

Rynek drobiu: dobra koniunktura w branży

Autor: Ewa Ploplis

Data: 15 grudnia 2016

Rośnie produkcja drobiu w Polsce. W bieżącym roku może być wyższa o 15%, a nawet 17%. Czynnikiem pobudzającym koniunkturę i rozwój branży jest rosnący eksport. Perspektywy na najbliższe lata są optymistyczne. Dobra koniunktura w drobiarstwie stwarza zarówno szanse, jak i zagrożenia dla producentów i przetwórców drobiu. Dla agrofaktu rynek drobiu w Polsce omawiają eksperci.

Utrzymuje się dobra koniunktura produkcji mięsa drobiowego. W bieżącym roku produkcja żywca drobiowego może być na poziomie 3,3 mln t, co oznacza, że będzie większa o 17% w stosunku do 2015 r.

W ciągu 9 miesięcy br. produkcja mięsa drobiowego w dużych zakładach zwiększyła się o ok. 275 tys. t, tj. o 17,8% w porównaniu z analogicznym okresem w poprzednim roku – wynika z analiz [Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowego Instytutu Badawczego \(IERiGŻ – PIB\)](#) na podstawie danych [Głównego Urzędu Statystycznego \(GUS\)](#).

Rynek drobiu: dobre prognozy

Tegoroczny wzrost wielkości produkcji może wynieść od 10 do 17% w zależności od tego, kto prognozuje.



Grzegorz Rykaczewski, analityk z Banku Zachodniego WBK.

– Oczekujemy, że w bieżącym roku krajowa produkcja żywca drobiowego wzrośnie o 10–15%, przekraczając poziom 3,1 mln t – prognozuje **Grzegorz Rykaczewski, analityk z Banku Zachodniego WBK**. – Znaczny wzrost wynika w dużej mierze z rozwoju produkcji kurcząt brojlerów. Jednak produkcja indyków również będzie większa – dodaje analityk.

We wrześniu br. zakłady przemysłu drobiarskiego zatrudniające 50 i więcej stałych pracowników, wyprodukowały o 2,4% więcej tego gatunku mięsa w stosunku do poprzedniego miesiąca i o 22,7%, tj. o 39 tys. t, więcej niż przed rokiem. W rezultacie tego wrześniowa produkcja wyniosła ok. 211 tys. t tego mięsa.

Przemysłowa produkcja mięsa drobiowego w zakładach o zatrudnieniu powyżej 50 osób w latach 2012-2016.

– *W następnym roku produkcja nadal będzie rosła, ale już wolniej. **Będzie to konsekwencją wysokiego wzrostu produkcji w ostatnich latach, wzrostu podaży na unijnym rynku oraz obniżki cen skupu**, co istotnie wpłynęło na pogorszenie opłacalności chowu dwóch najważniejszych kierunków produkcji drobiarskiej w Polsce: kurcząt rzeźnych oraz indyków rzeźnych* – komentuje [analityk Banku Zachodniego WBK](#).



Zdaniem ekspertów polski rynek drobiu wymaga odpowiedniego wsparcia marketingowego, by mógł konkurować z rynkami zagranicznymi czymś więcej niż tylko wysoką jakością.

Rynek drobiu: eksport napędza wzrost

Z analiz IERiGŻ PIB wynika, że **mamy do czynienia z dobrymi tendencjami w handlu zagranicznym drobiem**. W ciągu 8 miesięcy bieżącego roku eksport mięsa drobiowego wzrósł o 16,9%, tj. o ok. 89 tys. t. Stanowił on ok. 34% przemysłowej produkcji mięsa drobiowego wytwarzanej w średnich i dużych przedsiębiorstwach przemysłowych. Natomiast import był mniejszy o 10,6%, tj. o ok. 3 tys. t.



Grzegorz Dybowski, ekspert IERiGŻ – PIB.

– Sprzedaż zagraniczna jest nadal głównym czynnikiem sprawczym rozwoju całej branży drobiarskiej. W sierpniu 2016 r. sprzedano za granicę o 24,2%, tj. o ok. 14,3 tys. t więcej mięsa drobiowego niż w roku poprzednim, ale jednak o 1,5% mniej niż przed miesiącem – **mówi Grzegorz Dybowski, ekspert Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowego Instytutu Badawczego**. Dodaje, że import zwiększył się o 23% w porównaniu do poprzedniego roku, ale w porównaniu z lipcem br. był o 7,8% mniejszy.



Dr hab. inż. Irena Łącka, prof. nadzw., Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie.

– *Rosnąca podaż, przy ograniczonym popycie krajowym, zmusza producentów i przetwórców do poszukiwania zbytu na ofertę polskiego drobiarstwa na rynkach zagranicznych. Powoduje także nasilanie konkurencji* – komentuje **dr hab. inż. Irena Łącka, prof. nadzw. z [Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie](#)**. – *Sprostanie jej, zwłaszcza na rynkach zagranicznych, nie tylko unijnych, **wymaga uzyskiwania przewag konkurencyjnych opartych na czymś więcej niż tylko niskie koszty wytwarzania oraz wysoka jakość produktu*** – dodaje. Podkreśla, że niezbędne są przede wszystkim intensywne działania marketingowe związane z promocją poszczególnych wyrobów na zagranicznych rynkach. Są one coraz bardziej rozproszone geograficznie i mają swoją specyfikę, a to wymaga innych działań marketingowych.

Handel zagraniczny mięsem drobiowym.

Rynek drobiu a recepta na sukces

– *Dobra koniunktura w branży drobiarskiej stwarza zarówno szanse, jak i zagrożenia dla producentów i przetwórców drobiu* – twierdzi **prof. Łacka**. Jej zdaniem, w obu przypadkach, strategią umożliwiającą odpowiednią reakcję przedsiębiorstw na potrzeby rynku jest **integracja pionowa i pozioma w tej branży, czyli [łączenie się przedsiębiorstw w grupy](#), począwszy od producentów, poprzez przetwórców, hurtownie i dystrybutorów, i kończąc na sprzedaży**. W takiej sytuacji powstaje sieć powiązań od „pola do konsumenta”.

Główni producenci drobiu w Unii Europejskiej w 2015 r.

– *Integrowanie się podmiotów sektora drobiowego umożliwia uzyskanie odpowiednich zasobów, aby sprostać wyzwaniom rynku. Łatwiej wówczas też osiągnąć **większe możliwości różnicowania produktów, pozyskiwać informacje rynkowe i je odpowiednio wykorzystać dla potrzeb przedsiębiorstwa.** Zintegrowane struktury oferują większe zdolności do pozyskiwania kapitału na rozwój oraz generowania własnego kapitału, większej rentowności. To z kolei pozwala podejmować działalność innowacyjną, wprowadzać nowe wyroby i lepiej dostosowywać się do nowych wyzwań rynkowych* – radzi rolnikom prof. Łącka. Dodaje, że w ramach zintegrowanych podmiotów **łatwiej dokonywać dalszych inwestycji w park maszynowy, np. automatyzację końcówek linii produkcyjnych m.in. do wielkoformatowego pakowania, paletyzacji.**

Integracja w branży drobiarskiej pozwala także przedsiębiorcom reagować na zagrożenia, np. [wywołane ptasią gripą](#). Producenci drobi działający na małą skalę mają niestety większe trudności w zapewnieniu bezpieczeństwa hodowli, czy spełnieniu wymagań sanitarno-weterynaryjnych.

Powiązane: [Gęsina na św. Marcina: jak w Polsce wygląda rynek gęsi?](#)