

Produkcja wołowiny w Polsce - jak ją zwiększyć?

Autor: Ewa Ploplis

Data: 11 maja 2018

Jakich zmian wymaga produkcja wołowiny w Polsce? Jakie działania muszą podjąć producenci i przetwórcy, aby zwiększyć konkurencyjność polskiej wołowiny na krajowym i światowym rynku?

Podniesienie ceny wołowiny, obniżka kosztów produkcji, zwiększenie wartości dodanej oraz promocja polskiej wołowiny to w skrócie najważniejsze wyzwania jakie stoją przed sektorem jeśli produkcja wołowiny w Polsce ma rozwijać się dynamicznie.

Większa konsumpcja wołowiny w Polsce

– *Od dwóch lat nastąpiło odwrócenie niekorzystnego kierunku i krajowa konsumpcja wołowiny utrzymuje trend wzrostowy. W 2016 r. wzrost ten wyniósł aż 70%. Rynek wewnętrzny jest dla nas bardzo ważny. Uważamy, że poprzez poprawę jakości kulinarnej mięsa wołowego możemy uzyskać większą liczbę konsumentów w kraju* – mówi dla agroFaktu Jerzy Wierzbicki, prezes Polskiego Zrzeszenia Producentów Bydła Mięsnego (PZPBM).

Cel – większa produkcja wołowiny w Polsce

27 kwietnia 2018 r. została przedstawiona strategia rozwoju rynku wołowiny opracowana przez Radę Sektora Wołowiny.



minister Krzysztof Jurgiel podczas konferencji prasowej nt. strategii rozwoju sektora wołowiny

fot. Ewa Ploplis

– W prezentowanej dziś strategii są przedstawione działania, które będą sprzyjać temu, aby nasza wołowina była coraz bardziej konkurencyjna w stosunku do innych państw. Resort aktywnie uczestniczył w jej przygotowaniu – powiedział minister Krzysztof Jurgiel podczas konferencji prasowej nt. strategii rozwoju sektora wołowiny, która odbyła się 7 bm. w Warszawie. Minister przypomniał, że w 2016 r. branża podpisała porozumienie „Polska wołowina 2022” podejmując się opracowania i wdrożenia strategii rozwoju sektora wołowiny na lata 2017-2022.

– Podpisane porozumienie, roboczo nazwanego „Polska wołowina 2022”, zostało zawarte, na pięć lat, przez sześć organizacji branżowych, trzy rolnicze i trzy przetwórcze. Jego celem jest wypracowanie i wspólne wdrażanie strategii rozwoju sektora wołowiny – mówi Jerzy Wierzbicki prezes zarządu Polskiego Zrzeszenia Producentów Bydła Mięsnego, który przedstawił główne założenia w/w strategii.

Produkcja wołowiny w Polsce – problemy do rozwiązania

Zdaniem Polskiego Zrzeszenia Producentów Bydła Mięsnego, w celu zwiększenia opłacalności

produkcji wołowiny w Polsce należy:



Jakość kulinarna polskiej wołowiny jest niestabilna.

fot. pixabay

- wprowadzić certyfikaty dobrostanu,
- wdrożyć i upowszechnić narzędzia zapewniania jakości kulinarnej,
- poprawić jakość cieląt produkowanych w Polsce,
- zwiększyć przejrzystość rynku cieląt, żywca i mięsa,
- zacieśnić współpracę w łańcuchu dostaw żywności,
- wspierać specjalizację i profesjonalizację producentów,
- zwiększyć wartość dodaną w wyniku wdrożenia innowacyjnych rozwiązań z zakresu przetwórstwa i marketingu,
- przygotować i wdrożyć strategię promocji marki polskiej wołowiny,
- rewitalizować program doradztwa techniczno-ekonomicznego.

Ważna percepcja polskiej wołowiny



Jerzy Wierzbicki, prezes Polskiego Zrzeszenia Producentów Bydła Mięsnego (PZPBM)

fot. Ewa Ploplis

– Mamy sześć kluczowych problemów jakie musimy rozwiązać. Pierwszy – to percepcja nazwy polska wołowina. U niektórych odbiorców wołowina jest ceniona bardzo wysoko. Inni uważają, że mamy m. in. deficyt potwierdzenia dobrostanu zwierząt. W tym obszarze jest sporo do zrobienia – mówi dla agroFaktu prezes Wierzbicki z PZPBM.

Potrzebny dobry system certyfikacji

Kolejnym problemem do rozwiązania jest rozwinięcie systemu certyfikacji.

– Mamy dobre warunki dobrostanu zwierząt, ale nie potrafimy ich udokumentować. Potrzebne jest rozwinięcie systemu udokumentowania stanu zwierząt, czyli certyfikacji. Wpłynie to na większą wartość dodaną i lepszą cenę sprzedaży – mówi prezes Wierzbicki.

Niestabilna jakość kulinarna wołowiny

– Żeby produkcja wołowiny w Polsce rozwijała się dynamiczniej potrzebna jest także poprawa jakości standaryzacji krajowego mięsa wołowego. Jakość kulinarna polskiej wołowiny jest niestabilna. Potrafimy mieć doskonałej jakości wołowinę, lepszą niż importowana, ale także zakłady

potrafią dostarczać na rynek wołowinę, która nie jest akceptowana przez konsumenta. To wszystko jest wymieszane. Musimy mięso wystandaryzować. Musimy informować konsumenta, która wołowina jest warta swojej wysokiej ceny, a która jest tania, ale nie jest tak wysokiej jakości – mówi dla aF prezes J. Wierzbicki.

Poprzez poprawę jakości kulinarnej mięsa wołowego możemy uzyskać większą liczbę konsumentów w Polsce J. Wierzbicki

Potrzebna lepsza współpraca

– Kolejne wyzwanie to współpraca w łańcuchu dostaw. Dzisiaj dominuje strategia w zakładach, że jeśli kupię dobry towar w niskiej cenie to wygralem. Chcielibyśmy to zmienić. Chcemy, żeby zakłady wprowadziły strategię nakierowaną na konsumenta. Żeby budowały zaplecze surowcowe wśród dostawców – rolników, którzy lojalnie współpracują z zakładem. Muszą być oni wynagradzani dobrą ceną za dobrą jakość. Chodzi o to, żeby zastępował solidny podział wartości dodanej pomiędzy rolnikami i zakładami – mówi prezes Wierzbicki. Dodaje, że kolejnym problemem do rozwiązania jest współpraca pomiędzy rolnikami, którzy są słabo zorganizowani.

Problem bydła mięsnego



Potrzebne jest dobre zdefiniowanie co oznacza nazwa „polska wołowina”.

fot. pixabay

– Kolejny problem to sprawa bydła mięsnego. W Polsce jest to nowy rodzaj produkcji. Dopiero pierwsze pokolenie uczy się jak to bydło produkować. Jest spory deficyt jeśli chodzi o doradztwo techniczne i ekonomiczne. Musimy je poprawić. Nasi rolnicy wiele umieją, ale są nowe rynki, które stwarzają nowe wymagania. Dotyczy to m. in. lepszego bilansowania dawek żywieniowych, bardziej precyzyjnego żywienia – kontynuuje prezes Wierzbicki. Dodaje, że trzeba podnieść poziom

innowacyjności w zakładach mięsnych i poprawić infrastrukturę.

Potrzeba zdefiniowania co oznacza „polska wołowina”



Musimy mięso wołowe wystandaryzować. Musimy informować konsumenta, która wołowina jest warta swojej wysokiej ceny, a która jest tania, ale jej jakość jest niższa

fot. pixabay

Kolejną sprawą do rozwiązania, żeby produkcja wołowiny w Polsce rozwijała się lepiej, jest jej lepsza promocja poprzez dobre zdefiniowanie co oznacza nazwa „polska wołowina,,.

– Jak dotąd jeszcze nie zdefiniowaliśmy co rozumiemy przez określenie „polska wołowina”. Wiele krajów, które obserwujemy, to doprecyzowało. Wiemy co oznacza termin wołowina amerykańska czy australijska i jakie wartości wiążą się z tymi nazwami. Musimy wypracować, wśród rolników i przetwórców, taką definicję. Następnie należy opowiadać taką historię w kampaniach promocyjnych – mówi prezes Wierzbicki.

Są problemy do rozwiązania, ale jest strategia

– Strategia rozwoju sektora wołowiny, jako pierwsza została wypracowana w ramach uszczegółowienia Program Rozwoju Głównych Rynków Rolnych w Polsce, który przyjął resort jesienią 2016 – mówi minister K. Jurgiel.

Jak widać strategii została wypracowana już dwa lata temu, a nadal jest dużo problemów do rozwiązania i dużo do zrobienia.