



08.10.2015

Polska europejskim centrum produkcji żywności

– Polska, jak żaden inny kraj, posiada atuty żeby stać się europejskim centrum produkcji i przetwórstwa żywności. Aby dobrze wykorzystać istniejący potencjał, trzeba podjąć działania, które zbudują przewagę konkurencyjną, nie tylko w Europie, ale i na rynkach wschodzących – to zdaniem autorów raportu „Polska atrakcyjnym producentem i dostawcą żywności” kluczowe wyzwanie polskiego rolnictwa na najbliższe lata. Najnowsza publikacja Centrum Kompetencji Puławy została wydana pod honorowym patronatem Przewodniczącego Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi Parlamentu Europejskiego oraz Fertilizers Europe.

Celem raportu zaprezentowanego po raz pierwszy w środę, 7 października w Lublinie, jest wywołanie dyskusji nad modelem rozwoju polskiego biznesu rolnego. Jak podkreślają jego autorzy, to właśnie rolnictwo wraz z przemysłem spożywczym tworzą kluczowy sektor gospodarki dla zdynamizowania rozwoju Polski w najbliższych latach.

- Polskie rolnictwo uległo ogromnemu przeobrażeniu po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Stało się motorem krajowego eksportu. Według szacunków Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, wartość eksportu polskiej żywności systematycznie rośnie, a pod koniec 2015 r. wyniesie co najmniej 25 mld euro. Jesteśmy w tej dziedzinie potęgą i przykładem jak najlepszego wykorzystania dopłat do produkcji rolnej – mówił podczas prezentacji opracowania prof. Janusz Igras, dyrektor naukowy w Instytucie Nowych Syntezy Chemicznych w Puławach oraz redaktor naukowy raportu.

Autorzy raportu poddali analizie również możliwości finansowania przedsiębiorców rolnych, co jest obecnie jednym z najważniejszych elementów stabilności produkcji i rozwoju gospodarstw. Rodzime produkty ze względu na wysoką jakość i niską cenę cieszą się rosnącym zainteresowaniem zagranicznych odbiorców. Dlatego stały wzrost wartości eksportu i jego dodatni bilans powinny zachęcić

przedsiębiorców do zintensyfikowania działań promujących polską markę - to kolejne zagadnienie poruszone w opracowaniu Centrum Kompetencji Puławy. Istotę brand marketingu i obecności na nowych rynków zbytu tłumaczył dr Zenon Pokojski, koordynator Centrum Kompetencji Puławy i współautor raportu.

- Właśnie teraz, gdy dużo i dobrze eksportujemy, musimy intensywniej pracować nad naszymi markami, które zapewnią nam bezpieczeństwo w przyszłości. W interesie polskiej gospodarki leży też, żeby nasze firmy docierały z produktami sektora rolno-spożywczego na nowe rynki zbytu, również te odległe geograficznie. To jest prawdziwe wyzwanie na przyszłość - mówił dr Pokojski.

Na potrzeby raportu zostały przeprowadzone badania socjologiczne wśród przedsiębiorców rolnych, z których wynika, że chcą oni kształcić się właśnie w kierunku zarządzania swoimi gospodarstwami i produktami. Są to głównie młodzi przedsiębiorcy, którzy rolnictwo traktują jak biznes i widzą w nim szansę na sukces zawodowy. Badania przeprowadzone przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych pokazują też, że polscy przedsiębiorcy rolni są świadomi wysokiej jakości swoich produktów, a to wg autorów raportu, jest bardzo optymistyczną prognozą na przyszłość.