



**SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA
WIELKOPOLSKIEGO**

**WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY
W POZNANIU**

PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY W WIELKOPOLSCE. ZNACZENIE DLA RYNKU PRACY

Poznań, październik 2018

Projekt finansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Wielkopolskiego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020



**Rzeczpospolita
Polska**



**SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA
WIELKOPOLSKIEGO**

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Wykonawca:



Openfield sp. z o.o.

ul. Ozimska 4/7

45-057 Opole

www.openfield.pl



INSTYTUT BADAWCZY

Instytut Badawczy IPC

Ul. Ostrowskiego 9

53-238 Wrocław

www.instytut-ipc.pl

Wydawca

Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu

ul. Szyperska 14

61-754 Poznań

Tel. 61 846 38 19 Fax. 61 846 38 20

www.wuppoznan.praca.gov.pl

Odbiorcy badania

przedstawiciele władz samorządowych województwa wielkopolskiego

instytucje rynku pracy

instytucje związane z edukacją i gospodarką regionu

Nakład 90 egzemplarzy

ISBN 978-83-943022-1-4

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie.....	4
Opis metodologii badania	5
Charakterystyka przemysłu spożywczego w województwie wielkopolskim	7
Dynamika rozwoju branży	7
Specyfika produkcji	12
Struktura przedsiębiorstw z uwzględnieniem wielkości firm	16
Sytuacja ekonomiczna przemysłu spożywczego	17
Aspiracje rozwojowe przedsiębiorstw	20
Działalność firm z branży w województwie wielkopolskim	21
Przemysł spożywczy a inne branże w regionie	21
Klienci i odbiorcy wielkopolskich przedsiębiorstw	24
Analiza otoczenia konkurencyjnego wg modelu 5 sił Portera	25
Działalność innowacyjna i B+R.....	26
Inicjatywy klastrowe	32
Polityka regionalna.....	36
Rynek pracy.....	41
Zatrudnienie w branży spożywczej	41
Ocena kwalifikacji zawodowych pracowników.....	43
Polityka kadrowa przedsiębiorstw	46
Diagnoza zapotrzebowania na pracowników	55
Analiza ofert pracy	56
Kształcenie w branży spożywczej.....	63
Oferta edukacyjna w województwie wielkopolskim DLA branży spożywczej.....	63
Ocena przygotowania absolwentów do pracy w branży spożywczej.....	69
Uwarunkowania rozwoju przemysłu spożywczego w województwie wielkopolskim.....	74
Atrakcyjność regionu	74
Analiza SWOT	75
Kierunki, trendy i prognoza funkcjonowania branży.....	76
Wnioski z badania	78
Rekomendacje	81
Bibliografia	83

WPROWADZENIE

Celem głównym Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego 2014+ jest długofalowy, inteligentny i zrównoważony rozwój oraz wzrost jakości życia mieszkańców województwa wielkopolskiego, poprawa konkurencyjności i spójności województwa przy zrównoważonym wykorzystaniu specyficznych cech potencjału gospodarczego i kulturowego regionu przy pełnym poszanowaniu jego zasobów przyrodniczych. Konstruowanie Programu dla województwa wielkopolskiego miało również na celu wsparcie wzrostu gospodarczego regionu, w tym w szczególności powstawania innowacji, zatrudnienia, poprawa dostępu do rynku pracy oraz stworzenie środowiska sprzyjającego uczeniu się.

Cel ten zostanie osiągnięty poprzez podniesienie konkurencyjności i innowacyjności gospodarki, poprawę atrakcyjności inwestycyjnej ośrodków miejskich i usprawnienie powiązań między nimi, zwiększenie atrakcyjności osiedleńczej i turystycznej oraz przełamywanie barier strukturalnych na obszarach o niższym potencjale rozwojowym.

Województwo wielkopolskie jest regionem wysoko uprzemysłowionym, natomiast przetwórstwo spożywcze jest jedną z najważniejszych części tego sektora. O jego znaczeniu dla wielkopolskiej gospodarki świadczy także fakt, że Biosurowce i żywność dla świadomych konsumentów zostały uznane za jedną z inteligentnych specjalizacji regionu tj. za sektor o dużym potencjale innowacyjnym i konkurencyjnym.

W celu stworzenia diagnozy aktualnego stanu rozwoju przemysłu spożywczego oraz wskazania szans i barier jej dalszego rozwoju w województwie wielkopolskim na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu zrealizowano badanie diagnostyczno-prognostyczne pn. **„Przemysł spożywczy w Wielkopolsce. Znaczenie dla rynku pracy”**

Na potrzeby badania przemysł spożywczy był rozumiany, jako przetwórstwo produkcji rolnej, tzn. działy 10 i 11 sekcji C PKD 2007, nie obejmował on więc producentów płodów rolnych, hodowców zwierząt ani przedsiębiorstw zajmujących się rybołówstwem i rybactwem, w jego skład nie weszli także dystrybutorzy żywności.

OPIS METODOLOGII BADANIA

METODY GROMADZENIA DANYCH ZASTOSOWANE W BADANIU

W celu uzyskania informacji służących realizacji założeń badania zastosowane zostały następujące metody gromadzenia danych:

analiza danych zastanych

analiza ofert pracy

wywiady CAPI

wywiady IDI

wywiad grupowy

ANALIZA DESK RESEARCH

Źródła danych do analizy desk research zostały dobrane w oparciu o **celowy dobór próby** wraz z zastosowaniem **metody kuli śniegowej**. Wykorzystane zostały następujące rodzaje źródeł danych:

1. Dane statystyczne
2. Dokumenty programowe
3. Dokumenty strategiczne
4. Publikacje naukowe
5. Raporty, analizy, opracowania
6. Źródła internetowe¹.

ANALIZA OFERT PRACY

Jednym z celów badania była charakterystyka popytu na pracę w branży spożywczej na poziomie poszczególnych powiatów i całego województwa wielkopolskiego.

W celu uzyskania odpowiedzi na postawione pytania badawcze, za pomocą **celowego doboru próby** zostały zebrane i zanalizowane oferty pracy w województwie wojewódzkim, publikowane na następujących portalach rekrutacyjnych:

- ✓ www.praca.pl
- ✓ www.pracuj.pl
- ✓ www.infopraca.pl
- ✓ Centralna Baza Ofert Pracy

WYWIADY CAPI

CAPI (Computer Assisted Personal Interview) jest to metoda badawcza polegająca na przeprowadzeniu wywiadu z respondentem, przy użyciu urządzeń mobilnych (tj. laptop, tablet).

Respondenci do badania CAPI zostali wybrani w drodze **doboru losowo-warstwowego**.

Populację generalną stanowiły przedsiębiorstwa z branży spożywczej prowadzące działalność na terenie województwa wielkopolskiego (Dział 10 i 11, Sekcja C wg PKD 2007). Bazą danych będącym operatem losowania była baza REGON. Wielkość próby została ustalona w oparciu o zasady doboru reprezentatywnego na poziomie błędu szacunku 5%, przy poziomie ufności 95%². Losowanie poszczególnych elementów do próby badawczej nastąpiło po podziale populacji na warstwy, z uwzględnieniem wielkości przedsiębiorstwa oraz podregionu. Łącznie zrealizowano 349 wywiadów.

Liczebność próby badawczej w poszczególnych warstwach:

Wielkość przedsiębiorstwa/ podregion	Liczebność próby	Wielkość przedsiębiorstwa/ podregion	Liczebność próby	Wielkość przedsiębiorstwa/ podregion	Liczebność próby
0-9	244	10-49	70	powyżej 50	35
kaliski	58	kaliski	13	kaliski	7
koniński	35	koniński	9	koniński	4

¹ Szczegółowy wykaz źródeł znajduje się w bibliografii.

² Należy jednak mieć na uwadze, że ustalony błąd statystyczny na poziomie 5% dotyczy całego województwa, natomiast na poziomie podregionów i powiatów może być większy.

leszczyński	49	leszczyński	17	leszczyński	11
Miasto Poznań	35	Miasto Poznań	8	Miasto Poznań	4
pilski	21	pilski	8	pilski	2
poznański	46	poznański	15	poznański	7

WYWIADY IDI

Indywidualny wywiad pogłębiony (IDI) polega na prowadzeniu przez badacza indywidualnej rozmowy z respondentem, wybranym ze względu na szczególne cechy (np. wykształcenie, doświadczenie zawodowe) związane z tematyką badania.

W ramach badania przeprowadzono łącznie **20** IDI z ekspertami z branży spożywczej. Uczestnicy indywidualnych wywiadów pogłębionych zostali wybrani w drodze **doboru celowego**. Indywidualne wywiady pogłębione w ramach niniejszego projektu zostały zrealizowane z osobami posiadającymi następujące cechy:

- ✓ wiedza dotycząca sytuacji w przemyśle spożywczym w województwie wielkopolskim potwierdzona: minimum 5-letnią działalnością w instytucji naukowo-dydaktycznej lub badawczo-rozwojowej związanej z ww. tematyką oraz minimum 2 publikacjami dot. kondycji, struktury lub perspektyw przemysłu spożywczego, rolno-spożywczego lub przetwórstwa przemysłowego z uwzględnieniem przemysłu spożywczego w regionie/kraju
- ✓ przynajmniej 10-letnie doświadczenie zawodowe w przemyśle spożywczym, w tym minimum 5 lat na stanowisku kierowniczym w przedsiębiorstwie zatrudniającym do 49 pracowników
- ✓ przynajmniej 10-letnie doświadczenie zawodowe w przemyśle spożywczym, w tym minimum 5 lat na stanowisku kierowniczym w przedsiębiorstwie zatrudniającym powyżej 50 pracowników
- ✓ przynajmniej 4-letnie doświadczenie zawodowe związane z pracą w agencji zatrudnienia, agencji pośrednictwa pracy lub ABK, świadczących usługi na rzecz przemysłu spożywczego w województwie wielkopolskim

WYWIAD GRUPOWY

Zogniskowany wywiad grupowy (FGI) to swobodna dyskusja grupy respondentów na dany temat, prowadzona przez moderatora i odbywająca się zgodnie z przygotowanym wcześniej scenariuszem. W ramach przedmiotowego badania przeprowadzono **1 zogniskowany wywiad grupowy**. Respondenci do wywiadu grupowego zostali wybrani w drodze **doboru celowego**. W wywiadzie grupowym wzięło udział 8 uczestników. Chcąc pozyskać, możliwie najbardziej użyteczne informacje dla celów badania do udziału w badaniu zaproszono:

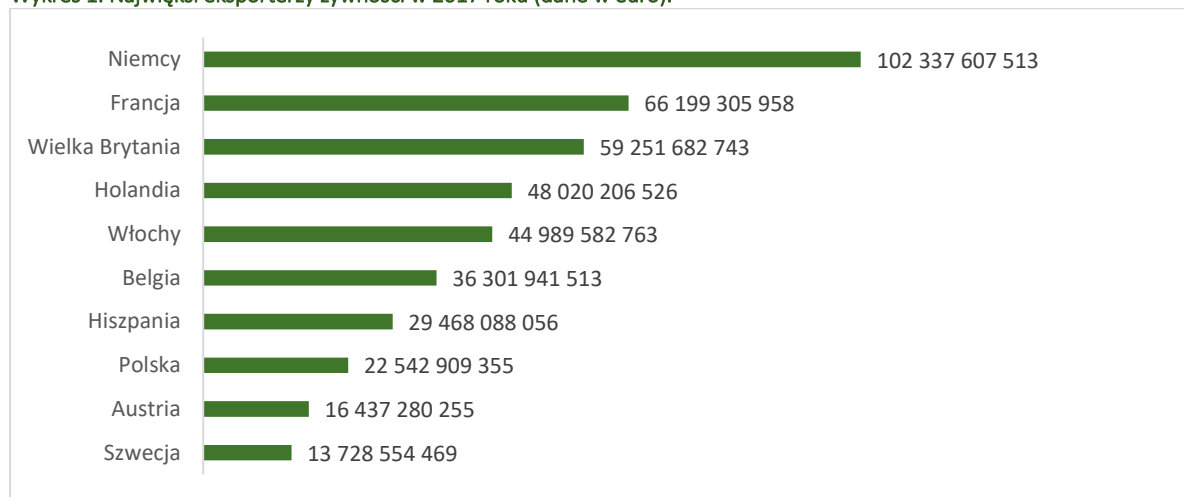
- ✓ 2 przedstawicieli firm (stanowisko menegerskie lub wyższe) z przemysłu spożywczego zatrudniających powyżej 50 osób,
- ✓ 2 przedstawicieli firm (stanowisko menegerskie lub wyższe) z przemysłu spożywczego – mikroprzedsiębiorcy,
- ✓ przedstawiciel Biura Karier funkcjonującego na terenie województwa wielkopolskiego, współpracującego z przemysłem spożywczym
- ✓ 2 przedstawicieli agencji zatrudnienia funkcjonujących na terenie województwa wielkopolskiego, współpracujących z przedsiębiorstwami związanymi z przemysłem spożywczym
- ✓ przedstawiciel organizacji reprezentującej pracodawców związanej z przemysłem spożywczym.

CHARAKTERYSTYKA PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

DYNAMIKA ROZWOJU BRANŻY

Polska jest jednym z głównych producentów artykułów rolno-spożywczych³ w Europie. Produkty wytwarzane w Polsce znajdują odbiorców na całym świecie, a wartość eksportu stale rośnie. Według danych Eurostatu Polska w 2017 roku była jednym z dziesięciu największych eksporterów żywności w całej Unii Europejskiej. Zgodnie z danymi żywność należała do najszybciej rosnących grup towarowych w polskim eksporcie w latach 2000-2016, nastąpił także największy wzrost dynamiki eksportu żywności wśród krajów UE⁴.

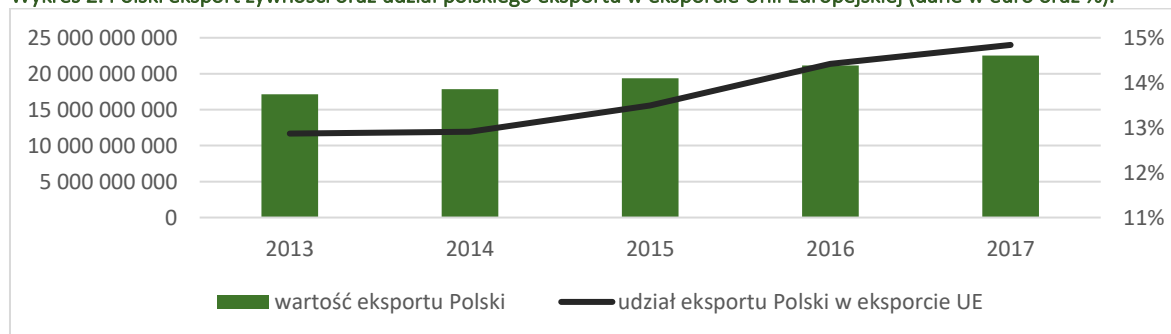
Wykres 1. Najwięksi eksporterzy żywności w 2017 roku (dane w euro).



Źródło: Eurostat.

W 2017 roku największym eksporterem żywności w Unii Europejskiej byli Niemcy, których wartość eksportu artykułów spożywczych wyniosła ponad 102 mld euro. Na drugim miejscu pod względem wartości eksportu żywności była Francja, której eksportowane artykuły spożywcze osiągnęły wartość ponad 66 mld euro. Wielka Brytania, której wartość eksportowanej żywności wyniosła w 2017 roku ponad 59 mld euro zajmowała trzecie miejsce. Według danych Eurostatu Polska zajęła ósme miejsce w zestawieniu największych unijnych eksporterów żywności – wartość eksportu wyniosła ponad 22 mld euro. Biorąc pod uwagę wielkość eksportowanych produktów również na pierwszym miejscu w 2017 roku byli Niemcy, natomiast drugie miejsce zajmowała Holandia. Polska, podobnie jak w przypadku wartości eksportu, pod względem wielkości eksportowanej żywności zajmowała 8 miejsce.

Wykres 2. Polski eksport żywności oraz udział polskiego eksportu w eksporcie Unii Europejskiej (dane w euro oraz %).



Źródło: Eurostat.

Jak już wspomniano, wartość eksportu polskich artykułów spożywczych wzrosła na przestrzeni ostatnich 5 lat - w 2014 roku wzrost wyniósł 4,2% względem 2013 roku, natomiast w kolejnych latach był on jeszcze większy – w 2015 roku eksport wzrósł o 8,5%, a w 2016 o rekordowe 9,1%. Według danych dotyczących 2017 roku wartość eksportu polskich artykułów spożywczych wzrosła o 6,6% i wyniosła ponad 22 mld euro. Na powyższym wykresie

³ Artykuły rolno-spożywcze to zgodnie z Ustawą z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz.U. z 2005 r. Nr 187, poz. 1577 z póź. zm.) definiowane są jako: produkty rolne, runo leśne, dziczyznę, organizmy morskie i słodkowodne w postaci surowców, półproduktów oraz wyrobów gotowych otrzymywanych z tych surowców i półproduktów, w tym środki spożywcze.

⁴ W. Mroczek, Eksport żywności w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej, „Unia Europejska.pl” nr 3 (2014) 2017.

zamieszczono krzywą obrazującą wzrost udziału polskiego eksportu w ogólnym eksporcie żywności wszystkich 28 krajów Unii Europejskiej. W latach 2013-2014 udział Polski w unijnym eksporcie żywności stanowił 12,5%. Od 2015 odnotowywano sukcesywny wzrost udziału polskiego eksportu w eksporcie UE – w 2017 roku wskaźnik ten wyniósł 14,8%.

Największa liczba podmiotów produkujących żywność w Polsce znajduje się w województwach mazowieckim, śląskim i wielkopolskim. Produkcja żywności, zgodnie z Regionalną Strategią Innowacji dla Wielkopolski, jest jednym z kluczowych obszarów aktywności gospodarczej w regionie⁵, co ma również swoje podłoże w historii regionu. Autorzy Strategii zwracają również uwagę na różnorodność produkcji w województwie wielkopolskim, która obejmuje różne gałęzie przemysłu spożywczego, co jest możliwe m. in. z uwagi na rozwiniętą bazę surowcową wielkopolskiego rolnictwa.

Tabela 1. Liczba podmiotów branży spożywczej w Polsce (I kw. 2018 roku).

Województwo	Podmioty produkujące artykuły spożywcze (A)	Podmioty produkujące napoje (B)	Ogółem (A+B)
mazowieckie	5 652	408	6 060
śląskie	3 806	164	3 970
wielkopolskie	3 736	201	3 937
małopolskie	3 299	160	3 459
łódzkie	2 551	118	2 669
dolnośląskie	2 298	175	2 473
pomorskie	1 819	146	1 965
lubelskie	1 674	104	1 778
zachodniopomorskie	1 640	98	1 738
kujawsko-pomorskie	1 617	77	1 694
podkarpackie	1 443	94	1 537
świętokrzyskie	1 001	47	1 048
opolskie	952	17	969
warmińsko-mazurskie	879	69	948
podlaskie	852	55	907
lubuskie	764	51	815
ogółem	33 983	1 984	35 967

Źródło: GUS

Ogółem w Polsce liczba firm zajmujących się produkcją artykułów spożywczych i napojów wyniosła w I kwartale 2018 roku 35 967 podmiotów, w tym 33 983 zajmowało się produkcją żywności (dział 10), a 1 984 produkcją napojów (dział 11). Najwięcej przedsiębiorstw zajmujących się produkcją artykułów spożywczych mieściło się na terenie Mazowsza – 5 652 podmioty. Województwo wielkopolskie zajmowało w tej kategorii trzecie miejsce, za województwem śląskim, w którym funkcjonowało 3 806 firm. Jeśli chodzi o produkcję napojów, również dominowało województwo mazowieckie (408 przedsiębiorstw), jednakże w tym przypadku Wielkopolska była na drugim miejscu (201 podmiotów). W pierwszej trójce regionów, na terenie których znajdowało się najwięcej producentów napojów było również województwo dolnośląskie, gdzie funkcjonowało 175 takich firm.

Tabela 2. Liczba podmiotów branży spożywczej w poszczególnych województwach w latach 2009-2018.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Polska	31594	33740	33619	34282	34657	35130	35348	35501	35964	33308
mazowieckie	4642	5134	5157	5344	5531	5700	5796	5926	6027	4923
wielkopolskie	3667	3782	3777	3813	3790	3840	3850	3867	3952	3937
śląskie	3661	3992	3948	3943	3960	3977	4000	3976	3989	3782
małopolskie	2798	3096	3095	3218	3295	3404	3408	3420	3467	2930
łódzkie	2530	2669	2637	2678	2686	2698	2701	2672	2670	2650
dolnośląskie	2050	2203	2253	2325	2353	2367	2403	2409	2458	2182
pomorskie	1822	1953	1911	1939	1933	1958	1972	1976	1975	1945
kujawsko-pomorskie	1664	1673	1664	1708	1719	1707	1701	1696	1682	1746
lubelskie	1540	1632	1635	1673	1711	1736	1750	1747	1782	1622
zachodniopom	1518	1603	1631	1658	1643	1605	1612	1643	1728	1608

⁵ Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski 2015-2020.

orskie										
podkarpackie	1335	1422	1411	1435	1479	1518	1515	1517	1541	1409
świętokrzyskie	1009	1062	1036	1030	1041	1045	1045	1041	1058	1052
warmińsko-mazurskie	888	932	911	916	915	937	941	946	946	953
opolskie	921	956	943	948	942	975	970	965	963	944
podlaskie	777	812	813	831	835	852	866	881	905	818
lubuskie	772	819	797	823	824	811	818	819	821	807

Źródło: GUS

Liczba podmiotów branży spożywczej w poszczególnych województwach ulegała zmianom na przestrzeni ostatnich 10 lat. Zmiany te miały jednak charakter nieznaczny i w większości regionów nie następował gwałtowny wzrost lub spadek liczby przedsiębiorstw produkujących żywność. Od 2010 r. województwo wielkopolskie w każdym badanym roku, z wyjątkiem 2018, zajmowało pod względem liczby firm z branży trzecią pozycję w kraju. Według danych dotyczących 2018 roku, liczba podmiotów w Wielkopolsce w branży spożywczej spadła do 3 937 firm. Należy jednak mieć na uwadze, że dane obejmują I kwartał 2018 roku, a liczba podmiotów po podsumowaniu całego roku może ulec zmianie.

Jak już wspomniano, Wielkopolska od 2010 do 2017 zajmowała trzecie miejsce w kraju pod względem liczby podmiotów należących do branży spożywczej, za województwem mazowieckim i śląskim. W I kwartale 2018 r. w województwie wielkopolskim zaobserwowano najniższy spadek liczby ww. przedsiębiorstw spośród wspomnianych regionów względem roku poprzedniego, co w efekcie zapewniło Wielkopolsce drugą pozycję w kraju. W ciągu ostatnich 10 lat największy wzrost liczby przedsiębiorstw sekcji C PKD działów 10 i 11 dotyczył województwa mazowieckiego. W 2010 roku liczba podmiotów wzrosła o 10,6% w stosunku do roku bazowego. W kolejnych latach odnotowano kolejne wzrosty tego wskaźnika, o maksymalnie 3,5%. Spadek w tym zakresie zaobserwowano w I kwartale 2018 kiedy to liczba podmiotów w tym regionie zmalała w porównaniu do roku ubiegłego aż 18,3%.

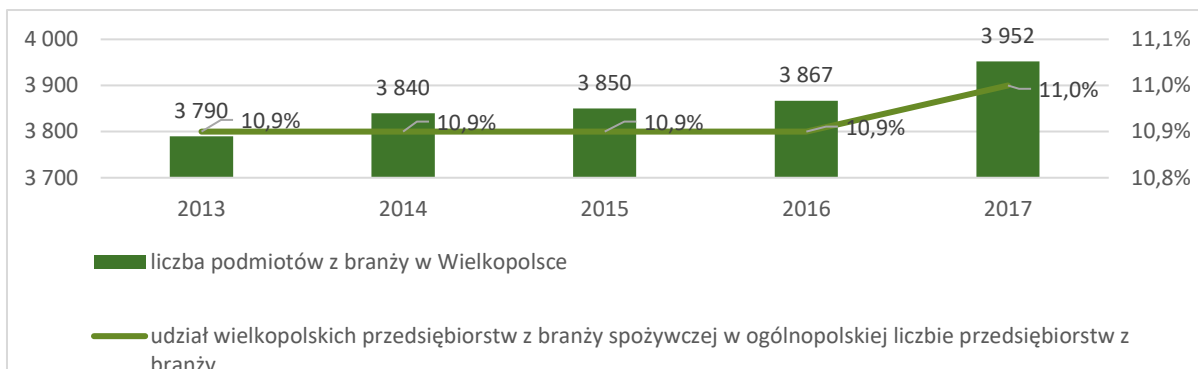
Poniżej przedstawiono dane procentowe, prezentujące udział poszczególnych województw w ogólnej liczbie podmiotów z branży w Polsce.

Tabela 3. Udział podmiotów branży spożywczej w poszczególnych województwach w latach 2009-2018 w ogólnej liczbie podmiotów branży spożywczej w Polsce.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
mazowieckie	14,7%	15,2%	15,3%	15,6%	16,0%	16,2%	16,4%	16,7%	16,8%	14,8%
wielkopolskie	11,6%	11,2%	11,2%	11,1%	10,9%	10,9%	10,9%	10,9%	11,0%	11,6%
śląskie	11,6%	11,8%	11,7%	11,5%	11,4%	11,3%	11,3%	11,2%	11,1%	11,4%
małopolskie	8,9%	9,2%	9,2%	9,4%	9,5%	9,7%	9,6%	9,6%	9,6%	8,8%
łódzkie	8,0%	7,9%	7,8%	7,8%	7,8%	7,7%	7,6%	7,5%	7,4%	8,0%
dolnośląskie	6,5%	6,5%	6,7%	6,8%	6,8%	6,7%	6,8%	6,8%	6,8%	6,6%
pomorskie	5,8%	5,8%	5,7%	5,7%	5,6%	5,6%	5,6%	5,6%	5,5%	5,9%
kujawsko-pomorskie	5,3%	5,0%	4,9%	5,0%	5,0%	4,9%	4,8%	4,8%	4,7%	5,3%
lubelskie	4,9%	4,8%	4,9%	4,9%	4,9%	4,9%	4,9%	4,9%	5,0%	4,9%
zachodniopomorskie	4,8%	4,8%	4,9%	4,8%	4,7%	4,6%	4,6%	4,6%	4,8%	4,8%
podkarpackie	4,2%	4,2%	4,2%	4,2%	4,3%	4,3%	4,3%	4,3%	4,3%	4,2%
świętokrzyskie	3,2%	3,1%	3,1%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	2,9%	2,9%	3,2%
warmińsko-mazurskie	2,8%	2,8%	2,7%	2,7%	2,6%	2,7%	2,7%	2,7%	2,6%	2,9%
opolskie	2,9%	2,8%	2,8%	2,8%	2,7%	2,8%	2,7%	2,7%	2,7%	2,8%
podlaskie	2,5%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,5%	2,5%	2,5%
lubuskie	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,4%

Źródło: GUS

Wykres 3. Liczba podmiotów w sekcji C działu 10 i 11 w województwie wielkopolskim oraz udział firm z Wielkopolski w ogólnej liczbie przedsiębiorstw z branży.



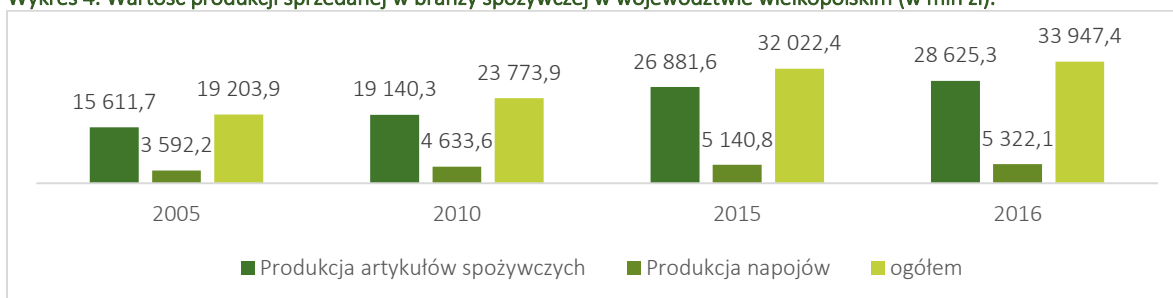
Źródło: GUS.

Wg danych Głównego Urzędu Statystycznego ogólna liczba podmiotów sklasyfikowanych jako przedsiębiorstwa działające w branży spożywczej zarówno w Polsce, jak i w województwie wielkopolskim ulegała nieznacznym zmianom. Jak pokazują dane dotyczące liczby podmiotów działów 10 i 11 sekcji C PKD oraz udziału wielkopolskich przedsiębiorstw w ogólnopolskiej liczbie podmiotów z branży w ciągu ostatnich lat, nie występowały nagłe spadki lub wzrosty liczby działających zakładów produkcyjnych, a udział regionu w ogólnej strukturze branży w Polsce nie uległ zmianom.

W latach 2013-2017 liczba podmiotów zarejestrowanych w dziale 10 sekcji C PKD tj. zakładów przetwórstwa spożywczego wynosiła w województwie wielkopolskim od 159 do 242 firm. Na podobnym poziomie była liczba firm, które zostały wyrejestrowane z bazy REGON – od 153 do 201. Największa różnica pomiędzy liczbą podmiotów zarejestrowanych, a wyrejestrowanych z działu 10 sekcji C PKD miała miejsce w 2017 roku i wyniosła 83. Z analogicznej analizy dotyczącej podmiotów produkujących napoje wynika, że w całym badanym okresie liczba firm zarejestrowanych i wyrejestrowanych była na zbliżonym poziomie, a największa różnica pomiędzy nimi wyniosła 8 (2015 rok). Z analizy danych GUS na temat upadłości firm z branży spożywczej wynika, że w okresie od 2013 do 2017 roku łącznie 8 przedsiębiorstw było w stanie upadłości – wszystkie z działu 10 sekcji C PKD. Z danych GUS dotyczących ogólnej liczby podmiotów w branży ogółem również wynika, że liczba przedsiębiorstw w 2013 roku zmalała (o 0,6% względem 2012 roku). W kolejnych latach odnotowywano wzrost liczby firm z branży spożywczej: o 1,3% w 2014 roku, o 0,3% w 2015 roku, 0,4% w 2016 roku oraz o 2,2% w 2017 roku.

Dynamikę branży obrazuje również wskaźnik dotyczący wartości produkcji sprzedanej produktów w branży spożywczej.

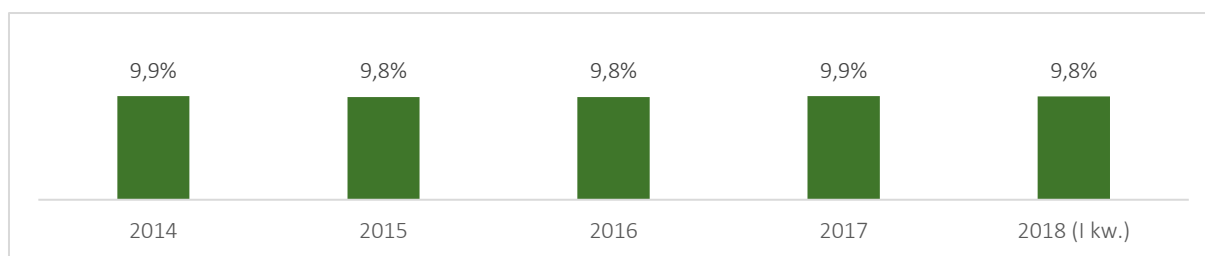
Wykres 4. Wartość produkcji sprzedanej w branży spożywczej w województwie wielkopolskim (w mln zł).



Źródło: GUS.

Wartość produkcji artykułów spożywczych w województwie wielkopolskim na przestrzeni dziesięciu lat konsekwentnie rosła. W pierwszym badanym roku tj. 2005 wskaźnik ten wynosił 15 611,7 mln zł, a w 2010 roku wzrósł o 22,6% wynosząc 19 140,3 mln zł. W ciągu kolejnych pięciu lat wartość produkcji żywności wzrosła w Wielkopolsce aż o 40,4% (26 881,6 mln zł). Wzrost produkcji widoczny był również na przestrzeni jednego roku – wartość produkcji w 2016 była o 6,5% większa niż w 2015 roku. Od 2005 obserwowany jest także wzrost produkcji napojów, należy jednak zauważyć, że z każdym kolejnym rokiem był on mniejszy. W 2010 roku wartość produkcji była o 29% wyższa niż w 2005 roku. W perspektywie kolejnych pięciu lat wskaźnik ten wzrósł o kolejne 11%. Zgodnie z danymi z 2016 roku wartość produkcji napojów w Wielkopolsce wyniosła 5 322,1 mln zł – o 3,5% więcej niż w 2015 roku.

Wykres 5. Udział przedsiębiorstw z branży spożywczej w ogólnej liczbie przedsiębiorstw przemysłowych w województwie wielkopolskim.



Źródło: GUS.

Przedsiębiorstwa z branży spożywczej stanowiły około 10% wszystkich firm zajmujących się przetwórstwem przemysłowym w województwie wielkopolskim. Podobny udział przedsiębiorstw z branży spożywczej w przetwórstwie przemysłowym odnotowano dla pozostałych regionów. Najwyższy odsetek dotyczy województwa lubelskiego, w którym udział przedsiębiorstw zajmujących się produkcją żywności wynosił w 2017 roku 12,7%. W województwie mazowieckim, w którym funkcjonuje największa liczba podmiotów z działów 10 i 11 sekcji C PKD, przedsiębiorstwa te stanowią 10% wszystkich firm przemysłowych.

Tabela 4. Odsetek podmiotów branży spożywczej w ogólnej liczbie przedsiębiorstw przemysłowych w poszczególnych podregionach województwa wielkopolskiego.

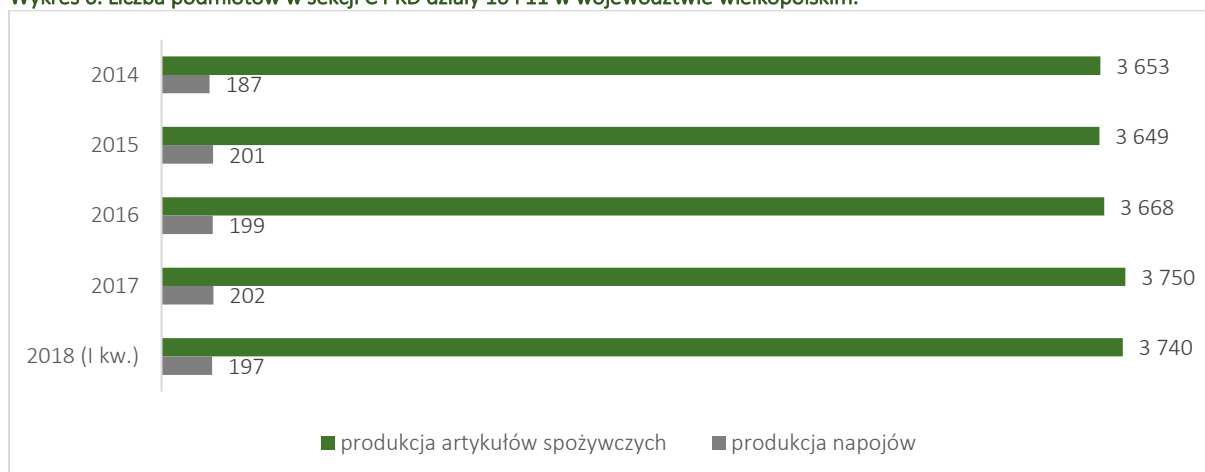
podregion	2013	2014	2015	2016	2017
kaliski	11,7%	11,6%	11,2%	11,3%	11,5%
koniński	10,0%	9,8%	9,6%	9,8%	9,6%
leszczyński	14,8%	14,6%	14,3%	14,1%	13,9%
m. Poznań	6,4%	6,6%	6,9%	7,0%	7,3%
pilski	11,0%	10,7%	10,7%	10,2%	10,4%
poznański	8,1%	8,1%	8,0%	8,0%	8,0%
województwo	9,9%	9,8%	9,8%	9,9%	9,8%

Źródło: GUS.

W obrębie województwa wielkopolskiego w 2017 r. najwyższy odsetek podmiotów branży spożywczej w ogólnej liczbie przedsiębiorstw z sekcji C wystąpił w podregionie leszczyńskim, gdzie wyniósł on 13,9%. W ciągu ostatnich 5 lat wartość dla tego obszaru była wyższa od średniej dla województwa o ok. 4 pp. Pomimo tego, że odsetek podmiotów z branży był w podregionie leszczyńskim najwyższy, odnotowano nieznaczny spadek tego wskaźnika w cały badany okresie.

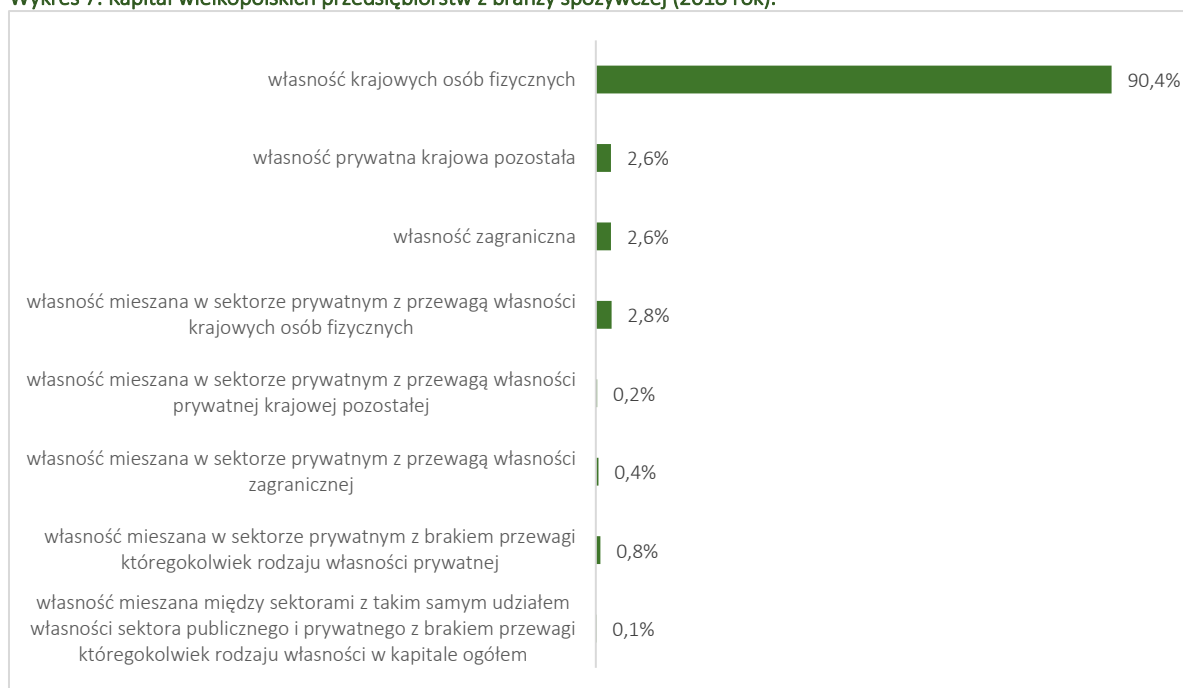
Analiza udziału przedsiębiorstw branży spożywczej w ogólnej strukturze przedsiębiorstw przemysłowych wykazała, w których powiatach zakłady produkujące żywność stanowiły ok. 1/5 przemysłu. Największą wartość tego wskaźnika odnotowano dla powiatów kaliskiego, wolsztyńskiego i grodzkiego. W powiecie kaliskim w 2013 roku odsetek firm z branży spożywczej w ogólnej liczbie przedsiębiorstw przemysłowych wynosił 21,2%. W roku 2015 wskaźnik ten spadł o 1,3 pp, jednakże w 2017 roku branża spożywcza stanowiła ponad 20% przemysłu. W powiecie wolsztyńskim, w całym badanym okresie wartość tego wskaźnika była na stabilnym poziomie i oscylowała w granicach 21,3-22,1%. Najmniejszy udział podmiotów branży spożywczej w ogólnej strukturze przemysłu dotyczył miast na prawach powiatu – Poznania i Konina, a także powiatów kępińskiego i poznańskiego. Wartość wskaźnika w poszczególnych powiatach nie ulegała znacznym zmianom (od 0,1 do 2,4 pp.). Największy wzrost odsetka przedsiębiorstw z branży odnotowano w powiatach jarocińskim (2,4 pp.) i w Kaliszu (1,1 pp.), natomiast największy spadek w powiatach międzychodzkiem (2,3 pp.), pleszewskim (2,2 pp.) oraz kościańskim (2 pp.).

Wykres 6. Liczba podmiotów w sekcji C PKD działy 10 i 11 w województwie wielkopolskim.



Źródło: GUS.

Wykres 7. Kapitał wielkopolskich przedsiębiorstw z branży spożywczej (2018 rok).



Źródło: GUS.

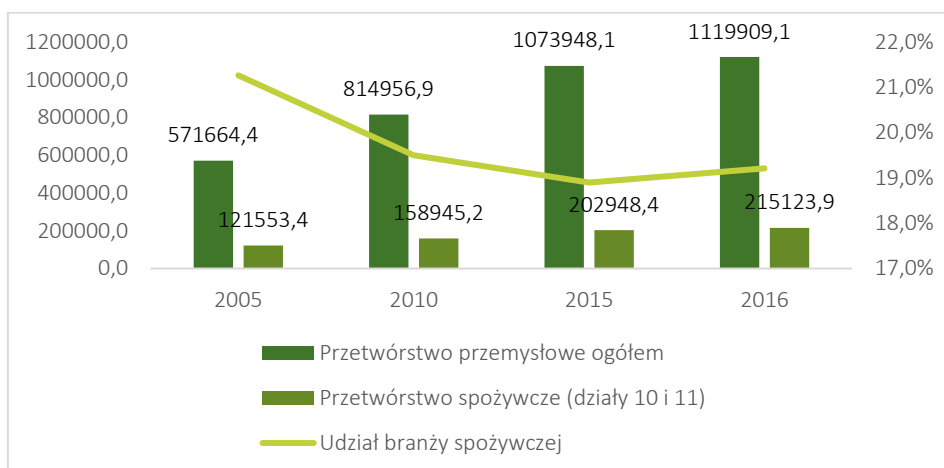
Przedsiębiorstwa branży spożywczej w Wielkopolsce w większości stanowiły w 2018 roku własność krajowych osób fizycznych – 90,4%. Z analizy danych GUS wynika, że 2,6% firm z województwa wielkopolskiego stanowiły przedsiębiorstwa będące pozostałą własnością krajową. Odsetek firm, których kapitał w całości stanowił własność zagraniczną wynosił 2,6% wszystkich przedsiębiorstw z branży. Jeśli chodzi o własność mieszaną to 2,8% firm z Wielkopolski było własnością mieszaną w sektorze prywatnym z przewagą własności krajowych osób fizycznych⁶. Własność krajowych fizycznych przeważała również po uwzględnieniu poszczególnych działów branży spożywczej – w dziale 10 (produkcja artykułów spożywczych) odsetek przedsiębiorstw będących własnością krajowych osób fizycznych wyniósł 85,5%, a w dziale 11 (produkcja napojów) 69,4%.

SPECYFIKA PRODUKCJI

Wartość produkcji sprzedanej przetwórstwa spożywczego sukcesywnie wzrastała na przestrzeni lat 2005-2016. W 2005 wartość produkcji branży spożywczej w Polsce stanowiła 21,3% wartości produkcji całego przetwórstwa przemysłowego (sekcji C PKD). W kolejnych latach odnotowano nieznaczny spadek udziału branży w przemyśle przetwórczym. Wzrost udziału branży odnotowano w 2016 roku – wskaźnik ten wyniósł 19,2%.

⁶ W danych Głównego Urzędu Statystycznego 61 firm zostało sklasyfikowanych jako nieposiadające formy własności.

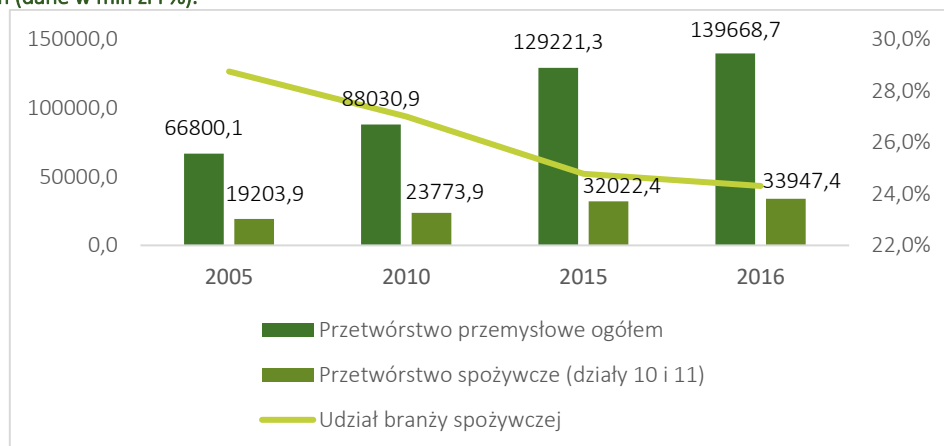
Wykres 8. Wartość produkcji sprzedanej przemysłu, przetwórstwa spożywczego i udział branży w przemyśle w Polsce (dane w mln zł i %).



Źródło: GUS (Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2017).

Porównując wartości produkcji sprzedanej przemysłu ogółem i branży spożywczej w województwie wielkopolskim, można zauważyć że wartość sektora spożywczego oraz całego przemysłu w latach 2005-2016 wzrastała. Jeśli chodzi o udział przetwórstwa spożywczego w strukturze przemysłu w regionie spadł on z 28,7% w 2005 roku do 24,3% w 2016. Nadal jednak branża spożywcza stanowiła ok. ¼ przemysłu w województwie wielkopolskim.

Wykres 9. Wartość produkcji sprzedanej przemysłu, przetwórstwa spożywczego i udział branży w przemyśle w województwie wielkopolskim (dane w mln zł i %).



Źródło: GUS.

Tabela 5. Struktura przedsiębiorstw działu 10 sekcji C ze względu na główny przedmiot produkcji w województwie wielkopolskim – według liczby podmiotów (I kw. 2018 roku).

Produkcja pieczywa; produkcja świeżych wyrobów ciastkarskich i ciastek	28,6%	Produkcja makaronów, klusek, kuskusu i podobnych wyrobów mącznych	2,0%
Przetwarzanie i konserwowanie mięsa, z wyłączeniem mięsa z drobiu	17,9%	Produkcja gotowej karmy dla zwierząt domowych	1,8%
Pozostałe przetwarzanie i konserwowanie owoców i warzyw	8,9%	Przetwarzanie i konserwowanie ryb, skorupiaków i mięczaków	1,4%
Produkcja wyrobów z mięsa, włączając wyroby z mięsa drobiowego	6,8%	Produkcja przypraw	1,4%
Produkcja gotowej paszy dla zwierząt gospodarskich	5,5%	Produkcja sucharów i herbatników, produkcja konserwowanych wyrobów ciastkarskich i ciastek	1,3%
Produkcja pozostałych artykułów spożywczych, gdzie indziej niesklasyfikowana	3,9%	Przetwórstwo herbaty i kawy	1,0%
Wytwarzanie produktów przemiału zbóż	3,2%	Produkcja soków z owoców i warzyw	0,9%

Produkcja lodów	2,8%	Produkcja artykułów spożywczych homogenizowanych i żywności dietetycznej	0,6%
Wytwarzanie gotowych posiłków i dań	2,8%	Przetwarzanie i konserwowanie ziemniaków	0,3%
Produkcja kakao, czekolady i wyrobów cukierniczych	2,4%	Wytwarzanie skrobi i wyrobów skrobiowych	0,2%
Przetwórstwo mleka i wyrób serów	2,1%	Produkcja cukru	0,1%
Przetwarzanie i konserwowanie mięsa z drobiu	2,0%	Produkcja margaryny i podobnych tłuszczów jadalnych	0,0%
Produkcja olejów i pozostałych tłuszczów płynnych	2,0%		

Źródło: GUS.

W województwie wielkopolskim funkcjonują zakłady zajmujące się produkcją wszystkich produktów sklasyfikowanych jako artykuły spożywcze. W skali całego regionu najwięcej przedsiębiorstw z branży zajmuje się produkcją pieczywa – 28,6%. Na drugim miejscu znajdują się zakłady przetwórstwa mięsnego (z wyłączeniem drobiu), które stanowią 17,9% firm w branży. W dalszej kolejności najczęstszym typem produkcji spożywczej były: przetwarzanie i konserwacja owoców i warzyw (8,9%), produkcja wyrobów z mięsa z włączeniem drobiu (6,8%) oraz produkcja gotowych pasz dla zwierząt gospodarskich (5,5%).

Analizując specyfikę produkcji w poszczególnych podregionach zauważono, że w każdym podregionie, z wyjątkiem leszczyńskiego, najwięcej podmiotów z branży zajmuje się produkcją pieczywa.

W **podregionie leszczyńskim** dominują przedsiębiorstwa specjalizujące się w przetwarzaniu i konserwowaniu mięsa (z wyłączeniem drobiu) – 30% (246) firm, natomiast produkcja pieczywa i wyrobów mącznych jest na drugim miejscu 23% (192 podmioty). W podregionie istotną rolę pełnią także zakłady przetwórstwa i konserwacji warzyw i owoców których liczba wynosi 85. Pozostałe firmy przetwórstwa mięsnego, czyli produkcja wyrobów z mięsa i przetwarzanie mięsa z drobiu stanowią łącznie ok. 10% branży artykułów spożywczych w podregionie leszczyński. Południowo-zachodnia część województwa wielkopolskiego jest więc obszarem dominacji firm związanych z przetwórstwem różnego rodzaju produktów mięsnych. Łączny odsetek firm z branży mięsnej to 41% wszystkich firm sektora spożywczego na tym terenie.

W **podregionie kaliskim**, traktując łącznie zakłady zajmujące się przetwarzaniem i konserwowaniem wszystkich rodzajów mięsa, ich łączna liczba wyniosła 220 (25% firm) – tylko o 10 mniej niż firm produkujących pieczywo. Na równie wysokim poziomie, podobnie jak w subregionie leszczyńskim, jest liczba podmiotów przetwarzających owoce i warzywa – ok. 10% wszystkich firm z branży w podregionie. W porównaniu z pozostałymi podregionami, podregion kaliski dominuje w produkcji gotowej paszy dla zwierząt – znajduje się tam aż 38% wszystkich zakładów tego rodzaju w województwie.

Produkcja pieczywa (31%, 165 firm) oraz przetwórstwo mięsa (łącznie 141 firm, 26%) to gałęzie przemysłu, które dominują także w **podregionie konińskim**. Na zbliżonym poziomie, jeśli chodzi o liczbę przedsiębiorstw, znajdują się zakłady przetwarzające lub produkujące: owoce i warzywa (5%, 29 firm), produkty przemiału zbóż (5%, 24 firmy) oraz lody (4%, 22 firmy). W podregionie konińskim znajduje się najwięcej w skali całego województwa firm produkujących soki z warzyw i owoców.

Północna część województwa, czyli **podregion pilski** to teren, na którym znajduje się najmniejsza liczba podmiotów produkujących żywność. Wśród nich aż 33% to przedsiębiorstwa produkujące pieczywo i wyroby mączne. Podregion zajmuje drugie miejsce (po podregionie leszczyńskim) pod względem liczby podmiotów przetwórstwa mleka i wyrobów serowych (16 firm).

W **podregionie poznańskim**, trzecim pod względem ogólnej liczby podmiotów z branży artykułów spożywczych, pierwsze miejsce zajmują przedsiębiorstwa produkujące pieczywo – 31%, 240 firm. Na drugiej pozycji są podmioty przetwórstwa różnego rodzaju mięs, które łącznie stanowią 22% poznańskiej produkcji. W podregionie poznańskim znajduje się jedyna w województwie firma produkująca margarynę i inne tłuszcze jadalne, a także największa w całym regionie liczba podmiotów o specjalizacji: wytwarzanie skrobi i wyrobów skrobiowych, przetwarzanie i konserwowanie ziemniaków, produkcja sucharów i herbatników, produkcja konserwowanych wyrobów ciastkarskich i ciastek, produkcja gotowej karmy dla zwierząt domowych oraz produkcja lodów.

W ostatnim analizowanym podregionie również widoczna jest przewaga firm produkujących pieczywo i wyroby mączne (24%, 135). **Podregion miasta Poznań** to obszar, w którym mieści się zbliżona liczba zakładów przetwórstwa mięsnego (łącznie 62 firm, 11%) oraz przetwórstwa warzyw i owoców (61 firm, 11%). Centralna część regionu, w którym najczęściej znajdują się zakłady wytwarzające gotowe posiłki i dania – 32 przedsiębiorstwa, 6%. Jeśli chodzi o inne obszary, w których podregion miasta Poznania wykazuje przewagi pod

względem liczby funkcjonujących podmiotów to jest to: produkcja artykułów spożywczych homogenizowanych i żywności dietetycznej (2%, 10 firm), przetwarzanie i konserwowanie ryb, skorupiaków i mięczaków (2%, 11 firm) oraz produkcja olejów i pozostałych tłuszczów płynnych (3%, 19 firm).

Tabela 6. Struktura przedsiębiorstw działu 11 sekcji C ze względu na główny przedmiot produkcji w województwie wielkopolskim – według liczby podmiotów (I kw. 2018 roku).

Produkcja napojów bezalkoholowych; produkcja wód mineralnych i pozostałych wód butelkowanych	37,3%
Destylowanie, rektyfikowanie i mieszanie alkoholi	28,4%
Produkcja piwa	21,9%
Produkcja cydru i pozostałych win owocowych	6,0%
Produkcja pozostałych niedestylowanych napojów fermentowanych	3,0%
Produkcja win gronowych	2,0%
Produkcja słodu	1,5%

Źródło: GUS.

Produkcja napojów spożywczych w regionie wielkopolskim to w 37,3% produkcja napojów bezalkoholowych, produkcja wód mineralnych oraz pozostałych wód butelkowanych. Na drugim miejscu w województwie, znajdują się zakłady zajmujące się destylowaniem, ratyfikowaniem i mieszaniem alkoholi – 28,4%. Działalność ta obejmuje wytwarzanie napojów alkoholowych, takich jak: wódka, whisky, brandy, gin, likiery itp., produkcję destylowanych napojów alkoholowych, mieszanie alkoholi destylowanych oraz produkcję alkoholu etylowego, po przetworzeniu przeznaczonego do spożycia. Znacząca liczba przedsiębiorstw zajmuje się również produkcją piwa – 21,9% branży napojów. Zdecydowanie mniejszy udział wśród wielkopolskich producentów napoi, miały podmioty specjalizujące się w produkcji cydru i win owocowych (6%), produkcji pozostałych niedestylowanych napojów fermentowanych (3%), produkcji win gronowych (2%) i produkcji słodu (1,5%).

Najwięcej firm produkujących napoje znajduje się w **podregionie miasta Poznań** – 45 przedsiębiorstw, które stanowią 22,8% branży w województwie wielkopolskim. Żadna z gałęzi produkcji nie dominuje znacząco na tle pozostałych. Najwięcej jest zakładów produkujących napoje bezalkoholowe, wody mineralne i pozostałe wody butelkowane (15 przedsiębiorstw) oraz zajmujących się destylowaniem, rektyfikowaniem i mieszaniem alkoholi (14 firm). Produkcją piwa w podregionie miasta Poznania zajmuje się 9 przedsiębiorstw.

W **podregionie kaliskim**, drugim pod względem liczby podmiotów produkujących napoje występuje wyraźna dominacja zakładów produkujących napoje bezalkoholowe (wody mineralne) – 23 firmy. Produkcją piwa zajmuje się 6 przedsiębiorstw, z kolei destylowaniem mocnych alkoholi 4 firmy. W podregionie występują 3 zakłady – najwięcej w całym województwie – specjalizujące się w produkcji win gronowych.

Zakłady produkujące piwo dominują w **podregionie leszczyńskim** (11 firm). Na drugim miejscu w branży napojów znajdują się przedsiębiorstwa produkujące wody mineralne (10) oraz destylujące, rektyfikujące alkohole (9). Jeśli chodzi o inne zakłady przetwórcze w podregionie, funkcjonują w nim po 2 zakłady produkujące cydr i inne wina owocowe oraz produkujące pozostałe niedestylowane napoje fermentowane.

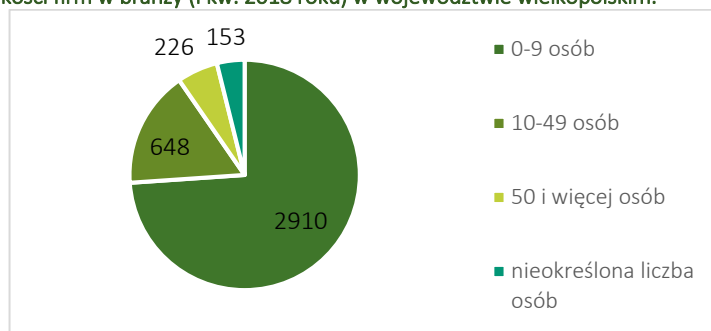
W **podregionie poznańskim**, podobnie jak w mieście Poznaniu, najwięcej zakładów zajmuje się produkcją napojów bezalkoholowych – wód mineralnych i innych butelkowanych (14). Na drugim miejscu w podregionie jest produkcja mocnych alkoholi – 12 przedsiębiorstw. 7 firm produkuje w podregionie piwo, natomiast w produkcji cydru i pozostałych niedestylowanych napojów specjalizuje się po jednym przedsiębiorstwie.

Destylowanie i mieszanie mocnych alkoholi to główna gałąź produkcji napojów w **podregionie pilskim** 12 firm. Inne zakłady przetwórcze funkcjonujące w podregionie zajmują się produkcją wód mineralnych (5), piwa (4), cydru i innych win owocowych (3) oraz pozostałymi niedestylowanymi napojami fermentowanymi (1).

Najmniejsza liczba podmiotów produkujących napoje znajduje się w **podregionie konińskim**. Występuje w nim zbliżona liczba przedsiębiorstw specjalizujących się produkowaniu piwa (7), mocnych alkoholi (6) oraz wód mineralnych (8). Oprócz wskazanych zakładów w podregionie funkcjonuje 1 przedsiębiorstwo produkujące sód oraz 2 produkujące cydr i pozostałe wina owocowe.

STRUKTURA PRZEDSIĘBIORSTW Z UWZGLĘDNIENIEM WIELKOŚCI FIRM

Wykres 10. Struktura wielkości firm w branży (I kw. 2018 roku) w województwie wielkopolskim.



Źródło: GUS.

Zgodnie z danymi gromadzonymi przez Główny Urząd Statystyczny liczba firm z branży spożywczej wynosiła w I kwartale 2018 roku 3 937 podmiotów. Zdecydowaną większość podmiotów (74%) stanowiły mikroprzedsiębiorstwa, zatrudniające 0-9 osób. Na drugim miejscu znajdowały się firmy zatrudniające od 10 do 49 osób – łącznie 648 podmiotów, co stanowiło ok. 16% podmiotów w branży. W omawianym sektorze w województwie wielkopolskim funkcjonowało najmniej średnich i dużych przedsiębiorstw – łącznie 226 (6%). Z uwagi na brak obowiązku przedkładania przez firmy informacji o liczbie osób zatrudnionych w przedsiębiorstwie, w danych pozyskanych z GUS znalazła się również grupa przedsiębiorstw niesklasyfikowanych pod względem struktury zatrudnienia. W analizie danych z uwzględnieniem poszczególnych podregionów liczba ta nie została uwzględniona.

Tabela 7. Struktura firm w branży w poszczególnych podregionach.

podregion	0-9 osób		10-49 osób		50 i więcej	
kaliski	80,0%	690	14,4%	124	5,6%	48
koniński	79,1%	412	16,3%	85	4,6%	24
leszczyński	72,1%	582	19,3%	156	8,6%	69
Poznań	81,3%	423	13,7%	71	5,0%	26
pilski	73,0%	249	22,6%	77	4,4%	15
poznański	75,6%	554	18,4%	135	6,0%	44
województwo	76,9%	2 910	17,1%	648	6,0%	226

Źródło: GUS.

W każdym podregionie województwa wielkopolskiego w ramach branży spożywczej dominowały mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające 0-9 pracowników. Najwięcej średnich/dużych firm (zatrudniających od 50 pracowników) z branży spożywczej funkcjonowało na terenie **podregionu leszczyńskiego** – w powiecie wolsztyńskim (17) i grodziskim (12). Spośród nich aż 16 firm zajmowało się produkcją i konserwowaniem mięsa, natomiast 13 specjalizowało się w przetwarzaniu i konserwowaniu owoców i warzyw. Małe przedsiębiorstwa z branży spożywczej w większości zajmowały się produkcją pieczywa – 51 firm, z kolei mikroprzedsiębiorstwa produkowały głównie wyroby mięsne (198 przedsiębiorstw zatrudniających 0-9 pracowników).

W **podregionie kaliskim**, w którym liczba średnich i dużych firm wynosiła 48, również dominowały zakłady przetwarzające mięso (8), a także te przetwarzające mleko i produkujące sery (7). Małe firmy z subregionu zajmowały się głównie produkcją pieczywa i wyrobów ciastkarskich (51 przedsiębiorstw), podobnie jak mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające 0-9 pracowników (172 firmy).

Zarówno na terenie **Poznania**, jak i **podregionu poznańskiego** wśród średnich i dużych firm najczęściej występowały te zajmujące się produkcją pieczywa, wyrobów ciastkarskich i ciastek – odpowiednio 5 i 11 przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 50 pracowników. Małe firmy z branży spożywczej zlokalizowane w Poznaniu, a także mikroprzedsiębiorstwa również w większości zajmowały się produkcją pieczywa (odpowiednio 24 i 101 firm). Taka sama tendencja występowała w podregionie poznańskim - 57 małych i 165 mikroprzedsiębiorstw zajmujących się produkcją pieczywa.

W **podregionie konińskim** wśród średnich i dużych firm dominowały te specjalizujące się w przetwórstwie mleka (5), na drugim miejscu były firmy zajmujące się przetwarzaniem mięsa z wyłączeniem drobiu (4). Zarówno małe firmy z branży spożywczej, jak i mikroprzedsiębiorstwa z podregionu zajmowały się głównie produkcją pieczywa

(51 małych firm, 120 mikroprzedsiębiorstw) oraz przetwarzaniem mięsa z wyłączeniem drobiu (21 małych firm, 84 mikroprzedsiębiorstwa).

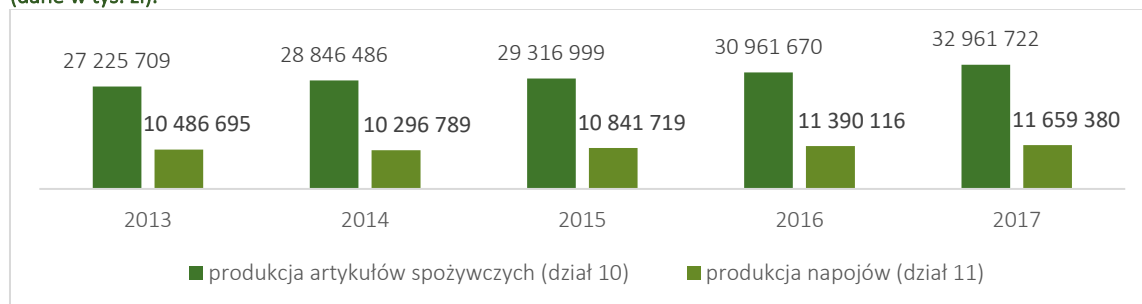
Podregion pilski nie różnił się od pozostałych subregionów pod względem dominacji wśród mikro i małych przedsiębiorstw zakładów specjalizujących się w produkcji pieczywa oraz wyrobów mięsnych z wyłączeniem drobiu. Jeśli chodzi o średnie i duże firmy, taka sama liczba zakładów (3) produkowała wyroby mięsne z wyłączeniem drobiu, przetwarzaniem i konserwowaniem owoców i warzyw oraz zajmowała się produkcją gotowej paszy dla zwierząt gospodarskich.

SYTUACJA EKONOMICZNA PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO

Sektor spożywczy w ujęciu ogólnokrajowym odgrywa istotną rolę w rozwoju gospodarczym i określany jest jako jeden z bardziej atrakcyjnych dla inwestorów z zagranicy. Polski przemysł spożywczy funkcjonując na arenie międzynarodowej podlega ciągłemu rozwojowi technologicznemu i innowacyjnemu, co sprawia, że polskie przedsiębiorstwa znajdują się w czołówce europejskich producentów żywności. Jako najbardziej rozwinięte gałęzie branży spożywczej eksperci uczestniczący w badaniu jakościowym wskazywali się na sektory: mięsny, mleczarski i owocowo-warzywny.

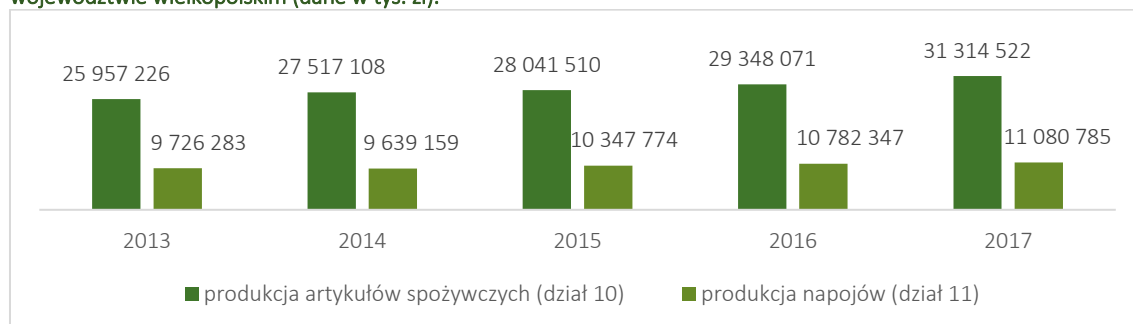
Zgodnie z danymi GUS wartość produkcji globalnej polskiego przemysłu spożywczego w latach 2004-2012 wzrosła ze 122,5 mld zł do 204,3 mld zł, czyli o ponad 80 mld zł. Najbardziej dynamiczny wzrost nastąpił w latach 2004-2007, co wiązało się z akcesją Polski do Unii Europejskiej, a co za tym idzie rosnącym eksportem produktów rolno-spożywczych. Rok 2008, w którym odnotowano światowy kryzys gospodarczy, wpłynął także na spowolnienie w sektorze produkcji żywności i spadek wartości produkcji o ponad 45 mld zł. Po krótkim okresie osłabienia procesów rozwojowych przemysłu spożywczego znów odnotowano duże ożywienie produkcyjne⁷. W 2010 roku wartość produkcji sprzedanej polskiego przemysłu spożywczego osiągnęła wartość 121 553,4 mln zł, co stanowiło 21% wartości przetwórstwa przemysłowego. W latach 2015 i 2016 odnotowano wzrost wartości sprzedanej przetwórstwa spożywczego do 202 948,4 mln zł w 2015 i 215 123,9 mln zł w 2016 roku.

Wykres 11. Przychody z całokształtu działalności firm z branży spożywczej w latach 2013-2017 w województwie wielkopolskim (dane w tys. zł).



Źródło: GUS.

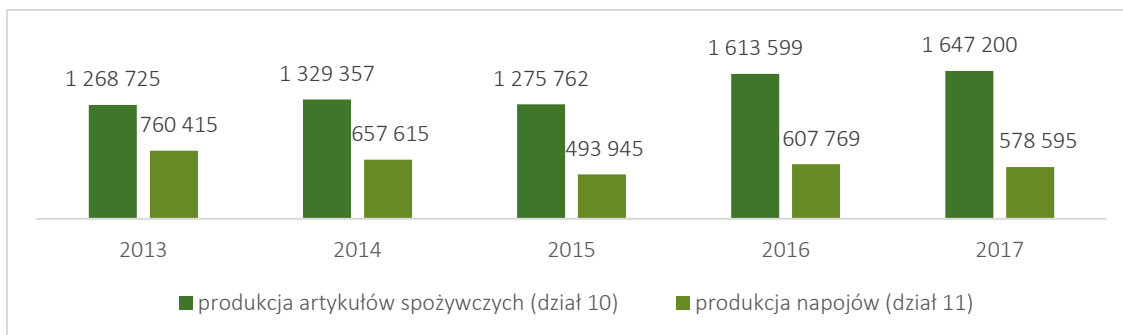
Wykres 12. Koszty uzyskania przychodu z całokształtu działalności firm z branży spożywczej w latach 2013-2017 w województwie wielkopolskim (dane w tys. zł).



Źródło: GUS.

Wykres 13. Wynik finansowy brutto firm z branży spożywczej w latach 2013-2017 w województwie wielkopolskim (dane w tys. zł).

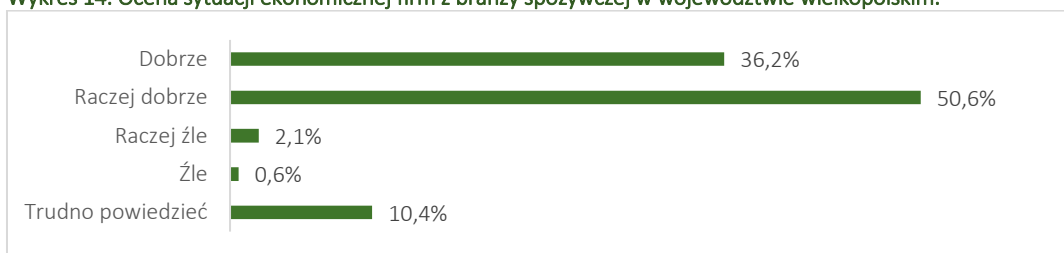
⁷ P. Beba, W. Poczta, Rozwój i rola polskiego przemysłu spożywczego w warunkach akcesji do Unii Europejskiej.



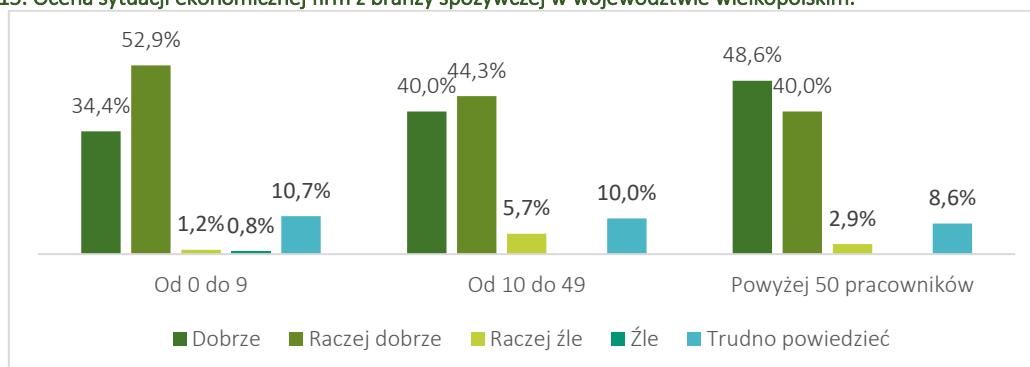
Źródło: GUS.

Z danych GUS na temat wyników finansowych wielkopolskich firm z branży spożywczej wynika, że na przestrzeni lat 2013-2017 odnotowano wzrost przychodów z całokształtu działalności wśród przedsiębiorstw produkujących artykuły spożywcze (dział 10 i 11 ogółem). Przychody z działalności firm z działu 10 w każdym badanym roku z wyjątkiem 2015 (wzrost o 2%), wzrastały o 6%. Przedsiębiorstwa specjalizujące się w produkcji napojów od 2015 roku odnotowywały wzrost przychodów o 5% w 2015 i 2016 roku oraz o 2% w 2017 roku. Wyłącznie w 2014 roku wartość przychodów spadła o 2%. Podobnie jak przychody z działalności, w branży spożywczej wzrastały również koszty uzyskania przychodu. Wśród przedsiębiorców produkujących artykuły spożywcze (dział 10) koszty wzrastały średnio o 5% w całym badanym okresie, natomiast koszty uzyskania przychodu wśród firm z działu 11 (produkcja napojów) spadły o 1% w 2014 roku, a kolejnych latach wzrastały średnio o 5%. Biorąc pod uwagę wyniki finansowe brutto przedsiębiorstw z branży spożywczej, w całym badanym okresie ulegały one wahaniom. Wśród firm produkujących artykuły spożywcze (dział 10) wyniki finansowe brutto wzrastały w każdym badanym roku, z wyjątkiem 2015 roku, o 5% w 2014 roku, o 2% w 2017 i aż o 26% w 2016 roku. Wyniki finansowe brutto przedsiębiorstw produkujących napoje malały od 2013 do 2015 roku. W 2016 roku odnotowano wzrost o 23%, jednakże w 2017 wyniki finansowe brutto zmalały o 5%. Przedsiębiorcy biorący udział w badaniu w większości pozytywnie ocenili swoją sytuację finansową.

Wykres 14. Ocena sytuacji ekonomicznej firm z branży spożywczej w województwie wielkopolskim.



Wykres 15. Ocena sytuacji ekonomicznej firm z branży spożywczej w województwie wielkopolskim.



Źródło: CAPI, N=349.

Na podstawie zgromadzonych danych można zauważyć, że łącznie aż 87,3% mikro przedsiębiorców, którzy wzięli udział w badaniu oceniło sytuację ekonomiczną firmy jako dobrą lub raczej dobrą. Co dziesiąty w tej grupie ankietowanych uznał, że jest ona trudna do oceny, natomiast łącznie 2% określiło ją jako złą lub raczej złą. Przedstawiciele tej ostatniej grupy wskazywali przede wszystkim na takie problemy jak: zmniejszenie obrotów, wzrost kosztów prowadzenia działalności, brak rynków zbytu towarów oraz trudności ze znalezieniem pracowników. Wśród małych firm również dominowały odpowiedzi pozytywne na temat sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa – łącznie 84,3% badanych oceniło ją jako dobrą lub raczej dobrą. Co dziesiąty respondent miał trudności z oceną swojej sytuacji finansowej, z kolei 5,7% oceniło kondycję ekonomiczną przedsiębiorstwa jako

raczej złą. Powodem negatywnych ocen, były podobnie jak w przypadku mikro przedsiębiorców: zmniejszenie liczby klientów oraz rosnące koszty produkcji. Przedstawiciele małych firm, którzy określili swoją sytuację jako złą, argumentowali, że ma ona także związek ze wzrastającym udziałem w rynku sieci marketów i dyskontów, które oferują produkty po niższych cenach. Respondenci z dużych/średnich firm (zatrudniających powyżej 50 pracowników) w 88,6% ocenili pozytywnie kondycję finansową przedsiębiorstwa. Sytuację ekonomiczną jako raczej złą określiło 2,9% firm zatrudniających 50 i więcej pracowników. Przedstawiciele tej grupy wskazywali przede wszystkim na obecność dużej konkurencji na rynku przetwórstwa spożywczego.

Na ocenę sytuacji ekonomicznej firm z branży spożywczej wpływ miała lokalizacja siedziby przedsiębiorstwa. W przypadku podmiotów prowadzących swoją działalność w podregionie pilskim oraz konińskim niemal wszyscy badani dokonywali pozytywnych ocen sytuacji ekonomicznej swoich firm (powyżej 95%, przy czym ani jeden badany z tych podregionów nie dokonał oceny negatywnej). Bardzo pozytywnie swoją kondycję oceniali także przedsiębiorcy z podregionu poznańskiego, gdzie 91,2% określiło ją jako dobrą lub raczej dobrą, nie zaobserwowano ocen negatywnych. Najmniejszy odsetek przedsiębiorstw, które sytuację ekonomiczną swojej firmy ocenili dobrze lub raczej dobrze dotyczyło podregionu kaliskiego (78,2%). Najwięcej przedstawicieli przedsiębiorstw, którzy sytuację ekonomiczną swojej firmy ocenili źle lub raczej źle prowadziło działalność na terenie Poznania (negatywne oceny stanowiły 6,4%).

Przedsiębiorcy zostali także poproszeni o dokonanie oceny zmian w zakresie kondycji firm, jakie zaszły w przedsiębiorstwach w ciągu ostatniego roku, a także o próbę prognozy, jak sytuacja finansowa zmieni się w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa, badani najczęściej deklarowali, że w ciągu ostatniego roku sytuacja finansowa ich firmy nie uległa zmianie – taką odpowiedź wskazało 77,5% mikro przedsiębiorców, 65,7% przedstawicieli małych firm oraz 60% przedstawicieli firm zatrudniających od 50 pracowników. Poprawę kondycji ekonomicznej firmy najczęściej potwierdzały firmy średnie i duże (17,1%), natomiast mikro i małe przedsiębiorstwa, których kondycja ekonomiczna poprawiła się stanowiły odpowiednio 9,8% i 11,4%. Na pogorszenie sytuacji firmy najczęściej wskazywali przedstawiciele małych firm (12,9%).

Z analizy uwzględniającej poszczególne podregiony wynika, że przedsiębiorcy jedynie z trzech obszarów ocenili, że ich sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu względem poprzedniego roku – dotyczy to subregionu kaliskiego (9%), leszczyńskiego (11,7%) oraz Poznania (6,3%). Wszyscy badani z podregionu konińskiego zadeklarowali, że ich sytuacja nie uległa zmianie. Takiej odpowiedzi najczęściej udzielali ankietowani we wszystkich subregionach. Na poprawę sytuacji ekonomicznej firmy wskazywało aż 25% respondentów w Poznania, natomiast żaden ankietowany z podregionu konińskiego i pilskiego nie deklarował poprawy sytuacji ekonomicznej w przedsiębiorstwie.

W każdej badanej grupie przedsiębiorstw, około połowa spośród badanych miała trudności z oceną, jak zmieni się kondycja finansowa firmy, jaką reprezentują w perspektywie następnego roku. Może to wynikać z dynamicznej sytuacji branży, w szczególności ze zmieniających się przepisów prawnych i podatkowych. Odpowiedzi, że kondycja ekonomiczna może ulec pogorszeniu, wskazały nieliczne firmy mikro (1,2%) i małe firmy (2,9%). Argumentacja przedsiębiorców była taka sama, jak w przypadku tych, którzy ocenili aktualną sytuację finansową jako złą tj. rosnące koszty produkcji, wzrost cen oraz brak możliwości zatrudnienia wykwalifikowanej kadry.

Analiza odpowiedzi z uwzględnieniem subregionów dostarczyła informacji na temat prognozowanej sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstw w poszczególnych obszarach województwa. Odpowiedzi, że sytuacja ulegnie pogorszeniu odnotowano wyłącznie dla podregionu kaliskiego (3,8%) i Poznania (4,2%), jednakże również ich odsetek był niewielki. W podregionach kaliskim (79,5%), konińskim (60,4%) i leszczyńskim (61%) respondenci w większości mieli trudności z prognozą na temat kondycji ekonomicznej firmy. Najwięcej odpowiedzi, że sytuacja nie ulegnie zmianie dotyczyło podregionu poznańskiego (66,2%), pilskiego (67,7%) oraz Poznania (52,1%).

Uczestnicy wywiadów jakościowych uznali, że kondycja finansowa przedsiębiorstw jest zróżnicowana i zależy od wielkości przedsiębiorstwa. Duże firmy, które współpracują z hurtowniami, marketami oraz eksportują swoje produkty za granicę są obecnie w dobrej sytuacji ekonomicznej. W trudniejszym położeniu, zdaniem ekspertów, znajdują się mikro i małe firmy. Przedsiębiorstwa te borykają się z olbrzymią konkurencją na rynku, rosnącymi kosztami prowadzenia działalności, a także brakiem dostępu do wykwalifikowanej kadry. Kondycja tych firm jest znacznie gorsza niż w innych sektorach gospodarki, ponieważ nie są one w stanie konkurować w dużymi koncernami, których głównym rynkiem zbytu są duże markety. Zdaniem uczestników badania jakościowego, w Polsce dominuje trend, zgodnie z którym większość konsumentów, z uwagi na mniejsze środki finansowe, dokonuje zakupów w sieciach marketów lub dyskontach.

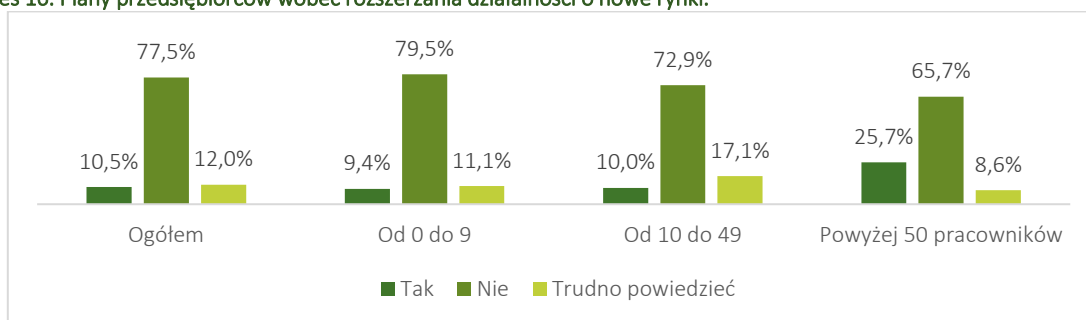
[...] marketów powstaje co raz więcej. Dostępność [do nich] jest powszechniejsza, kiedyś jak ktoś pomyślał, że musi dojechać do tego marketu, który jest na końcu miasta, to może nie warto. W tej chwili ta dostępność jest tak duża, rosną jak grzyby po deszczu -Przedsiębiorca, firma do 50 pracowników

Niektórzy mali przedsiębiorcy nie planują podjęcia próby współpracy z marketami, argumentując, że towar, który się nie sprzeda musiałby do nich wrócić, co powodowałoby dla nich kolejne problemy związane z jego magazynowaniem lub zniszczeniem. Uczestnicy badania jakościowego negatywnie ocenili w tym zakresie polskie prawo, które uniemożliwia rozdawanie żywności bez wcześniejszego opłacenia podatku.

ASPIRACJE ROZWOJOWE PRZEDSIĘBIORSTW

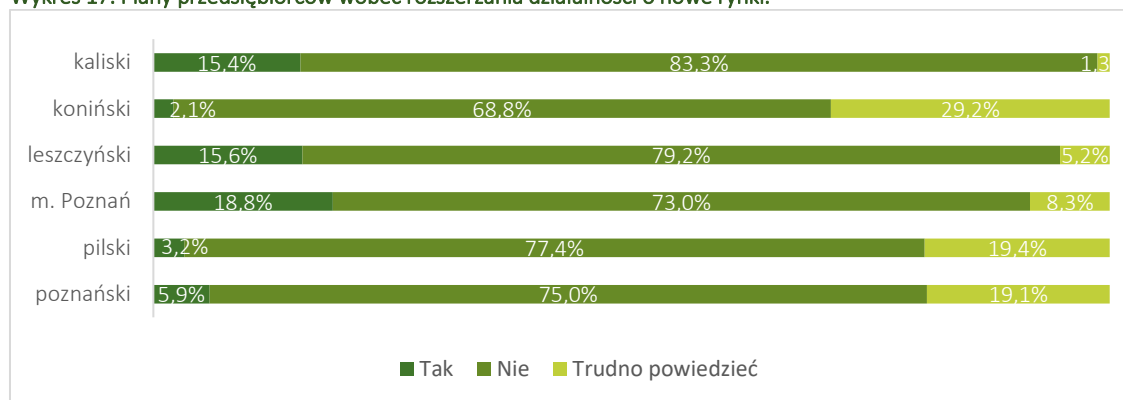
Przedstawiciele wielkopolskich przedsiębiorstw z branży spożywczej zostali poproszeni o wskazanie planów rozwojowych na najbliższe lata. W tym celu wskazywali oni, jakie są ich plany dotyczące wprowadzania do swojej oferty nowych produktów i usług, zatrudniania pracowników, a także poszerzania działalności o nowe rynki.

Wykres 16. Plany przedsiębiorców wobec rozszerzania działalności o nowe rynki.



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 17. Plany przedsiębiorców wobec rozszerzania działalności o nowe rynki.

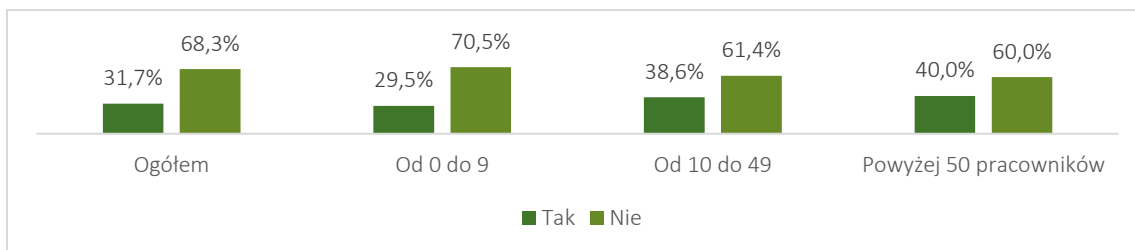


Źródło: CAPI, N=349.

Większość wielkopolskich firm nie planuje rozszerzenia w ciągu najbliższych dwóch lat swojej działalności o nowe rynki. W grupie mikroprzedsiębiorstw wskazało tak 79,5% respondentów, z kolei w grupie małych firm 72,9%. Plany w tym zakresie najczęściej deklarowali przedstawiciele średnich i dużych firm, co czwarte przedsiębiorstwo zatrudniające powyżej 50 pracowników deklarowało chęć sprzedaży swoich produktów na nowych rynkach w ciągu najbliższych dwóch lat. Większość respondentów, potwierdzających ww. zamiar wskazywała na chęć rozszerzenia zasięgu działalności w skali ogólnopolskiej oraz ogólnoeuropejskiej.

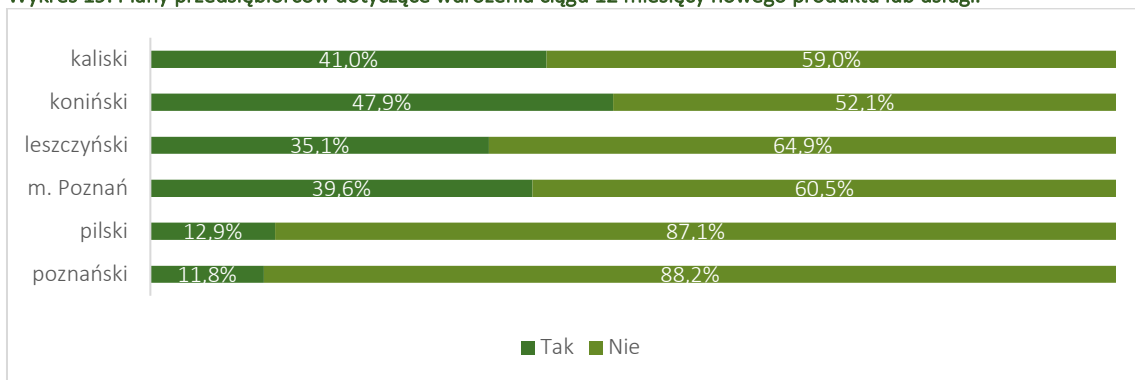
Z analizy planów rozszerzenia działalności wielkopolskich przedsiębiorstw z branży spożywczej o nowe rynki z uwzględnieniem podregionów wynika, że niemal 1/5 firm z Poznania planuje rozszerzenie działalności o nowe rynki – najwyższy odsetek spośród wszystkich podregionów. W podregionach kaliskim i leszczyńskim odsetek planujących rozszerzenie obszaru prowadzonej działalności zadeklarowało odpowiednio 15,4% i 15,6% badanych. Największa grupa respondentów, którzy nie planują rozszerzenia swojej działalności o nowe rynki to przedsiębiorcy z subregionu kaliskiego (83,3%), z kolei największą grupę niezdecydowanych co do planów rozwojowych stanowili ankietowani z podregionu konińskiego (29,2%).

Wykres 18. Plany przedsiębiorców dotyczące wdrożenia ciągu 12 miesięcy nowego produktu lub usługi.



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 19. Plany przedsiębiorców dotyczące wdrożenia ciągu 12 miesięcy nowego produktu lub usługi.



Źródło: CAPI, N=349.

Większość badanych, niezależnie od wielkości firmy zadeklarowała, że podmiot który reprezentują nie zakłada wdrożenia nowych produktów lub usług w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Najrzadziej takie plany deklarowali przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw – aż 70,5% z nich nie planowało w ciągu najbliższych 12 miesięcy wprowadzania nowych produktów. W przypadku małych oraz średnich/dużych firm odsetki te były niższe i wyniosły odpowiednio 61,4% i 60%, jednakże nadal firmy nieplanujące poszerzenia swojej oferty stanowią większość.

Analizując poszczególne podregiony województwa wielkopolskiego, największy odsetek respondentów potwierdzających, że firma w ciągu 12 miesięcy planuje wdrożenie nowego produktu lub usługi dotyczył subregionu konińskiego (47,9%). Wartość ok. 40% odnotowano również dla podregionów kaliskiego i Poznania. Największy odsetek przedsiębiorców deklarujących, że nie planuje się wdrożenia w firmie nowego produktu lub usługi dotyczył podregionów pilskiego i poznańskiego (aż 87,1% w pilskim oraz 88,2% w poznańskim). Wśród przedsiębiorstw, które zadeklarowały chęć wdrożenia w ciągu 12 miesięcy nowego produktu lub usługi 15% wskazało, że obecnie firma potrzebowałaby wsparcia w postaci dofinansowania ze środków publicznych. Przedsiębiorstwa, które w większości uzyskane środki przeznaczyłyby na modernizację zakładu (36,1%), zakup nowych maszyn i urządzeń, rozbudowa linii produkcyjnej (31,7%), sfinansowanie ogólnego rozwoju firmy (25%) oraz wdrożenie nowych technologii/innowacji (19,4%).

Aspiracje rozwojowe przedsiębiorstw to również ich plany dotyczące pracowników w tym m.in. chęć zatrudnienia dodatkowych osób. Plany wielkopolskich pracodawców w tym zakresie zostały opisane w dalszej części raportu.

DZIAŁALNOŚĆ FIRM Z BRANŻY W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY A INNE BRANŻE W REGIONIE

Wielkopolska to region mocno uprzemysłowiony, który koncentruje się na różnych gałęziach przemysłu. Udział regionu w produkcji krajowej w ramach różnych branż był w 2016 roku na wysokim poziomie:

- produkcja mebli (32% krajowej produkcji w 2016r.)
- produkcja napojów (28%),
- produkcja wyrobów tekstylnych (22%),
- produkcja urządzeń elektrycznych (21%),
- produkcja maszyn i urządzeń (12%),
- produkcja papieru i wyrobów z papieru (17%),
- produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczep (16%),
- produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny (15%),

- produkcja artykułów spożywczych (15%),
- produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych (12%),
- poligrafia i reprodukcja zapisanych nośników informacji (15%),
- produkcja maszyn i urządzeń (12%),
- produkcja wyrobów z metali (10%),
- produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych (9%).⁸

Poniższe tabele przedstawiają dane GUS na temat udziału podmiotów z poszczególnych branż przemysłu (sekcji PKD) w województwie i jego subregionach.

Tabela 8. Udział poszczególnych branż w strukturze przemysłu województwa wielkopolskiego – według liczby firm (2017 rok).

produkcja artykułów spożywczych	9,4%	produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych	4,4%
produkcja napojów	0,5%	produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych	4,1%
produkcja wyrobów tytoniowych	0,0%	produkcja metali	0,6%
produkcja wyrobów tekstylnych	2,7%	produkcja metalowych wyrobów gotowych	17,7%
produkcja odzieży	7,8%	produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych	1,4%
produkcja skór i wyrobów ze skór wyprawionych	0,8%	produkcja urządzeń elektrycznych	1,1%
produkcja wyrobów z drewna oraz korka	9,3%	produkcja maszyn i urządzeń, gdzie indziej niesklasyfikowana	2,6%
produkcja papieru i wyrobów z papieru	1,9%	produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczep, z wyłączeniem motocykli	0,8%
poligrafia i reprodukcja zapisanych nośników informacji	4,4%	produkcja pozostałego sprzętu transportowego	0,5%
wytwarzanie i przetwarzanie koksu i produktów rafinacji ropy naftowej	0,1%	produkcja mebli	10,8%
produkcja chemikaliów i wyrobów chemicznych	1,4%	pozostała produkcja wyrobów	5,5%
produkcja podstawowych substancji farmaceutycznych oraz leków i pozostałych wyrobów farmaceutycznych	0,1%	naprawa, konserwacja i instalowanie maszyn i urządzeń	12,1%

Źródło: GUS.

Tabela 9. Udział poszczególnych branż w strukturze przemysłu w podregionach województwa wielkopolskiego – według liczby firm (2017 rok).

branża	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	piłski	poznański
produkcja artykułów spożywczych	11,0%	9,1%	13,4%	6,7%	9,7%	7,7%
produkcja napojów	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,7%	0,4%
produkcja wyrobów tytoniowych	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
produkcja wyrobów tekstylnych	2,5%	3,9%	2,4%	2,5%	2,3%	2,6%
produkcja odzieży	6,0%	8,7%	7,4%	9,9%	5,7%	8,0%
produkcja skór i wyrobów ze skór wyprawionych	0,8%	1,3%	0,4%	1,0%	0,6%	0,5%
produkcja wyrobów z drewna oraz korka	11,5%	10,5%	12,3%	3,8%	14,3%	7,6%
produkcja papieru i wyrobów z papieru	1,7%	1,7%	2,1%	2,5%	1,5%	1,8%
poligrafia i reprodukcja zapisanych nośników informacji	2,6%	2,4%	2,3%	9,3%	3,1%	4,7%
wytwarzanie i przetwarzanie koksu i produktów rafinacji ropy naftowej	0,0%	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	0,1%

⁸ Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017.

produkcja chemikaliów i wyrobów chemicznych	1,0%	1,5%	0,8%	2,2%	1,0%	1,7%
produkcja podstawowych substancji farmaceutycznych oraz leków i pozostałych wyrobów farmaceutycznych	0,1%	0,1%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych	3,5%	4,2%	3,5%	5,2%	3,4%	5,4%
produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych	4,0%	6,1%	3,9%	3,1%	5,1%	3,6%
produkcja metali	0,3%	0,6%	0,7%	0,9%	0,5%	0,6%
produkcja metalowych wyrobów gotowych	19,0%	17,6%	20,0%	13,1%	19,3%	18,5%
produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych	0,9%	1,1%	0,8%	3,0%	1,2%	1,4%
produkcja urządzeń elektrycznych	0,6%	1,0%	0,5%	1,7%	1,9%	1,4%
produkcja maszyn i urządzeń, gdzie indziej niesklasyfikowana	2,5%	2,0%	2,6%	3,5%	1,8%	2,7%
produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczep, z wyłączeniem motocykli	0,9%	0,6%	0,8%	0,9%	0,5%	1,0%
produkcja pozostałego sprzętu transportowego	0,5%	0,3%	1,1%	0,5%	0,2%	0,2%
produkcja mebli	14,0%	10,8%	9,0%	6,6%	9,2%	13,5%
pozostała produkcja wyrobów	5,3%	4,7%	4,4%	8,8%	5,2%	4,1%
naprawa, konserwacja i instalowanie maszyn i urządzeń	10,9%	11,5%	10,9%	13,6%	12,8%	12,5%

Źródło: GUS.

Największy odsetek podmiotów przemysłowych specjalizuje się w produkcji metalowych wyrobów gotowych (17,7%). Na drugim miejscu znajdują się podmioty sklasyfikowane jako zajmujące się naprawą, konserwacją i instalowaniem maszyn i urządzeń (12,1%), a na trzecim zakłady produkujące meble (10,8%). Branża spożywcza tj. podmioty zajmujące się produkcją artykułów spożywczych oraz napojów, stanowiły 9,9% i zajmowały czwarte miejsce pod względem odsetka podmiotów w przemyśle przetwórczym.

Zatrudnienie w regionie koncentruje się głównie w sektorach: przetwórstwo przemysłowe, handel i usługi związane z naprawami pojazdów samochodowych, transport i gospodarka magazynowa oraz budownictwo. Wielkopolska charakteryzuje się znacznym udziałem w produkcji krajowej wielu rodzajów przemysłu, m.in. 28% produkcji napojów, 23% produkcji wyrobów tekstylnych, 22% produkcji urządzeń elektrycznych. Województwo wielkopolskie określane jest również jako liczący się producent mebli, odzieży, a także artykułów spożywczych.⁹

Przetwórstwo spożywcze to branża silnie powiązana z innymi gałęziami gospodarki. Nie stanowi odrębnego samowystarczającego organizmu, ale jest niejako systemem naczyń połączonych, a przedsiębiorstwa z branży spożywczej współpracują z firmami z pozostałych branż. Kooperacja dotyczy takich sektorów jak:

- a. IT – zarządzanie produkcją, e-certyfikaty, przetwarzanie danych;
- b. transport i logistyka – warunki transportu, usługi logistyczne, terminy dostaw, outsourcing usług transportowych;
- c. produkcja maszyn – wyspecjalizowane maszyny przetwórcze, automatyzacja produkcji, zachowanie wartości odżywczych w procesach produkcyjnych;
- d. produkcja mebli, drewna i papieru – opakowanie, wzornictwo, food design;
- e. zdrowie - produkty profilaktyki żywnościowej, żywność medyczna¹⁰

Oprócz wymienionych powyżej obszarów, branża spożywcza w dużym stopniu jest związana z sektorem rolniczym.

Liczba pracujących osób w rolnictwie, czyli podmiotach dostarczających surowce dla branży spożywczej (np. produkty rolne, zwierzęce, ryby) ogółem w Polsce systematycznie rosła na przestrzeni lat 2012-2016 i wynosiła od 2 380 827 w 2012 roku do 2 390 935 w 2016 roku. Pod względem liczby pracujących w rolnictwie Wielkopolska zajmowała piąte miejsce w kraju (liczba pracujących w rolnictwie w 2016 roku była o 1 793 większa niż w 2012 roku). Liczba gospodarstw rolnych ogółem w Polsce zmniejszyła się w latach 2012-2016. W 2012 roku było ich ponad 1,5 mln, natomiast w 2016 roku odnotowano liczbę niemal o 100 tys. mniejszą. W województwo wielkopolskim również wystąpiła taka tendencja – liczba gospodarstw rolnych spadła w okresie od 2012 do 2016

⁹ Barometr Zawodów 2018, s. 9.

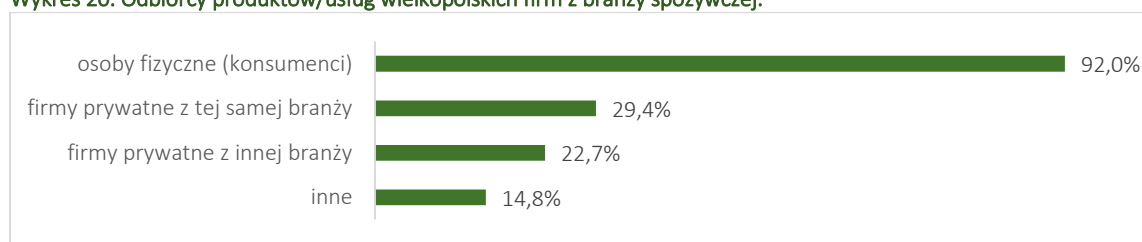
¹⁰ Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski 2015-2020.

roku o 4 535 podmiotów. Pomimo tego według danych Głównego Urzędu Statystycznego użytki rolne w ogólnej powierzchni województwa wielkopolskiego stanowiły aż 92,1%, co lokuje region na szóstym miejscu w kraju. Średni udział użytków rolnych w Polsce w 2017 roku wynosił 89,1%. Wielkopolska zajmowała w 2016 roku pierwsze miejsce pod względem udziału w ogólnopolskiej produkcji zboża (15,1%), buraków cukrowych (20,3%) oraz żywca rzeźnego (20,8%)¹¹. W województwie wielkopolskim odnotowano również największą w skali kraju sprzedaż drobiu (31 412 244 szt.) oraz bydła. Jeśli chodzi o podmioty zajmujące się rybactwem i łowiectwem, to ze względu na ich małą liczbę ich wpływ na branżę spożywczą można określić jako znikomy. Leśnictwo w Wielkopolsce należy do jednych z najprężniejszych w kraju, a region zajmuje trzecie miejsce w pozyskiwaniu drewna wszystkich rodzajów.

Z branżą spożywczą związane są również takie branże jak handel, informacja i komunikacja, działalność finansowa i ubezpieczeniowa, działalność profesjonalna, naukowa i techniczna oraz edukacja. Wprowadzenie na rynek produktu to wieloetapowy proces, który nie przebiega tylko w jednym zakładzie produkcyjnym. Znaczenie mają także przedsiębiorstwa, które dostarczają surowiec lub półprodukty, a także te zapewniające opakowania oraz transport. W przypadku produkcji artykułów spożywczych i napojów istotne są również jednostki prowadzące prace nad składem produktów, jakością lub właściwościami zdrowotnymi. Eksperti z branży spożywczej w procesie opracowywania danego produktu dostrzegają również ważną rolę ekonomistów i specjalistów ds. marketingu, którzy wspierają działalność całego zakładu przetwórczego. Istotna dla branży spożywczej jest także kooperacja z firmami dostarczającymi maszyny i urządzenia, które z jednej strony dostarczają im maszyny pozwalające na produkcję, ale również takie, których zadaniem jest utrzymanie linii produkcyjnej.

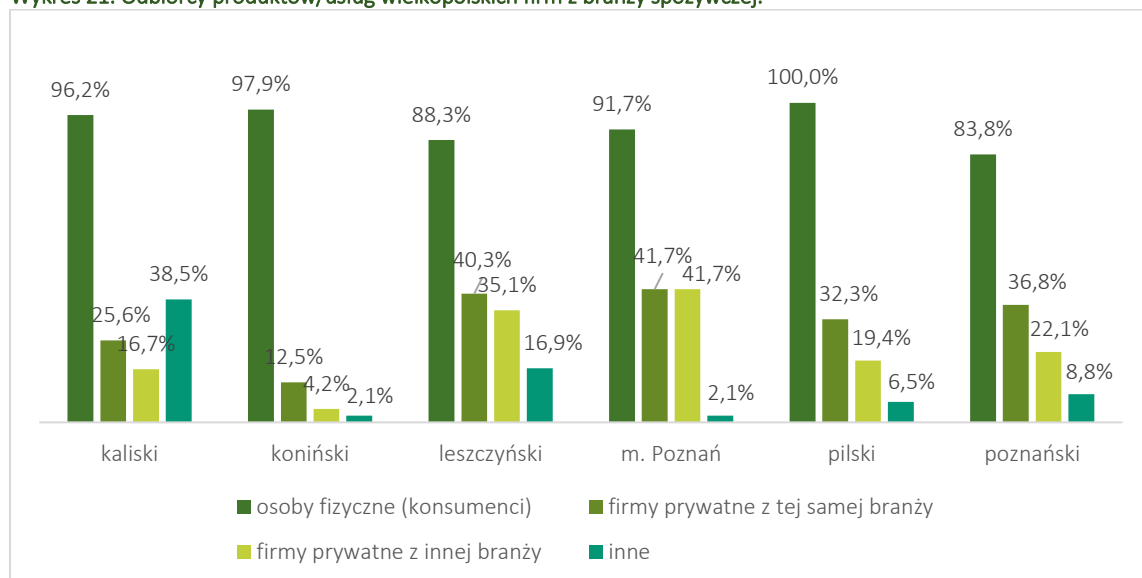
KLIENCI I ODBIORCY WIELKOPOLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW

Wykres 20. Odbiorcy produktów/usług wielkopolskich firm z branży spożywczej.



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 21. Odbiorcy produktów/usług wielkopolskich firm z branży spożywczej.



Źródło: CAPI, N=349.

Klientami wielkopolskich przedsiębiorstw przetwórstwa spożywczego były przede wszystkim osoby fizyczne (konsumenci) – 92% odpowiedzi. Tej grupy odbiorców nie wskazało tylko 28 przedsiębiorstw biorących udział w badaniu. Na drugim miejscu znajdowały się firmy prywatne specjalizujące się również w branży spożywczej –

¹¹ Bank Danych Lokalnych.

odsetek firm, których klientem były przedsiębiorstwa z branży wyniósł 29,4%. W przypadku łącznie 22,7% zakładów przetwórczych klientami były również firmy prywatne z innych branż. Na wszystkie rodzaje odbiorców wskazało łącznie 39 przedsiębiorstw. Inni odbiorcy usług/produktów wielkopolskich firm to głównie hurtownie, sklepy spożywcze, sieci marketów oraz branża gastronomiczna.

Tabela 10. Odpowiedzi na pytanie: Na jakim terenie działa Pana/Pani przedsiębiorstwo?

	ogółem	Od 0 do 9	Od 10 do 49	Powyżej 50 pracowników
Lokalnym (w skali gminy/miasta/powiatu)	57,5%	72,1%	28,6%	11,4%
Regionalnym (w skali województwa)	27,1%	23,8%	41,4%	22,9%
Ponadregionalnym (w skali kilku województw)	2,9%	0,8%	7,1%	8,6%
Ogólnopolskim	10,4%	2,5%	20,0%	45,7%
Międzynarodowym	2,3%	0,8%	2,9%	11,4%

Źródło: CAPI, N=349.

Tabela 11. Odpowiedzi na pytanie: Na jakim terenie działa Pana/Pani przedsiębiorstwo?

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	pilski	poznański
Lokalnym (w skali gminy/miasta/powiatu)	71,8%	77,1%	46,8%	68,1%	29,0%	44,1%
Regionalnym (w skali województwa)	19,2%	12,5%	41,6%	8,5%	54,8%	30,9%
Ponadregionalnym (w skali kilku województw)	0,0%	2,1%	3,9%	4,3%	0,0%	5,9%
Ogólnopolskim	5,1%	8,3%	3,9%	14,9%	16,1%	19,1%
Międzynarodowym	3,8%	0,0%	3,9%	4,3%	0,0%	0,0%

Źródło: CAPI, N=349.

Ponad połowa wielkopolskich przedsiębiorców prowadzi swoją działalność na terenie lokalnym tj. w skali gminy, miasta lub powiatu. W przypadku mikroprzedsiębiorstw odsetek ten wzrasta do 72,1%. Znaczny odsetek firm zatrudniających od 0 do 9 pracowników prowadzi również swoje działania na terenie całego województwa (23,8%). W przypadku małych firm (zatrudniających od 10 do 49 pracowników) dominowały odpowiedzi, że przedsiębiorstwo prowadzi działalność na terenie województwa – 41,4%, natomiast 28,6% firm działa na skalę lokalną, a 20% na skalę ogólnopolską. Wśród firm średnich/dużych 45,7% respondentów udzieliło odpowiedzi, że prowadzi działania na skalę ogólnopolską. We wszystkich podregionach z wyjątkiem pilskiego dominowały odpowiedzi, że firmy działają w skali lokalnej. W subregionie pilskim najwięcej przedsiębiorców wskazało, że prowadzi działalność na skalę wojewódzką (54,8%). Działalność o charakterze ogólnopolskim prowadzi 1/5 firm z branży z podregionu poznańskiego, natomiast w Poznaniu i podregionie pilskim odsetek ten wyniósł odpowiednio 14,9% i 16,1%.

ANALIZA OTOCZENIA KONKURENCYJNEGO WG MODELU 5 SIŁ PORTERA

Analiza otoczenia konkurencyjnego wg modelu 5 sił Portera została zastosowana w badaniu jako syntetyczna metoda analityczna, dzięki której możliwe było uporządkowanie materiału zebranego w toku innych metod gromadzenia danych. Analiza zgodnie z metodyką zawiera podział na 5 elementów poddanych analizie. Zaprezentowane wnioski pochodzą z poddanego triangulacji materiału badawczego, które są znamienne dla całego sektora.

Dostawcy

W województwie wielkopolskim nie wskazano na problemy z dostępem do dostawców surowców i produktów niezbędnych do wytwarzania artykułów spożywczych i napojów. Z uwagi na rolniczy charakter znacznych obszarów regionu, przedsiębiorcy nie odnotowali trudności z dostępem do dostawców oferujących surowce na dużą skalę. Brakuje jednak mniejszych dostawców oferujących ekologiczne produkty. Pozytywnie na współpracę z dostawcami wpływa nowoczesna infrastruktura logistyczno-transportowa. Mając na uwadze powyższe należy podkreślić, że ze względu na duże zróżnicowanie branży oraz miejsce podmiotów w łańcuchu dostaw i wartości trudno jednoznacznie zagregować i ujednoczyć sytuację firm względem dostawców. To co rysuje się dla całokształtu branży to fakt, że dobrze rozwinięty rynek produkcji rolnej w regionie gwarantuje stabilność dostaw produktów a dobrze rozwinięte usługi logistyczne pozwalają zoptymalizować dostawy i otrzymywać niezbędne do produkcji komponenty z dalszych regionów.

Nabywcy

Nabywcami produktów wytwarzanych przez mikro i małych przedsiębiorców są głównie klienci indywidualni. Duże zakłady produkcyjne sprzedają swoje produkty głównie sieciom marketów i dyskontów. Dla dużych producentów, którzy dostarczają produkty do sieci handlowych, portfolio klientów jest mniejsze niż w przypadku mniejszych producentów. Struktura klientów w branży też jest zróżnicowana pod kątem typu odbiorców. W branży dominuje sprzedaż typu B2B co jest uwarunkowane poniekąd łańcuchem dostaw w poszczególnych kategoriach produktowych ale producenci też posiadają w swoim portfolio produkty dedykowane dla konsumentów końcowych.

Substytuty

W związku z rozwojem eksportu oraz importu rośnie ryzyko pojawienia się substytutów produktów spożywczych. Dotyczy to m.in. produktów sezonowych, które obecnie mogą być dostępne przez cały rok. Producenci poprzez swoją aktywność biznesową analizują otoczenie rynkowe i starają się optymalizować produkcję w zakresie jakości i kosztów. Substytuty możliwe do wykorzystania w produkcji często są poddawane pracom B+R. Przedstawiciele branży podkreślali też, że branżą kieruje dyktat ceny, Producenci szczególnie masowi reprezentujący zakłady zatrudniające powyżej 50 osób organizują cały proces w taki sposób aby móc zaoferować produkty konkurencyjne i tanie ponieważ takich oczekuje konsument.

Potencjalni wchodzący

To przede wszystkim zagraniczne koncerny, które zgodnie z polityką ogólnokrajową są zachęcane do inwestowania w Polsce. Oferuje im się preferencyjne warunki prowadzenia działalności, dzięki czemu mieszkańcy gmin, na których powstają zakłady produkcyjne mogą znaleźć zatrudnienie. Kolejną grupą wchodzącą jaka może pojawić się na wielkopolskim rynku spożywczym są mikroprzedsiębiorstwa oferujące tzw. zdrową żywność, która staje się coraz popularniejsza w Polsce lub żywność dedykowana dla osób stosującej specjalną dietę np. wykluczającą takie składniki jak gluten czy laktoza w przyjmowanych pokarmach. Kolejną grupą potencjalnych wchodzących na rynek spożywczy są przedsiębiorstwa oferujące towary, których do tej pory nie było jeszcze na rynku. Biorąc pod uwagę ogół sektora spożywczego należy podkreślić, że rozpoczęcie działalności produkcyjnej wymaga niezbędnych nakładów inwestycyjnych oraz posiadania know-how. Z perspektywy większe ryzyko istnieje z perspektywy wejścia dużych inwestorów zagranicznych niż powstania małych zakładów regionalnych, wyjątkiem będą segmenty niszowe.

Rywalizacja między konkurentami

Konkurencja jest dość duża, ponieważ liczba zakładów produkcyjnych stale się zwiększa, co oznacza, że mamy do czynienia z dojrzałą i rozwiniętą branżą. Wiąże się z tym rywalizacja o utrzymanie obecnych klientów i pozyskanie nowych a także rywalizacja o wykwalifikowanych pracowników. Rywalizacja pomiędzy mikro i małymi firmami, dotyczy głównie tych, które starają się wejść na rynek z nowymi niszowymi produktami, skierowanymi do wąskiej grupy odbiorców. Branża spożywcza jest zróżnicowana i mimo, iż podmioty często nie rywalizują bezpośrednio między sobą to muszą rywalizować o wykwalifikowanych pracowników, co jest podyktowane niewystarczającymi zasobami kadrowymi.

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA I B+R

Zgodnie z diagnozą zawartą w Regionalnej Strategii Innowacji dla Wielkopolski 2015-2020, przedsiębiorstwa, mimo stosunkowo dobrego poziomu rozwoju i wysokiej aktywności eksportowej, wykazują niski poziom innowacyjności, mają także trudności z oceną własnej pozycji konkurencyjnej¹². Władze samorządowe zobowiązane są do podejmowania działań inicjujących procesy innowacyjne w przedsiębiorstwach, począwszy od doradztwa i informacji, poprzez audyty (niezależna ocena danej organizacji lub systemu) strategiczne, innowacyjne i technologiczne, po działania wspierające procesy innowacyjne na każdym etapie, jednakże w praktyce inicjatywy te nie zawsze są widoczne dla przedsiębiorców.

Wprowadzanie innowacji w przedsiębiorstwach niesie za sobą wiele korzyści. W wyniku wdrażania prac badawczo-rozwojowych zakłady przetwórstwa przemysłowego mogą zoptymalizować proces produkcji, czyli daną pracę wykonać szybciej, efektywniej oraz taniej. Ponadto w wyniku wdrażanych inicjatyw firmy mogą zaproponować swoim konsumentom nowe produkty lub usługi. Uczestnicy badania jakościowego zgodnie potwierdzili, że w regionalnej gospodarce innowacje są bardzo potrzebne i mają duże znaczenie dla jej kondycji i perspektywy rozwoju.

W praktyce funkcjonowania przedsiębiorstw innowacje mogą przyczyniać się do obniżenia kosztów produkcji, a przez to zwiększenia konkurencyjności. Jeżeli innowacje będą się przekładały na jakość produktów to firma w

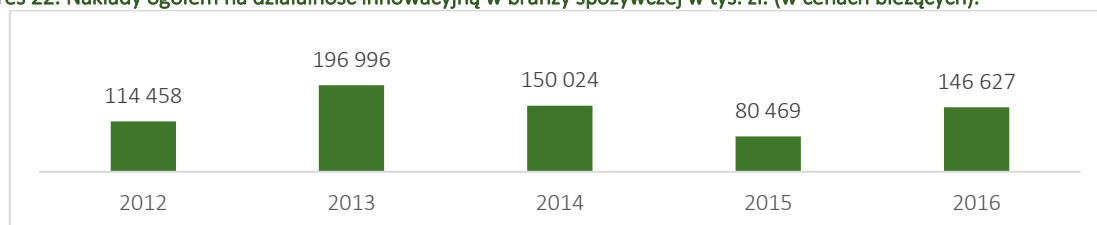
¹² Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski 2015-2020.

efekcie również będzie bardziej konkurencyjna. Uczestnicy wywiadów zwracali uwagę, że wdrażanie innowacyjnych rozwiązań może stanowić dla przedsiębiorców szansę w kontekście istniejących deficytów kadrowych – automatyzacja produkcji mogłaby w jakiś sposób wpłynąć na zniwelowanie problemu braku dostępu do wykwalifikowanych pracowników. Dotyczy to oczywiście obszarów, w których praca człowieka może zostać zastąpiona przez maszynę.

Kwestia opracowywania i wdrażania innowacji będzie oczywiście w różny sposób przebiegała w zależności od wielkości firm. W większych koncernach bardzo często funkcjonują oddzielne komórki odpowiedzialne za prace B+R i innowacyjność, w których pracownicy zajmują się tym obszarem w pełnym wymiarze swojej pracy. Dzięki temu przedsiębiorstwa posiadają większą wiedzę o dostępnych udogodnieniach, a także o możliwych do pozyskania środkach zewnętrznych na wdrażanie prac badawczych. Z kolei mikro i małe przedsiębiorstwa potrzebują większego wsparcia w tym zakresie.

Wiele przedsiębiorstw ma takie komórki jak działy badań i rozwoju ale to są najczęściej duże koncerny i duże korporacje. Takie działy posiada Indykpol, Animex, Sokołów, Tarczyński, Kania, Duda, ale to są duzi przedsiębiorcy i oni dostają często zadania do wykonania, które zleca im dyskont albo sieć supermarketów, przywozi im pomysły, albo trzeba z takim pomysłem wystartować, wypracować pewną koncepcję i przedstawić ją dyskontowi albo sieci supermarketów, którzy albo to kupią albo nie - Ekspert, instytucja naukowa

Wykres 22. Nakłady ogółem na działalność innowacyjną w branży spożywczej w tys. zł. (w cenach bieżących).



Źródło: GUS.

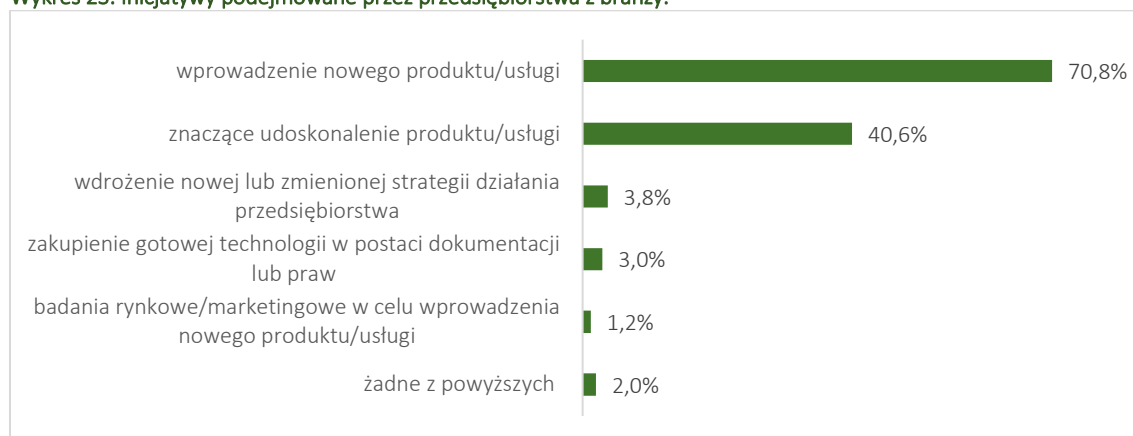
Tabela 12. Nakłady na działalność innowacyjną w branży spożywczej według rodzaju działalności w tys. zł (w cenach bieżących).

rodzaj działalności	2012	2013	2014	2015	2016
ogółem	114458	196996	150024	80469	146627
na działalność badawczą i rozwojową	2139	4097	4206	5555	10269
na zakup oprogramowania	1164	#	#	1958	1259
inwestycyjne na maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia oraz środki transportu	86995	#	99246	55331	77713
na szkolenie personelu związane z działalnością innowacyjną	#	#	#	#	81
na marketing dotyczący nowych lub istotnie ulepszonych produktów	7123	5530	6883	1306	4253

Źródło: GUS; # oznacza, że dane nie mogą być opublikowane ze względu na konieczność zachowania tajemnicy statystycznej w rozumieniu ustawy o statystyce publicznej.

Według danych GUS nakłady na działalność innowacyjną w branży spożywczej (dział 10 i 11 sekcji C PKD) ulegały znacznym wahaniom na przestrzeni lat 2012-2016. W 2013 roku wartość nakładów wzrosła o 42% względem roku poprzedniego, jednakże w 2014 roku odnotowano spadek nakładów o 24%. W 2015 nakłady na działalność innowacyjną ponownie spadły (o 46%) i wynosiły 80 469 tys. zł. Zgodnie z danymi z 2016 roku nakłady wzrosły o 82% (146 627 tys. zł). Biorąc pod uwagę rodzaj działalności innowacyjnej, największe nakłady w branży spożywczej przeznaczano na maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia oraz środki transportu – udział nakładów na ten rodzaj działalności w ogólnej wartości nakładów stanowił od 53 do 76%.

Wykres 23. Inicjatywy podejmowane przez przedsiębiorstwa z branży.



Źródło: CAPI, N=349.

Tabela 13. Inicjatywy podejmowane przez przedsiębiorstwa z branży.

	Od 0 do 9	Od 10 do 49	50 pracowników i więcej
wprowadzenie nowego produktu/usługi	73,0%	62,9%	65,7%
znaczące udoskonalenie produktu/usługi	37,3%	52,9%	48,6%
wprowadzenie nowego produktu/usługi LUB	95,1%	94,3%	91,4%
znaczące udoskonalenie produktu/usługi			
wdrożenie nowej lub zmienionej strategii działania przedsiębiorstwa	2,5%	7,1%	11,4%
zakupienie gotowej technologii w postaci dokumentacji lub praw	2,0%	7,1%	2,9%
badania rynkowe/marketingowe w celu wprowadzenia nowego produktu/usługi	0,4%	4,3%	2,9%

Źródło: CAPI, N=349.

Tabela 14. Inicjatywy podejmowane przez przedsiębiorstwa z branży.

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	piłski	poznański
wprowadzenie nowego produktu/usługi	98,7%	68,8%	67,5%	83,4%	54,8%	39,7%
znaczące udoskonalenie produktu/usługi	26,9%	50,0%	48,1%	14,6%	51,6%	58,8%
wprowadzenie nowego produktu/usługi LUB	100%	95,8%	92,2%	87,2%	100%	100%
znaczące udoskonalenie produktu/usługi						
wdrożenie nowej lub zmienionej strategii działania przedsiębiorstwa	0,0%	6,3%	10,4%	8,3%	0,0%	0,0%
zakupienie gotowej technologii w postaci dokumentacji lub praw	0,0%	2,1%	3,9%	6,3%	0,0%	5,9%
badania rynkowe/marketingowe w celu wprowadzenia nowego produktu/usługi	0,0%	4,2%	1,3%	2,1%	0,0%	1,5%

Źródło: CAPI, N=349.

Zdecydowana większość respondentów badania ilościowego (94,6%) zadeklarowała, że firma w swojej działalności podejmowała się wdrożenia nowego produktu/usługi lub znaczącego udoskonalenia produktu/usługi. Warto przy tym zauważyć, że przedsiębiorstwa częściej decydują się na wdrożenie nowego produktu lub nowej usługi (taką aktywność deklaruje 70,2% firm) niż udoskonalanie już posiadanych w swojej ofercie (działania te podejmowało 41,5% firm). Zdecydowanie rzadziej respondenci wskazywali na podejmowanie takich działań jak: wdrożenie nowych lub zmienionych strategii działania (zdecydowana większość firm potwierdzających realizację tego przedsięwzięcia (14) to podmioty działające na rynku powyżej 10 lat), zakupienie gotowej technologii w postaci dokumentacji lub praw, (głównie mikro i małe przedsiębiorstwa),

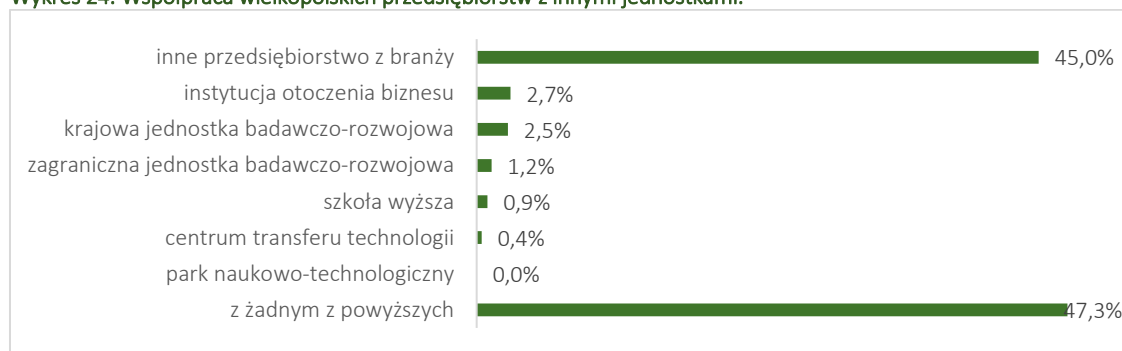
przeprowadzenie badań rynkowych lub marketingowych. Żadnej z ww. inicjatyw nie podjęło około 2% respondentów. Należy podkreślić, że część badanych, którzy potwierdzili fakt np. wdrożenia nowego produktu lub usługi nie postrzegają tego jako działań innowacyjnych. Z badań jakościowych wynika, że innowacyjność jest różnie rozumiana zarówno wśród przedsiębiorstw, jak i w środowisku naukowym.

Badanie ilościowe wykazało, że nieznacznie częściej aktywność innowacyjną opartą na opracowywaniu nowych lub udoskonalaniu posiadanych w ofercie produktów i usług częściej podejmują przedsiębiorstwa mniejsze. Spośród firm zatrudniających poniżej 10 pracowników, aż 95,1% podmiotów objętych badaniem potwierdziło fakt podejmowania aktywności w tym zakresie. Wśród małych i średnich/dużych firm odsetek ten był nieco niższy i wyniósł odpowiednio 94,3 i 91,4%. Warto zauważyć, że podstawą działań proinnowacyjnych mikro przedsiębiorstw jest wprowadzanie nowych produktów i usług (takie działania deklaruje 73% badanych z tej grupy, podczas gdy przedsiębiorstwach małych jest to 62,9% a w średnich/dużych 65,7%). W pozostałych kategoriach częściej aktywnością proinnowacyjną wykazują się przedsiębiorstwa większe. Mikro przedsiębiorstwa z branży spożywczej zdecydowanie rzadziej niż pozostałe podejmują się znaczącego udoskonalania produktów lub usług (taką inicjatywę podjęło 37,3% firm). Firmy, które zatrudniają mniej niż 10 pracowników rzadziej także podejmują się takich inicjatyw jak wdrożenie nowej lub zmienionej strategii działania przedsiębiorstwa (2,5% mikro przedsiębiorstw, podczas gdy w przypadku małych firm jest to 7,1%, a średnich/dużych 11,4%).

Warto również zwrócić uwagę na różnice w aktywności proinnowacyjnej przedsiębiorstw prowadzących działalność na terenie poszczególnych podregionów. W przypadku firm z siedzibą w podregionie kaliskim, pilskim i poznańskim wszystkie badane podmioty zadeklarowały, że podejmowały się inicjatyw polegających na wprowadzeniu nowego lub znaczącym udoskonaleniu produktów lub usług. Najmniejszą aktywnością w tym zakresie charakteryzują się firmy zlokalizowane na terenie miasta Poznania (87,2%).

Analizując liczbę podejmowanych inicjatyw okazuje się, że 17,2% firm z regionu podjęło się realizacji dwóch inicjatyw tj. wprowadzenia i znaczące udoskonalenie produktu/usługi, a 2,6% podjęło się trzech inicjatyw – oprócz wprowadzenia i unowocześnienia produktu/usługi, wdrożyło również nową lub zmienioną strategię działania przedsiębiorstwa. Podjęcie się realizacji czterech inicjatyw zadeklarowały 3 przedsiębiorstwa, co stanowiło 0,9% badanej próby, natomiast podjęcie się wszystkich wymienionych inicjatyw potwierdziło wyłącznie jedno przedsiębiorstwo.

Wykres 24. Współpraca wielkopolskich przedsiębiorstw z innymi jednostkami.



Źródło: CAPI, N=342.

Tabela 15. Współpraca wielkopolskich przedsiębiorstw z innymi jednostkami.

	Od 0 do 9	Od 10 do 49	Powyżej 50 pracowników
inne przedsiębiorstwo z branży	45,9%	41,4%	42,9%
instytucja otoczenia biznesu	2,5%	2,9%	5,7%
krajowa jednostka badawczo-rozwojowa	2,0%	4,3%	2,9%
zagraniczna jednostka badawczo-rozwojowa	0,4%	1,4%	11,4%
szkoła wyższa	0,8%	1,4%	0,0%
centrum transferu technologii	0,0%	1,4%	2,9%
z żadnym z powyższych	48,4%	47,1%	34,3%

Źródło: CAPI, N=342.

Tabela 16. Współpraca wielkopolskich przedsiębiorstw z innymi jednostkami.

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	piłski	poznański
inne przedsiębiorstwo z branży	76,9%	64,6%	26,0%	10,4%	45,2%	38,2%
instytucja otoczenia biznesu	1,3%	2,1%	3,9%	2,1%	0,0%	5,9%
krajowa jednostka badawczo-rozwojowa	0,0%	0,0%	7,8%	4,2%	0,0%	1,5%
zagraniczna jednostka badawczo-rozwojowa	3,8%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	1,5%
szkoła wyższa	2,6%	0,0%	0,0%	2,1%	0,0%	0,0%
centrum transferu technologii	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%
z żadnym z powyższych	15,4%	33,3%	57,1%	81,3%	54,8%	52,9%

Źródło: CAPI, N=342.

Prawie połowa przedsiębiorstw (47,3%) wdrażających innowacyjne rozwiązania nie współpracowała w tym zakresie z żadnym innym podmiotem. Jeżeli podjęli się kooperacji z inną jednostką to najczęściej były to inne przedsiębiorstwa z branży (45%). Na współpracę z instytucją otoczenia biznesu wskazało łącznie 10 respondentów (2,7%), natomiast na współpracę z krajową jednostką badawczo-rozwojową 9 respondentów (2,5%). Z usług zagranicznych jednostek B+R skorzystało 1,2% badanych. Niewielka liczba przedsiębiorstw zdecydowała się na współpracę ze szkołami wyższymi – zaledwie 0,9%.

Przedsiębiorstwa niezależnie od liczby zatrudnianych pracowników podejmują się współpracy z innymi przedsiębiorstwami z branży z podobną częstością, choć nieznacznie częściej do takich kooperatyw dochodzi w przypadku firm zatrudniających mniej niż 10 pracowników. Istotną statystycznie różnicę można zauważyć w przypadku współpracy zagranicznej z jednostkami badawczo-rozwojowymi, która zdecydowanie jest domeną firm średnich/dużych – aktywność w tym zakresie deklaruje 11,4% respondentów z tej grupy, podczas gdy w mikro i małych firmach jest to odpowiednio 0,4% i 1,4%.

Najczęściej współpracę z innymi przedsiębiorstwami z branży podejmują firmy prowadzące działalność na terenie podregionu kaliskiego (76,9%) oraz konińskiego (64,6%). Warto zauważyć, że przedsiębiorstwa z podregionu poznańskiego częściej niż pozostałe podejmują się współpracy z instytucjami otoczenia biznesu (5,9%). Przedsiębiorstwa prowadzące działalność na terenie miasta Poznania zdecydowanie rzadziej podejmują się współpracy z innymi jednostkami. Aż 81,3% badanych z tej grupy zadeklarowało, że nie podejmuje się takiej aktywności. Mało aktywne w tym zakresie są także podmioty gospodarcze z podregionów: leszczyńskiego (brak współpracy deklaruje 57,1%), piłskiego (brak współpracy deklaruje 54,8%) oraz poznańskiego (brak współpracy deklaruje 52,9%). Jeżeli przedsiębiorcy deklarowali podejmowanie współpracy z którąś ze wskazanych jednostek najczęściej była to jedna instytucja. Podjęcie kooperacji z dwoma podmiotami zadeklarowało łącznie 5 przedsiębiorców (1,5%).

Wskazując na trudności we współpracy pomiędzy pracownikami naukowymi uczelni i przedsiębiorcami należy podkreślić, brak zrozumienia wzajemnych potrzeb i oczekiwań. Przedstawiciele uczelni uczestniczący w badaniu jakościowym uważali, że firmy nie zawsze posiadają pomysł na innowacyjny produkt lub usługę, jednakże chcą skorzystać z dofinansowania np. Urzędu Marszałkowskiego lub Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na opracowanie lub wdrożenie prac B+R, i w tym celu zwracają się do jednostki naukowej o wsparcie. Zdaniem ekspertów przedsiębiorcy niejednokrotnie oczekują gotowego produktu, który będą mogli wdrożyć w firmie, jednak nie są w stanie określić, jakiego rodzaju innowacji potrzebuje ich firma. Kolejnym problemem była kwestia ceny za usługi świadczone przez uczelnie. wysokie koszty z nimi związane często sprawiają, że firmy małe i mikro nie mogły sobie na nie pozwolić. Naukowcy wyceniają dość wysoko koszty swojej pracy, z czym nie do końca zgadzali się mikro i mali przedsiębiorcy. Ich zdaniem otrzymane wyniki badań lub opracowane innowacje nie zawsze nadawały się do praktycznego wykorzystania w przedsiębiorstwach, a firmy ponosiły duże koszty zakupu prac badawczych.

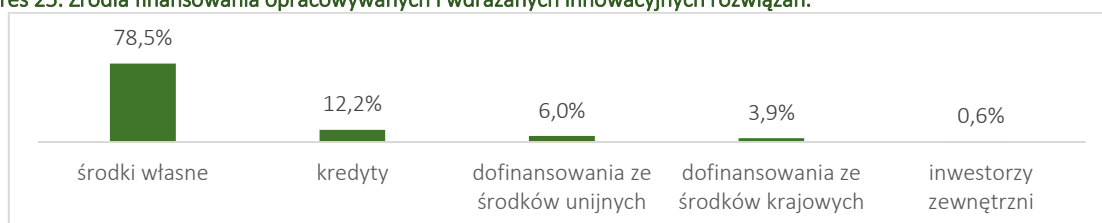
Zainteresowanie innowacyjnością jest, ale na zasadzie takiej, że przedsiębiorca oczekuje, że uczelnia udostępni mu wyniki badań za darmo, albo za niewielką opłatą. Wydaje mi się, że oczekiwania przedsiębiorców są takie, że chcieliby ponosić koszty związane z zakupem licencji, ale nie na takim poziomie jak to uczelnia wycenia - Ekspert, instytucja naukowa

Przedsiębiorcy bardzo często skupiają większość swojej uwagi na bieżącym funkcjonowaniu na rynku, dlatego kwestia wdrażania innowacyjnych rozwiązań niejednokrotnie zostaje odłożona w czasie. Ponadto mikro i małe przedsiębiorstwa nie posiadają pracowników, którzy zajmować się pracami naukowo-badawczymi.

Przedstawiciele przedsiębiorstw zwracają również uwagę, że zależy im na otrzymaniu dobrej jakości prac badawczych, które będą aktualne nawet przez okres kilkuletni.

Oczekiwanie to wydaje się trudne do spełnienia przez przedstawicieli środowiska badawczego i naukowego. W warunkach dynamicznie zmieniającej się gospodarki niemożliwym wydaje się zaprojektowanie działań przynoszących wymierne korzyści w ciągu kilku lat. Konieczne jest stałe monitorowanie zachodzących zmian i elastyczne dopasowywanie podejmowanych działań do aktualnych warunków. Współpraca sektora przedsiębiorstw z sektorem nauki wymaga większego rozpoznania swoich potrzeb i celów, a także wzajemnej otwartości. Przedsiębiorstwa z województwa wielkopolskiego potrzebują również wzmocnienia kompetencji kadry zarządczej w obszarze zarządzania strategicznego i strategicznego zarządzania innowacją.

Wykres 25. Źródła finansowania opracowywanych i wdrażanych innowacyjnych rozwiązań.



Źródło: CAPI, N=342.

Tabela 17. Źródła finansowania opracowywanych i wdrażanych innowacyjnych rozwiązań.

	Od 0 do 9	Od 10 do 49	Powyżej 50 pracowników
środki własne	77,9%	78,6%	85,7%
kredyty	8,6%	21,4%	31,4%
dofinansowania ze środków unijnych	4,1%	5,7%	31,4%
dofinansowania ze środków krajowych	2,0%	5,7%	22,9%
inwestorzy zewnętrzni	0,8%	0,0%	0,0%

Źródło: CAPI, N=342.

Tabela 18. Źródła finansowania opracowywanych i wdrażanych innowacyjnych rozwiązań.

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	piłski	poznański
środki własne	100,0%	95,8%	72,7%	89,7%	41,9%	58,8%
kredyty	16,7%	6,3%	15,6%	27,1%	3,2%	7,4%
dofinansowania ze środków unijnych	9,0%	2,1%	10,4%	4,2%	6,5%	7,4%
dofinansowania ze środków krajowych	5,1%	2,1%	7,8%	2,1%	6,5%	4,4%
inwestorzy zewnętrzni	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	1,5%

Źródło: CAPI, N=342.

Przedsiębiorcy z branży spożywczej w zdecydowanej większości (78,5%) finansują działalność innowacyjną i B+R ze środków własnych, niewielki odsetek respondentów wskazał, że skorzystali z dofinansowania ze środków unijnych lub krajowych – odpowiednio 6% i 3,9%. Około 13,5% badanych środki na realizację innowacyjnych rozwiązań pozyskało w ramach kredytu. Uwzględniając w analizie wielkość przedsiębiorstwa zauważono, że w każdej grupie firm dominowało wykorzystywanie środków własnych na sfinansowanie wdrażanych innowacji. W przypadku mikroprzedsiębiorstw odsetek ten wyniósł 77,9%, dla małych firm 78,6%, a dla średnich/dużych aż 85,7%. Ponad ¼ małych przedsiębiorców skorzystała również z kredytu. W przypadku firm zatrudniających od 50 pracowników odsetek zarówno korzystających z kredytu, jak i z dofinansowania ze środków unijnych wyniósł 31,4%.

Z analizy subregionalnej wynika, że środki własne wykorzystywane były we wszystkich przedsiębiorstwach w branży spożywczej. Najwyższy odsetek korzystających z kredytów na sfinansowanie innowacji występował w Poznaniu 27,1% oraz podregionie kaliskim 16,7%. Z dofinansowania ze środków unijnych korzystał co dziesiąty badany w podregionie leszczyńskim.

Mali przedsiębiorcy, zatrudniający od 10 do 49 pracowników, zwracali uwagę, że wdrażanie innowacji wiąże się z organizacją kolejnych miejsc pracy dla osób, zajmujących się wyłącznie tym obszarem. Dla tej grupy firm jest to stosunkowo wysoki dodatkowy koszt, na który nie mogą sobie pozwolić biorąc pod uwagę aktualną kondycję finansową przedsiębiorstwa. Możliwością zwiększenia stopnia innowacyjności są dofinansowania ze środków unijnych, które jednak wymagają od przedsiębiorcy zainwestowania również własnego wkładu finansowego. Doświadczenia przedsiębiorców z pozyskiwaniem środków unijnych są jednak bardzo zróżnicowane. Jeden z uczestników wywiadów zwrócił uwagę, że w związku z wejściem Polski do Unii Europejskiej pojawił się w polskich przedsiębiorstwach trend inwestowania w nowe maszyny i urządzenia, aby dostosować system

produkcji do wymogów unijnych. Wielu przedsiębiorców przeszacowało jednak swoje możliwości finansowe, miało trudności ze spłatą zadłużenia i pomimo posiadanie nowoczesnych technologii nie byli w stanie prowadzić działalności. Przedsiębiorcy, którzy nie wdrożyli żadnej inicjatywy świadczącej o wzmacnianiu swojej innowacyjności argumentowali, że nie dostrzegają potrzeby zmiany swojej oferty i są zadowoleni z aktualnych wyników finansowych firmy.

INICJATYWY KLASTROWE

Klaster Spożywczy Leszczyńskie Smaki

Klaster, którego koordynatorem jest Leszczyńskie Centrum Biznesu (powstałe na mocy uchwały Rady Miejskiej Miasta Leszna), funkcjonuje w branży spożywczej od 2010 roku. Swoją działalność prowadzi głównie na terenie województwa wielkopolskiego, jednakże podejmuje również współpracę z podmiotami zagranicznymi z Austrii i Niemiec. Z danych opublikowanych na oficjalnej stronie internetowej organizacji wynika, że klaster zrzesza polskie firmy specjalizujące się w produkcji nabiału, mięsa i wędlin, dań gotowych, przetwórstwem warzyw i owoców oraz słodyczami.

Klaster zrzesza firmy działające na wielkopolskim rynku od wielu lat. Większość z nich została założona w latach dziewięćdziesiątych, natomiast wytwórnia lodów funkcjonuje już od 1947 roku a Włoszczowska grupa Producentów Warzyw rozpoczęła działalność w latach siedemdziesiątych. O członkostwo w klastrze mogą jednak ubiegać się także inne przedsiębiorstwa z branży, które chciałyby w ten sposób uczestniczyć we wspólnych procesach gospodarczych. Organizacja podejmuje także współpracę z jednostkami naukowymi, w szczególności z Uniwersytetem Przyrodniczym w Poznaniu, Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu, Państwową Wyższą Szkołą Zawodową w Lesznie, Zespołem Szkół Rolniczo-Budowlanych w Lesznie, a także z uczelnią spoza województwa wielkopolskiego tj. Uniwersytetem Przyrodniczym we Wrocławiu. Działalność klastra wspierana jest przez władze samorządowe miasta Leszno, Regionalną Izbę Przemysłowo-Handlową w Lesznie, Ośrodek Wspierania Przedsiębiorczości w Kościanie oraz Laboratorium Diagnostyki Weterynaryjnej Ewy Szeider. Działalność klastra koncentruje się na budowaniu wzajemnych sieci powiązań, transferze technologii i wiedzy, a także wymianie doświadczeń pomiędzy firmami z branży. Dla przedsiębiorstw uczestniczących w inicjatywie ważne są również korzyści promocyjne i marketingowe, ponieważ klaster Leszczyńskie Smaki aktywnie uczestniczy w wielu wydarzeniach branżowych, w czasie których prezentowane są zarówno produkty pochodzące z regionu, jak i lokalni przedsiębiorcy.

Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski

Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski funkcjonuje od 2009 w formie stowarzyszenia. Regionalna Izba Gospodarcza w Kaliszu od początku działania klastra pełni funkcję jej koordynatora. Klaster charakteryzuje międzynarodowy zasięg działań (oprócz działalności regionalnej podejmowana jest współpraca z partnerami z Francji, Hiszpanii, Niemiec i Portugalii). Klaster podejmuje również współpracę z Klastrem Leszczyńskie Smaki.

Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski tworzą firmy działające w szeroko pojmowanej branży spożywczej, a w szczególności specjalizujące się w produkcji żywności, dystrybucji żywności oraz produkcji urządzeń do produkcji i przetwórstwa żywności. W klastrze zrzeszonych jest obecnie ok. 100 firm, w tym m.in. lokalne przedsiębiorstwa produkujące żywność.

Organizacja zrzesza również zakłady produkujące maszyny spożywcze AZET Products, czy Fabryka Maszyn Spożywczych Spomasz z Pleszewa. Klaster podejmuje współpracę z wieloma instytucjami naukowymi w tym z Uniwersytetem Przyrodniczym w Poznaniu, Politechniką Poznańską, Uniwersytetem Wrocławskim, Uniwersytetem Rolniczym w Krakowie oraz Zakładem Doskonalenia Zawodowego. Zakres działalności klastra obejmuje m.in. uczestnictwo w ogólnopolskich oraz zagranicznych targach branży spożywczej, w czasie których prezentowane są produkty wielkopolskich firm. Organizacja podejmuje się również prowadzenia prac badawczych przy współpracy z różnymi jednostkami B+R z całej Polski. Klaster wykonując swoje zadania w dużej mierze korzysta ze wsparcia w postaci dofinansowania ze środków unijnych.

Żywność Dla Zdrowia Food4good

Działalność klastra skupia się na promowaniu wśród producentów żywności badań nad produktami w celu ulepszenia procesu produkcji. Impulsem do stworzenia porozumienia były zmieniające się trendy żywnościowe, rosnące zainteresowanie zdrową i ekologiczną żywnością. Organizacja działa w formie partnerstwa a jej koordynatorem jest Centrum Wspierania Innowacji Novotec z Warszawy.

Uczestnictwo w klastrze wiąże się z możliwością korzystania z zaplecza badawczego oraz narzędzi informatycznych, dokonania transferów wiedzy poprzez praktyczne aspekty wykorzystania prowadzonych badań

oraz zdobywania wiedzy na temat żywności prozdrowotnej. Dodatkowo uczestnicy porozumienia mogą korzystać ze wsparcia i doradztwa w zakresie marketingu i biznesu.

Organizacja współpracuje z Uniwersytetem Przyrodniczym w Poznaniu, Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu, Szkołą Główną Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie oraz Uniwersytetem Medycznym im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu. Działalność klastra wspierają takie jednostki samorządowe jak powiat kaliski oraz gmina Blizanów, a także Izba Przemysłowo-Handlowa Południowej Wielkopolski. Partnerami klastra są zarówno zagraniczne, jak i polskie organizacje: Food Cluster Initiative, Food-Processing Initiative, AgroTransylvania Cluster, Romalimenta, Fundacja Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości, Fundacja Przyjazne Prawo oraz Glokor Research & Development Center.

Specyfika działalności klastra Food4Good polega na prowadzeniu prac badawczych nad żywnością funkcjonalną, czyli taką, która posiada nie tylko walory odżywcze, ale również zdrowotne lub profilaktyczne. Zadaniem tego rodzaju żywności jest dostarczanie składników energetycznych oraz przeciwdziałanie chorobom i schorzeniom.

Respondenci badania ilościowego zostali poproszeni o wskazanie czy podejmują jakiegokolwiek formy współpracy z innymi podmiotami w branży.

Wykres 26. Udział badanych firm potwierdzających przynależność do klastra.



Źródło: CAPI, N=349.

Z przeprowadzonego badania wynika, że przedsiębiorcy w większości, a w przypadku średnich i dużych firm (zatrudniających od 50 pracowników) w 100%, nie angażują się we współpracy w formie klastrów. Jedynie 3,3% przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw zadeklarowało, że są zrzeszeni w jednym z klastrów działających na terenie województwa wielkopolskiego. W przypadku małych firm odsetek ten był jeszcze mniejszy i wyniósł 1,4%. Ogólna analiza zgromadzonych danych dostarczyła informacji, że zaledwie 2,6% przedsiębiorstw z branży spożywczej w Wielkopolsce podejmowało współpracę w formie klastra. Analiza wyników z uwzględnieniem poszczególnych podregionów wykazała, że zrzeszenie w klastrze zadeklarowały firmy wyłącznie z subregionu leszczyńskiego (6 firm, 7,8%), Poznania (2 firmy, 4,2%) oraz kaliskiego (1 firma, 1,2%).

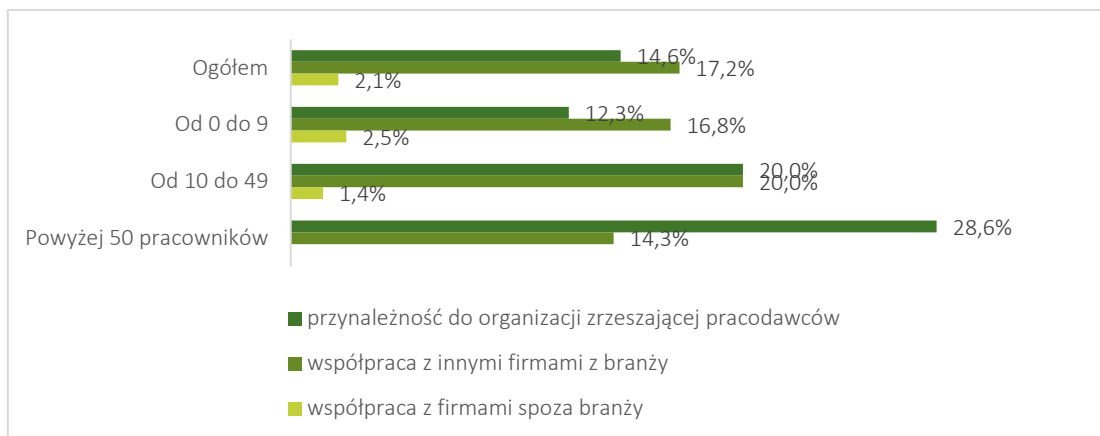
Przedsiębiorcy, którzy byli w jakiś sposób związani z klastrami ocenili wpływ klastrów na rozwój i konsolidację branży jako znikomy. Zdaniem jednego z uczestników badania poszczególne firmy zrzeszone w klastrze reprezentują wyłącznie własne interesy i nie rozumieją idei tego typu organizacji, której zadaniem jest integracja firm i otoczenia dla dobra całej gałęzi przemysłu przetwórczego. Ponadto przedsiębiorcy często nie chcą dzielić się posiadaną wiedzą lub know-how w obawie przed konkurencją.

Są klastry, ale ja oceniam ich pracę na ocenę mierną. Nie wiem dlaczego tak jest. Miałem doświadczenia z kilkoma klastrami, jeden z nich funkcjonuje w okolicach Leszna i tamci przedsiębiorcy oczekiwali konkretnego wsparcia na zasadzie, że wspieramy sprzedaż, bo to ma przynieść efekt. Natomiast te spotkania klastrowe nie przynosiły żądanych efektów - Ekspert, instytucja naukowa

W ramach zrealizowanego badania respondenci zostali także poproszeni o wskazanie na ile firmy, które reprezentują są zaangażowane w inne rodzaje współpracy. Większość badanych firm nie potwierdziła podejmowania działań w żadnej z poniżej wymienionych form.

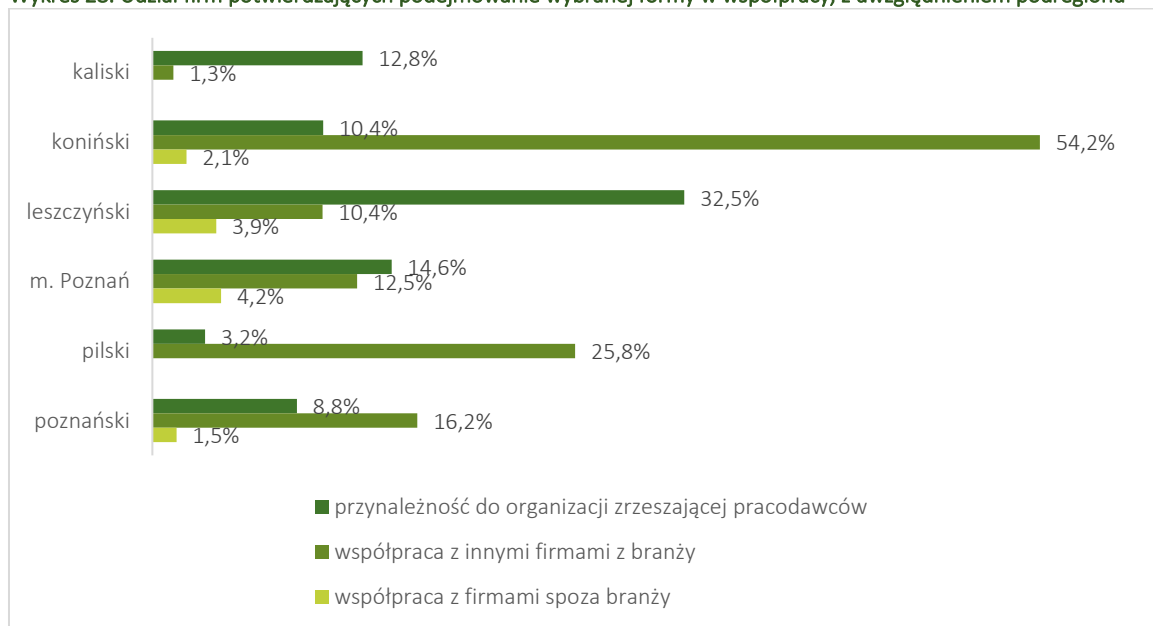
Najczęściej podejmowaną formą współpracy przez podmioty z branży spożywczej była współpraca z innymi firmami z branży, potwierdziło ją łącznie nieco ponad 17%. W dalszej kolejności wskazywano na przynależność do organizacji zrzeszającej pracodawców. Zaledwie 2,1% potwierdziło podejmowanie współpracy z firmami z innych branż.

Wykres 27. Udział firm potwierdzających podejmowanie wybranej formy w współpracy, z uwzględnieniem wielkości firmy



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 28. Udział firm potwierdzających podejmowanie wybranej formy w współpracy, z uwzględnieniem podregionu

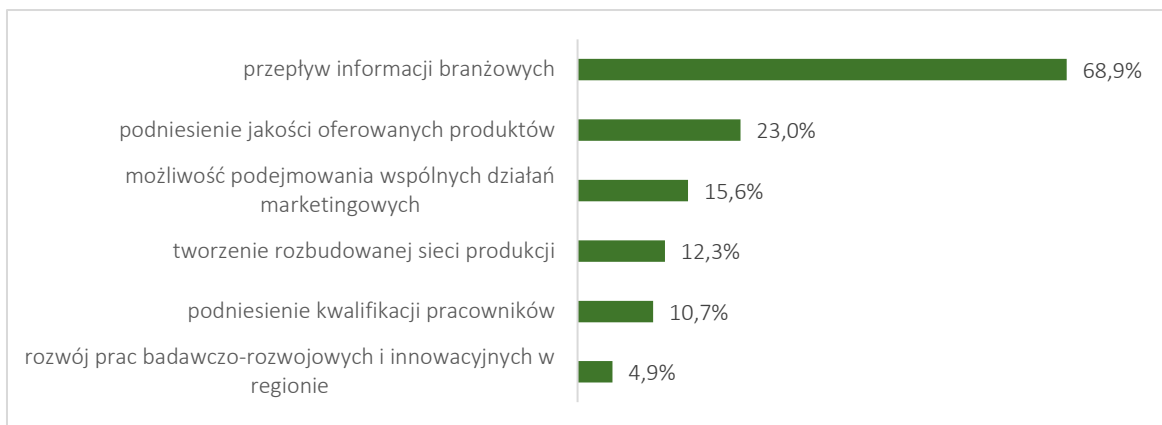


Źródło: CAPI, N=349.

W grupie mikroprzedsiębiorstw (zatrudniających od 0 do 9 pracowników) 16,8% firm podejmowało współpracę z innymi firmami z branży. W przypadku małych firm udział ten był nieco większy i wyniósł 20% respondentów, taki sam odsetek potwierdził przynależność do organizacji zrzeszającej pracodawców. Firmy średnie i duże charakteryzował stosunkowo niższy odsetek podmiotów współpracujących z innymi firmami z branży oraz zdecydowanie wyższy udział przedsiębiorstw potwierdzających przynależność do organizacji zrzeszającej pracodawców. Najmniejszy odsetek firm deklarował współpracę z firmami spoza branży spożywczej – wśród mikroprzedsiębiorstw odsetek wyniósł 2,5%, wśród małych firm 1,4%, żaden respondent reprezentujący średnie/duże przedsiębiorstwo nie deklarował współpracy z firmami spoza branży.

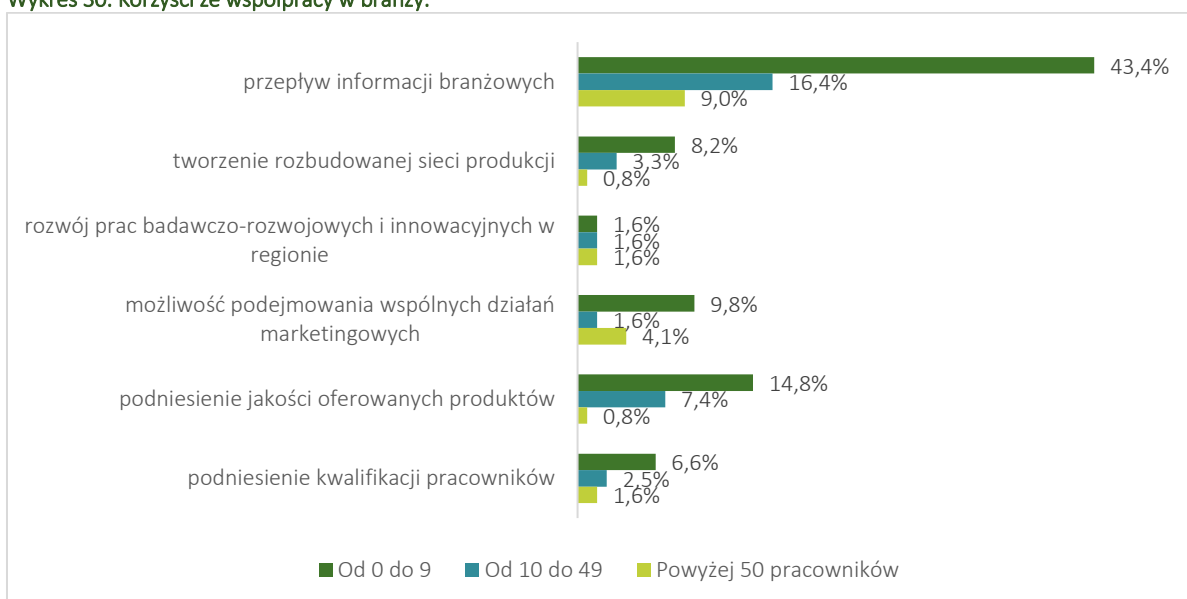
Z analizy uwzględniającej poszczególne podregiony wynika, że współpraca z innymi firmami z branży była najczęściej podejmowana w subregionie konińskim (54,2%). Współpraca z firmami spoza branży była na stosunkowo niskim poziomie w każdym subregionie – odsetek odpowiedzi nie przekraczał 5%. Przynależność wielkopolskich przedsiębiorców z branży spożywczej do organizacji zrzeszających pracodawców, najczęściej potwierdzały firmy z podregionu leszczyńskiego (32,5%).

Wykres 29. Korzyści ze współpracy w branży.



Źródło: CAPI, N=122.

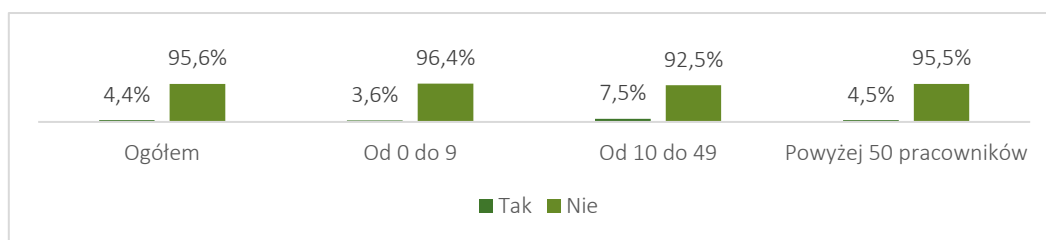
Wykres 30. Korzyści ze współpracy w branży.



Źródło: CAPI, N=122.

Przedsiębiorcy, którzy zadeklarowali podejmowanie współpracy w branży spożywczej zostali poproszeni o wskazanie korzyści i zagrożeń z niej wynikających. Odsetek ankietowanych, którzy potwierdzili istnienie jakichkolwiek zagrożeń wyniósł zaledwie 0,3%, dlatego można uznać, że niemal wszyscy respondenci dostrzegają przede wszystkim pozytywne strony tej współpracy. Najczęściej wskazywaną korzyścią był przepływ informacji branżowych – 68,9%. Przedsiębiorcy wskazywali również na podniesienie jakości oferowanych produktów (23%) oraz na możliwość podejmowania wspólnych działań marketingowych (15,6%). Tylko nieliczni przedstawiciele wielkopolskich firm przetwórstwa spożywczego dostrzegli możliwość rozwoju prac badawczo-rozwojowych i innowacyjnych w regionie (4,9%). Przedsiębiorcy nie wskazali żadnych innych zalet wynikających ze współpracy. Dla mikroprzedsiębiorstw zatrudniających od 0 do 9 pracowników główną korzyścią podejmowanej współpracy w branży był przepływ informacji branżowych (43,4%). Drugą najczęściej pojawiającą się odpowiedzią było podniesienie jakości oferowanych produktów (14,8%). Równocześnie w grupie małych oraz średnich/dużych firm również najczęściej wskazywano przepływ informacji branżowych jako główną zaletę podejmowanej współpracy (odpowiednio 16,4% oraz 9%). Na więcej niż jedną korzyść wskazało łącznie 15 respondentów (12,3%), w tym 13 przedsiębiorców (10,7%) wskazało dwie korzyści, a 2 trzy korzyści (2,5%).

Wykres 31. Czy przedsiębiorstwo planuje podjęcie współpracy w przyszłości?



Źródło: CAPI, N=227.

Dość niepokojącym jest fakt, że przedsiębiorcy, którzy do tej pory nie podejmowali żadnej współpracy w ramach branży, nie zamierzają jej podejmować również w przyszłości. W przypadku mikroprzedsiębiorców odsetek takich odpowiedzi wyniósł 96,4%, zaś w grupie średnich i dużych firm 95,5%. Najwyższy odsetek firm które zadeklarowały chęć współpracy w ramach branży dotyczy małych przedsiębiorstw jednakże i tak pozostaje on na niskim poziomie i wynosi jedynie 7,5%. Wyniki te mogą stanowić zaskoczenie, ponieważ przedsiębiorcy wskazywali w badaniu, że przyszłością branży jest większa konsolidacja i wzajemna współpraca w branży. Zwracali również uwagę, że w szczególności małe podmioty wymagają wsparcia ze strony samorządu, natomiast zrzeszenie w organizacji lub jakiegokolwiek innej formie mogłoby przyczynić się do możliwości wywierania większego wpływu na władze, a głos najmniejszych podmiotów mógłby stać się bardziej słyszalny. Firmy deklarujące chęć podejmowania współpracy to głównie przedsiębiorstwa działające na rynku lokalnym oraz funkcjonujące od 1 roku do 5 lat lub powyżej 10 lat. Podmioty te oceniały dobrze lub raczej dobrze swoją kondycję ekonomiczną. Pomimo tego, że przedsiębiorcy biorący udział w badaniu wskazywali, że współpraca w ramach branży jest istotna i potrzebna niezwykle rzadko podejmowali się jej w ramach klastra, który powinien stanowić jedną z ważniejszych instytucji konsolidujących sektor spożywczy w regionie. Trudno jednoznacznie wskazać na przyczynę tak niskiego odsetka firm deklarujących przynależność do klastra, także z uwagi na to, że przedsiębiorcy nie wskazywali na zagrożenia wynikające ze współpracy w ramach branży.

POLITYKA REGIONALNA

Okres ożywienia inwestycji przedsiębiorstw przemysłu spożywczego przypada na okres po akcesji Polski do Unii Europejskiej. Przed polskimi przedsiębiorcami otworzyły się nowe rynki zbytu oraz dostęp do zagranicznych konsumentów. W okresie po 2004 roku nastąpił wzrost eksportu polskich produktów spożywczych, a także nastąpiła koncentracja produkcji (zmniejszenie liczby zakładów i zatrudnionych tam osób, przy wzroście produkcji) oraz wydajność liczona zarówno w odniesieniu do zatrudnionych, jak i przedsiębiorstw.

W okresie przedakcesyjnym pomoc dla branży spożywczej pochodziła z Programu Przedakcesyjnego SAPARD 1 – działanie Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych i rybnych. Wsparcie miało służyć przede wszystkim dostosowaniu sektora spożywczego w Polsce do wymogów Unii Europejskiej. Na ten cel przeznaczono około 1,5 mld zł.¹³

Jednym z pierwszych programów, w którym zaplanowano wsparcie dla branży spożywczej był Sektorowy Program Operacyjny „Restrukturyzacja i Modernizacja Sektora Żywnościowego i Rozwój Obszarów Wiejskich 2004-2006” (SPO Rolnictwo), w tym w szczególności działanie 1.5. Poprawa przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych. Celem tego działania była poprawa warunków sanitarno-higienicznych i weterynaryjnych produkcji, rynkowe ukierunkowanie produkcji i wykorzystanie istniejących nisz rynkowych, tworzenie nowych i racjonalizacja istniejących kanałów zbytu, poprawa jakości produktów, wzrost wartości dodanej produkcji, zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko, ulepszenie struktury logistycznej oraz wprowadzanie nowych i modernizacja istniejących technologii. Na wsparcie przetwórstwa i marketingu artykułów rolnych¹⁴. Łączna kwota wsparcia dla przedsiębiorstw w całym kraju wyniosła 464,29 mln euro, z czego ze środków unijnych pochodziło 325 mln euro. Ze wsparcia z Sektorowego Programu Operacyjnego skorzystali m.in. przedsiębiorcy przemysłu mięsnego, mleczarskiego i owocowo-warzywnego. W ramach tego działania zrealizowano łącznie 1097 projektów, z których najwięcej zrealizowano w województwie wielkopolskim – aż 211¹⁵.

Kolejnym systemem wsparcia dla przedsiębiorców z sektora przetwórstwa spożywczego był Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 a także Regionalne Programy Operacyjne dla poszczególnych regionów w tym Wielkopolski. W ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020

¹³ P. Beda, W. Poczta, Rozwój i rola polskiego przemysłu spożywczego w warunkach akcesji do Unii Europejskiej.

¹⁴ P. Sobieszkańska, A. Sadowski, Finansowe wsparcie polskiego przemysłu spożywczego środkami Unii Europejskiej w latach 2004-2013 w ujęciu regionalnym.

¹⁵ Tamże.

przedsiębiorcy mogą skorzystać z dofinansowania w ramach 1 Osi Priorytetowej - Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka:

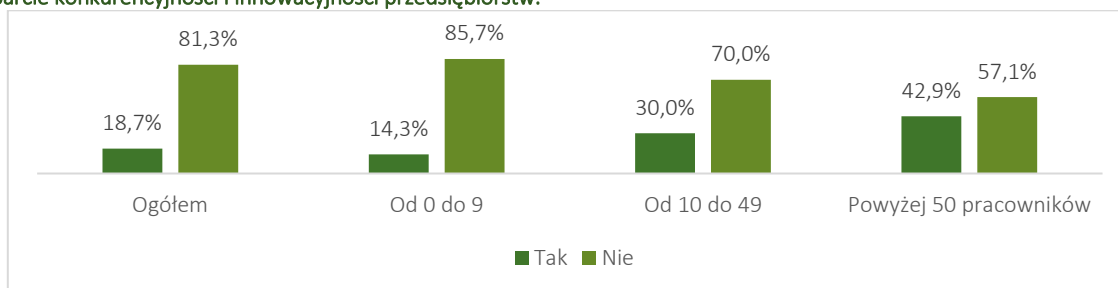
- Działanie 1.2 Wzmocnienie potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw Wielkopolski - typy projektów
 - o 1. Wsparcie infrastruktury B+R poprzez stworzenie lub rozwój istniejącego zaplecza badawczo-rozwojowego w postaci działów B+R w przedsiębiorstwach (w tym laboratoriów) oraz tworzenie centrów badawczo-rozwojowych.
 - o 2. Prowadzenie badań w przedsiębiorstwach, w tym badań przemysłowych i/lub eksperymentalnych prac rozwojowych po stworzenie linii demonstracyjnej.
 - o 3. Wsparcie przygotowania do wdrożenia własnych lub zakupionych wyników badań naukowych/technologii oraz praw do własności intelektualnej (w tym zakup wyników prac B+R).¹⁶

Polityka władz samorządowych województwa wielkopolskiego skoncentrowana jest obecnie na dostarczaniu przedsiębiorstwom skutecznej pomocy w tworzeniu i wprowadzaniu innowacji, usprawnianiu przepływu między badaniami wykonywanymi przez różne podmioty oraz na komercjalizacji ich wyników¹⁷. Rolą samorządu i podległych mu jednostek, w tym m.in. instytucji otoczenia biznesu, jest również budowanie świadomości, jak istotne są w dzisiejszej gospodarce innowacje oraz jakie znaczenie dla rozwoju regionu mają lokalne przedsiębiorstwa.

Właśnie władze województwa, Urząd Marszałkowski jeżeli chcą żeby Wielkopolska była znana z branży spożywczej i żeby ta branża się u nas głównie rozwijała to powinni stworzyć warunki, jakieś ulgi, projekty - Ekspert, instytucja naukowa

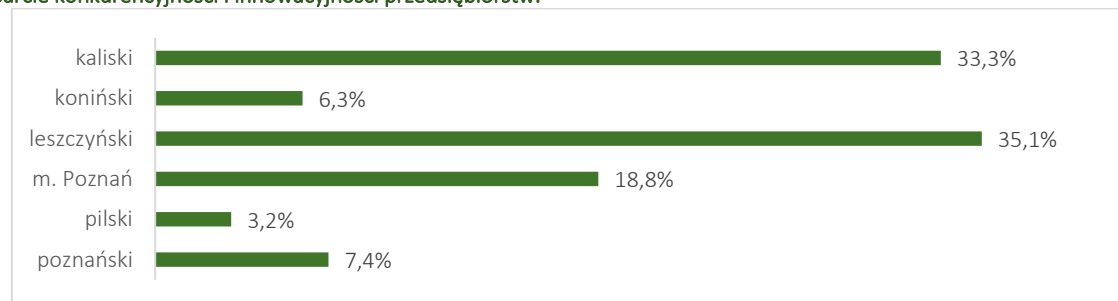
Poszczególne przedsiębiorstwa w Wielkopolsce znajdują się na różnym poziomie zaawansowania innowacyjnego, dlatego działania władz samorządowych powinny być dostosowane do indywidualnych potrzeb i poziomu rozwoju danej firmy. Zgodnie z założeniami Strategii, samorząd regionalny powinien pełnić rolę lidera w tworzeniu i realizacji polityki innowacyjnej, koordynować działania własne i zależnych od niego podmiotów sektora publicznego w zakresie podnoszenia innowacyjności¹⁸. W jaki sposób działania te wyglądają w praktyce, przedstawiają poniższe wykresy prezentujące odpowiedzi wielkopolskich przedsiębiorców.

Wykres 32. Odsetek przedsiębiorstw z branży spożywczej, które aplikowały o dofinansowanie ze środków publicznych na wsparcie konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw.



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 33. Odsetek przedsiębiorstw z branży spożywczej, które aplikowały o dofinansowanie ze środków publicznych na wsparcie konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw.



Źródło: CAPI, N=349.

Przedsiębiorcy z branży spożywczej w większości nie aplikowali o dofinansowanie ze środków publicznych (79,7%). Największy odsetek firm, które wnioskowały o środki publiczne na wsparcie konkurencyjności i

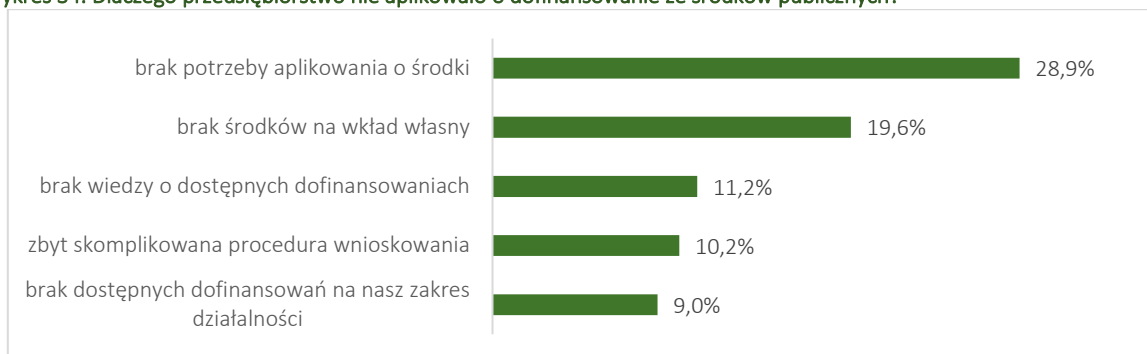
¹⁶ Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020.

¹⁷ Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski 2015-2020.

¹⁸ Tamże.

innowacyjności dotyczył średnich i dużych przedsiębiorstw (42,9%). W grupie małych przedsiębiorstw odsetek ten był na poziomie 30%. Najmniejsza liczba aplikujących o dofinansowanie ze środków publicznych dotyczyła mikroprzedsiębiorstw – zaledwie 14,3%. Oznacza to, że mniejsze podmioty rzadziej aplikowały o uzyskanie pomocy finansowej w zakresie wspierania innowacyjności i konkurencyjności niż większe. Może wynikać to z faktu posiadania przez większe podmioty szerszego zaplecza kadrowego odpowiedzialnego za procedurę aplikowania o dodatkowe środki na wsparcie innowacyjności i konkurencyjności firmy. Z analizy uwzględniającej podregiony wynika, że największy odsetek firm, które aplikowały o środki publiczne dotyczył podregionu leszczyńskiego, w którym 35,1% badanych zadeklarowało wnioskowanie o środki finansowe. Podobny odsetek przedsiębiorstw potwierdził wnioskowanie o środki publiczne w podregionie kaliskim (33,3%). W Poznaniu ok. 1/5 badanych potwierdziła aplikowanie o środki publiczne na wsparcie konkurencyjności i innowacyjności firmy, natomiast w pozostałych subregionach wartość tego wskaźnika nie przekroczyła 8%.

Wykres 34. Dlaczego przedsiębiorstwo nie aplikowało o dofinansowanie ze środków publicznych?



Źródło: CAPI, N=278.

Tabela 19. Dlaczego przedsiębiorstwo nie aplikowało o dofinansowanie ze środków publicznych?

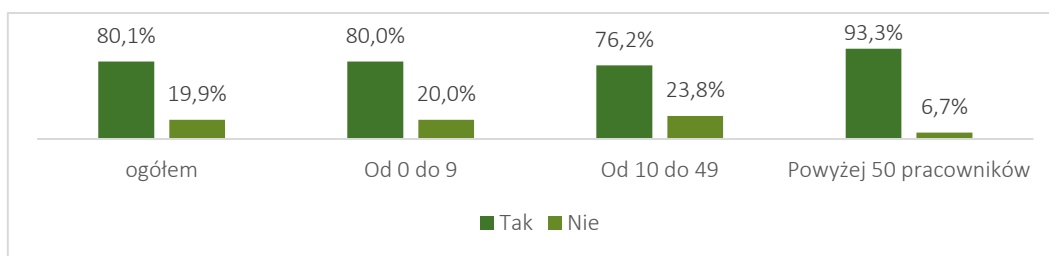
	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	pilski	poznański
brak wiedzy o dostępnych dofinansowaniach	2,6%	6,3%	13,0%	8,5%	6,5%	14,7%
brak potrzeby aplikowania o środki	5,1%	10,4%	14,3%	40,4%	45,2%	41,2%
brak dostępnych dofinansowań na nasz zakres działalności	0,0%	4,2%	6,5%	17,0%	9,7%	10,3%
zbyt skomplikowana procedura wnioskowania	0,0%	2,1%	16,9%	19,1%	0,0%	8,8%
brak środków na wkład własny	1,3%	64,6%	13,0%	2,1%	19,4%	7,4%

Źródło: CAPI, N=278.

Przedsiębiorcy, którzy nie wnioskowali o wsparcie ze środków publicznych najczęściej argumentowali to faktem braku takiej konieczności (28,9%). Takiej odpowiedzi udzielali najczęściej przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw z podregionu pilskiego, poznańskiego i Poznania. Bariere dla niemal 1/5 przedsiębiorców stanowiło nieposiadanie wystarczających środków finansowych wymaganych jako wkład własny. Argument ten najczęściej występował wśród mikroprzedsiębiorstw działających na skalę lokalną i regionalną w podregionie konińskim (64,6%). Wśród argumentów, które wskazywali respondenci pojawił się brak wiedzy o dostępnych dofinansowaniach, który dotyczył 11,2% przedsiębiorców. W tej grupie również dominowały mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające 0 do 9 pracowników, w szczególności z podregionu poznańskiego i leszczyńskiego. Spośród respondentów, którzy nie skorzystali ze środków publicznych, dla co dziesiątego problemem była zbyt skomplikowana procedura wnioskowania.

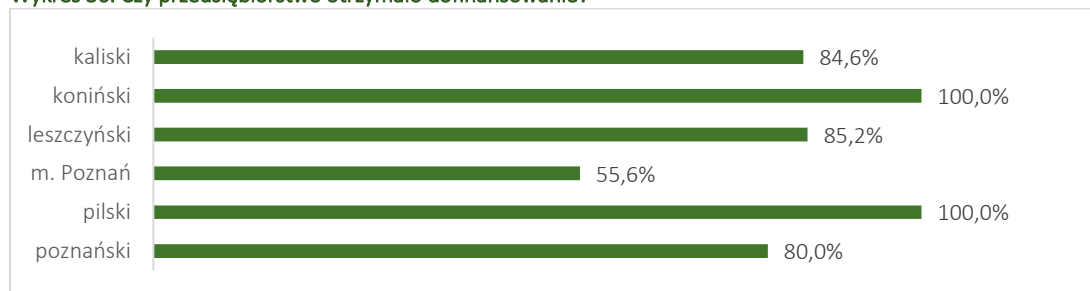
W ramach niniejszego badania, złożona procedura aplikowania była trudnością dla 10,2% respondentów, głównie dla firm z Poznania. Na brak dostępnych dofinansowań dla zakresu działalności przedsiębiorstwa zwracało uwagę 9,0%, były to przede wszystkim firmy funkcjonujące na terenie miasta Poznania.

Wykres 35. Czy przedsiębiorstwo otrzymało dofinansowanie?



Źródło: CAPI, N=71.

Wykres 36. Czy przedsiębiorstwo otrzymało dofinansowanie?



Źródło: CAPI, N=71.

Spośród 71 przedsiębiorstw, których przedstawiciele potwierdzili ubieganie się o środki publiczne przez ich firmę 80,1% z nich otrzymało dofinansowanie. Wsparcie otrzymało 80% mikroprzedsiębiorstw, 76,2% małych firm oraz 93,3% przedsiębiorstw zatrudniających ponad 50 pracowników. Z analizy uwzględniającej subregiony wynika, że największy odsetek firm, które otrzymały dofinansowanie występował w podregionach pilskim (100%) oraz konińskim (100%). Najniższą wartość tego wskaźnika odnotowano dla Poznania – 55,6%. Nieuzyskanie dofinansowania najczęściej wynikało z niespełnienia przed podmioty wymogów formalnych – miało to miejsce w 7 przedsiębiorstwach. Innym powodem była dobrowolna rezygnacja przedsiębiorcy z projektu (3 firm), a także uzyskanie zbyt małej liczby punktów (2) lub niedostosowanie wniosku projektu (2).

Tabela 20. Ocena wpływu dofinansowania na firmy z branży spożywczej.

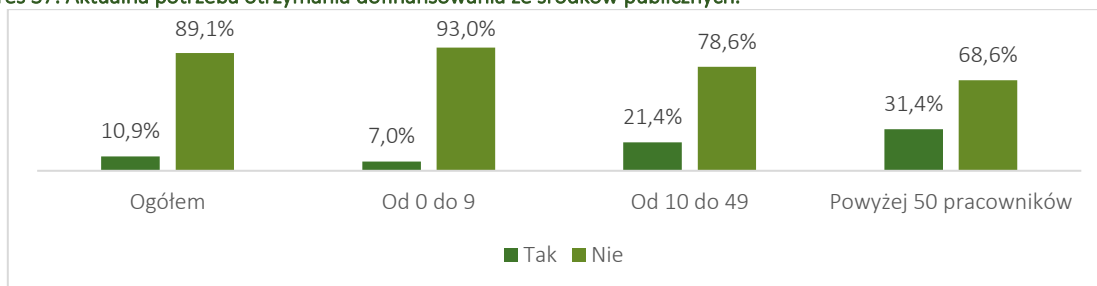
	w bardzo małym stopniu	w małym stopniu	w średnim stopniu	w dużym stopniu	w bardzo dużym stopniu
wzmocnienie konkurencyjności	0%	0%	12,1%	50,0%	37,9%
wzmocnienie innowacyjności	0%	0%	13,8%	41,4%	44,8%

Źródło: CAPI, N=58.

Analizując wpływ otrzymanego wsparcia w postaci dofinansowania ze środków publicznych na wzrost konkurencyjności firmy, większość respondentów oceniła że projekt w dużym stopniu przyczynił się do wzrostu konkurencyjności firmy (50%). Aż 37,9% przedsiębiorców wskazało, że wpływ był bardzo duży, natomiast 12,1% oceniło go jako średni. Żaden z przedsiębiorców nie zadeklarował, że realizacja projektu współfinansowanego ze środków publicznych miała mały lub bardzo mały wpływ na poziom konkurencyjności.

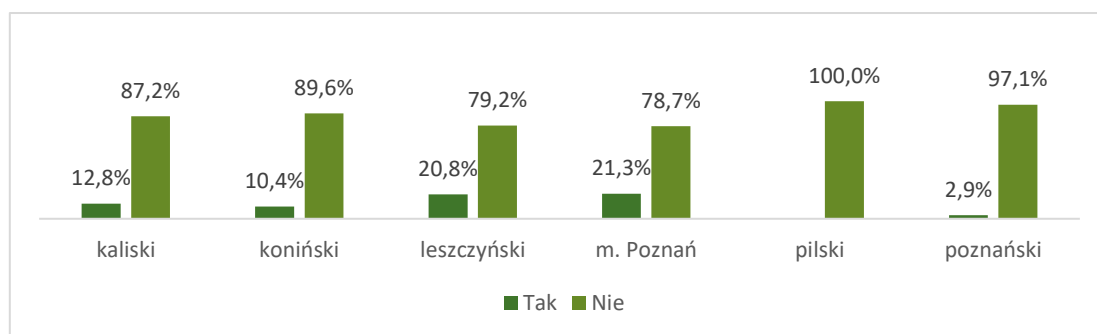
Z podobną tendencją mamy do czynienia w przypadku wpływu projektów na wzrost innowacyjności firm – najwięcej firm wskazało, że wpływ był bardzo duży (44,8%) lub duży (41,4%). W 13,8% przedsiębiorstw projekt w średnim stopniu wpłynął na wzmocnienie innowacyjności firmy.

Wykres 37. Aktualna potrzeba otrzymania dofinansowania ze środków publicznych.



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 38. Aktualna potrzeba otrzymania dofinansowania ze środków publicznych.



Źródło: CAPI, N=349.

Z badania ilościowego wynika, że aż 89,1% przedsiębiorstw z branży spożywczej w okresie realizacji badania nie potrzebowało wsparcia ze środków publicznych. W przypadku mikroprzedsiębiorstw odsetek ten wyniósł 93%. Podmioty zatrudniające od 0 do 9 pracowników oraz deklarujące, że nie potrzebują wsparcia ze środków publicznych to głównie firmy funkcjonujące na rynku powyżej 10 lat (48,4%) oraz nieplanujące rozszerzenia swojej działalności o nowe rynki (81,1%). W grupie małych firm również dominowały deklaracje, że przedsiębiorstwa nie potrzebują wsparcia ze środków publicznych (78,6%). Były to głównie firmy funkcjonujące w branży powyżej 10 lat (80%) oraz działające w skali lokalnej (59,2%). 68,6% średnich i dużych firm uczestniczących w badaniu ilościowym nie potrzebowało wsparcia ze środków publicznych. W tej grupie dominowały przedsiębiorstwa działające w branży powyżej 10 lat (88%). Uwzględniając w analizie poszczególne podregiony województwa wielkopolskiego, w subregionie pilskim żaden z respondentów nie zadeklarował potrzeby wsparcia ze środków publicznych. W pozostałych obszarach również w większości badani nie potwierdzali potrzeby otrzymania wsparcia ze środków publicznych. Spośród wszystkich respondentów najczęściej taką potrzebę wsparcia zgłaszali przedsiębiorcy z miasta Poznania oraz podregionu leszczyńskiego. Przedstawiciele przedsiębiorstw, którzy udzielili odpowiedzi że firma potrzebowałaby wsparcia najczęściej wskazywali, że otrzymane środki przeznaczyliby na zakup nowych maszyn technologii lub modernizację zakładów (36,1%). Część z nich wyrażała chęć wzmocnienia innowacyjności i konkurencyjności (19,4%), a także podnoszenie kwalifikacji pracowników (8,3%). Ponad 11% firm uznała, że potrzebuje wsparcia w bieżącej działalności przedsiębiorstwa, jednakże dofinansowania ze środków publicznych nie są przeznaczone na finansowanie aktualnych wydatków firmy¹⁹.

Przedsiębiorcy i eksperci zostali poproszeni o ocenę polityki regionalnej w zakresie wsparcia firm z branży spożywczej. Respondenci wskazali m.in. na takie konkretne formy pomocy jak dofinansowania ze środków unijnych, spotkania organizowane przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, a także tzw. śniadania na trawie organizowane w stolicy regionu przez Urząd Miasta Poznania, które miały za zadanie integrować organizacje pozarządowe i lokalnych przedsiębiorców, mieszkańcom natomiast miały umożliwić poznanie małych producentów żywności z Wielkopolski. O ile dofinansowania ze środków publicznych ocenione zostały pozytywnie, o tyle pozostałe wymienione formy przedsiębiorcy ocenili negatywnie. Spotkanie organizowane w Urzędzie Marszałkowskim były, zdaniem uczestników badania, dla przedstawicieli nauki, a nie dla przedsiębiorców.

Przedsiębiorcy dostrzegają wsparcie ze strony władz samorządowych w formie dofinansowań, spotkań informujących o możliwościach otrzymania środków, a także zachęty do inwestowania na terenie Wielkopolski. Z badania jakościowego wynika jednak, że największą trudnością dla firm jest bieżące finansowanie swojej działalności i utrzymanie się na rynku, dlatego chcieliby uzyskać wsparcie samorządu właśnie na prowadzenie bieżącej działalności zakładów. Dodatkowo oczekiwali wsparcia biznesowego tj. doradztwa w zakresie prawa podatkowego, kontroli urzędów czy innych przepisów prawnych odnoszących się do ich branży.

To wydaje mi się, że mogłoby zostać usprawnione jeżeli chodzi o komunikację z przedsiębiorcą od strony jednostek samorządowych, żeby nie zostawiać go samemu sobie w jakiś trudnych chwilach tylko go wspierać - Ekspert, instytucja naukowa

Pomimo tego, że w województwie wielkopolskim dostępne są różne formy wsparcia przedsiębiorców w tym z branży spożywczej to z przeprowadzonego badania wynika, że główną barierą ubiegania się o środki publiczne jest w przypadku mikro i małych firm obawa przez kwestiami formalnymi, w szczególności w zakresie rozliczania otrzymanych środków. Co ciekawe, aż 89,1% firm zadeklarowało, że nie mają potrzeby aplikowania o środki publiczne, wbrew temu, że zdecydowana większość przedsiębiorstw, które otrzymały dofinansowanie dostrzeża

¹⁹ Wyniki procentowe należy traktować z ostrożnością, ponieważ w ramach tego pytania N=43.

duży lub bardzo duży wpływ uzyskanego wsparcia na wzmocnienie konkurencyjności (87,9%) i innowacyjności (86,2%).

RYNEK PRACY

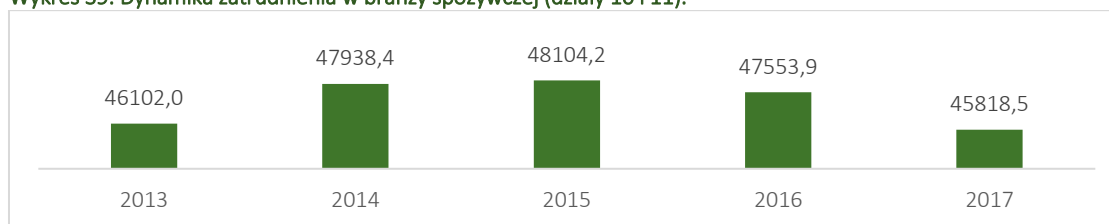
ZATRUDNIENIE W BRANŻY SPOŻYWCZEJ

Tabela 21. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży spożywczej.

rok	Produkcja artykułów spożywczych	Produkcja napojów
2013	40 324,0	5 778,0
2014	41 945,5	5 992,9
2015	42 097,9	6 006,3
2016	42 068,0	5 485,9
2017	40 511,0	5 307,5

Źródło: GUS, dane w przeliczeniu na pełne etaty z jednym miejscem po przecinku; dane pozyskane na formularzu F-01/I01 dla jednostek prowadzących księgi rachunkowe o liczbie pracujących powyżej 9.

Wykres 39. Dynamika zatrudnienia w branży spożywczej (działy 10 i 11).



Źródło: GUS, dane w przeliczeniu na pełne etaty z jednym miejscem po przecinku; dane pozyskane na formularzu F-01/I01 dla jednostek prowadzących księgi rachunkowe o liczbie pracujących powyżej 9.

Zgodnie z danymi GUS w latach 2013-2015 zaobserwowano wzrost liczby zatrudnionych w branży spożywczej ogółem (łącznie działy 10 i 11 sekcji C PKD). W tym okresie liczba zatrudnionych wzrosła z 46 102,0 w 2013 roku do 48 104,2 w 2015 roku – wzrost o 4,3%. Zarówno wśród firm produkujących artykuły spożywcze (dział 10), jak i napoje (dział 11) widoczna była taka sama nieznaczna tendencja wzrostowa. W 2016 roku odnotowano spadek liczby zatrudnionych w przetwórstwie spożywczym o 1,1%, a liczba zatrudnionych w branży wyniosła 47 553,9. Wskaźnik ten zmalał zarówno w przedsiębiorstwach produkujących żywność (dział 10) jak i napoje (dział 11), jednakże zatrudnienie w przedsiębiorstwach z działu 10 zmalało zaledwie o 0,1%, natomiast w firmach z działu 11 o 8,6%. W 2017 odnotowano kolejny spadek liczby zatrudnionych. Zatrudnienie w przeliczeniu na pełne etaty (z jednym miejscem po przecinku) wyniosło najmniej w całym badanym okresie 45 818,5, co stanowiło o 3,6% mniej niż w roku poprzednim. W kontekście stabilnego poziomu liczby podmiotów z branży funkcjonujących w województwie wielkopolskich może oznaczać to, że zmniejszenie liczby pracowników w zakładach przetwórstwa lub trudności ze znalezieniem pracowników, a w konsekwencji wolne stanowiska w branży.

WYNAGRODZENIA I WARUNKI PRACY W BRANŻY SPOŻYWCZEJ

Z uwagi na obecne trudności w znalezieniu wykwalifikowanych pracowników, które dotyczą wielu branż w Polsce, można mówić, że mamy aktualnie do czynienia z tzw. rynkiem pracownika, czyli sytuacją, w której to pracownik lub kandydat może narzucać pracodawcy swoje warunki. Istnienie rynku pracownika wpływa także na silniejszą rotację pracowników. Jednym z istotnych aspektów wpływających na atrakcyjność firmy jako pracodawcy są proponowane warunki zatrudnienia, w tym oferowane wynagrodzenie.

Tabela 22. Średnie wynagrodzenia zasadnicze brutto (bez premii) w poszczególnych branżach w województwie wielkopolskim.

	2010	2015	2016
Produkcja artykułów spożywczych	2 606,24	3 309,86	3 493,59
Produkcja napojów	5 440,16	6 344,26	7 101,32
Produkcja wyrobów tekstylnych	2 068,41	2 568,96	2 799,59
Produkcja odzieży	1 650,89	2 041,18	2 156,81
Produkcja skór i wyrobów skórzanych	1 850,18	2 366,53	2 747,78
Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny	2 244,72	2 754,73	2 989,70
Produkcja papieru i wyrobów z papieru	3 637,26	4 402,05	4 436,18
Poligrafia i reprodukcja zapisanych nośników informacji	3 310,46	3 678,80	3 766,76
Produkcja chemikaliów i wyrobów chemicznych	3 627,65	4 321,83	4 602,52
Produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych	3 249,58	4 032,23	4 135,52
Produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych	3 109,99	3 825,46	3 991,60

surowców niemetalicznych			
Produkcja metali	2 865,40	3 652,22	3 788,37
Produkcja wyrobów z metali	2 735,00	3 315,03	3 489,14
Produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych	2 972,03	4 042,59	4 742,63
Produkcja maszyn i urządzeń	3 321,30	4 140,16	4 526,60
Produkcja maszyn i urządzeń	3 188,46	4 297,86	4 437,29
Produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczip	4 263,06	5 264,52	5 533,37
Produkcja pozostałego sprzętu transportowego	3 329,14	4 140,94	4 364,62
Produkcja mebli	2 320,74	2 980,21	3 147,82

Źródło: GUS.

Wynagrodzenia w przetwórstwie przemysłowym w województwie wielkopolskim w każdym badanym roku były o kilkadziesiąt złotych niższe niż średnia ogólnokrajowa. W 2014 roku wynagrodzenia w Wielkopolsce były niższe o 1,1%, w 2015 o 1,2%, w 2016 o 1,1%, w 2017 o 0,4% i w I kwartale 2018 roku o 0,6%. Na przestrzeni 5 ostatnich lat, Wielkopolska konsekwentnie znajdowała się na piątej pozycji pod względem wysokości zarobków oferowanych w przemyśle, wyższe stawki brutto oferowano pracownikom w województwach: pomorskim, śląskim, dolnośląskim i mazowieckim. W tym ostatnim zarobki sięgały nawet 4 408,22 zł brutto tj. aż o 702,4 zł więcej niż w Wielkopolsce.

Z analizy wynagrodzeń w poszczególnych branżach przemysłu wynika, że wynagrodzenia w zakładach produkujących napoje były dwukrotnie wyższe niż w przetwórstwie żywności. W 2010 roku wynagrodzenia dla pracowników zatrudnionych w zakładach produkujących żywność wynosiły średnio 2 606,24 zł. W kolejnych latach wzrosły do 3 309,86 zł (27%) w 2015 roku i do 3 493,59 zł (6%) w 2016 roku. Pomimo wzrostu wynagrodzeń w tym dziale, w dalszym ciągu należały one do jednych z najniższych na tle pozostałych branż. Wynagrodzenia w zakładach produkujących napoje wyniosły w 2010 roku średnio 5 440,16 zł – ponad dwukrotnie więcej niż w sektorze żywności (dział 10). W 2015 roku wynagrodzenia w przetwórstwie napojów również wzrosły i wyniosły średnio 6 344,26 zł (16%), a w 2016 roku 7 101,32 zł (12%). Wynagrodzenia w przedsiębiorstwach produkujących napoje były najwyższe w całym przemyśle przetwórczym w Wielkopolsce – drugie pod względem wysokości wynagrodzenia były zakłady produkujące pojazdy.

Ekspert zajmujący się branżą spożywczą i przedsiębiorcy zauważali, że płace w Wielkopolsce w przemyśle przetwórczym systematycznie rosną, jednak równocześnie zwracali uwagę, że wzrost płac jest nieproporcjonalny do oczekiwań pracowników, przede wszystkim w sytuacji bardziej dynamicznego wzrostu wynagrodzeń w innych branżach oraz pozapłacowych benefitów. Ekspert oceniają, że pracownicy niższego szczebla wprawdzie otrzymują wyższe wynagrodzenia niż w latach wcześniejszych, poprawiły się także ich warunki pracy, jednak trudności ze znalezieniem nowych pracowników utrzymują się, ponieważ poziom wynagrodzeń w dalszym ciągu nie jest atrakcyjny dla kandydatów. Jak wskazują respondenci, stawki w branży spożywczej są niskie, a jednocześnie wiele osób pracuje na podstawie umów zlecenia. Pomimo tego, że w wielu przedsiębiorstwach organizowany jest na koszt pracodawcy dojazd do pracy, wyżywienie czy możliwość dostosowywania zmian godzinowych do potrzeb pracowników, to dotyczy to w większości dużych firm. Małe i średnie przedsiębiorstwa nie są w stanie sprostać takim oczekiwaniom pracowników. Najgorsza sytuacja dotyczy przetwórstwa mięsa, w którym oprócz niskich stawek godzinowych kandydatów zniechęca zmianowy system, a także trudne warunki pracy, w szczególności specyficzny zapach towarzyszący obróbce mięsa. Dodatkowym problemem pozostaje brak chętnych do kształcenia się w zawodach masarza lub wędliniarza. Niedobry kadrowe w branży mięsnej są uzupełniane głównie pracownikami zza wschodniej granicy.

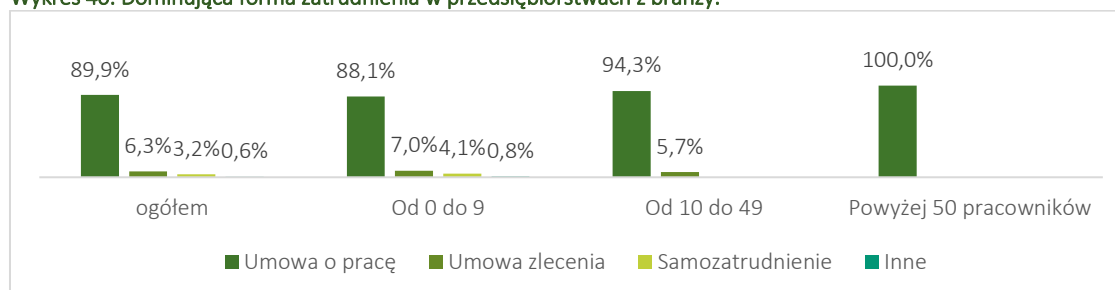
Zdaniem ekspertów zarówno w branży spożywczej, jak i ogólnie na rynku pracy, pojawiają się wśród kandydatów do pracy zdecydowanie wyższe oczekiwania wobec pracodawcy niż miało to miejsce jeszcze parę lat temu. Oprócz wynagrodzenia potencjalni pracownicy, głównie młodzi, oczekują dodatkowych korzyści w postaci m.in. premii, karnetów sportowych, ubezpieczeń medycznych, możliwości dojazdu do zakładu pracy na koszt pracodawcy oraz zapewnienia wyżywienia. Oprócz tego zwracają szczególną uwagę na tzw. work-life balance, czyli równowagę między życiem a pracą, którą definiują jako umiejętne połączenie życia zawodowego prywatnego.

Sama płaca w tej chwili to chyba już jest za mało. Muszą mieć te wszystkie dodatkowe rzeczy i oprócz tego widzę, że bardzo studenci i absolwenci na to patrzą na jakieś perspektywy rozwoju. Jeżeli firma nie inwestuje w pracowników, nie zapewnia szkolenia bo nie docenia tego że oni sami chcą się kształcić to najczęściej się z nią zegnają i to nie jest żadnym problemem dla nich - Ekspert, agencja zatrudnienia

Na wyższe wynagrodzenie niż pracownicy produkcyjni mogą liczyć pracownicy wykazujący się specjalistyczną wiedzą, kwalifikacjami i doświadczeniem. Ich zarobki mogą być wyższe nawet o kilka tysięcy złotych - kierownik produkcji lub kierownik zakładu produkcyjnego otrzymują wynagrodzenie ok. 7 800 zł. Pracownicy zajmujący stanowiska niższego szczebla takie jak: pracownik produkcji, robotnik magazynowy czy pomocniczy robotnik zarabiają zazwyczaj ok. 2 100 – 2 500 zł brutto.

Eksperci zajmujący się rynkiem pracy uczestniczący w badaniu jakościowym wskazywali, że pracownicy zatrudnieni w przemyśle spożywczym pracują głównie w systemie trzymianowym i dodatkowo w weekendy.

Wykres 40. Dominująca forma zatrudnienia w przedsiębiorstwach z branży.



Źródło: CAPI, N=349.

Biorąc pod uwagę ogół firm, aż 89,9% ankietowanych zadeklarowało, że w ich przedsiębiorstwach dominuje umowa o pracę. W przypadku średnich i dużych firm ankietowani wskazali tylko na taką formę zatrudnienia (100% odpowiedzi). Przedstawiciele małych przedsiębiorstw wskazali, że umowy o pracę dominują w przypadku 94,3% z nich, natomiast umowy zlecenia przeważają w 5,7% małych firm. W przypadku mikroprzedsiębiorstw pojawiły się również odpowiedzi, że w firmie dominuje samozatrudnienie (4,1% przypadków), jednak tak jak w pozostałych grupach przedsiębiorstw, przeważa zatrudnienie w formie umowy o pracę – aż 88,1%. Umowy cywilno-prawne oferowane są zazwyczaj osobom pracującym w branży dorywczo lub w ramach nauki zawodu. Eksperci uczestniczący w badaniu jakościowym potwierdzili, że pracownikom branży spożywczej coraz częściej oferowane jest zatrudnienie w formie umowy o pracę. Ich zdaniem umowy cywilno-prawne dominują wśród studentów zatrudnianych w ramach pracy sezonowej. Zatrudnienie w formie umowy o pracę stanowiło dominującą formę zatrudnienia w każdym podregionie Wielkopolski.

Branżę spożywczą charakteryzują stosunkowo trudne warunki pracy, wiąże się to ze znacznym wysiłkiem fizycznym, długotrwałą pracą w pozycji stojącej oraz ogólnym „nieprzyjemnym otoczeniu”, na jakie zwracali uwagę uczestnicy badania jakościowego. Pomimo tego, że większość etapów produkcji podlega mechanizacji, w dalszym istotne są zdolności manualne zatrudnianych osób. Elementem zniechęcającym może być także monotoność wykonywanych czynności, jaka występuje na wybranych stanowiskach. Absolwenci bardzo często dopiero po ukończeniu szkoły poznają warunki pracy w przemyśle przetwórczym i niejednokrotnie z tego powodu nie podejmują pracy w zawodzie, pomimo wzrostu wynagrodzeń i dodatkowych benefitów ze strony pracodawcy.

OCENA KWALIFIKACJI ZAWODOWYCH PRACOWNIKÓW

W badaniu ankietowym poddano ocenie poziom kwalifikacji zawodowych w trzech obszarach: obsłudze maszyn i urządzeń, obsłudze programów komputerowych oraz znajomości języków obcych. Respondenci zostali poproszeni o ocenę kwalifikacji zarówno pracowników zakładów przetwórczych jak i kandydatów do pracy w branży spożywczej.

Tabela 23. Ocena kwalifikacji zawodowych pracowników zatrudnionych w firmie.

	bardzo źle	źle	średnio	dobrze	bardzo dobrze
obsługa maszyn i urządzeń	0,3%	0,3%	11,4%	53,2%	34,8%
obsługa programów komputerowych	9,6%	4,5%	25,1%	34,4%	26,4%
znajomość języków obcych	27,8%	4,3%	24,3%	27,2%	16,4%

Źródło: CAPI, N=349.

Tabela 24. Ocena kwalifikacji zawodowych pracowników zatrudnionych w firmie.

kwalifikacja	podregion	bardzo źle	źle	średnio	dobrze	bardzo dobrze
obsługa maszyn i urządzeń	kaliski	1,3%	0,0%	2,6%	46,2%	50,0%
	koniński	0,0%	0,0%	16,7%	56,3%	27,1%
	leszczyński	0,0%	1,3%	11,7%	62,3%	24,7%
	m. Poznań	0,0%	0,0%	21,3%	48,9%	29,8%

	pilski	0,0%	0,0%	0,0%	58,1%	41,9%
	poznański	0,0%	0,0%	16,2%	50,0%	33,8%
obsługa programów komputerowych	kaliski	32,1%	5,1%	6,4%	34,6%	21,8%
	koniński	0,0%	4,2%	60,4%	12,5%	22,9%
	leszczyński	5,2%	7,8%	24,7%	40,3%	22,1%
	m. Poznań	2,1%	0,0%	23,4%	48,9%	25,5%
	pilski	3,2%	3,2%	25,8%	32,3%	35,5%
	poznański	2,9%	4,4%	23,5%	33,8%	35,3%
znajomość języków obcych	kaliski	71,8%	0,0%	1,3%	20,5%	6,4%
	koniński	6,3%	4,2%	62,5%	16,7%	10,4%
	leszczyński	39,0%	6,5%	19,5%	24,7%	10,4%
	m. Poznań	4,3%	4,3%	34,0%	38,3%	19,1%
	pilski	6,5%	3,2%	19,4%	35,5%	35,5%
	poznański	5,9%	7,4%	25,0%	33,8%	27,9%

Źródło: CAPI, N=349.

Umiejętności pracowników w zakresie obsługi maszyn i urządzeń zostały pozytywnie ocenione przez większość badanych pracodawców – 88% określiło je jako dobre (53,2%) lub bardzo dobre (34,8%). Zaledwie 0,6% badanych ocenił je negatywnie. Ponad 60% respondentów wyraziła zadowolenie z poziomu kwalifikacji pracowników dotyczących obsługi programów komputerowych. Najgorzej na tle pozostałych umiejętności oceniono znajomość języków obcych osób zatrudnionych – ponad 30% oceniło je negatywnie.

Tabela 25. Ocena kwalifikacji zawodowych pracowników zatrudnionych w firmach.

kwalifikacja	wielkość firmy	bardzo źle	źle	średnio	dobrze	bardzo dobrze
obsługa maszyn i urządzeń	Od 0 do 9	0,4%	0,4%	13,5%	52,5%	33,2%
	Od 10 do 49	0,0%	0,0%	7,1%	57,1%	35,7%
	Powyżej 50 pracowników	0,0%	0,0%	5,7%	51,4%	42,9%
obsługa programów komputerowych	Od 0 do 9	11,9%	6,6%	28,3%	30,3%	23,0%
	Od 10 do 49	4,3%	0,0%	21,4%	38,6%	35,7%
	Powyżej 50 pracowników	2,9%	0,0%	11,4%	54,3%	31,4%
znajomość języków obcych	Od 0 do 9	31,6%	5,3%	26,2%	22,1%	14,8%
	Od 10 do 49	20,0%	0,0%	25,7%	35,7%	18,6%
	Powyżej 50 pracowników	17,1%	5,7%	8,6%	45,7%	22,9%

Źródło: CAPI, N=349.

Badanie ilościowe wśród przedsiębiorców z branży spożywczej wykazało, że największe problemy z kwalifikacjami posiadanymi przez kandydatów ubiegających o zatrudnienie mają przedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników. To w tej grupie zdiagnozowano największy odsetek przedsiębiorców, którzy negatywnie oceniali kwalifikacje zawodowe kandydatów. Największy odsetek pozytywnych ocen kwalifikacji zawodowych kandydatów dotyczył przedsiębiorstw zatrudniających co najmniej 50 pracowników – w tej grupie najwięcej pozytywnych ocen dotyczy kwalifikacji związanych z obsługą maszyn i urządzeń (94,3%). Największym problemem dla przedsiębiorstw średnich i dużych (zatrudniających co najmniej 50 pracowników) są kwalifikacje językowe kandydatów do pracy – według 22,8% badanych z tej grupy zostały one ocenione źle lub bardzo źle.

Niezależnie od typu umiejętności, respondenci oceniali zdecydowanie gorzej przygotowanie kandydatów od poziomu prezentowanego przez zatrudnioną kadrę. Kwalifikacje związane z obsługą maszyn i urządzeń prezentowane przez kandydatów 37,3% przedstawicieli firm oceniło jako średnie, natomiast co czwarty (26,1%) określił jako źle lub bardzo źle. Ocenę pozytywną wyraziło około 36,6% respondentów tj. o połowę mniej niż w przypadku oceny już zatrudnionych osób. Zdolności obsługi programów komputerowych wśród kandydatów do pracy pozytywnie oceniło 36,3% przedsiębiorstw (tj. mniej o 24,5 punkty procentowe niż w przypadku kadry zatrudnionej aktualnie), natomiast źle lub bardzo źle 27,9% firm.

Podobnie jak w przypadku pracowników, najgorzej została oceniona znajomość języków obcych wśród kandydatów do pracy – 33% badanych oceniło je jako bardzo złe lub złe. Gorsza ocena kwalifikacji zawodowych kandydatów do pracy może być związana z negatywną oceną na temat oferty kształcenia i jakości nauczania w

branży. Z badania wynika, że oferta kształcenia w branży nie odzwierciedla potrzeb pracodawców w zakresie zapotrzebowania na wykwalifikowanych pracowników. Ponadto, zdaniem ekspertów, część absolwentów nie jest odpowiednio przygotowana do podjęcia zatrudnienia w przetwórstwie spożywczym, ponieważ brakuje im głównie umiejętności praktycznych.

Tabela 26. Ocena kwalifikacji zawodowych kandydatów ubiegających się o zatrudnienie w firmie.

	bardzo źle	źle	średnio	dobrze	bardzo dobrze
obsługa maszyn i urządzeń	6,1%	20,0%	37,3%	21,9%	14,7%
obsługa programów komputerowych	12,2%	15,7%	35,9%	21,4%	14,9%
znajomość języków obcych	25,0%	8,0%	34,7%	17,7%	14,7%

Źródło: CAPI, N=349.

Tabela 27. Ocena kwalifikacji zawodowych kandydatów ubiegających się o zatrudnienie w firmie.

kwalifikacja	podregion	bardzo źle	źle	średnio	dobrze	bardzo dobrze
obsługa maszyn i urządzeń	kaliski	14,1%	43,6%	16,7%	15,4%	10,3%
	koniński	0,0%	4,2%	81,3%	14,6%	0,0%
	leszczyński	10,4%	15,6%	26,0%	32,5%	15,6%
	m. Poznań	0,0%	21,3%	61,7%	14,9%	2,1%
	pilski	3,2%	6,5%	19,4%	22,6%	48,4%
obsługa programów komputerowych	poznański	0,0%	8,8%	33,8%	30,9%	26,5%
	kaliski	39,7%	29,5%	11,5%	10,3%	9,0%
	koniński	0,0%	6,3%	79,2%	14,6%	0,0%
	leszczyński	9,1%	16,9%	28,6%	33,8%	11,7%
	m. Poznań	2,1%	8,5%	61,7%	21,3%	6,4%
znajomość języków obcych	pilski	3,2%	9,7%	16,1%	29,0%	41,9%
	poznański	0,0%	8,8%	30,9%	27,9%	32,4%
	kaliski	65,4%	7,7%	7,7%	9,0%	10,3%
	koniński	4,2%	6,3%	79,2%	10,4%	0,0%
	leszczyński	39,0%	6,5%	22,1%	20,8%	11,7%
	m. Poznań	0,0%	12,8%	63,8%	17,0%	6,4%
	pilski	6,5%	3,2%	16,1%	29,0%	45,2%
	poznański	1,5%	8,8%	33,8%	27,9%	27,9%

Źródło: CAPI, N=349.

Zidentyfikowano duże różnice w dostępie do wykwalifikowanych pracowników w zależności od podregionów województwa wielkopolskiego. Najbardziej pozytywne oceny kwalifikacji zawodowych kandydatów ubiegających się o zatrudnienie zostały dokonane przez przedsiębiorców z podregionu pilskiego. Ponad 70% badanych z tego obszaru oceniała kwalifikacje zawodowe w zakresie obsługi maszyn i urządzeń, obsługi programów komputerowych oraz znajomości języków obcych dobrze lub bardzo dobrze. Oceny pozytywne dominowały także w podregionie poznańskim – według 60,3% badanych z tego obszaru kwalifikacje w zakresie obsługi programów komputerowych należy ocenić dobrze lub bardzo dobrze, w przypadku obsługi maszyn i urządzeń odsetek pozytywnych ocen wynosił 57,4%, a znajomości języków obcych 55,8%.²⁰

Najgorzej przygotowanie kandydatów do pracy oceniono w podregionie kaliskim. Większość przedsiębiorców z tego obszaru negatywnie oceniała kwalifikacje zawodowe kandydatów ubiegających się o zatrudnienie. Najstąbiej oceniano znajomość języków obcych (73,1% badanych oceniło je źle lub bardzo źle). Negatywnie oceniano także kwalifikacje w zakresie obsługi programów komputerowych (oceny 69,2% ocen negatywnych) oraz obsługi maszyn i urządzeń (57,7% ocen negatywnych).

W ramach przeprowadzonej analizy ofert pracy, przedsiębiorcy poszukujący kandydatów do pracy w większości ofert (55%) nie precyzowali swoich wymagań, co do kwalifikacji przyszłych pracowników. Taka tendencja występowała w każdym podregionie województwa wielkopolskiego. W przypadku, kiedy pracodawca sprecyzował swoje oczekiwania wobec kwalifikacji kandydatów do pracy w branży spożywczej, najczęściej wskazywano na posiadanie przez niego aktualnej książeczki sanepidu – 25,8% ofert w województwie wielkopolskim. Pozostałe kwalifikacje wskazywane przez pracodawców w ogłoszeniach to m.in. prawo jazdy

²⁰ Należy jednak mieć na uwadze, że ustalony błąd statystyczny na poziomie 5% dotyczy całego województwa, natomiast na poziomie podregionów i powiatów może być większy.

(7,1%), uprawnienia elektryczne (3,8%), znajomość pakietu MS Office (3,3%) oraz znajomość języka angielskiego (2,9%)²¹.

Tabela 28. Ocena kwalifikacji zawodowych kandydatów ubiegających się o zatrudnienie w firmie.

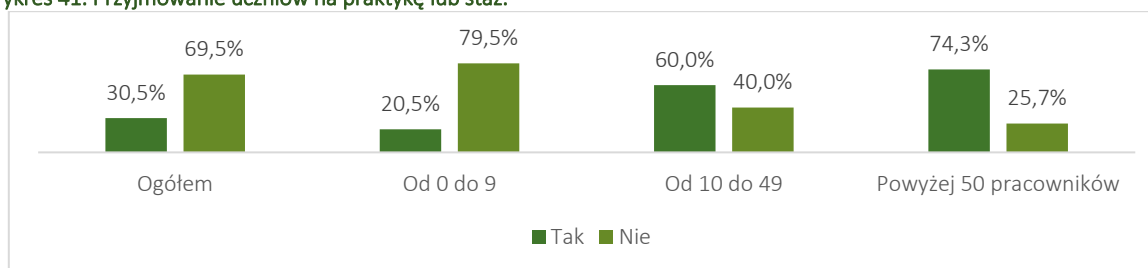
kwalifikacja	wielkość firmy	bardzo źle	źle	średnio	dobrze	bardzo dobrze
obsługa maszyn i urządzeń	Od 0 do 9	7,0%	23,4%	37,3%	20,1%	12,3%
	Od 10 do 49	4,3%	10,0%	37,1%	25,7%	22,9%
	Powyżej 50 pracowników	0,0%	5,7%	37,1%	34,3%	22,9%
obsługa programów komputerowych	Od 0 do 9	14,3%	18,0%	36,5%	18,0%	13,1%
	Od 10 do 49	5,7%	8,6%	35,7%	30,0%	20,0%
	Powyżej 50 pracowników	2,9%	5,7%	28,6%	40,0%	22,9%
znajomość języków obcych	Od 0 do 9	26,6%	8,6%	35,7%	15,6%	13,5%
	Od 10 do 49	17,1%	7,1%	34,3%	24,3%	17,1%
	Powyżej 50 pracowników	25,7%	2,9%	22,9%	25,7%	22,9%

Źródło: CAPI, N=349.

POLITYKA KADROWA PRZEDSIĘBIORSTW

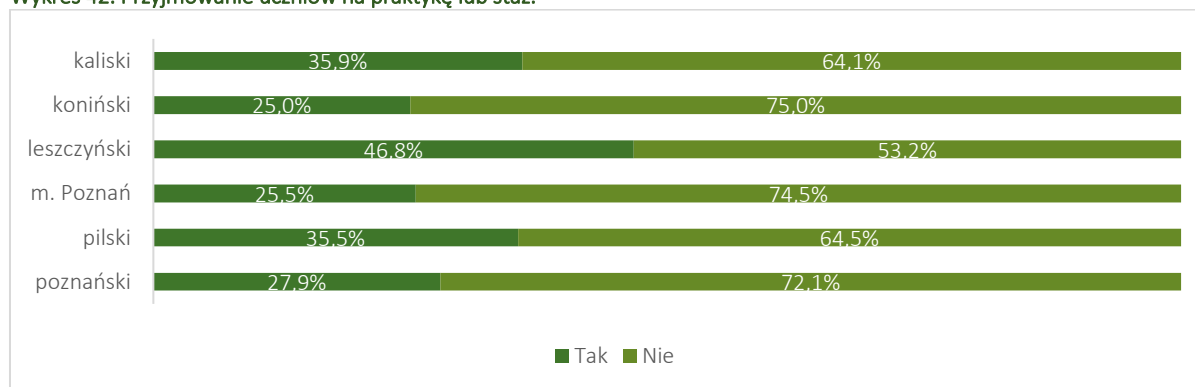
Dokonując analizy polityki kadrowej przedsiębiorstw z branży spożywczej pod uwagę zostały wzięte takie jej elementy jak polityka szkoleniowa, przyjmowanie uczniów na staże i praktyki, a także sposoby rekrutacji pracowników.

Wykres 41. Przyjmowanie uczniów na praktykę lub staż.



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 42. Przyjmowanie uczniów na praktykę lub staż.



Źródło: CAPI, N=349.

Z badania ilościowego wynika, że ogółem aż 69,5% wielkopolskich firm z branży spożywczej nie przyjmuje uczniów na staż lub praktykę do swojego zakładu. Najwyższy odsetek przyjmujących odnotowano wśród średnich/dużych firm zatrudniających od 50 pracowników, a najniższy w grupie mikro przedsiębiorstw zatrudniających 0-9 osób. Uwzględniając w analizie poszczególne podregiony województwa wielkopolskiego zauważono, że najwyższy odsetek przedsiębiorców deklaruujących przyjmowanie uczniów na staże lub praktyki dotyczył podregionu leszczyńskiego (46,8%).

Odbywanie staży i praktyk przez uczniów lub absolwentów wiąże się z szeregiem korzyści zarówno dla stażystów i praktykantów, jak i dla przyjmujących ich pracodawców. Uczniowie w ramach odbywanej nauki w zakładzie przetwórczym mają możliwość zweryfikowania wybranego przez siebie kierunku kształcenia, tego, czy był on

²¹ Pozostałe kwalifikacje wskazywane przez pracodawców stanowiły mniej niż 2%. Szczegółowy ich wykaz znajduje się w rozdziale „Analiza ofert pracy”.

słuszny, zgodny z ich zainteresowaniami i wizją ścieżki zawodowej. Poznanie praktyki działania przedsiębiorstwa pozwala również na skonfrontowanie wyobrażeń o pracy w branży z rzeczywistością. Odbycie stażu lub praktyki umożliwia przyszłym pracownikom branży spożywczej na zdobycie umiejętności praktycznych, których nie sposób nabyć w trakcie nauki w szkole zawodowej lub technikum. Zdobycie takiego doświadczenia może także zwiększyć późniejsze szanse na rynku pracy. Oprócz kompetencji zawodowych, praktykanci i stażyści mogą poznać zwyczaje panujące w firmach przetwórstwa spożywczego, a także zwiększyć swoje kompetencje miękkie, jak np. umiejętność pracy w zespole. Jak już wspomniano przyjmowanie uczniów może również wiązać się z korzyściami dla pracodawców, którzy mogą zyskać dzięki temu młodych i energicznych pracowników. W województwie wielkopolskim działają firmy z branży (dział 10 i 11 sekcji C PKD), które przyjmują do swoich zakładów produkcyjnych praktykantów i stażystów. Są to m.in.: Farmutil, Jutrzenka Colian, Drop S.A., Heinz, Spółdzielnia Mleczarska Gostyń, Wrigley Poland, Kompania Piwowarska S.A., Straus Cafe Poland oraz Hochland.

Tabela 29. Udział firm potwierdzających uczestnictwo pracowników w wybranym typie szkoleń, z uwzględnieniem klasy wielkości.

	ogółem	Od 0 do 9	Od 10 do 49	Powyżej 50 pracowników
szkolenia językowe	1,7%	2,0%	0,0%	2,9%
kwalifikacyjne kursy zawodowe	21,8%	15,6%	35,7%	62,9%
kursy dotyczące obsługi urządzeń i maszyn	40,5%	36,1%	55,7%	54,3%
kursy na prawo jazdy	0,5%	0,4%	0,0%	2,9%
inne	34,7%	35,2%	28,6%	42,9%
w żadnym	31,9%	36,5%	21,4%	2,9%

Źródło: CAPI, N=349.

Tabela 30. Udział firm potwierdzających uczestnictwo pracowników w wybranym typie szkoleń, z uwzględnieniem podregionu.

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	piłski	poznański
szkolenia językowe	2,6%	2,1%	1,3%	2,1%	3,2%	0,0%
kwalifikacyjne kursy zawodowe	9,0%	37,5%	37,7%	19,1%	29,0%	19,1%
kursy dotyczące obsługi urządzeń i maszyn	64,1%	54,2%	45,5%	17,0%	29,0%	26,5%
kursy na prawo jazdy	0,0%	2,1%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%
inne	94,9%	8,3%	44,2%	2,1%	9,7%	7,4%
w żadnym	0,0%	10,4%	22,1%	70,2%	41,9%	54,4%

Źródło: CAPI, N=349.

Największy odsetek przedsiębiorców zadeklarował uczestnictwo pracowników firmy w szkoleniach z zakresu obsługi maszyn i urządzeń – 40,5%. W dalszej kolejności wskazywano na kierowanie pracowników na szkolenia inne niż wskazane w badaniu (wśród innych kursów wskazywanych przez respondentów przeważały odpowiedzi, że zatrudnieni odbywali kurs BHP, pojedyncze przedsiębiorstwa wskazały na szkolenia z zakresu dekorowania wyrobów cukierniczych (2 firmy) oraz szkolenia marketingowe (1 firma).

Prawie 22% potwierdzało uczestnictwo pracowników firmy w kwalifikacyjnych kursach zawodowych. Nieliczni badani deklarowali kierowanie pracowników na kursy związane z pozyskaniem uprawnień do prowadzenia pojazdów oraz podniesienie umiejętności dotyczących posługiwaniem się językiem obcym. Prawie co trzeci badany stwierdził, że pracownicy firmy jaką reprezentuje nie uczestniczą w żadnym typie szkoleniach.

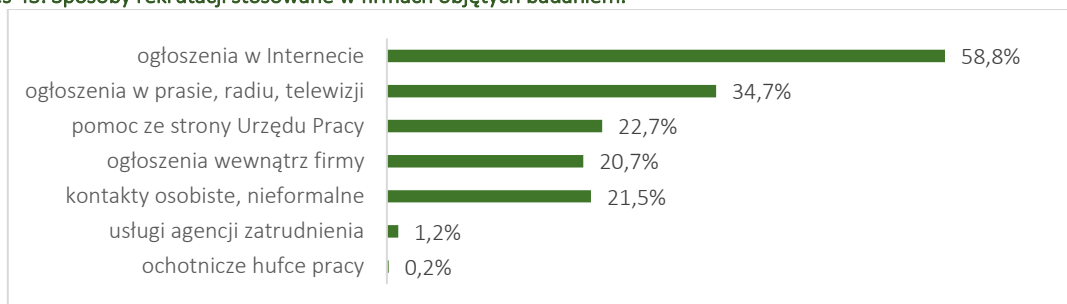
Wyraźnie częściej na tle pozostałych respondentów uczestnictwo pracowników w szkoleniach potwierdzali przedstawiciele firm zatrudniających powyżej 50 pracowników. Zaledwie 3% badanych reprezentujących tę grupę zadeklarowało, że pracownicy nie uczestniczą w żadnych szkoleniach. Najczęściej pracownicy firm średnich i dużych podejmowali szkolenie w ramach kwalifikacyjnych kursów zawodowych (62,9%) oraz kursów dotyczących obsługi maszyn i urządzeń (54,3%). W firmach zatrudniających od 0 do 9 pracowników dominowały odpowiedzi, że pracownicy nie uczestniczą w żadnych szkoleniach (36,5%), nieco mniej natomiast potwierdziło ich udział w kursach z zakresu obsługi maszyn i urządzeń (36,1%) oraz szkoleniach innych niż wymienione w badaniu. W firmach zatrudniających od 10 do 49 osób najwyższy odsetek odpowiedzi dotyczył uczestnictwa w kursach z zakresu obsługi maszyn i urządzeń (55,7%) oraz kwalifikacyjnych kursach zawodowych (35,7%).

Odpowiedzi różnicują się w poszczególnych podregionach województwa wielkopolskiego. W podregionie kaliskim aż 94,9% respondentów deklarowało uczestnictwo pracowników w innych szkoleniach niż wymienione w odpowiedzi na pytanie – wśród odpowiedzi dominowały szkolenia BHP (aż 91%). Znaczna część respondentów z podregionu udzieliła również odpowiedzi, że pracownicy uczestniczą również w kursach z zakresu obsługi

maszyn i urzędów (64,1%). Najwyższy odsetek respondentów potwierdzających uczestnictwo pracowników w kursach dotyczących obsługi maszyn i urzędów odnotowano również w podregionie konińskim (54,2%) oraz leszczyńskim (45,5%). W pozostałych podregionach respondenci wskazywali najczęściej, że pracownicy nie uczestniczą w żadnych kursach i szkoleniach.

Poniżej została omówiona polityka kadrowa wielkopolskich firm z branży spożywczej w kontekście rekrutacji pracowników.

Wykres 43. Sposoby rekrutacji stosowane w firmach objętych badaniem.



Źródło: CAPI, N=349.

Tabela 31. Sposoby rekrutacji stosowane w firmach objętych badaniem, z uwzględnieniem wielkości firmy.

	Od 0 do 9	Od 10 do 49	Powyżej 50 pracowników
ogłoszenia w Internecie	57,4%	62,9%	65,7%
ogłoszenia w prasie, radiu, telewizji	31,6%	42,9%	51,4%
ogłoszenia wewnątrz firmy	23,0%	21,4%	22,9%
kontakty osobiste, nieformalne	23,0%	12,9%	14,3%
pomoc ze strony Urzędu Pracy	18,4%	22,9%	57,1%
usługi agencji zatrudnienia	1,2%	1,4%	0,0%
ochotnicze hufce pracy	0,0%	1,4%	0,0%

Źródło: CAPI, N=349.

Tabela 32. Sposoby rekrutacji stosowane w firmach objętych badaniem, z uwzględnieniem podregionu.

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	piłski	poznański
ogłoszenia w Internecie	71,8%	64,6%	54,5%	59,6%	48,4%	51,5%
ogłoszenia w prasie, radiu, telewizji	43,6%	18,8%	44,2%	27,7%	32,3%	36,8%
ogłoszenia wewnątrz firmy	21,8%	43,8%	22,1%	6,4%	25,8%	19,1%
kontakty osobiste, nieformalne	5,1%	4,2%	11,7%	66,0%	16,1%	27,9%
pomoc ze strony Urzędu Pracy	37,2%	22,9%	32,5%	12,8%	9,7%	10,3%
usługi agencji zatrudnienia	0,0%	2,1%	1,3%	0,0%	3,2%	1,5%
ochotnicze hufce pracy	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%

Źródło: CAPI, N=349.

Główną metodą stosowaną przez pracodawców w wielkopolskim przemyśle przetwórczym w celu znalezienia pracowników jest publikacja ogłoszeń w Internecie – korzystanie z tej formy zadeklarowało 58,8% firm objętych badaniem. W dalszej kolejności wskazywano na publikowanie ogłoszeń w prasie, radiu i telewizji (34,7% respondentów). Ze wsparcia powiatowych urzędów pracy korzysta łącznie 22,7% respondentów, w tym 45 mikroprzedsiębiorstw, 16 małych firm i 20 średnich i dużych zakładów przetwórstwa spożywczego. Ogłoszenia wewnątrz firmy oraz poszukiwanie pracowników poprzez kontakty nieformalne i osobiste praktykuje odpowiednio 20,7% i 21,5% przedsiębiorstw. Stosunkowo niewielki odsetek firm branży spożywczej korzysta z usług agencji zatrudnienia 1,2%, co oznacza zaledwie 4 przedsiębiorstwa biorące udział w badaniu. Odsetek firm współpracujących z ochotniczymi hufcami pracy jest znikomy.

We wszystkich podregionach, z wyjątkiem Poznania, dominującym sposobem rekrutacji była publikacja ogłoszenia w Internecie. W stolicy województwa największy odsetek pracodawców preferował kontakty osobiste i nieformalne (66%). Jeśli chodzi o pomoc ze strony podmiotów specjalizujących się w rekrutacji pracowników, na skorzystanie z usług urzędów pracy zdecydowano się częściej niż z usług agencji zatrudnienia czy ochotniczych hufców pracy. Największy odsetek pracodawców współpracujących z urzędami pracy odnotowano w podregionie kaliskim (37,2%) i leszczyńskim (32,5%).

Wykres 44. Udział firm potwierdzających realizację wybranych form współpracy z jednostkami świadczącymi usługi w zakresie pośrednictwa pracy.



Źródło: CAPI, N=86.

Tabela 33. Udział firm potwierdzających realizację wybranych form współpracy z jednostkami świadczącymi usługi w zakresie pośrednictwa pracy, z uwzględnieniem wielkości firmy.

	Od 0 do 9	Od 10 do 49	Powyżej 50 pracowników
publikacja ofert pracy	81,3%	88,9%	90,0%
rekrutacja pracowników	12,5%	11,1%	10,0%
organizacja spotkań z kandydatami na stanowiska	10,4%	0,0%	5,0%
wspólne badania rynku pracy	8,3%	5,6%	10,0%
szkolenia indywidualne osób bezrobotnych planowanych do zatrudnienia	0,0%	0,0%	0,0%
doposażenie/wyposażenie stanowiska pracy	4,2%	0,0%	0,0%
subsydiowanie miejsca pracy	2,1%	0,0%	0,0%
skierowanie do pracodawcy stażysty	6,3%	11,1%	5,0%
dofinansowania do wynagrodzeń	6,3%	5,6%	10,0%
refundowanie stanowiska pracy dla pracownika młodocianego	0,0%	0,0%	0,0%

Źródło: CAPI, N=86.

Tabela 34. Udział firm potwierdzających realizację wybranych form współpracy z jednostkami świadczącymi usługi w zakresie pośrednictwa pracy, z uwzględnieniem podregionu.

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	piłski	poznański
publikacja ofert pracy	96,6%	91,7%	85,2%	66,7%	100,0%	37,5%
rekrutacja pracowników	3,4%	0,0%	7,4%	33,3%	0,0%	62,5%
organizacja spotkań z kandydatami na stanowiska	17,2%	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%
wspólne badania rynku pracy	6,9%	0,0%	11,1%	0,0%	25,0%	12,5%
szkolenia indywidualne osób bezrobotnych planowanych do zatrudnienia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
doposażenie/wyposażenie stanowiska pracy	3,4%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%
subsydiowanie miejsca pracy	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%
skierowanie do pracodawcy stażysty	3,4%	25,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
dofinansowania do wynagrodzeń	10,3%	0,0%	3,7%	16,7%	25,0%	0,0%

**refundowane stanowiska
pracy dla pracownika
młodocianego**

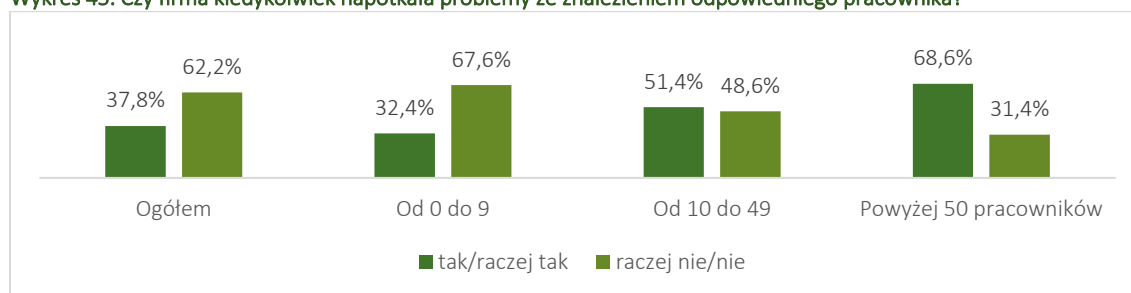
0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0% 0,0%

Źródło: CAPI, N=86.

Respondenci, którzy wskazali, że w ramach sposobów rekrutacji współpracowali z urzędem pracy, agencją zatrudnienia lub hufcami pracy zostali poproszeni o zdefiniowanie, jakie formy przybiera ta współpraca. W zdecydowanej większości przypadków współpraca z ww. podmiotami obejmowała publikację ofert pracy – 84,9%. Pozostałe formy występowały znacznie rzadziej i były to m.in. rekrutacja pracowników 11,6% oraz wspólne badania rynku pracy 8,1%. Wśród innych form współpracy, niepojawiających się w proponowanych w ankiecie odpowiedziach, pojawiło się również dofinansowanie do stanowisk dla osób niepełnosprawnych. Niezależnie od liczby zatrudnionych, dominującą formą współpracy z jednostką pomagającą w rekrutacji była publikacja ofert pracy – w przypadku firm zatrudniających od 50 pracowników odsetek firm korzystających z tej formy wsparcia wyniósł aż 90%. Ogólne wyniki badania ilościowego mają swoje odzwierciedlenie w analizie uwzględniającej poszczególne podregiony.

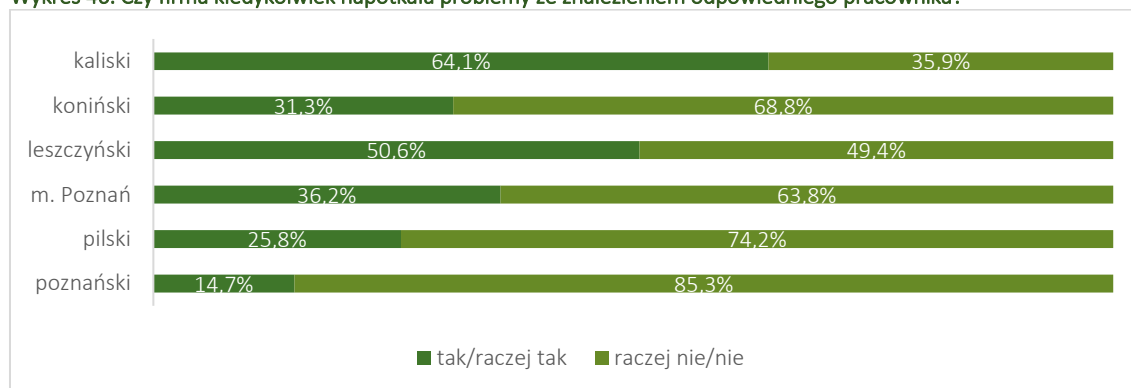
SPOSOBY ZAPOBIEGANIA NIEDOBOROM KADROWYM

Wykres 45. Czy firma kiedykolwiek napotkała problemy ze znalezieniem odpowiedniego pracownika?



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 46. Czy firma kiedykolwiek napotkała problemy ze znalezieniem odpowiedniego pracownika?

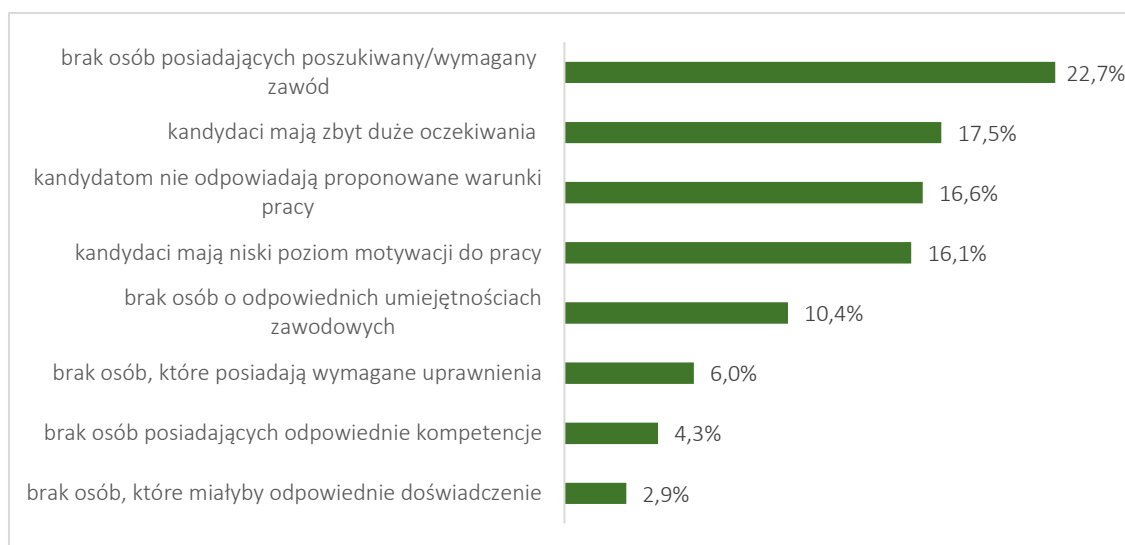


Źródło: CAPI, N=349.

Problemy ze znalezieniem pracowników analizowane z uwzględnieniem wielkości przedsiębiorstwa najczęściej deklarowali przedstawiciele firm zatrudniających powyżej 50 pracowników – łącznie 68,6% przedstawicieli średnich i dużych firm udzieliło odpowiedzi twierdzących. Najmniejsze problemy ze znalezieniem wykwalifikowanej kadry pracowniczej miały mikroprzedsiębiorstwa (32,4%). W grupie małych firm, ponad połowa (51,4%) przedsiębiorców zadeklarowało, że pojawiały się u nich problemy ze znalezieniem pracowników.

Największe problemy ze znalezieniem pracowników wskazywali przedsiębiorcy z podregionu kaliskiego – łącznie 64,1% odpowiedzi raczej tak i tak. Na drugim miejscu pod względem trudności ze znalezieniem kadry pracowniczej znalazł się podregion leszczyński, w którym 50,6% przedsiębiorców miało problemy ze znalezieniem kandydata do pracy. Przedstawiciele firm z pozostałych podregionów rzadziej wskazywali na problemy w tym zakresie. Najmniejsze trudności z pozyskaniem pracowników wystąpiły w podregionie poznańskim (zaledwie 14,7% respondentów z tego obszaru potwierdziło występowanie tego rodzaju problemów).

Wykres 47. Przyczyny trudności ze znalezieniem pracowników.



Źródło: CAPI, N=139.

Tabela 35. Przyczyny trudności ze znalezieniem pracowników.

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	piłski	poznański
brak osób posiadających poszukiwany/wymagany zawód	38,5%	22,9%	19,5%	29,8%	9,7%	8,8%
brak osób o odpowiednich umiejętnościach zawodowych	3,8%	25,0%	7,8%	23,4%	9,7%	1,5%
brak osób, które posiadają wymagane uprawnienia	3,8%	4,2%	10,4%	8,5%	12,9%	0,0%
brak osób, które miałyby odpowiednie doświadczenie	1,3%	6,3%	3,9%	6,4%	0,0%	0,0%
brak osób posiadających odpowiednie kompetencje	1,3%	6,3%	2,6%	17,0%	3,2%	0,0%
kandydaci mają zbyt duże oczekiwania	34,6%	6,3%	27,3%	12,8%	3,2%	4,4%
kandydatom nie odpowiadają proponowane warunki pracy	37,2%	2,1%	27,3%	6,4%	6,5%	2,9%
kandydaci mają niski poziom motywacji do pracy	42,3%	2,1%	22,1%	2,1%	3,2%	4,4%

Źródło: CAPI, N=139.

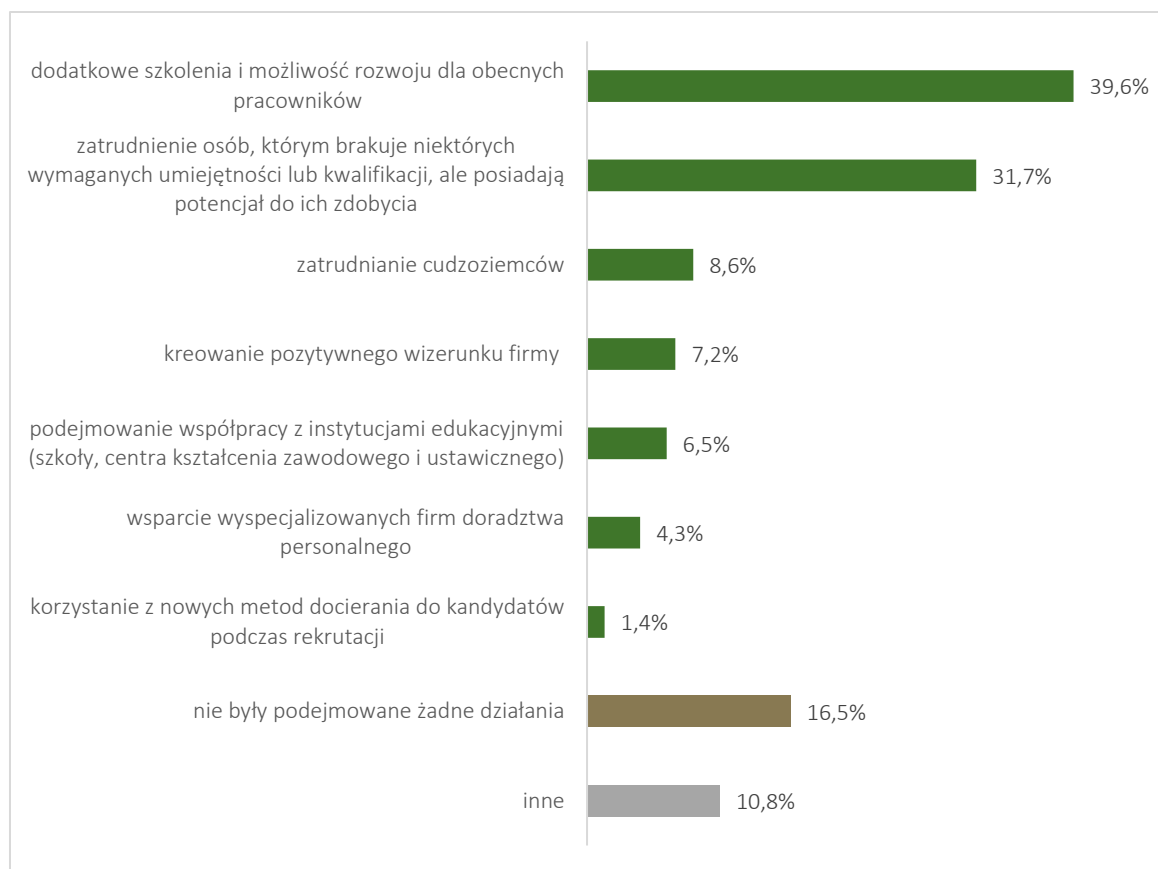
Problemy ze znalezieniem pracowników najczęściej spowodowane były brakiem na rynku osób posiadających wymagany przez pracodawcę zawód – 22,7%. Drugą najczęściej wskazywaną przyczyną trudności ze znalezieniem osób do pracy były zbyt wysokie oczekiwania kandydatów względem warunków zatrudnienia. Z tym problemem zetknęło się 17,5% firm. Ponad 16% badanych przedsiębiorstw wskazało, że kandydatom nie odpowiadały zaproponowane warunki pracy, a także wykazywali się niskim poziomem motywacji do podjęcia zatrudnienia.

Niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa, w każdej grupie dominowało przekonanie, że główną przyczyną pojawiających się trudności ze znalezieniem pracowników jest brak na rynku osób posiadających wymagany zawód – największy odsetek dotyczył średnich/dużych firm (37,1%). Ponadto, ponad 30% spośród tej grupy badanych wskazywało na niechęć do podejmowania zatrudnienia z uwagi na oferowane warunki pracy. Co czwarty badany z tej grupy wskazywał także na zbyt wysokie oczekiwania kandydatów oraz brak umiejętności zawodowych koniecznych do podjęcia pracy w firmie.

Wyniki różnicują się przy uwzględnieniu poszczególnych podregionów województwa. W podregionie kaliskim najwięcej przedsiębiorców wskazało na niski poziom motywacji do pracy kandydatów (42,3%) oraz brak osób posiadających wymagany zawód (38,5%). Badani reprezentujący podregion koniński oraz m. Poznań najczęściej wskazywali na trudność z znalezieniem kandydatów posiadających wymagany zawód oraz odpowiednie umiejętności zawodowe. W podregionie leszczyńskim dominowały odpowiedzi, że trudności ze znalezieniem

pracowników wynikają ze zbyt dużych oczekiwań kandydatów (27,3%) oraz z tego, że nie odpowiadają im proponowane warunki pracy (27,3%). Najczęściej pojawiającym się problemem w podregionie pilskim był brak posiadania przez kandydatów wymaganych uprawnień(12,9%).

Wykres 48. Działania podejmowane w reakcji na niedobór pracowników.



Źródło: CAPI, N=139.

Tabela 36. Działania podejmowane w reakcji na niedobór pracowników.

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	pilski	poznański
dodatkowe szkolenia i możliwość rozwoju dla obecnych pracowników	32,0%	26,7%	38,5%	58,8%	62,5%	50,0%
wsparcie wyspecjalizowanych firm doradztwa personalnego	2,0%	0,0%	5,1%	0,0%	25,0%	10,0%
korzystanie z nowych metod docierania do kandydatów podczas rekrutacji	0,0%	0,0%	2,6%	5,9%	0,0%	0,0%
zatrudnienie osób, którym brakuje niektórych wymaganych umiejętności lub kwalifikacji, ale posiadają potencjał do ich zdobycia	40,0%	20,0%	30,8%	29,4%	37,5%	10,0%
kreowanie pozytywnego wizerunku firmy	0,0%	0,0%	17,9%	5,9%	12,5%	10,0%
podejmowanie współpracy z instytucjami edukacyjnymi (szkoły, centra kształcenia zawodowego i ustawicznego)	8,0%	0,0%	10,3%	5,9%	0,0%	0,0%
zatrudnianie cudzoziemców	6,0%	0,0%	12,8%	17,6%	0,0%	10,0%
nie były podejmowane żadne działania	14,0%	53,3%	7,7%	17,6%	12,5%	10,0%

Źródło: CAPI, N=139.

W przedsiębiorstwach, w których pojawiły się problemy z dostępem do wykwalifikowanych pracowników stosowane były różne środki zaradcze. Najczęściej przedsiębiorcy zdecydowali się na dodatkowe szkolenia i możliwość rozwoju dla obecnych pracowników – 39,6%. Prawie 1/3 firm zdecydowała się na zatrudnienie osób, którym brakowało wymaganych umiejętności lub kwalifikacji, z założeniem podjęcia działań mających na celu doszkolenia tych osób w stopniu umożliwiającym im realizowanie obowiązków związanych ze stanowiskiem. W przypadku 8,6% firm z Wielkopolski reakcją na trudności ze znalezieniem pracowników było zatrudnienie cudzoziemców, głównie z Ukrainy. Aż 16,5% firm nie podjęło żadnych działań w odpowiedzi na problemy kadrowe. Wśród innych inicjatyw respondenci wskazywali na wydłużenie czasu pracy obecnych pracowników, a nawet ograniczenie produkcji.

W grupie mikroprzedsiębiorstw dominowały odpowiedzi, że w reakcji na niedobór wykwalifikowanych pracowników zatrudniano osoby, którym brakuje niektórych wymaganych umiejętności lub kwalifikacji, ale posiadają potencjał do ich zdobycia (38%). Wśród małych i średnich/dużych firm najczęściej udzielano odpowiedzi, że stosowano dodatkowe szkolenia i możliwość rozwoju dla obecnych pracowników (odpowiednio 47,2% i 54,2%).

Wyniki nie różniły się znacząco w analizie uwzględniającej poszczególne podregiony, jednak wart zauważenia jest fakt, że najwięcej przedsiębiorstw, które nie zareagowały na deficyty kadrowe funkcjonowało w podregionie konińskim (aż 53,3%).

Zdaniem przedsiębiorców trudności, ze znalezieniem pracowników wynikają w dużej mierze z niskiej popularności szkół zawodowych. Trend ten występuje w Polsce już od kilku lat, dlatego pracodawcy mają aktualnie problem, aby zastąpić starszych wiekiem fachowców. Problem jest dość złożony ponieważ należałoby rozpocząć od zmiany postrzegania szkół zawodowych jako „gorszych” od np. liceów ogólnokształcących czy uczelni wyższych. Przedsiębiorcy wskazują również, że powinna zostać zainicjowana współpraca pomiędzy szkołami a pracodawcami np. w formie patronatu zakładu produkcyjnego nad placówką, a także poprzez przyjmowanie na staże uczniów tej szkoły i późniejsze zatrudnianie.

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że jednym z kluczowych problemów kadrowych branży spożywczej jest brak na rynku pracy osób posiadających wymagany zawód oraz umiejętności zawodowe. Według ekspertów uczestniczących w badaniu jakościowym polski system szkolnictwa opiera się głównie na przekazywaniu wiedzy teoretycznej. W zawodach związanych z branżą spożywczą najważniejsze są natomiast umiejętności praktyczne, których kandydaci do pracy często nie posiadają pomimo ukończonej szkoły zawodowej. Kolejnymi znaczącymi problemami z jakimi spotykają się przedsiębiorcy związani z przetwórstwem spożywczym jest brak motywacji osób posiadających wymagane kwalifikacje do pracy w zawodzie lub nieadekwatne do proponowanych warunków oczekiwania. Według ekspertów, zdarza się również, że pracownik po przeszkoleniu rezygnuje z pracy, ponieważ nie zdawał sobie sprawy z trudnych warunków pracy, jakie panują w przetwórstwie spożywczym lub nie zadowala go otrzymywane wynagrodzenie.

CUDZOZIEMCY NA WIELKOPOLSKIM RYNKU PRACY

Jak już wcześniej wspomniano 8,6% firm uczestniczących w badaniu zadeklarowało, że w reakcji na niedobór pracowników zatrudniło pracowników z zagranicy. Z danych Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej wynika, że w 2017 roku łączna liczba pozwoleń na pracę wydanych dla cudzoziemców wyniosła w skali całego kraju 235 626, z czego 24 991 dotyczy pracowników przetwórstwa przemysłowego. W województwie wielkopolskim w 2017 roku wydano 21 036 pozwoleń na pracę dla obcokrajowców, spośród których 3 020 dla pracowników skierowanych do pracy w przetwórstwie przemysłowym.

Tabela 37. Zestawienie wydanych pozwoleń na pracę w województwie wielkopolskim i pozwoleń dotyczących przetwórstwa przemysłowego w 2017 r..

Obywatelstwo	Ogółem wydane zezwolenia na pracę	Przetwórstwo przemysłowe	Obywatelstwo	Ogółem wydane zezwolenia na pracę	Przetwórstwo przemysłowe
Armenia	7	2	Meksyk	4	1
Azerbejdżan	5	3	Mołdawia	567	41
Bangladesz	100	12	Mongolia	72	26
Białoruś	293	26	Nepal	218	102
Brazylia	8	2	Palestyna	2	2
Chiny	17	9	RPA	4	1

Gruzja	76	9	Rosja	55	7
Indie	104	16	Stany Zjednoczone	14	1
Indonezja	8	1	Turcja	66	16
Kambodża	2	2	Turkmenistan	1	1
Kazachstan	5	1	Ukraina	19 072	2 695
Korea Południowa	5	4	Uzbekistan	99	34
Korea Północna	2	1	Wietnam	18	5

Źródło: Sprawozdanie Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej na temat zatrudniania cudzoziemców w Polsce.

Z danych zamieszczonych w powyższej tabeli wynika, że w przetwórstwie przemysłowym w województwie wielkopolskim zdecydowanie dominują pracownicy z Ukrainy, którzy stanowią aż 89,2% wszystkich zatrudnionych obcokrajowców w tym sektorze. Na drugim miejscu są pracownicy pochodzący z Nepalu – 102 osoby, z kolei na trzecim pracownicy z Mołdawii – 41. Należy również mieć na uwadze pracujących w tzw. szarej strefie, dlatego liczby pracujących w Polsce obywateli innych państwa mogą być znacznie większe.

Dla obywateli Armenii, Białorusi, Gruzji, Mołdawii, Rosji i Ukrainy przewidziano procedurę ubiegania się o zatrudnienie w oparciu o oświadczenie o zamiarze powierzenia pracy cudzoziemcowi. Zgodnie z danymi Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu łącznie wielkopolskie urzędy pracy zarejestrowały w 2017 roku 182 194 takie oświadczenia (o 43,5% więcej niż w roku poprzednim).

Na podstawie danych z powiatowych urzędów pracy, zatrudnianie cudzoziemców w znaczącym stopniu dotyczy branży spożywczej. W I półroczu 2018 r. w wielkopolskich urzędach pracy łącznie zarejestrowano 33 354 oświadczenia o powierzenie pracy cudzoziemcowi w przetwórstwie przemysłowym, z czego ponad 1/3 dotyczyła zatrudnienia w przetwórstwie spożywczym (dział 10 i dział 11). Zdecydowana większość oświadczeń dotyczyła powierzenia pracy w firmie z działu 10 (99,2%).

Jak oceniają eksperci do spraw rynku pracy w województwie wielkopolskim, pracownicy z zagranicy zatrudniani są głównie do prac typowo produkcyjnych, nie wymagających specjalnych kwalifikacji. Obcokrajowcy pracują m.in. przy zbiorach owoców i warzyw, a także zakładach zajmujących się ubojem i rozbiorem zwierząt.

Zatrudnianie cudzoziemców ma dzisiaj duże znaczenie ponieważ znacząco uzupełniają oni niedobory kadrowe, z jakimi borykają się wielkopolskie przedsiębiorstwa. Wielkopolscy przedsiębiorcy zauważają jednak zjawisko, zgodnie z którym ww. pracownicy pracujący w Polsce poszukują zatrudnienia w innych krajach Unii Europejskiej.

Będą moim zdaniem rosnąć oczekiwania tych osób, które będą przyjeżdżać do Polski odnośnie płac. One popracują ale teraz często Ukraińcy mówią jak się otworzą granice, że oni wolą jechać do Niemiec i dalej na zachód, bo te płace jednak są dla nich mało atrakcyjne. Myślę, że jednak będą rosły ich oczekiwania.

Jeżeli otworzył się rynek dla tych Ukraińców to oni pojadą tam - Ekspert, agencja zatrudnienia

Z badania jakościowego wynika, że część pracodawców obawia się zatrudniania cudzoziemców z uwagi na ewentualne bariery mentalne, jakie w ich opinii mogą się pojawić w firmie pomiędzy osobami zatrudnionymi dotychczas a pracownikami z zagranicy. Ponadto, przedsiębiorcy zwracają uwagę na problemy mieszkaniowe, które wiążą się z zatrudnieniem cudzoziemców.

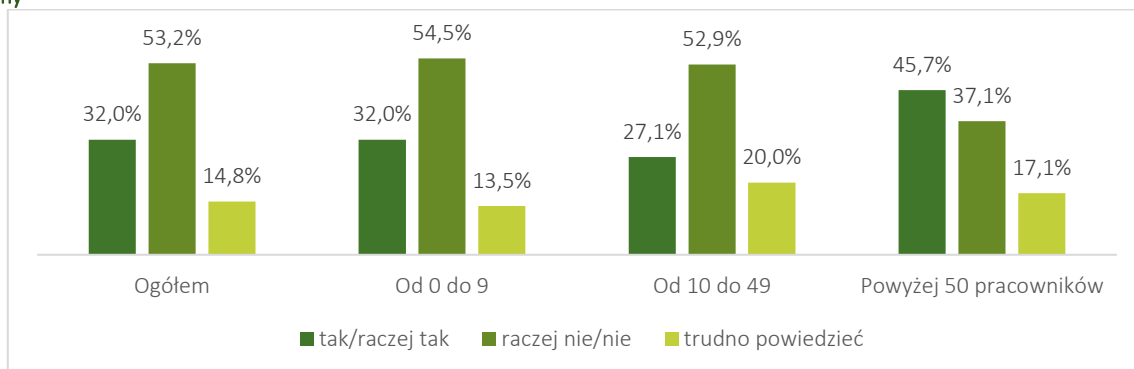
W opinii ekspertów zatrudnianie obcokrajowców może mieć wpływ na politykę kadrową firm z branży spożywczej, w tym proponowane warunki zatrudnienia. Pracodawcy odnosząc się do pracowników z Ukrainy dostrzegają jednak zmiany jakie zaszły w ich oczekiwaniach na przestrzeni ostatnich kilku lat. Zdaniem przedsiębiorców jest to coraz bardziej wymagająca grupa pracowników, która oczekuje od pracodawcy zagwarantowania mieszkania, wyżywienia, dojazdu do pracy i większego wynagrodzenia za swoją pracę. Inną barierą w zatrudnianiu obcokrajowców są formalności związane z uzyskaniem pozwolenia na pracę. Zdaniem pracodawców w Polsce obowiązują skomplikowane procedury jego uzyskania, a czas oczekiwania na decyzję jest długi.

Wśród problemów wynikających z zatrudniania obcokrajowców wymieniana była również duża rotacja pracowników, którzy często rezygnują z jednej pracy i zatrudniają się w innych zakładach. Jest to problem dla firm, którym trudno znaleźć wykwalifikowanego pracownika, dlatego sami przyuczają do pracy osoby chcące podjąć zatrudnienie. Pracodawcy dostrzegają także pozytywne cechy obcokrajowców podejmujących zatrudnienie w Wielkopolsce. Oceniają ich jako pracowitych, sumiennych i zaangażowanych.

DIAGNOZA ZAPOTRZEBOWANIA NA PRACOWNIKÓW

Ponad 30% przedstawicieli przedsiębiorstw objętych badaniem zadeklarowało, że w ciągu najbliższych 12 miesięcy planowane jest zatrudnienie nowych pracowników w ich firmie, ponad połowa (53,2%) natomiast nie ma takich zamiarów.

Wykres 49. Plany w zakresie zatrudnienia nowych pracowników w ciągu najbliższych 12 miesięcy, z uwzględnieniem wielkości firmy



Źródło: CAPI, 349.

Tabela 38. Plany w zakresie zatrudnienia nowych pracowników w ciągu najbliższych 12 miesięcy, z uwzględnieniem podregionu

	kaliski	koniński	leszczyński	m. Poznań	pilski	poznański
tak	33,3%	0,0%	27,3%	21,3%	3,2%	1,5%
raczej tak	24,4%	0,0%	19,5%	27,7%	3,2%	8,8%
raczej nie	30,8%	8,3%	15,6%	25,5%	25,8%	20,6%
nie	10,3%	29,2%	28,6%	25,5%	41,9%	58,8%
trudno powiedzieć	1,3%	62,5%	9,1%	0,0%	25,8%	10,3%

Źródło: CAPI, 349.

Najwyższy odsetek firm, planujących zatrudnienie nowych pracowników w ciągu roku dotyczył średnich i dużych firm – łącznie 45,7% zadeklarowało taki zamiar. W przypadku mikroprzedsiębiorców taki zamiar ma prawie 1/3 badanych, natomiast wśród firm małych firm wskaźnik ten wyniósł 27,1%. W tej grupie odnotowano również najwięcej niezdecydowanych – 20% spośród tej grupy respondentów nie potrafiło zająć stanowiska w tej kwestii.

Uwzględniając w analizie subregiony województwa wielkopolskiego można wskazać, że najwyższy odsetek niezdecydowanych przedsiębiorców co do zatrudniania w ciągu 12 miesięcy nowych pracowników odnotowano w podregionie konińskim – aż 62,5%. Najwyższy odsetek respondentów, którzy zadeklarowali, że nie planują zatrudniania nowych pracowników dotyczył podregionu poznańskiego, pilskiego i Poznania. (odpowiednie 79,4%, 67,7% i 51,1%). Fakt, że przedsiębiorstwo planuje zatrudnienie nowych osób potwierdziło 57,7% firm z podregionu kaliskiego i 46,8% z podregionu leszczyńskiego.

Tabela 39. Najczęściej poszukiwane zawody.

Kucharz ²²	21,9%	Ciastkarz	0,5%
Sprzedawca	13,1%	Drobiarz	0,5%
Cukiernik	11,5%	Handlowiec	0,5%
Piekarz	10,3%	Karmelarz	0,5%
Kierowca	8,7%	Magazynier	0,5%
Kelner	7,7%	Menager	0,5%
Rzeźnik	4,9%	Operator i prace pomocnicze	0,5%
Pracownik fizyczny	4,4%	Operator maszyn	0,5%
Pomoc kuchenna	3,3%	Pomocnik mleczarza	0,5%
Masarz	2,7%	Pracownik produkcji	0,5%
Pakowacz	1,6%	Sprzątaczką	0,5%

²² Badaniem zostały objęte firmy prowadzące działalność w ramach działów 10 i 11 sekcji C PKD, jednakże w trakcie ankiety nie weryfikowano, czy prowadzą dodatkową działalność w ramach innej branży np. gastronomicznej. W związku ze wskazaniami na poszukiwanie kelnerów i kucharzy przypuszcza się, że firmy te prowadzą również działalność gastronomiczną i będąc równocześnie np. właścicielami lokali udzielały takiej właśnie odpowiedzi.

Laborant	1,1%	Zawody gastronomiczne	0,5%
Pracownik branży mleczarskiej	0,5%	Zbieracz owoców	0,5%
Bufetowa	0,5%	Pracownik linii produkcyjnej	0,5%

Źródło: CAPI, N=113

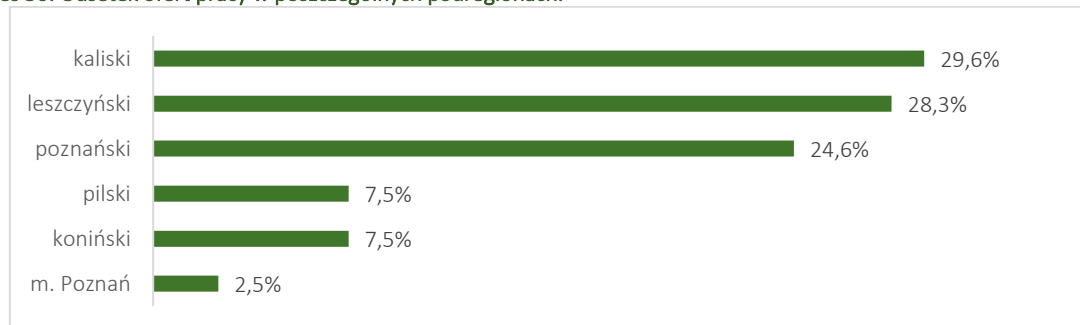
Jak wskazują eksperci uczestniczący w badaniu jakościowym, problemy z rekrutacją do zakładów produkcyjnych nie dotyczą pracowników wyższego szczebla, księgowych, finansistów, a także osób zajmujących się marketingiem czy reklamą. W ich opinii największy deficyt pracowników występuje na takie zawody: sprzedawca, cukiernik, piekarz oraz kierowca (co pokrywa się z wynikami badania ilościowego). Są to profesje, których nauki młodzi ludzie mogą podjąć się w ramach szkół branżowych, jednakże z uwagi na malejące przez ostatnie lata zainteresowanie tego typu placówkami, obecnie na rynku brakuje wykwalifikowanych pracowników w tych właśnie specjalizacjach. Eksperci uczestniczący w badaniu jakościowym diagnozują również trudności z dostępem do elektrotechników, automatyków i robotyków obsługujących procesy produkcyjne i zajmujących się utrzymaniem ruchu w zakładzie. Największy deficyt kadrowy dotyczy pracowników produkcyjnych, czyli osób zajmujących najniższe stanowiska i otrzymujących najniższe wynagrodzenia.

Prawda jest taka, że młodzież dzisiaj tylko studia i nie ma tych zawodowców. Niestety spotykamy się z tym, że szukamy ludzi to są ludzie, którzy nie mają wykształcenia w tym kierunku, nie mamy innego wyjścia bo rynek jest jaki jest. Cieszymy się z starej ekipy, którą mamy, którą potrafi tych ludzi nauczyć, ale w jakiś sposób utrudnia nam życia, no bo nie jest to tak jak 4 lata temu, że zatrudniamy pracownika i on wie co ma robić. Nowozatrudniony pracownik potrzebuje czasu i zainteresowania - Przedsiębiorca, firma do 50 pracowników

ANALIZA OFERT PRACY

W wyniku prowadzonej analizy ofert pracy zgromadzono łącznie 240 ogłoszeń o pracę dotyczących branży spożywczej w Wielkopolsce (podmioty sklasyfikowane w działach 10 i 11 sekcji C PKD). Największy odsetek ofert obejmował podregion kaliski, którego dotyczyło 29,6% wszystkich ofert. Drugi pod tym względem był podregion leszczyński, którego dotyczyło 28,3% ogłoszeń o pracę w przetwórstwie spożywczym. Spośród wszystkich zgromadzonych ofert 24,6% obejmowało subregion poznański. Odsetek ofert w pozostałych subregionach nie przekroczył 10%, a najmniejszy był dla podregionu m. Poznania i wyniósł 2,5%.

Wykres 50. Odsetek ofert pracy w poszczególnych podregionach.



Źródło: Opracowanie własne.

Analizując zgromadzone oferty pod względem ich liczby w poszczególnych powiatach województwa wielkopolskiego, największa ich liczba obejmowała podjęcie zatrudnienia w powiecie poznańskim (12,9%). Powiatów gostyńskiego i grodzkiego (subregion leszczyński) dotyczyło odpowiednio 8,3% i 7,9% wszystkich zgromadzonych ogłoszeń. W podregionie kaliskim najwięcej ogłoszeń dotyczyło powiatu ostrzeszowskiego – 7,9%. Powiatu obornickiego (podregion poznański) dotyczyło 7,1% ofert. Spośród miast na prawach powiatu najwięcej ogłoszeń o pracę w branży spożywczej obejmowało podjęcie zatrudnienia w Kaliszu – 13 ogłoszeń, 5,4%.

Tabela 40. Poszukiwane zawody w branży spożywczej w województwie wielkopolskim.

zawód	liczba ofert	odsetek ofert
magazynier	28	11,7%
kierowca	17	7,1%
mechanik maszyn i urządzeń przemysłowych	15	6,3%
piekarz	13	5,4%
pomocniczy robotnik	13	5,4%
sprzedawca	12	5,0%
operator maszyn i urządzeń	12	5,0%

rzeźnik-wędliniarz	9	3,8%
elektryk	8	3,3%
pozostali pracownicy wykonujący prace proste, gdzie indziej niesklasyfikowani	8	3,3%
pracownik biurowy	8	3,3%
cukiernik	7	2,9%
kontroler jakości produktów spożywczych	6	2,5%
pakowacz ręczny	5	2,1%
ubojowy	5	2,1%
pracownik produkcji	4	1,7%
ślusarz	4	1,7%
kierowca/operator wózków jezdniowych	4	1,7%
fakturzystka	3	1,3%
przedstawiciel handlowy	3	1,3%
robotnik gospodarczy	3	1,3%
elektromonter	3	1,3%
elektryk/elektromechnik	2	0,8%
kierownik magazynu	2	0,8%
kierownik obszaru produkcji	2	0,8%
laborant chemiczny	2	0,8%
magazynier - operator wózka widłowego	2	0,8%
pozostali dietetycy i specjaliści do spraw żywienia	2	0,8%
pozostali piekarze, cukiernicy i pokrewni	2	0,8%
pracownik wylęgarni drobiu	2	0,8%
specjalista do spraw organizacji i rozwoju sprzedaży	2	0,8%
technik automatyk	2	0,8%
aparatury produkcji drożdży	1	0,4%
automatyk	1	0,4%
elektromechnik	1	0,4%
grafik komputerowy dtp	1	0,4%
inżynier technologii żywności	1	0,4%
inżynier w dziale techniczno-produkcyjnym	1	0,4%
inżynier zootechniki	1	0,4%
kierownik projektu	1	0,4%
kierownik zakładu produkcyjnego	1	0,4%
księgowy	1	0,4%
młodszy specjalista technolog	1	0,4%
młynarz	1	0,4%
operator produkcji	1	0,4%
operator stacji technologicznej / ślusarz	1	0,4%
operator suwnic (suwnicowy)	1	0,4%
operator zautomatyzowanej linii produkcyjnej	1	0,4%
pomocnik piekarza	1	0,4%
pozostali kierownicy do spraw zarządzania zasobami ludzkimi	1	0,4%
pozostali klasyfikatorzy żywności i pokrewni	1	0,4%
pozostali masarze, robotnicy w przetwórstwie ryb i pokrewni	1	0,4%
pozostali robotnicy przetwórstwa surowców roślinnych	1	0,4%
pracownik działu planowania i zakupu opakowań	1	0,4%
pracownik prac dorywczych	1	0,4%
pracownik punktu skupu	1	0,4%
rozbieracz-wykrawacz	1	0,4%
specjalista ds. marki	1	0,4%
specjalista ds. zarządzania kategorią zakupową	1	0,4%
specjalista ds. zarządzania należnościami	1	0,4%
technolog ds. mięsa i przetwórstwa	1	0,4%
wędliniarz	1	0,4%

Źródło: Opracowanie własne.

Lista zawodów poszukiwanych przez wielkopolskich pracodawców była bardzo zróżnicowana. Wśród nich zdecydowanie dominowały ogłoszenia dotyczące poszukiwania kandydatów na stanowisku magazynier – 11,7% wszystkich ofert. Drugim najczęściej poszukiwanym zawodem był kierowca – tego zawodu dotyczyło 7,1% ofert pracy. Wielokrotnie w ofertach występowały również takie zawody jak: mechanik maszyn i urządzeń (6,3%), piekarz (5,4%), pomocniczy robotnik (5,4%), sprzedawca (5%), operator maszyn i urządzeń (5%), oraz rzeźnik-wędliniarz (3,8%).

Tabela 41. Oczekiwane wykształcenie w branży spożywczej w województwie wielkopolskim.

wykształcenie	liczba ofert	odsetek ofert
zasadnicze zawodowe	90	37,5%
brak lub niepełne podstawowe	53	22,1%
brak danych	18	7,5%
podstawowe	17	7,1%
wyższe	17	7,1%
średnie	15	6,3%
średnie zawodowe	8	3,3%
zasadnicze zawodowe/średnie zawodowe	5	2,1%
średnie ogólnokształcące/wyższe	4	1,7%
zasadnicze zawodowe/średnie	4	1,7%
podstawowe/zasadnicze zawodowe	3	1,3%
inne	6	2,4%

Źródło: Opracowanie własne.

Jednym z analizowanych parametrów było wymagane przez pracodawców wykształcenie kandydatów do pracy. Spośród wszystkich analizowanych ogłoszeń 37,5% zawierało informację, że od kandydatów do pracy wymagane było wykształcenie zawodowe. Aż 22,1% pracodawców dopuszczało nieposiadanie wykształcenia przez przyszłego pracownika lub wykształcenie niepełne podstawowe. W przypadku 7,5% ogłoszeń pracodawcy nie sprecyzowali jakiego wykształcenia wymagali od kandydatów do pracy. Zarówno wykształcenie podstawowe i wyższe znalazło się w 7,1% badanych ofert pracy.

Tabela 42. Oczekiwane doświadczenie w branży spożywczej w województwie wielkopolskim.

doświadczenie	liczba ofert	odsetek ofert
brak danych	134	55,8%
mile widziane	35	14,6%
1 rok	15	6,3%
doświadczenie w pracy	10	4,2%
3 lata	8	3,3%
wymagane	8	3,3%
1 miesiąc	5	2,1%
2 lata	5	2,1%
10 miesięcy	4	1,7%
bez znaczenia	4	1,7%
inne	12	4,8%

Źródło: Opracowanie własne.

Ponad połowa ofert pracy w branży spożywczej w województwie wielkopolskim nie zawierała informacji na temat doświadczenia jakie było wymagane od kandydatów do pracy. Jeżeli pracodawcy sprecyzowali swoje oczekiwania wobec doświadczenia przyszłych pracowników, najczęściej (14,6%) wskazywali, że doświadczenie jest mile widziane. Piętnastu przedsiębiorców 6,3% określiło, że oczekują od kandydatów rocznego doświadczenia, natomiast 4,2% wskazało w sposób ogólny, że wymagane było doświadczenie w pracy.

Tabela 43. Wymagane kwalifikacje w branży spożywczej w województwie wielkopolskim.

kwalifikacja	liczba ofert	odsetek ofert
brak danych	132	55,0%
książeczka sanepidu	62	25,8%
prawo jazdy kat. B	17	7,1%
uprawnienia elektryczne SEP	9	3,8%
znajomość MS Office	8	3,3%

znajomość języka angielskiego	7	2,9%
prawo jazdy kat. C+E	4	1,7%
uprawnienia do obsługi wózków widłowych	4	1,7%
znajomość języka angielskiego lub niemieckiego	3	1,3%
inne	11	4,4%

Źródło: Opracowanie własne.

Ponad połowa z gromadzonych ofert pracy nie zawierała wymogów w zakresie kwalifikacji zawodowych. W katalogu wymaganych przez wielkopolskich przedsiębiorców z branży spożywczej kwalifikacji do podjęcia zatrudnienia, jeżeli je wskazywano to najczęściej pojawiało się oczekiwanie posiadania przez kandydatów aktualnych badań sanepidu, tzw. Książeczki sanepidu – 25,8%. Kwalifikacja ta zdecydowanie dominowała w porównaniu z innymi. Spośród wszystkich ofert łącznie 10% zawierało informację na temat wymaganego prawa jazdy (część pracodawców określała wymaganą kategorię).

Tabela 44. Wymagane kompetencje w branży spożywczej w województwie wielkopolskim.

kompetencja	liczba ofert	odsetek ofert
brak danych	131	54,6%
chęci do pracy	10	4,2%
gotowość do pracy w systemie zmianowym	9	3,8%
umiejętność pracy w zespole	8	3,3%
dyspozycyjność	6	2,5%
umiejętność negocjacyjne	6	2,5%
komunikatywność	5	2,1%
kreatywność	5	2,1%
umiejętność szybkiego uczenia się	5	2,1%
zaangażowanie	5	2,1%
samodzielność	4	1,7%
umiejętność budowania relacji biznesowych	4	1,7%
sumienność	3	1,3%
umiejętności analityczne	3	1,3%
umiejętności manualne	3	1,3%
zdolność do pracy	3	1,3%
inne	39	15,6%

Źródło: Opracowanie własne.

Jeśli chodzi o wskazywanie przez pracodawców wymaganych kompetencji, to aż 54,6% ogłoszeń nie zawierało informacji na temat oczekiwań przedsiębiorców w tym zakresie. Kompetencje, które najczęściej się powtarzały w ogłoszeniach to: chęci do pracy (4,2%) , gotowość do pracy w systemie zmianowym (3,8%) oraz umiejętność pracy w zespole (3,3%). Warto również podkreślić, że żadna w pojawiających się w ogłoszeniach kompetencja nie dominowała na tle innych.

Tabela 45. Proponowana forma zatrudnienia w branży spożywczej w województwie wielkopolskim.

forma zatrudnienia	liczba ofert	odsetek ofert
umowa o pracę	122	50,8%
umowa o pracę na okres próbny	62	25,8%
umowa o pracę na czas określony	22	9,2%
umowa o pracę na czas nieokreślony	17	7,1%
brak danych	9	3,8%
umowa o pracę - sezonowa	4	1,7%
umowa zlecenie	4	1,7%

Źródło: Opracowanie własne.

Z analizy ofert pracy, podobnie jak z przeprowadzonego badania ilościowego wynika, że dominującą formą zatrudnienia w branży spożywczej w województwie wielkopolskim była umowa o pracę – łącznie 94,6%. Jedynie 3,8% pracodawców nie określiło jaką formę zatrudnienia proponowało kandydatom do pracy.

Tabela 46. Proponowany wymiar zatrudnienia w branży spożywczej w województwie wielkopolskim.

wymiar zatrudnienia	liczba ofert	odsetek ofert
pełny etat	192	80,0%
brak danych	39	16,3%
1/2 etatu	7	2,9%
staż	2	0,8%

Źródło: Opracowanie własne.

W zdecydowanej większości zgromadzonych ofert pracy kandydatom do pracy proponowano zatrudnienie na pełen etat – 80%. W przypadku 16,3% ogłoszeń, przedsiębiorcy nie określili wymiaru zatrudnienia. Łącznie 7 ofert (2,9%) obejmowało podjęcie pracy z ½ etatu, natomiast 2 oferty dotyczyły podjęcia stażu.

Tabela 47. Proponowane wynagrodzenie brutto.

wynagrodzenie	liczba ofert	odsetek ofert
od 2 100 PLN	68	28,3%
brak danych	36	15,0%
od 2 500 PLN	15	6,3%
od 2 100 PLN + premia	14	5,8%

Źródło: Opracowanie własne.

Jeśli chodzi o wysokość wynagrodzenia, to wskazała ją 75% pracodawców. Kwoty były bardzo zróżnicowane i oscylowały od 2 100 do 9 000 zł brutto (w niektórych ofertach pojawiała się stawka godzinowa). Niemal 1/3 ofert zawierała informacje, że pracodawca proponuje wynagrodzenie w wysokości od 2 100 zł brutto, natomiast 5,8% pracodawców oprócz wynagrodzenia zasadniczego w wysokości 2 100 zł brutto oferowało również premie (brak wskazań co do konkretnej kwoty). Wynagrodzenie w wysokości od 2 500 zł brutto obejmowało łącznie 6,3% ogłoszeń..

Poniżej przedstawiono analizę ofert pracy uwzględniającą poszczególne subregiony województwa wielkopolskiego.

Podregion poznański

Spośród wszystkich zgromadzonych ofert pracy (240) oferty dla podregionu poznańskiego stanowiły 24,6% wszystkich publikowanych ogłoszeń. Spośród 59 ofert 31 dotyczyło powiatu poznańskiego. Jeśli chodzi o pozostałe oferty pracy to 17 dotyczyło powiatu obornickiego, 7 średzkiego i 4 szamotulskiego. W podregionie poznańskim najczęściej poszukiwani byli magazynierzy (16,9%) a także, mechanicy maszyn i urządzeń przemysłowych (8,5%) oraz pomocniczy robotnicy (8,5%). Czterech pracodawców z subregionu poszukiwało kandydatów na stanowisku kierowcy (6,8%). Wśród wymagań wobec przyszłych pracowników najczęściej pojawiało się posiadanie przez nich wykształcenia zasadniczego zawodowego (27,1%) lub brak/wykształcenie niepełne podstawowe (23,7%). W podregionie 11,9% pracodawców nie określiło jakiego wykształcenia oczekują od przyszłych pracowników. Taki sam odsetek przedsiębiorstw oferujących zatrudnienie wśród wymagań wskazał posiadanie wykształcenia wyższego. Przedsiębiorcy, którzy sprecyzowali swoje oczekiwania wobec posiadanego doświadczenia przez kandydatów zainteresowanych zatrudnieniem stanowili 57,6%. Spośród nich 16,9% wskazało tylko, że doświadczenie jest mile widziane, 13,6% wymagało rocznego doświadczenia. Podobnie jak w całym województwie wśród posiadanych kwalifikacji do podjęcia zatrudnienia w branży spożywczej najczęściej w podregionie poznańskim pojawiało się posiadanie przez kandydatów aktualnych badań sanepidu (książeczka sanepidu – 50,8%). Ponad 1/3 pracodawców nie określiła w publikowanych ofertach pracy jakich kwalifikacji oczekuje od przyszłych pracowników, natomiast 8,5% wymagało posiadania prawa jazdy kat. B, a 6,8% uprawnień do obsługi wózków widłowych. Jeżeli chodzi o oczekiwania względem kompetencji to 28,8% pracodawców w subregionie nie określiło swoich oczekiwań. Wśród przedsiębiorców którzy wskazywali jakich kompetencji (miękkich i twardych) wymagają od przyszłych pracowników najczęściej pojawiały się dyspozycyjność (10,2%), zaangażowanie (8,5%), a także gotowość do pracy w systemie zmianowym (6,8%). Wszystkie oferty pracy w branży spożywczej w podregionie poznańskim, w których sprecyzowano formę zatrudnienia (86,4%) obejmowały zatrudnienie w formie umowy o pracę, w tym 20,3% na okres próbny, 16,9% na czas określony, 10,2% na czas nieokreślony, a 5,1% dotyczył pracy sezonowej. Wymiar zatrudnienia został określony w 74,6% ogłoszeń w podregionie, z czego wszystkie dotyczyły pracy na pełen etat. Wynagrodzenia w podregionie poznańskim nie zostały określone w 27,1% ofert pracy. W pozostałych ogłoszeniach dominowało zatrudnienie za stawkę od 2 100 zł brutto (22%).

Podregion kaliski

Oferty pracy z subregionu kaliskiego stanowiły 29,6% wszystkich zgromadzonych ofert (71 ofert spośród 240). Najwięcej z nich dotyczyło powiatu ostrzeszowskiego – 19. Drugie pod względem liczby ogłoszeń o pracę w branży spożywczej były powiaty ostrowski i Kalisz – 13 ofert. Liczba ogłoszeń o pracę w pozostałych powiatach wyniosła: krotoszyński 9, kępiński 5, kaliski 4, jarociński 7 i pleszewski 1. W podregionie kaliskim najczęściej poszukiwanym pracownikiem był magazynier (9,9%) oraz kierowca (8,5%), a także sprzedawca (8,5%). Pięć ogłoszeń dotyczyło pracy na stanowisku mechanika maszyn i urządzeń przemysłowych (7,0%). Prawie połowa (42,3%) wszystkich ankietowanych pracodawców wymagała wykształcenia zasadniczego zawodowego. Brak lub niepełne wykształcenie w ofertach pracy określiło ponad ¼ przedsiębiorców (25,4%). Pięć ogłoszeń dotyczyło wykształcenia zarówno podstawowego (7,0%) jak i średniego (7,0%) oraz wyższego (7,0%). W podregionie kaliskim ponad połowa (54,9%) pracodawców nie określiła oczekiwań wobec pracobiorców w kwestii doświadczenia. Przedsiębiorcy, którzy określili doświadczenie jako mile widziane stanowią 21,1%. Tylko cztery (5,6%) oferty pracy zawierały określone doświadczenie w wymiarze 10 miesięcy. Taki sam odsetek wskazywał, iż posiadanie doświadczenia nie jest warunkiem koniecznym. Wśród wszystkich ofert pracy, tylko 23,9% miało zapis dotyczący kwalifikacji. Największym odsetkiem (8,5%) odznaczał się wymóg posiadania książeczki sanepidu. Pięciu pracodawców określiło, iż wymagają prawa jazdy kat. B (7%), zaś prawa jazdy kategorii C+E wymagało jedynie 4,2%. Większość przedsiębiorców (59,2%) z podregionu kaliskiego nie określiło wymaganych kompetencji. Analizowane oferty pracy zawierały chęć do pracy jako najczęściej (8,5%) pożądaną kompetencję wśród kandydatów na oferowane stanowisko. Trzech pracodawców wymagało kreatywności (4,2%) oraz umiejętności budowania relacji biznesowych (4,2%). Przeważająca część ofert pracy dotyczyła zatrudnienia w oparciu o umowę o pracę (91,6%). Wśród nich 49,3% stanowiły propozycje zatrudnienia na podstawie umowy na okres próbny. Umowę zlecenie oferowało tylko czterech pracodawców (5,6%). Najczęściej proponowanym wymiarem pracy w analizowanych ofertach pracy był pełen etat (85,9%). Czterech przedsiębiorców nie określiło na jaki wymiar zatrudnienia oferują pracę (5,6%). Taki sam odsetek pracodawców poszukiwało pracownika na ½ etatu. Jeżeli chodzi o określenie wynagrodzenia, w regionie kaliskim najczęściej proponowano kwotę od 2100 zł brutto (26,8%). Wynagrodzenie w kwocie od 2500 zł brutto zawierało 11,3% ofert pracy. Wynagrodzenie na poziomie od 2200 zł brutto wraz z premią stanowiło 7 % wszystkich ogłoszeń.

Podregion koniński

Spośród wszystkich zgromadzonych ofert pracy ogłoszenia dla podregionu konińskiego stanowiły 7,5% wszystkich publikowanych ogłoszeń. Spośród 18 ofert 7 dotyczyło powiatów kolskiego, 5 tureckiego, 3 wrzesińskiego, 1 słupeckiego, a 2 Konina. W podregionie konińskim wyróżniały się cztery oferty pracy, które najczęściej pojawiały się wśród analizowanych ogłoszeń. Wśród poszukiwanych zawodów był kierowca (11,6%), operator maszyn i urządzeń (11,6%), pakowacz ręczny (11,6%) oraz piekarz (11,6%). Każda z pozostałych oferty pojawiły się tylko raz – fakturzystka, kierowca/operator wózków jezdniowych, magazynier, mechanik maszyn i urządzeń przemysłowych, pomocniczy robotnik, robotnik gospodarczy, rozbieracz-wykrawacz, rzeźnik-wędliniarz, ubojowy, wędliniarz. Brak lub wykształcenie niepełne podstawowe w analizowanych ofertach wymagała ponad połowa (55,6%) pracodawców. Siedem ogłoszeń dotyczyło wykształcenia na poziomie zasadniczego zawodowego (38,9%). Tylko jedno ogłoszenie (5,6%) zawierało wymóg wykształcenia średniego zawodowego. Przeważająca część przedsiębiorców w podregionie konińskim, nie sprecyzowała wymogu w kwestii doświadczenia (72,2%). Natomiast 11,1% pracodawców od kandydatów na oferowane stanowisko wymagało jednego miesiąca doświadczenia. Najczęściej wymienianą kwalifikacją przez przedsiębiorców było posiadanie książeczki sanepidu (66,7%). Trzech pracodawców (16,7%) nie wymagało żadnych kwalifikacji. W podregionie konińskim wszyscy pracodawcy proponowali umowę o pracę. Wśród analizowanych ofert umowa o pracę na czas określony została zaproponowana przez trzy przedsiębiorstwa (16,7%), a na czas nieokreślony pojawiła się raz (5,6%). Taki sam odsetek przedsiębiorstw oferował umowę o pracę na okres próbny. Wynagrodzenie od 2100 zł brutto było najczęściej (44,4%) pojawiająca się kwotą oferowaną kandydatom. Trzech pracodawców (16,7%) zaproponowało wynagradzanie od 3000 zł brutto. W podregionie konińskim nikt nie wskazał kompetencji zarówno twardych jak i miękkich. Wszystkie ogłoszenia o pracę zawierały ofertę pełnego wymiaru zatrudnienia.

Podregion leszczyński

Oferty pracy z subregionu leszczyńskiego stanowiły 28,3% wszystkich zgromadzonych ofert (68 oferty spośród 240). Najwięcej z nich dotyczyło powiatu gostyńskiego – 20. Drugi pod względem liczby ogłoszeń o pracę w branży spożywczej był powiat grodziski – 19 ofert z podregionu. Odsetek ogłoszeń o pracę w pozostałych powiatach wyniósł: rawicki 13, wolsztyński 8, kościański 3, leszczyński 1, międzychodzki 2 i rawicki 15. W podregionie leszczyńskim najbardziej poszukiwanymi zawodami były magazynier (13,2%) piekarz (7,4%) oraz sprzedawca (7,4%). Na trzeciej pozycji najczęściej powtarzających się zawodów pojawił się kierowca (5,9%), mechanik maszyn i urządzeń przemysłowych (5,9%), operator maszyn i urządzeń (5,9%). Prawie połowa pracodawców (44,1%) określiła wykształcenie zasadnicze zawodowe jako wymagane, zaś wykształcenie

podstawowe zaznaczyło 16,2% przedsiębiorców. Siedem ofert (10,3%) nie posiadało sprecyzowanych wymagań w tej kwestii. W większości przypadków (64,7%) doświadczenie nie było wymagane od kandydatów na oferowane stanowiska. Siedem pracodawców (10,3%) określiło jego posiadanie jako mile widziane, zaś sześciu (8,8%) wymieniło je w ogólnym twierdzeniu jako „doświadczenie w pracy”. Podobny odsetek (63,2%) przedsiębiorców nie wymagał dodatkowych kwalifikacji od kandydatów. Wśród kwalifikacji wymaganych przez ośmiu pracodawców (11,8%) znajdowało się posiadanie książeczki sanepidu, zaś siedem przedsiębiorstw (10,3%) wymagało uprawnień elektryczne SEP. W podregionie leszczyńskim kompetencje nie były wymieniane w ofertach pracy przez dominującą większość przedsiębiorców (61,8%). Najczęściej wymieniane były kompetencje „miękkie”. Od kandydatów wymagana była chęć do pracy (4,4%), a także gotowość do pracy w systemie zmianowym (4,4%). Dwie oferty pracy zawierały umiejętność pracy w zespole (2,9%). Jeżeli chodzi o proponowaną formę zatrudnienia, to każda z ofert opierała się na zatrudnieniu na podstawie umowy o pracę, przy czym 17,6% pracodawców dookreśliło formę zatrudnienia na okres próbny. Siedmiu przedsiębiorców (10,3%) zaoferowało umowę o pracę na czas nieokreślony, a czterech (5,9%) na czas określony. Dominującym wymiarem zatrudnienia w analizowanych ogłoszeniach był pełen etat (77,9%), zaś 20,6% ofert nie posiadało określonego czasu pracy. W podregionie leszczyńskim, w branży spożywczej, najwięcej ofert posiadało proponowane wynagrodzenie od 2100 zł brutto (27,9%). W 20,6% przypadkach nie sprecyzowano kwoty wynagrodzenia.

Podregion pilski

Spośród wszystkich zgromadzonych ofert pracy ogłoszenia dla podregionu konińskiego stanowiły 7,5% wszystkich publikowanych ogłoszeń. Spośród 18 ofert 5 dotyczyły czarnkowsko-trzcianeckiego, 4 pilskiego i 9 złotowskiego. W podregionie pilskim najczęściej poszukiwani byli pomocniczy robotnicy (16,7%) a także, piekarze (11,1%) oraz pozostali pracownicy wykonujący prace proste, gdzie indziej niesklasyfikowani (11,1%). Wśród wymagań wobec kandydatów najczęściej pojawiało się posiadanie przez nich wykształcenia zasadniczego zawodowego (38,9%) lub podstawowego (27,8%). Wykształcenie gimnazjalne było preferowane przez 11,1% pracodawców. Taki sam odsetek przedsiębiorców wymagało średniego wykształcenia. Ponad połowa (55,6%) ogłoszeń nie posiadała sprecyzowanych oczekiwań pracodawców wobec posiadanego doświadczenia przez kandydatów. Wymóg 1 miesiąca doświadczenia określiło 16,7% przedsiębiorców. Dwa oferty (11,1%) określały możliwość przyuczenia do zawodu, gdzie jednocześnie doświadczenie zawodowe było mile widziane. W podregionie pilskim, wśród posiadanych kwalifikacji przez kandydatów, pracodawcy najczęściej nie określali jakich kwalifikacji oczekują od przyszłych pracowników (61,1%). Natomiast prawie 1/3 przedsiębiorców określiła wymóg posiadania aktualnych badań sanepidu, a 11,1% wymagało posiadania prawa jazdy kat. B. Jeżeli chodzi o oczekiwania względem kompetencji to dominująca większość pracodawców (83,3%) nie określiła swoich oczekiwań wobec kandydatów. Umiejętność pracy w zespole stanowi wyjątek na tym tle (5,6%). Taki sam odsetek pracodawców wymagało kompetencje komunikatywności. Wszystkie oferty pracy w branży spożywczej w podregionie obejmowały zatrudnienie w formie umowy o pracę, w tym 22,2% na czas określony. Umowę o pracę na czas nieokreślony i na okres próbny preferowało 11,1% pracodawców, zarówno w pierwszej, jak i drugiej formie. Najczęściej wymienianym wymiarem zatrudnienia był pełen etat (88,9%), zaś ½ wymiaru czasu pracy wymieniało 11,1% pracodawców. Dokładnie połowa wszystkich ofert pod względem proponowanych wynagrodzeń, zawierała kwotę od 2100 zł brutto. W pozostałych ogłoszeniach, wszystkie stawki zostały wymienione jednokrotnie.

Miasto Poznań

Oferty pracy ze stolicy województwa wielkopolskiego stanowiły 2,5% wszystkich zgromadzonych ofert (6 ofert spośród 240). W stolicy województwa wielkopolskiego, najczęściej poszukiwanym pracownikiem był pracownik produkcji i przedstawiciel handlowy. Każdy z zawodów został wymieniony dwukrotnie. Połowa pracodawców nie sprecyzowała wymaganego wykształcenia spośród kandydatów. Dwie oferty pracy zawierały wymóg posiadania wykształcenia średniego bądź zasadniczego zawodowego. Tylko jeden przedsiębiorca poszukiwał pracownika po uczelni wyższej. Podobnie sytuacja klaruje się w przypadku wymaganego doświadczenia. Połowa przedsiębiorców nie określiła wymaganego stażu pracy od kandydatów. Wśród analizowanych ogłoszeń z Poznania, obsługa MS Office była najczęściej oczekiwaną kwalifikacją od potencjalnych kandydatów. Dwóch przedsiębiorców nie określiło jakich kwalifikacji wymagają. W kwestii kompetencji, przedsiębiorcy najbardziej poszukiwali pracowników z gotowością do pracy w systemie zmianowym, komunikatywnością, kreatywnością. Powinni wykazywać się także umiejętnościami negocjacyjnymi oraz szybkiego uczenia się. Każda z wymienionych kompetencji została wymieniona dwukrotnie przez przedsiębiorców. W stolicy województwa wielkopolskiego, czterech pracodawców oferowało zatrudnienie na podstawie umowy o pracę, zaś jeden przedsiębiorca proponował taką formę zatrudnienia w trybie sezonowym.

KSZTAŁCENIE W BRANŻY SPOŻYWCZEJ

OFERTA EDUKACYJNA W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM DLA BRANŻY SPOŻYWCZEJ

Oferta edukacyjna w regionie Wielkopolski to przede wszystkim kierunki oferowane przez szkoły ponadgimnazjalne (szkoły branżowe i technika), a także szkoły wyższe (uniwersytety i politechniki). Poniżej przedstawiono listę jednostek oferujących w roku szkolnym/akademickim 2018/2019 kierunki kształcenia związane z branżą spożywczą.

Tabela 48. Oferta kształcenia w ramach szkół ponadgimnazjalnych.

Nazwa szkoły	Miejscowość	powiat	podregion	Kierunki kształcenia
Zespół Szkół Przyrodniczo-Technicznych Centrum Kształcenia Ustawicznego	Bojanowo	rawicki	leszczyński	Cukiernik
				Piekarz
				Rzeźnik-wędliniarz
Zespół Szkół im. Hipolita Cegielskiego	Chodzież	chodzieski	pilski	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Cukiernik
				Piekarz Wędliniarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Józefa Nojogo	Czarnków	czarnkowsk o- trzcianecki	pilski	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 3	Gniezno	gnieźnieński	koniński	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 1 im. Stanisława Mikołajczyka	Gniezno	gnieźnieński	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół im. Karola Libelta	Gołańcz	wągrowiecki	pilski	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Rolniczych im. Gen. Józefa Wybickiego	Grabonóg	gostyński	leszczyński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Technicznych im. E. Kwiatkowskiego	Grodzisk Wielkopolski	grodziski	leszczyński	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
				Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 2 im. Eugeniusza Kwiatkowskiego	Jarocin	jarociński	kaliski	Piekarz
				Cukiernik
Zespół Szkół Zawodowych im. Zesańców Sybiru	Kalisz	kaliski	kaliski	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Branżowa Szkoła Zawodowa I stopnia nr 5	Kalisz	kaliski	kaliski	Cukiernik
Zespół Szkół Gastronomiczno-Hotelarskich im. Janka Bytnara „Rudego”	Kalisz	kaliski	kaliski	Technik żywienia i usług gastronomicznych

				Technik technologii żywności
				Cukiernik
				Operator maszyn i urządzeń przemysłu spożywczego
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych	Kłodawa	kolski	koniński	Piekarz
Branżowa Szkoła I stopnia	Kobylin	krotoszyński	kaliski	Piekarz
				Cukiernik
Rzemieśnicza Szkoła Zawodowa Cechu Rzemiosł Różnych	Konin	Konin	koniński	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Budownictwa i Kształcenia Zawodowego im. Eugeniusza Kwiatkowskiego	Konin	Konin	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Franciszka Ratajczaka	Kościan	kościański	leszczyński	Cukiernik
				Piekarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Jana Pawła	Kościelec	kolski	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Technik technologii żywności
				Wędliniarz
				Cukiernik
				Piekarz
Zespół Szkół Rolnicze Centrum Kształcenia Ustawicznego im. Stanisława Staszica	Kościelec	kolski	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Technik technologii żywności
				Cukiernik
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Józefa Marcińca	Koźmin Wielkopolski	krotoszyński	kaliski	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Ogólnokształcących i Zawodowych	Krobia	gostyński	leszczyński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 3 im. Jana Pawła II	Krotoszyn	krotoszyński	kaliski	Cukiernik
				Piekarz
Zespół Szkół	Krzywiń	kościański	leszczyński	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół im. Powstańców Wielkopolskich 1918-1919	Krzyż Wielkopolski	czarnkowsko-trzcianecki	piłski	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół nr 4	Leszno	Leszno	leszczyński	Cukiernik

Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Tadeusza Kościuszki	Łobżenica	pilski	pilski	Cukiernik
				Piekarz
Zespół Szkół Przyrodniczo-Politechnicznych Centrum Kształcenia Ustawicznego	Marszew	pleszewski	kaliski	Technik technologii żywności
Zespół Szkół nr 2	Międzychód	międzychodzki	leszczyński	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Technicznych	Międzychód	międzychodzki	leszczyński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół im. Adama Wodziczki	Mosina	poznański	poznański	Cukiernik
				Piekarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Jana Kasprowicza	Nietążkowo	kościański	leszczyński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół im. Adama Mickiewicza	Objezierze	obornicki	poznański	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Branżowa Szkoła I stopnia	Odolanów	ostrowski	kaliski	Cukiernik
				Piekarz
Zespół Szkół nr 1 im. Powstańców Wielkopolskich	Ostrzeszów	ostrzeszowski	kaliski	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół nr 2 im. Przyjaźni Polsko-Norweskiej	Ostrzeszów	ostrzeszowski	kaliski	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Usługowo-Gospodarczych	Pleszew	pleszewski	kaliski	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół im. Emilii Sczanieckiej	Pniewy	szamotulski	poznański	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Ogólnokształcących i Zawodowych	Pogorzela	gostyński	leszczyński	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego	Powiercie	kolski	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Przemysłu Spożywczego	Poznań	Poznań	Poznań	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Technik technologii żywności
				Cukiernik
				Piekarz
Zespół Szkół Zawodowych	Rawicz	rawicki	leszczyński	Wędliniarz
Zespół Szkół Zawodowych	Rawicz	rawicki	leszczyński	Cukiernik

				Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół im. Hipolita Cegielskiego	Rogoźno	obornicki	poznański	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół im. Jadwigi i Władysława Zamoyskich	Rokietnica	poznański	poznański	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Zawodowych im. Gen. Władysława Sikorskiego	Słupca	śłupecki	koniński	Piekarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych	Sempolno	koniński	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół nr 1 im. Powstańców Wielkopolskich	Swarzędz	poznański	poznański	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół nr 3 im. Hugona Kołłątaja	Szamotuły	szamotulski	poznański	Cukiernik
Zespół Szkół nr 2 im. Stanisława Staszica	Szamotuły	szamotulski	poznański	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Technik technologii żywności
Zespół Szkół Politechnicznych im. Powstańców Wielkopolskich	Śrem	śremski	poznański	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
				Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Henryka Sienkiewicza	Trzcianka	czarnkowsko-trzcianiecki	pilski	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Technicznych im. Gen. Prof. S. Kaliskiego	Turek	turecki	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół nr 1	Wągrowiec	wągrowiecki	pilski	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Cukiernik
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Dezyderego Chłapowskiego	Witkowo	gnieźnieński	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych
				Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Ogólnokształcących	Włoszakowice	leszczyński	leszczyński	Cukiernik
				Piekarz
				Wędliniarz
Zespół Szkół Zawodowych	Wolsztyn	wolsztyński	leszczyński	Technik technologii żywności
				Cukiernik

				Piekarz
Zespół Szkół nr 2 im. Stanisława Konarskiego	Wronki	szamotulski	poznański	Cukiernik Piekarz
Zespół Szkół Technicznych i Ogólnokształcących im. Gen. Dr. Romana Abrahama	Września	wrzesiński	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych Technik kontroli jakości i bezpieczeństwa żywności
Zespół Szkół Zawodowych nr 2	Września	wrzesiński	koniński	Operator maszyn i urządzeń przemysłu spożywczego Cukiernik Piekarz Wędliniarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych im. Braci Konstanteckich	Zagórz	ślupecki	koniński	Operator maszyn i urządzeń przemysłu spożywczego Cukiernik Piekarz Wędliniarz
Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych	Zduny	krotoszyński	kaliski	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Zespół Szkół Gastronomicznych w Pile	Piła	pilski	pilski	Technik żywienia i usług gastronomicznych Cukiernik Wędliniarz Piekarz

Źródło: Opracowanie własne na podstawie stron internetowych placówek oświatowych (wykaz szkół i placówek publikowany przez Centrum Informatyczne Edukacji Ministerstwa Edukacji Narodowej).

Tabela 49. Oferta kształcenia w ramach szkół wyższych.

Nazwa szkoły	Miejscowość	powiat	podregion	Kierunki kształcenia
Uniwersytet Przyrodniczy, Wydział Nauk o Żywności i Żywieniu	Poznań	Poznań	Poznań	Technologia żywności i żywienia człowieka Dietetyka Jakość i bezpieczeństwo żywności Analityka żywności
Uniwersytet Ekonomiczny, Wydział Towaroznawstwa	Poznań	Poznań	Poznań	Zarządzanie i inżynieria produkcji
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Hipolita Cegielskiego	Gniezno	gnieźnieński	koniński	Zarządzanie i inżynieria produkcji
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego	Kalisz	m. Kalisz	kaliski	Technologia żywności i żywienia człowieka
Wyższa Szkoła Komunikacji i Zarządzania	Poznań	Poznań	Poznań	Automatyka i robotyka zarządzanie i inżynieria produkcji
Politechnika Poznańska	Poznań	Poznań	Poznań	Zarządzanie i inżynieria produkcji Automatyka i robotyka

Źródło: Opracowanie własne na podstawie stron internetowych szkół wyższych.

Tabela 50. Pozostałe firmy kształcenia w branży spożywczej.

Nazwa szkoły	miejsowość	powiat	podregion	Kierunki kształcenia
Ośrodek Dokształcania i Doskonalenia Zawodowego	Wągrowiec	pilski	wągrowiecki	Cukiernik
Centrum szkoleniowe Wiedza	Turek	koniński	turecki	Technik żywienia i usług gastronomicznych Technik technologii żywności Cukiernik
Centrum szkoleniowe Wiedza	Sempolno	koniński	koniński	Technik żywienia i usług gastronomicznych Technik technologii żywności Cukiernik
Centrum kształcenia zawodowego i ustawicznego	Konin	koniński	Konin	Technik żywienia i usług gastronomicznych
Powiatowe Centrum Edukacji Zawodowej	Września	koniński	wrzesiński	Serowar Twarożkarz Maślarz
Ośrodek Dokształcania i Doskonalenia Zawodowego Zespołu Szkół Ponadgimnazjalnych nr 2 imienia Papieża Jana Pawła II	Gniezno	koniński	gnieźnieński	Piekarz Wędliniarz
Atut Lider Kształcenia	Poznań	Poznań	Poznań	Cukiernik Technik przetwórstwa mleczarskiego Technik technologii żywności Wędliniarz Piekarz

Źródło: Opracowanie własne na podstawie stron internetowych placówek oświatowych.

Powyższe zestawienie dotyczące kształcenia w ramach szkół wyższych nie ma charakteru zamkniętego. Pośrednio w branży spożywczej mogą być wykorzystywane kwalifikacje osób, posiadających wykształcenie z kierunków takich jak chemia, budowa maszyn czy zarządzanie.

Eksperti do spraw rynku pracy i kształcenia, którzy wzięli udział w badaniu uważają, że oferta edukacyjna w województwie nie jest dostosowana do potrzeb firm z branży spożywczej. Ich zdaniem wynika to m.in. z niskiego poziomu współpracy szkół z przedsiębiorstwami z branży. Problem ze znalezieniem fachowców wynika również z dużej popularności liceów ogólnokształcących i uczelni wyższych, co w efekcie prowadzi do sytuacji, że szkoły te są wybierane częściej niż szkoły branżowe.

Popelniliśmy błąd w edukacji, że zapomnieliśmy o tym, że fachowiec jest po prostu potrzebny i wszystkim zaczęliśmy wmawiać, że tylko i wyłącznie studia umożliwią im dobrą pracę, okazuje się, że te studia nie zawsze pozwalają na to, żeby tą pracę znaleźć. Są przypadki wielu osób, które mają skończone studia wyższe, te studia nie gwarantowały odpowiedniego poziomu życia i musiały szukać pracy jako pracownicy fizyczni i myślę, że ten brak pracowników to jest jedna z większych bolączek w naszej branży - Ekspert, instytucja naukowa

Zdaniem ekspertów najlepszym sposobem na poprawę obecnej sytuacji na rynku pracy jest promowanie kształcenia zawodowego. Powinno się ono odbywać zarówno w ramach szkoły, jak i w zakładzie produkcyjnym, ponieważ w zawodach związanych z branżą spożywczą kluczowe jest zdobycie praktycznych umiejętności.

Tabela 51. Liczba absolwentów kierunków związanych z branżą spożywczą.

kierunek/zawód	liczba absolwentów	kierunek/zawód	liczba absolwentów
----------------	-----------------------	----------------	-----------------------

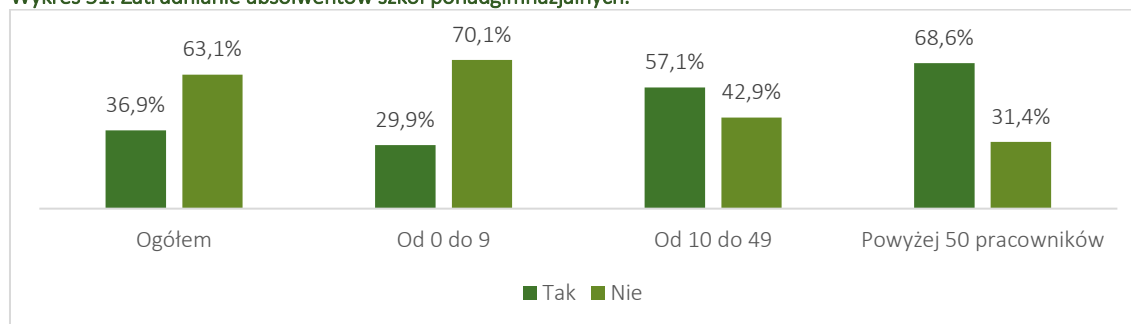
	rocznik 2016/2017		rocznik 2016/2017
cukiernik	64	technik żywienia i usług gastronomicznych	767
operator maszyn i urządzeń przemysłu spożywczego	8	analityka żywności	18
piekarz	17	automatyka i robotyka	338
wędliniarz	7	technologia żywności i żywienie człowieka	190
technik technologii żywności	42	zarządzanie i inżynieria produkcji	419

Źródło: Ocena sytuacji absolwentów szkół rocznik 2016-2017.

Według informacji Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu liczba absolwentów poszczególnych zawodach związanych z branżą spożywczą z rocznika 2016/2017 różniła się znacząco w zależności od ukończonego kierunku. Najwięcej absolwentów ukończyło technikum na kierunku technik żywienia i usług gastronomicznych – 767. Duża liczba absolwentów ukończyła również studia wyższe na kierunkach zarządzanie i inżynieria produkcji (419) oraz automatyka i robotyka (338). Pomimo tego, że najbardziej poszukiwani na wielkopolskim rynku pracy są absolwenci szkół zawodowych, niewielka liczba uczniów ukończyła kierunki powiązane z branżą spożywczą. W roczniku 2016/2017 najwięcej było absolwentów w zawodzie cukiernik (64), natomiast w zawodach takich jak wędliniarz czy operator maszyn i urządzeń przemysłu spożywczego liczba ta wyniosła zaledwie 7 i 8 absolwentów.

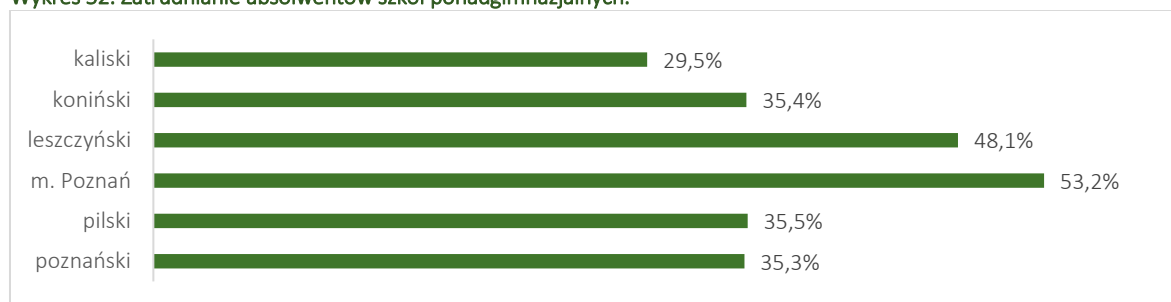
OCENA PRZYGOTOWANIA ABSOLWENTÓW DO PRACY W BRANŻY SPOŻYWCZEJ

Wykres 51. Zatrudnianie absolwentów szkół ponadgimnazjalnych.



Źródło: CAPI, N=349

Wykres 52. Zatrudnianie absolwentów szkół ponadgimnazjalnych.



Źródło: CAPI, N=349

Spośród wszystkich respondentów, zatrudnienie absolwentów najczęściej deklarowali przedstawiciele firm średnich i dużych (zatrudniających powyżej 50 pracowników) – 68,6% firm potwierdziło ich zatrudnienie. Analizując małe firmy to 57,1% z nich potwierdza fakt zatrudnienia absolwentów szkół ponadgimnazjalnych, natomiast w mikroprzedsiębiorstwach wskaźnik ten wyniósł 29,9%. Największy odsetek firm deklarujących zatrudnianie absolwentów szkół ponadgimnazjalnych dotyczył Poznania (53,2%) oraz podregionu leszczyńskiego (48,1%). W podregionach konińskim, pilskim i poznańskim absolwenci szkół ponadgimnazjalnych byli zatrudniani przez 35% przedsiębiorstw. Najniższa wartość tego wskaźnika dotyczyła podregionu kaliskiego 29,5%.

Tabela 52. Ocena przygotowania absolwentów szkół ponadgimnazjalnych jako kandydatów do podjęcia pracy w branży spożywczej?

	Bardzo źle	Źle	Średnio	Dobrze	Bardzo dobrze
wiedza teoretyczna	0,4%	8,9%	35,3%	42,3%	13,2%

umiejętności praktyczne	1,9%	12,1%	34,4%	38,2%	13,4%
umiejętności pracy z ludźmi	1,5%	7,9%	41,4%	31,7%	17,5%
motywacja do pracy	2,8%	10,3%	32,1%	33,9%	21,0%

Źródło: CAPI, N=86.

Tabela 53. Ocena przygotowania absolwentów szkół ponadgimnazjalnych jako kandydatów do podjęcia pracy w branży spożywczej.

		bardzo źle	źle	średnio	dobrze	bardzo dobrze
wiedza teoretyczna	kaliski	0,0%	21,7%	21,7%	47,8%	8,7%
	koniński	0,0%	0,0%	70,6%	23,5%	5,9%
	leszczyński	0,0%	5,4%	54,1%	27,0%	13,5%
	m. Poznań	4,0%	8,0%	40,0%	36,0%	12,0%
	pilski	0,0%	0,0%	18,2%	45,5%	36,4%
	poznański	0,0%	0,0%	12,5%	58,3%	29,2%
umiejętności praktyczne	kaliski	0,0%	21,7%	17,4%	52,2%	8,7%
	koniński	0,0%	0,0%	88,2%	5,9%	5,9%
	leszczyński	0,0%	2,7%	43,2%	43,2%	10,8%
	m. Poznań	12,0%	28,0%	40,0%	20,0%	0,0%
	pilski	0,0%	0,0%	18,2%	45,5%	36,4%
	poznański	0,0%	4,2%	16,7%	58,3%	20,8%
umiejętności pracy z ludźmi	kaliski	4,3%	17,4%	30,4%	43,5%	4,3%
	koniński	0,0%	0,0%	88,2%	5,9%	5,9%
	leszczyński	0,0%	10,8%	51,4%	18,9%	18,9%
	m. Poznań	4,0%	8,0%	52,0%	28,0%	8,0%
	pilski	0,0%	0,0%	9,1%	36,4%	54,5%
	poznański	0,0%	0,0%	16,7%	54,2%	29,2%
motywacja do pracy	kaliski	0,0%	26,1%	21,7%	43,5%	8,7%
	koniński	0,0%	5,9%	58,8%	29,4%	5,9%
	leszczyński	8,1%	16,2%	37,8%	21,6%	16,2%
	m. Poznań	8,0%	8,0%	48,0%	28,0%	8,0%
	pilski	0,0%	0,0%	9,1%	36,4%	54,5%
	poznański	0,0%	0,0%	20,8%	25,0%	54,2%

Źródło: CAPI, N=86.

Przygotowanie absolwentów szkół ponadgimnazjalnych z uwzględnieniem powyżej wymienionych kryteriów najczęściej było oceniane przez respondentów pozytywnie lub średnio. Wiedzę teoretyczną absolwentów 54,8% respondentów określiło jako dobrą lub bardzo dobrą przez, ponad 35% jako średnią, natomiast w przypadku 9,3% ocena ta była negatywna. W przypadku umiejętności praktycznych absolwentów, ponad połowa badanych oceniła je pozytywnie a 34,4% średnio. Spośród wszystkich kryteriów, umiejętności praktyczne kandydatów najczęściej były oceniane negatywnie (14% określiło je jako złe lub bardzo złe). Najbardziej neutralne oceny przygotowania absolwentów odnosiły się do „umiejętności pracy z ludźmi”. Prawie 42% badanych określiło je jako średnie. Również w przypadku tej cechy najmniej było wskazań potwierdzających ocenę pozytywną (49,2%). Prawie 8 % oceniło je natomiast negatywnie, co sprawiało, że była to również najrzadziej negatywnie oceniana cecha. Motywacja do pracy najczęściej oceniana była pozytywnie (54,9%), około 32% określiło ją jakoś średnią, natomiast 13,1% uznało, że jest ona w przypadku absolwentów szkół ponadgimnazjalnych niezadowolająca.

Wiedza teoretyczna absolwentów szkół ponadgimnazjalnych została najwyższej oceniona przez przedstawicieli firm zatrudniających od 0 do 9 pracowników (54,2%) oraz przez przedsiębiorców z podregionu pilskiego (81,9%) i poznańskiego (87,5%). Najgorzej ocenili ją przedstawiciele podregionu kaliskiego – 21,7% wskazało na złe lub bardzo złe przygotowanie absolwentów.

Umiejętności praktyczne najczęściej były złe lub bardzo złe oceniane przez przedsiębiorców z Poznania (40,0%) oraz podregionu kaliskiego (21,7%), pozytywne oceny najczęściej występowały w podregionach pilskim (81,9%) oraz poznańskim (79,1%). Uwzględniając wielkość przedsiębiorstwa najgorzej praktyczne umiejętności zostały ocenione przez przedstawicieli podmiotów zatrudniających do 9 pracowników (15,1%) oraz firm małych (12,5%), pozytywne oceny najczęściej były wskazywane przez firmy średnie i duże (54,1%). Równocześnie wśród przedstawicieli firm zatrudniających powyżej 50 pracowników zaledwie nieco ponad 4% oceniło je negatywnie. Warto podkreślić, że stosunkowo wysoki udział respondentów pozytywnie oceniających absolwentów w tym zakresie wystąpił także wśród przedstawicieli firm zatrudniających poniżej 9 pracowników.

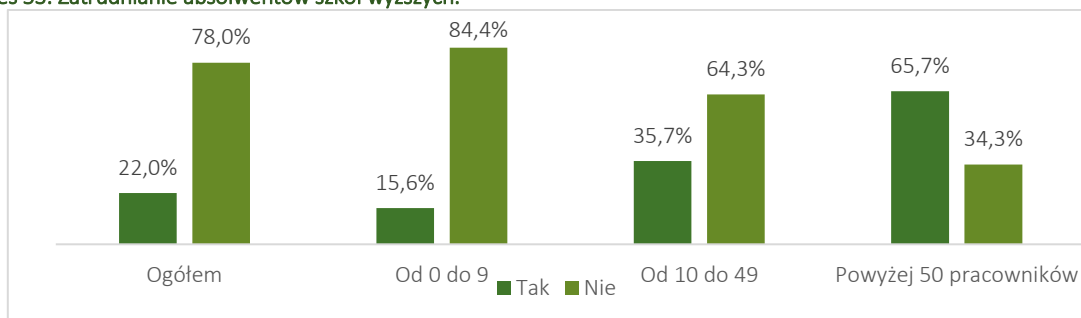
Poziom umiejętności pracy z ludźmi najczęściej był określany jako dobry lub bardzo dobry przez przedstawicieli firm zatrudniających do 9 pracowników (50,7%) oraz firm dużych i średnich (50,0%), negatywne wskazania były wskazywane natomiast częściej wśród przedstawicieli firm małych (10%) oraz mikroprzedsiębiorstw (9,6%). Wśród przedstawicieli firm zatrudniających powyżej 50 pracowników zaledwie nieco ponad 4% oceniło je negatywnie. Uwzględniając siedzibę firmy, najgorzej umiejętności dotyczące współpracy z innymi osobami zostały ocenione przez przedsiębiorców z podregionu kaliskiego (częściej niż co piąty ankietowany oceniło je jako złe lub bardzo złe), najbardziej pozytywne oceny zaobserwowano natomiast w podregionach: pilskim (90,9%) i poznańskim (83,4%).

Również motywacja do pracy najczęściej występowała wśród przedstawicieli firm z podregionów pilskiego (90,9%) i poznańskiego (79,2%). Negatywne oceny były wskazywane głównie w podregionach: kaliskim (26,1%) i leszczyńskim (24,3%). Ponadto, motywacja do pracy najczęściej była określana jako dobra lub bardzo dobra wśród przedstawicieli firm zatrudniających do 9 pracowników (58,9%), jako niezadowalająca natomiast przed firmy małe – 22,5% tej grupy respondentów określiło je jako złe lub bardzo złe.

O ocenę przygotowanie absolwentów szkół ponadgimnazjalnych zostali poproszeni także uczestnicy badania jakościowego. W opinii ekspertów, absolwentom szkół zawodowych brakuje kompetencji miękkich, w szczególności umiejętności komunikacyjnych i pracy w zespole. W ich opinii młodzi pracownicy mają trudności z dostosowaniem się do reguł panujących w zakładzie, nie podporządkowują się poleceniom innych pracowników, a także szybko zniechęcają się w przypadku niepowodzenia. Z badania jakościowego wynika również, że absolwenci wykazują trudności komunikacyjne.

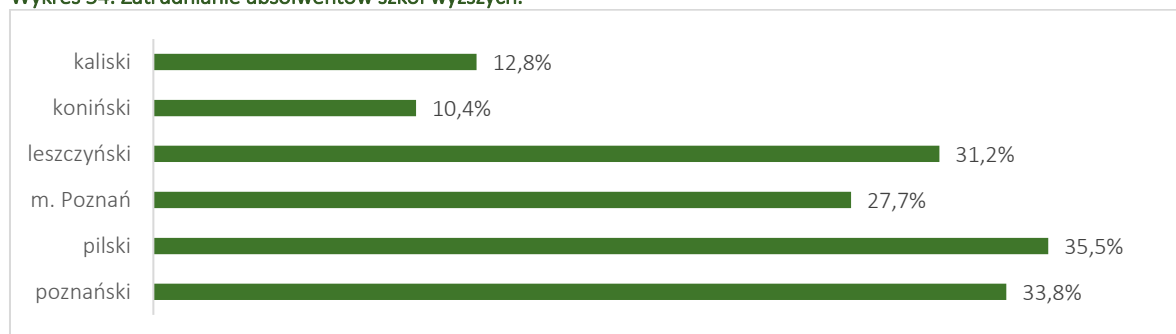
Kolejnym problemem są ich oczekiwania finansowe. Zakłady produkcyjne nie oferują wynagrodzeń na poziomie zadowalającym absolwentów, dlatego często zmieniają oni miejsce pracy, kierując się korzyściami finansowymi, a nie np. możliwością zdobycia doświadczenia w renomowanej firmie. Ponadto młodzi oczekują również innych benefitów od pracodawców, a także systemu pracy od poniedziałku do piątku. Pracodawcy zwracają szczególną uwagę na fakt, że absolwenci szkół posiadają niskie umiejętności praktyczne, a te są kluczowe w ich branży. W celu poprawienia sytuacji w tym zakresie konieczne jest podjęcie współpracy szkół z przedsiębiorcami w regionie. Firmy mogłyby udzielić informacji, jakich pracowników będą potrzebowali, a szkoły mają możliwości kształcenia młodzieży w kierunkach, które zapewnią im zatrudnienie. W ramach wywiadów pogłębionych zwracano także uwagę, że absolwenci mimo ukończenia kierunkowej szkoły zawodowej lub technikum nie są świadomi specyfiki podejmowania pracy w branży spożywczej. Czasem po zapoznaniu się z rzeczywistym działaniem danego zakładu, młodzi ludzie rezygnują z pracy, ponieważ nie byli przygotowani na ciężką pracę fizyczną.

Wykres 53. Zatrudnianie absolwentów szkół wyższych.



Źródło: CAPI, N=349.

Wykres 54. Zatrudnianie absolwentów szkół wyższych.



Źródło: CAPI, N=349.

Spśród wszystkich respondentów 22% respondentów zadeklarowało, że w firmie jaką reprezentują zatrudniani są absolwenci szkół wyższych. Odsetek ten był więc o prawie 15 punktów procentowych mniejszy niż miało to miejsce w przypadku zatrudnienia absolwentów szkół średnich. Najczęściej zatrudnienie absolwentów szkół wyższych deklarowali przedstawiciele przedsiębiorstwach średnich i dużych (65,7%). W przypadku pozostałych badanych udział ten był wyraźnie niższy i wyniósł odpowiednio: 35,7% wśród przedstawicieli firm małych oraz 15,6% w przypadku mikroprzedsiębiorstw.

Uwzględniając w analizie poszczególne podregiony województwa, największy odsetek przedsiębiorstw z branży spożywczej zatrudniających absolwentów szkół wyższych dotyczył podregionów: pińskiego (35,5%), poznańskiego (33,8%) oraz leszczyńskiego (31,2%). W podregionie konińskim odnotowano najniższy odsetek przedsiębiorstw z branży, które zatrudniają absolwentów szkół wyższych tj. 10,4%.

Tabela 54. Ocena przygotowania absolwentów szkół wyższych jako kandydatów do podjęcia pracy w branży spożywczej.

	Bardzo źle	Źle	Średnio	Dobrze	Bardzo dobrze
wiedza teoretyczna	0,0%	4,7%	12,1%	39,3%	43,8%
umiejętności praktyczne	0,0%	4,7%	21,0%	37,9%	36,3%
umiejętności pracy z ludźmi	0,0%	3,7%	13,5%	38,0%	44,8%
motywacja do pracy	0,3%	3,7%	9,4%	36,1%	50,6%

Źródło: CAPI, N=86.

Tabela 55. Ocena przygotowania absolwentów szkół wyższych jako kandydatów do podjęcia pracy w branży spożywczej.

		bardzo źle	źle	średnio	dobrze	bardzo dobrze
wiedza teoretyczna	kaliski	0,0%	0,0%	10,0%	40,0%	50,0%
	koniński	0,0%	0,0%	40,0%	60,0%	0,0%
	leszczyński	0,0%	0,0%	29,2%	33,3%	37,5%
	m. Poznań	0,0%	23,1%	15,4%	38,5%	23,1%
	piński	0,0%	0,0%	0,0%	45,5%	54,5%
	poznański	0,0%	0,0%	4,3%	43,5%	52,2%
umiejętności praktyczne	kaliski	0,0%	0,0%	10,0%	40,0%	50,0%
	koniński	0,0%	0,0%	80,0%	20,0%	0,0%
	leszczyński	0,0%	0,0%	37,5%	45,8%	16,7%
	m. Poznań	0,0%	23,1%	30,8%	30,8%	15,4%
	piński	0,0%	0,0%	0,0%	36,4%	63,6%
	poznański	0,0%	0,0%	8,7%	39,1%	52,2%
umiejętności pracy z ludźmi	kaliski	0,0%	10,0%	10,0%	30,0%	50,0%
	koniński	0,0%	0,0%	60,0%	40,0%	0,0%
	leszczyński	0,0%	4,2%	20,8%	37,5%	37,5%
	m. Poznań	0,0%	15,4%	30,8%	38,5%	15,4%
	piński	0,0%	0,0%	0,0%	54,5%	45,5%
	poznański	0,0%	0,0%	0,0%	43,5%	56,5%
motywacja do pracy	kaliski	10,0%	0,0%	10,0%	30,0%	50,0%
	koniński	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%	0,0%
	leszczyński	0,0%	4,2%	20,8%	29,2%	45,8%
	m. Poznań	0,0%	23,1%	23,1%	30,8%	23,1%
	piński	0,0%	0,0%	0,0%	27,3%	72,7%
	poznański	0,0%	0,0%	4,3%	34,8%	60,9%

Źródło: CAPI, N=86.

Wśród opinii na temat umiejętności absolwentów szkół wyższych pojawiło się mniej odpowiedzi negatywnych niż w przypadku absolwentów szkół ponadgimnazjalnych. Najwyżej oceniona została ich wiedza teoretyczna oraz motywacja do pracy. Odsetek negatywnych odpowiedzi na temat umiejętności absolwentów szkół wyższych był na niskim poziomie niezależnie od klasy wielkości przedsiębiorstwa. Jeśli chodzi o poszczególne podregiony to znaczące odsetki ocen negatywnych w odniesieniu do każdej cechy absolwenta odnotowano w Poznaniu. Dodatkowo w podregionie kaliskim co dziesiąty badany negatywnie ocenił motywację do pracy absolwentów, a także ich umiejętność pracy z ludźmi.

W wywiadach jakościowych absolwenci szkół wyższych zostali również lepiej ocenieni niż absolwenci szkół zawodowych, natomiast eksperci zwracali uwagę na pewne braki w zakresie kompetencji miękkich dotyczących problemów związanych z pracą. Szczególną uwagę respondenci poświęcili językom obcym. Uważają, że

znajomość języków wśród absolwentów szkół wyższych jest na bardzo zróżnicowanym poziomie, a współczesny rynek pracy wymaga od nich nie tylko znajomości języka angielskiego, ale bardzo często mile widzimy jest również dodatkowy język obcy.

Tutaj trend jest ogólny czyli angielski jest absolutną normą i nikogo nie powinno to dziwić natomiast zaczyna być coraz większym atutem drugi język. W branży spożywczej myślę, że będzie to miało duży sens w tych działach, które zajmują się zakupami i sprzedażą, logistyką czy marketingiem i reklamą. Drugi język się przydaje, jesteśmy krajem europejskim, ten niemiecki pewnie się przyda - Ekspert, agencja zatrudnienia

Zdaniem ekspertów studenci również powinni zdobywać w czasie studiów umiejętności praktyczne i podejmować pracę lub staż w trakcie nauki. Uważają, że takie doświadczenie umożliwia im zweryfikowanie swoich oczekiwań wobec przyszłej pracy, ponieważ nie każdy student lub absolwent szkoły wyższej posiada predyspozycje do zajmowania kierowniczych stanowisk. Absolwenci szkół wyższych, podobnie jak osoby kończące szkoły średnie, również mają wysokie wymagania finansowe względem pracodawców.

Województwo wielkopolskie to jeden z najbardziej rozwiniętych regionów w Polsce pod względem logistyczno-transportowym, który charakteryzuje się ponadprzeciętną ogólną atrakcyjnością inwestycyjną. W opracowaniu dotyczącym atrakcyjności inwestycyjnej, region otrzymał klasę C wg wskaźnika potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej (PAI2) dla gospodarki narodowej, która oznacza przeciętną atrakcyjność inwestycyjną regionu. Poprzez atrakcyjność inwestycyjną regionu rozumie się potencjał skłonienia inwestora do wyboru konkretnego regionu, jako miejsca lokalizacji swojej działalności spośród grupy innych lokalizacji²³. Poniższy opis i ocena atrakcyjności województwa wielkopolskiego i subregionów została dokonana na podstawie dokumentów strategicznych, publikacji specjalistycznych, zgromadzonych danych jakościowych, a także danych Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad (GDDKiA).

Wśród głównych atutów województwa można wskazać:

- równomierny rozwój gospodarczy przy znacznym stopniu uprzemysłowienia oraz wysokim poziomie technologicznym,
- wysoki potencjał kapitału ludzkiego, który jest kształtowany dzięki obecności w województwie najlepszych uczelni wyższych w Polsce takich jak: Politechnika Poznańska, Uniwersytet Ekonomiczny, Uniwersytet Medyczny, Uniwersytet Przyrodniczy,
- wysoka koncentracja kapitału zagranicznego zaangażowanego w Polsce oraz wysokimi nakładami inwestycyjnymi na 1 mieszkańca,
- dobre połączenia komunikacyjne m.in. w postaci autostrady A2, która łączy Europę Zachodnią z Rosją i krajami wschodnimi oraz dobre połączenia lotnicze (lotnisko krajowe i międzynarodowe) oraz wodne (odrzańska trasa wodna),
- Poznań, jako jedno z najstarszych i największych miast Polski jest historyczną stolicą regionu wielkopolskiego, stanowi ważny ośrodek przemysłu, handlu, kultury, szkolnictwa wyższego i nauki oraz należy również do wiodących w Polsce miast pod względem ekonomicznym.²⁴

Podregion poznański to obszar stosunkowo silnie zindustrializowany i cechujący się dobrą dostępnością transportową. Zgodnie z badaniami Instytutu Badań nad gospodarką rynkową, jedynie podregion koniński cechuje wysoka atrakcyjność inwestycyjna. Pozostałe podregiony tj. pilski, leszczyński i kaliski to obszary o niskiej atrakcyjności.²⁵ Konin i Leszno znajdują się w zasięgu silnego oddziaływania Poznańskiego Obszaru Metropolitalnego, natomiast Kalisz, Ostrów Wielkopolski oraz Piła w stopniu znacznie mniejszym. Położenie podregionu pilskiego można określić jako dość niekorzystne pod tym względem, z kolei podregion kaliski został określony jako obszar o dużym i samodzielnym potencjale rozwojowym.

Podregion poznański cechują dobry dostęp do granicy zachodniej, dużego węzła transportowego oraz dostęp do lotniska międzynarodowego. Na jego terenie znajdują się również znaczne powierzchnie wolnych gruntów podlegających pod Specjalne Strefy Ekonomiczne oraz niski udział obszarów chronionych. Jeśli chodzi o poziom rozwoju gospodarki to cechuje ją wysoka wydajność pracy, duża liczba firm z udziałem kapitału zagranicznego, wysoka gęstość instytucji otoczenia biznesu. Wśród słabych stron wymienia się wysokie koszty pracy, natomiast w sferze bezpieczeństwa wysoki poziom przestępczości, a jednocześnie niski wskaźnik wykrywalności przestępstw. Atrakcyjność podregionów w uwzględnieniu działalności zaawansowanej technologicznie jest najwyższa dla podregionu poznańskiego. Podregiony koniński, kaliski i leszczyński określono jako przeciętne w tym rankingu, natomiast podregion pilski cechuje niski poziom atrakcyjności inwestycyjnej dla działalności opartej na zaawansowanych technologiach²⁶. Najwyższą atrakcyjnością inwestycyjną cechują się zarówno w Polsce, jak i w województwie wielkopolskim obszary metropolitalne, ponieważ tam koncentruje się infrastruktura oraz kadra badawczo-rozwojowa.

Jednym z celów strategicznych regionu wskazanym w Strategii Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku jest *Poprawa dostępności i spójności komunikacyjnej regionu*, w tym m.in. *Zwiększenie spójności sieci*

²³ Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017. Województwo wielkopolskie.

²⁴ Tamże.

²⁵ Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski, Instytut Badań nad gospodarką rynkową, Gdańsk 2012.

²⁶ Tamże.

drogowej i *Wzrost różnorodności oraz upowszechnianie efektywnych form transportu*²⁷. Autorzy dokumentu zwrócili szczególną uwagę na rozwój sieci drogowych o kierunku północ-południe raz w układach stolica regionu – ośrodki subregionalne oraz ośrodki subregionalne i ich otoczenia. Podkreśla się rolę zarówno układów drogowych miast, jak i ich obwodnic. Kluczowe dla rozwoju regionu była w 2012 roku modernizacja drogi krajowej nr 11, która zapewniła dostępność komunikacyjną z obszarami peryferyjnymi. Zgodnie z informacjami udostępnianymi przez GDDKiA znaczna część drogi krajowej nr 11 nadal pozostaje w przygotowaniu, co oznacza, że w chwili obecnej nie są realizowane tam żadne prace i nie rozpisano jeszcze procedury przetargowej na wyłonienie jej wykonawcy. Ponadto, inny ważny odcinek komunikacyjny, jakim jest droga S5 łącząca Leszno ze stolicą województwa pozostaje w trakcie budowy²⁸. Jej ukończenie z pewnością usprawni komunikację pomiędzy Poznaniem i Leszmem, a docelowo ze stolicą województwa dolnośląskiego. Niewątpliwie na korzyść regionu wpływa dostęp do autostrady A2, która łączy województwo zarówno z Warszawą, jak i ułatwia komunikację z zachodnią granicą kraju. Spośród wskazanych w dokumencie dróg wymagających remontu tj. dróg nr 10, 12, 15 i 25, jedynie kilkunastokilometrowy odcinek drogi krajowej nr 10 łączący Łobżenice i Wyrzysk został ukończony.

W Strategii wskazuje się również znaczenie modernizacji wielkopolskich odcinków Noteci i Warty dla potrzeb transportu towarów. Władze województwa planują budowę i modernizację terminali przeładunkowych integrujących transport wodny z innymi formami przewozu towarów oraz promocję tego rodzaju rozwiązań.

Eksperti do spraw branży spożywczej oceniają, że dobra komunikacja transportowa i infrastruktura drogowa są niezwykle ważne dla przetwórstwa spożywczego, ponieważ wytwarzane przez przedsiębiorstwa produkty, półprodukty lub surowce szybko się psują i wymagają przechowywania w odpowiednich warunkach. Opóźnienie w budowie dróg S1 i 11 wiąże się dla przedsiębiorców ze zwiększonymi kosztami i wydłużonym czasem transportu.

Moim zdaniem inwestycje, które teraz są czynione, budowa trasy S5 to bardzo pomoże przedsiębiorcom, bo dojazd do stolicy Dolnego Śląska czy na Pomorze to zdecydowanie usprawni. Pod tym względem ta sieć dróg jest bardzo dobra - Ekspert, instytucja naukowa

Przedsiębiorcy i eksperci uczestniczący w wywiadach pozytywnie ocenili infrastrukturę w regionie, która ich zdaniem zachęca do inwestowania w województwie. Dotyczy to jednak głównie aglomeracji poznańskiej i większych ośrodków miejskich. Niektóre mniejsze gminy z powodu mniejszych nakładów finansowych inwestują mniejsze środki w budowę infrastruktury logistyczno-transportowej. Jak podkreślają respondenci warunki, jakie stworzyło województwo wielkopolskie dla inwestorów są na wysokim poziomie, jednakże inne czynniki ogólnokrajowe mogą te inwestycje w jakimś stopniu hamować. Chodzi głównie o przepisy prawne, rygorystyczne kontrole jakości produktów czy skomplikowane zasady podatkowe. Na te negatywne aspekty zwracali uwagę głównie przedstawiciele mikro i małych przedsiębiorstw, które w związku z dużą popularnością sieci marketów mają duże problemy z utrzymaniem się na rynku.

ANALIZA SWOT

Tabela 56. Analiza SWOT branży spożywczej w województwie wielkopolskim.

Silne strony	Słabe strony
Dobra kondycja ekonomiczna wielkopolskich przedsiębiorstw z branży (pomimo zadłużenia)	– Rosnące koszty produkcji
– Wysoka jakość wytwarzanych produktów	– Rosnące ceny produktów
– Duża liczba producentów produktów regionalnych	– Niskie wynagrodzenia w branży w Wielkopolsce
– Dominującą formą zatrudnienia są umowy o pracę	– Trudności ze znalezieniem pracowników oraz duża rotacja wewnątrz przedsiębiorstw
– Wzrastający udział Polski jako jednego z głównych eksporterów żywności w UE	– Niski poziom zaufania i chęci współpracy z innymi firmami z branży
– Wysoki udział podmiotów z branży spożywczej w regionie względem pozostałej części kraju	– Słabe powiązania biznesu z nauką
– Rosnąca wartość produkcji sprzedanej	– Niski udział firm korzystających ze środków publicznych na podniesienie innowacyjności i konkurencyjności
	– Wysoki udział firm nie planujących rozszerzania działalności o nowe rynki

²⁷ Strategia Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku.

²⁸ www.gddkia.gov.pl.

branży spożywczej	– Wysoki udział firm nie planujących wprowadzenie nowego produktu lub usługi
– Świadomość przedsiębiorców dotycząca korzyści z podejmowania współpracy w branży	– Niewielki odsetek firm zrzeszonych w klastrach
	– Niewielki odsetek firm prowadzących badania rynkowe
	– Niski udział firm oferujących produkty ekologiczne

Szanse	Zagrożenia
– Dobra lokalizacja regionu względem kraju i UE	– Niekorzystne zmiany demograficzne, spadek bezrobocia pogłębiające trudności w pozyskaniu wykwalifikowanych pracowników
– Rosnąca świadomość klientów co do jakości produktów	– Brak młodych chętnych do nauki/podejmowania pracy w zawodach z branży spożywczej
– Rosnące zapotrzebowanie na zdrową i ekologiczną żywność	– Zmienność przepisów prawnych i podatkowych oraz standardów w zakresie higienicznych kontroli jakości
– Popularność produktów regionalnych	– Import tańszych produktów z zagranicy
– Możliwość otrzymania dofinansowania ze środków publicznych wpływających na poprawę innowacyjności i konkurencyjności wielkopolskich przedsiębiorstw	– Rosnące zadłużenie firm z branży spożywczej
– Biosurowce i żywność dla świadomych konsumentów jedną z inteligentnych specjalizacji regionu	– Mała liczba absolwentów szkół zawodowych
– Dobrze rozwinięte zaplecze badawczo – rozwojowe	
– Dobrze rozwinięta infrastruktura logistyczno-transportowa	
– Rozwinięty rynek produkcji rolnej w regionie, dobry dostęp do surowców	
– Szeroka oferta kształcenia w branży zarówno na poziomie szkół ponadgimnazjalnych, jak i uczelni wyższych	

- Zatrudnianie cudzoziemców

Źródło: Opracowanie własne

KIERUNKI, TRENDY I PROGNOZA FUNKCJONOWANIA BRANŻY

Na podstawie zgromadzonych opinii ekspertów związanych z branżą spożywczą, określono kilka głównych trendów w branży spożywczej. Wśród nich można wyróżnić kwestię jakości żywności, zmiany w rynku, a także określenia nowych potrzeb konsumentów.

Do pierwszej grupy, wśród prognozowanych trendów wymienia się wzrost popularności produktów ekologicznych. Duży nacisk będzie kładziony na kwestie ochrony środowiska oraz jakości składników wykorzystywanych do produkcji towarów przeznaczonych do spożycia. Dodatkowo, będą eliminowane produkty przetworzone chemicznie oraz żywność GMO. Wraz ze wzrostem świadomości konsumentów, konieczny będzie szczegółowy opis etykiet. Do kluczowych kategorii można zaliczyć: żywność ekologiczną, nieprzetworzoną chemicznie, bio, z lokalnych upraw.

Trend, który może zostać zaliczony zarówno do poprawy jakości produktów spożywczych oraz zmian w rynku to określenie nowego typu współpracy. Prognozuje się, nastąpi zacieśnienie współpracy pomiędzy środowiskiem naukowym i biznesowym na dwóch płaszczyznach, tj. z jednej strony podmioty będą podejmowały działania na rzecz poprawy jakości żywności, a z drugiej na rzecz lepszego kształcenia kandydatów do pracy w branży spożywczej. Jednym ze sposobów ich zatrzymania jest zmiana polityki wewnętrznej firmy. Prognozuje się wytworzenie polityki przyjaznej pracownikowi, zwłaszcza w mniejszych przedsiębiorstwach.

Transformacje na rynku mogą opierać się na powstaniu coraz większej liczby rzemieślniczych produktów, a co za tym idzie, będzie wzrastać znaczenie lokalnych firm. Nacisk będzie położony na jakość produktów. W związku z tym, małe przedsiębiorstwa powinny konsolidować swe siły, by móc konkurować z większymi podmiotami. Trend żywności ekologicznej powinien znacząco podnieść szansę ich rozwoju. Istotne w tym obszarze wydają się być trendy opierane na tradycji, tj. tradycyjna receptura i niezmienny smak.

Jak wynika ze zgromadzonego materiału badawczego problematycznym aspektem dla przedsiębiorstw pozostaną kwestie formalne związane z funkcjonowaniem firm na rynku. Obowiązujące restrykcyjne przepisy prawne i podatkowe mogą utrudniać nie tylko bieżące funkcjonowanie przedsiębiorstw, ale również zniechęcać do podejmowania ryzyka inwestycyjnego. Nie tylko jakość produktów, lecz także wygląd opakowań coraz bardziej będzie nabierał na znaczeniu. Wśród ocenianych elementów wyróżnia się: przestrzeganie norm pod względem bezpieczeństwa, użyte grafiki, jakość i rodzaj materiałów.

Do ostatniej grupy można zaliczyć nowe potrzeby konsumentów. Preferencje konsumenta będzie stawiana na pierwszym miejscu, ze względu na zmianę stylu życia. Prognozuje się coraz więcej gotowych dań, których przygotowanie nie będzie skomplikowane oraz nie będzie zajmowało dużo czasu. Do trendów z tej grupy, można także zaliczyć utworzenie nowej grupy odbiorców. Jest to grupa osób starszych, seniorów, którzy obecnie na rynku nie posiadają osobnej linii produktów. Z uwagi na fakt, że konsumenci coraz bardziej zwracają uwagę na opakowania produktów, duże szansę na powodzenie biznesów będą miały firmy opracowujące nowoczesny design opakowań produktów spożywczych. Dodatkowo zaletą takich opakowań będzie ich ekologiczność i biodegradowalność.

Największą szansę na podjęcie zatrudnienia będą mieli wykwalifikowani pracownicy, którzy ukończyli szkoły zawodowe, a także posiadają doświadczenie w pracy w przetwórstwie spożywczym. Należy jednak podkreślić, że pracodawcy, którzy obecnie oferują niskie wynagrodzenia dla pracowników produkcyjnych powinni zwiększyć oferowane stawki, aby zwiększyć szanse na zatrudnienie. Kluczowe w branży będą umiejętności komunikacyjne i interpersonalne kandydatów do pracy w tym w szczególności motywacja do pracy. W ciągu najbliższych 5 lat szansę na zatrudnienie w branży spożywczej z uwagi na procesy automatyzacji będą również mieli specjaliści w dziedzinach: informatyka, technologia, robotyka. Przyszłością branży i szansą jej rozwoju są również innowacje, dlatego prognozuje się wzrost zapotrzebowania na naukowców, w szczególności w dziedzinach biotechnologii, chemii czy biochemii. Przewidywane jest także dalsze zatrudnianie cudzoziemców w branży przetwórstwa spożywczego.

WNIOSKI Z BADANIA

Województwo wielkopolskie cechuje się dużą liczbą podmiotów produkujących żywność. W 2017 r. w regionie funkcjonowały 3 952 podmioty z branży spożywczej (łącznie działy 10 i 11), w efekcie Wielkopolska zajmowała trzecie miejsce w kraju pod względem ogólnej liczby podmiotów produkujących żywność i napoje, za województwami: mazowieckim i śląskim.

Podmioty specjalizujące się w produkcji żywności w większości mieszczą się w podregionie kaliskim (łącznie 852) – najwięcej w powiecie kaliskim i Kaliszu, odpowiednio 161 i 144 podmioty. Pod względem liczby produkujących artykuły spożywcze na drugim miejscu znajduje się podregion leszczyński, w którym dominuje powiat wolsztyński (130 firm) i gostyński (116 firm). Najmniejsza liczba przedsiębiorstw produkujących żywność zlokalizowana jest na północy województwa, w podregionie pilskim – 323 firmy. Wytwarzanie napojów to sektor produkcji, który dominuje na terenie miasta Poznań – 44 firmy z branży. Znaczna liczba podmiotów specjalizujących się w produkcji napojów występuje również w podregionach poznańskim (35), kaliskim (36) i leszczyńskim (33). Uwzględniając w analizie poszczególne powiaty najwięcej zakładów przetwórstwa napojów zlokalizowanych jest w powiatach Poznań (44), poznańskim (22) i kaliskim (10).

Liczba podmiotów z branży spożywczej w województwie wielkopolskim jest na stabilnym poziomie, pomimo niewielkich wahań na przestrzeni ostatnich 5 lat.

Negatywnie należy ocenić często zmieniające się przepisy prawne i podatkowe dotyczące branży. Nie wpływa to dobrze na sytuację przedsiębiorców, którzy mają trudności z ich interpretacją i dostosowywaniem funkcjonowania firmy do nowych warunków.

Wynagrodzenia w przetwórstwie przemysłowym w województwie wielkopolskim w każdym badanym roku były o kilkadziesiąt złotych niższe niż średnia ogólnokrajowa. Z danych dotyczących pierwszego kwartału 2018 roku wynika, iż trend ten zostanie utrzymany – Wielkopolska nadal pozostaje na piątym miejscu pod względem zarobków w przemyśle przetwórczym. Najniższe zarobki dotyczą pracowników niższego szczebla, co może wpływać na dalszy niski poziom zainteresowania podjęciem zatrudnienia w branży spożywczej przez młode osoby.

Pomimo licznych problemów na które wskazywali przedsiębiorcy, łącznie aż 87% mikro przedsiębiorców, którzy wzięli udział w badaniu oceniło sytuację ekonomiczną firmy jako dobrą lub raczej dobrą. Wśród małych firm również dominowały odpowiedzi pozytywne na temat sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstw – łącznie 84% (odpowiedzi że sytuacja jest dobra lub raczej dobra). W przypadku średnich i dużych firm również mamy do czynienia z jednoznacznie pozytywną oceną kondycji finansowej (88,6%). Przedsiębiorcy mieli trudności z prognozą swojej sytuacji finansowej w przyszłości, m.in. z uwagi na zmieniające się przepisy prawne i podatkowe.

Większość wielkopolskich firm nie planuje rozszerzania w ciągu najbliższych dwóch lat swojej działalności o nowe rynki. W grupie mikroprzedsiębiorstw wskazało tak 79,5% respondentów, z kolei w grupie małych firm 72,9%. Najmniejszy odsetek firm nieplanujących poszerzania działalności o nowe rynki dotyczy średnich i dużych firm, co czwarte przedsiębiorstwo zatrudniające powyżej 50 pracowników deklaruje chęć sprzedaży swoich produktów na nowych rynkach.

W województwie wielkopolskim funkcjonują zakłady zajmujące się produkcją wszystkich produktów sklasyfikowanych jako artykuły spożywcze. W skali całego regionu najwięcej przedsiębiorstw z branży zajmuje się produkcją pieczywa – 28,6%. Na drugim miejscu znajdują się zakłady przetwórstwa mięsnego (z wyłączeniem drobiu), które stanowią 17,9% firm w branży. Pozostałe rodzaje przedsiębiorstw stanowią mniej niż 10% branży. W pierwszej piątce dominujących typów produkcji znajdują się także zakłady przetwarzające i konserwujące owoce i warzywa (8,9%), produkcją wyrobów z mięsa z włączeniem drobiu (6,8%) oraz produkujące gotowe pasze dla zwierząt gospodarskich (5,5%).

Produkcja napojów spożywczych w regionie wielkopolskim to w 37,3% produkcja napojów bezalkoholowych, produkcja wód mineralnych oraz pozostałych wód butelkowanych. Na drugim miejscu w województwie, jeśli chodzi o produkcję napojów znajdują się zakłady zajmujące się destylowaniem, ratyfikowaniem i mieszaniem alkoholi – 28,4%.

W województwie wielkopolskim nie wskazano na problemy z dostępem do dostawców surowców i produktów niezbędnych do wytwarzania artykułów spożywczych i napojów. Z uwagi na rolniczy charakter znacznych obszarów regionu, przedsiębiorcy nie odnotowali trudności z dostępem do dostawców oferujących surowce na dużą skalę.

W wielkopolskiej branży spożywczej można zaobserwować niski poziom współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami a jednostkami naukowymi. Wskazując na trudności we współpracy pomiędzy uczelniami

sektorem nauki i przedsiębiorcami należy podkreślić, że obie strony nie do końca znają i rozumieją swoje oczekiwania i potrzeby. Jak wynika z badania, przedsiębiorcy dostrzegają zalety podejmowania współpracy z jednostkami naukowymi, jednakże odpowiednie jednostki, np. władze samorządowe, powinny podjąć inicjatywę zachęcającą do kooperacji w ramach branży spożywczej.

Przedsiębiorcy bardzo często zmuszeni są do skupienia się na bieżącym funkcjonowaniu na rynku, dlatego kwestia wdrażania nowych rozwiązań niejednokrotnie zostaje odłożona w czasie. Ponadto mikro i małe przedsiębiorstwa nie posiadają wystarczającej liczby pracowników, którzy mogliby poświęcić swój czas na zajmowanie się pracami naukowo-badawczymi.

Z przeprowadzonego badania wynika, że przedsiębiorcy w zdecydowanej większości, a w przypadku średnich i dużych firm w 100%, nie podejmują się wzajemnej współpracy w formie klastrów. Jedynie 3,3% przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw zadeklarowało, że są zrzeszeni w jednym z klastrów działających na terenie województwa wielkopolskiego. W przypadku małych firm odsetek ten wyniósł jeszcze mniejszą wartość – 1,4%. Przedsiębiorcy, którzy byli w jakiś sposób związani z klastrami nie ocenili ich działań pozytywnie. Uważają, że ich wpływ na rozwój i konsolidację branży jest znikomy.

Niepokojącym jest fakt, że przedsiębiorcy, którzy do tej pory nie podejmowali żadnej współpracy w ramach branży, nie zamierzają jej podejmować również w przyszłości. W przypadku mikroprzedsiębiorców nie podejmujących współpracy odsetek takich odpowiedzi wyniósł 96,4%, zaś w grupie średnich i dużych firm 95,5%.

W każdej grupie przedsiębiorstw dominowały odpowiedzi, że w obecnej sytuacji firma nie potrzebuje dofinansowania ze środków publicznych. W przypadku mikroprzedsiębiorstw, których przedstawiciele zwracali uwagę w ramach niniejszego badania że małe podmioty potrzebują wsparcia, aż 93% udzieliło odpowiedzi, że w chwili obecnej nie potrzebują tego wsparcia. Ponad ¾ małych firm również nie potrzebuje dofinansowania na żaden cel, z kolei wśród przedsiębiorstw zatrudniających ponad 50 pracowników wskaźnik ten wyniósł 68,6%. Przedstawiciele przedsiębiorstw, którzy udzielili odpowiedzi, że firma potrzebowałaby wsparcia najczęściej wskazywali, że otrzymane środki przeznaczyliby na zakup nowych maszyn technologii lub modernizację zakładów. Część z nich wyrażała chęć wzmocnienia innowacyjności i konkurencyjności, a także podnoszenie kwalifikacji pracowników. Znaczna liczba firm uznała jednak, że potrzebuje wsparcia w bieżącej działalności przedsiębiorstwa.

Jeśli chodzi o problemy ze znalezieniem pracowników analizowane z uwzględnieniem wielkości przedsiębiorstwa to najczęściej pojawiały się one wśród firm zatrudniających powyżej 50 pracowników – łącznie 68,5% przedstawicieli średnich i dużych firm udzieliło odpowiedzi raczej tak i tak. Najmniejsze problemy ze znalezieniem wykwalifikowanej kadry pracowniczej miały mikroprzedsiębiorstwa – 67,7% łącznych odpowiedzi raczej nie i nie. W grupie małych firm, 51,4% przedsiębiorców zadeklarowało że pojawiały się u nich problemy ze znalezieniem pracowników, natomiast w pozostałych firmach (48,5%) nie stanowiło to trudności. Największe problemy ze znalezieniem pracowników wskazywali przedsiębiorcy z podregionu kaliskiego.

Problemy ze znalezieniem pracowników najczęściej spowodowane były brakiem na rynku osób posiadających wymagany przez pracodawcę zawód – 56,8%. Na drugim miejscu pod względem przyczyn trudności ze znalezieniem osób do pracy znalazły się zbyt wygórowane oczekiwania kandydatów.

W przetwórstwie spożywczym w województwie wielkopolskim wśród zatrudnionych obcokrajowców zdecydowanie dominują pracownicy z Ukrainy, którzy stanowią aż 89,2% wszystkich zatrudnionych obcokrajowców w tym sektorze. Kwestia zatrudniania cudzoziemców została sklasyfikowana zarówno jako szansa, jak i jako zagrożenie dla branży spożywczej. Z jednej strony zatrudnianie cudzoziemców wpływa pozytywnie na branżę, ponieważ zatrudnienie pracowników z zagranicy pozwala do pewnego stopnia zaspokoić potrzeby kadrowe wielkopolskich firm, z drugiej jednak strony część pracodawców przejawia obawy w zakresie możliwości asymilacji z pozostałymi pracownikami z uwagi na bariery mentalne i językowe. Mimo to, analizując dane dotyczące cudzoziemców należy założyć, że tendencja zatrudnienia cudzoziemców w branży spożywczej utrzyma się.

Z przeprowadzonej analizy ofert pracy wynika, że firmy z branży spożywczej w województwie wielkopolskim najczęściej poszukiwały do pracy w zawodach: magazynier, kierowca, mechanik maszyn i urządzeń, piekarz oraz pomocniczy robotnik.

Dominującą formą zatrudnienia jest umowa o pracę (dotyczy to aktualnego i przyszłego zatrudnienia w branży), co świadczy o stabilności zatrudnienia zarówno w województwie, jak i poszczególnych podregionach.

Znaczna liczba ofert pracy w branży spożywczej nie zawierała informacji o wymaganym doświadczeniu, kwalifikacji i kompetencji. Dotyczyło to głównie pracowników fizycznych/niższego szczebla. Przedsiębiorcy w związku z niską popularnością szkół zawodowych, dopuszczają możliwość przyuczenia do zawodu w ramach zakładu pracy. Ponadto, spośród pracodawców zgłaszających wymagane kompetencje najczęściej wskazywano na oczekiwanie chęci do pracy oraz gotowość do pracy w systemie zmianowym. W związku z tym można zakładać, że z uwagi na dotkliwe deficyty kadrowe pracodawcy często ograniczają swoje wymagania w celu pozyskania pracowników chętnych do podjęcia pracy.

Głównym kanałem rekrutacyjnym w branży spożywczej jest Internet. Współpraca w tym zakresie ze służbami zatrudnienia była częściej podejmowana z publicznymi urzędami pracy, niż prywatnymi (agencje zatrudnienia. W przypadku średnich i dużych firm (zatrudniających od 50 pracowników) kooperacja z urzędami pracy była podejmowana przez 57% z nich.

Pomimo tego, że ofertę edukacyjną dla branży spożywczej w województwie wielkopolskim można określić jako szeroką, nie jest ona dostosowana do potrzeb firm z branży spożywczej. Problem ze znalezieniem fachowców wynika również z dużej popularności liceów ogólnokształcących i uczelni wyższych, a niewielką liczbą absolwentów szkół zawodowych/branżowych. Zmiana takiej tendencji wymaga podjęcia współpracy pracodawców z regionu i przedstawicieli szkół zawodowych.

REKOMENDACJE

1. Rekomendacje dla przedsiębiorców

- Podejmowanie działań, mających na celu przygotowanie przedsiębiorstw na zmieniające się warunki ekonomiczne.
- Podejmowanie działań na rzecz pozyskiwania pracowników z zagranicy, prowadzenie kursów/działań szkoleniowych mających na celu ich efektywne wdrażanie w funkcjonowanie przedsiębiorstwa.
- Prowadzenie działań szkoleniowych umożliwiających przekwalifikowanie pracowników z innych branż oraz podnoszenie kwalifikacji osób już zatrudnionych.
- Budowanie przewagi konkurencyjnej na rozwiązaniach innowacyjnych. Coraz droższe koszty pracy i rosnące wynagrodzenia będą powodować, że producenci przestaną być konkurencyjni cenowo względem innych krajów, co z kolei spowoduje konieczność budowy przewagi na innym polu.
- Podejmowanie działań marketingowych i promocyjnych z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacyjnych.
- Tworzenie i realizacja średniookresowych i długookresowych strategii działania, określających cele rozwojowe oraz przewidujących różne scenariusze przyszłości branży spożywczej w regionie, Polsce i Europie.
- Dążenie do rozszerzenia zasięgu terytorialnego swojej działalności.
- Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa poprzez podejmowanie współpracy z innymi podmiotami z branży, podmiotami systemu oświaty oraz sektorem badawczo – rozwojowym.

2. Rekomendacje dla organizacji branżowych

- Podejmowanie działań na rzecz promocji współpracy pomiędzy firmami z branży, organizacja spotkań branżowych, upowszechnianie informacji nt. sytuacji branży oraz panujących i przewidywanych trendów.
- Organizacja spotkań/konferencji z wszystkimi podmiotami mającymi wpływ na sytuację firm z branży spożywczej.
- Inicjowanie badań sytuacji sektora oraz potrzeb różnych grup klientów, a także upowszechnianie tych informacji wśród firm z branży spożywczej.
- Promowanie działań innowacyjnych podnoszących konkurencyjność firmy, wsparcie przedsiębiorców w ubieganiu się o środki na realizację inwestycji.
- Podejmowanie współpracy z podmiotami systemu oświaty oraz sektorem badawczo – rozwojowym.
- Podejmowanie działań na rzecz budowy i promocji marki wielkopolskich produktów spożywczych (w tym produktów regionalnych) na terenie kraju i zagranicą.

3. Rekomendacje dla sektora administracji publicznej/samorządowej

- Zniesienie biurokracji i zapewnienie czytelnych i jasnych procedur zakładania i prowadzenia firmy.
- Promocja atrakcyjności inwestycyjnej regionu, w tym oferty terenów inwestycyjnych w Wielkopolsce i subregionach.
- Monitorowanie sytuacji na regionalnym i lokalnych rynkach pracy i podejmowanie działań stanowiących odpowiedź na zmiany w zakresie zapotrzebowania na kadry, upowszechnianie informacji w tym zakresie.
- Promocję kształcenia zawodowego z uwzględnieniem potrzeb branży spożywczej, tworzenie oferty edukacyjnej pozwalającej na zapewnienie dostępu do pracowników, na jakich firmy zgłaszają zapotrzebowanie.
- Organizacja spotkań zapewniający platformę do dialogu pomiędzy sektorem spożywczym, przedstawicielami samorządu, instytucjami rynku pracy, instytucjami otoczenia biznesu oraz podmiotami systemu oświaty, mającej na celu poznanie potrzeb poszczególnych podmiotów oraz

weryfikację możliwości optymalnych rozwiązań przyczyniających się do rozwoju branży spożywczej w regionie.

- Wspieranie oddolnych inicjatyw branżowych w regionie nakierowanych na rozwój branży.
- Podejmowanie działań na rzecz budowy i promocji marki wielkopolskich produktów spożywczych na terenie kraju i zagranicą.
- Podejmowanie działań na rzecz wsparcia rozwoju sektora rolniczego w celu zapewnienia bazy surowcowej dla wielkopolskiego przetwórstwa spożywczego.
- Podejmowanie działań na rzecz zapewnienia i rozwoju wysokiej jakości infrastruktury transportowej, umożliwiającej lepszy i szybszy transport zarówno surowców dla branży spożywczej, jak produktów wytworzonych przez zakłady przetwórstwa spożywczego do odbiorców.

4. Rekomendacje dla instytucji kształcenia

- Zapewnienie wysokiej jakości kształcenia zawodowego, prowadzenie kształcenia w oparciu o aktualną wiedzę, technologie wykorzystywane w branży oraz standardy rynkowe, zapewnienie atrakcyjnego programu kształcenia, rozwój praktycznych umiejętności stanowiących odpowiedź na potrzeby pracodawców
- Monitorowanie sytuacji na lokalnych oraz regionalnym rynku pracy oraz optymalnie elastyczne reagowanie na zmiany na nim zachodzące.
- Podejmowanie różnych form współpracy z przedsiębiorcami, w celu przygotowania kadry odpowiadającej potrzebom rynku pracy.
- Organizacja staży/praktyk zawodowych, w tym zagranicznych.
- Podejmowanie działań zachęcających do podejmowania nauki w zawodach związanych z branżą spożywczą, na jakiej jest zapotrzebowanie na rynku pracy.
- Położenie nacisku na rozwój konkretnych kwalifikacji zawodowych oraz kompetencji miękkich umożliwiających efektywne wykonywanie przyszłych obowiązków zawodowych.
- Zapewnienie szerokiej oferty kursów i szkoleń odpowiadających na konkretne potrzeby poszczególnych pracowników i pracodawców (przekwalifikowanie pracowników z innych branż, podniesienie kwalifikacji zawodowych pracowników na różnych stanowiskach i o różnym stażu zawodowym, szkolenia zawodowe pracowników z zagranicy, kursy językowe itp.).
- Promowanie kształcenia ustawicznego

5. Rekomendacje dla instytucji rynku pracy

- Stałe podnoszenie jakości w zakresie wspierania pracodawców w poszukiwaniu pracowników oraz podnoszenia jakości i efektywności działania instytucji rynku pracy.
- Upowszechnianie informacji nt. rozwiązań wspierających prowadzenie oraz rozwój przedsiębiorstwa oraz zapewnienie klarownych i przejrzystych instrukcji w zakresie ich realizacji (m. in. możliwości ubiegania się o środki unijne, zatrudnianie cudzoziemców).
- Monitorowanie sytuacji na regionalnym i lokalnych rynkach pracy, pozyskiwanie i upowszechnianie informacji na temat możliwości i warunków zatrudnienia w branży spożywczej.
- Organizacja spotkań zapewniających platformę do dialogu i wymiany informacji pomiędzy sektorem spożywczym, przedstawicielami samorządu, instytucjami rynku pracy, instytucjami otoczenia biznesu oraz podmiotami systemu oświaty, mającej na celu poznanie potrzeb poszczególnych podmiotów oraz zweryfikowania możliwości optymalnych rozwiązań przyczyniających się do zapewnienia stabilnej sytuacji zatrudnienia w branży
- Organizowanie i finansowanie programów praktyk i staży, które ułatwią pracodawcom pozyskanie pracowników i umożliwią wdrożenie pracownika w funkcjonowanie firmy.
- Promowanie kształcenia ustawicznego.

BIBLIOGRAFIA

1. Dane statystyczne (sierpień-wrzesień 2018)
 - a) Eurostat.
 - b) GUS – dane pozyskane.
 - c) GUS Bank Danych Lokalnych.
 - d) Roczniki statystyczne Polski.
 - e) Roczniki statystyczne Wielkopolski.
2. Dokumenty programowe
 - a) Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020.
3. Dokumenty strategiczne
 - a) Regionalna Strategia Innowacji dla Wielkopolski 2015-2020.
 - b) Strategia Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku.
4. Publikacje naukowe
 - a) W. Mroczek, Eksport żywności w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej, „Unia Europejska.pl” nr 3 (2014) 2017.
 - b) P. Beba, W. Poczta, Rozwój i rola polskiego przemysłu spożywczego w warunkach akcesji do Unii Europejskiej.
 - c) Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski, Instytut Badań nad gospodarką rynkową, Gdańsk 2012.
 - d) Anna Lis, Adrian Lis, *Klaster, inicjatywa klastrowa, powiązanie kooperacyjne – rozróżnienie pojęć*, Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management Nr 37, 2011.
 - e) P. Sobieszczęńska, A. Sadowski, Finansowe wsparcie polskiego przemysłu spożywczego środkami Unii Europejskiej w latach 2004-2013 w ujęciu regionalnym.
5. Raporty, analizy, opracowania
 - a) Lista Głównych Inwestorów Zagranicznych w Polsce - Grudzień 2017.
 - b) Opracowanie Wielkopolskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.
 - c) Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017. Województwo wielkopolskie.
 - d) Barometr Zawodów 2018.
 - e) Tworzenie i zarządzanie inicjatywą klastrową. Podręcznik przygotowany na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.
 - f) Co gryzie producentów żywności, czyli sytuacja finansowa branży spożywczej, Ogólnopolski raport Krajowego Rejestru Długów, styczeń 2018.
 - g) Sprawozdanie Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej na temat zatrudniania cudzoziemców w Polsce.
 - h) Ocena sytuacji absolwentów szkół rocznik 2016-2017.
6. Źródła internetowe (sierpień-wrzesień 2018)
 - a) www.gddkia.gov.pl
 - b) www.klaster.kalisz.pl
 - c) www.food4good.pl
 - d) www.leszczynskiesmaki.pl
 - e) strony internetowe szkół ponadgimnazjalnych
 - f) strony internetowe uczelni wyższych
 - g) strony internetowe instytucji oferujących kursy w ramach branży spożywczej