lat przyjmujemy jednak, że po stronie podaży nie nastąpią istotne zmiany technologiczne mogące wpłynąć na konsumpcję żywności. Dlatego w przypadku prognozowania poziomu spożycia podstawowych artykułów żywnościowych skupiamy się przede wszystkim na analizie wpływu zmian dochodu i cen przy wykorzystaniu wyników modelowania ekonometrycznego opisanego w rozdziale drugim. Znacznie większą trudnością w prognozowaniu są natomiast konsekwencje zmian stylu życia, w szczególności ze względu na pojawiające się co pewien czas krótkookresowe trendy związane z modą na określoną dietę. Niemniej jednak, jako przybliżenie trendu związanego generalnie ze zdrowym żywnością przyjmujemy dane o liczbie spożywanych kalorii, których ograniczanie zalecane jest w zasadzie przez wszystkich dietetyków. W przypadku innych tendencji, których efekt netto wpływu na popyt w przeprowadzonej w rozdziale drugim analizie ekonometrycznej został skwantyfikowany w postaci dołączonej do równań modelu zmiennej czasowej i okazał się istotny statystycznie, przyjęto ich kontynuację w najbliższej przyszłości. Zaznaczamy przy tym, że równania modelu zostały oszacowane na dostępnych danych za lata 1999–2013, a dla części kategorii, w przypadku których były dostępne dane, wprowadzono aktualizujące korekty dotyczące roku 2014.

Ogólna sytuacja społeczno-gospodarcza i wzrost dochodów

Długookresowe prognozy opracowane przez MFW¹⁶ dla świata wskazują, po przejściowym obniżeniu dynamiki wzrostu gospodarki światowej w 2015 r., na stopniowe przyspieszenie tempa rozwoju w latach 2016–2020. Przejściowe osłabienie globalnej koniunktury wynika z pogorszenia sytuacji w krajach rozwijających się, w szczególności Chinach, Rosji czy krajach Afryki Północnej. Jednak już w 2016 r. ożywienie gospodarcze powinno być widoczne zarówno w krajach rozwiniętych, jak i rozwijających się.

W przypadku Polski prognozowane tempo wzrostu gospodarczego w latach 2015–2016 powinno być bliskie 3,5%, przy możliwym jego obniżeniu w latach 2017–2020. Jednak w całym horyzoncie prognozy powinno nieznacznie przekroczyć 3% r/r. Stopniowe obniżanie tempa wzrostu gospodarczego w horyzoncie prognozy jest z jednej strony konsekwencją malejącego tempa wzrostu produktu potencjalnego, a z drugiej spowolnieniem cyklicznym obserwowanym w Polsce zwykle na przełomie dekad. Czynnikiem wspierającym wzrost, jak również chroniącym popyt przed ewentualnymi szokami zewnętrznymi, powinny z kolei być fundusze unijne. Napływ współfinansowanych nimi inwestycji powinien przyspieszać już począwszy od roku 2016 i utrzymywać się w całym rozpatrywanym horyzoncie prognozy. W przypadku konsumpcji pozytywnie wpływać na nią powinny systematyczny spadek stopy bezrobocia oraz planowane zmiany w systemie podatkowym (wzrost stopy wolnej od podatku) czy wzrost płacy minimalnej. Dla celów prognozy konsumpcji żywności w gospodarstwach domowych, przyjęto wzrost realnego dochodu do dyspozycji średnio w latach 2015–2020 na poziomie 2,4% rocznie, co jest wartością zbliżoną do średniej z lat 1999–2014.

Z punktu widzenia cen artykułów żywnościowych duże znaczenie mają oczekiwania co do zmian poziomu kursu walutowego. W horyzoncie prognozy kontynuacja wzrostu krajowej gospodarki pozwala oczekiwać aprecjacji kursu złotego, przy czym w perspektywie 2016 r. jest to mało prawdopodobne z uwagi na utrzymujące się ryzyko obniżek stóp procentowych w Polsce czy napięcia na rynkach finansowych związane z ryzykiem wybuchu kryzysu finansowego w Chinach. Dodatkowo oczekiwania na podwyżki stóp procentowych w Stanach Zjednoczonych mogą przejściowo prowadzić do umocnienia dolara wobec euro i odpływu kapitału z rynków wschodzących, w tym także i z Polski. Najpóźniej jednak od początku roku 2017 popyt na złotego powinien jednak wzrastać za sprawą przyspieszenia napływu funduszy unijnych, dalszej poprawy bilansu handlowego w Polsce i oczekiwanego wzrostu krajowych stóp procentowych.

04

Krajowa konsumpcja produktów żywnościowych w perspektywie roku 2020

...

...

16. Aktualizacja prognoz Międzynarodowego Funduszu Walutowego z października 2015 r. wskazuje, że gospodarka światowa w latach 2015–2020 będzie rozwijać się w średnim rocznym tempie 3,7%, w tym kraje rozwinięte w tempie 2,1%, a kraje rozwijające się w tempie 4,9%.

04

Krajowa konsumpcja
produktów żywnościowych
w perspektywie
roku 2020**Ceny żywności**

W zakresie światowych cen głównych surowców rolnych przyjęto założenie, że po ich spadku w 2015 r. w perspektywie lat 2016–2020 pozostaną one na stabilnym poziomie w ujęciu realnym. Takie założenie jest zbieżne z prognozą OECD i FAO¹⁷. Instytucje te prognozują stabilny poziom realnych światowych cen zbóż, roślin oleistych i nabiału, począwszy od roku 2016. Według tej prognozy realne ceny mięsa mają obniżyć się jeszcze w roku 2016, po czym ustabilizują się. Podobnie kształtuje się prognoza Banku Światowego. Ceny bieżące surowców rolnych wyrażone w dolarze amerykańskim w analizowanym okresie mają powoli wzrastać i w 2020 r. mają być o niespełna 6% wyższe niż w 2015 r.

Ceny surowców rolnych w Polsce w dużej mierze zależą od cen światowych, szczególnie w przypadku surowców, których rynki są zglobalizowane. Założenie słabszego kursu złotego wobec dolara amerykańskiego w perspektywie roku 2016 skutkuje zatem oczekiwanym wzrostem cen części surowców rolnych wyrażonych w złotym. W dalszej perspektywie, spodziewane powolne umacnianie się złotego będzie działało w kierunku niższych cen surowców rolnych i żywności. Z drugiej strony oczekiwana wyższa presja płacowa oraz ewentualne wzrosty cen innych czynników produkcji mogą powodować, że ceny detaliczne żywności będą powoli wzrastały, również w ujęciu realnym. Na potrzeby prognoz w tym raporcie przyjęto wzrost cen detalicznych większości kategorii średnio o niespełna 13% w okresie 2014–2020, czyli ok. 2% średniorocznie. Wyjątek stanowią ceny cukru i w efekcie również czekolady, w przypadku których na przestrzeni najbliższych lat prawdopodobny jest spadek cen na skutek zniesienia kwot cukrowych w 2017 r.

Przy sporządzaniu prognoz cen detalicznych żywności przyjęto również, że w okresie prognozy system wsparcia rolnictwa, w tym w szczególności system płatności bezpośrednich i wsparcia inwestycji w rolnictwie, nie ulegnie znaczącym zmianom. Założono również stałą stawkę podatku VAT dla produktów żywnościowych.

Demografia

Czynnik demograficzny z pewnością zasługuje na uwagę w kontekście prognozowania popytu na żywność nawet w horyzoncie najbliższych pięciu lat. Jest to związane z procesem ogólnego starzenia się społeczeństwa i wzrostem odsetka gospodarstw domowych emerytów. Opisywane wcześniej zmiany w sposobie żywienia, zachodzące po zakończeniu okresu aktywności zawodowej, mają jednak niejednoznaczny efekt. Z jednej strony spadek dochodów po przejściu na emeryturę powinien wpływać na zmniejszenie popytu, z drugiej strony jednak w gospodarstwach emeryckich w Polsce często spożywa się żywność ponad zalecane normy, przygotowując ją samodzielnie z wykorzystaniem najbardziej podstawowych składników. Może to sugerować, że pomimo spadku dochodu, w gospodarstwach domowych emerytów niekoniecznie ograniczana jest konsumpcja podstawowych artykułów żywnościowych, a przynajmniej tych zaklasyfikowanych jako dobra normalne. W przypadku dóbr luksusowych negatywny efekt spadku dochodów powinien być silniejszy, a w przypadku dóbr niższego rzędu z kolei spadek ten powinien zadziałać w kierunku wzrostu konsumpcji. Dlatego z uwagi na fakt, że zmiany w strukturze demograficznej przebiegają bardzo powoli, a ponadto mogą pociągać za sobą przeciwstawne efekty, trudno oczekiwać aby ich wpływ na spożycie w horyzoncie 2020 roku był dominujący. Z tego względu, na potrzeby sporządzenia prognoz efekt starzenia się społeczeństwa będzie odzwierciedlony przede wszystkim w założeniach odnośnie do liczby spożywanych kalorii. Wahania tej kategorii dla gospodarstw domowych ogółem częściowo odzwierciedlają bowiem zmiany struktury demograficznej emeryci przeciętnie konsumują więcej kalorii niż pracownicy i zalecana przez dietetyków dzienna dawka, co zostało wcześniej opisane w rozdziale drugim.

Spożycie kalorii

Jak wcześniej wspomniano, przyjęcie założeń o wartości energetycznej łącznie spożywanej żywności ma na celu wychwycenie długookresowych tendencji żywieniowych związanych np. ze zdrowym trybem życia, a także pozwala częściowo uwzględnić zmiany demograficzne. W celu włączenia tej kategorii do prognozowania wykorzystano informacje o liczbie spożywanych dziennie kalorii, publikowane przez GUS. W horyzoncie do roku 2020 przyjęto, że po osiągnięciu w ostatnich latach wartości średniego spożycia kalorii blisko, lub nawet nieco poniżej, zalecanych wartości GDA trend spadkowy tej kategorii będzie wyhamowany.



17. OECD/Food and Agriculture Organization of the United Nations (2015), OECD-FAO Agricultural Outlook 2015, OECD Publishing, Paris.

Założenie to wydaje się o tyle zasadne, że przy rosnącym dochodzie i postępującej poprawie warunków życia trudno oczekiwać, aby gospodarstwa domowe wykazywały konsumpcję poniżej swoich potrzeb.

4.2. Prognozy spożycia podstawowych produktów żywnościowych

Bazując na oszacowaniach popytu na podstawowe kategorie żywnościowe przedstawione w rozdziale drugim oraz na prognozach cen, dochodu do dyspozycji oraz spożycia kalorii, uzyskano prognozy zmian spożycia żywności w gospodarstwach domowych w horyzoncie 2020 roku. Otrzymane wyniki przedstawiono w Tabeli 7.

Tabela 7. Prognozowane zmiany spożycia żywności w roku 2020 (w gospodarstwach domowych, miesięcznie w przeliczeniu na jedną osobę)

	Pieczczywo (kg)	Makarony (kg)	Mąka (kg)	Mięso (kg)	Wędliny wysokogatunkowe (kg)	Ryby (kg)	Jaja (szt.)	Mleko (litr)	Oleje i tłuszcze (kg)	Owoce (kg)	Warzywa i grzyby (kg)	Ziemniaki (kg)	Czekolada (kg)	Cukier (kg)	Soki owocowe (litr)
2014	3,94	0,37	0,76	5,29	0,71	0,40	12,02	3,26	1,21	3,59	4,20	3,92	0,15	1,19	0,84
2020	3,35	0,43	0,69	5,56	0,75	0,43	11,93	2,75	1,17	3,22	3,95	3,18	0,16	1,14	0,78
zmiana (%)	-14,9	16,0	-9,4	5,2	5,3	6,9	-0,7	-15,6	-3,2	-10,2	-6,0	-18,8	7,5	-4,2	-7,3

Źródło: Prognozy BGŻ BNP Paribas.

W otrzymanych wynikach wyraźnie zaznacza się kontynuacja silnego spadku spożycia dla kategorii ziemniaki i pieczywo. Mniejszych niż w minionych latach spadków konsumpcji można natomiast oczekiwać w przypadku mąki oraz mleka. Największe wzrosty spożycia oczekiwane są natomiast w takich kategoriach jak, mięso, wędliny wysokogatunkowe oraz czekolada. Stanowi to kontynuację tendencji zarysowanych w ostatnich latach, wskazujących zarówno na substytucję ilości jakością, jak i na zwiększenia popytu na dobra wyższego rzędu.

Dla celów praktycznych zastosowań biznesowych większe znaczenie ma przełożenie tych prognoz na zmiany podaży bilansowej, czyli próby oszacowania wielkości rynku krajowego dla wybranych kategorii żywności. Oszacowania spożycia bilansowego na osobę otrzymano w oparciu o analizę ich dotychczasowych tendencji i przy uwzględnieniu wykonanych prognoz dla gospodarstw domowych. Podejście to sprowadza się do wyjaśnienia popytu bilansowego jednostkowym spożyciem w gospodarstwach domowych, któremu towarzyszą opóźnione wartości popytu bilansowego oraz tam, gdzie to konieczne, trend czasowy. Uzyskane w ten sposób wartości zostały następnie zestawione z prognozami demograficznymi GUS. Zwraca uwagę fakt, że zakładają one w latach 2015–2020 zmniejszenie liczby ludności ogółem o blisko 1%. Wyniki szacunków zmian wielkości popytu krajowego dla omawianych kategorii żywnościowych przedstawia Tabela 8¹⁸:

04

Krajowa konsumpcja produktów żywnościowych w perspektywie roku 2020

...

...

18. Wyniki otrzymano, mnożąc prognozowane średnie spożycie bilansowe na mieszkańca w danym roku przez średnią liczbę ludności (wartości z czerwca danego roku).

04

Krajowa konsumpcja
produktów żywnościowych
w perspektywie
roku 2020



Tabela 8. Prognozowane zmiany wielkości krajowej podaży bilansowej wybranych segmentów rynku żywności w roku 2020

	Zbożowe (tys. ton)	Mięso (tys. ton)	Ryby (tys. ton)	Jaja (mln szt)	Mleko (mln l)	Oleje i tłuszcze (tys. ton)	Owoce (tys. ton)	Warzywa i grzyby (tys. ton)	Ziemniaki (tys. ton)	Cukier (tys. ton)
2014	4137,0	2732,4	508,0	5695,6	7889,2	1258,4	1847,2	4002,3	3963,9	1677,9
2020	3974,8	2925,5	508,9	5599,0	8273,9	1310,1	1700,6	3972,8	3836,8	1709,4
zmiana (%)	-3,9	7,1	0,2	-1,7	4,9	4,1	-7,9	-0,7	-3,2	1,9

Źródło: Prognozy BGŻ BNP Paribas.

Otrzymane rezultaty wskazują, że wzrostu rynku krajowego dla podstawowych artykułów żywnościowych można oczekiwać w przypadku mięsa, mleka, olejów i tłuszczów oraz cukru. Kurczenie się rynku krajowego może natomiast dotyczyć owoców, artykułów zbożowych, ziemniaków, jaj oraz warzyw i grzybów. Szczegółowy opis wyników dla poszczególnych kategorii żywności przedstawiono poniżej.

Pieczywo i produkty zbożowe

Prognozowany przez nas spadek spożycia pieczywa i mąki w gospodarstwach domowych oraz krajowego spożycia bilansowego produktów zbożowych jest wolniejszy od obserwowanego w ostatnich latach. Będzie to m.in. konsekwencją tego, że konsumpcja żywności w przeliczeniu na kcal w Polsce zbliża się obecnie do zalecanej normy spożycia, stąd potencjał dalszego spadku konsumpcji podstawowych źródeł energii w pożywieniu jest coraz mniejszy. Na konsumpcję produktów zbożowych stosunkowo niewielki wpływ mają natomiast zmiany ich cen detalicznych lub wzrost dochodów realnych. Niemniej zakładany jedynie umiarkowany wzrost cen (w odróżnieniu od dużych wzrostów obserwowanych w pewnych okresach w ostatnich kilku latach) również będzie czynnikiem hamującym spadek spożycia.

Według badania GfK CAPIBUS 8% respondentów deklaruje, że za trzy lata będzie spożywało mniej pieczywa niż obecnie wobec 3% deklarujących, że będą spożywać więcej.

Nabiał

Prognozowane przez nas w perspektywie najbliższych pięciu lat spadki spożycia mleka pitnego w gospodarstwach domowych, przy jednoczesnym wzroście krajowego spożycia bilansowego, mogą świadczyć o dalszych zmianach struktury spożycia produktów mleczarskich polegających na zastępowaniu podstawowego produktu – mleka pitnego – produktami mleczarskimi, takimi jak sery i jogurty. Możliwość wzrostu spożycia produktów mleczarskich w Polsce należy upatrywać również w tym, że poziom ich konsumpcji jest mniejszy niż w krajach UE charakteryzujących się wysokimi dochodami, czy nawet wzrostem konsumpcji obserwowanym w Niemczech.

Jak wskazują badania GfK CAPIBUS, 91% ankietowanych deklaruje, że w przeciągu najbliższych 3 lat ilość spożywanego przez nich nabiału nie ulegnie zmianie. Pozostała grupa respondentów deklaruje, że w najbliższej przyszłości zmieni poziom konsumpcji nabiału. Liczba wskazań co do planów zwiększenia lub zmniejszenia spożycia nabiału w tej grupie była taka sama.

Podobna sytuacja ma miejsce w stosunku do planów spożycia mleka, w przypadku którego 91% respondentów deklaruje, że w najbliższych 3 latach nie zmieni spożycia tego produktu. Jednocześnie 7% ankietowanych deklaruje, że będzie spożywało mniej mleka, a jedynie 2% planuje spożywać większe ilości tego produktu.

Mięso i wędliny

Spodziewamy się, że w Polsce spożycie mięsa będzie rosło i w latach 2015–2020 w ujęciu bilansowym zwiększy się o 7,1%. Taki wzrost napędzany będzie poprawą siły nabywczej. Powinniśmy pamiętać, że mięso często postrzegane jest jako dobro wyższego rzędu. Odnosi się to szczególnie do wędlin wysokogatunkowych i wołowiny. Stąd spodziewany dalszy wzrost dochodów do dyspozycji Polaków powinien przyczynić się do zwiększenia spożycia zarówno mięsa świeżego jak i wędlin. Oczekujemy, że Polacy będą jeść przede wszystkim więcej drobiu, co wpisuje się w trendy obserwowane na rynku globalnym. Niemniej jednak już obecnie przeciętny mieszkaniec Polski spożywa więcej mięsa drobiowego niż obywatel UE, dlatego można oczekiwać, że w okresie 2014–2020 dynamika wzrostu konsumpcji tego gatunku mięsa będzie na niższym poziomie niż obserwowaliśmy to w ostatnich latach. Jeszcze niższego tempa wzrostu oczekujemy dla wieprzowiny. Wieprzowina jest obecnie najbardziej popularnym rodzajem mięsa w UE, jednak jej konsumpcja wyraźnie wyhamowuje. Takie zmiany będą najprawdopodobniej występować też w Polsce. Z kolei w przypadku wołowiny, która cieszy się rosnącym zainteresowaniem ze strony lepiej usytuowanych grup społecznych w Polsce, tempo wzrostu konsumpcji powinno przyspieszyć.

Według danych GfK CAPIBUS większość respondentów nie planuje zwiększyć wolumenu spożycia mięsa. Co ciekawe, respondenci częściej deklarują, że w kolejnych trzech latach ograniczą spożycie (10%) niż je zwiększą (2%). Takie zmiany mogą być spowodowane rosnącą wśród społeczeństwa świadomością w zakresie zdrowego odżywiania. Respondenci wskazują, że również obecnie spożywają mniej mięsa niż przed 3 lata, co nie znajduje jednak potwierdzenia w danych IEiRGŻ dotyczących konsumpcji mięsa w kraju.

Owoce i warzywa

Wyniki estymacji wskazują jednoznacznie na spadek konsumpcji owoców i warzyw w gospodarstwach domowych do 2020 roku – odpowiednio o 10,2% i 6,0%. W przypadku warzyw spadek spożycia bilansowego będzie jednak zdecydowanie mniejszy (-0,3%). Prawdopodobnie w dalszym ciągu w silnym tempie wzrastać będzie konsumpcja warzyw w formie mrożonek. Czynnikiem sprzyjającym wzrostowi będzie zmieniający się styl żywienia oraz wzrastający sektor HoReCa. Podobnie będzie w przypadku ziemniaków. Według naszych prognoz ich konsumpcja per capita w gospodarstwach domowych, w formie świeżej do 2020 roku obniży się o blisko 19%, ale łączne spożycie bilansowe zmniejszy się zaledwie o 3%. Wpłynie na to większe spożycie ziemniaków mrożonych oraz frytek. W dalszym ciągu prawdopodobnie zmieniać się będzie struktura spożycia owoców i warzyw. Na znaczeniu zyskiwać będą owoce importowane (egzotyczne) oraz tradycyjne owoce i warzywa oferowane w sposób ułatwiający ich dalsze przygotowanie – pakowane, na tackach. Konsumpcję owoców w gospodarstwach domowych ograniczać może wzrost cen tej kategorii spodziewany do roku 2020. Na przestrzeni kolejnych lat można bowiem oczekiwać przesunięcia popytu w kierunku owoców egzotycznych o wyższych cenach kosztem spożycia tradycyjnych produktów. Wzrost cen może też ograniczać spożycie w ujęciu bilansowym. Warto jednak zaznaczyć, że badani respondenci (GfK CAPIBUS) częściej wskazywali na to, iż w najbliższych 3 latach zwiększą spożycie owoców i warzyw (12%) niż je zmniejszą (4%). Czynnikiem cenowy może być jednak decydującym przy zakupach tej kategorii żywności w najbliższych latach i negatywnie weryfikować obecne deklaracje konsumentów.

Według prognoz, w okresie 2015-2020 o 7,3% zmniejszy się również konsumpcja soków per capita. Nasycony rynek krajowy oraz wzrost spożycia napojów i wód będą głównymi czynnikami ograniczającymi konsumpcję. Zmiany będą jednak zróżnicowane w zależności od kategorii. Bardziej wyraźny spadek oczekiwany jest w przypadku soków odtwarzanych (z koncentratów), a zyskiwać prawdopodobnie będą soki NFC (*Not From Concentrate*) czy też tłoczone na zimno.

04

Krajowa konsumpcja produktów żywnościowych w perspektywie roku 2020

...

04

Krajowa konsumpcja
produktów żywnościowych
w perspektywie
roku 2020**Cukier i słodczyce**

Spożycie cukru w czystej postaci w gospodarstwach domowych w kolejnych latach prawdopodobnie będzie w dalszym ciągu się obniżać. Prognozujemy, że w latach 2015–2020 zmniejszy się o 4,2%. Nasze oczekiwania są zbieżne z deklaracjami respondentów (GfK CAPIBUS), którzy znacznie częściej wskazywali na to, że w najbliższych 3 latach ograniczą spożycie cukru (19%) niż je zwiększą (3%). Warto dodać, że wśród osób, które chcą zmniejszyć zużycie cukru, już od jakiegoś czasu coraz popularniejsze stają się zamienniki tego produktu, takie jak stewia czy ksylitol.

Z drugiej strony prognozujemy, że w analizowanym okresie konsumpcja cukru w ujęciu bilansowym wzrośnie o 1,9%, przede wszystkim w formie produktów wysokoprzetworzonych. Wraz ze spodziewanym bogaceniem się społeczeństwa można oczekiwać wzrostu m.in. konsumpcji słodczy, która na tle innych krajów europejskich, takich jak Niemcy, Szwajcaria czy Wielka Brytania, pozostaje w Polsce niska. W najbliższych kilku czy kilkunastu latach prawdopodobnie nie osiągnie jednak tak wysokich poziomów, jak w krajach zachodnioeuropejskich ze względu m.in. na wciąż stosunkowo niską siłę nabywczą krajowych konsumentów. Co więcej, coraz popularniejszy staje się zdrowy styl życia, a słodczyce raczej nie wpisują się w zasady zdrowej diety.

4.3. Podstawowe ryzyka dla prognoz**Ryzyka ogólnoeconomiczne**

Podstawowe ryzyko dla przedstawionych powyżej prognoz spożycia podstawowych artykułów żywnościowych może wynikać z załamania koniunktury w gospodarce światowej. Nawet jeżeli nie dojdzie do szoku wynikającego z wybuchu kryzysu w Chinach, to w horyzoncie 2017–2018 gospodarka światowa może wejść w fazę cyklicznego spowolnienia. Biorąc pod uwagę istnienie wielu czynników ryzyka związanych m.in. z wysokim zadłużeniem największych gospodarek świata, rosnącym napięciem geopolitycznym czy też zbyt długim okresem utrzymywania bardzo niskich stóp procentowych, wspomniane cykliczne spowolnienie może nałożyć się lub wręcz przyczynić do realizacji tego ryzyka. W tej sytuacji okresowe spowolnienie może łatwo przekształcić się w silniejszy kryzys, pociągający za sobą spadek dochodów i konsumpcji.

Szoki podażowe

Kluczowym czynnikiem ryzyka dla prognoz cen i konsumpcji żywności są zawsze szoki podażowe. Stosunkowo istotnym źródłem takich szoków jest występowanie suszy na znaczących obszarach produkcji. W przypadku zbóż ewentualne wystąpienie suszy o dużym zasięgu u jednego lub kilku ważnych eksporterów może znaleźć oddźwięk w znacznym wzroście cen na całym świecie, co z pewnym opóźnieniem przekłada się na wzrost cen detalicznych w Polsce i zmiany w poziomie konsumpcji podstawowych artykułów żywnościowych. Z kolei w zakresie produktów, których rynki mają charakter bardziej lokalny, lub których Polska jest istotnym producentem, nawet susza jedynie na terenie kraju może być czynnikiem powodującym nieraz duży wzrost cen.

Istotnym czynnikiem ryzyka o charakterze szoku podażowego, ważnym w przypadku owoców i warzyw, mogą być wahania cenowe będące skutkiem występowania przymrozków. Rynek owoców i warzyw jest rynkiem bardziej lokalnym, dlatego wszelkie zmiany produkcji w kraju mają istotny i bezpośredni wpływ na ceny tych produktów. W latach 2004–2014 w Polsce przymrozki na dużą skalę występowały dwukrotnie, co miało wpływ na produkcję i ceny, głównie owoców.

Dla produkcji i konsumpcji artykułów pochodzenia zwierzęcego istotnym ryzykiem, które mogłoby znacząco wpłynąć na prognozy, jest pojawienie się niebezpiecznych chorób wśród zwierząt gospodarskich. Nie ulega wątpliwości, że afrykański pomór świń, ptasia grypa bądź inne choroby zwierząt stanowią duże zagrożenie dla sektora mięsa. Jeśli ogniska choroby pojawiłyby się na terenie Polski, mogłoby to negatywnie odbić się na eksporcie, jak również znacząco wpłynąć na konsumpcję mięsa w kraju. Należy jednak pamiętać, że czasami choroba dotykająca kraje sąsiednie powoduje wzrost popytu na mięso z Polski. Wspierałoby to wzrosty cen na rynku krajowym i miało negatywny wpływ na poziom konsumpcji.

Zmiany regulacyjne

Czynnikiem ryzyka dla realizacji prognoz konsumpcji mogą być również skutki porozumienia negocjowanego pomiędzy UE a Stanami Zjednoczonymi, czyli Transatlantyckiego Partnerstwa w dziedzinie Handlu i Inwestycji (TTIP), oraz umowy o wolnym handlu pomiędzy UE a Japonią (EPA).

Istotą TTIP jest zniesienie/zmniejszenie barier celnych, a przede wszystkim pozataryfowych we wzajemnym handlu poprzez m.in. uspoźnienie przepisów regulacyjnych. Ma to umożliwić szersze otwarcie rynków obu regionów. Większa liberalizacja handlu prawdopodobnie doprowadzi do wzrostu dostaw ze Stanów Zjednoczonych na rynek unijny. Można przypuszczać, że w przypadku rynku rolno-spożywczego przyczyni się to do spadku cen żywności we Wspólnocie. Z drugiej strony TTIP może być szansą dla unijnych producentów żywności, która na rynku amerykańskim jest często postrzegana jako wysokiej jakości. Ze względu na tajny charakter negocjacji handlowych w ramach TTIP ustalenia dotyczące poszczególnych obszarów/tematów wciąż nie są jednak znane.

Wskutek umowy o wolnym handlu pomiędzy UE i Japonią, polegającej przede wszystkim na zmniejszeniu barier pozataryfowych w handlu, oczekuje się dość znacznego wzrostu eksportu unijnej żywności do Japonii. Z punktu widzenia polskich producentów szczególnie perspektywiczna może wydawać się sprzedaż nabiału na rynek japoński, a w dłuższej perspektywie mięsa (na początku 2014 r. Japonia wprowadziła zakaz importu wieprzowiny z Polski ze względu na wykrycie przypadków ASF).

Potencjalnym zagrożeniem dla realizacji prognozy jest możliwość wprowadzenia zalecenia Rady Europy dla Polski, dotyczącego ograniczenia stosowania rozbudowanego systemu obniżonych stawek podatku VAT, co w szczególności mogłoby dotyczyć produktów żywnościowych i powodować większy niż zakładany wzrost cen.

Czynnikiem, który może mieć wpływ na ceny mięsa w UE, są ewentualne zmiany norm produkcji żywca. Coraz częściej władze unijne zwracają uwagę na kwestie dobrostanu zwierząt hodowanych na terenie UE. Poprawa warunków zwierząt mogłaby jednak przyczynić się do wyższych kosztów produkcji i wpłynąć na wzrosty cen. Jednocześnie politycy zdają sobie sprawę, że przy wdrażanej stopniowo polityce liberalizacji handlu ze Stanami Zjednoczonymi czy innymi znaczącymi producentami mięsa na świecie podnoszenie norm produkcji żywca w UE i tym samym zwiększenie kosztów mogłoby pogorszyć pozycję konkurencyjną unijnych producentów na rynku wewnętrznym oraz na rynkach trzecich. Biorąc te argumenty pod uwagę, istotne zmiany w normach dotyczących dobrostanu zwierząt w UE są mało prawdopodobne. Ten czynnik nie powinien mieć wpływu na ceny mięsa i konsumpcję do 2020 roku.

Ryzykiem dla realizacji prognoz konsumpcji cukru może być wprowadzenie tzw. podatku od niezdrowej żywności, czyli np. od produktów zawierających dużo cukru, soli i tłuszczów. Na taki krok zdecydowały się już niektóre kraje unijne (Węgry i Dania), inne rozważają wprowadzenie podobnych rozwiązań (np. Wielka Brytania).

04

Krajowa konsumpcja
produktów żywnościowych
w perspektywie
roku 2020

...



05

Zakończenie.
Kluczowe
wnioski

Opracowany raport wskazuje na podstawowe tendencje w zakresie konsumpcji żywności w Polsce. Odnosi je do zmian zachodzących w krajach o zbliżonym do Polski modelu konsumpcji czy też globalnych trendów w zakresie stylu życia. Zbiera i porządkuje dane dotyczące spożycia żywności, pochodzące z krajowej i zagranicznej statystyki publicznej, ale też te zbierane na rynku polskim przez komercyjną agencję badawczą GfK. Poprzez opis wyników dodatkowo zleconego badania ankietowego wskazuje na kluczowe czynniki określające wybory konsumentów w zakresie produktów żywnościowych. Próbuje też identyfikować najważniejsze atrybuty produktów żywnościowych stanowiące o oczekiwanej przez konsumentów należytej jakości produktów. Na koniec zaś przedstawia prognozy konsumpcji podstawowych artykułów żywnościowych w Polsce w perspektywie 2020 r.

Kluczowe wnioski:

1. Krajowy popyt na podstawowe artykuły żywnościowe będzie się nadal kurczył w przypadku takich produktów, jak: owoce, produkty zbożowe, ziemniaki, warzywa i grzyby czy jaja. Wzrost wolumenu spożycia będzie obserwowany w przypadku mięsa, mleka, olejów i tłuszczów, cukru oraz ryb.
2. Wzrost krajowego popytu na podstawowe artykuły żywnościowe w dużej mierze będzie wynikał ze wzrostu popytu ze strony gastronomii oraz przemysłu spożywczego, poddającego podstawowe towary dalszemu przetworzeniu, a potem dalszemu eksportowi. Ukierunkowanie oferty dla tego segmentu rynku będzie miało coraz większe znaczenie dla wielkości sprzedaży producentów.
3. Obserwowane od początku okresu transformacji dominujące spadki konsumpcji podstawowych artykułów żywnościowych na głowę w gospodarstwie domowym będą kontynuowane, choć ich tempo może spowolnić. Szczególnie wysokie, dwucyfrowe ich wartości oczekiwane są w przypadku ziemniaków, mleka, pieczywa czy owoców. Mniejsze, jednocyfrowe spadki mogą dotyczyć mąki, soków owocowych, cukru, olejów i tłuszczów, warzyw i grzybów oraz jaj. Wzrostu konsumpcji w gospodarstwach domowych można się spodziewać w przypadku makaronu, mięsa, wędlin wysokogatunkowych, ryb czy czekolady.
4. Bogacenie się społeczeństwa jest jednym z kluczowych czynników odpowiedzialnych za zmiany konsumpcji. Choć wydaje się, że jego rola będzie słabła w przyszłości, to jednak reakcja popytu na artykuły żywnościowe w obliczu jego oczekiwanego wzrostu nadal powinna być istotna. W przypadku soków owocowych i wędlin wysokogatunkowych oszacowane wysokie elastyczności dochodowe wskazują, że wraz ze wzrostem dochodu gospodarstw domowych konsumpcja tych produktów powinna silnie rosnąć. Ryby, czekolada, mięso, owoce czy woda są dobrami normalnymi, dla których wzrost dochodu przekłada się na wzrost spożycia, choć siła oddziaływania jest mniejsza. Natomiast pozostałe analizowane kategorie, czyli cukier, jaja, mąka, ziemniaki, mleko, oleje i tłuszcze, pieczywo oraz warzywa i grzyby należą najprawdopodobniej do dóbr niższego rzędu, których konsumpcja spada wraz ze wzrostem dochodu.
5. Obserwując konsumpcję w Polsce, na tle krajów Europy Centralnej należy pamiętać, że modele konsumpcji w innych krajach też ulegają zmianie i choć się globalizują, to jednak konwersja jest powolna i istotne różnice nadal pozostają.
6. W całym okresie transformacji mieliśmy do czynienia ze spadkiem dziennego spożycia energii na mieszkańca w gospodarstwach domowych. Działo się tak głównie za sprawą spadku konsumpcji białka roślinnego i węglowodanów, przy nieznacznym wzroście w przypadku białka zwierzęcego. Przy czym obecnie jego poziom zbliżył się do minimum zalecanych w normach żywieniowych GDA, dlatego w kolejnych latach w połączeniu z oczekiwanym wzrostem dochodu stabilizacja ilości spożywanych kalorii powinna przyczynić się do wyhamowania spadku konsumpcji żywności per capita.
7. Cena pozostaje nadal kluczowym czynnikiem wyboru produktów żywnościowych przez konsumentów, a jej wpływ jest jednoznacznie negatywny dla każdej badanej kategorii. Przy czym szczególnie silna reakcja popytu na wzrost cen występuje w przypadku soków owocowych i wędlin wysokogatunkowych.
8. Wysoka jakość żywności najczęściej kojarzy się konsumentom ze świeżością produktów. Oprócz tego duże znaczenie dla percepcji wysokiej jakości ma fakt wyprodukowania żywności w Polsce. Ważnym atrybutem przypisywanym jakości był także ekologiczny sposób produkcji, rozumiany jako brak konserwantów i sztucznych dodatków w składzie.

05

Zakończenie. Kluczowe wnioski

...

05

Zakończenie.
Kluczowe wnioski

9. Wysoką jakość produktów konsumenci traktują często jako standard. Co najmniej jedna trzecia osób nie jest gotowa w ogóle zapłacić więcej za wysoką jakość żywności. Wśród osób, które deklarują gotowość zapłacenia więcej, akceptowalny tylko dla niespełna 25% konsumentów wzrost ceny to jedynie 1–5%.

10. Efekt starzenia się społeczeństwa netto w perspektywie 2020 roku nie będzie miał dużego wpływu na popyt na podstawowe artykuły żywnościowe. Prognozowany 1% spadek liczby ludności może przyczynić się do obniżenia się całkowitego popytu, ale z drugiej strony zmiana struktury ludności, czyli wzrost liczby gospodarstw emeryckich czy jednoosobowych (w których konsumpcja żywności na głowę jest większa), może niwelować efekt spadku liczby ludności ogółem.

Przedstawione powyżej zmiany mogą być ważną wskazówką przy podejmowaniu działań strategicznych czy inwestycyjnych przez producentów i przetwórców żywności. W obliczu coraz większego nasycenia rynku i prognozowanego spadku wolumenu spożycia dużej części kategorii należy podkreślić, że kluczem do dalszego rozwoju sektora rolno-spożywczego jest eksport. Na samym zaś rynku krajowym należy oczekiwać wprowadzania kolejnych innowacji w zakresie artykułów żywnościowych o wyższej wartości dodanej i stopniu przetworzenia. Z drugiej strony będą powstawać różnorodne nisze rynkowe związane m.in. z podkreśleniem regionalnej unikalności produktów, ze specyficzną dietą czy też wynikające z rosnącego popytu na produkty wolne od nieakceptowanych składników. Dlatego też mimo oczekiwanego spadku wolumenu dużej części podstawowych artykułów żywnościowych w ujęciu wartościowym (przychodowym) można liczyć na niewielkie, ale jednak wzrosty, oczywiście uzależnione od przeciętnego wzrostu cen żywności.



1. De Agostini P., *The effect of food prices and household income on the British diet*, Institute for Social and Economic Research, No. 2014-10, Colchester February 2014, p. 20.
2. Grzelak A., Gałązka M., *Tendencje konsumpcji żywności w Polsce na tle uwarunkowań globalnych*, Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy, nr 6, Bydgoszcz 2013, s. 223–241.
3. Kwasek M. (red. nauk.), *Ocena stanu wyżywienia ludności w Polsce w aspekcie bezpieczeństwa żywnościowego*, IERiGŻ, Warszawa 2012.
4. Laskowski W., Świstak E., *Zmiany we wzorcach spożycia żywności w Polsce*, Wydawnictwo Laskowski, Warszawa 2014, s. 108–109.
5. Laskowski W., *Zmiany poziomu spożycia żywności w Polsce*, Zeszyty Naukowe SGGW - Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, nr 67 (2008), Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s. 5–14.
6. Muhammad A., Seale J. L., Meade B., Regmi A., *International Evidence on Food Consumption Patterns: An Update Using 2005 International Comparison Program Data*, USDA, Technical Bulletin No. (TB-1929), Economic Research Service, March 2011, p. 22.
7. OECD/Food and Agriculture Organization of the United Nations (2015), *OECD-FAO Agricultural Outlook 2015*, OECD Publishing, Paris.
8. Rizov M., Cupak A., Pokrivcak J., *Food demand and consumption patterns in the new EU member states: The case of Slovakia*, 2014.
9. Velarde M., Herrmann R., *How retirement changes consumption and household production of food: lessons from German time-use data*, The Journal of the Economics of Ageing, Vol. 3 No. 1, 2014, pp. 1–10.
10. Zan H., Fan J.X., *Cohort Effects of Household Expenditures on Food Away From Home*, Journal of Consumer Affairs, 44 (Spring), 2010, pp. 213–233.

Aneks: Metodologia badań GfK

...

Panel Gospodarstw Domowych (PGD)

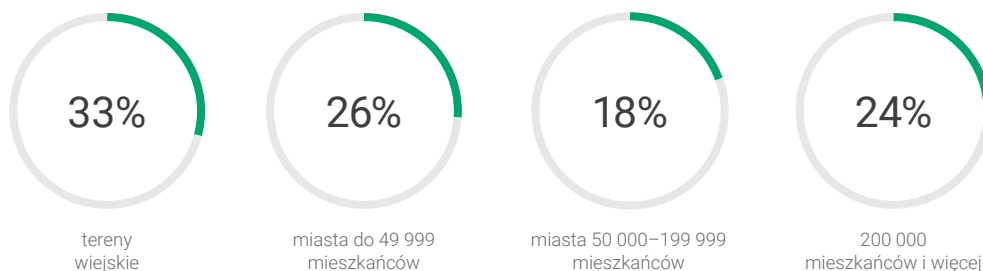
Ciągła próba 8000 gospodarstw domowych reprezentatywnych dla 13 568 tys. gospodarstw domowych w Polsce (wg danych GUS bazujących na Narodowym Spisie Powszechnym z 2011 roku). Gospodarstwo domowe zdefiniowane jest jako grupa osób zamieszkujących razem i utrzymujących się wspólnie. Osoby utrzymujące się samodzielnie tworzą jednoosobowe gospodarstwo domowe.

Kryteria doboru próby oparte są na strukturze gospodarstw podanej przez GUS: region, wielkość miejscowości, wielkość gospodarstwa, wiek głowy gospodarstwa domowego. W Panelu Gospodarstw Domowych monitorowane są zakupy dokonane w gospodarstwach domowych i przyniesione do domu ze wszystkich kategorii FMCG (produkty pakowane oraz produkty kupowane na wagę) oraz wszystkich kanałów dystrybucji (hipermarkety, supermarkety, dyskonty, sklepy tradycyjne, targowiska, zakupy on-line).

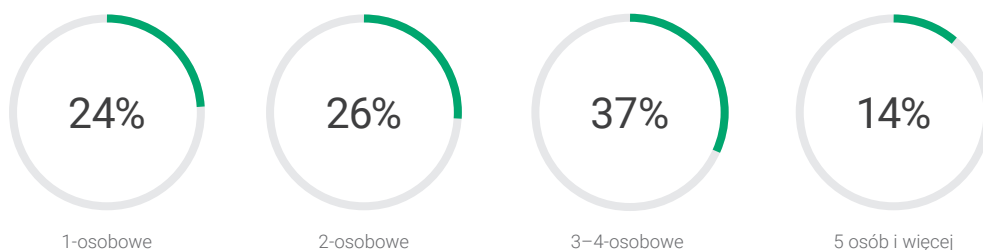
Gospodarstwa rejestrują swoje zakupy za pomocą skanerów poprzez skanowanie kodów kreskowych z opakowań produktów (z książki kodowej w przypadku produktów nieposiadających kodów kreskowych i sprzedawanych na wagę). Rejestrując zakupy, gospodarstwa podają informację o miejscu dokonania zakupu, cenie każdego produktu oraz liczbie opakowań (bądź zakupionej ilości w przypadku produktów bez kodów kreskowych). Głównym celem badania GfK Panel Gospodarstw Domowych jest dostarczanie danych na temat zachowań zakupowych w gospodarstwach domowych w Polsce.

Informacje o strukturze próby w badaniu GfK Panel Gospodarstw Domowych

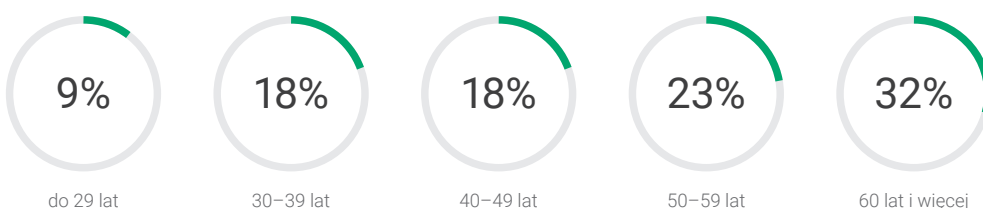
Wielkość miejscowości*



Wielkość gospodarstwa*



Wiek głowy gospodarstwa domowego



Źródło: GfK

CAPIBUS

Dla potrzeb przygotowania raportu skorzystano z badania Omnibus. Jest to wielotematyczne badanie przeprowadzane regularnie na dużych, reprezentatywnych próbach. Jest prowadzone metodą bezpośrednich wywiadów komputerowych CAPI w domu respondenta. Badanie ma charakter ogólnopolski i jest przeprowadzone na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15+. Próba jest imienna, zapewniająca najwyższy stopień reprezentatywności. Respondenci są losowani zgodnie ze strukturą populacyjną zdefiniowaną w bazie PESEL MSW.

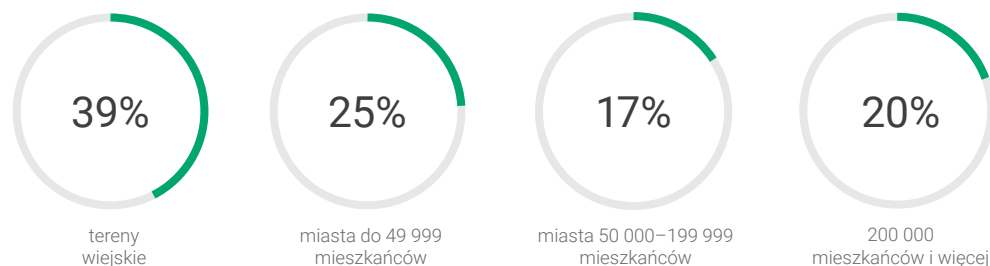
Kwestionariusz składa się z kilku części, zamawianych przez różnych zleceniodawców. Omnibus GfK trwa pięć dni. Analizowana fala badania została zrealizowana w dniach od 6 sierpnia 2015 roku do 10 sierpnia 2015 roku. Realizacja jest przeprowadzana każdorazowo przez 170 ankieterów. Respondentem w badaniu była osoba celowa, tzn. wylosowana bezpośrednio lub jej zastępnik o tych samych kontrolowanych cechach demograficznych. Losowanie odbywa się z operatu PESEL definiującego strukturę demograficzną populacji Polski w wieku powyżej 17. roku życia.

Aneks: Metodologia badań GfK

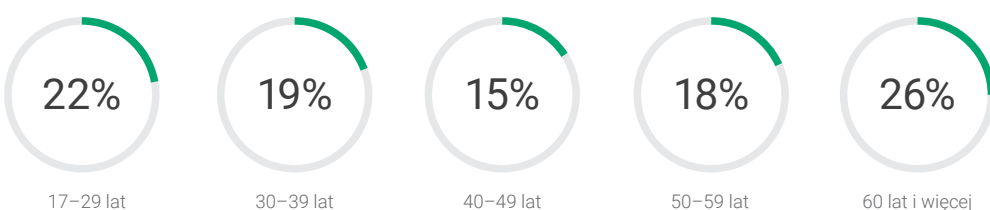
...

Informacje o strukturze próby w badaniu GfK CAPIBUS

Wielkość miejscowości*



Wiek respondenta



GfK – Raport własny „Polska na widelcu – zwyczaje żywieniowe Polaków”

Raport powstaje na podstawie danych z pomiaru prowadzonego cyklicznie od 1990 roku. Kolejne fale badania miały miejsce w latach 1995, 1999, 2002, 2005, 2007, 2008, 2010, 2012 i 2014. Wywiady realizowane są w ramach badania CAPIBUS (szczegóły metodologii jak wyżej). Zakres tematyczny raportu ewoluuje, jednak część pytań jest stała, co pozwala na obserwację długoletnich trendów w zakresie zwyczajów żywieniowych Polaków.

* Ze względu na zaokrąglenia liczby mogą nie sumować się do 100%.

Notatnik

A series of horizontal dotted lines for writing notes.



BGZ BNP PARIBAS