

**Agnieszka Komór**

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

---

## **DETERMINANTY POPYTU NA PRODUKTY MLECZARSKIE (NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO)**

---

**Streszczenie:** Determinanty popytu stanowią o osiągniętych przewagach konkurencyjnych oraz o pozycji konkurencyjnej podmiotów gospodarczych. Przedmiotem badań w niniejszej pracy są te czynniki wpływające na popyt na produkty mleczarskie, które związane są z lokalizacją przedsiębiorstw mleczarskich w województwie lubelskim. Stąd głównym przedmiotem analizy jest wpływ determinantów popytu na konkurencyjność ex Aten mleczarni na poziomie regionalnym.

**Słowa kluczowe:** determinanty popytu, przedsiębiorstwa mleczarskie, konkurencyjność, lokalizacja.

### **1. Wstęp**

Popyt jest ważnym czynnikiem wpływającym na możliwości rozwoju podmiotów gospodarczych i ich konkurencyjność. Dla wszystkich przedsiębiorstw, w tym także mleczarskich, istotne jest dokonywanie analizy determinantów popytu oraz tendencji ich zmian. Informacje te umożliwiają opracowanie i realizację strategii marketingowych oraz podwyższenie konkurencyjności mleczarni.

Poszukiwanie nowych uwarunkowań konkurencyjności podmiotów gospodarczych jest związane z narastaniem barier wejścia i utrzymania się na rynku. W tym kontekście coraz większą uwagę badaczy przyciąga m.in. lokalizacja przedsiębiorstw. Stąd celem niniejszej pracy jest identyfikacja i analiza determinantów popytu jako lokalizacyjnych uwarunkowań konkurencyjności przedsiębiorstw przemysłu mleczarskiego. Są to popytowe uwarunkowania konkurencyjności wynikające z umiejscowienia mleczarni w określonym punkcie przestrzeni.

### **2. Determinanty popytu na produkty mleczarskie – ujęcie teoretyczne**

Podstawowym źródłem popytu są potrzeby nabywców, które po uporządkowaniu pod względem ważności i pilności stają się preferencjami konsumentów. Potrzeby

w zakresie żywienia są potrzebami podstawowymi i muszą być zaspokojone przez konsumentów w danym czasie. Aby potrzeby i preferencje nabywców, kształtujące popyt potencjalny, przekształciły się w popyt realny, muszą być poparte funduszem nabywczym, zależnym od wysokości dochodów ludności oraz od poziomu i struktury cen.

Według W. Wrzoska zakres i rodzaj determinantów popytu zależą od skali, w jakiej jest ujmowany popyt<sup>1</sup>. Ze względu na skalę popytu autor ten wyróżnia:

- popyt ogółu nabywców zgłaszany na poszczególne przedmioty wymiany (popyt globalny), uzależniony od preferencji nabywców, dochodów ludności, cen oraz czynników demograficzno-strukturalnych, produkcyjno-usługowych, materialno-rzeczowych, społeczno-cywilizacyjnych i społeczno-psychologicznych;
- popyt ogółu nabywców na dany rodzaj produktu, usługi (popyt częściowy w ujęciu przedmiotowym), zależny od czynników związanych z rodzajem i cechami przedmiotu wymiany oraz charakterem zaspokajanych potrzeb;
- popyt danego nabywcy zgłaszany na produkty czy usługi (popyt częściowy w ujęciu podmiotowym), uwarunkowany rodzajem i cechami nabywcy.

Podział ten, oprócz popytu globalnego, bierze pod uwagę dwa wymiary popytu częściowego – wymiar nabywców oraz wymiar przedmiotów wymiany. Obydwa wskazane wymiary zostaną w niniejszej pracy poddane analizie, przy czym badanie obejmie te determinanty popytu, które charakteryzują się zmiennością w przestrzeni.

Ze względu na fakt powszechności konsumpcji artykułów mleczarskich przy jednoczesnym silnym przestrzennym rozproszeniu konsumentów, do determinantów popytu w ujęciu przedmiotowym można zaliczyć liczbę ludności w regionach, dynamikę wzrostu liczby ludności, gęstość zaludnienia oraz udział samozaopatrzenia w konsumpcji. Do ważnych cech artykułów mleczarskich należy poziom ich cen, który w powiązaniu z dochodami decyduje o sile nabywczej ludności. Istotnym uwarunkowaniem popytu na produkty mleczarskie jest również wsparcie rynku mleczarskiego w ramach Wspólnej Polityki Rolnej.

Wśród determinantów popytu częściowego w ujęciu podmiotowym należy wymienić strukturę demograficzną i społeczno-zawodową ludności (wpływającą m.in. na wysokość dochodów, na znaczenie przyzwyczajzeń oraz miejsca pochodzenia produktu w dokonywaniu decyzji zakupowych), a także wysokość dochodów konsumentów (od których uzależniony jest m.in. wybór droższych artykułów mleczarskich, np. produktów regionalnych czy funkcjonalnych). Jest to szczególnie istotne w przemyśle mleczarskim, który cechuje się dużą różnorodnością oferty asortymentowej.

---

<sup>1</sup> W. Wrzosek, *Funkcjonowanie rynku*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002, s. 77-79.

### 3. Wpływ warunków demograficznych na konkurencyjność przedsiębiorstw mleczarskich w województwie lubelskim

Do ważnych determinantów popytu, związanych z potencjałem ludnościowym regionu, należy zaliczyć: liczbę mieszkańców, kierunek zmian liczby ludności, gęstość zaludnienia oraz strukturę demograficzną i społeczno-zawodową mieszkańców.

W 2007 r. na terenie województwa lubelskiego mieszkało łącznie 2 166 213 osób, co stanowiło 5,7% ludności kraju. W celu wskazania regionów względnych nadwyżek i niedoborów w produkcji artykułów mleczarskich w stosunku do zapotrzebowania miejscowej ludności zbadano różnicę pomiędzy udziałem przychodów ze sprzedaży produktów i usług podstawowych mleczarni z danego województwa w łącznych przychodach branży a udziałem wydatków na produkty mleczarskie w regionie w wydatkach w Polsce<sup>2</sup>. Dodatnia wartość wskaźnika oznacza, że popyt miejscowy jest niewystarczający w stosunku do wartości produkcji, co implikuje potrzebę poszukiwania rynków zbytu poza regionem – są to regiony względnej nadwyżki produkcji<sup>3</sup>. Wartość wskaźnika mniejsza od zera oznacza, że popyt miejscowej ludności przekracza wartość produkcji wytwarzanej na danym terenie – są to regiony względnych deficytów produkcji, które stanowią atrakcyjne rynki zbytu dla mleczarni zlokalizowanych w województwach o względnej nadwyżce produkcji w stosunku do potrzeb mieszkańców.

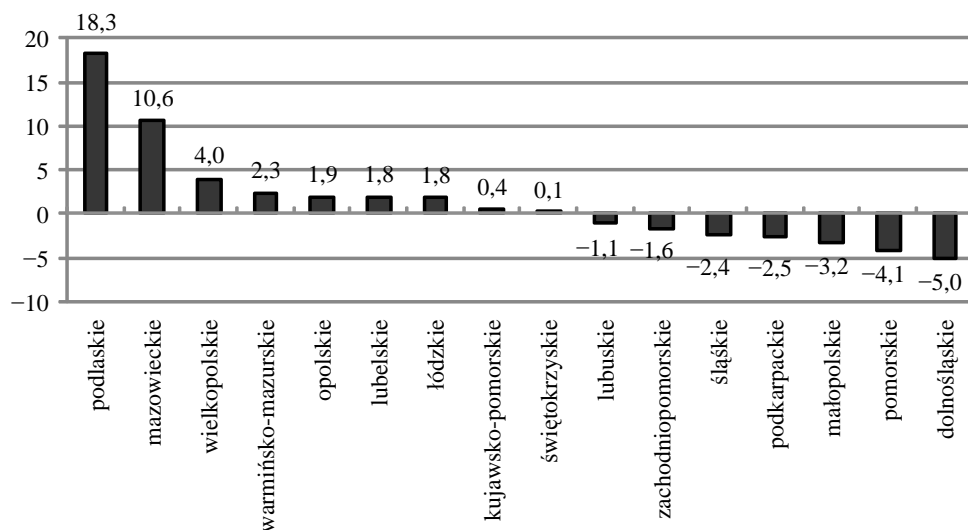
Badania wykazały, że największą względną nadwyżką produkcyjną w stosunku do popytu miejscowego cechują się przedsiębiorstwa mleczarskie z regionu podlaskiego (rys. 1). Pozostałe województwa produkujące nadwyżki to przede wszystkim regiony charakteryzujące się dużą w skali kraju produkcją oraz skupem surowca mlecznego, w tym lubelskie. Miejscowe mleczarnie powinny więc stosować strategię rozszerzania swoich rynków zbytu poza macierzyste województwo. Najbardziej chłonnymi rynkami zbytu są tereny charakteryzujące się popytem znacznie przekraczającym wartość produkcji nabiału w regionie. Powinny one stanowić dla mleczarni z Lubelszczyzny strategiczne kierunki ekspansji rynkowej w przyszłości. Badane przedsiębiorstwa<sup>4</sup> operują na części tych obszarów – w województwie podkarpackim, małopolskim i śląskim. Ze względu na położenie regionu lubelskiego oraz nasiloną konkurencję ze strony liderów sektora z województwa mazowieckiego i podlaskiego, wydłużanie zasięgów rynkowych analizowanych mleczarni dotyczyło

<sup>2</sup> Wartość wydatków ludności na produkty mleczarskie oszacowano jako iloczyn liczby ludności, przeciętnego rocznego spożycia poszczególnych produktów mleczarskich przez jedną osobę oraz wysokości cen producentów w poszczególnych województwach.

<sup>3</sup> Z powodu braku danych dotyczących pełnego asortymentu wytwarzanych produktów mleczarskich, wielkość wydatków charakteryzuje się niedoszacowaniem. Dokładniejszą informację omawiany wskaźnik niesie w przypadku, gdy jego wartość jest ujemna. W tej sytuacji niedoszacowanie wydatków ludności może skutkować wyłącznie dalszym zmniejszeniem wartości miernika.

<sup>4</sup> Badania ankietowe przeprowadzono wśród kierownictwa przedsiębiorstw mleczarskich z terenu województwa lubelskiego w okresie sierpień – październik 2009 r.

w mniejszym stopniu Polski zachodniej i północno-zachodniej. Ważnym rynkiem zbytu dla badanych podmiotów był także teren Mazowsza, w tym głównie aglomeracji warszawskiej ze względu na jej atrakcyjność. Z uwagi na położenie regionu lubelskiego celowym kierunkiem ekspansji są również rynki państw WNP.



**Rys. 1.** Względne nadwyżki i niedobory produkcji mleczarskiej w stosunku do wartości popytu w 2007 r. według województw

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS oraz bazy PONT INFO.

Ze względu na fakt zmniejszania się potencjału demograficznego województwa lubelskiego<sup>5</sup> pogłębić się może nadwyżka produkcyjna mleczarni w stosunku do popytu miejscowego. Potwierdzają to prognozy liczby ludności do 2035 r., w których przewiduje się dalszy spadek liczby mieszkańców regionu<sup>6</sup>. Wśród przyczyn zmniejszania się potencjału demograficznego województwa należy głównie wymienić ujemne saldo migracji wewnętrznych i zagranicznych oraz ujemny przyrost naturalny. Spadek liczby ludności wpływa niekorzystnie na wielkość popytu na produkty mleczarskie, a co za tym idzie – stanowi zagrożenie dla konkurencyjności *ex Aten* mleczarni zlokalizowanych w regionie. Ponadprzeciętny w skali krajowej trend depopulacyjny implikuje konieczność strategicznego rozszerzania rynków zbytu i wydłużania zasięgów rynkowych. W perspektywie średnio- i długookresowej może się to stać czynnikiem warunkującym możliwości zbytu produktów i w związku z tym rozwoju i konkurencyjności mleczarni. Rozszerzaniu rynków zbytu sprzyja oparcie marki produktów na walorach miejsca pozyskiwania i przetwarzania surowca oraz

<sup>5</sup> W latach 2005-2007 liczba ludności zmniejszyła się o ponad 13,4 tys. osób.

<sup>6</sup> Bank Danych Regionalnych GUS, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), 22.08.2010.

dostosowanie struktury asortymentowej produkcji do ogólnych tendencji zmian zapotrzebowania ludności (np. produkcja mlecznych produktów funkcjonalnych).

Pomimo potrzeby wydłużania zasięgów rynkowych, analizowane podmioty nie powinny pomijać znaczenia rynków lokalnych, które mogą się przyczyniać do wzrostu konkurencyjności mleczarni przez obniżenie kosztów transportu, a także większą skuteczność i niższe koszty działań marketingowych. W odniesieniu do konsumentów zlokalizowanych w bliskości zakładu przetwórczego szybciej i przy użyciu mniejszych kosztów można bowiem pozyskać informacje dotyczące potrzeb, preferencji, zachowań nabywców oraz wielkości i struktury popytu, a także prognozować zmiany dokonujące się na obsługiwanych rynkach. Łatwiej jest także dostosować podaż do wahań popytu oraz zmniejszyć koszty magazynowania i dystrybucji. Bliskość położenia mleczarni może także wywoływać zachowania konsumentów związane z patriotyzmem lokalnym, a co za tym idzie – zwiększać poziom ich lojalności w stosunku do zakupów produktów wytworzonych na macierzystym terenie<sup>7</sup>. Jednak korzyści związane z bliskością rynków lokalnych w dłuższej perspektywie będą tracić na znaczeniu w związku z depopulacją obszarów wiejskich, natomiast mogą odgrywać ważną rolę w przypadku największych miast regionu lubelskiego.

Ważnym czynnikiem wpływającym na popyt jest gęstość zaludnienia w rejonie sprzedaży. Jest to wyjątkowo istotne z punktu widzenia podmiotów wytwarzających produkty żywnościowe spożywane powszechnie przez rozproszonych terytorialnie konsumentów. Omawiany wskaźnik ma szczególne znaczenie dla mniejszych przedsiębiorstw, dystrybuujących swoje wyroby głównie na rynek lokalny i regionalny, oraz takich, które korzystają z bezpośrednich kanałów dystrybucji opartych na sieci detalicznej, w tym również sklepy należące do producenta. Mała gęstość zaludnienia w tych przypadkach powoduje bowiem konieczność częstszego dowozu produktów do rozproszonych przestrzennie odbiorców i punktów sprzedaży, co skutkuje podwyższeniem kosztów transportu i wydłużeniem jego czasu oraz wzrostem kosztów związanych z uszkodzeniami produktów podczas przewozu.

Województwo lubelskie w porównaniu z innymi regionami kraju charakteryzuje się niską gęstością zaludnienia – ok. 86 osób/km<sup>2</sup> (średnia krajowa wynosi 122 osoby/km<sup>2</sup>). Ze względu na wyższy stopień koncentracji przestrzennej ludności najbardziej atrakcyjnymi rynkami zbytu są duże miasta regionu, mniej atrakcyjne są małe jednostki osadnicze (zwłaszcza jeśli występuje tu znaczne bezrobocie i spożycie naturalne ludności wiejskiej). Przy czym wybór rejonu zbytu zależy od strategii przyjętej przez przedsiębiorstwo, od jego wielkości i potencjału ekonomicznego. Po pominięciu miast, istotną barierą dla przedsiębiorstw zlokalizowanych głównie we wschodniej i południowej części województwa lubelskiego jest niski poziom kon-

---

<sup>7</sup> Znajomość marki producenta jest czynnikiem wpływającym na popyt, przy czym bardziej rozpoznawalne są marki producentów zlokalizowanych w pobliżu nabywców. Dlatego też na rynku produktów mleczarskich istnieje podział na marki ogólnopolskie i regionalne; K. Chorąży, *Rzeka mleka kipiąca od nowości*, „Wiadomości Handlowe” marzec 2010, nr 3(93), <http://wiadomoscihandlowe.pl/content/view/21950/3234/>, 22.08.2010.

centracji przestrzennej ludności na tych terenach. Wpływa on niekorzystnie na popyt oraz stanowi potencjalne zagrożenie dla osiągnięcia lub utrzymania przewag konkurencyjnych przez zakłady przetwórcze. Może również implikować konieczność ekspansji na inne obszary, zwłaszcza podmiotów o większej skali działalności.

Istotną determinantą popytu jest struktura demograficzna i społeczno-zawodowa ludności. Do ważnych cech strukturalnych ludności regionu lubelskiego zaliczane są<sup>8</sup>:

- ponadprzeciętny udział ludności mieszkającej na wsi (lubelskie – 53,4%; Polska – 38,8%),
- najwyższy w Polsce udział pracujących w sektorze rolniczym,
- ponadprzeciętny udział ludności w wieku przedprodukcyjnym i poprodukcyjnym, udział ludności w wieku produkcyjnym jest poniżej wartości przeciętnych dla kraju,
- ponadprzeciętny udział emerytów i rencistów (lubelskie – 25,5%; Polska 24,1%),
- szacunkowo dość niski udział ludności utrzymującej się z pracy na własny rachunek (ze względu na niski w skali kraju wskaźnik liczby podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na 1000 osób w wieku produkcyjnym).

Wielkość i struktura popytu na produkty mleczarskie zależy od wysokości dochodów oraz przyzwyczajęń, tradycji, gustów i nawyków ludności, które wynikają ze zróżnicowania przestrzennego struktury demograficznej, społecznej i zawodowej ludności. Województwo lubelskie cechuje się wysokim spożyciem mleka płynnego oraz niskim spożyciem napojów mlecznych i jogurtów (część konsumpcji pokrywana jest w ramach samozaopatrzenia). W związku ze strukturą demograficzną i społeczno-zawodową mieszkańców regionu na omawianym obszarze można przewidywać stosunkowo wysokie spożycie twarogów, śmietany, śmietanki i masła, natomiast relatywnie niskie serów dojrzewających i topionych. W toku badań wykazano, że wielkość i asortyment produkcji mleczarskiej w województwie lubelskim nie do końca odpowiada specyfice regionalnej konsumpcji, co może oddziaływać negatywnie na konkurencyjność *ex Aten* mleczarni. W większości badanych przedsiębiorstw występuje bowiem specjalizacja w produkcji artykułów o przedłużonej trwałości.

Ważną tendencją występującą na rynku produktów mleczarskich jest spadek udziału samozaopatrzenia w spożyciu ludności (w latach 2005-2007 dotyczył on mleka, śmietany i śmietanki oraz serów twarogowych)<sup>9</sup>. W regionie lubelskim w 2007 r. udział zużycia mleka w gospodarstwie – na samozaopatrzenie i spisanie

<sup>8</sup> Obliczenia własne na podstawie danych Banku Danych Regionalnych GUS, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), 14.09.2009.

<sup>9</sup> *Popyt na żywność. Stan i perspektywy*, IERiGŻ, Warszawa, grudzień 2007, s. 31; oraz *Popyt na żywność. Stan i perspektywy*, IERiGŻ, Warszawa, grudzień 2008, s. 18.

– kształtował się na poziomie 36,6% (o 9,1% więcej niż przeciętnie w Polsce)<sup>10</sup>. Wysoki udział konsumpcji naturalnej związany jest m.in. z rozdrobnioną strukturą agrarną na omawianym terenie i oddziałuje negatywnie na wielkość popytu na produkty mleczarskie oferowane na rynku.

#### **4. Determinanty popytu efektywnego jako uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw mleczarskich w województwie lubelskim**

Warunki demograficzne kształtują popyt potencjalny, natomiast wielkość i struktura popytu efektywnego zależy od wysokości dochodów ludności, poziomu i struktury cen oraz wielkości wsparcia rynkowego w ramach Wspólnej Polityki Rolnej. Dochody ludności są pochodną m.in. PKB – w regionie lubelskim wysokość nominalnego PKB w 2007 r. wynosiła 20,9 tys. zł na mieszkańca, co przy średniej krajowej 30,8 tys. zł plasowało region na przedostatniej pozycji w kraju. Jest to ważna przyczyna niskiego poziomu przeciętnego miesięcznego dochodu rozporządzalnego na jedną osobę w gospodarstwie domowym. W 2007 r. w województwie lubelskim wyniósł on 791,61 zł i był o 14,7% niższy niż średnia krajowa (Polska: 928,9 zł), co wskazuje na występowanie bariery popytowej na omawianym terenie. W latach 2005-2007 we wszystkich regionach odnotowano wzrost przeciętnych realnych dochodów rozporządzalnych na osobę, przy czym tempo wzrostu dochodów realnych w województwie lubelskim wyniosło 14,2% i było niższe od średniej krajowej o 3,7% punktu procentowego. Świadczy to o względnym zmniejszeniu potencjału ekonomicznego gospodarstw domowych w regionie i – poprzez negatywny wpływ na wielkość popytu – stanowi zagrożenie dla konkurencyjności *ex Aten* mleczarni.

Analiza współczynnika elastyczności dochodowej popytu wykazała, że część produktów mleczarskich to dobra niższego rzędu, stanowiące podstawę egzystencji uboższych grup ludności (mleko spożywcze, śmietana i śmietanka oraz masło; zob. tab. 1). Wraz ze wzrostem dochodów udział tych produktów w wydatkach na żywność wykazuje więc tendencję malejącą. Popytem zbliżonym do sztywnego cechują się sery twarogowe, co oznacza, że właściwie nie reagują one na zmiany dochodów. Współczynnik elastyczności dochodowej dla serów dojrzewających i topionych wyniósł 0,34 i jest wyższy niż dla żywności ogółem. Z tego wynika, że w miarę wzrostu dochodów ludności będzie rósł udział wydatków na te produkty zarówno w wydatkach ogólnych, jak i wydatkach na żywność. Jogurty i napoje mleczne oraz mleko zagęszczone i w proszku charakteryzują się współczynnikami elastyczności przekraczającymi jedność, co oznacza, że popyt zmienia się ponadproporcjonalnie w stosunku do zmiany dochodów. Udział wydatków na te produkty będzie więc silnie wzrastał, pod warunkiem wzrostu dochodów ludności.

<sup>10</sup> Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych Agencji Rynku Rolnego oraz Banku Danych Regionalnych GUS, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), 20.09.2009.

**Tabela 1.** Wysokość współczynników elastyczności dochodowej popytu dla wybranych produktów mleczarskich w 2007 r. w Polsce

Wyszczególnienie	Współczynnik elastyczności dochodowej popytu
Towary i usługi konsumpcyjne	0,73
Żywność i napoje bezalkoholowe	0,21
Mleko	-0,44
Mleko zagęszczone i w proszku	2,59
Jogurty i napoje mleczne	1,34
Sery, w tym:	0,18
sery twarogowe	0,02
sery dojrzewające i topione	0,34
Śmietana i śmietanka	-0,35
Masło	-0,17

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS.

Pomimo poprawy sytuacji materialnej rodzin z województwa lubelskiego, przejawiającej się wzrostem realnych dochodów rozporządzalnych, część ludności w regionie nadal znajduje się w trudnej sytuacji ekonomicznej. Potwierdza to wskaźnik zagrożenia ubóstwem ustawowym, liczony jako udział procentowy osób w gospodarstwach domowych pozostających poniżej ustawowej granicy ubóstwa<sup>11</sup>. Według szacunków GUS<sup>12</sup> w takiej sytuacji znajduje się ok. 20% osób w regionie lubelskim; wskaźnik ten znacznie przekracza średnią krajową wynoszącą 14,6%. Pomimo to zakres braku zaspokojenia potrzeb na artykuły mleczarskie w województwie nie odbiega znacząco od średniej krajowej. Przyczyną tego stanu rzeczy może być podstawowy charakter części tych produktów. Udział gospodarstw, które w województwie lubelskim ze względów finansowych zgłosiły brak realizacji popytu na przetwory mleczarskie, wyniósł 9,7% (przeciętnie w Polsce ok. 9%), na masło – 6,6% (średnio w kraju 6,7%), natomiast na mleko 5,2% (Polska 5,1%)<sup>13</sup>.

Kolejnym czynnikiem istotnie wpływającym na popyt jest poziom oraz zmiany cen produktów, a także ich zróżnicowanie przestrzenne. W latach 2005-2006 różnice pomiędzy wskaźnikiem inflacji a wskaźnikiem cen mleka i przetworów nie były wysokie (tab. 2).

W 2007 r. ceny detaliczne żywności w porównaniu z 2006 r. wzrosły o 4,9%, natomiast wskaźnik inflacji wyniósł 2,5%. Jednocześnie ceny nabiału wzrosły średnio o 5,1%, co było związane z silnym zwiększeniem eksportu, wysokim poziomem popytu krajowego oraz podwyższeniem cen surowca mlecznego. Produkty mleczarskie podrożały w stosunku do wszystkich pozostałych artykułów będących źródłem białka zwierzęcego (jaj, mięsa i ryb), co wywołało zjawisko częściowej substytucji nabiału wymienionymi grupami produktów.

<sup>11</sup> Kwota, która uprawnia do ubiegania się o przyznanie świadczenia z pomocy społecznej.

<sup>12</sup> Bank Danych Regionalnych GUS, www.stat.gov.pl, 13.09.2009.

<sup>13</sup> *Warunki życia ludności w województwie lubelskim w latach 2006-2008*, Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin 2009, s. 36.



**Tabela 2.** Wskaźniki cen detalicznych towarów i usług konsumpcyjnych oraz wybranych produktów w latach 2005-2007 w Polsce (rok poprzedni = 100)

Wyszczególnienie	2005	2006	2007
Towary i usługi konsumpcyjne	102,1	101,0	102,5
Żywność i napoje bezalkoholowe	102,1	100,6	104,9
Mleko i przetwory	103,2	99,8	105,1
Mleko	104,2	100,8	106,4
Mleko w proszku	106,5	100,7	101,6
Jogurty	99,8	100,4	101,8
Śmietana i śmietanka	104,9	101,0	105,5
Napoje mleczne	102,5	101,5	104,8
Desery mleczne	98,8	95,4	104,5
Sery twarogowe	102,3	98,7	103,0
Sery dojrzewające i topione	103,4	98,6	107,2
Mięso, podroby i przetwory	102,6	96,1	104,7
Ryby i przetwory	103,0	101,9	101,6
Jaja	90,9	102,3	104,9
Tłuszcze jadalne ogółem	102,2	97,6	104,6
Tłuszcze zwierzęce	104,4	95,6	106,0
Masło	103,1	97,1	107,9
Tłuszcze roślinne	100,0	99,6	103,2

Źródło: *Popyt na żywność. Stan i perspektywy*, IERiGŻ, Warszawa, grudzień 2006, s. 29, 47; *Popyt na żywność. Stan i perspektywy*, IERiGŻ, Warszawa, grudzień 2007, s. 11, 29, 46; *Popyt na żywność. Stan i perspektywy*, IERiGŻ, Warszawa, grudzień 2008, s. 11, 28, 43.

Największy wzrost cen wśród artykułów mleczarskich odnotowano w odniesieniu do serów dojrzewających i topionych, mleka płynnego oraz śmietan i śmietanek. Ceny masła w 2007 r. w stosunku do 2006 r. wzrosły o 7,9% i podrożały zarówno w stosunku do tłuszczów roślinnych, jak i pozostałych tłuszczów zwierzęcych. Przy czym wzrost przeciętnego miesięcznego nominalnego dochodu rozporządzalnego w omawianym okresie wyniósł w województwie lubelskim 9,2% i był wyższy niż wzrost cen nabiału, co świadczy o wzroście siły nabywczej ludności w odniesieniu do tych produktów.

**Tabela 3.** Wysokość współczynników elastyczności cenowej popytu dla wybranych produktów mleczarskich w Polsce w latach 2006-2007

Wyszczególnienie	2006	2007
Mleko	-8,75	-1,06
Mleko zagęszczone i w proszku	0,00	15,63
Jogurty i napoje mleczne	8,53	5,35
Sery twarogowe	0,00	0,00
Sery dojrzewające i topione	-2,04	0,39
Śmietana i śmietanka	-4,65	-0,44
Masło	0,00	-0,41

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych GUS.

Analiza współczynników elastyczności cenowej popytu na poszczególne produkty mleczarskie wykazała, że ich wysokość charakteryzowała się w latach 2006-2007 dużym stopniem zmienności (zob. tab. 3). Świadczy to o występowaniu wysoce zmiennych czynników o charakterze pozacenowym, wpływających na spożycie nabiału.

W obu analizowanych latach współczynnik elastyczności cenowej popytu był dodatni dla jogurtów i napojów mlecznych, natomiast w 2007 r. dla mleka zagęszczonego i w proszku oraz serów dojrzewających i topionych. Wydaje się, że w odniesieniu do wymienionych produktów mleczarskich, których ceny są stosunkowo wysokie, występowanie jednokierunkowych zależności pomiędzy zmianami cen a zmianami popytu może być związane z działaniem efektu Veblena.

Wysokość cen detalicznych na produkty mleczarskie charakteryzuje się zróżnicowaniem regionalnym. Dla żadnego z badanych artykułów mleczarskich ceny w województwie lubelskim nie przekraczały znacząco średnich w Polsce<sup>14</sup>. Poziom cen na rynku regionalnym nie jest wysoki ze względu na niski stopień zamożności miejscowych konsumentów oraz występującą tu barierę popytową. W kontekście przyszłej konkurencyjności przedsiębiorstw mleczarskich implikuje to potrzebę ekspansji na rynki charakteryzujące się wyższymi cenami sprzedaży.

Wśród uwarunkowań popytu na produkty mleczarskie należy także wymienić zewnętrzne wsparcie rynkowe w ramach Wspólnej Polityki Rolnej. W Polsce najważniejsze znaczenie miały subwencje eksportowe oraz dopłaty do mleka i jego przetworów spożywanych w placówkach oświatowych (program „Szlanka mleka”). Refundacje wywozowe są głównym instrumentem wspomagającym przedsiębiorców w eksporcie nadwyżek rynkowych branży mleczarskiej. W latach 2005-2007 w Polsce refundacje wywozowe do masła i oleju maślanego wyniosły 141 149 tys. zł, do mleka w proszku 98 969 tys. zł, do sera 27 567 tys. zł<sup>15</sup>. Poziom wsparcia eksportu polskich produktów mleczarskich w stosunku do łącznej wartości wywozu nie był jednak wysoki ze względu na dominację eksportu tych artykułów do państw UE.

Program „Szlanka mleka” pełni ważną funkcję społeczną, ponieważ promuje wśród dzieci i młodzieży szkolnej zdrowe nawyki żywieniowe<sup>16</sup>. W latach 2005-2007 łączne wydatki na ten cel wyniosły 24,4 mln zł. Od roku szkolnego 2007/2008 funkcjonuje krajowa dopłata do spożycia mleka i przetworów mlecznych, stanowią-

<sup>14</sup> Ceny detaliczne na Lubelszczyźnie są zbliżone do przeciętnych w kraju dla mleka spożywczego, serów dojrzewających i twarogowych oraz masła. Ceny na pozostałe produkty ustalane są poniżej średnich dla Polski – w 2007 r. śmietana była tańsza niż przeciętnie w kraju o 6,5%, a jogurty o 3,8%; obliczenia własne na podstawie Banku Danych Regionalnych GUS, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), 25.06.2010.

<sup>15</sup> M. Dyngus, *ARR – finansowanie mechanizmów na rynku mleka (1 maja 2004-31 grudnia 2007)*, „Biuletyn Informacyjny Agencji Rynku Rolnego” 2008, nr 3, s. 27.

<sup>16</sup> Program jest skierowany do uczniów uczęszczających do przedszkoli, szkół podstawowych, gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych. Każde dziecko może otrzymać codziennie 0,25 litra mleka lub przetworu mlecznego w cenie niższej niż rynkowa.

ca uzupełnienie dopłaty unijnej. Program ten pozwala uczniom szkół podstawowych na bezpłatne otrzymywanie codziennie 0,25 litra mleka bez dodatków smakowych. W pierwszym roku jego funkcjonowania Agencja Rynku Rolnego zrealizowała dopłaty finansowane z budżetu krajowego na kwotę ponad 8,5 mln zł<sup>17</sup>. W regionie lubelskim dostawcami produktów mleczarskich do placówek oświatowych w ramach programu „Szklanka mleka” są firmy handlowe oraz pięć zakładów przetwórczych.

Z badań różnych autorów wynika, że najważniejszymi czynnikami wpływającymi na wybór i zakup produktów żywnościowych, w tym mleczarskich, są ich cena oraz jakość<sup>18</sup>. Przy dokonywaniu wyboru produktów żywnościowych przez polskich konsumentów istotną rolę odgrywają także czynniki związane z lokalizacją zakładu przetwórczego. Z badań przeprowadzonych przez TNS OBOP<sup>19</sup> w 2007 r. na reprezentatywnej próbie respondentów wynika, że ważnym elementem decydującym o wyborze produktu spożywczego jest przyzwyczajenie (dla 87% konsumentów), pochodzenie produktu – kraj lub region (84%), tradycyjna metoda i receptura (81%) i miejsce wytwarzania (80%). Wszystkie wymienione czynniki mają konotacje przestrzenne, związane z preferowaniem produktów rodzimych i znanych, co wpisuje się w zjawisko etnocentryzmu konsumenckiego. Zjawisko to jest swoistym sposobem reakcji na postępujące procesy upowszechniania się trendów konsumpcji w różnych regionach świata w związku z globalizacją. Dążenie do indywidualizacji konsumpcji może się opierać na produktach pochodzących z regionów o wyjątkowych walorach przyrodniczych. Pomimo wysokiej ceny produktów regionalnych znaczenie tej niszy rynkowej rośnie i stanowi jeden ze sposobów pobudzania popytu na produkty mleczarskie. Województwo lubelskie ze względu na czystość elementów środowiska przyrodniczego jest predestynowane do wytwarzania produktów tego typu. Bliskość Mazowsza i aglomeracji warszawskiej, cechującej się wysokimi dochodami ludności, sprzyja rozwojowi mleczarskich produktów regionalnych na Lubelszczyźnie, które mogłyby być oferowane także turystom (np. w ramach agroturystyki).

## 5. Podsumowanie

Lokalizacja mleczarni wpływa na wielkość zapotrzebowania, dynamikę i strukturę popytu na artykuły mleczarskie poprzez regionalne uwarunkowania związane z liczbą ludności, gęstością zaludnienia, strukturą demograficzną i społeczno-zawodową ludności oraz zamożnością mieszkańców. Na konkurencyjność *ex Aten* przedsię-

<sup>17</sup> M. Dyngus, wyd. cyt., s. 28.

<sup>18</sup> Por. np.: M. Góralczyk, *Uwarunkowania konsumpcji produktów spożywczych*, „Marketing i Rynek” 2009, nr 10, s. 33; M. Grzybowska-Brzezińska, *Determinanty wyboru produktów żywnościowych*, „Marketing i Rynek” 2010, nr 3, s. 27-28; A.I. Baruk, *Postrzeganie polskich i zagranicznych produktów spożywczych przez konsumentów*, „Marketing i Rynek” 2010, nr 1, s. 28.

<sup>19</sup> *Znaczenie miejsca wytwarzania produktu w wyborach konsumenckich*, komentarz: M. Roslan, TNS OBOP na zlecenie marki Żywiec, TNS OBOP, Warszawa 2007.

biorstw mleczarskich z województwa lubelskiego potencjalnie niekorzystnie oddziałują warunki demograficzne regionu oraz istniejąca na tym terenie bariera popytowa.

W kontekście podwyższania konkurencyjności podmiotów gospodarczych możliwą strategią jest dostosowanie produkcji do tendencji popytu miejscowego (z uwagi na obniżenie kosztów transportu oraz wyższą efektywność działań marketingowych), produkcja wyrobów lokalnych i regionalnych (w oparciu o walory środowiska przyrodniczego) oraz strategia wydłużania zasięgów rynkowych (ze względu na nadwyżkę produkcji w stosunku do zapotrzebowania miejscowej ludności oraz barierę popytową).

## Literatura

- Bank Danych Regionalnych Głównego Urzędu Statystycznego, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl).
- Baruk A.I., *Postrzeżenie polskich i zagranicznych produktów spożywczych przez konsumentów*, „Marketing i Rynek” 2010, nr 1.
- Choraży K., *Rzeka mleka kipiąca od nowości*, „Wiadomości Handlowe” marzec 2010, nr 3(93), <http://wiadomoscihandlowe.pl/content/view/21950/3234/>.
- Dyngus M., *ARR – finansowanie mechanizmów na rynku mleka (1 maja 2004-31 grudnia 2007)*, „Biuletyn Informacyjny Agencji Rynku Rolnego” 2008, nr 3.
- Góralczyk M., *Uwarunkowania konsumpcji produktów spożywczych*, „Marketing i Rynek” 2009, nr 10.
- Grzybowska-Brzezińska M., *Determinanty wyboru produktów żywnościowych*, „Marketing i Rynek” 2010, nr 3.
- Popyt na żywność. Stan i perspektywy*, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej Państwowego Instytutu Badawczego w Warszawie, Warszawa 2006.
- Popyt na żywność. Stan i perspektywy*, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej Państwowego Instytutu Badawczego w Warszawie, Warszawa 2007.
- Popyt na żywność. Stan i perspektywy*, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej Państwowego Instytutu Badawczego w Warszawie, Warszawa 2008.
- Warunki życia ludności w województwie lubelskim w latach 2006-2008*, Urząd Statystyczny w Lublinie, Lublin 2009.
- Wrzosek W., *Funkcjonowanie rynku*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002.
- Znaczenie miejsca wytwarzania produktu w wyborach konsumenckich*, komentarz: M. Roslan, TNS OBOP na zlecenie marki Żywiec, TNS OBOP, Warszawa 2007.

---

## **THE DETERMINANTS OF MILK PRODUCTS DEMAND (ON THE EXAMPLE OF LUBLIN VOIVODESHIP)**

**Summary:** The determinants of demand determine competitive advantages as well as competitive position of enterprises. This paper identifies and examines those factors influencing milk products demand which are connected with Lublin voivodeship's milk enterprises locations. Thus the principal aim of this analysis is an impact of demand determinants on ex ante competitiveness of milk factory on the regional level.