



POLSKA FEDERACJA
HODOWCÓW BYDŁA
I PRODUCENTÓW MLEKA



2024/2025




ZAPEWNIENIE WARTOŚCI MLEKA

strategia dla branży mleczarskiej w Polsce

WSPÓLNE DZIAŁANIA ORGANIZACJI SEKTORA MLECZARSKIEGO
DZIAŁANIA FINANSOWANE Z FUNDUSZU PROMOCJI MLEKA

Spis treści

Wstęp	04
Streszczenie	06
Spis treści - moduły	10
Moduł - Od lokalnej mleczarni do globalnego gracza	11
Moduł - Odkrywanie możliwości eksportowych	17
Moduł - Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych	22
Moduł - Imperatyw zrównoważonego rozwoju w obsłudze światowych rynków premium	31
Moduł - Działania wymagane dla poprawy rentowności mleczarstwa w Polsce	35
Załączniki	39



Strategia dla branży mleczarskiej w Polsce



Wstęp

Polski sektor mleczarski stoi na progu nowej ery, w której ma szansę stać się jednym z kluczowych graczy na globalnym rynku produktów mleczarskich. Silne fundamenty, zbudowane na tradycji, wysokiej jakości produktach oraz rosnącym popycie krajowym i międzynarodowym, umożliwiają dalszy dynamiczny rozwój. Jednocześnie sektor ten musi stawić czoła licznym wyzwaniom, takim jak zmieniające się regulacje środowiskowe, rosnące koszty produkcji czy geopolityczne i ekonomiczne turbulencje.

Nad strategią wspólnie postanowiły działać wiodące organizacje branżowe - Polska Izba Mleka, Związek Polskich Przetwórców Mleka, Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka, Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich oraz Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy. Dokument ma na celu wskazanie drogi ku zrównoważonemu i rentownemu rozwojowi polskiego mleczarstwa. W ramach projektu analizowane są kluczowe aspekty funkcjonowania branży, od wymogów eksportowych i odkrywania nowych rynków po zrównoważony rozwój i poprawę rentowności.



Dokument bazowy, który powstał w ramach współpracy z międzynarodową grupą ekspertów, oferuje szeroką perspektywę na obecny stan polskiego sektora mleczarskiego, identyfikuje kluczowe wyzwania i szanse oraz przedstawia rekomendacje strategiczne. Celem strategii jest nie tylko dostarczenie branży najbardziej aktualnych informacji rynkowych i kierunków rozwoju, ale także opracowanie planu działań, które umożliwią zwiększenie eksportu, wzmocnienie pozycji na rynku krajowym oraz sprostanie wymaganiom Europejskiego Zielonego Ładu.



Realizacja tej strategii jest odpowiedzią na potrzeby rynku i stanowi pierwszy krok ku długoterminowej wizji rozwoju polskiego mleczarstwa, w którym lokalne tradycje spotykają się z globalnymi ambicjami. Dokument stanowi kompleksowy drogowskaz dla rozwoju polskiego sektora mleczarskiego w nadchodzących latach. Ma on wskazać jasne kierunki działań oraz priorytety strategiczne, które umożliwią branży nie tylko adaptację do zmieniających się warunków rynkowych, ale także osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na arenie międzynarodowej. Strategia ta integruje różnorodne perspektywy, doświadczenia i analizy, tworząc solidną podstawę do podejmowania decyzji na poziomie lokalnym i globalnym.

Dzięki uwzględnieniu najlepszych praktyk z innych krajów oraz dostosowaniu ich do specyfiki polskiego rynku, dokument ten pełni rolę mapy drogowej, która prowadzi przez wyzwania współczesnego świata mleczarskiego. Wyznacza ścieżki rozwoju, uwzględniając zarówno potrzeby lokalnych producentów, jak i wymagania konsumentów oraz partnerów na rynkach zagranicznych. To przewodnik, który pomoże branży mleczarskiej odnaleźć właściwe miejsce w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości gospodarczej i środowiskowej.

Streszczenie

Autorzy opracowania są zdania, że polski sektor mleczarski osiągnął poziom, który pozwoli mu stać się jeszcze silniejszym graczem na światowych rynkach mleczarskich w przyszłości. Według ich oceny osiągnięcie silniejszej pozycji polskiego mleczarstwa zarówno w kraju, jak i za granicą będzie jednak wymagało znacznych wysiłków, głównie po stronie gospodarstw. Poniżej przedstawione zostało streszczenie wyników prac i analizy.

Wnioski i analiza

Spożycie nabiału na mieszkańca wyrażone w ekwiwalencie mleka pozostaje w Polsce niezmiennie wysokie od trzech dziesięcioleci. Polskie mleczarstwo ma więc dostęp do dużego i wciąż rosnącego rynku krajowego. Źródłem jego wzrostu jest rosnące spożycie serów. Na rynku krajowym we wspomnianym okresie nastąpiła konsolidacja rynku spożywczego handlu detalicznego. W ostatnich latach wraz z rosnącą siłą nabywczą (dyskontowych) sieci detalicznych atrakcyjność rynku krajowego dla polskiej branży mleczarskiej nieco spadła.

Produkcja mleka w Polsce od czasu zniesienia kwot mlecznych w 2014/2015 r. rośnie o prawie 2% rocznie. W tym okresie wzrost produkcji nabiału w Polsce był większy niż wzrost jego spożycia w kraju, co skłoniło polską branżę mleczarską do zwiększenia eksportu. W 2023 r. około 20% produkcji netto polskiego przemysłu mleczarskiego przeznaczono na eksport. Faktyczna wielkość eksportu jest nawet wyższa lecz import, głównie z innych krajów UE również wzrósł. Głównym źródłem wzrostu eksportu był eksport serów, przede wszystkim w obrębie UE. Polski eksport mleka w proszku (na rynek towarowy) prowadzony jest natomiast do państw trzecich, takich jak kraje Bliskiego Wschodu i Afryki Północnej.

Podsumowując i nieco upraszczając, polskie produkty mleczarskie trafiają obecnie na trzy rynki:

- **rynek krajowy**, na którym siła nabywczą sprzedawców detalicznych jest duża, co ogranicza zyski;
- **rynek UE** - w przypadku eksportu serów;
- **rynek pozaunijny** - w przypadku mleka w proszku (na rynek towarowy).

Ekspertcy uważają, że pomimo wyzwań zarówno na rynku krajowym, jak i na towarowych rynkach mleka w proszku polskie mleczarstwo jest dobrze przygotowane na przyszłość. Wynika to z dynamiki światowego rynku mleczarskiego. Spożycie mleka na świecie w ujęciu ilościowym wykazuje dynamikę dodatnią. Wzrost spożycia w ujęciu ilościowym wynosi 2,5% rocznie i napędzany jest przez konsumentów w Azji. Wzrost ten jest wynikiem trzech czynników obejmujących: wzrost liczby ludności, wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem siły nabywczą konsumentów oraz przyjmowanie zachodnich nawyków żywieniowych. Przewiduje się, że żaden z tych trzech czynników nie ulegnie zmianie w najbliższym czasie. Czynniki te wykazują tak silną dynamikę i dotyczą tak dużej części ludności świata, że nawet rosnąca ilość alternatywnych produktów roślinnych na niektórych rynkach zachodnich praktycznie nie wpływa na ogólny pozytywny obraz sytuacji.

Obecni główni importerzy produktów mleczarskich (Chiny, Azja Południowo-Wschodnia, Bliski Wschód, Afryka północna i zachodnia, Meksyk) realizują programy rozwoju hodowli bydła mlecznego, ale osiągnięty dzięki nim wzrost produkcji pozwala w najlepszym razie na utrzymanie niezmiennego stopnia samowystarczalności. Krótko mówiąc państwa, w których najszybciej wzrasta siła nabywcza konsumentów chcą kupować więcej nabiału. Nie są one jednak w stanie odpowiednio zwiększyć produkcji krajowej, w związku z czym nadal polegają na imporcie - głównie z USA, państw UE-27 i Nowej Zelandii. Z kolei główni eksporterzy z różnych powodów, często związanych z ochroną środowiska prawie nie zwiększają już swojego eksportu, również dlatego, że krajowy rynek mleczarski, szczególnie w USA także rośnie.

Niniejszy dokument wskazuje, że rosnąca siła nabywcza i ograniczona podaż spowodowały już (w Oceanii) liniowy wzrost cen masła w czasie: złożona roczna stopa wzrostu (ang. compound annual growth rate - CAGR) w okresie 17 kolejnych lat wyniosła tam 6,0%. Efektem jest wzrost cen dwukrotnie wyższy od inflacji strukturalnej w USA. Mówiąc prościej: trwały wzrost spożycia produktów mlecznych na świecie przy jednoczesnym słabym wzroście globalnej podaży powodują, że pod względem struktury rynek mleczarski będzie (przez większość czasu) rynkiem sprzedawcy.

W branży mleczarskiej wszystkie rynki są ze sobą powiązane. To, co dzieje się na rynku światowym będzie wywierało korzystny wpływ na polski rynek krajowy. Polskie mleczarstwo, jak wskazano powyżej stworzyło kanały eksportowe. Musi teraz zintensyfikować działania na rzecz zwiększenia i utrzymania dostępu do tych rynków eksportowych, które są najbardziej atrakcyjne. Poniżej wskazujemy, że działania te dotyczą przede wszystkim dostosowań na poziomie gospodarstw.

Polski sektor mleczarski w ciągu ostatnich trzydziestu lat uległ drastycznej zmianie. W tym okresie:

- ok. 92% wszystkich gospodarstw mlecznych w Polsce zakończyło działalność;
- wydajność mleczna wzrosła z 3200 do 7500 kg na krowę rocznie, a obecnie zbliża się do poziomów osiągniętych w krajach o największej wydajności;
- na skutek likwidacji małych gospodarstw oraz wzrostu wydajności produkcji średnia wielkość produkcji mleka w polskim gospodarstwie wzrosła w ciągu 30 lat 15-krotnie, do około 100 000 litrów mleka rocznie na gospodarstwo.

Zmiany zachodzące na poziomie gospodarstw w ciągu ostatnich 30 lat, skutkujące znacznie wyższym odsetkiem dostarczanego do skupu mleka surowego, którego produkcja również rośnie spowodowały, że przetwórcy w Polsce niemal potroili moce przetwórcze i produkcję. Wzrost ten dotyczy przede wszystkim serów. Mleko spożywcze i mleko w proszku mają obecnie mniejszy udział w produkcji wyrobów mleczarskich w Polsce. Obecny asortyment produkcji jest podobny, jak u innych wiodących eksporterów unijnych. Parametr ten, podobnie jak większa wydajność mleczna krów wskazuje, że polski sektor mleczarski jest zdecydowanie gotowy do konkurencji na arenie międzynarodowej.

W porównaniu do wielkości produkcji najlepszych w swojej klasie gospodarstw, produkcja wymaga jednak kolejnego wzrostu o co najmniej 5-10 razy. Konieczność dalszego wzrostu wynika z dwóch czynników. Pierwszym z nich jest rentowność gospodarstw - możliwość uzyskania takich dochodów przez właścicieli, dzięki którym hodowla pozostanie zawodem atrakcyjnym dla przyszłych pokoleń.

Wnioski i analiza

Drugim czynnikiem jest ekonomia skali gospodarstw, która wiąże się z zapewnieniem dostępu do atrakcyjnych rynków w przyszłości.

Wyróżniamy trzy przyszłe rynki mleczarskie: rynek produktów najwyższej klasy (premium), rynek produktów najbardziej popularnych oraz rynek towarowy. Uważamy, że aby sprostać wymaganiom dostępu do atrakcyjnych rynków produktów klasy premium niemal konieczne jest prowadzenie gospodarstw produkujących co najmniej około miliona litrów rocznie. Pozwoli to uzasadnić inwestycje w gospodarstwa, konieczne dla obsługi klientów nabywających produkty najwyższej klasy. Twierdzimy również, że klienci, zwłaszcza europejscy klienci detaliczni, którzy stanowią większość klientów polskiego sektora mleczarskiego coraz częściej wymagają, aby kupowane przez nich mleko spełniało wymagania w zakresie produktów najwyższej klasy.

Nabywcy produktów klasy premium koncentrują się nie tylko na typowych wskaźnikach wydajności gospodarstwa, takich jak liczba komórek somatycznych. Coraz częściej wymagają też przekonujących wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju. Zmieniające się wymagania nabywców powodują więc konieczność zmiany skali. To z kolei nieuchronnie wymusza dalszą znaczącą konsolidację polskiego sektora mleczarskiego.

Alternatywa wydaje się nieatrakcyjna. Niespełnienie rosnących wymagań nabywców może spowodować, że polscy sprzedawcy mleka będą musieli szukać mniej wymagających klientów. Ci z kolei wiedzą, że tacy sprzedawcy mają ograniczone możliwości sprzedaży. W związku z tym będą wykorzystywać swoją pozycję negocjacyjną, co spowoduje stosunkowo słabe zyski z produktów mleczarskich.

Widzimy więc, że sektor mleczarski w Polsce znajduje się na rozdrożu. Istnieje kilka aspektów pozytywnych. Nastąpiły głębokie, udane zmiany: konsolidacja gospodarstw, wzrost wydajności mlecznej krów, rozwój przetwórstwa, korzystna zmiana asortymentu produktów, a także stworzenie lokalnych, unijnych i globalnych kanałów sprzedaży. Co więcej, popyt na produkty mleczarskie na świecie przewyższa podaż. Dlatego też oczekuje się, że ceny nabiału na świecie (pod względem ogólnego trendu) będą rosły szybciej niż inflacja - tak, jak dzieje się już w przypadku ce masła w Oceanii/na rynku światowym.



Istnieją również aspekty negatywne. Spełnienie (przyszłych) ograniczeń prawnych dotyczących ochrony środowiska, wprowadzanych zarówno na szczeblu krajowym, jak i na poziomie UE stanie się dla rolników coraz bardziej kosztowne. Będzie to opłacalne wyłącznie dla gospodarstw o wystarczającej skali. Konsumentom podoba się to, że produkty stają się bardziej ekologiczne, ale rzadko chcą płacić więcej, aby zapewnić ich bardziej ekologiczny charakter. Wszyscy chcą bardziej zrównoważonego rozwoju, ale oczekują, że zapłaci za to ktoś inny. W odniesieniu do śladu węglowego rolnicy są najbardziej narażeni na ryzyko, ponieważ ślad przypisywany rolnictwu jest znacznie większy niż w przypadku pozostałych ogniw łańcucha wartości w branży mleczarskiej. Ponadto bariera wejścia na rynki produktów mleczarskich segmentu premium również wzrasta, jeżeli chodzi o wymagania stawiane gospodarstwom. Będą one musiały spełniać (przyszłe) cele zrównoważonego rozwoju, aby móc stosować ceny segmentu premium. Trzeba też uwzględnić konkurencję, która również się rozwija, a najwięksi światowi przetwórcy mleka wyprzedzają większość polskich podmiotów pod względem zgodności z wymaganiami dotyczącymi dostępu do rynków produktów najwyższej klasy.

Niemniej jednak, biorąc pod uwagę ogólną dynamikę rynku, korzyści możliwe do uzyskania w efekcie zwiększenia produkcji wysokiej jakości mleka w Polsce są bezsprzeczne. Polska, z uwagi na swoją wielkość i obecną strukturę sektora mleczarskiego skorzystałaby na tym prawdopodobnie bardziej niż jakikolwiek inny kraj UE. W ciągu ostatnich 30 lat polski sektor mleczarski udowodnił, że jest w stanie wprowadzić wyżej wspomniane głębokie zmiany i wygląda na to, że nadal ma możliwości rozwoju.

Fakt, że w 2023 r. około 90% gospodarstw mlecznych w Polsce - produkujących ponad 30% surowego mleka przetwarzanego w zakładach przetwórczych - pozostaje poza skalą, którą można nazwać przyszłościową, należy paradoksalnie postrzegać jako szansę. Przy tej samej liczbie krów hodowanych w większych i bardziej zaawansowanych gospodarstwach możliwy będzie dalszy wzrost ich wydajności mlecznej. Większe gospodarstwa zapewnią wzrost produkcji mleka surowego dla chętnych klientów. Jednocześnie zmniejszy się prawdopodobnie oddziaływanie polskich gospodarstw mlecznych na środowisko. Będzie to wynikiem wyższego poziomu profesjonalizmu i bardziej przyjaznej dla środowiska bazy produkcyjnej, na którą mogą sobie pozwolić tylko większe gospodarstwa (i którą będzie trzeba wprowadzić). Wzrost wielkości i profesjonalizacja gospodarstw umożliwią polskiemu sektorowi mleczarskiemu obsługę większej liczby rynków mleczarskich segmentu premium na coraz większą skalę, tworząc silniejszy finansowo sektor na przyszłość. W związku perspektywy ekonomiczne dla polskiego sektora mleczarskiego wyglądają optymistycznie.



Spis treści - moduły

- 11. Od lokalnej mleczarni do globalnego gracza** - Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa (Polska Izba Mleka)
- 17. Odkrywanie możliwości eksportowych** - Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa (Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka)
- 22. Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych** - Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa (Związek Polskich Przetwórców Mleka)
- 31. Imperatyw zrównoważonego rozwoju w obsłudze światowych rynków premium** - Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa (Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich)
- 35. Działania wymagane dla poprawy rentowności mleczarstwa w Polsce** - Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa (Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy)
- 39. Załączniki**



Moduł Polska Izba Mleka

Od lokalnej mleczarni do globalnego gracza – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PIM)



MODUŁ POLSKA IZBA MLEKA

Od lokalnej mleczarni do globalnego gracza -
Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa

Moduł Polska Izba Mleka

Od lokalnej mleczarni do globalnego gracza – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PIM)

SZERSZY OBRAZ POLSKIEJ BRANŻY MLECZARSKIEJ

Przejmując się codziennymi problemami polskiej branży mleczarskiej, takimi jak okresowo występujące niskie ceny mleka można mimowolnie stracić z oczu szerszą perspektywę. Jednak to właśnie ten szerszy obraz polskiego mleczarstwa jest przedmiotem zainteresowania autorów opracowania. Autorem jest międzynarodowa niezależna grupa ekspertów (think-tank), zajmująca się mleczarstwem i mająca kontakty z badaczami rynku mleczarskiego w ponad 100 krajach, która działa bezstronnie i w oparciu o fakty. Dzięki 24-letniemu doświadczeniu ponad 130 firm reprezentujących cały łańcuch dostaw produktów mleczarskich korzysta z ekspertyz, analiz i badań porównawczych, dotyczących sektora mleczarskiego na świecie. Polskie organizacje mleczarskie zwróciły się do ekspertów z prośbą o ocenę obecnego stanu sektora mleczarskiego w Polsce oraz przedstawienie zaleceń dotyczących strategicznych działań na przyszłość. Poniżej omawiamy wykonaną pracę, płynące z niej wnioski oraz proponowane działania strategiczne.

PERSPEKTYWA DŁUGOTERMINOWA

Aby uzyskać szerszy obraz należy przede wszystkim przyjąć perspektywę długoterminową. Czasami wymaga to spojrzenia 30 lat wstecz, aby przeanalizować rozwój sytuacji od czasów upadku muru berlińskiego. Od tego czasu w Polsce rozpoczął się okres transformacji społecznej i ekonomicznej, prowadzący przez etap „polskiego cudu gospodarczego” do dzisiejszej zaawansowanej gospodarki kraju. Spojrzenie z perspektywy długoterminowej pozwala określić drogę, jaką polski sektor mleczarski przeszedł w ostatnich dziesięcioleciach. Drogę, która stanowiła zmianę.

Zmiana ta była głęboka pod wieloma względami. Uwidoczniła ona zdolność polskiego sektora mleczarskiego do transformacji - w przeszłości i obecnie. Zdolność ta pozwoliła zbudować w Polsce obecną silną branżę mleczarską. Zdolność ta jest również niezbędna dla pomyślnej przyszłości sektora, aby służył on nadal polskim konsumentom, a oprócz tego mógł zaprezentować całemu światu walory odżywcze, smakowe i zdrowotne swoich produktów.

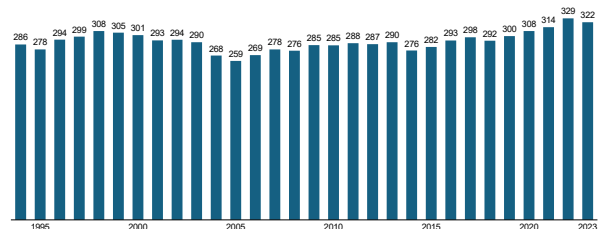
POLSCY KONSUMENTI UWIELBIAJĄ NABIAŁ

Konsumenci w Polsce już od dziesięcioleci uwielbiają lokalnie produkowane mleko, sery, masło i inne mleczne przy-smaki. Wykres 1.1 wskazuje, że w ciągu ostatnich trzydziestu lat roczne spożycie nabiału na osobę w Polsce, wyrażone w ekwiwalencie mleka płynnego (EMP) wynosiło około 300 kg. Polscy konsumenci mogli liczyć na lokalnych producentów i przetwórców, którzy wytwarzają tak lubiane przez nich produkty. Spożycie nabiału na mieszkańca jest porównywalne z innymi krajami, w których produkty te cieszą się popularnością. Są to w większości najbardziej rozwinięte państwa o zachodnioeuropejskim modelu gospodarki, do których należy obecnie Polska. Wykres 1.1 wskazuje również, że wbrew oczekiwaniom spożycie nabiału na mieszkańca Polski wzrosło w ostatnich dziesięciu latach do rekordowo wysokiego poziomu. Do gospodarstw domowych w ciągu ostatniej dekady trafiły również napoje roślinne, lecz spożycie nabiału w przeliczeniu na mieszkańca i tak wzrosło.

Wykres 1.1: Roczne spożycie nabiału na osobę w Polsce w latach 1994 – 2023

w ekwiwalencie mleka płynnego

źródło: analiza IFCN (głównie) danych Eurostatu



ZWYCIĘSKIM PRODUKTEM SĄ SERDY

Wzrost ogólnego spożycia produktów mleczarskich jest wynikiem stale obserwowanej wśród polskich konsumentów zmiany, polegającej na zmniejszeniu spożycia mleka przy jednoczesnym zwiększeniu spożycia serów. Na wykresie 1.2 czerwoną linią zaznaczono wzrost spożycia sera na osobę. Ilość ta w ciągu ostatnich 30 lat wzrosła ponad dwukrotnie, osiągając w roku 2023 poziom około 22 kg/rok na mieszkańca. Liczba ta jest porównywalna z wartościami w większości krajów zachodnich. Niebieskie słupki na wykresie 1.2 wskazują, że udział serów w łącznym spożyciu wyrażonym w ekwiwalencie mleka płynnego wzrósł z około 20% w latach 90. do ponad 50% obecnie. Nasuwa się tylko jeden wniosek: zwycięskim produktem są sery.

Moduł Polska Izba Mleka

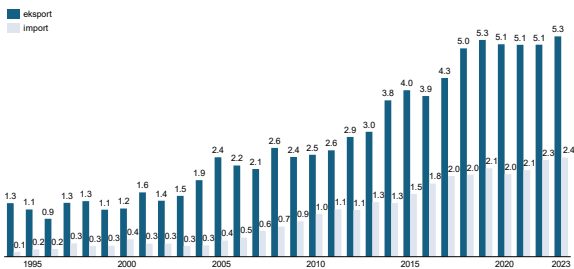
Od lokalnej mleczarni do globalnego gracza – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PIM)

Nadmiarowa produkcja musiała więc zostać wysłana za granicę. I tak się stało, jak wskazuje wykres 1.6.

Wykres 1.6: Polski eksport i import nabiału w latach 1994 - 2023

w mld kg ekwiwalentu mleka płynnego

źródło: analiza IFCN (głównie) danych Eurostatu



Niebieskie słupki na wykresie 1.6 wskazują eksport polskich produktów mleczarskich w ekwiwalencie mleka płynnego (EMP), zaś słupki szare oznaczają import. Lata 2004/2005 oraz 2014/2015 przyniosły istotną zmianę także w tym zakresie. Wejście Polski do strefy wolnego handlu UE spowodowało zwiększenie przepływu handlowego produktów mleczarskich do Polski z 0,3 mld kg EMP do 2,4 mld kg EMP w latach 2003-2023. W tym samym okresie eksport wzrósł z 1,5 mld kg EMP do 5,3 mld kg EMP. Eksport polskich produktów mleczarskich wyrażony w EMP przekracza obecnie eksport tradycyjnej potęgi mleczarskiej, za jaką uznawana jest Dania.

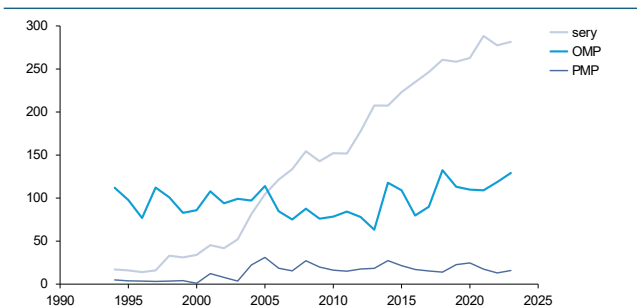
SIŁĄ NAPĘDOWĄ WZROSTU EKSPORTU POLSKICH PRODUKTÓW MLECZARSKICH SĄ SERY

Zmieniła się nie tylko wielkość polskiego eksportu produktów mleczarskich, ale także jego struktura asortymentowa. W latach 90-tych z Polski eksportowano głównie mleko w proszku. Od momentu wejścia Polski do UE wzrósł eksport serów, jak wskazano na wykresie 1.7, natomiast wielkość eksportu produktów sproszkowanych nie zmienia się.

Wykres 1.7: Struktura asortymentowa polskiego eksportu nabiału w latach 1994 - 2023

dane w kt

źródło: analiza IFCN (głównie) danych Eurostatu

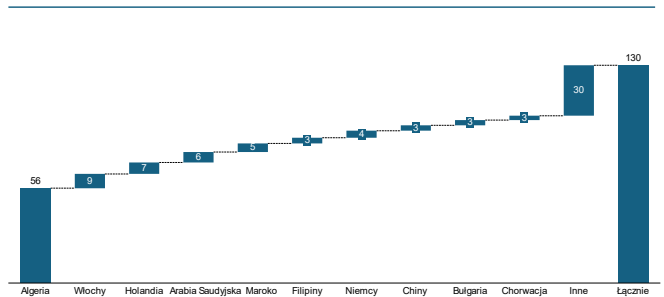


Interesujące jest to, że polski eksport produktów sproszkowanych, zwłaszcza OMP skierowany jest na inne rynki niż polski eksport serów. Wykres 1.8 przedstawia kierunki eksportu OMP w 2023 r. Trzy z pięciu największych państw docelowych znajdują się na Bliskim Wschodzie, a wśród nich najważniejsze miejsce zajmuje Algieria.

Wykres 1.8: 10 głównych importerów OMP z Polski

dane w kt za 2023 r.

źródło: Eurostat

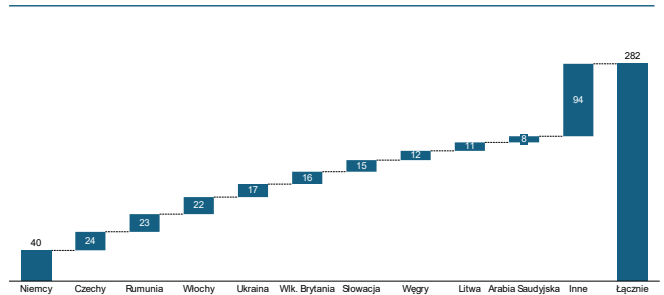


Z kolei eksport serów z Polski trafia głównie na rynki europejskie, co wskazuje wykres 1.9.

Wykres 1.9: 10 głównych importerów sera z Polski

dane w kt za 2023 r.

źródło: Eurostat



Podsumowując i ryzykując nadmierne uproszczenie, polscy przetwórcy mleka konkurują na trzech rynkach: na rynku krajowym, na którym obecne są różne towary konsumpcyjne i przemysłowe; na (najważniejszym) europejskim rynku eksportu serów oraz na światowym rynku eksportu mleka w proszku. Można stwierdzić, że polski sektor mleczarski przeszedł od mleczarstwa krajowego do pozycji gracza światowego.

Moduł Polska Izba Mleka

Od lokalnej mleczarni do globalnego gracza – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PIM)

Wpisuje się to doskonale w obecne trendy, gdyż rynki sera rosną na całym świecie. W Azji głównym importerem sera jest Japonia. Z powodu zmieniających się tam nawyków żywieniowych chęć wprowadzania różnorodnych serów rośnie, a kuchnia zachodnia staje się coraz bardziej popularna. Umowa o partnerstwie gospodarczym między UE a Japonią (EPA), która weszła w życie 2019 r. utorowała Japonii drogę do tańszego importu, ponieważ cła na sery twarde będą stopniowo znoszone w ciągu najbliższych 15 lat.

Również na rynkach Azji Południowo-Wschodniej popyt na produkty mleczarskie rośnie, a źródłem tej zmiany jest młode społeczeństwo oraz szybka urbanizacja. Na przykład na Filipinach oczekuje się, że popyt na europejskie sery (na popularności zyskują zwłaszcza gouda, cheddar i mozzarella) będzie wciąż rosł ze względu na wzrost poziomu dochodów i rosnące zainteresowanie kuchnią zachodnią. Na rynkach tych gouda i cheddar stanowią surowiec, z którego tamtejszy przemysł serów przetwarzanych produkuje sery odpowiadające gustom tamtejszych konsumentów.

Rozwój eksportu w tym regionie ma solidne podstawy. Umowy o wolnym handlu UE z Wietnamem i Koreą Południową ułatwiły na przykład płynne wejście europejskiego sera na tamtejsze rynki, obniżając cła i zwiększając dostęp do rynku produktów premium. Oczywiście największym importerem produktów mleczarskich są Chiny, które nadal będą odgrywały kluczową rolę w imporcie serów dla swoich mieszkańców, zwłaszcza że ich popularność w sektorze gastronomicznym oraz w sektorze żywności przetworzonej nie słabnie. Krajowa produkcja sera w Chinach jest nadal niewielka, więc możliwości eksportowe wciąż są atrakcyjne.

Bliższa analiza pozwala określić jeszcze kilka innych atrakcyjnych rynków eksportowych. Na przykład kraje Bliskiego Wschodu, takie jak Arabia Saudyjska stanowią atrakcyjny rynek dla produktów mleczarskich wysokiej jakości, w tym klasy premium. Bogactwo tego regionu przy jednoczesnym braku samowystarczalności branży mleczarskiej generuje popyt na importowane sery, masło i inne produkty mleczne.

Sery żółte dojrzewające są rodzajem towaru najbardziej odpowiedniego do obrotu ze względu na ogólnoświatowy popyt i wszechstronność wykorzystania. Duże możliwości eksportowe są efektem ich rosnącej konsumpcji, słabo rosnącej podaży produktów mleczarskich w krajach importerów, a także umów handlowych, które są efektem tych czynników. Inne rodzaje sera, takie jak sery twarogowe o krótszym okresie przydatności do spożycia są poszukiwane w Polsce przez konsumentów krajowych, którzy je lubią i chętnie kupują, lecz rynek ten jest bardziej nasycony.

Najnowsze trendy wskazują, że rynek świeżych produktów mleczarskich jest bardziej ograniczony zarówno w skali międzynarodowej, jak i krajowej, głównie ze względu na wysokie koszty logistyki. Problem ten jest szczególnie zauważalny w Europie Wschodniej i na Bałkanach, w tym w krajach takich jak Ukraina, Mołdawia, Serbia, Albania i Macedonia Północna. Popyt na importowane świeże produkty mleczne można przypisać stagnacji lub spadkowi produkcji mleka w tych krajach. Na przykład Serbia w ciągu ostatnich pięciu lat zmniejszyła ilość produkowanego nabiału o 13%, głównie z powodu szybkiej konsolidacji oraz zamykania małych gospodarstw, co spowodowało spadek pogłowia krów, a tym samym produkcji mleczarskiej.

Pomimo istniejącego popytu rynek świeżych produktów nabiałowych w tych regionach pozostaje ograniczony na skutek niskich dochodów i ograniczonej siły nabywczej, a także malejącej liczby ludności. Czynniki te powodują, że rynek ten jest mniej atrakcyjny dla rozwoju i ekspansji.

Uzyskanie przez polskie mleczarstwo dostępu do różnorodnych rynków produktowych w ciągu ostatnich dziesięcioleci było niezwykle sukcesem. Jednak wszystko można zrobić jeszcze lepiej, co przedstawiamy poniżej.

Moduł Polska Izba Mleka

Od lokalnej mleczarni do globalnego gracza – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PIM)

**STWORZENIE WARTOŚCI W KRAJU LUB
ZA GRANICĄ WYMAGA ZRÓŻNICOWANIA**

Polscy producenci i przetwórcy mleka działają dziś na coraz bardziej skonsolidowanym krajowym rynku handlu detalicznego. Konkurencja jest duża: Polska w świetle standardów zachodnioeuropejskich ma nadal stosunkowo mało skonsolidowany sektor przetwórstwa mleczarskiego. Innowacyjny produkt jednego przetwórcy, który pojawia się na półce w sprzedaży detalicznej pod marką A po miesiącu pojawia się jako produkt pod marką własną, sprzedany przez innego przetwórcę. Marki własne składają zamówienia w systemie przetargowym, gdyż klienci dokonują wyboru wyłącznie na podstawie ceny. Co więcej, cena sprzedaży detalicznej jest bronią w walce między sieciami handlu detalicznego, które starają się przyciągnąć klientów. Produkty mleczarskie mogą więc w tym procesie być sprzedawane nawet poniżej kosztów produkcji. W efekcie zyski dla przetwórców i rolników z dostaw na duży krajowy rynek mleczarski są często małe. To, jak małe zależy od tego, czy polski przetwórcza mleka uważa, że ma swobodę zrezygnowania z nieatrakcyjnego cenowo zamówienia od sprzedawcy detalicznego, czy też nie. Decyzja ta zależy od pozycji przetwórcy na rynku eksportowym.

Jak wspomniano, polscy przetwórcy mleka dostarczają swoje produkty na światowy rynek OMP. Bariery wejścia na ten rynek są stosunkowo niskie. Jeżeli chodzi o konkrowanie na polskim rynku krajowym, siła nabywcza sektora

skonsolidowanych detalicznych sieci dyskontowych jest duża, ale sprzedawcy to jedynie kilkunastu polskich przetwórców. Natomiast produkując OMP spełniające wymagania określone przez większość dużych nabywców (jak np. Algieria) polscy przetwórcy mleka konkurują z licznymi producentami OMP z całego świata. Polscy rolnicy i przetwórcy mogą na tym zyskać, ale tylko wówczas, gdy ich koszty produkcji będą niskie w porównaniu do konkurencji, gdyż na tym rynku nacisk na cenę jest również stały. Sery są bardziej różnorodną kategorią eksportową niż OMP. Istnieje w niej więcej możliwości zróżnicowania, a tym samym stworzenia wyższej wartości.

Trzeba wskazać trzy pozytywne informacje. Po pierwsze, polska branża mleczarska stworzyła kanały dostaw na liczne rynki krajowe i zagraniczne. Dostęp do wielu rynków jest istotny, ponieważ wzmacnia siłę negocjacyjną w stosunku do klientów. Klienci, którzy nadmiernie koncentrują się na niskich cenach mogą być ignorowani, jeżeli baza klientów pozostałych na różnych rynkach/w różnych lokalizacjach jest wystarczająco duża. Po drugie, koszty produkcji polskiego sektora mleczarskiego są dziś wystarczająco niskie, aby mógł on konkurować na światowych rynkach OMP - nawet jeżeli dla polskiego łańcucha mleczarskiego zysk z tego produktu nie jest imponujący. Po trzecie, dynamika rynku światowego zmienia się. Wydaje się, że zmiany te okażą się korzystne dla polskich gospodarstw mlecznych i zakładów przetwórczych, co zostanie omówione w następnym module.



Moduł Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka

Odkrywanie możliwości eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PFHBiPM)



MODUŁ

POLSKA FEDERACJA HODOWCÓW BYDŁA I PRODUCENTÓW MLEKA

Odkrywanie możliwości eksportowych -
Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa

Moduł Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka

Odkrywanie możliwości eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PFHBiPM)

**WZROST SPOŻYCIA NABIAŁU NA ŚWIECIE
UTRZYMUJE SIĘ**

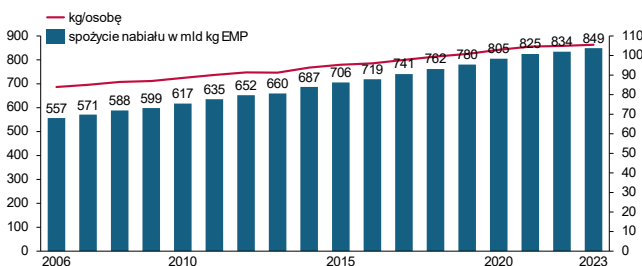
W okresie 2006-2023 spożycie i produkcja mleka krowiego na świecie wykazały średnią złożoną roczną stopę wzrostu (CAGR) na poziomie 2,5%. Stopa ta ten może wydawać się niska, ale w okresie 17 lat produkcja mleka rosła o blisko 300 mld kg rocznie. Każdego roku na świecie produkcja mleka krowiego zwiększała się średnio o ilość większą niż wynosi cała roczna produkcja mleka surowego w Polsce. Duża część tego wzrostu miała miejsce w Indiach. Kraj ten funkcjonuje w stosunkowo dużej izolacji od światowych rynków mleczarskich. W porównaniu z wielkością produkcji i spożycia krajowego import ani eksport nie mają tam istotnego znaczenia. Z uwagi na zależność bardzo licznych małych gospodarstw w Indiach od (świątecznych w tym kraju) krów, a także na ponowną 5-letnią prezydenturę Modiego, lidera nacjonalistycznej hinduskiej partii BJP Indie pozostaną najprawdopodobniej samowystarczalne w obszarze produktów mleczarskich i nie zwiększą współpracy ze światem w zakresie importu ani eksportu nabiału.

Wykres 2.1 przedstawia wzrost spożycia mleka na świecie. Linią czerwoną zaznaczono wzrost spożycia mleka na świecie na mieszkańca w kolejnych latach.

Wykres 2.1: Spożycie mleka krowiego na świecie

Ilość całkowita (mld kg EMP, podstawa: mleko standaryzowane (MS), oś lewa)
kg na osobę (oś prawa)
Światowy

źródło: IFCN, Bank

**WZROST LICZBY LUDNOŚCI, WZROST
GOSPODARCZY ORAZ PRZYJĘCIE ZACHODNICH
NAWYKÓW ŻYWIENIOWYCH POWODUJĄ
WZROST SPOŻYCIA**

U podstaw wzrostu spożycia leżą trzy wyżej wymienione trendy. Po pierwsze, mamy do czynienia ze wzrostem liczby ludności. Można się tu posłużyć przykładem. Jednym z głównych importerów nabiału na świecie są Filipiny. Samowystarczalność tego kraju w sektorze produktów mleczarskich wynosi zaledwie 1%, więc jest on w pełni uzależniony od importu. W ciągu ostatnich 50 lat populacja tego kraju potroiła się z nieco poniżej 40 milionów we wczesnych latach 70-tych do prawie 120 milionów obecnie.

Filipiny nie są wyjątkiem. Podobnie wyglądają dane w wielu krajach na kontynencie afrykańskim. Wystarczy spojrzeć na Nigerię, gdzie przyrost ludności jest największy świecie - państwo to w ciągu ostatnich dziesięcioleci wykazuje znaczny wzrost importu produktów mleczarskich.

Po drugie, na świecie pojawiły się setki milionów nowych konsumentów należących do klasy średniej. Gospodarka w ich państwach (na przykład w Azji Południowo-Wschodniej i Azji Wschodniej) rozwija się znacznie szybciej niż na zachodzie. Nastąpił znaczny wzrost dochodu rozporządzalnego konsumentów. Wzrost ten spowodował, że konsumenci przeszli od kupowania nabiału jako dobra luksusowego (na przykład w celu lepszego zaspokojenia potrzeb żywieniowych chorego dziecka) do kupowania go na co dzień dla dzieci, a nawet dla siebie. Po trzecie, wraz z globalizacją, którą przyniósł internet na całym świecie zaczęły się zmieniać nawyki żywieniowe. Moda na jadać zachodniego typu kolacji, pizzy, makaronów (często z dużą zawartością sera) oraz cheeseburgerów z pewnością przyczyniła się do wzrostu ilości nabiału spożywanego na świecie. Pomimo wprowadzenia alternatywnych do nabiału produktów roślinnych, sprzedawanych w niewielkich ilościach głównie w niektórych krajach zachodnich sprzedaż produktów mleczarskich wykazuje dynamiczny wzrost. Nabiał stał się na świecie rodzajem żywności podstawowej, którą polski przemysł mleczarski może dostarczać w coraz większych ilościach.

NA ŚWIECIE WYSTĄPI NIEDOBÓR MLEKA

Od 2013 r. eksperci opracowania publikują długoterminowe prognozy dla branży mleczarskiej. Przedstawiają one najbardziej prawdopodobne scenariusze na przyszłość, opracowane w oparciu o wiedzę ekspertów, najnowsze trendy oraz dynamikę zjawisk kształtujących światowy rynek mleczarski (patrz: dodatkowe informacje w Załączniku 6). Na mapie 2.1 przedstawiono przewidywane nadwyżki i niedobory mleka w poszczególnych krajach. Bliższe spojrzenie na prognozy dotyczące bilansu mleka wskazuje, że najpóźniej od roku 2030 w większości krajów półkuli południowej wystąpi niedobór mleka. Ogólnie rzecz biorąc popyt na świecie przewyższy produkcję, co doprowadzi do prognozowanego światowego niedoboru mleka na poziomie -10,5 mln ton w ekwiwalencie mleka. Oznacza to, że wśród wielu ludzi popyt na produkty mleczne pozostanie niezaspokojony.

Oczekuje się jednocześnie, że czynniki takie jak zmiany klimatyczne, polityka w dziedzinie ochrony środowiska, niekorzystne zjawiska pogodowe i konflikty spowolnią lub nawet ograniczą wzrost produkcji. W efekcie czołowi eksporterzy odnotują wolniejszy wzrost lub nawet spadek

Moduł Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka

Odkrywanie możliwości eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PFHBiPM)

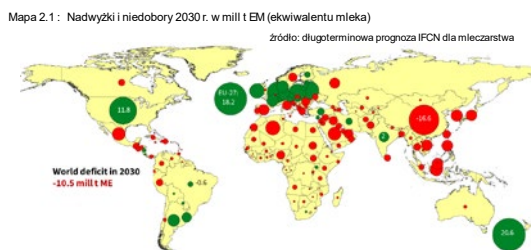
eksportu, co ograniczy dostępność towarów i produktów mlecznych na obsługiwanych przez nich rynkach. Brak równowagi na rynku będzie logicznym skutkiem wzrostu popytu na produkty droższe takie jak sery czy masło, wzrostu dochodów, zmieniających się nawyków żywieniowych, czy większego kontaktu z kuchnią zachodnią, na przykład w Azji Południowo-Wschodniej.

W Afryce Subsaharyjskiej wzrost produkcji nabiału jest ograniczony brakiem infrastruktury, niską produktywnością i wyzwaniami związanymi z klimatem. Podaż nie jest w stanie nadążyć za popytem rosnącej liczny ludności, której jedna część potrzebuje przystępnych cenowo produktów mlecznych, często w proszku, zaś druga, mająca wyższe dochody, zwłaszcza na obszarach miejskich coraz bardziej interesuje się żywnością zachodnią.

W krajach rozwijających się kładzie się nacisk na zwiększenie udziału produktów mleczarskich w diecie, natomiast w krajach rozwiniętych coraz większą wagę przywiązuje się do różnorodności oferty. Obejmuje to takie trendy jak produkcja ekologiczna, bez stosowania GMO, przyjazna dla dobrostanu zwierząt, produkty bez laktozy, czy różnego rodzaju certyfikaty środowiskowe, które otwierają możliwości dla niszowych, choć wzrastających rynków.

Mapa 2.1: Nadwyżka i deficyt mleka w 2030 r. w mln t ME (ekwiwalentu mleka).

Źródło: Długoterminowa prognoza dla sektora mleczarskiego



MIEJSCE POCHODZENIA I MIEJSCE PRZEZNACZENIA MLEKA

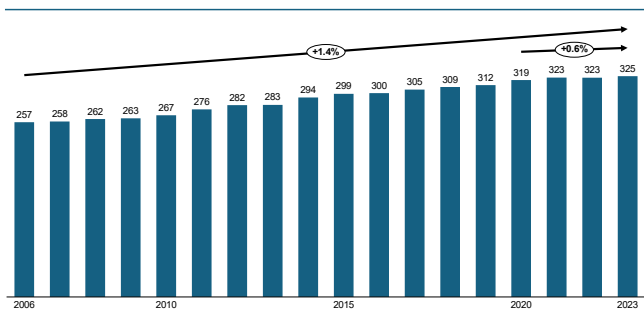
Kraje wykazujące niedobór mleka netto, takie jak Filipiny tradycyjnie obsługiwane są przez kilka krajów/regionów będących największymi eksporterami mleka. Należą do nich UE-27, Nowa Zelandia, USA, Argentyna, Australia, Białoruś i Urugwaj (przy czym nie zachowano tu żadnego istotnego uszeregowania państw). Wykres 2.2 przedstawia łączną produkcję mleka surowego w tych krajach. Złożona roczna stopa wzrostu (CAGR) w okresie 2006-2023 wyniosła tam 1,4%, a np. w 2020 r. wzrost wyniósł zaledwie 0,6%.

Innymi słowy: tradycyjni eksporterzy produktów mleczarskich odnotowują stagnację wzrostu całkowitej produkcji mleka surowego w swoich krajach.

Wykres 2.2: Produkcja mleka krowiego (główni eksporterzy nabiału: NZ, US, EU-27, AR, AU, BY, UY)

mln kg EMP, podstawa: MS

źródło: IFCN



Wpływa to pośrednio na ilości produkcji przeznaczanej na eksport. Zasadniczo bowiem to, co przeznaczają się na eksport wynika z różnicy między produkcją a spożyciem w kraju. Kraje będące tradycyjnymi eksporterami mają łącznie około 880 milionów ludności, z czego 90% mieszka w UE-27 i USA. Dane na temat krajowego spożycia mleka w USA i UE-27 są traktowane jako wskaźnik zastępczy spożycia we wszystkich krajach będących eksportami netto. W załączniku 1 przedstawiono dane dotyczące spożycia krajowego w USA i UE-27. Wniosek jest taki, że w UE-27 (łącznie) spożycie mleka w czasie jest stabilne, a w USA wzrasta (w ekwiwalencie mleka płynnego) o 1,6% rocznie. Oznacza to, że eksporterzy netto, chcąc nadal obsługiwać rynek krajowy, a w przypadku UE-27 rynek unijny, będą mogli przeznaczyć małe ilości mleka surowego na potrzeby eksportu do państw trzecich. Z wyjątkiem niektórych silnie chronionych rynków, takich jak Kanada czy Norwegia, wszystkie rynki mleczarskie na świecie są w ostatecznym rozrachunku połączone, podobnie jak połączone. Spowolnienie lub spadek dostaw mleka surowego z UE-27 i Nowej Zelandii przyniesie efekty na całym świecie.

IMPORTERZY NETTO NIE ZWIĘKSZAJĄ SWOJEJ SAMOWYSTARCZALNOŚCI

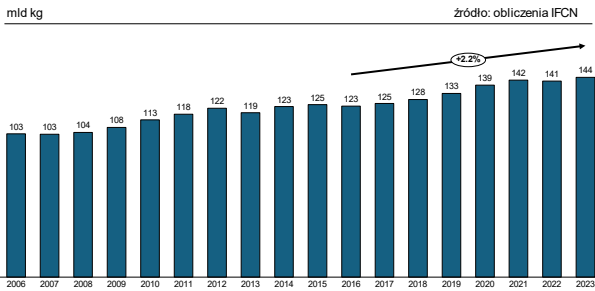
Eksport od tradycyjnych eksporterów nie stanowi oczywiście całości mleka surowego spożywanego w krajach-importerach netto. Niektóre z nich, takie jak Brazylia czy Chiny same należą do największych producentów mleka na świecie pomimo, że nie są samowystarczalne. Wielkość importu pochodzącego od dużych eksporterów w połączeniu z wielkością produkcji krajowej w państwach-importerach netto wskazuje, że wzrost spożycia nabiału w tych krajach wynosi około 2,2% rocznie.

Moduł Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka

Odkrywanie możliwości eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PFHBiPM)

Dane te przedstawiono na wykresie 2.3.

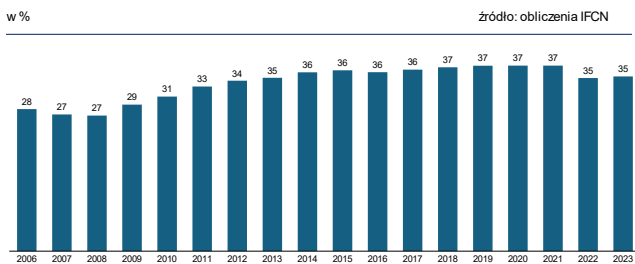
Wykres 2.3: Zapotrzebowanie na nabiał importowanych netto w ekwiwalencie mleka płynnego*



* wskaźnik zastępczy dla popytu krajowego ze strony importerów netto nabiału łączna produkcja mleka surowego (w EMP) RU, CN, JP, MX, EG, KL, DE w połączeniu z wielkością eksportu sera, PMP, OMP, masła orszak masła klarowanego z NZ, USA, UE-27, Argentyny, Urugwaju i Australii do wszystkich łącznie importerów netto nabiału.

Wzrostowi ilości spożywanego nabiału o 2,2% można sprostać tylko na trzy sposoby. Pierwszy jest taki, że główni importerzy mogą skutecznie zwiększyć własną krajową produkcję mleka surowego. Dla większości krajów-importerów nie jest to jednak rozwiązanie konkurencyjne pod względem kosztów, co mogą potwierdzić Chiny. Pomimo dużych projektów rozwoju mleczarstwa realizowanych w wielu krajach-importerach netto, udział nabiału pochodzącego od eksporterów netto jest niezwykle stabilny, jak wskazuje wykres 2.4.

Wykres 2.4 Stosunek wielkości importu produktów mleczarskich (w EMP) do łącznego zapotrzebowania (w EMP) w krajach-importerach netto



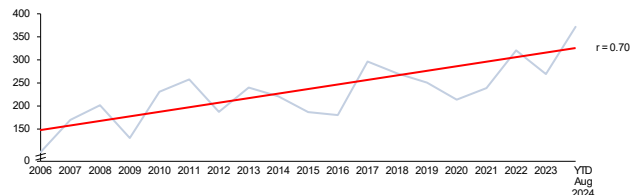
Z wykresu 2.4 wynika, że wzrost lokalnej produkcji mleka surowego w krajach-importerach netto może dogonić wzrost krajowego popytu, ale nie jest w stanie go przekroczyć. Stąd stała potrzeba importu około 35% spożywanego nabiału.

Druga możliwość utrzymania wzrostu spożycia o 2,2% to zapewnienie (zwiększonego) importu nabiału przez importera netto. Poleganie na głównych eksporterach produktów mleczarskich może nie wystarczyć. Eksporterzy mają po prostu (zbyt) mało (dodatkowego) surowego mleka, które mogą przeznaczyć na eksport.

GDY WSZYSTKO INNE ZAWIEDZIE, TRZEBA PRZEBIĆ CENY SĄSIADA NA ŚWIATOWYCH RYNKACH NABIAŁU

Trzecia możliwość, która wydaje się obecnie szeroko wykorzystywana to przebijanie ofert innych importerów produktów mleczarskich, czyli wykorzystanie cen jako broni ostatecznej. Autorzy znajdują coraz więcej dowodów na to, że tak się dzieje. Przeanalizowali przepływ eksportu masła z UE, Nowej Zelandii i USA do różnych krajów-importerów. W badaniu tym podzielono importerów na grupy według PKB na mieszkańca i parytetu siły nabywczej. Stwierdzono spadek ilości masła importowanego w latach 2010-2023 przez kraje z grupy o najniższym PKB na mieszkańca (w naszym badaniu była to grupa < 5000 USD na mieszkańca rocznie). Najmniej zamożni konsumenci na świecie po prostu nie mogli już sobie pozwolić na zakup masła, a ich kraje na jego import ponieważ popyt na masło wzrastał szybciej niż podaż. Zostały one przeliczowane przez kraje o wyższym rocznym PKB (PSN) na mieszkańca. Kraje te (zgodnie z oczekiwaniami) odnotowały szybszy wzrost importu niż wyniósł średni wzrost eksportu na świecie.

Skutkiem niedoboru nabiału na świecie, który w segmencie tłuszczów mlecznych jest widoczny już od ponad dziesięciu lat są podwyżki cen, które przekraczają stopę inflacji. Na wykresie 2.5 przedstawiono średnie roczne notowania cen masła w Oceanii w latach 2006-2023, przy czym wartość z roku 2006 przyjęto jako 100. Na czerwono zaznaczono proporcje w możliwie najprostszy liniowy sposób.

Wykres 2.5 Ceny masła w Oceanii w USD/tonę
indeksacja: (2006 = 100)

Z wykresu wynikają dwa wnioski. Po pierwsze, ceny masła w Oceanii wykazują pewną zmienność w czasie, ale mogą być bardzo dobrze szacowane na podstawie prostego liniowego wykresu przedstawiającego ich wzrost na przestrzeni lat ($r = 0,7$). Drugie przesłanie jest jeszcze bardziej istotne: nachylenie czerwonej linii odzwierciedla średnią złożoną roczną stopę wzrostu (CAGR) wynoszącą ok. 0.6% - jest to ponad dwukrotnie więcej niż wyniosła inflacja w USA w tym samym okresie. Tak więc od 2006 r. ceny masła dla importerów netto rosły dwukrotnie szybciej niż inflacja (w USA).

Moduł Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka

Odkrywanie możliwości eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (PFHBiPM)

W ujęciu realnym masło z czasem staje się coraz droższe. Zadziałał system światowych współzależności: słaba podaż i silnie rosnąca siła nabywczą w połączeniu z zachodzącą na świecie zmianą diety w kierunku (części) produktów zachodnich spowodowały wzrost cen produktów mleczarskich.

DOBRE WIADOMOŚCI UZALEŻNIONE OD PEWNYCH WARUNKÓW

Powyższe wiadomości są bardzo dobre dla polskiego mleczarstwa. Do tej pory polscy przetwórcy mleka i reprezentowani przez nich rolnicy odczuwali presję, aby ulegać żądaniom lokalnego handlu detalicznego niezależnie od tego, jakie trudne były warunki cenowe. Przetwórcy mogli ewentualnie konkurować ceną w przetargach na OMP. Na świecie coraz bardziej brakuje jednak nabiału, a jego siła nabywczą stale rośnie.

Polscy przetwórcy mleka mogą więc być w stanie wejść na coraz bardziej atrakcyjne finansowo różne rynki eksportowe. Rynki, na których to nie klient wybiera przetwórców, ale przetwórcy coraz częściej będą mogli wybierać klientów... Brzmi to jednak zbyt dobrze, aby była to cała prawda.

Cała prawda jest taka, że istnieją rynki skoncentrowane na produktach (eksportowych) klasy premium i są one dostępne dla nabiału produkowanego w Polsce. Jest jednak jedno „ale”. Obsługa tych rynków wymaga od polskiego sektora mleczarskiego dwóch rzeczy. Po pierwsze, sektor ten musi mieć mleko. Po drugie, musi wprowadzić w gospodarstwach i zakładach takie sposoby działania, aby sprostać wymaganiom rynków premium. Następny moduł omawia konieczność osiągnięcia przez polski sektor mleczarski zdolności do działania na tych rynkach. W module czwartym omówione zostaną wymagania rynków produktów mleczarskich klasy premium na świecie oraz to, co musi zrobić polskie mleczarstwo, aby sprostać tym wymaganiom.



Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych –
moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)



MODUŁ

ZWIĄZEK POLSKICH PRZETWÓRCÓW MLEKA

**Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia
działalności na rynkach eksportowych -
Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa**

Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)

Przemysł mleczarski doświadczył niezwykłego wzrostu i transformacji w Azji Południowo-Wschodniej, regionie charakteryzującym się dynamicznym rozwojem gospodarczym, różnorodnymi kulturami i zmieniającymi się preferencjami żywieniowymi. Pomimo globalnego wzrostu spożycia nabiału, Azja Południowo-Wschodnia pozostaje znacznie poniżej średniej światowej pod względem spożycia nabiału na mieszkańca, z mniej niż jedną szklanką mleka dziennie na osobę. Ten poziom konsumpcji, około 38 kilogramów na mieszkańca rocznie, wyraźnie kontrastuje ze średnią światową wynoszącą 125 kilogramów i imponującymi 318 kilogramami w Unii Europejskiej. Ten skromny poziom bazowy stwarza jednak znaczne możliwości wzrostu, zwłaszcza że kraje w regionie zmagają się z równoważeniem rosnącego popytu i ograniczonej podaży krajowej.

KONSUMPCJA PRODUKTÓW MLECZNYCH W AZJI

Typowy profil konsumenta produktów mlecznych w Azji różni się znacznie w zależności od kraju, odzwierciedlając czynniki historyczne, kulturowe i ekonomiczne. Tradycyjne wzorce konsumpcji nabiału dominują w krajach takich jak Indie, Bangladesz i Nepal, gdzie mleko ma głębokie korzenie kulturowe i kulinarne. Z drugiej strony, w krajach takich jak Japonia, Korea Południowa, Chiny i Singapur obserwuje się przejście na dietę mleczną w stylu zachodnim, napędzaną przez urbanizację, globalizację i zmieniające się preferencje konsumentów. Tymczasem kraje takie jak Wietnam, Tajlandia i Indonezja są świadkami szybkiego wzrostu konsumpcji nabiału, napędzanego rosnącymi dochodami, powiększającą się klasą średnią i rosnącą ekspozycją na międzynarodowe trendy żywieniowe. W miarę ewolucji tych rynków, przedstawiają one przekonujące argumenty dla ukierunkowanych strategii eksportowych dostosowanych do zróżnicowanych potrzeb i preferencji konsumentów.

Wzrost gospodarczy w regionie był głównym motorem zwiększonego popytu na produkty mleczne. Wraz z rosnącym poziomem PKB, konsumenci z Azji Południowo-Wschodniej wykazują większy apetyt na produkty mleczne o wyższej wartości. Zmiana ta doprowadziła do rozkwitu rynku nie tylko podstawowego mleka i produktów suchych, ale także produktów premium, takich jak sery, masło i jogurty. Jednak brak równowagi między popytem a podażą pozostaje stałym wyzwaniem. Większość krajów w regionie jest daleka od samowystarczalności w produkcji mleka, ze średnimi wskaźnikami samowystarczalności poniżej 50%. Ta silna zależność od importu podkreśla znaczenie handlu międzynarodowego w zaspokajaniu lokalnych potrzeb.

Na przykład w 2023 r. import stanowił znaczną część konsumpcji produktów mlecznych na kluczowych rynkach, takich jak Indonezja (78%), Tajlandia (68%) i Korea Południowa (57%).

Skład tego importu podkreśla również różne preferencje konsumentów i dynamikę rynku w całym regionie. Podczas gdy kraje o niższych dochodach priorytetowo traktują produkty suche ze względu na ich dłuższy okres przydatności do spożycia i opłacalność, kraje o wyższych dochodach skłaniają się ku towarom o wartości dodanej, takim jak ser i masło. Na przykład Indonezja importuje głównie produkty suche (80%), podczas gdy profil importu Korei Południowej jest zdominowany przez ser (43%). Różnice te odzwierciedlają wzajemne oddziaływanie statusu ekonomicznego, nawyków żywieniowych i względów logistycznych w kształtowaniu wzorców importu.

Rosnąca zależność od importu jest dodatkowo potęgowana przez czynniki zewnętrzne, takie jak globalna zmienność cen i niedobory dostaw. Rekordowo wysokie ceny produktów mlecznych w 2022 r., w połączeniu z ograniczonymi globalnymi dostawami mleka, podważyły przystępność cenową i dostępność produktów mlecznych w regionie. Jednak wyzwania te stwarzają również możliwości dla eksporterów, zwłaszcza tych, którzy mogą zaoferować konkurencyjne ceny, niezawodne łańcuchy dostaw i produkty, które zaspokajają wyjątkowe gusta i preferencje konsumentów z Azji Południowo-Wschodniej.

TRENDY W AZJATYCKIEJ KONSUMPCJI PRODUKTÓW MLECZNYCH

Rosnący popyt na produkty mleczne w Azji Południowo-Wschodniej to nie tylko historia liczb, ale także narracja transformacji kulturowej. Inicjatywy takie jak japońskie programy mleka w szkołach są przykładem tego, jak rządy mogą odgrywać rolę w kształtowaniu wzorców konsumpcji przy jednoczesnym wspieraniu lokalnego przemysłu mleczarskiego. Tymczasem anegdotyczne dowody z Wietnamu i Indonezji ilustrują zmiany pokoleniowe w konsumpcji nabiału, ponieważ młodsze populacje przyjmują mleko jako część swojej codziennej diety. Historie te podkreślają transformację regionu w kierunku bardziej integracyjnej przyszłości mleczarskiej i podkreślają możliwości eksporterów, aby być częścią tej podróży.

Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)

W tym kontekście Polska, jako jeden z czołowych producentów mleka i jego przetworów w Unii Europejskiej, ma ogromną szansę na rozwój eksportu do regionu Azji Południowo-Wschodniej. Polskie produkty mleczne, słynące z wysokiej jakości, mogą z powodzeniem konkurować na tych rynkach, szczególnie w segmentach takich jak mleko w proszku, sery oraz masło. Kluczowym atutem Polski jest doświadczenie w produkcji na dużą skalę oraz zgodność z międzynarodowymi standardami jakości, co pozwala sprostać wymaganiom rynków Azji.

Jednocześnie, aby wykorzystać potencjał tych kierunków eksportowych, polscy eksporterzy muszą zmierzyć się z wyzwaniami administracyjnymi i regulacyjnymi. Każdy z krajów regionu charakteryzuje się odmiennymi wymogami dotyczącymi importu, cłami czy standardami jakości. Skuteczna nawigacja w tych zawiłościach wymaga głębokiej znajomości lokalnych rynków oraz zdolności dostosowywania się do zmieniających się przepisów i oczekiwań konsumentów. Współpraca z lokalnymi partnerami, inwestycje w promocję marki oraz podkreślanie walorów takich jak jakość i bezpieczeństwo produktów mogą odegrać kluczową rolę w zdobywaniu zaufania konsumentów i budowaniu długoterminowych relacji handlowych.

W tym kontekście Azja Południowo-Wschodnia przedstawia podwójną narrację dla globalnego przemysłu mleczarskiego: jedną z ogromnym potencjałem i jedną z poważnymi wyzwaniami. Eksporterzy, którzy potrafią dostosować swoje strategie do realiów gospodarczych, kulturowych i regulacyjnych regionu, mają dobrą pozycję, aby wykorzystać ten rosnący rynek i przyczynić się do kształtowania jego mleczarskiej przyszłości.

Diagram 3.1.: Spożycie mleka na mieszkańca w 2023 roku (kg per capita) oraz złożona roczną stopę wzrostu (CAGR) w okresie 2013-2023 dla wybranych krajów.

Źródło: IFCN



Jak pokazano na wykresie 3.1., w roku 2023 r. Singapur osiągnął najwyższe spożycie mleka na mieszkańca, przekraczające 100 litrów. Japonia i Korea Południowa również wykazały wysokie spożycie, wynoszące około 80 litrów na mieszkańca. Chiny, Malezja, oraz Afryka znajdują

się w grupie o średnim spożyciu, wynoszącym około 20-40 litrów. Najniższe wartości odnotowano w Indonezji, Wietnamie i Tajlandii, gdzie spożycie wynosi około 10-20 litrów na mieszkańca.

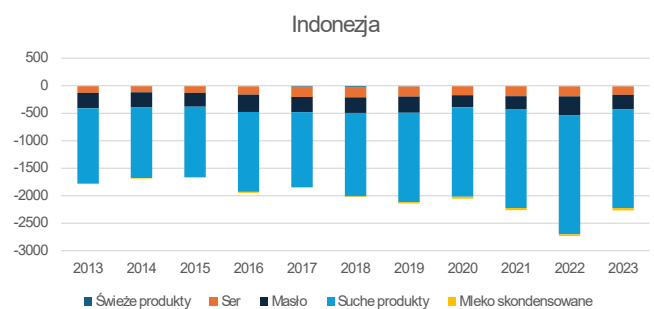
Najwyższą dynamikę wzrostu odnotowano w Tajlandii i Wietnamie, z CAGR przekraczającym 5%. Malezja, Chiny, oraz Afryka również wykazały relatywnie wysoką dynamikę wzrostu (około 3-4% rocznie). Singapurze i Korei Południowej CAGR był znacznie niższy, co sugeruje bardziej stabilny rynek. Japonia cechuje się najniższą dynamiką wzrostu, co może oznaczać nasylenie rynku mleka w tym kraju.

Kraje o najwyższym spożyciu, takie jak Singapur, Japonia i Korea Południowa, mają stabilne lub niskie tempo wzrostu, co wskazuje na rozwinięte rynki mleczne. W krajach rozwijających się, takich jak Tajlandia, Wietnam czy Afryka, niskie spożycie mleka na mieszkańca idzie w parze z dynamicznym wzrostem, co sugeruje potencjał do dalszego rozwoju rynku mleka w tych regionach.

ANALIZA WYBRANYCH RYNKÓW AZJATYCKICH - KLUCZOWE PRODUKTY MLECZNE

Diagram 3.2.: Bilans handlowy netto Indonezji (w tys. t. ekwiwalentu mleka).

Źródło: IFCN



Wykres 3.2. przedstawia saldo handlowe netto dla różnych kategorii produktów mlecznych w Indonezji w latach 2013-2023. Saldo handlowe netto pokazuje różnicę między eksportem a importem, gdzie wartości ujemne wskazują na przewagę importu nad eksportem. W latach 2013-2023 saldo handlowe netto Indonezji dla produktów mlecznych pozostaje ujemne, co oznacza, że kraj jest silnie uzależniony od importu produktów mlecznych. Wartości ujemne pogłębiają się z biegiem lat, zwłaszcza w 2023 roku, co wskazuje na rosnące zapotrzebowanie na produkty mleczne, którego nie pokrywa lokalna produkcja.

Świeże produkty mleczne mają największy wpływ na deficyt handlowy, stanowiąc główną kategorię importowaną w każdym roku. Suche produkty mleczne również przyczyniają

Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

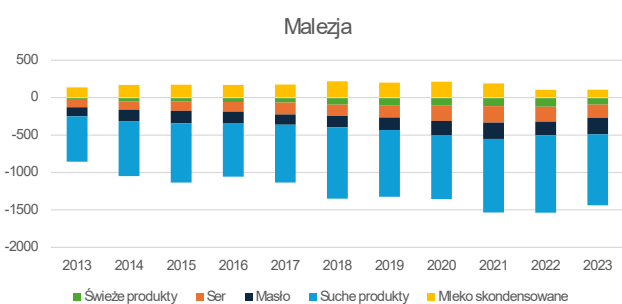
Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)

się znacząco do deficytu, co sugeruje, że są one istotnym elementem konsumpcji mlecznej w kraju. Masło i ser mają mniejszy, ale stały wpływ na deficyt handlowy. Mleko skondensowane odgrywa najmniejszą rolę w strukturze salda handlowego.

W 2023 roku deficyt osiąga największą wartość, szczególnie w kategoriach świeżych i suchych produktów mlecznych, co może być efektem rosnącej konsumpcji w związku z rozwojem gospodarczym i zmianami preferencji żywieniowych. Indonezja jest znaczącym importerem produktów mlecznych, zwłaszcza świeżych i suchych produktów. Utrzymujący się deficyt wskazuje na duży potencjał dla rozwoju lokalnej produkcji mlecznej, aby zmniejszyć zależność od importu. Rosnące zapotrzebowanie na produkty mleczne w 2023 roku może odzwierciedlać zmiany w stylu życia, wzrost populacji lub wzrost siły nabywczej mieszkańców.

Diagram 3.3.: Bilans handlowy netto Malezji (w tys. t. ekwiwalentu mleka).

Źródło: IFCN



Wykres 3.3. przedstawia saldo handlowe netto dla produktów mlecznych w Malezji w latach 2013-2023. Wartości ujemne wskazują na przewagę importu nad eksportem w poszczególnych kategoriach produktów mlecznych. Malezja konsekwentnie wykazuje ujemne saldo handlowe netto w sektorze produktów mlecznych przez cały analizowany okres (2013-2023), co oznacza wysoką zależność od importu.

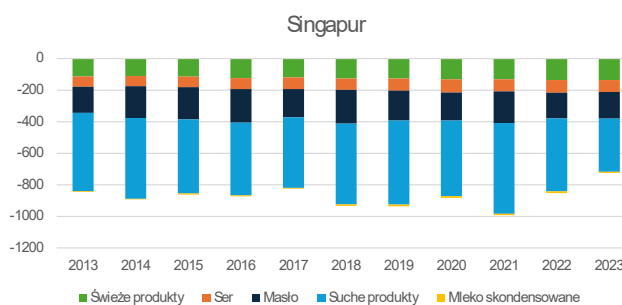
Wartości ujemne są największe dla suchych produktów mlecznych, co sugeruje, że stanowią one kluczowy element importu mlecznego w Malezji. Mimo negatywnego salda, zakres deficytu pozostaje względnie stabilny w latach 2013-2023, co może wskazywać na brak znaczących zmian w produkcji lokalnej lub zapotrzebowaniu.

Suche produkty mleczne dominują w strukturze deficytu handlowego, co odzwierciedla ich duże znaczenie w diecie i przemyśle spożywczym Malezji. Masło i mleko skondensowane mają mniejszy, ale stały wkład w deficyt handlowy. Świeże produkty mleczne i ser wpływają na saldo w znacznie mniejszym stopniu, co może wynikać z ograniczonego popytu lub mniejszego udziału w imporcie.

W 2023 roku saldo handlowe netto pozostaje na poziomie podobnym do wcześniejszych lat, co wskazuje na brak istotnych zmian w imporcie lub lokalnej produkcji mlecznej. Malezja jest znaczącym importerem suchych produktów mlecznych, co może wynikać z ich szerokiego zastosowania w lokalnym przemyśle spożywczym oraz ograniczonych możliwości lokalnej produkcji. Stabilność deficytu na przestrzeni lat sugeruje, że struktura importu mlecznego nie zmienia się znacząco, a kraj nie rozwija produkcji lokalnej na dużą skalę. Zmniejszenie zależności od importu wymagałoby inwestycji w rozwój lokalnego sektora mleczarskiego, zwłaszcza w produkcję suchych produktów mlecznych.

Diagram 3.4.: Bilans handlowy netto Singapuru (w tys. t. ekwiwalentu mleka).

Źródło: IFCN



Wykres 3.4. przedstawia bilans handlowy netto Singapuru dla różnych kategorii produktów mlecznych w latach 2013-2023. Dane wskazują, że bilans handlowy netto jest ujemny przez cały analizowany okres, co oznacza, że import przewyższa eksport we wszystkich kategoriach produktów mlecznych.

Główna kategoria produktów wpływająca na ujemny bilans to suche produkty mleczne (np. mleko w proszku), które mają największy udział w całkowitym deficycie. Udział tej kategorii pozostaje stabilny, lecz wyraźnie dominuje na wykresie. Pozostałe kategorie produktów - takie jak masło, ser, mleko skondensowane i świeże produkty - mają mniejszy wpływ na bilans handlowy, choć również są importowane w większej ilości niż eksportowane.

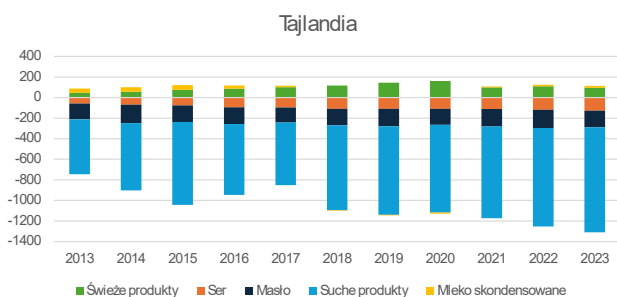
Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)

Ogólny poziom deficytu w bilansie handlowym dla wszystkich kategorii jest stabilny od 2013 roku, z niewielkimi wahaniami. Po 2020 roku widać niewielki wzrost deficytu, co może być związane z globalnymi zawirowaniami handlowymi, takimi jak pandemia COVID-19. Singapur pozostaje silnym importerem produktów mlecznych, szczególnie suchych produktów, co determinuje ujemny bilans handlowy w tej kategorii.

Diagram 3.5.: Bilans handlowy netto Tajlandii (w tys. t. ekwiwalentu mleka).

Źródło: IFCN



Wykres 3.5. przedstawia bilans handlowy netto Tajlandii w kategoriach produktów mlecznych w latach 2013-2023. Bilans handlowy netto jest stale ujemny, co oznacza, że Tajlandia importuje więcej produktów mlecznych niż eksportuje.

Największy wpływ na ujemny bilans mają suche produkty mleczne (np. mleko w proszku), które są dominującą kategorią na wykresie. Deficyt w tej kategorii znacząco przewyższa inne grupy produktów. Pozostałe kategorie produktów, takie jak masło, ser, mleko skondensowane oraz świeże produkty, mają mniejszy udział w ogólnym deficycie, ale również są w większości importowane.

Ujemny bilans handlowy utrzymuje się na stabilnym poziomie przez cały okres, z drobnymi wahaniami w niektórych latach. Od około 2020 roku nastąpił niewielki wzrost deficytu, co może być związane z globalnymi zakłóceniami w handlu, takimi jak pandemia COVID-19. W 2023 roku bilans wydaje się być nieco bardziej ujemny w porównaniu z początkiem analizowanego okresu.

Kategorie takie jak ser i świeże produkty mają niewielki, ale stabilny udział w deficycie. Masło i mleko skondensowane mają również marginalny wpływ na całkowity bilans. Tajlandia jest zależna od importu produktów mlecznych, zwłaszcza suchych produktów, co utrzymuje deficyt handlowy na wysokim poziomie.

Analiza rynków Azji Południowo-Wschodniej pod kątem eksportu produktów mleczarskich wskazuje na duże zróżnicowanie zapotrzebowania oraz potencjału poszczególnych państw. Wśród kluczowych rynków wyróżniają się Indonezja, Malezja, Tajlandia oraz Singapur. Każdy z tych krajów charakteryzuje się specyficznymi trendami konsumpcji, poziomem samowystarczalności oraz preferencjami dotyczącymi produktów mleczarskich, co stwarza zarówno wyzwania, jak i możliwości dla polskiego sektora. Aby polski sektor mleczarski mógł skutecznie konkurować na tych rynkach, konieczne jest zapewnienie odpowiedniej jakości surowca oraz doskonalenie praktyk na poziomie gospodarstw i zakładów produkcyjnych. Jednak kluczowe znaczenie mają również kwestie formalne i administracyjne, które stanowią fundament skutecznego wejścia na rynki zagraniczne. Wymogi w zakresie rejestracji, certyfikacji czy przestrzegania norm sanitarnych i weterynaryjnych różnią się w zależności od kraju, co wymaga od eksporterów ścisłej współpracy z lokalnymi władzami oraz dogłębnej znajomości regulacji prawnych.

WEJŚCIE NA RYNEK MIĘDZYNARODOWY: WYMAGANIA ADMINISTRACYJNE I REGULACYJNE

Każdy kraj ma swoje unikalne przepisy dotyczące bezpieczeństwa żywności, etykietowania, składu produktów i procedur importowych. Otrzymanie niezbędnych certyfikatów (np. halal, koszer) jest często warunkiem koniecznym do wprowadzenia produktu na rynek. Złożoność procedur celnych może wydłużać czas wprowadzenia produktu na rynek i zwiększać koszty.

Produkty spożywcze, w tym mleko, muszą spełniać określone standardy jakości i bezpieczeństwa czyli wymagania sanitarne i fitosanitarne. Etykiety produktów muszą być zgodne z przepisami obowiązującymi na rynku docelowym (np. skład, informacje o alergenach, data ważności). Znajomość procedur celnych jest niezbędna do płynnego przebiegu eksportu. Należy również wziąć pod uwagę wszelkie bariery techniczne, a są to różnice w standardach produkcji, opakowaniach czy dystrybucji oraz wymagania dotyczące zdrowia zwierząt, od których pochodzi mleko jak i warunków hodowli.

Skuteczne wejście na nowe rynki eksportowe wymaga od polskiego sektora mleczarskiego nie tylko spełnienia wysokich standardów jakości, ale także sprostania szeregowi wyzwań administracyjnych wynikających z realiów lokalnych.

Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)

Ograniczona infrastruktura, w tym brak odpowiednich urządzeń do przetwarzania mleka oraz trudności logistyczne, wymuszają konieczność inwestycji i uzyskania niezbędnych pozwoleń na rozwój zakładów produkcyjnych i magazynowych. Aby zapewnić jakość, administracja musi wspierać producentów w pozyskiwaniu certyfikatów międzynarodowych oraz wdrażaniu systemów kontroli jakości.

Drobni producenci, stanowiący znaczną część sektora, stoją przed wyzwaniem dostosowania się do regulacji eksportowych, co może wymagać uproszczenia procedur oraz udostępnienia programów wsparcia finansowego i edukacyjnego. W kontekście konkurencji z importowanymi produktami mlecznymi, konieczne będzie wprowadzenie narzędzi ochrony i promocji eksportu, takich jak ulgi podatkowe, subsydia dla certyfikowanych produktów czy inicjatywy marketingowe na rynkach docelowych.

W tym świetle kluczowym zadaniem pozostaje zrozumienie i spełnienie wymogów administracyjnych rynków docelowych, w tym uzyskanie pozwoleń na eksport, certyfikatów zgodności oraz zabezpieczenie odpowiednich kanałów dystrybucji. W następnych częściach omówimy, jakie konkretne kroki należy podjąć, aby skutecznie zbudować obecność polskich produktów mleczarskich na nowych rynkach.

KONTYNGENTY I TARYFY NA IMPORT W AZJI POŁUDNIOWO-WSCHODNIEJ - WYZWANIE I SZANSA DLA POLSKICH PRODUCENTÓW MLECZARSKICH

Wejście na rynek tajlandzki wiąże się z koniecznością zrozumienia i dostosowania do złożonych regulacji dotyczących importu produktów mleczarskich, takich jak odtłuszczone mleko w proszku. Jednym z kluczowych wymogów jest spełnienie zasad związanych z kontyngentami importowymi i taryfami celno-kwotowymi, które mają istotny wpływ na konkurencyjność eksportu.

Rząd Tajlandii wprowadza roczne kontyngenty na import OMP, co oznacza, że istnieje ograniczona ilość, jaką można wwieźć do kraju po preferencyjnych stawkach celnych. Aby uzyskać dostęp do tych kwot, importerzy muszą spełnić określone kryteria, w tym:

- Ubieganie się o przydział kwoty - proces ten opiera się na historycznych danych dotyczących wielkości importu oraz lokalnych zakupów mleka płynnego. W praktyce oznacza to, że nowi gracze na rynku, tacy jak polskie firmy mleczarskie, muszą najpierw nawiązać współpracę z lokalnymi podmiotami i zbudować odpowiednią historię współpracy.

- Priorytet dla lokalnych producentów - importerzy, którzy kupują mleko płynne od lokalnych dostawców, mogą uzyskać większe przydziały kwotowe. To stwarza dodatkowy wymóg dla eksportera, który może być zmuszony do partnerstwa z lokalnymi przetwórcami.

Stawki taryfowe różnią się w zależności od tego, czy import mieści się w ramach przyznanego kontyngentu, gdzie taryfa kwotowa wynosi około 5%, co jest relatywnie korzystne i umożliwia konkurencyjną sprzedaż, a taryfa ponad kwotę może przekraczać 30%, co znacząco zwiększa koszty i często eliminuje możliwość opłacalnego eksportu w przypadku braku dostępu do kontyngentów.

Sytuację dodatkowo komplikuje fakt, że Tajlandia zacieśnia współpracę gospodarczą z Nową Zelandią. Od 1 stycznia 2025 roku wszelkie cła i ograniczenia kontyngentowe na nowozelandzkie produkty mleczne, w tym OMP, zostaną zniesione. To oznacza, że konkurencja na rynku tajlandzkim ulegnie dalszemu zaostrzeniu, a polscy producenci będą musieli mierzyć się z produktami wolnymi od taryf.

STRATEGICZNE PODEJŚCIE DLA POLSKICH PRODUCENTÓW

Aby skutecznie konkurować na rynku tajlandzkim, polscy producenci mleczarscy muszą uzyskać dostęp do kontyngentów poprzez nawiązanie długoterminowej współpracy z lokalnymi importerami i dostawcami oraz opracować strategię cenową, która pozwoli na utrzymanie konkurencyjności nawet w obliczu wyższych taryf celnych. Zrozumienie i spełnienie wymogów dotyczących kontyngentów i taryf celnych jest niezbędne do skutecznego wejścia na rynek tajlandzki. Długoterminowa strategia eksportowa powinna uwzględniać zarówno aktualne regulacje, jak i prognozy dotyczące zmian w międzynarodowej polityce handlowej.

Tymczasem jednym z kluczowych wymogów administracyjnych w Malesji jest uzyskanie certyfikacji halal dla wszystkich produktów mlecznych. Ze względu na dominującą w kraju populację muzułmańską, halal stanowi nie tylko wymóg prawny, ale również kluczowy czynnik w decyzjach zakupowych konsumentów. Proces certyfikacji wymaga dostosowania produkcji do ścisłych wytycznych dotyczących składników, procesu technologicznego oraz warunków higienicznych, co jest nadzorowane przez malezyjskie władze. Dla polskich producentów oznacza to konieczność przeszkolenia personelu, dostosowania linii produkcyjnych oraz przeprowadzenia audytów w celu uzyskania niezbędnych dokumentów.

Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)

Import produktów mlecznych do Malezji podlega różnym taryfom celnym, które mogą wynosić od 5% do 20%, w zależności od kategorii produktu. Na przykład odtłuszczone mleko w proszku może być obłożone niższymi cłami niż produkty mleczne o wyższej wartości dodanej, takie jak sery czy jogurty premium. Dodatkowo, niektóre produkty mogą być objęte opłatami administracyjnymi związanymi z inspekcją i rejestracją importu. Producenci muszą również przestrzegać przepisów dotyczących oznakowania produktów, w tym obowiązkowego tłumaczenia etykiet na język malajski. Każdy importer musi być zarejestrowany w malezyjskich urzędach, a rejestracja obejmuje szczegółowe zgłoszenie każdego produktu, w tym przedstawienie dokumentacji technicznej dotyczącej składu, pochodzenia i metod produkcji. W przypadku produktów mlecznych szczególną uwagę zwraca się na zgodność z regulacjami dotyczącymi bezpieczeństwa żywności oraz wymagania sanitarne.

Podobnie w przypadku Indonezji, przesyłkom mleka lub produktów mlecznych musi towarzyszyć pozwolenie na przywóz wydane przez Ministerstwo Handlu. Zezwolenie to wymaga rekomendacji importowej wydanej przez Ministerstwo Rolnictwa. Numer rekomendacji powinien znajdować się na świadectwie zdrowia.

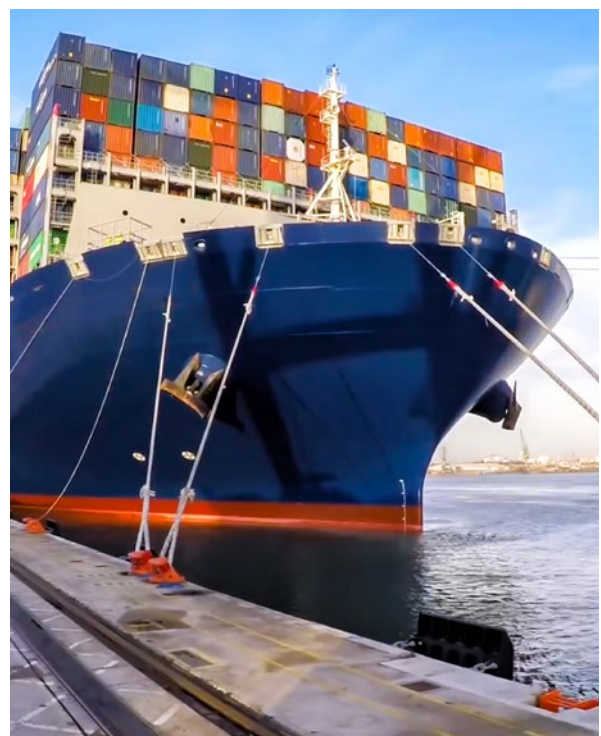
Indonezja narzuca surowe wymogi dotyczące importu żywności, co wymaga od importerów posiadania licznych certyfikatów, w tym certyfikatów halal, oraz uzyskania zgód i pozwoleń na import. Proces ten może być skomplikowany, szczególnie dla mniejszych europejskich firm, które mogą napotkać trudności w uzyskaniu certyfikacji halal. Problemy w dystrybucji produktów mlecznych związane są również ze słabo rozwiniętą infrastrukturą chłodniczą oraz brakiem dostępu do elektryczności w odległych rejonach, co wpływa na efektywność dostaw produktów wymagających chłodzenia.

Następujące dokumenty mogą być wymagane przy eksporcie produktów mlecznych do Indonezji:

- Zezwolenie na przywóz leków i żywności;
- Zezwolenie na przywóz zwierząt i produktów pochodzenia zwierzęcego;
- Rejestracja środków spożywczych;
- Świadectwo wolnej sprzedaży;
- Świadectwo analizy;
- Certyfikat Dobrej Praktyki Produkcyjnej;
- Świadectwo napromieniowania środków spożywczych;
- Weterynaryjne świadectwo zdrowia dla produktów pochodzenia zwierzęcego; oraz
- Certyfikat Halal.

Można zatem wnioskować, że eksport produktów mleczarskich do Indonezji wiąże się z dużym obciążeniem biurokratycznym. Ponieważ Indonezja importuje tylko produkty, których nie może lub nie produkuje w wystarczającym stopniu w kraju, importer musi zarejestrować się w Ministerstwie Handlu i uzyskać pozwolenie na import. Ponadto istnieje szereg certyfikatów wymaganych do eksportu do Indonezji, w tym certyfikat wolnej sprzedaży, certyfikat dobrej praktyki produkcyjnej, weterynaryjne świadectwo zdrowia dla produktów pochodzenia zwierzęcego i certyfikat halal. Większość firm z UE nie posiada obecnie certyfikatu halal, a uzyskanie go w Indonezji może być szczególnie uciążliwe i zasobochłonne dla mniejszych firm. Ze względu na dużą liczbę wymaganych zatwierdzeń, certyfikatów i zezwoleń, dla przedsiębiorstw z UE korzystna może być ścisła współpraca z indonezyjskim importerem.

Również eksport produktów mleczarskich do Wietnamu wymaga spełnienia surowych wymogów dotyczących rejestracji i certyfikacji. Każdy produkt musi być zgłoszony do wietnamskich organów regulacyjnych, takich jak Ministerstwo Zdrowia, w celu uzyskania certyfikatów sanitarno-weterynaryjnych oraz zgodności z lokalnymi normami jakości. Proces ten obejmuje szczegółową dokumentację dotyczącą składu, metod produkcji oraz pochodzenia mleka, co może wymagać współpracy z lokalnymi partnerami lub agencjami zajmującymi się importem.



Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)

Cła na produkty mleczne w Wietnamie wahają się od 10% do 25%, w zależności od rodzaju produktu. Oznacza to, że konkurencyjność cenowa jest kluczowym wyzwaniem, zwłaszcza w przypadku mleka w proszku, które stanowi główną kategorię importową. Producenci muszą dokładnie analizować koszty logistyczne i taryfowe, aby ich oferta była atrakcyjna zarówno dla lokalnych dystrybutorów, jak i konsumentów. Produkty mleczarskie importowane do Wietnamu podlegają rygorystycznym kontrolom jakości na granicach, w tym inspekcjom mikrobiologicznym oraz weryfikacji zgodności z etykietami. Zakłady produkcyjne mogą również zostać poddane audytom w celu potwierdzenia, że procesy technologiczne są zgodne z wietnamskimi normami bezpieczeństwa żywności.

Wejście na rynek singapurski także wiąże się jednak z koniecznością spełnienia bardzo rygorystycznych wymagań sanitarnych i jakościowych. Produkty mleczne muszą przejść szczegółowe kontrole, które obejmują badania mikrobiologiczne, analizę składu oraz zgodność z lokalnymi normami. Kluczowe znaczenie ma także właściwe oznakowanie produktów - etykiety muszą zawierać informacje o składnikach, wartościach odżywczych, dacie przydatności oraz być zgodne z przepisami dotyczącymi języka.

Nie tylko Azja, ale również Afryka oferuje znaczące możliwości eksportowe, szczególnie w krajach z szybko rozwijającymi się gospodarkami, takich jak Nigeria, RPA czy Kenia. Jednak także w tym regionie eksporterzy muszą być świadomi licznych wyzwań związanych z regulacjami, kosztami celnymi oraz niedostateczną infrastrukturą logistyczną.

Eksport produktów mleczarskich do Afryki wymaga spełnienia zróżnicowanych przepisów dotyczących zdrowia i jakości, które różnią się w zależności od kraju. Kluczowe znaczenie mają certyfikaty zdrowotne potwierdzające zgodność z normami bezpieczeństwa żywności. W wielu krajach wymagane są także certyfikaty halal, co ma szczególne znaczenie w regionach z dominującą populacją muzułmańską, takich jak Afryka Północna czy niektóre kraje Afryki Zachodniej. Eksporterzy muszą również przedstawić szczegółową dokumentację dotyczącą pochodzenia produktów, procesu produkcji i składu, aby spełnić wymogi lokalnych organów regulacyjnych.

Jednym z głównych wyzwań są wysokie cła na import produktów mleczarskich, które mogą wynosić nawet 25-50% wartości produktu w zależności od kraju. Na przykład w Nigerii czy Kenii obowiązują wysokie stawki celne mające na celu ochronę lokalnej produkcji mleka. Oprócz ceł eksporterzy muszą liczyć się z dodatkowymi kosztami, takimi jak podatki lokalne, opłaty portowe, a także różnego rodzaju opłaty administracyjne związane z odprawą celną. W niektórych przypadkach państwa afrykańskie wprowadzają preferencyjne stawki celne dla krajów, z którymi mają zawarte umowy handlowe. Dlatego eksporterzy powinni zwracać uwagę na możliwości korzystania z takich preferencji lub programów, które mogą obniżyć koszty eksportu.

Ze względu na skomplikowany proces rejestracji i wymogi administracyjne, wielu zagranicznych producentów nawiązuje współpracę z lokalnymi dystrybutorami lub partnerami handlowymi. Tacy partnerzy posiadają już zarejestrowane licencje importowe oraz znajomość procedur, co może znacząco ułatwić wejście na rynek i zminimalizować potencjalne ryzyko opóźnień lub dodatkowych kosztów. Wejście na rynki azjatyckie wymaga nie tylko dostosowania produktów do specyficznych wymogów kulturowych, takich jak halal, ale również przejścia przez złożone procesy rejestracyjne i celne. Kluczowe znaczenie ma spełnienie wszystkich wymagań administracyjnych, aby produkty były nie tylko zgodne z przepisami, ale również atrakcyjne dla lokalnych konsumentów i dystrybutorów.



Moduł Związek Polskich Przetwórców Mleka

Analiza wymogów administracyjnych prowadzenia działalności na rynkach eksportowych – moduł strategii polskiego mleczarstwa (ZPPM)

ZNACZENIE KONKURENCYJNOŚCI DLA DŁUGOTERMINOWEGO SUKCESU

Ekspansja na rynki azjatyckie i afrykańskie stwarza dla polskich producentów mleczarskich wiele możliwości, ale wymaga również dużego zaangażowania i profesjonalizmu. Przełamanie barier administracyjnych jest pierwszym krokiem, ale to właśnie konkurencyjność produktów decyduje o długoterminowym sukcesie na tych wymagających rynkach.

Bardzo ważny jest związek między wymogami administracyjnymi, a konkurencyjnością. Spełnienie wymogów prawnych jest warunkiem koniecznym do rozpoczęcia sprzedaży na nowym rynku. Jednak samo spełnienie tych wymogów nie gwarantuje sukcesu. Konkurencyjność jest czynnikiem różnicującym. Na rynku, na którym wielu producentów spełnia te same wymogi, to właśnie konkurencyjność produktu decyduje o tym, który z nich zdobędzie większe udziały rynkowe. Zbudowanie silnej pozycji na nowym rynku wymaga nie tylko spełnienia bieżących wymogów, ale także ciągłego monitorowania zmian w przepisach i dostosowywania oferty do zmieniających się potrzeb konsumentów. Ogromne znaczenie ma kompleksowe podejście do tematu. Sukces na rynkach eksportowych wymaga połączenia działań związanych ze spełnieniem wymogów administracyjnych z budowaniem przewagi konkurencyjnej. Produkty powinny być dostosowane do specyficznych preferencji konsumentów na danym rynku. Wsparcie ze strony rządu, agencji promocyjnych i organizacji branżowych może znacznie ułatwić proces ekspansji na nowe rynki.

Konkurencyjność zatem jest kluczem do sukcesu. Konsumenty na rynkach docelowych coraz bardziej świadomie wybierają produkty wysokiej jakości, co wymaga od producentów spełnienia wysokich standardów. Konkurencyjna cena jest istotnym czynnikiem decydującym o wyborze produktu, zwłaszcza w przypadku produktów podstawowych, takich jak mleko. Efektywna kampania marketingowa pozwala na budowanie rozpoznawalności marki i przekonywanie konsumentów do wyboru polskich produktów.

Analiza przeprowadzona w niniejszym module umożliwia wyciągnięcie kilku wstępnych wniosków.

1. Region ten ma niski poziom spożycia nabiału w porównaniu do średniej światowej, co stwarza duże możliwości wzrostu, zwłaszcza w krajach rozwijających się, takich jak Wietnam, Tajlandia czy Indonezja.
2. Większość krajów Azji Południowo-Wschodniej boryka się z deficytem produkcji mleka, co sprawia, że są one silnie uzależnione od importu, zwłaszcza suchych produktów mlecznych.
3. Polska, jako producent wysokiej jakości mleka, ma duży potencjał w eksporcie do Azji Południowo-Wschodniej. Wymaga to jednak dostosowania do lokalnych regulacji, różnic w preferencjach konsumenckich oraz inwestycji w jakość i certyfikację produktów.
4. Ekspansja na rynki azjatyckie i afrykańskie wymaga spełnienia złożonych przepisów, takich jak certyfikacja halal czy wymagania celne. Współpraca z lokalnymi partnerami handlowymi może ułatwić proces rejestracji i dystrybucji produktów.
5. Na rynku tajlandzkim i innych krajach azjatyckich, kluczowe dla polskich producentów będzie zdobycie dostępu do kontyngentów importowych i dostosowanie strategii cenowej, aby utrzymać konkurencyjność w obliczu różnych taryf celnych.
6. Sukces na nowych rynkach zależy nie tylko od spełnienia wymogów administracyjnych, ale także od konkurencyjności produktów, które muszą być dostosowane do lokalnych preferencji i oferowane po atrakcyjnych cenach.

Moduł Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich

Imperatyw zrównoważonego rozwoju w obsłudze światowych rynków premium –
moduł strategii polskiego mleczarstwa (KZSM)



MODUŁ

KRAJOWY ZWIĄZEK SPÓŁDZIELNI MLECZARSKICH

**Imperatyw zrównoważonego rozwoju w obsłudze
światowych rynków premium -
Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa**

Moduł Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich

Imperatyw zrównoważonego rozwoju w obsłudze światowych rynków premium – moduł strategii polskiego mleczarstwa (KZSM)

Zgodność z przepisami - podstawowy warunek możliwości działania i rentowności

POLSKIE PRZEPISY SĄ CZĘŚCIĄ POLITYKI UE

Polska jako państwo członkowskie Unii Europejskiej musi przestrzegać unijnej polityki i przepisów. Obejmuje to dostosowanie polityki krajowej do Wspólnej Polityki Rolnej (WPR), która ma kluczowe znaczenie dla rolników (w tym hodowców bydła mlecznego) oraz sektora rolnego. WPR musi być również spójna ze strategią „od pola do stołu”, będącą częścią Europejskiego Zielonego Ładu, którego celem jest stworzenie trwałego i zrównoważonego systemu żywnościowego.

ROLA WPR WE WSPIERANIU POLSKICH ROLNIKÓW

Celem WPR jest wspieranie zrównoważonego rozwoju gospodarstw i sektora przetwórczego, przy jednoczesnym zapewnieniu dobrobytu społecznego osób mieszkających i pracujących na obszarach wiejskich, a także ochrona wody, gleby, powietrza i różnorodności biologicznej. Aby utrzymać i ewentualnie zwiększyć produkcję sektor rolny będzie wspierany poprzez dopłaty podstawowe oraz dopłaty związane z produkcją. Polska strategia wdrażania WPR UE uwzględnia strukturę gospodarstw i ma na celu zmniejszenie dysproporcji w dochodach między gospodarstwami mniejszymi a większymi.

Wraz z wprowadzeniem nowej WPR (2023-2027) unijne systemy dopłat uległy zmianie. Zmniejszono dopłaty podstawowe do hektara i wprowadzono większe dopłaty za udział w ekoprogramach. Niezwiązane z produkcją dopłaty do arealu stanowią obecnie 5-10% zysków gospodarstw mlecznych, czyli istotne źródło dochodu. W sektorze mleczarskim wyższe standardy dobrostanu zwierząt - takie jak dodatkowa przestrzeń, zakaz wczesnego odsadzania i wymagania dotyczące wypasu - są powiązane z ekoprogramami. Chociaż uczestnictwo w nich może przynieść dodatkowe przychody dla gospodarstwa, wiąże się ono również z dodatkowymi kosztami, więc rolnicy muszą ocenić, czy wymogi te są korzystne dla ich działalności.

Aby działać z korzyścią dla siebie w warunkach przyszłych przepisów, rolnicy muszą przejść od podejścia reaktywnego do proaktywnego. Przewidując zmiany i dostosowując się do nich z wyprzedzeniem mogą nie tylko zachować zgodność z nowymi przepisami, ale także wykorzystać możliwości, jakie te zmiany przynoszą.

Polska branża mleczarska i polscy rolnicy wykazali zdolność do dostosowania się do zmian w polityce i przepisach przez ostatnie trzydzieści lat, jednocześnie rozwijając się.

POSZERZENIE ZAKRESU WYMAGAŃ DOTYCZĄCYCH ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Zrównoważony rozwój wynika nie tylko z polityki, ale także z wymagań branży. Wiele globalnych firm działających w Polsce jest zaangażowanych w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju, które dotyczą zarówno łańcucha dostaw, jak i środków produkcji stosowanych w gospodarstwie. W efekcie mogą one nakładać na polskich rolników określone wymogi w zakresie zrównoważonego rozwoju. Chociaż przejście na bardziej zrównoważone sposoby działania może początkowo wiązać się z kosztami, to długoterminowe korzyści często przewyższają wydatki. Zwiększona wydajność, dostęp do nowych rynków i zachęty finansowe mogą zwiększyć rentowność i zrównoważony rozwój gospodarstw.

Zrównoważony rozwój obejmuje aspekty środowiskowe, społeczne i ekonomiczne, które muszą pozostawać w równowadze, aby cały system był naprawdę zrównoważony. Zrównoważony rozwój chroniący środowisko koncentruje się na zmniejszeniu emisji gazów cieplarnianych, ochronie bioróżnorodności i ochronie zasobów naturalnych. Zrównoważony rozwój społeczny ma na celu poprawę dobrobytu społeczności wiejskich, zapewnienie uczciwych zasad wykonywania pracy i poprawę jakości życia. Zrównoważony rozwój gospodarczy ma zapewnić, aby rolnictwo było rentowne i opłacalne jako źródła utrzymania rolników i ich rodzin.

POSTĘPY W ZMNIEJSZANIU EMISJI GAZÓW CIEPLARNIANYCH

Według analizy przeprowadzonej przez autorów od roku 1996 całkowita emisja gazów cieplarnianych z produkcji mleka surowego w gospodarstwach rolnych spadła o 16%, a całkowita produkcja mleka wzrosła o ponad 30%. Poprawę tę przypisuje się lepszej wydajności mlecznej krów, lepszym sposobom pracy w rolnictwie oraz lepszemu zarządzaniu stadem i paszą.

Moduł Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich

Imperatyw zrównoważonego rozwoju w obsłudze światowych rynków premium – moduł strategii polskiego mleczarstwa (KZSM)

Mniejsze gospodarstwa mleczarskie, które nadal odpowiadają za 30-40% całkowitej podaży mleka w Polsce mają jednak o około 20% wyższą emisję gazów cieplarnianych na kilogram wyprodukowanego mleka surowego. Gospodarstwa te często mają też niższą wydajność mleczną, używają przestarzałych maszyn i nie zawsze stosują nowoczesne praktyki rolnicze, które mogą zmniejszać emisję. Konsolidacja mniejszych gospodarstw przyczyniła się do zmniejszenia całkowitej emisji gazów cieplarnianych i będzie nadal odgrywać istotną rolę w przyszłych wysiłkach na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Poza tradycyjnie pełnionymi zadaniami hodowcy bydła mlecznego w coraz większym stopniu stają się producentami energii. Inwestycje w odnawialne źródła energii, takie jak biogazownie, panele słoneczne i turbiny wiatrowe stają się opłacalnymi źródłami dochodu. Inwestycje te nie tylko dają dodatkowe przychody, ale także przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju poprzez zmniejszenie śladu węglowego. Wprowadzając te zmiany polscy rolnicy mogą zapewnić, aby ich działalność była zrównoważona, odporna na przeciwności i konkurencyjna w zmieniających się warunkach prowadzenia rolnictwa.

STWORZENIE I UTRZYMANIE DOSTĘPU DO ŚWIATOWYCH RYNKÓW MLECZARSKICH KLASY PREMIUM

Zrównoważony rozwój to pojęcie, którego znaczenie jest jasne, ale które zbyt często jest używane bez zrozumienia. W niniejszym dokumencie kluczową kwestią jest zdefiniowanie zrównoważonego rozwoju. Zrównoważony rozwój dotyczy podejmowanych działań: odnosi się do wymagań jakościowych i innych (nie) materialnych cech produktów, które firma musi zapewnić, aby uzyskać lub utrzymać dostęp swoich produktów do światowych rynków mleczarskich klasy premium. Definicja ta oznacza, że rynki mogą być podzielone na segmenty według liczby i intensywności działań w zakresie zrównoważonego rozwoju, które firma, w tym przypadku łańcuch wartości polskiego mleczarstwa musi podjąć, aby móc je obsługiwać.

Autorzy opracowania świadomie upraszczają podział rynków mleczarskich, wyróżniając pod względem zrównoważonego rozwoju tylko trzy segmenty:

I. RYNEK PRODUKTÓW KLASY PREMIUM

Aby uzyskać dostęp do tych rynków, gospodarstwa mleczarskie i przetwórcy mleka muszą spełniać najwyższe standardy pod względem wielu parametrów (wydajność paszy, stosowanie nawozów, przyjazne dla klimatu gospodarowanie glebą, gospodarowanie obornikiem, dobrostan zwierząt...). Klienci zwykle wymagają szczegółowej sprawozdawczości (np. rozliczeń emisji dwutlenku węgla) i przekonujących planów stopniowego obniżania „śladu środowiskowego” gospodarstwa i przetwórcy (np. 30% niższa emisja dwutlenku węgla do 2030 r. na jednostkę wyprodukowanego mleka w porównaniu z 2015 r.). W przypadku przetwórców mleka wymagania dotyczące produktów klasy premium są często związane (wyłącznie) z asortymentem marek konsumenckich A należących do tych przetwórców i/lub są zarezerwowane dla nabywców mleka jako półproduktu, którzy wykorzystują nabiał jako składnik w produkcji asortymentu swojej marki A (np. Unilever dla swoich lodów).

II. RYNEK PRODUKTÓW NAJBARDZIEJ POPULARNYCH

Rynki te mają tendencję do ustanawiania minimalnych standardów w zakresie zrównoważonego rozwoju (np. brak obór uwięziowych lub wymóg wypasu łąkowego przez określoną minimalną liczbę godzin rocznie).

III. RYNEK TOWAROWY

Rynki te, często występujące w krajach-importerach netto produktów mleczarskich, wymagają zgodności ze specyfikacją produktu określonych w przetargu. W przetargach rzadko określa się niematerialne cechy produktu, związane np. ze śladem węglowym lub dobrostanem zwierząt.

Łańcuch wartości przemysłu mleczarskiego (gospodarstwa rolne i przetwórcy) jest w niniejszym dokumencie uznawany za przyszłościowy, jeżeli przynajmniej część jego produkcji jest w stanie spełnić wymagania rynków premium, a prawie cała jego produkcja może być sprzedawana na rynkach produktów najbardziej popularnych.

Moduł Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich

Imperatyw zrównoważonego rozwoju w obsłudze światowych rynków premium – moduł strategii polskiego mleczarstwa (KZSM)

W KIERUNKU PRZYSZŁOŚCIOWEGO POLSKIEGO ŁAŃCUCHA MLECZARSKIEGO

Powyższe punkty mają stanowić uzupełnienie wcześniejszej oceny, która kwestionuje stwierdzenie, że polskie gospodarstwa mleczarskie posiadające mniej niż 30 krów są przyszłościowe.

Naszym zdaniem wynik tej oceny nie odnosi się w pełnym zakresie do gospodarstw, które dostarczają surowe mleko o wystarczającej jakości przetwórcom na podstawowe produkty mleczarskie, takie jak OMP. Jak zostanie wykazane, te ostatnie są kupowane ze względu na cenę zakupu, a nie na parametry zrównoważonego rozwoju wymagane przez klientów. Niektórzy klienci nadal będą kupować takie produkty, więc dostęp do rynku pozostanie.

Pozostaje jednak pytanie, jaką wartość będzie można uzyskać i jaka część rynku mleczarskiego pozostanie w przyszłości dostępna dla mleka pochodzącego z tych małych, mniej zaawansowanych gospodarstw. Gospodarstw, z których mleko o jak najszerzej rozumianej jakości nie będzie mogło uzyskać dostępu do rynków innych niż towarowe. Konkurencja w segmencie towarowym oznacza konkurencję kosztami, i to ze wszystkimi innymi graczami rynku towarowego na całym świecie.

Trudno sobie wyobrazić, w jaki sposób mali polscy właściciele gospodarstw mlecznych będą w stanie w dłuższej perspektywie uzyskać wystarczający dochód w coraz bardziej rozwijającej się Polsce, konkurującej na pełnych konkurencji rynkach towarowych. Dostęp do światowego rynku produktów mleczarskich pozostanie, ale może nie być atrakcyjny finansowo dla (przyszłego) polskiego łańcucha mleczarskiego.

Już dziś największym kanałem sprzedaży polskiego nabiału są duże europejskie sieci detaliczne działające w Polsce i często w sąsiednich krajach UE. Dla tych klientów, podobnie jak dla nabywców z sektora towarowego cena zakupu jest również kluczowym kryterium, zwłaszcza w przypadku produktów marki własnej. Jednak europejskie sieci detaliczne również zwiększają swoje wymagania w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Niewiele europejskich marek na rynku detalicznym produktów mleczarskich nadal stawia wymagania takie, jak na rynku „towarowym”. Przetwórcy mleka i reprezentowani przez nich rolnicy muszą w coraz większym stopniu spełniać wymagania segmentu produktów najbardziej popularnych. Co więcej, największe europejskie sieci handlowe (Tesco, Lidl) stale przesuwają swoje wymagania w kierunku segmentu „premium”. Dla tych sieci punktem odniesienia jest osiągnięcie tego, co robią właściciele najlepszych marek A w tej dziedzinie - ale taniej.

Wynika z tego, że polski sektor mleczarski ma jeszcze wiele pracy do wykonania. Około 90% obecnych polskich gospodarstw mlecznych, zwłaszcza posiadających mniej niż 30 krów może się okazać nieprzyszłościowe. Nieliczne z nich będą miały na tyle dobrą sytuację, np. z powodu braku obciążeń finansowych czy pasji właściciela, że będą w stanie osiągnąć skalę, która pozwoli im stać się przyszłościowymi. Jednak wielu innym może się nie udać. Załącznik 4 opisuje czynniki, dzięki którym najlepsze polskie gospodarstwa mleczarskie są już gospodarstwami światowej klasy. W załączniku 5 opisano kroki, jakie mogą podjąć inne gospodarstwa, aby uzyskać klasę światową.

Z powodu faktu, że 70% surowego mleka przetwarzanego w Polsce pochodzi z gospodarstw, których ze względu na wielkość nie uznaje się za przyszłościowe zdajemy sobie sprawę, jak poważny jest wyciągnięty wniosek dotyczący mniejszych gospodarstw. Te mniejsze gospodarstwa w 2023 r. wciąż posiadają ok. połowę pogłowia krów mlecznych w Polsce i wytwarzają ponad 30% ilości mleka surowego dostarczanego do zakładów.

Od połowy lat 90. polski sektor gospodarstw mlecznych przeszedł już dużą i czasami bolesną w skali lokalnej transformację. Transformacja ta jednak jeszcze się nie zakończyła. Obecnie około 10% polskich gospodarstw mlecznych, posiadających ponad połowę pogłowia polskich krów mlecznych osiągnęło skalę, która prawdopodobnie zapewni im bezpieczeństwo w przyszłości. Pozostałe 90% gospodarstw posiadających około 50% pogłowia krów mlecznych w kraju będzie musiało podjąć decyzję: inwestować i rozwijać się, czy zaprzestać działalności i przejść na emeryturę.

Moduł Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy

Działania wymagane dla poprawy rentowności mleczarstwa w Polsce –
moduł strategii polskiego mleczarstwa (KSM)



MODUŁ KRAJOWE STOWARZYSZENIE MLECZARZY

**Działania wymagane dla poprawy rentowności
mleczarstwa w Polsce -
Moduł Strategii Polskiego Mleczarstwa**

Moduł Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy

Działania wymagane dla poprawy rentowności mleczarstwa w Polsce –
moduł strategii polskiego mleczarstwa (KSM)

AUTORZY ANALIZY ZALECAJĄ NASTĘPUJĄCE DZIAŁANIA:**ŚWIADOMOŚĆ WŁASNEJ KONKURENCYJNOŚCI**

Patrząc z perspektywy zewnętrznej stwierdza się, że polski sektor mleczarski szybko się rozwinął, osiąga dobre wyniki i jest dobrze przygotowany do wzmocnienia swojej pozycji na rynku światowym. Podmioty wchodzące w skład łańcucha mleczarskiego mogą być dumne z tego, co zostało osiągnięte w ostatnich dziesięcioleciach: rynek krajowy, choć wysoce konkurencyjny i nasycony w niektórych kategoriach produktowych, jest zaopatrywany w produkty wysokiej jakości. Polska rozwija się dążąc do pozycji światowego eksportera netto produktów mleczarskich.

Polski sektor mleczarski musiał stawić czoła silnej konkurencji, ale okazał się jeszcze bardziej konkurencyjny. Kilku obecnych głównych eksporterów nabiału na świecie stoi w obliczu problemów (np. dotyczących środowiska), które osłabiają ich konkurencyjność. W związku z tym Polska może w przyszłości konkurować z tymi eksporterami, a nawet ich prześcignąć. Nie stanie się to jednak automatycznie. Wymaga to dalszej ciężkiej pracy. Branża mleczarska musi kontynuować transformację i pozostać otwarta na zmiany, tak jak przez ostatnie trzy dziesięciolecia, aby stać się jeszcze silniejszym liderem na światowym rynku mleczarskim w przyszłości.

BUDOWA PRZYSZŁOŚCIOWEGO SEKTORA MLECZARSKIEGO

Aby zapewnić długoterminową konkurencyjność hodowli bydła mlecznego należy patrzeć zarówno na dochody gospodarstwa, jak i na jego przyszłościowy charakter. Po pierwsze, działalność gospodarstwa musi przynosić stabilny dochód pozwalający utrzymać rolnika i jego rodzinę. Po drugie, gospodarstwa muszą spełniać zmieniające się wymagania rynkowe nie tylko pod względem jakości produktów, ale także oczekiwań społecznych, dotyczących na przykład zrównoważonego rozwoju i dobrostanu zwierząt. Inwestowanie w działania zgodne z tymi trendami zapewnia, że gospodarstwo zachowuje rentowność i nadąża za szybkimi zmianami w branży, co umożliwi mu rozwój zarówno obecnie, jak i w przyszłości.

WDROŻENIE ZARZĄDZANIA ZMIANAMI

Tym, co należy zrobić jest poprawa parametrów w zakresie zrównoważonego rozwoju w gospodarstwie lub zakładzie przetwórczym. Sposobem na to jest odpowiednie zarządzanie zmianami. Polski sektor mleczarski będzie musiał zainwestować zarówno w konkretne usprawnienia w gospodarstwach i zakładach przetwórczych, jak i szkolenia dla rolników, które pozwolą na strukturalną poprawę wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju. Dotyczy to zwłaszcza tych rolników, którzy prowadzą stosunkowo małe gospodarstwa liczące od 30 do 70 krów i/lub mające stosunkowo niską wydajność mleczną, a którzy nie chcą zaprzestać działalności w ciągu najbliższych kilku lat.

Jak już wspomniano, w porównaniu najlepszymi w swojej klasie krajami produkującymi mleko konieczna jest dalszy wzrost o 5-10 razy. W związku z tym zmiany sektora są nieuniknione. Konieczne jest, aby zmiana ta zapewniła płynne przejście i integrację istniejących gospodarstw w sposób nie powodujący zmniejszenia przyszłej produkcji mleka surowego.

PRZEKSZTAŁCENIE MLECZARSTWA W ZAWÓD ATRAKCYJNY DLA NASTĘPNEGO POKOLENIA

Jednym z głównych wyzwań jest znalezienie następców, którzy nie tylko utrzymają, ale i rozwiną posiadane obecnie przez rodziny gospodarstwa mleczarskie. Kluczowym celem powinno być zatrzymanie młodego pokolenia - które ceni pracę o dużym znaczeniu dla ludzi, elastyczność, przedsiębiorczość, dobre technologie i nowoczesny styl życia. Pomagając zapewnić te czynniki i współpracując z młodszym pokoleniem branża mleczarska może utrzymać jego zaangażowanie, zmodernizować cały sektor i osiągnąć postęp, podnosząc wydajność i zwiększając średnią produkcję na gospodarstwo. Dzięki innowacjom w automatykę czy zrównoważony rozwój hodowli bydła mlecznego może stanowić pracę pozwalającą uwzględnić trendy technologiczne, zasady ochrony środowiska i zrównoważony styl życia.

Moduł Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy

Działania wymagane dla poprawy rentowności mleczarstwa w Polsce –
moduł strategii polskiego mleczarstwa (KSM)

EKSPANSJA NA WSCHODZĄCE RYNKI EKSPORTOWE

Nie tylko Europejczycy spożywają wysokiej jakości produkty mleczarskie wytwarzane w Polsce - doceniają je konsumenci na całym świecie. Na przykład w Azji Południowo-Wschodniej, jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się regionów świata, który charakteryzuje się szybkim wzrostem gospodarczym, urbanizacją i rosnącym dochodem rozporządzalnym obywateli. Rozwój klasy średniej w tym regionie powoduje popyt na różnorodne produkty mleczne, takie jak sery i mleko w proszku. Region ten nie zwiększa jednak swojej samowystarczalności. Polska powinna w pełni wykorzystać umowy handlowe UE, zapewniające preferencyjny dostęp do rynków wschodzących, aby zapewnić, że polskie produkty dotrą do konsumentów na całym świecie.

ROZWÓJ POPRZEZ OBSŁUGĘ WŁAŚCIWYCH RYNKÓW EKSPORTOWYCH

Aby wykorzystać rosnący na świecie popyt na wysokiej jakości produkty mleczne o wartości dodanej oraz radzić sobie ze zmienną dynamiką deficytu mleka na świecie Polska powinna skoncentrować się na pozycjonowaniu swojego sektora mleczarskiego jako marki premium na rynkach międzynarodowych. Można to osiągnąć poprzez ukierunkowaną politykę zachęt do strategicznych inwestycji w budowanie marki, certyfikaty, nowoczesne technologie przetwórcze i dobre efekty ekologiczne, co umożliwi dostęp do różnorodnych rynków eksportowych. Wspieranie działań w zakresie zrównoważonego rozwoju i zwiększanie wydajności łańcucha dostaw są niezbędne do utrzymania stałej jakości produktów, zgodnej z oczekiwaniami konsumentów na rynkach międzynarodowych. Poprzez ukierunkowanie się na rynki eksportowe Polska może wzmocnić swoją siłę negocjacyjną wobec skonsolidowanego krajowego sektora detalicznego, zapewniając w ten sposób korzystniejsze warunki dla przemysłu mleczarskiego i wspierając jego stabilny wzrost.

WYKORZYSTANIE MOCNYCH STRON - PRODUKCJA SERÓW NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI

Sery są główną siłą napędową polskiego eksportu nabiału oraz kluczowym filarem branży mleczarskiej. W ciągu ostatnich dwudziestu lat spożycie serów wzrosło na całym świecie, szczególnie w krajach, w których coraz bardziej rozpowszechniają się zachodnie wzorce żywieniowe. Sery są obecnie podstawowym surowcem do produkcji przekąsek i dań typu fast food, takich jak pizza i hamburgery. Konsumenci na całym świecie są też coraz bardziej ciekawi zarówno serów tradycyjnych, jak i będących specjałami regionalnymi. Chcąc wykorzystać ten trend Polska powinna postawić na zwiększenie przetwórstwa serów półtwardych i na zróżnicowanie oferty, aby zaspokoić szeroki wachlarz gustów i preferencji. Korzystając z doświadczenia w produkcji wysokiej jakości serów, a także rozwijając wśród klientów wiedzę na temat możliwości wykorzystania serów jako surowca do zastosowań lokalnych polski sektor mleczarski może rozwijać się na rynkach międzynarodowych, zwiększając swoją konkurencyjność w skali międzynarodowej i przychody z eksportu.

NIEUSTANNY PRZEKAZ INFORMACJI

Pomimo dużych zmian, które nastąpiły w Polsce w ciągu ostatnich trzydziestu lat polski sektor mleczarski wymaga kolejnych zmian, aby mógł pozostać opłacalny ekonomicznie i przyszłościowy. Wymagane zmiany nie zawsze będą mile widziane w gospodarstwach i u przetwórców. Polskie związki/stowarzyszenia mleczarskie mogą odegrać rolę w nieustannym przekazywaniu informacji o dotychczasowych osiągnięciach, nieuniknionej potrzebie dalszych zmian, dalszej drodze i ogólnie dobrych perspektywach dla polskiego sektora mleczarskiego.

Moduł Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy

Działania wymagane dla poprawy rentowności mleczarstwa w Polsce – moduł strategii polskiego mleczarstwa (KSM)

STWORZENIE PRZEKONANIA, ŻE WSZYSTKIE ZAINTERESOWANE GRUPY STOJĄ PO TEJ SAMEJ STRONIE

W rozwój sektora i kształtowanie jego przyszłości muszą być zaangażowane wszystkie zainteresowane strony. Kluczowe działania to budowa silnych relacji, promowanie wizerunku polskiego mleka, przyciąganie wykwalifikowanych pracowników, wdrażanie nowych technologii, odkrywanie nowych atrakcyjnych rynków zbytu, budowanie poczucia dumy z osiągnięć branży oraz zapewnienie dostępu do finansowania i inwestycji. Lista priorytetów jest długa, ale najważniejszym elementem jest współpraca wszystkich zainteresowanych stron w ramach jednolitej strategii prowadzącej do wspólnego celu.

MONITOROWANIE I ANALIZOWANIE RYNKU POZWALAJĄ BYĆ O KROK PRZED KONKURENCJĄ

Utrzymanie przewagi na szybko zmieniającym się globalnym rynku mleczarskim wymaga jego dokładnego monitorowania i analizowania. Zmieniające się warunki ekonomiczne, nowe umowy handlowe i zmiany polityki mogą otwierać nowe możliwości. Szybkie reagowanie na nie może zaś przynieść cenny udział w rynku. Prowadzone na bieżąco strategiczne badania rynku powinny być traktowane jako priorytet, gdyż pozwalają określić trendy, ocenić ryzyko i wykorzystać pojawiające się możliwości. To z kolei pozwoli polskiemu przemysłowi mleczarskiemu zachować konkurencyjność i zdolność dostosowania się do zmieniającego się rynku mleczarskiego.

DOSTOSOWANIE DO OCZEKIWAŃ - POZNANIE ZAGRANICZNYCH KLIENTÓW

Rozwój eksportu oznacza znaczące możliwości poszerzenia i wzmocnienia sektora mleczarskiego. Powodzenie zależy jednak od zrozumienia i zaspokojenia konkretnych potrzeb zagranicznych konsumentów. Aby zbudować solidne podstawy ekspansji na nowe rynki konieczne jest określenie profilu klientów docelowych, co pozwoli skutecznie spełniać ich oczekiwania. Na przykład w Afryce Subsaharyjskiej mniejsze, przystępne cenowo opakowania spełniają potrzeby konsumentów o niskich dochodach, a w krajach Bliskiego Wschodu niezbędny dla zdobycia zaufania jest certyfikat Halal. Kluczowe znaczenie dla zrozumienia lokalnych preferencji smakowych, przepisów i niuansów kulturowych ma prowadzenie dokładnych badań rynkowych. Dostosując produkty, opakowania i strategie marketingowe do regionalnych wymagań polski sektor mleczarski może osiągnąć trwały sukces i wykorzystać stojące przed nim możliwości wzrostu na rynkach globalnych.



Załączniki



ZAŁĄCZNIKI

Załączniki

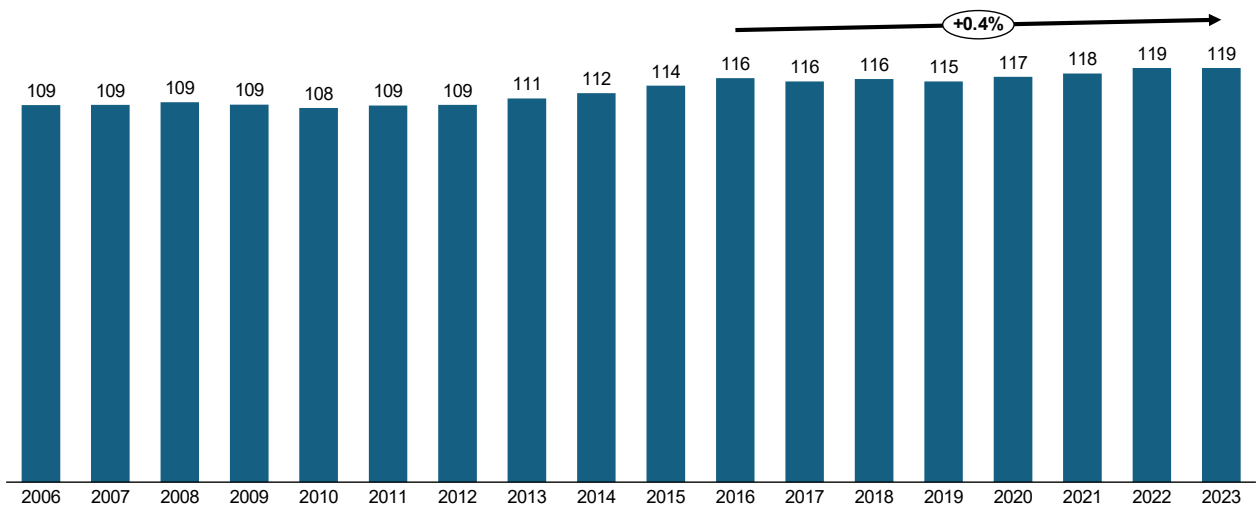
ZAŁĄCZNIK 1. SPOŻYCIE NABIAŁU W PAŃSTWACH-GŁÓWNYCH EKSPORTERACH NETTO

Wykresy A.1 i A.2 pokazują prawie niezmiennie spożycie mleka w UE-27 (w ekwiwalencie mleka płynnego) oraz wzrost 1,6% CAGR spożycia mleka w USA (w ekwiwalencie mleka płynnego) w latach 2006-2023.

Wykres A.1 Zapotrzebowanie na nabiał w państwach UE-27 (w ekwiwalencie mleka płynnego)

mld kg

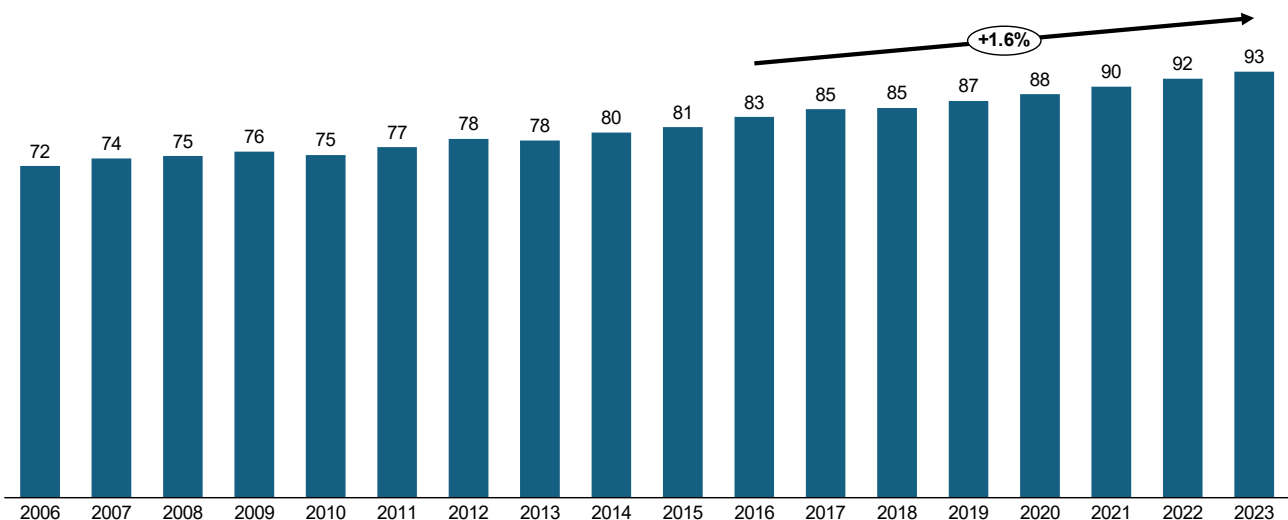
źródło: obliczenia IFCN



Wykres A.2: Zapotrzebowanie na nabiał w USA (w ekwiwalencie mleka płynnego)

mld kg

źródło: obliczenia IFCN



Załączniki

ZAŁĄCZNIK 2. **STRUKTURA WIELKOŚCI POLSKICH GOSPODARSTW MLECZNYCH**

Polski sektor gospodarstw mlecznych obejmuje różne rodzaje podmiotów, od małych tradycyjnych gospodarstw do dużych wysokowydajnych przedsiębiorstw. Wiele małych gospodarstw stosuje tradycyjne metody, wiążące się z ograniczoną wydajnością mleczną i wyższymi kosztami pracy. Nowo powstające gospodarstwa są z kolei wzorcem wydajności i konkurencyjności.

Eksperti opracowania wyróżniają w Polsce trzy rodzaje gospodarstw, które posiadają 75% łącznej liczby krów mlecznych:

PL-16 - Tradycyjne gospodarstwo rodzinne

- **Opis:** Średniej wielkości gospodarstwo rodzinne posiadające 16 krów mlecznych, zazwyczaj rasy holsteińsko-fryzyjskiej lub krajowej, o umiarkowanej wydajności mlecznej.
- **Działalność:** Krowy są trzymane w oborach uwięziowych, stosuje się letni wypas i dój konwiowy, który wymaga większego nakładu pracy. Gospodarstwo produkuje własną paszę i zboże, a wszystkie prace wykonywane są przez członków rodziny.
- **Kluczowe cechy:** Wysoki nakład pracy, samowystarczalność w zakresie produkcji pasz i zbóż.

PL-28 - Gospodarstwo rodzinne nowego typu

- **Opis:** Gospodarstwo, które z tradycyjnego małego gospodarstwa przekształciło się w bardziej wydajne, posiadające 28 krów mlecznych.
- **Działalność:** Krowy są trzymane w oborach uwięziowych, stosuje się system doju rurociągowego. Gospodarstwo produkuje własną paszę, którą uzupełnia zakupionymi koncentratami i dodatkami paszowymi. Większość prac jest wykonywana przez rodzinę, której pomaga pracownik zatrudniony w niepełnym wymiarze godzin.
- **Kluczowe cechy:** Umiarkowane nakłady zewnętrzne, wzajemne uzupełnianie się pracy rodziny i pomocnika pracującego w niepełnym wymiarze godzin.

PL-65 - Duże, dobrze zarządzane gospodarstwo rolne

- **Opis:** Gospodarstwo duże, sprawnie zarządzane, posiadające 65 krów rasy holsteińsko-fryzyjskiej w oborze wolnostanowiskowej z halą udojową.
- **Działalność:** Wydajność mleczna na poziomie dobrze zarządzanych gospodarstw w zachodniej UE. Praca jest równo podzielona między członków rodziny a pracowników najemnych.
- **Kluczowe cechy:** Wysoka wydajność pracy, konkurencyjna wydajność mleczna, zrównoważony podział pracy.

Większość typowych gospodarstw mlecznych w Polsce produkuje własną paszę, w tym paszę objętościową i niektóre zboża, w razie potrzeby dodatkowo kupując koncentraty i dodatki paszowe. Ponadto wiele gospodarstw ma dodatkowy dochód z upraw przeznaczonych na sprzedaż, co dywersyfikuje źródła przychodów i poprawia ogólną rentowność.

Polskie gospodarstwa mleczarskie mają różną wielkość i różny poziom wydajności, co wskazuje na jego możliwości adaptacyjne i potencjał rozwoju. Przemysł mleczarski w Polsce - od tradycyjnych gospodarstw rodzinnych po nowoczesne, konkurencyjne wielkie gospodarstwa - jest gotowy na dalsze sukcesy i innowacje.

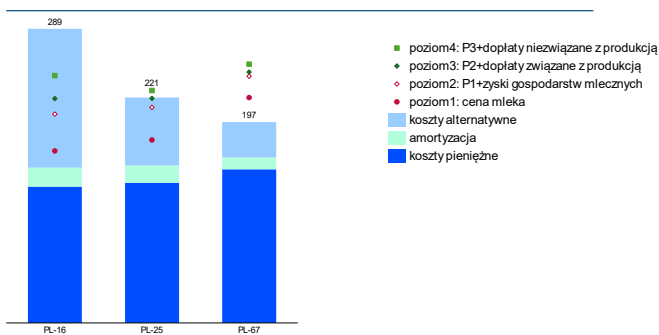
Załączniki

ZAŁĄCZNIK 3. ANALIZA KOSZTÓW PRODUKCJI W POLSKICH GOSPODARSTWACH MLECZNYCH

W polskich gospodarstwach mlecznych całkowity koszt produkcji mleka zmniejsza się wraz ze wzrostem wielkości gospodarstwa. Koszty produkcji mleka dzielą się na trzy główne kategorie: koszty pieniężne, amortyzacja oraz koszty alternatywne ziemi, pracy i kapitału. Koszty te odzwierciedlają zróżnicowany charakter polskich gospodarstw mlecznych, od małych gospodarstw rodzinnych po duże, wysokowydajne przedsiębiorstwa.

W przypadku mniejszych gospodarstw, takich jak PL-16 i PL-28 (gdzie cyfra oznacza liczbę krów mlecznych w gospodarstwie) koszty pieniężne są podobne. Gospodarstwa te, często funkcjonujące w sposób tradycyjny bazują w dużej mierze na pracy członków rodziny, utrzymując koszty pieniężne na stosunkowo niskim poziomie. Gdy jednak przyjrzymy się większym gospodarstwom, takim jak PL-65 zauważamy, że koszty gotówkowe są zdecydowanie wyższe. Wzrost ten wynika z większej zależności od pracy najemnej, a więc potrzeby zatrudnienia większej liczby pracowników, co jest odzwierciedleniem przejścia w kierunku działalności bardziej komercyjnej.

Wykres A.3: Koszt produkcji mleka wyłącznie w „typowych” gospodarstwach mlecznych w Polsce w PLN/100kg mleka (dane za 2023 r.)
źródło: analiza IFCN



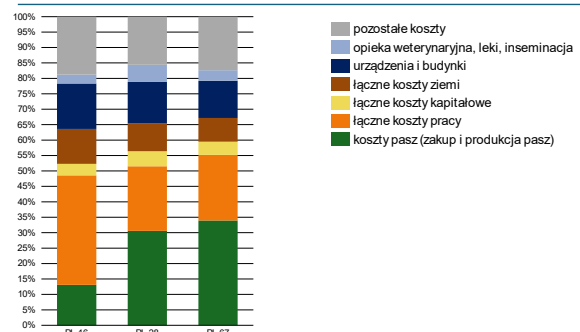
Koszty alternatywne, które odzwierciedlają wartość ziemi, pracy i kapitału różnią się znacznie w zależności od wielkości gospodarstwa. Mniejsze gospodarstwa mają wyższy udział kosztów alternatywnych, ponieważ polegają głównie na pracy członków rodziny. Ich praca zapewnia gospodarstwom dużą odporność w perspektywie krótkoterminowej, pozwalając im lepiej radzić sobie ze zmianami sytuacji ekonomicznej.

Źródłem zysku dla polskich gospodarstw mlecznych jest głównie cena mleka, na którą obecnie wpływa kilka czynników, w tym zawartość tłuszczu, białka i komórek somatycznych. Większe gospodarstwa uzyskują wyższe ceny mleka dzięki premiom ilościowym i często jakościowym, będącym nagrodą za skalę oraz jakość.

Poza cenami mleka w dużych gospodarstwach kluczową rolę ekonomiczną odgrywają inne źródła zysku. Zyski i dopłaty związane z hodowlą bydła, zarówno związane jak i niezwiązane z produkcją zwiększają strumień przychodów, zapewniając stabilność finansową i zachęcając do dalszych inwestycji. Aby w pełni poznać koszt produkcji mleka należy odjąć inne zyski, takie jak zyski z hodowli i dopłaty związane z produkcją od kosztów całkowitych. Pozwala to oszacować zakres kosztów produkcji w typowych polskich gospodarstwach. Wynosi on od 172 PLN za 100 kg w większych gospodarstwach do 238 PLN za 100 kg w gospodarstwach mniejszych (patrz wykres 3.6).

Składniki kosztów można podzielić na kategorie (patrz: wykres A.4). Po pierwsze, koszty pasz różnią się w zależności od systemu hodowli, który zmienia się wraz ze wzrostem wielkości gospodarstwa. Mniejsze gospodarstwa mają zwykle niższe koszty pasz ponieważ same produkują ich większość, kupując tylko niezbędne minerały. Z kolei większe gospodarstwa ponoszą wyższe koszty pasz, ponieważ w większej części jest ona kupowana, głównie jako koncentraty, co pozwala utrzymać większe pogłowie.

Wykres A.4: Składowe koszty w „typowych” gospodarstwach mlecznych w Polsce w % (dane za 2023 r.)
źródło: analiza IFCN



Załączniki

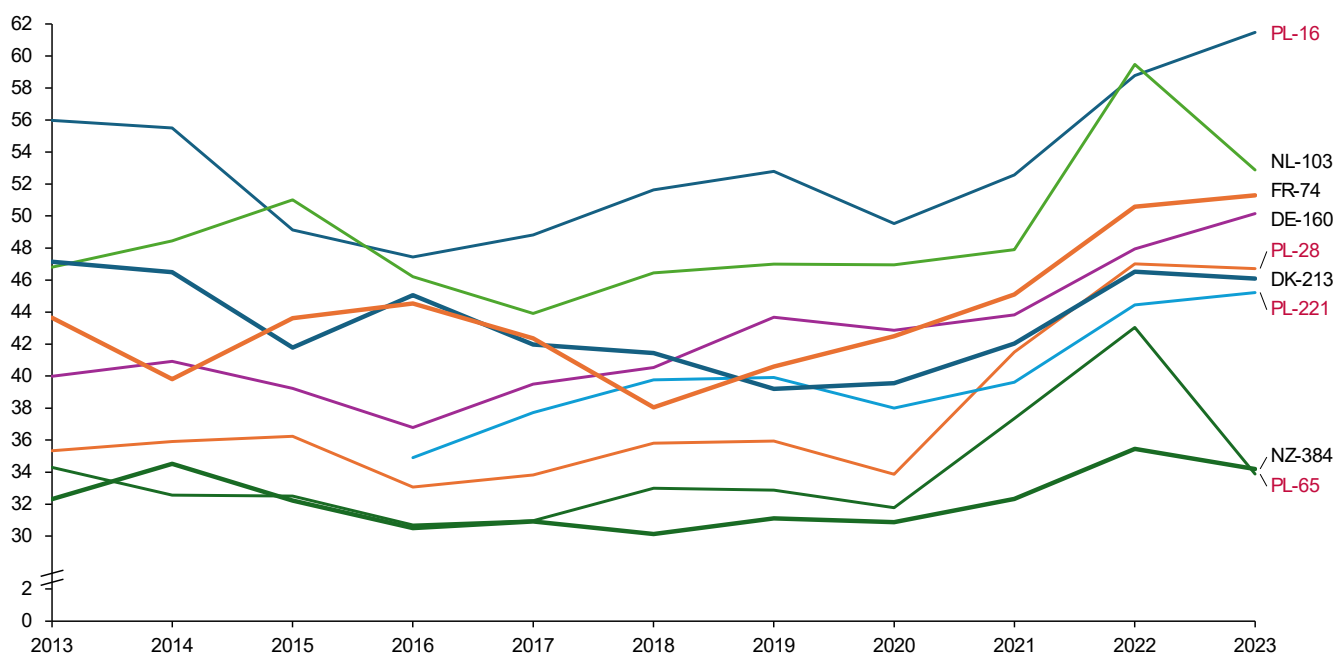
ZAŁĄCZNIK 4. HODOWLA BYDŁA MLECZNEGO W KRAJACH UE

Polskie gospodarstwa mleczarskie, zwłaszcza te większe mają najbardziej konkurencyjne koszty wśród głównych europejskich producentów mleka surowego. Produkcja mleka po konkurencyjnych kosztach daje im przewagę. Innym wnioskiem, który można wyciągnąć na podstawie wykresu A.5 jest tendencja wzrostowa kosztów, szczególnie w latach 2020-2023, którą w dużym stopniu spowodowały wahania na rynku pasz, a także rosnące koszty nawozów, pestycydów i paliw.

Wykres A.5: Koszt produkcji mleka wyłącznie w „typowych” gospodarstwach mlecznych w Polsce

w PLN/100kg mleka (dane za 2023 r.)

źródło: IFCN



Dwuliterowy kod ISO oznacza kraj. Cyfry wskazują liczbę krów w typowym gospodarstwie (np. PL-16 oznacza gospodarstwo mleczne w Polsce posiadające 16 krów mlecznych).

Załączniki

ZAŁĄCZNIK 5. TRENDY W HODOWLI I USPRAWNIECIA TECHNOLOGICZNE W POLSKIM MLECZARSTWIE

Polski sektor mleczarski nieustannie się zmienia, nadążając za najnowszymi trendami w hodowli oraz stosując zaawansowane technologie, takie jak w państwach zachodnich. Jak wspomniano w modułach 2 i 4 zmiany te mają kluczowe znaczenie dla utrzymania wzrostu i konkurencyjności branży mleczarskiej na coraz bardziej globalnym rynku.

Czynniki demograficzne i sukcesja działalności

Jednym z zauważalnych trendów demograficznych jest starzenie się polskich rolników. Ponad 50% rolników w kraju ma więcej niż 55 lat, co stanowi wyzwanie dla przyszłości branży. Jest jednak i druga strona medalu. Młodzi rolnicy przejmując gospodarstwa mleczne kierując się tradycjami rodzinnymi i autentycznym zainteresowaniem hodowlą bydła mlecznego. To młode pokolenie jest bardziej skłonne do wdrażania nowych technologii i nowoczesnych sposobów hodowli, co zapewnia dynamiczną przyszłość polskiemu sektorowi mleczarskiemu.

Mechanizacja i cyfryzacja

Nowoczesne polskie gospodarstwa rolne w coraz większym stopniu wykorzystują mechanizację i cyfryzację do zwiększenia wydajności i produktywności. Mechanizacja upowszechniła się w kilku głównych obszarach:

- **Podawanie i transport paszy:** systemy zautomatyzowane usprawniają te pracochłonne procesy, oszczędzając czas i zmniejszając obciążenie pracą fizyczną.
- **Gospodarka gnojowicą:** zaawansowany sprzęt zapewnia sprawną utylizację gnojowicy, poprawiając zgodność z wymogami w zakresie ochrony środowiska.
- **Produkcja paszy:** zmechanizowane procesy optymalizują produkcję wysokiej jakości paszy, przyczyniając się do lepszego żywienia zwierząt i poprawy wydajności mlecznej.

Cyfryzacja, symbol nowoczesnego rolnictwa wkracza w znaczący sposób do polskiego mleczarstwa. Systemy zarządzania stadem wykorzystują narzędzia cyfrowe do monitorowania i zarządzania zdrowiem zwierząt, procesem hodowli oraz produktywnością. W większych gospodarstwach istnieją zaawansowane systemy identyfikacji krów i śledzenia ruchu w oborze, które zwiększają wydajność pracy, dobrostan zwierząt i zapewniają profilaktykę zdrowotną dla zwierząt.

Energia odnawialna i dostosowanie do wymogów ochrony środowiska

Produkcja energii odnawialnej staje się realnym źródłem dochodu, zwłaszcza dla większych gospodarstw. Inwestycje w biogazownie, panele słoneczne i turbiny wiatrowe nie tylko dają dodatkowe przychody, ale także przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju poprzez zmniejszenie śladu węglowego.

Rolnicy zajmują się także takimi wyzwaniami w miejscu hodowli, jak stres cieplny. Większe gospodarstwa instalują wentylatory do chłodzenia obór, a mniejsze gospodarstwa stosują techniki zacieniania, aby chronić zwierzęta gospodarskie przed upałami, zapewnić im komfort i utrzymać wydajność.



Załączniki

Programy rozwoju regionalnego i zrównoważonego rozwoju

Rozwój regionalny ma krytyczne znaczenie dla rozwoju polskiego sektora mleczarskiego. Kluczowe czynniki wpływające na ten rozwój to:

- **Infrastruktura, grunty i siła robocza:** odpowiednia infrastruktura, dostępność gruntów rolnych oraz wykwalifikowanych pracowników to czynniki niezbędne do rozwoju i modernizacji gospodarstw.
- **Czynniki utrudniające rozwój:** wysokie koszty gruntów i niedobór wody to istotne przeszkody wymagające strategicznego planowania i zarządzania zasobami.
- **Czynniki geograficzne i społeczne:** dobrej klasy grunty rolne i korzystny klimat, w połączeniu z silnymi tradycjami rolniczymi i dobrymi warunkami życia to czynniki przyczyniające się do rozwoju regionalnego. Dostępność wykwalifikowanych pracowników dodatkowo poprawia funkcjonowanie gospodarstw rolnych.
- **Pozostałe czynniki:** bliskość zakładów przetwórczych, przepisy dotyczące ochrony środowiska oraz koszty transportu odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu dynamiki gospodarstw mleczarskich.

Jak przedstawiono w modułach 3 i 4 zarówno polskie, jak i unijne władze oraz sieci handlowe wprowadzają programy zrównoważonego rozwoju, skoncentrowane na dobrostanie zwierząt i zarządzaniu środowiskiem. Programy te obejmują wprowadzanie przepisów budowlanych, które zapewniają odpowiednią ilość miejsca na każdą krowę, świeże powietrze, działania w zakresie prewencji medycznej służące zachowaniu zdrowia stada, a także środki zmniejszające zanieczyszczenie wód. Nacisk na produktywność krów w starszym wieku jest zgodny z szerszymi celami zrównoważonego rozwoju.

Polski sektor mleczarski znajduje się na drodze transformacji, przyjmując nowoczesne trendy w hodowli i zaawansowane technologie. Odmłodzenie pokolenia prowadzącego gospodarstwa, wzrost mechanizacji i cyfryzacji oraz skupienie się na energii odnawialnej i zrównoważonym rozwoju zapewnią temu sektorowi obiecującą przyszłość. Podejmując wyzwania demograficzne, dostosowując się do nowej polityki i wspierając rozwój regionalny polskie mleczarstwo wciąż się rozwija.



Załączniki

ZAŁĄCZNIK 6. **DŁUGOTERMINOWA PROGNOZA DLA MLECZARSTWA OPRACOWANA PRZEZ AUTORÓW W 2024 R.**

Od 2013 r. autorzy opracowania w marcu każdego roku publikują długoterminowe prognozy dla mleczarstwa. Stanowią one podsumowanie podjętych w poprzednim roku działań partnerów badawczych, partnerów wspierających oraz zespołu ekspertów. Prognoza opiera się na informacjach zebranych w poprzednim roku, uwzględniając bieżącą dynamikę i czynniki wpływające na branżę mleczarską. Prognoza obejmuje całkowitą produkcję mleka na świecie oraz czynniki kształtujące ją w 125 krajach. Standaryzacja i porównywalność danych, dokładnie określone założenia badawcze i podejście w czasie rzeczywistym zapewniają solidne podstawy dla analiz sektora mleczarskiego lub przewidywania scenariuszy na przyszłość.

Długoterminowa prognoza dla mleczarstwa jest tworzona z wykorzystaniem procesu modelowania iteracyjnego podaży/popytu w oparciu o scenariusz oraz następujące założenia makroekonomiczne:

- **PKB** (w ujęciu realnym) → 3.1 - 3.4%
- **Gospodarki zaawansowane** → 1.7 - 1.9%
- **Rynki wschodzące, gospodarki rozwijające się** → 3.9 - 4.2%

- **Kurs wymiany USD/EUR** → 1.1
- **Cena ropy USD/BBL** (baryłkę) → 85 - 90
- **Cena paszy USD/100 kg** → 27-30
- **Cena mleka USD/100 kg** → 45 - 48

Prognoza opiera się na przyjętym scenariuszu „Pro Dairy” („na korzyść mleczarstwa”). Zgodnie z nim zakłada się wzrost popytu (odzwierciedlony chęcią spożywania nabiału, pozytywnym postrzeganiem nabiału, niewielkim stopniem zastępowania składników roślinnych tłuszczami zwierzęcymi i białkiem zwierzęcym, a także stabilnością polityczną, z której wynikają dodatnie stopy wzrostu PKB, swoboda handlu i pozytywny klimat dla prowadzenia działalności). Efektem jest wygenerowanie danych dotyczących 11 zmiennych dla ponad 200 krajów. Modelowanie niekoniecznie oznacza, że podaż i popyt muszą się równoważyć, aby wskazać, czy w przyszłości wystąpi ewentualna nadpodaż lub niezaspokojony popyt.



Załączniki

ZAŁĄCZNIK 7.

Polski sektor mleczarski przechodzi znaczące zmiany i rozwija się. Można w nim wskazać szereg mocnych i słabych stron, możliwości i zagrożeń. Niniejsza analiza kompleksowo je przedstawia:

Mocne strony

Polski sektor mleczarski ma kilka mocnych stron, które zapewniają mu przewagę konkurencyjną:

1. Konkurencyjność kosztowa:

Polski sektor mleczarski musiał stawić czoła silnej konkurencji, ale okazał się jeszcze bardziej konkurencyjny. Kilku obecnych głównych eksporterów nabiału na świecie stoi w obliczu problemów (np. dotyczących środowiska), które osłabiają ich konkurencyjność. W związku z tym Polska może w przyszłości konkurować z tymi eksporterami, a nawet ich prześcignąć.

2. Rosnąca wydajność gospodarstw:

Wydajność mleczna krów znacznie wzrosła. Średnia wydajność mleczna krowy w okresie 1994-2023 zwiększyła się o 150% i zbliżyła się do poziomów innych głównych eksporterów mleka, którzy działają w warunkach niskiej sezonowości.

3. Zasoby naturalne:

Polska ma duże obszary żyznych gleb i klimat korzystny dla wzrostu traw, co tworzy silną podstawę dla hodowli bydła mlecznego. Dostępność naturalnych pastwisk i możliwość uprawy wysokiej jakości roślin paszowych pozwala polskiemu gospodarstwu mleczarskiemu na utrzymanie stosunkowo niskich kosztów produkcji.

4. Duży popyt krajowy:

Spożycie nabiału na mieszkańca wyrażone w ekwiwalencie mleka pozostaje w Polsce niezmiennie wysokie od trzech dziesięcioleci. Polskie mleczarstwo ma więc dostęp do dużego i wciąż rosnącego rynku krajowego. Siłą napędową wzrostu rynku krajowego był wzrost spożycia serów.

Słabe strony

Pomimo mocnych przed sektorem tym stoi kilka poważnych wyzwań:

1. Nieefektywność łańcucha dostaw:

Małe gospodarstwa wykazują słabe punkty związane ze skalą ich działalności. Podmioty o niskich kosztach gotówkowych funkcjonują, gdyż akceptują niskie dochody rodziny. Istnieją one również dlatego, że przetwórca mleka (być może spółdzielnia) nadal jest skłonny odbierać stosunkowo niewielkie dzienne ilości mleka surowego z gospodarstwa, nawet jeśli jest to nieuzasadnione ekonomicznie. Przetwórca akceptuje również umiarkowaną jakość mleka surowego, nieuchronnie związaną z małą skalą/mało zaawansowaną technologią. Uwzględniane są cechy jakościowe, takie jak liczba komórek somatycznych. Parametry dotyczące zrównoważonego rozwoju, takie jak emisja (wyrażona w ekwiwalencie CO₂) na kg mleka są z zasady niższe niż w przypadku dużych gospodarstw bardziej zaawansowanych technologicznie.

2. Silna pozycja nabywców detalicznych:

Polscy producenci i przetwórcy mleka działają dziś na coraz bardziej skonsolidowanym krajowym rynku handlu detalicznego. Konkurencja jest duża: Polska w świetle standardów zachodnioeuropejskich ma nadal stosunkowo mało skonsolidowany sektor przetwórstwa mleczarskiego. Innowacyjny produkt jednego przetwórcy, który pojawia się na półce w sprzedaży detalicznej pod marką A po miesiącu pojawia się jako produkt pod marką własną, sprzedany przez innego przetwórcę. Marki własne składają zamówienia w systemie przetargowym, gdyż klienci dokonują wyboru wyłącznie na podstawie ceny. Co więcej, cena sprzedaży detalicznej jest bronią w walce między sieciami handlu detalicznego, które starają się przyciągnąć klientów. Produkty mleczarskie mogą więc w tym procesie być sprzedawane nawet poniżej kosztów produkcji. W efekcie zyski dla przetwórców i rolników z dostaw na duży krajowy rynek mleczarski są często małe.

Załączniki

Możliwości

Istnieje szereg możliwości, które mogą przyspieszyć rozwój tego sektora:

1. Eksport netto - wzrost popytu na świecie i potrzeba eksportu:

Prognozy dotyczące bilansu mleka wskazują, że najpóźniej od roku 2030 w większości krajów półkuli południowej wystąpi niedobór mleka. Ogólnie rzecz biorąc popyt na świecie przewyższy produkcję, co doprowadzi do prognozowanego światowego niedoboru mleka na poziomie -10,5 mln ton w ekwiwalencie mleka. Oznacza to, że wśród wielu ludzi popyt na produkty mleczne pozostanie niezaspokojony. Wynika to z rosnącej liczby ludności, rozwoju klasy średniej i zmieniających się wzorców żywieniowych, a także spowolnienia wzrostu lub nawet zmniejszenia produkcji mleka przez głównych eksporterów.

2. Nowe technologie rozwiązujące problemy gospodarstw:

Nowoczesne polskie gospodarstwa rolne w coraz większym stopniu wykorzystują mechanizację i cyfryzację do zwiększenia wydajności i produktywności. Wprowadzanie innowacji i nowych technologii może spowodować, że praca w mleczarstwie będzie bardziej atrakcyjna i pozwoli zatrzymać młode pokolenie - które ceni pracę o dużym znaczeniu dla ludzi, elastyczność, przedsiębiorczość, dobre technologie i nowoczesny styl życia.

3. Wzrost wydajności:

Aby zapewnić długoterminową konkurencyjność hodowli bydła mlecznego należy patrzeć zarówno na dochody gospodarstwa, jak i na jego przyszłościowy charakter. Po pierwsze, działalność gospodarstwa musi przynosić stabilny dochód pozwalający utrzymać rolnika i jego rodzinę. Po drugie, gospodarstwa muszą spełniać zmieniające się wymagania rynkowe nie tylko pod względem jakości produktów, ale także oczekiwań społecznych, dotyczących na przykład zrównoważonego rozwoju i dobrostanu zwierząt. Inwestowanie w działania zgodne z tymi trendami zapewnia, że gospodarstwo zachowuje rentowność i nadąża za szybkimi zmianami w branży, co umożliwi mu rozwój zarówno obecnie, jak i w przyszłości.

4. Krajowe programy stymulujące rozwój:

W rozwój sektora i kształtowanie jego przyszłości muszą być zaangażowane wszystkie zainteresowane strony. Kluczowe działania to budowa silnych relacji, promowanie wizerunku polskiego mleka, przyciąganie wykwalifikowanych pracowników, wdrażanie nowych technologii, odkrywanie nowych atrakcyjnych rynków zbytu, budowanie poczucia dumy z osiągnięć branży oraz zapewnienie dostępu do finansowania i inwestycji. Lista priorytetów jest długa, ale najważniejszym elementem jest współpraca wszystkich zainteresowanych stron w ramach jednolitej strategii prowadzącej do wspólnego celu. Wsparcie ze strony programów krajowych mogłoby przyspieszyć dalszy rozwój tego sektora.

Zagrożenia

Sektor mleczarski musi również poradzić sobie z kilkoma zagrożeniami:

Transformacja:

W związku ze zmianami i konsolidacją sektora istnieje ryzyko, że w przypadku braku płynnych zmian i integracji istniejących gospodarstw produkcja mleka surowego może się zmniejszyć. W przypadku takiego scenariusza powiększające się gospodarstwa mogą nie być w stanie zrekomensować niedoborów spowodowanych znikaniem gospodarstw z rynku.

Przepisy dotyczące środowiska i nowa Wspólna Polityka Rolna (WPR):

Bardziej rygorystyczne przepisy o ochronie środowiska oraz zmiany WPR mogą spowodować dodatkowe koszty zachowania zgodności z przepisami oraz wyzwania dla działalności. Dostosowanie się do tych przepisów będzie miało kluczowe znaczenie dla utrzymania konkurencyjności przy jednoczesnym spełnieniu standardów w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Zmiany klimatyczne i niekorzystne zjawiska pogodowe:

Ogólnie rzecz biorąc rolnictwo jest coraz bardziej narażone na skutki zmian klimatycznych i ekstremalnych zjawisk pogodowych. Nieprzewidywalne zmiany pogody, susze lub powodzie mogą znacząco zakłócać produkcję, stwarzając ryzyko dla stabilności i zrównoważonego rozwoju działalności rolniczej.

Załączniki

ZAŁĄCZNIK 8. **LISTA STOSOWANYCH SKRÓTÓW.**

BJP: Bhartiya Janata Party (partia Bhartiya Janata)

BBL: baryłka ropy

CAGR (ang. compound annual growth rate): złożona roczna stopa wzrostu

WPR: Wspólna Polityka Rolna

EPA: umowa o partnerstwie gospodarczym między Europą a Japonią

PKB: produkt krajowy brutto

GHG: gazy cieplarniane

GMO (ang. genetically modified organisms): organizmy zmodyfikowane genetycznie

EMP: ekwiwalent mleka płynnego

EM: ekwiwalent mleka

PSN: parytet siły nabywczej

MS: mleko standaryzowane: 4% tłuszczu i 3,3% białka

OMP: odtłuszczone mleko w proszku

PMP: pełne mleko w proszku

Kody krajów:

DE: Niemcy

DK: Dania

NL: Holandia

NZ: Nowa Zelandia

PL: Polska

Waluty:

USD: dolar amerykański

EUR: euro

PLN: złoty polski



POLSKA FEDERACJA
HODOWCÓW BYDŁA
I PRODUCENTÓW MLEKA



ZAPEWNIENIE WARTOŚCI MLEKA

strategia dla branży mleczarskiej w Polsce

Opracowanie

Polska Izba Mleka

Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka

Związek Polskich Przetwórców Mleka

Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich

Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy

2024/2025

WSPÓLNE DZIAŁANIA ORGANIZACJI SEKTORA MLECZARSKIEGO
DZIAŁANIA FINANSOWANE Z FUNDUSZU PROMOCJI MLEKA