



# ELASTYCZNOŚĆ PRODUKCJI JAKO CZYNNIK WSPIERAJĄCY BEZPIECZEŃSTWO BIZNESU

Raport na temat branży spożywczej

5	Informacje o badaniu
7	Wstęp
9	Executive Summary
12	Rynek food and beverage w Polsce – liczby
21	Rynek food and beverage w Polsce – słowami przedsiębiorców
32	Komentarze ekspertów
38	Przypisy

# INFORMACJE O BADANIU

**Instytut badawczy ARC Rynek i Opinia na przełomie maja i czerwca 2020 roku zrealizował badanie, którego celem było uzyskanie informacji na temat potrzeb i podjętych działań przez małe i średnie firmy w kierunku uniezależnienia się od ograniczeń administracyjnych wdrażanych w sytuacjach kryzysowych.**

Kluczowe obszary badawcze:

- Nastroje szefów i pracowników firm w kontekście zmiennej sytuacji gospodarczej;
- Potencjalne zmiany w łańcuchach dostaw;
- Ocena szans na przeniesienie produkcji do Polski i potencjalne efekty takich ruchów na rynku;
- W jaki sposób technologie wspierają elastyczność biznesu;
- Przygotowania firm do wyjścia z kryzysu.

Badanie składało się z dwóch części:

## **1. Desk research:**

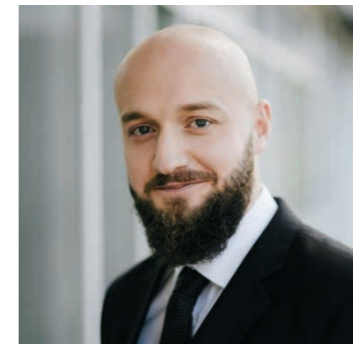
- opracowanie w formie desk research – na bazie danych dostępnych z oficjalnych źródeł GUS, PARP.

## **2. Badanie jakościowe:**

Badanie zostało przeprowadzone metodą Telefonicznych Wywiadów Pogłębionych, trwających średnio około 20 minut. Zrealizowano 10 wywiadów z przedsiębiorcami z branży, w tym:

- 3 wywiady z przedstawicielami **małych firm** (zatrudniających 10-49 pracowników)
- 7 wywiadów z przedstawicielami **średnich firm** (zatrudniających 50-249 pracowników)

# WSTĘP



**ŁUKASZ OTTA**

DIGITAL TRANSFORMATION DIRECTOR  
SIEMENS

Branża food and beverage to jeden z sektorów bardziej odpornych na niepewną sytuację na rynku, z jaką mieliśmy do czynienia w ostatnich miesiącach. Spowodowane jest to niezależnym od sytuacji społeczno-gospodarczej zapotrzebowaniem konsumentów na produkty żywnościowe. W wielu przypadkach liczba zamówień w ogóle się nie zmieniła lub spadła tylko nieznacznie, a niektóre firmy miały wręcz możliwość poszerzenia swojej działalności poprzez wprowadzanie nowych produktów lub zwiększenie istniejącej produkcji ze względu na zwiększenie popytu. Jednocześnie należy pamiętać, że w ramach branży spożywczej funkcjonują też przedsiębiorstwa które wyspecjalizowały się w produkcji żywności dla konkretnych sektorów np. branży hotelarsko-gastronomicznej (HoReCa) lub instytucji edukacyjnych, które zdecydowanie dotkliwiej odczuły skutki czasowego zamknięcia części gospodarki.

Większość przedsiębiorstw z branży stosuje rozwiązania z zakresu automatyzacji, natomiast mogą znacząco różnić się jej stopniem. W niektórych przypadkach jest to kilka maszyn na niektórych etapach produkcji, w innych - zaawansowana digitalizacja większej części procesu. Automatyzacja zwiększa elastyczność produkcji, a co za tym idzie, podnosi odporność firm na sytuacje kryzysowe.

W branży spożywczej kluczowe jest też utrzymanie wysokiego poziomu higieny i bezpieczeństwa pracy, do czego również przyczynia się stosowanie rozwiązań automatyzacyjnych. Przedsiębiorcy znają i cenią te korzyści, choć w przypadku mniejszych firm barierą dla modernizacji procesów okazują się obawy przed kosztami inwestycji.

Jednocześnie musimy zdać sobie sprawę, że stosowanie rozwiązań automatyzacyjnych to dopiero pierwszy krok w kierunku gospodarki przyszłości. Kolejnym jest digitalizacja, której poziom w polskich przedsiębiorstwach produkcyjnych nadal nie jest zbyt wysoki. Sytuacja niestabilnej liczby zamówień, problemów z eksportem czy zamknięcia pewnych części gospodarki okazała się katalizatorem przyspieszającym procesy technologiczne w firmach – przedsiębiorcy zaczęli zdawać sobie sprawę, że digitalizacja i możliwość zdalnego sterowania produkcją czy serwisowania jest najlepszą drogą do uodpornienia się na kryzysy w przyszłości, bo może zapewnić ciągłość działania niezależnie od czynników zewnętrznych.

W ostatnim czasie wyraźnie wzrosło zainteresowanie przedsiębiorców rozwiązaniami cyfrowymi, choć nadal czeka nas jeszcze długa droga ku Przemysłowi 4.0. Świadomość potrzeby zmian to punkt wyjścia do dalszego, bardziej dynamicznego działania. Mam nadzieję, że właśnie w tym kierunku zmierzać w najbliższych latach będzie polska gospodarka.

## EXECUTIVE SUMMARY





## Branża food and beverage w Polsce

**Branża food and beverage rozwijała się dość dynamicznie w ostatnich latach. Gdy w połowie marca 2020 wiele innych sektorów gospodarki dosięgnął kryzys wywołany pandemią, to utrudniona sytuacja rynkowa w niewielkim stopniu wpłynęła na kondycję firm z branży food and beverage. W wielu przypadkach liczba zamówień w ogóle się nie zmieniła lub spadła tylko nieznacznie. Mniejsza podatność branży spożywczej na oddziaływanie zmiennej sytuacji gospodarczej (w tym na liczbę zamówień) wiąże się z relatywnie stałym zapotrzebowaniem konsumentów na produkty żywnościowe. Dodatkowo większa digitalizacja i automatyzacja firm z rynku food and beverage ma duży pozytywny wpływ na płynność procesów produkcyjnych w tych przedsiębiorstwach.**

Choć większość firm z branży nie odczuła negatywnych skutków kryzysu, to jednak część sektora rynku **food and beverage** została mocno dotknięta czasowym zamknięciem części gospodarki. Są to **przedsiębiorstwa**, które **wyspecjalizowały się w produkcji żywności dla branży hotelarsko-gastronomicznej (HoReCa)** lub instytucji edukacyjnych. Te firmy zaobserwowały w pierwszych miesiącach pandemii znaczący spadek swoich obrotów, nawet do 20-40%. Po otwarciu hoteli i restauracji, sytuacja w tych firmach nieco się poprawiła.

### Wpływ sytuacji rynkowej na potencjalną rewizję łańcuchów dostaw

Pomimo zawirowań gospodarczych związanych z pandemią łańcuchy dostaw w branży food and beverage zostały zachowane. Przemysł spożywczy bazuje głównie na krajowym surowcu, dostarczonym przez polskich producentów rolnych, dlatego też

pandemia koronawirusa nie wpłynęła na logistykę dostaw. Na początku okresu pandemii obserwowano niewielkie opóźnienia w dostawach niektórych produktów z zagranicy, szczególnie z Włoch czy innych krajów zachodniej Europy. Jednak nie miały one zasadniczego wpływu na procesy produkcyjne w badanych firmach.

**Nowi dostawcy są rozważani jedynie w przypadku nowych produktów, jakie przedsiębiorstwa z branży food and beverage chcą wprowadzić do swojej produkcji.**

**Pandemia wymusiła większe działania pro-innowacyjne** i zmniejszona z nią liczba zamówień **wymusiła w niektórych firmach działania pro-innowacyjne**. Część zdecydowała się na **szerszą digitalizację w przedsiębiorstwie** lub na częściowe przeprofilowanie portfolio, aby poprawić kondycję firmy.

Niektórzy zdecydowali się na wprowadzenie e-commerce do swoich firm. Koronawirus stał się przymusowym motywatorem do przemyślenia, w jaki sposób przedsiębiorstwo jest w stanie zniwelować lub przynajmniej ograniczyć negatywne skutki sytuacji kryzysowej. Firmy te **po raz pierwszy zdecydowały się na sprzedaż przez internet**, powstały sklepy on-line, dzięki którym sprzedaż i dystrybucja mogły być kontynuowane.

### Potencjał automatyzacji oraz digitalizacji na polskim rynku food and beverage

Większość badanych przedsiębiorstw z branży food and beverage **jest w większym lub mniejszym stopniu zautomatyzowana** – stosowane są różne rozwiązania, począwszy od kilku maszyn na niektórych etapach produkcji, po pełną digitalizację procesu produkcyjnego. Przyczynia się to do większej **odporności firm na sytuacje kryzysowe** oraz zwiększa bezpieczeństwo pracy. Utrzymanie bezpiecznego środowiska produkcyjnego, zachowanie wysokiego poziomu higieny, **jakości oraz standardów bezpieczeństwa żywności**, a także zapewnienie bezpieczeństwa i zdrowia pracowników są bardzo istotne.

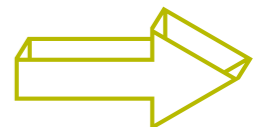
Badani przedsiębiorcy podkreślali duży wpływ automatyzacji i digitalizacji na większe bezpieczeństwo sanitarne produktów spożywczych. Dzięki automatyzacji

linii produkcyjnych pracownicy produkcji nie mają praktycznie kontaktu bezpośredniego z wytwarzaną tam żywnością. Ryzyko przeniesienia wirusa tą drogą jest praktycznie niemożliwe.

Dodatkowo, to również inwestycja, która opłaca się przedsiębiorcom, **ze względu na zmniejszenie kosztów zatrudnienia**. Automatyzacja i cyfryzacja wpływają nie tylko na ograniczenie zatrudniania nowych ludzi, ale w wielu miejscach jej wprowadzenie jest związane bezpośrednio ze zwiększeniem efektywności dotychczasowych pracowników.

**Zautomatyzowana produkcja jest także bardziej odporna na potencjalny błąd ludzki**. Wytwarzane produkty są bardziej dokładne/precyzyjne, w związku z tym na etapie produkcji można lepiej, bardziej efektywnie wykorzystywać surowce (zmniejsza się ich marnowanie).

Natomiast **przeszkodą w automatyzacji** dla niektórych badanych **małych firm jest koszt automatyzacji, postrzegany jako zbyt wysoki** dla przedsiębiorstwa. Małe firmy, które wyspecjalizowały się w produkcji spożywczej dla hoteli i restauracji, obecnie często funkcjonują na granicy płynności finansowej. Choć zdają sobie sprawę, że nawet częściowa automatyzacja ułatwiłaby znacząco produkcję w ich firmie, to z powodów finansowych nie decydują się na nią. **Obawy przed drugą falą epidemii i jej negatywnym wpływem przede wszystkim na sektor HoReCa** powodowały, że ci wyspecjalizowani przedsiębiorcy z **dużą ostrożnością podchodzili do ewentualnych inwestycji**.



# RYNEK FOOD AND BEVERAGE W POLSCE – LICZBY

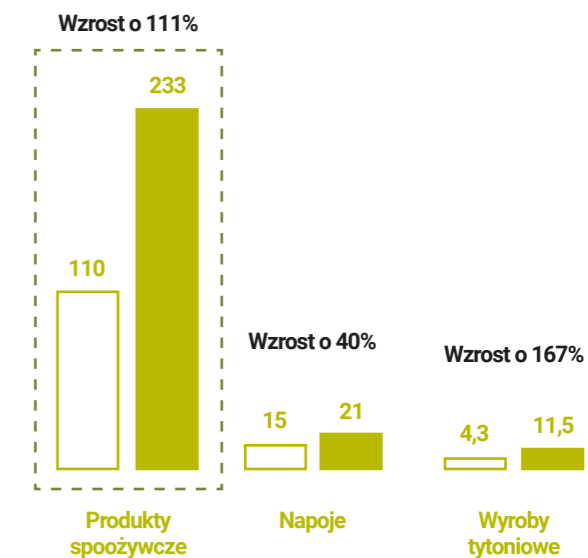
Poniższa analiza posłuży diagnozie rynku produktów spożywczych, napojów oraz wyrobów tytoniowych w Polsce. Zaczynając od liczby przedsiębiorstw zajmujących się tymi gałęziami przetwórstwa przemysłowego, w 2018 roku na polskim rynku funkcjonowało 16322 firm zajmujących się produkcją żywności, 590 produkowało napoje, zaś 48 wyroby tytoniowe<sup>1</sup>. Co zatem z tego wynika – zdecydowaną przewagę posiadają spółki przemysłu spożywczego, w porównaniu do których liczba przedsiębiorstw produkujących wyroby tytoniowe jest znikoma. Warto jednak zaznaczyć, że w przypadku firm spożywczych i produkujących napoje, ich liczba zmniejszyła się w stosunku do 2005 roku o odpowiednio 1019 i 251, podczas gdy te tytoniowe zanotowały wzrost w tym samym okresie – powstało 28 nowych przedsiębiorstw.

Podobna dysproporcja między tymi branżami ma miejsce, jeśli chodzi o produkcję globalną. Największym wskaźnikiem cieszy się przemysł spożywczy: odpowiada za wytworzenie towarów o łącznej wartości 233 mld złotych w 2018 roku i jest to ponad 100% wzrost od 2005 roku, kiedy produkcja globalna w tej gałęzi wynosiła 110 mld złotych. Nieco mniejszą wartość i bardziej skromnym wzrostem może się poszczycić branża produkcji napojów: w 2005 roku globalna produkcja wynosiła 15 mld złotych, zaś w 2018 21 mld złotych, co przekłada się na 40% wzrost.

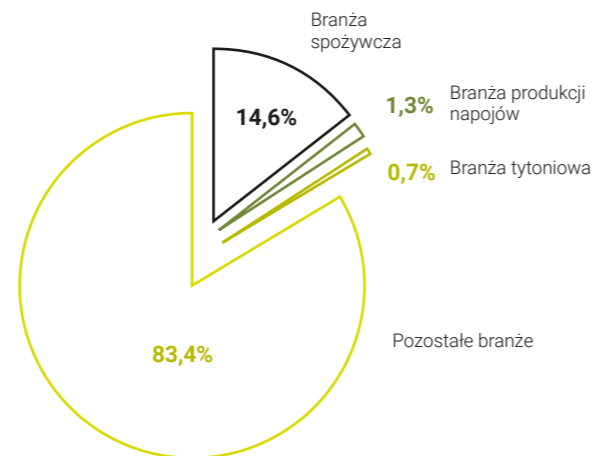
W przypadku branży tytoniowej można odnotować największy wzrost produkcji globalnej, jednak należy pamiętać, że pozycja wyjściowa była najgorsza: w 2005 roku produkcja globalna tej gałęzi przetwórstwa przemysłowego wynosiła 4,3 mld złotych, zaś w 2018 roku już 11,5 mld złotych, co oznacza 167% wzrost. Zatem produkcja globalna branży tytoniowej przyrasta najszybciej.

## WZROST PRODUKCJI GLOBALNEJ BRANŻY SPOŻYWCZEJ, PRODUKCJI NAPOJÓW ORAZ TYTONIOWEJ (W MLD ZŁOTYCH)

□ 2005  
■ 2018



### UDZIAŁ PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO, NAPOJOWEGO ORAZ TYTONIOWEGO W POLSKIM PRZEMYSŁE



Biorąc pod uwagę procentowy udział produkcji wyrobów z analizowanych branż do ogólnej produkcji przemysłowej – **największy udział ma oczywiście branża spożywcza, która odpowiada za 14,6% polskiej produkcji przemysłowej** (odsetek ten spadł od 2005 roku o 0,5 punktu procentowego), kolejna jest produkcja napojów obejmująca 1,3% produkcji (odsetek ten spadł od 2005 roku o 0,8 punktu procentowego), a ostatnia branża tytoniowa, czyli 0,7% ogólnej produkcji przemysłowej (odsetek ten wzrósł od 2005 roku o 0,1 punktu procentowego)<sup>2</sup>. O ile przemysł spożywczy jest gałęzią przetwórstwa przemysłowego o największym udziale w polskiej gospodarce, przemysł napojowy zajmuje już 17 miejsce, zaś tytoniowy dopiero 22 na 24, wyprzedzając jedynie produkcję odzieży oraz skór i wyrobów skórzanych.

Wraz ze wzrostem produkcji globalnej wzrasta również zużycie pośrednie. W 2005 roku wynosiło ono 85,6 mld złotych w przypadku branży spożywczej, 11,8 mld złotych w przypadku branży napojowej oraz 2,7 mld jeśli chodzi o branżę tytoniową. Wszystkie z omawianych branż zanotowały przyrost tego wskaźnika o odpowiednio: 118% do 186,9 mld złotych, 25% do 15 mld złotych oraz 83% do 5 mld złotych<sup>3</sup>. Jak zatem widać w przypadku branży spożywczej, przyrost zużycia pośredniego rośnie proporcjonalnie do zwiększenia produkcji globalnej – wygląda na to, że nie zostały wprowadzone żadne efektywne ulepszenia procesów produkcji, bądź też przyrost cen półproduktów nie wiąże się z gwałtownym wzrostem cen produktu przetworzonego. Inaczej sprawa ma się w przypadku produkcji napojów – tutaj zużycie pośrednie przyrasta znacznie wolniej niż produkcja globalna.

Być może zwiększyła się efektywność procesów produkcyjnych lub zmalała cena półproduktów. W przypadku wyrobów tytoniowych przyrost zużycia pośredniego również nie nadąża za wzrostem produkcji globalnej, choć nie w takim stopniu jak w branży napojowej.

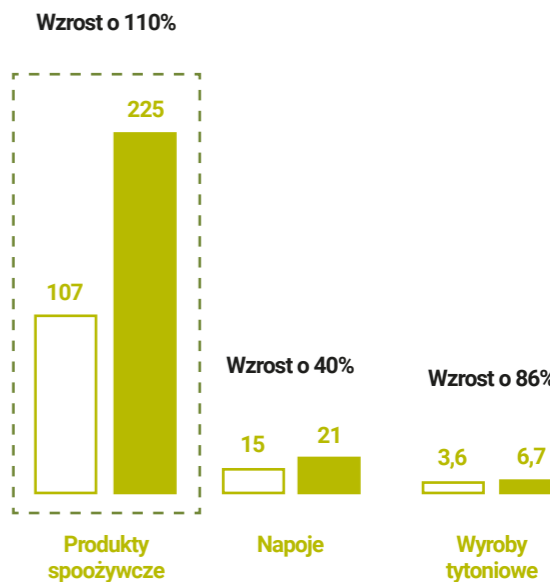
Przyrostowi produkcji globalnej towarzyszy również wzrost produkcji sprzedanej. W przemyśle spożywczym wynosiła ona 107 mld złotych w 2005 roku i 225 mld złotych 2018 roku (wzrost o 110%), w przemyśle napojowym w 2005 roku wynosiła 15 mld

złotych, a w 2018 r. 21 mld złotych (wzrost o 40%), a w przemyśle tytoniowym w 2005 roku 3,6 mld złotych i 6,7 mld złotych w 2018 roku (wzrost o 86%).

Jak zatem widać, w przypadku produktów spożywczych i napojów, wzrost produkcji sprzedanej nadąża na wzrostem produkcji globalnej, ale jeśli chodzi o wyroby tytoniowe – produkuje się ich znacznie więcej niż sprzedaje, zatem popyt nie dogania podaży.

### WZROST PRODUKCJI SPRZEDANEJ BRANŻY SPOŻYWCZEJ, PRODUKCJI NAPOJÓW ORAZ TYTONIOWEJ (W MLD ZŁOTYCH)

□ 2005  
■ 2018



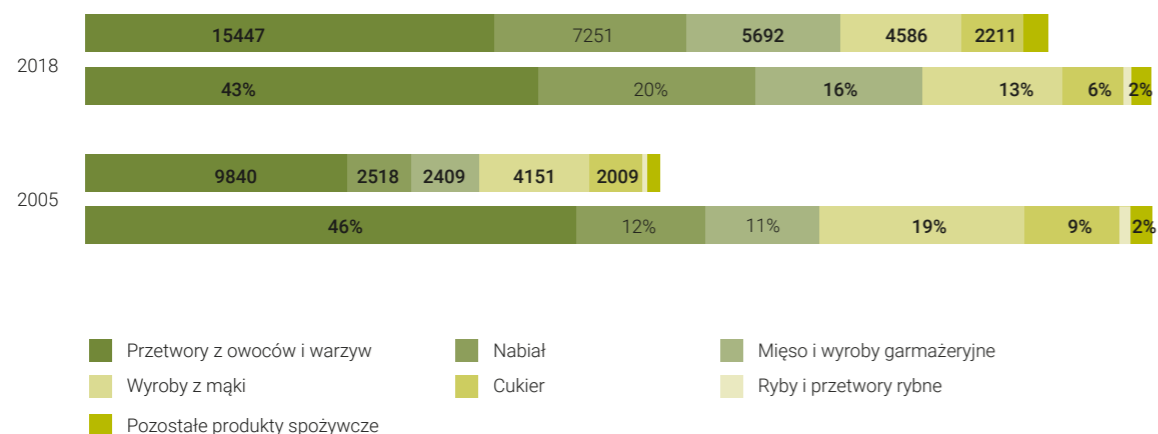


Przed omówieniem rentowności przedsiębiorstw omawianych branż, warto się również przyjrzeć strukturze wytwarzanych produktów. Zaczynając od przetwórstwa spożywczego: w 2018 roku (w nawiasach dane za 2005 rok) **największy udział w produkcji spożywczej miały przetwory z owoców i warzyw** – 43% (46%): wytworzono 15447 tysięcy ton (9840 tysięcy ton) takich produktów. **Drugi w kolejności był nabiał** – 20% (12%): wytworzono 7251 tysięcy ton (2518 tysięcy ton). Następny największy odsetek przypada mięsu i garmazerii mięsnej – 16% (11%): wytworzono 5692 tysięcy ton (2409 tysięcy ton). Kolejne miejsca zajmują wyroby z mąki – 13% (19%), cukier – 6% (9%), ryby i przetwory rybne – 0,4% (1%) oraz pozostałe produkty spożywcze 2% (2%)<sup>4</sup>. Nastąpiło zatem znaczne zwiększenie produkcji przetworów z owoców i warzyw, nabiału, mięsa i wyrobów garmazeryjnych, dzięki czemu te produkty zachowały, bądź zwiększyły swój udział w strukturze produkcji. Natomiast

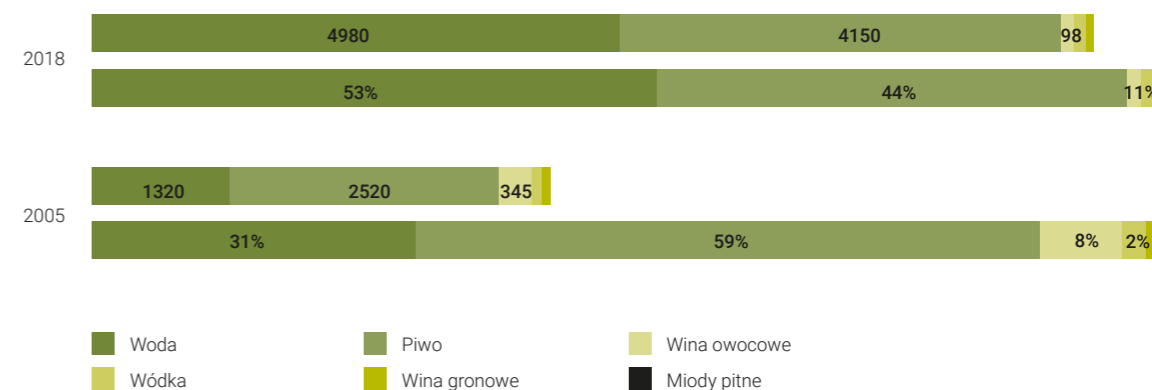
w przypadku pozostałych produktów, wytwarzana ilość nie uległa zmianie lub niewiele zwiększyła się, przez co systematycznie spada ich udział w strukturze produkcji.

**Jeśli chodzi o branżę napojową, największy udział ma w niej produkcja wody** – 53% (31%): wyprodukowano 4980 milionów litrów (1320 milionów litrów). **Drugie miejsce zajmuje piwo** – 44% (59%), wyprodukowano 4150 milionów litrów (2520 milionów litrów). Ostatnie miejsce na podium przypada winom owocowym 1% (8%), wyprodukowano 98 milionów litrów (345 miliony litrów). Kolejne miejsca to: wódka – 1% (2%), wina gronowe 0,2% (0,9%) oraz miody pitne – 0,1% (0,1%)<sup>5</sup>.

#### STRUKTURA PRODUKCJI SPOŻYWCZEJ (W TYSIĄCACH TON I PROCENTACH)



#### STRUKTURA PRODUKCJI NAPOJÓW (W MILIONACH LITRÓW I PROCENTACH)



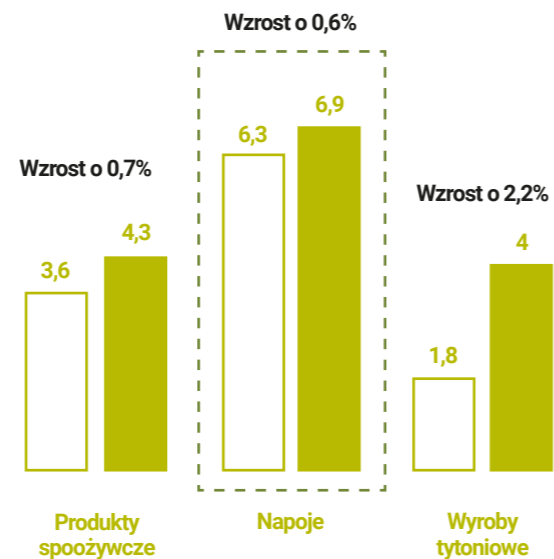
Jak zatem widać, struktura produkcji napojów uległa zauważalnej zmianie. Najbardziej zwiększyła się produkcja wody, kosztem wytwarzania piwa, które spadło na drugie miejsce. Największy spadek natomiast zaliczyła produkcja wina owocowego, która została zmarginalizowana, podobnie jak pozostałe napoje – woda oraz piwo zdominowały polską produkcję napojów.

Mając na uwadze wszystkie powyższe czynniki, można przyjrzeć się rentowności przedsiębiorstw funkcjonujących w obszarze analizowanych branż. Największą cieszy się produkcja napojów – wskaźnik rentowności obrotu brutto wynosi 6,9% i w porównaniu do 2005 roku wzrósł o 0,6 punktu procentowego. Jako jedyna z analizowanych gałęzi produkcji przemysłowej, branża napojowa posiada wskaźnik rentowności powyżej

średniej wszystkich gałęzi, choć i tak znajduje się dopiero na 7 miejscu za: wyrobami farmaceutycznymi (10,7%), papierem i wyrobami z papieru (10,3%), skórą (8,8%), odzieżą (8,7%) pozostałymi surowcami metalicznymi (8,5%) oraz meblami (7,1%). Rentowność produktów spożywczych z kolei wynosi 4,3% (wzrost o 0,7 punktów procentowych od 2005 roku), co pozwala zająć tej branży 19 miejsce wśród najbardziej rentownych gałęzi produkcji przemysłowej. W przypadku produktów tytoniowych wskaźnik ten wynosi 4% (wzrost o 2,2 punkty procentowe od 2005 roku)<sup>6</sup> i 20 miejsce na 24.

### RENTOWNOŚĆ PRODUKCJI BRUTTO BRANŻY SPOŻYWCZEJ, PRODUKCJI NAPOJÓW ORAZ TYTONIOWEJ (W PROCENTACH)

□ 2005  
■ 2018

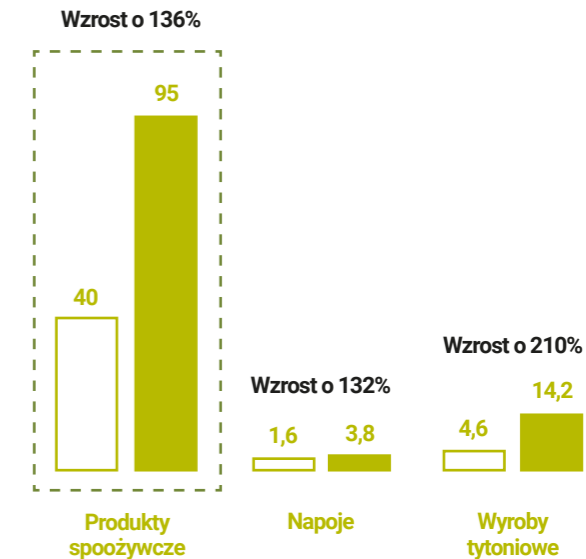


**W 2018 roku przy produkcji spożywczej pracowało 412 tysięcy osób i od roku 2010 liczba ta zmniejszyła się o 2,8 tysiąca. Jest to jednak na tyle mały spadek, że poziom zatrudnienia w tej branży można uznać za stabilny**, choć bez żadnych wzrostów. Nieco gorzej wygląda zatrudnienie w branży napojowej – od 2010 roku, w którym wynosiło 27 tysięcy, spadło o 4,5 tysiące do poziomu 22,5 tysiąca, a to oznacza 16% spadek. Pozytywna tendencja utrzymuje się natomiast w przedsiębiorstwach zajmujących się produkcją tytoniu: zatrudnienie zwiększyło się z 5,8 tysiąca w 2010 roku do 7,1 tysiąca w 2018 roku, czyli wzrosło o 22%<sup>7</sup>.

Ostatnim wskaźnikiem wymagającym omówienia jest wartość handlu zagranicznego analizowanych branż. **Według danych z 2017 roku eksport artykułów spożywczych wyniósł 94682 mld złotych i od 2010 roku wzrósł o 136%. Podobny wzrost miał miejsce w obszarze eksportu napojów – wyniósł on 132%** z 1637 mln złotych w 2010 do 3814 mln złotych w 2018 roku. Największy wzrost eksportu zaliczył sektor tytoniowy, jego wartość w 2018 roku wynosiła 14217 mln złotych, co stanowi 210% wzrost od 2010 roku<sup>8</sup>.

### WZROST WARTOŚCI EKSPORTU BRANŻY SPOŻYWCZEJ, PRODUKCJI NAPOJÓW ORAZ TYTONIOWEJ (W MLD ZŁOTYCH)

□ 2005  
■ 2018



Z powyższego zestawienia jasno wynika, że eksport zarówno produktów spożywczych, jak i napojów oraz wyrobów tytoniowych systematycznie wzrasta. Jednak **o ile produkty spożywcze stanowią jeden z głównych polskich towarów eksportowych** (jedynie branża automotive notuje większe zyski z eksportu), **to napoje są kierowane głównie na rynek wewnętrzny**.

Znacząco zwiększył się natomiast eksport wyrobów tytoniowych – pomimo znacznie mniejszej produkcji niż napoje mają większy udział w ogólnej liczbie eksportowanych towarów. Warto również dodać, że największym odbiorcą tych produktów są kraje Unii Europejskiej. Odpowiednio na wewnętrzny unijny rynek trafia: 82% eksportowanej żywności, 75% napojów oraz 93% wyrobów tytoniowych<sup>9</sup>.



Kończąc próbą ujęcia analizowanych branż w perspektywie porównawczej: według raportu FoodDrinkEurope opracowanego na podstawie danych z Eurostatu, w 2017 roku polski przemysł spożywczy i napojowy zajmował 7 miejsce w Unii Europejskiej, zaraz za niemieckim, francuskim, włoskim, hiszpańskim, brytyjskim i holenderskim z ponad 5% udziałem<sup>10</sup>. **Biorąc pod uwagę wejście w życie brexitu, Polska najprawdopodobniej wskoczyła na 5 miejsce zwiększając swój procentowy udział w europejskim rynku przetwórstwa spożywczego.** Znacznie lepszą pozycję ma przemysł tytoniowy: Polska w 2018 roku odpowiadała za 30% całej produkcji papierosów w Unii Europejskiej (druga pozycja za Niemcami – 34%), a także za 19% całej produkcji tytoniu do palenia w UE – zaraz za Holandią i Niemcami<sup>11</sup>.



## RYNEK FOOD AND BEVERAGE W POLSCE – SŁOWAMI PRZEDSIĘBIORCÓW



## Postrzegana kondycja branży food and beverage w Polsce

**Większość biorących w badaniu firm z branży food and beverage to przedsiębiorstwa spożywcze zajmujące się produkcją nabiału, pieczywa, mrożonek, przetworów warzywno – owocowych oraz napojów alkoholowych.**

**Ten sektor polskiej gospodarki stale się rozwijał przez ostatnie lata. A zawirowania gospodarcze związane z koronawirusem, które nastąpiły na początku 2020 roku nie wpłynęły negatywnie na kondycję badanych firm branży spożywczej.** W wielu przypadkach **liczba zamówień nie zmieniła się** lub spadła tylko nieznacznie. Zdecydowanie większa odporność branży na zmienną sytuację gospodarczą i potencjalne ryzyko spadku zamówień wiąże się ze względnie stałym zapotrzebowaniem konsumentów na produkty żywnościowe.

Początkowo pandemia nieco zmieniła zachowania konsumentów. Po wprowadzeniu obostrzeń popyt na artykuły spożywcze zwiększył się. Polacy, podobnie jak konsumenci na całym świecie, ze względu na niepewną przyszłość, robili dość duże zapasy żywnościowe dla swoich gospodarstw domowych. Później ten trend zanikł i rynek powrócił do sytuacji równowagi sprzed pandemii. Badane przedsiębiorstwa z branży food and beverage w większości przypadków funkcjonują obecnie w bardzo podobny sposób, jak przed pojawieniem się koronawirusa:

*Pod wpływem tej sytuacji jaką ostatnio mamy (związanej z pandemią) nic się specjalnie nie wydarzyło. Produujemy tak, jak produkowaliśmy. [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]*

*Myślę, że produkcja jest na porównywalnym poziomie. Może troszeczkę niższa. [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]*

*Nie było żadnych przestoju, żadnych zatrzymań produkcji związanych z sytuacją z wirusem. I jeżeli nic się złego nie wydarzy, to będziemy normalnie funkcjonować. [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]*

*W tej chwili utrzymujemy jednakowy poziom produkcji. To znaczy sposób organizacji jest taki sam, mimo że jest zapotrzebowanie minimalnie mniejsze. [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]*

Firmy, które obsługiwały ten sektor gospodarki straciły wiele zamówień, a spadek obrotów sięgnął 20-40%:

*Widzimy spadek obrotów. W naszej branży, w naszej firmie marzec i kwiecień są bardzo wzrostowymi miesiącami, ale w tym roku są spadkowe. Marzec do lutego to było -28% spadku obrotów, kwiecień do marca -20%, a przez kwiecień do lutego to już jest około -40%. Pracowaliśmy z restauracjami, które zamknięte były przez 2 miesiące, więc tutaj obrót spadł nam do zera. Teraz coś ruszyło się w tej części branży, ale widzimy po ilości i częstotliwości zamówień, że jest to tylko część standardowych zamówień. [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]*

*Pandemia ma bardzo duży wpływ na to, jakie mamy teraz zamówienia. Niestety bardzo nam spadły zamówienia. Wiadomo, lokale, głównie restauracje teraz były pozamykane i nie mieliśmy odbiorców. Także trzeba tutaj przyznać, że ten koronawirus nam sporo namieszał. [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]*

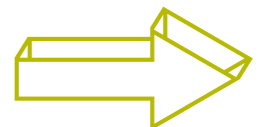
Pomimo obecnych dość optymistycznych nastrojów branża spożywcza obawiała się jednak drugiej fali zachorowań na koronawirusa na jesieni 2020 roku i jej negatywnego wpływu na rynek food i beverage. Przede wszystkim takie obawy wyrażali właściciele przedsiębiorstw, które dostarczają swoje produkty do gastronomii.

Niewątpliwie **wpływ na to miała większa automatyzacja przedsiębiorstw z branży food and beverage**, dzięki której **procesy produkcyjne przebiegały sprawniej**:

*Jest teraz nieźle, nawet powiedziałbym dobrze. Został zmodernizowany zakład produkcyjny, kupiliśmy nowe maszyny. Kilukrotnie została zwiększona wielkość produkcji. Nie ma jakiejś paniki związanej z koronawirusem. Jeżeli produkujemy mrożonki, to naturalnie, że dostarczamy je również do barów, do gastronomii. Jest oczywiście jakiś spadek tej sprzedaży, ale niezbyt duży. W tej chwili jednak nie ma jakiegoś pesymizmu. [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]*

Nieco mniejsze obroty zanotowały firmy spożywcze, dla których eksport stanowił ważny element przychodów. Obroty nieznacznie spadły również w firmach produkujących napoje alkoholowe.

**W gorszej kondycji są natomiast przedsiębiorstwa, które skupiły się na produkcji żywności dla branży hotelarsko-gastronomicznej (HoReCa) lub instytucji edukacyjnych.** Te firmy zaobserwowały znaczący spadek swoich obrotów. Większość hoteli, restauracji, szkół i przedszkoli nie funkcjonowała przez kilka miesięcy.



## Pandemia wymusiła większą digitalizację i działania innowacyjne w niektórych firmach



Pandemia i wynikająca z niej zmniejszona liczba zamówień **wymusiła w niektórych firmach działania innowacyjne**. Część zdecydowała się na szerszą digitalizację w przedsiębiorstwie, niektórzy podjęli częściowe przeprofilowanie się w celu poprawy kondycji firmy. Koronawirus stał się przymusowym motywatorem do przemyślenia, w jaki sposób przedsiębiorstwo jest w stanie zniwelować lub przynajmniej ograniczyć negatywne skutki sytuacji kryzysowej. Niektóre firmy po raz pierwszy zdecydowały się na sprzedaż swoich produktów przez internet, powstały sklepy on-line, dzięki którym działania przychodowe mogły być kontynuowane:

*Jesteśmy producentem kawy i herbaty. W tej chwili jest nieciekawie. Sytuacja zdecydowanie pogorszyła się w ostatnim półroczu. Musimy się troszeczkę przeprofilować. Odpadły nam zamówienia z zakładów gastronomicznych, z którymi stale współpracujemy. Odpadły nam też imprezy tematyczne. Zaopatrzenie sklepów stacjonarnych też siadło. W związku z tym bardziej teraz skupiliśmy się na dystrybucji online, na sklepie i sprzedawaniu w sieci.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

## Wpływ sytuacji rynkowej na potencjalną rewizję łańcuchów dostaw



Pomimo zawirowań gospodarczych związanych z pandemią **łańcuchy dostaw w branży food and beverage zostały zachowane, praktycznie nie zmieniły się**. Przemysł spożywczy bazuje głównie na krajowym surowcu, dostarczonym przez polskich producentów rolnych, dlatego też pandemia koronawirusa nie wpłynęła na logistykę dostaw. Na początku okresu pandemii obserwowano niewielkie opóźnienia w dostawach z zagranicy, szczególnie z Włoch czy innych krajów zachodniej Europy. Jednak nie miały one zasadniczego wpływu na procesy produkcyjne w badanych firmach:

*Łańcuchy dostaw nie zaburzyły się wyjątkowo mocno. Czekaliśmy na dostawę z Włoch i miała opóźnienie. Mamy kilku kontrahentów europejskich, kilku polskich. Mieliśmy problemy z niektórymi serami, ponieważ niektórzy wstrzymywali produkcję serów, ale to nie było aż tak istotne dla naszego biznesu, dotyczyło raczej dodatkowych rzeczy, niż kluczowych.* [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]

*Łańcuchy dostaw się nie zmieniły. Działamy tak samo jak przed pandemią.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

Obecnie **większość badanych firm nie przewiduje większych zmian w łańcuchach dostaw**, nie szuka nowych dostawców. Wynika to z dużego stopnia samowystarczalności krajowego rynku spożywczego. Dostawcami surowców są przede wszystkim polscy kontrahenci. Natomiast nowi dostawcy są rozważani jedynie w przypadku wprowadzania w firmach nowych produktów do swojego portfolio:

*Nic nie zmieniło, jeśli chodzi o łańcuchy dostaw. Oczywiście szukamy nowych partnerów. Ale ci nowi partnerzy są jakby związani z tym nowym etapem produkcyjnym, który w tej chwili wdrażamy.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

## Automatyzacja oraz digitalizacja przedsiębiorstwa jako element budowania elastyczności biznesu

Większość przedsiębiorstw z branży food and beverage **jest w większym lub mniejszym stopniu zautomatyzowana** – stosowane są różne rozwiązania, począwszy od kilku maszyn na niektórych etapach produkcji, po pełną digitalizację procesu produkcyjnego.

**Część biorących udział w badaniu średnich firm, szczególnie produkująca mrożonki, przetwory mleczne, napoje jest w dużym stopniu zautomatyzowana:** niemal cała linia produkcyjna od początku aż do pakowarki produktów:

Produkcja jest zautomatyzowana. Są urządzenia do formowania pierogów, uszek. *Jest to mrożone w systemie ciągłym, spiralnym i później automatycznie pakowane. Większa część procesów jest zautomatyzowana, jednak jakaś część wymaga też ręcznej pracy pracownika.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

*Jeśli chodzi o kwestię zautomatyzowania to rzeczywiście mamy szereg automatów. Przede wszystkim linia do rozlewu piwa w puszcze, linia do rozlewu piwa w butelce, linia do rozlewu do opakowań typu KEG. Ale konieczność pracy, koordynacji pracownika to jest nadrzędna do tego. Musi być taki człowiek, który jakby koordynuje tę pracę.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]



Właściciele tych przedsiębiorstw są zdania, że **zautomatyzowana firma**, posiadająca różne systemy IT wspierające produkcję **jest bardziej odporna na kryzys, a praca w niej jest bardziej bezpieczna**. Utrzymanie bezpiecznego środowiska produkcyjnego, wysokiego poziomu higieny,

zachowanie **jakości oraz standardów bezpieczeństwa żywności**, a także zapewnienie bezpieczeństwa i zdrowia pracowników są w tym sektorze gospodarki bardzo istotne. Chociaż branża ma wdrożony HACCP i inne systemy bezpieczeństwa, to sytuacja związana z pandemią spowodowała konieczność dodatkowego zaostrzenia tych regulacji. Z tego powodu większość przedsiębiorców nie wyobraża sobie produkcji bez automatyzacji. Zdecydowanie łatwiej w takim przedsiębiorstwie przestawić się na zmieniające się uwarunkowania rynkowe, efektywniej produkować nie narażając zdrowia swoich pracowników.





**Właściciele tych przedsiębiorstw podkreślali większe bezpieczeństwo wyprodukowanych produktów spożywczych.** Dzięki automatyzacji linii produkcyjnych **pracownicy produkcji nie mają praktycznie bezpośredniego kontaktu z wytwarzaną tam żywnością.** Ryzyko przeniesienia wirusa jest niemal zerowe.

*Ja sobie w tej chwili w ogóle nie wyobrażam innego sposobu produkcji niż zautomatyzowanie. To jest praktycznie w tej chwili niemożliwe. Trzeba spełniać bardzo wysokie parametry epidemiologiczne i nie tylko. Bezpieczeństwo jest praktycznie 100%. Pracownik tylko tyle, że musi podać parametry, które należy spełnić. Ale resztę to już wszystko robi linia sama, komputer tym steruje.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

**Część badanych firm posiada zautomatyzowane niektóre linie produkcyjne.** Najczęściej automatyzacji poddawane są procesy najbardziej pracochłonne. Zwykle są to końcowe etapy produkcji – pakowaczki ułatwiające i przyspieszające odbiór wytworzonego produktu z linii:

*Są etapy produkcji, które nie podlegają jakiegś automatyzacji. Fizycznie automatyzacji nie da się tam zastosować. Jeżeli ciasto się tworzy, przygotowuje w urządzeniu mieszającym, to trzeba je następnie przełożyć do wylączarki. I to jest w jakiejś części praca ręczna. Jak już ciasto zostanie podane do wylączarki, to dalej już jest ono automatycznie przetwarzane na formę i przejeżdża przez piec, wpada na przenośniki. Tam ludzie bezpośrednio nie mają fizycznego kontaktu, nie dotykają produktu. Natomiast automatycznie odbywają się procesy pakowania już gotowego*

*produktu. Bo mamy do tego po prostu urządzenia. A pracownicy jedynie sterują pracą pakowarek i pakowaniem już gotowych popaczkowanych produktów w kartony.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

W opinii przedsiębiorców mających w dużym lub częściowym stopniu zautomatyzowaną produkcję **automatyzacja to również inwestycja, która opłaca się przedsiębiorcom**, ponieważ dzięki niej **pracodawca ponosi mniejsze koszty zatrudnienia pracowników.** Dodatkowo, zwiększa efektywność pracy już zatrudnionych pracowników, **sprzyja lepszemu wykorzystaniu surowców** (zmniejsza ich marnowanie) i **ogólnie produkcja jest mniej narażona na potencjalne błędy ludzkie.** Najczęściej w takich zakładach pracownicy produkcji zdalnie za pomocą komputera nadzorują wytwarzanie:

*Dzięki automatyzacji jest większa efektywność pracy. Gdyby chciał pakować paluszki ręcznie, to musiałbym zatrudniać jeszcze ze 200 osób.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

*Jeżeli miałbym wszystko wykonywać, w cudzysłowie powiem „ręcznie”, no to ogrom zatrudnienia w stosunku do obecnego praktycznie chyba by uniemożliwił funkcjonowanie. Musi być automatyzacja. Pozwala ona producentom na poczynienie oszczędności. No i tym samym na generowanie zysków.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

**Mniejsze firmy z reguły mają produkcję w mniejszym stopniu zautomatyzowaną, zależne jest to z reguły od specyfiki wytwarzania.** Wśród rozwiązań technologicznych automatyzujących produkcję oraz digitalizujących procesy w firmie można wymienić: **pojedyncze maszyny wspierające proces produkcji** – czasem bardzo proste, uruchamiane ręcznie i obsługiwane przez pracowników jednak ułatwiające proces wytwarzania. **Kilka maszyn/robotów**, które wspierają proces produkcji jak podajniki na pieczywo/ciasto lub np. blendery, dozowniki produktów. Praca jest dzięki nim lżejsza, a pracodawca dzięki nawet częściowej automatyzacji ponosi mniejsze koszty zatrudnienia:

*Na przestrzeni 7 lat osiągnęliśmy duży postęp technologiczny. Na początku mieliśmy dużo mniejsze maszyny, które wymagały dłuższej pracy ręcznej. Obecnie mamy coraz większe maszyny, mamy czwarty blender, który przyspiesza pracę. Teraz przyspieszamy się do zakupienia dozownika, bo jeżeli dozujemy produkty do opakowań jednostkowych, to robimy to ręcznie, więc rozglądamy się za jakimś urządzeniem dozującym, żeby skrócić czas produkcji. Potrzeby będą rosły. Koszt pracownika jest dla nas w firmie dużym kosztem. Nie chcę całkowicie pozbyć się czynnika ludzkiego w naszym biznesie, bo na tym nam nie zależy. Zależy nam na tym, żeby ludzie pracujący dla nas mieli pracę lżejszą, a nie cięższą. A digitalizacja to ulepsza, ułatwia pracę naszym pracownikom.* [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]

**Niektóre małe firmy biorące udział w badaniu nie mają wdrożonej automatyzacji a jedynie zaimplementowane systemy zarządzania, programy IT wspierające pracę firmy, jak np. programy magazynowe.** Natomiast większość produkcji w takich przedsiębiorstwach odbywa się ręcznie, jest wykonywana manualnie przez pracowników. Zdaniem badanych właścicieli w tych firmach produkcję ciężko byłoby zastąpić automatyzacją, dla niektórych wydaje się to nawet niemożliwe. Jest tak często z uwagi na specyfikę i rodzaj produktów. Niektóre firmy w swym portfolio posiadają specyficzne produkty jak np. pastę humus, która w zależności od rodzaju dostarczonego surowca musi być produkowana na bazie różnych receptur. Takiej produkcji w opinii przedsiębiorców nie da się zautomatyzować:

*Nie mamy automatyzacji. Mamy program magazynowy. Chcieliśmy drugi program, który również zajmowałby się ściąganiem z magazynu surowców na podstawie receptury. Jednak jesteśmy produkcją nie aż tak wielką, a w dużej mierze nasz produkt końcowy różni się od rodzaju surowca. Produkujemy humus z ciecierzycy. Zdarza się, że jedna partia ciecierzycy różni się od drugiej i musimy dostosowywać nasz przepis do tego jaki jest surowiec, taki stricte wyznaczony. Dostosowywana jest do niego receptura na podstawie informacji, ile surowca wchodzi na taki produkt.* [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]



**Przeszkodą w automatyzacji dla niektórych badanych małych firm jest postrzegany wysoki koszt automatyzacji linii produkcyjnych.** Małe firmy, produkujące głównie do hoteli i restauracji liczą się z kosztami. Choć zdają sobie sprawę, że nawet częściowa automatyzacja znacząco ułatwiłaby produkcję w ich firmie, to z powodów finansowych nie decydują się na nią. Obawy przed drugą falą epidemii i jej negatywnym wpływem na rynek food and beverage powodowały, że przedsiębiorcy z dużą ostrożnością podchodzili do ewentualnych inwestycji:

*Mieliśmy też w przyszłości, w początkowym kwartale na początku roku zakupić nową maszynę. Ale niestety koszty maszyny i koszty utrzymania tutaj wszystkiego są duże. Nie ma szans w chwili obecnej, przy obecnej pandemii, trzeba się z inwestycji wycofać. Dochody są kiepskie i nie ma szans, żeby cokolwiek kupować nowego. Ledwo jest wiązany koniec z końcem.* [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]

zamówień nie spadła, a proces produkcji, dzięki automatyzacji, nawet częściowej jest dość płynny. Taka zautomatyzowana firma może zaoferować swoim pracownikom większe bezpieczeństwo pracy. A jest to jeden z kluczowych elementów podtrzymujących zaangażowanie pracowników, motywujących do działania. W części firm, by zwiększyć bezpieczeństwo przeorganizowano system pracy:

*Wprowadziliśmy system zmianowy na produkcji. Wcześniej mieliśmy system jednozmianowy. Ale ze względu na bezpieczeństwo, żeby zachować ten dystans pracowników, po prostu wprowadziliśmy system zmianowy.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

**Tylko w firmach specjalizujących się przede wszystkim w produkcji dla sektora HoReCa, atmosfera ze względu na spadek sprzedaży w tym segmencie rynku, jest gorsza.** Właściciele i pracownicy obawiają się o przyszłość swoich firm, zatrudnienie. Obawy budziły również informacje o kolejnej, jesiennej fali zachorowań na koronawirusa i ryzyku ponownego zamknięcia lokali gastronomicznych i hoteli.

■ ■ ■ **Automatyzacja/  
digitalizacja jako  
element utrzymujący  
motywację pracowników**



**Atmosfera w pracy w większości średnich firm i w części małych przedsiębiorstw** z branży food and beverage w zasadzie **nie uległa zmianie.** Liczba

## ■ ■ ■ Przygotowanie firm na funkcjonowanie w systemie pracy zdalnej



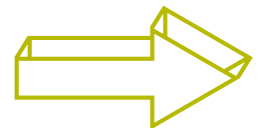
Tylko niewielka liczba pracowników w badanych przedsiębiorstwach mogła sobie pozwolić na pracę zdalną poza zakładem pracy/ siedzibą firmy (np. w domu). Zdalnie pracują przede wszystkim pracownicy biurowi, takich działów, jak: marketing, sprzedaż, księgowość. Dotyczy to głównie części pracowników większych firm, które ogólnie są bardziej zdigitalizowane i łatwiej za pomocą różnych systemów i programów IT mogą monitorować pracę zdalną swoich pracowników, jeśli konieczność takiej pracy się pojawia:

*Pracownicy biurowi praktycznie pracują w domu. To są cztery osoby. Ale nie ma potrzeby, żeby przyjeżdżali do firmy codziennie.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

Natomiast **pracownicy produkcji w większości pracują na miejscu.** W firmach bardziej zautomatyzowanych obsługują maszyny na linii produkcyjnej. Nie ma zbyt dużo kontaktów międzyludzkich z współpracownikami:

*Praca zdalna u nas jest niemożliwa. Pracownicy po prostu muszą ustawić maszynę i musi być ona na bieżąco kontrolowana, jak produkuje. Bo to jest specyficzny wyrób i maszyna może się troszeczkę rozregulować w czasie pracy.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

*U nas nie ma pracy zdalnej, ponieważ jesteśmy producentem i produkcja musi odbyć się fizycznie. Sprzedawcy też muszą być fizycznie na sprzedaży.* [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]





## Utrzymanie zatrudnienia, absorpcja programów pomocowych jako formy przygotowania się na czas wyjścia z kryzysu

### Utrzymanie zatrudnienia



Struktura zatrudnienia w większości badanych firm się nie zmieniła. Właściciele przedsiębiorstw starają się utrzymać zatrudnienie na tym samym poziomie. Część wprowadziła mniejszy wymiar czasu pracy pracowników, redukując ich wynagrodzenie o 15-20%:

*Struktura zatrudnienia w naszej firmie nie zmieniła się. Pracujemy w takim samym składzie, jak zawsze.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

*Jeszcze nikogo nie zwolniłam. Staram się trzymać pracowników. Byli też na okresie postojowym. Jeszcze jest kilka osób na postójce, bo to na 3 miesiące złożyliśmy. No i troszkę zmniejszyliśmy czas pracy.* [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]

Tylko niektórzy właściciele mniejszych firm przyznali, że byli zmuszeni dokonać redukcji zatrudnienia w swoim przedsiębiorstwie. Część firm musiała zmniejszyć zatrudnienie nawet o 30%. Były to najczęściej osoby pracujące na umowach na czas określony lub umowę-zlecenie:

*Musielśmy podziękować osobom, które pracowały albo dorywczo, albo miały umowę na czas określony. Nie daliśmy rady takiej dużej ekipy utrzymać.* [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]

### Absorpcja programów pomocowych



Firmy przygotowują się do wyjścia z kryzysu korzystając z funduszy pomocowych, rządowej Tarczy Antykryzysowej, część korzysta ze wsparcia środków z Unii Europejskiej:

*Staraliśmy się korzystać z pomocy, które były oferowane w ZUS, w Wojewódzkim Urzędzie Pracy czy w Polskim Funduszu Rozwoju. PFR dość szybko przyznał nam subwencję, a w ZUS-ie terminy rozpatrywania wniosków są odległe, do 60 dni i nadal nie mamy żadnej decyzji z ZUS.* [wypowiedź przedstawiciela małej firmy]

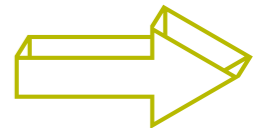
*Wystąpiliśmy do Polskiego Funduszu Rozwoju i jakąś tam niewielką kwotę pomocy otrzymaliśmy.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]

### Oszczędzanie, powstrzymanie się od inwestycji



Niektóre firmy szukają oszczędności. Najczęściej powstrzymują się od większych inwestycji, czekają na lepsze czasy:

*Staramy się pracować, oszczędzamy, gdzie to jest możliwe. Na każdym tam kierunku, szczerze, szukamy oszczędności. To tyle na chwilę obecną.* [wypowiedź przedstawiciela średniej firmy]





# KOMENTARZE EKSPERTÓW



## ANDRZEJ GANTNER

DYREKTOR GENERALNY POLSKIEJ  
FEDERACJI PRODUCENTÓW ŻYWNOSCI

Nastroje w branży produkcji i przetwórstwa żywności po pierwszej połowie 2020 można uznać za bardziej ostrożne niż optymistyczne. Relatywnie niewielki zakres pierwszej fali pandemii w Polsce w porównaniu z naszymi głównymi konkurentami na rynkach europejskich pozwolił na bardziej systematyczne i spokojniejsze przygotowanie się firm na drugą falę, która stanowiła dużo większe zagrożenie dla ciągłości produkcji i dostaw niż to co mogliśmy zaobserwować w marcu i kwietniu. Należy jednak pamiętać, że negatywne skutki pierwszej fali pandemii odczuły praktycznie wszystkie branże produkcji żywności. Jednymi z najbardziej poszkodowanych są te, których, znaczącą część stanowi eksport żywności, w tym dwie główne polskie branże eksportowe, czyli mięsna i mleczarska.

Jednym z głównych powodów spadku eksportu jest zatrzymanie branży hoteli i restauracji. Również na rynku krajowym widać było wyraźny spadek obrotów generowany przez ten bardzo ważny sektor polskiej gospodarki. Bardzo boleśnie odczuła to branża napojowa, której obroty spadły nawet o 25%. Znalezienie alternatywnych kanałów dystrybucji dla produktów przeznaczonych dla branży HoReCa okazało trudne i kosztowne, a często niemożliwe. Dla wielu firm obecny sezon letni okazał się już sezonem częściowo straconym, a starty z tego tytułu trudno będzie zrekompensować do końca tego roku. Powrót do poziomów eksportu sprzed pandemii to niewątpliwie priorytet dla wszystkich firm, jednak biorąc pod uwagę poważne utrudnienia zarówno w kontaktach



## Powrót do poziomów eksportu sprzed pandemii to niewątpliwie priorytet dla wszystkich firm

handlowych jak i promocji polskich produktów na rozwojowych rynkach krajów trzecich zadanie to będzie bardzo trudne. Nasz główny rynek eksportowy czyli Unia Europejska również wydaje się obecnie mało stabilny.

Szybko narastająca druga fala i ponowne ograniczenia zmusiły producentów i dystrybutorów do dużej ostrożności w zawieraniu długoterminowych kontraktów. Nie bez znaczenia jest również brak stabilizacji na drugim co do wielkości rynku eksportowym dla polskiej żywności, czyli rynku Wielkiej Brytanii. Zarówno zła sytuacja epidemiologiczna jak i brak pewności co, do kształtu współpracy pomiędzy Wielką Brytanią, a UE już poskutkowały pierwszym od 10 lat spadkiem eksportu. Dodatkowym zagrożeniem są szybko postępujące prace nad umową o wolnym handlu pomiędzy Wielką Brytanią, a Nową Zelandią. To bardzo poważne zagrożenie dla eksportu polskich produktów mięsnych i mleczarskich. Jeżeli ta umowa wejdzie w życie szybciej niż umowa z UE, nasz eksport może być bardzo poważnie zagrożony. Unia Europejska eksportuje do Wielkiej Brytanii żywność wartą 50 miliardów euro, trudno wyobrazić sobie konsekwencje dla unijnego rynku gdyby doszło nawet do częściowego wstrzymania tego eksportu. Utrzymanie handlu z Wielką Brytanią po 1 stycznia 2021 r, to niewątpliwie priorytet dla całej UE, w tym dla polskich producentów i przetwórców.

Obecnie, priorytetem dla sektora żywnościowego w Polsce jest stawienie czoła drugiej fali pandemii. Ryzyko objęcia kwarantanną części lub całości załogi zakładu rosło dosyć szybko. Każda firma niezależnie od wielkości produkcji powinna mieć wdrożone stosowne procedury antycovidowe. Można je znaleźć na stronach Głównego Inspektoratu Sanitarnego oraz Ministerstwa Rozwoju. Dostępne są również na stronach organizacji branżowych w tym PFPŻ ZP. Warto jednak pamiętać, że należy je dopasować indywidualnie do specyfiki danego zakładu. Pomocne mogą okazać się uruchomione przez PARP rekomendowane przez Sektorową Radę Kompetencyjną ds. Żywności specjalne szkolenia dla pracowników zwiększające ich kompetencje związane z działaniem w warunkach pandemii w najważniejszych dla funkcjonowania firm obszarach jakich są zaopatrzenie, produkcja i dystrybucja, zarządzanie kryzysowe, sprzedaż i promocja. Wszyscy jednak muszą zdawać sobie sprawę, że bez zwiększonego poziomu odpowiedzialności zarówno w zakładzie jak i poza nim, nawet najlepsza procedura nie uchroni firmy od konsekwencji zarażenia pracowników koronawirusem.

Na wpływ nastrojów przedsiębiorców sektora przetwórstwa żywności ma również nieustanny wzrost kosztów funkcjonowania firm wynikająca z wprowadzanych ogólnych regulacji państwowych. Część dodatkowych kosztów takich jak np. opłata mocowa, czy deszczowa pojawi się jeszcze w tym roku, natomiast część z dniem 1 stycznia 2021. Wynikają one zarówno z przyjętego w porozumieniu dot. budżetu UE podatku od plastiku, który obciąży polskie przedsiębiorstwa kwotą w wysokości ok. 2,7 miliardów zł, jak również z bardzo niekorzystnego zjawiska jakim jest inflacja cen usług i pracy przy możliwym spadku popytu i recesji. W dłuższej perspektywie czasu potencjalnie bardzo niebezpieczny dla polskiego eksportu może okazać się transgraniczny podatek od emisji CO<sub>2</sub>. Większość energii niezbędnej do produkcji żywności w Polsce pochodzi z elektrowni wykorzystującej węgiel kamienny. To może spowodować, że wprowadzając produkty na rynki krajów o niskoemisyjnej gospodarce energetycznej możemy być obciążeni tym dodatkowym podatkiem, który znacząco obniży naszą konkurencyjność cenową na tych rynkach.

Z bieżących zagrożeń, które uderzą w dotychczas bardzo dobrze funkcjonującą branżę napojową należy wymienić tzw. podatek cukrowy, który ma wejść od 1 stycznia 2021. Dla firm branży napojowej, szczególnie małych i średnich poważnie osłabionych pandemią podatek ten może drastycznie pogorszyć warunki funkcjonowania, a nawet w obecnej formie doprowadzić do bankructwa części firm.

Poważnie zaniepokojenie budzi również zapowiedź powrót jeszcze w tym roku podatku od handlu, który przy najmniej częściowo zostanie przerzucony na dostawców w tym producentów żywności.

Biorąc powyższe pod uwagę najbliższe miesiące i następny rok można uznać za jedne z najtrudniejszych dla sektora żywnościowego w Polsce od co najmniej dekady.



Perspektywy rozwoju branży food and beverage, pomimo pandemii, wyglądają bardzo obiecująco. Stabilność jest zapewniona przez względnie stałe zainteresowanie konsumentów lub postępujące zmiany w stosowanych modelach biznesowych. Obecnie przeniesiono wiele działań marketingowych do mediów społecznościowych, co stanowi bardzo efektywny kanał dotarcia do klienta. Nowe modele biznesowe zakładają również wytwarzanie produktów o cechach dóbr luksusowych lub spersonalizowanych pod wymagania konsumenta. Podstawowe zagrożenia stanowią jednak w dalszym ciągu zmiana trendów żywieniowych, a także zakłócenia w łańcuchach dostaw.

Analiza branży food and beverage powinna uwzględniać cztery kluczowe czynniki rynkowe i perspektywy w postaci: zasobów osobowych, jakości produktu i opakowania, elastyczności produkcji i aspekty zrównoważonego rozwoju. Wszystkie problemy związane z siłą roboczą mogą zostać wyeliminowane przez automatyzację produkcji oraz nowoczesną robotyzację, która oprócz ograniczenia nadmiernego nagromadzenia pracowników daje również możliwości uzyskania dużej elastyczności (np. zmiana receptur) oraz minimalizacji kosztów.

  
**dr hab. inż. MARIUSZ HETMAŃCZYK**  
 EKSPERT PLATFORMY  
 PRZEMYSŁU PRZYSZŁOŚCI

## ” Cyfryzacja to czynnik warunkujący stabilność branży

Pandemia doprowadziła do zaostrzenia przepisów bezpieczeństwa, co przyczyniło się niejednokrotnie do reorganizacji pracy. Automatyzacja ma również wpływ na istotny czynnik w postaci jakości produktów. Wprowadzenie zautomatyzowanych rozwiązań ułatwia śledzenie przebiegu wytwarzania, pakowania oraz logistyki produktu.

Cyfryzacja to kolejny czynnik warunkujący stabilność branży. Należy pamiętać o tym, że możliwość czerpania korzyści z cyfryzacji występuje po stronie:

- producenta – automatyzacja produkcji oraz pakowania, logistyka oraz pełna identyfikowalność produktu, kontrola jakości, obieg dokumentacji, konserwacja maszyn i linii technologicznych,
- konsumenta – inteligentne etykietowanie (możliwość zastosowania wartości dodanej w postaci urządzeń mobilnych i aplikacji do kontroli pochodzenia produktu, składu, zaleceń żywieniowych producenta), umożliwiające badanie trendów oraz śledzenie zainteresowania klientów.

Nieodzownym elementem gromadzenia danych stają się więc chmury oraz zarządzanie dużymi zbiorami danych

(połączone z zastosowaniem sztucznej inteligencji). Zautomatyzowane i przejrzyste procesy, uzupełnione o zoptymalizowane przepływy danych, wpływają na zapewnienie wydajnego zarządzania danymi i ulepszonego systemu kontroli jakości.

Przed branżą pozostało jeszcze wiele wzywań, wśród których należy wymienić m.in. nakaz ograniczenia produkcji i używania opakowań z tworzyw sztucznych, zwiększenie znaczenia kompleksowej identyfikowalności produktu (najczęściej przez zastosowanie Internetu rzeczy IoT, sztucznej inteligencji AI i blockchain), wzrost zaawansowania zarządzania zapasami magazynowymi oraz logistyką.



## Przypisy

- 1 *Rocznik statystyczny przemysłu 2019*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2020, s. 34.
- 2 Tamże, s. 71.
- 3 Tamże, s. 78.
- 4 Tamże, s. 112-113.
- 5 Tamże, s. 114.
- 6 Tamże, s. 168-169.
- 7 Tamże, s. 202.
- 8 Tamże, s. 410.
- 9 Tamże.
- 10 *Data&Trends, Eu food & drink industry 2019*, FoodDrinkEurope, Bruksela 2019, s.10.
- 11 *Wpływ produkcji wyrobów tytoniowych na polską gospodarkę, Case* – Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa 2020, s. 28-29.

