

Iwona KOZIÓŁ*
Małgorzata KRZYWOŃ**

Stan przemysłu drobiarskiego w Polsce

Wstęp

Branża drobiarska jest najbardziej dynamicznie rozwijającym się sektorem w przemyśle mięsnym. Mięso drobiowe uzyskuje największą dynamikę rozwojową. Ponadto jest ono jedynym o rosnącej konsumpcji. Branża drobiarska w Polsce charakteryzuje się również szybszym niż w innych działach produkcji zwierzęcej postępowaniem technologicznym, który był zapoczątkowany transformacją przetwórstwa drobiowego, z drobnotowarowego gospodarstwa rolnego do wyspecjalizowanej fermy o charakterze przemysłowym (Dybowski 2004, s. 1). Jest jednym z najprężniej rozwijających się segmentów krajowego sektora rolno-spożywczego ze średniorocznym tempem wzrostu na poziomie 7% (Rawa 2013). Ta gałąź przemysłu stała się przykładem wzrostu w latach kryzysu, będąc równocześnie konkurencyjną cenowo. Owa konkurencyjność wyraża się tym, że udział polskich wyrobów w rynku unijnym systematycznie rośnie. Eksport w 2013 roku stanowił ok. 37% wielkości produkcji (Rawa 2013). Niewątpliwym atutem jest dobra jakość polskiego mięsa drobiowego i relatywnie przystępna cena. Załamanie sprzedaży tych wyrobów można było zauważyć jedynie w 2009 r., gdy nastąpiło ogólne spowolnienie gospodarcze na rynku Unii Europejskiej. Wśród odbiorców polskich artykułów drobiarskich najważniejszymi są Niemcy, Wielka Brytania i Czechy (Siemieńska 2013b).

Od początku lat 70. minionego wieku, rozwija się w Polsce drobiarstwo nowoczesne, zorganizowane stosownie do modelu zachodniego. Zmiana systemu społeczno-gospodarczego oraz akcesja Polski do Unii Europejskiej, to procesy przystosowawcze, które wykreowały bieżącą sytuację branży (Rutkowski i inni, 2010, s. 6) Funkcjonowanie rynku drobiu zostało dostosowane do standardów jednolitego rynku europejskiego, a polski rynek drobiu stał się częścią rynku drobiarskiego Unii Europejskiej. Konsekwencją integracji był wzrost cen drobiu, ale także zwiększenie spożycia mięsa drobiowego, które jest często wybierane przez konsumentów ze względu na walory smakowe jak również korzystną cenę w konfrontacji z wieprzowiną czy też wołowiną

* Iwona Koziół, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnowie, ul. Mickiewicza 8, 33-100 Tarnów

** Małgorzata Krzywoń, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnowie, ul. Mickiewicza 8, 33-100 Tarnów

(Kosicka-Gebska 2012, s. 107). Niemniej jednak branża boryka się ze specyficznymi problemami, od których rozwiązywania zależy jej rozwój, jak i dalsze funkcjonowanie. Jedną z napotkanych trudności był spadek opłacalności produkcji żywca drobiowego, który był spowodowany zwłaszcza wzrostem cen pasz, a nie został zrekompensowany należyтым wzrostem cen skupu żywca (Rączka 2013). Celem niniejszego artykułu było przedstawienie najważniejszych informacji o przemyśle drobiarskim oraz próba analizy SWOT polskiego przemysłu drobiarskiego w ostatnich sześciu latach.

Pojęcie i podmiotowość branży drobiarskiej

Branża drobiarska stanowi część sektora spożywczego, obejmującą produkcję zwierzęcą – drobiarstwo. Dzieli się na kierunek mięsny, który zapewnia żywiec rzeźny z chowu towarowego brojlerów oraz wymiany stad rodzicielskich, jak również kierunek nieśny, zaopatrujący rynek w jaja spożywcze z ferm towarowych kur niosek i jaja wylęgowe pochodzące z ferm zarodowych i reprodukcyjnych. W obrocie handlowym głównymi produktami tej branży jest mięso świeże i mrożone, sprzedawane w formie tuszek, ich elementów, a także jadalnych podrobów, jak również przetwory drobiowe (wędliny, konserwy itp.) będące wynikiem obróbki mięsa oraz podrobów w przetwórniciach. Struktura podmiotowa branży drobiarskiej jest zróżnicowana. Wyróżnia się:

- hodowców drobiu – stada prarodzicielskie i rodzicielskie,
- producentów jaj wylęgowych,
- wylęgarnie piskląt towarowych,
- producentów żywca rzeźnego (w szczególności fermy drobiu),
- przemysł drobiarski –firmy trudniące się skupem i ubojem drobiu rzeźnego oraz wytwarzaniem produktów z mięsa drobiowego,
- własnych producentów pasz dla drobiu,
- własnych handlowców – hurtowych i detalicznych.

Przemysł drobiarski w Polsce

Mięso drobiowe jest najtańszym źródłem białka zwierzęcego, co dodatkowo zyskuje na znaczeniu w czasie kryzysu. Ponadto jest znacznie tańsze niż mięso czerwone, a także wyróżnia się ono wartościami odżywczymi i kulinarnymi. Badając oddziaływania mające miejsce na rynku drobiu, oprócz silnych bodźców po stronie popytu, należy również zwrócić uwagę na koszt cen pasz. W ostatnich latach były zmienne i stosunkowo wysokie. Z drugiej strony cykl produkcyjny drobiu jest krótki, a poziom produkcji szybko dostosowuje się do zmian po stronie popytu. Pozytywną okolicz-

nością dla branży jest również malejąca produkcja i wysokie ceny mięsa wieprzowego (Rawa 2013).

Tempo wzrostu produkcji drobiu w latach 2010–2013 zostało spowolnione w związku ze zwiększeniem kosztów produkcji drobiu, co wpłynęło na spadek opłacalności chowu. Krótki cykl produkcyjny drobiu wpływa jednak na utrzymywanie się konkurencyjności tego sektora. Branża jest również bardziej elastyczna, w porównaniu do pozostałych działów produkcji zwierzęcej, a przez to może szybciej reagować na zmiany popytu. Niski wzrost gospodarczy, bezrobocie oraz konkurencyjność cenowa, sprzyjają wzrostowi konsumpcji mięsa białego, gdyż wiążą się ze spadkiem spożycia mięsa czerwonego. W 2013 r. produkcja mięsa drobiowego w Unii Europejskiej wyniosła 12,76 mln ton i była o 0,8% wyższa wobec roku wcześniejszego. Zrekompensowało to częściowo niższą podaż mięsa czerwonego (Siemieńska E., 2014).

Tabela 1. Bilans mięsa drobiowego (w tys. ton wbc)

Okres	Produkcja	Import mięsa i podrobów	Podaż	Eksport mięsa i podrobów	Zużycie w kraju
2009	1248	32	1280	308	972
2010	1374	33	1407	412	995
2011	1426	31	1457	433	1024
2012	1582	44	1626	528	1098
2013 ^a	1685	41	1726	580	1146
I-VI 2012	749	20	769	254	515
VII-XII 2012	833	24	857	274	583
I-VI 2013	793	20	813	279	534
VII-XII 2013	892	21	913	301	612
I-VI 2014 ^b	850	22	872	310	562

Źródło: Dybowski G., *Produkcja, Rynek Drobiu: stan i perspektywy*, nr 44, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy, s. 7

^a Szacunek IERiGŻ-PIB z września 2013 r.

^b Prognoza IERiGŻ-PIB z września 2013 r.

Z danych zaprezentowanych w tabeli 1 wynika, że począwszy od 2009 r., z roku na rok, produkcja mięsa drobiowego rośnie o kilka procent. Największy wzrost odnotowany był w 2012 roku i wynosił ok. 11%. Szczególnie szybko wzrasta pogłowie indyków, ale także powiększa się hodowla brojlera kurzego. Ostatnie lata wskazują również na wzrost zainteresowania konsumentów mięsem oraz innymi produktami pochodzenia drobiowego. Na zwiększenie popytu wpływał m. in.: rosnący udział mięsa indyczego, poszerzenie oferty asortymentowej, a także poprawa jakości i atrakcyjności handlowej produktów drobiarskich.

W pierwszym kwartale 2013 r. spożycie mięsa drobiowego w gospodarstwach domowych zwiększyło się o 2%, w porównaniu z rokiem 2012, zaś konsumpcja wędlin drobiowych obniżyła się o 4,8%. Jednakże w drugim kwartale spożycie mięsa drobiowego było już o 2,7% mniejsze niż w analogicznym okresie przed rokiem, a konsumpcja wędlin zmniejszyła się o 5%. Był to skutek wzrostu cen drobiu, który choć relatywnie podrożał względem wieprzowiny czy wołowiny, to pozostał najtańszym gatunkiem mięsa. Relacje cen polskiego i unijnego drobiu na rynku europejskim poprawiły się w porównaniu do poprzedniego roku (Konieczny 2013).

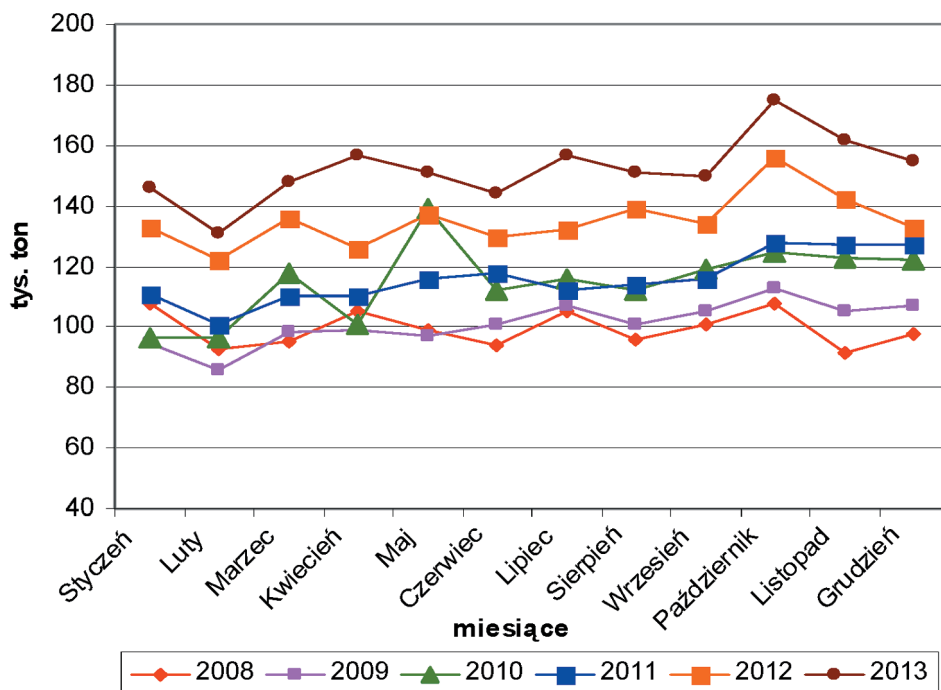
Tabela 2. Przemysłowa produkcja mięsa drobiowego w zakładach o zatrudnieniu powyżej 50 osób (tys. ton)

Miesiąc / Lata	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Styczeń	108,0	94,4	96,4	111,0	133,0	146,0
Luty	92,9	85,8	96,5	101,0	122,0	131,0
Marzec	95,1	98,1	118,0	110,0	136,0	148,0
Kwiecień	105,0	99,0	101,0	110,0	126,0	157,0
Maj	99,1	97,0	139,0	116,0	137,0	151,0
Czerwiec	94,2	101,0	112,0	118,0	130,0	144,0
Lipiec	105,0	107,0	116,0	112,0	132,0	157,0
Sierpień	96,0	101,0	112,0	114,0	139,0	151,0
Wrzesień	101,0	105,0	119,0	116,0	134,0	150,0
Październik	108,0	113,0	125,0	128,0	156,0	175,0
Listopad	91,6	105,0	123,0	127,0	142,0	162,0
Grudzień	97,7	107,0	122,0	127,0	133,0	155,0
Łącznie (liczby bezwzględne) WG GUS	1195	1217	1368	1396	1630	1849

Źródło: <http://www.krd-ig.com.pl/produkcjaważniejszychwyrobowprzemyslowychwlatach2003-2013,96,11.html>

Przetwórstwo mięsa obejmuje podmioty gospodarcze zajmujące się produkcją, przetwarzaniem i konserwowaniem wyrobów z mięsa. W grudniu 2013 r., w zakładach przemysłu drobiarskiego zatrudniających powyżej 50 pracowników, wytworzono 155 tys. ton tego mięsa, tj. o 4,5% mniej niż przed miesiącem, ale o 16,6% więcej niż przed rokiem. Łącznie w 2013 r. wyprodukowano 219 tys. ton mięsa drobiowego, było to o 13,4% więcej niż przed rokiem. Zakłady przemysłu drobiarskiego zatrudniające 50 i więcej stałych pracowników, wytworzyły w październiku 2013 roku ok. 175 tys. ton mięsa drobiowego, tj. o niemalże 17% więcej niż przed miesiącem i o ponad 12% więcej niż przed rokiem. Jest to najwyższy miesięczny poziom produkcji przemysłowej w analizowanym okresie.

Wykres 1. Przemysłowa produkcja mięsa drobiowego w zakładach o zatrudnieniu powyżej 50 osób



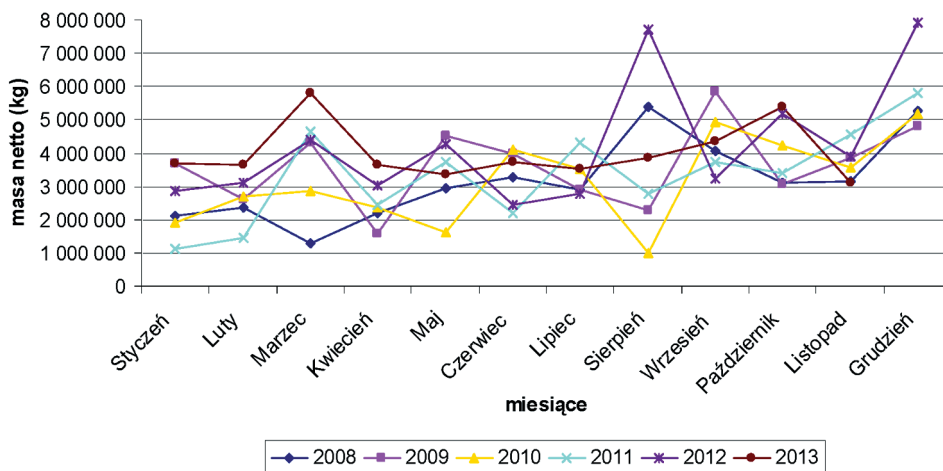
Źródło: [http://www.krd-ig.com.pl/produkcjawazniejszychwyrobowprzemyslowych w latach 2003-2013,96,11.html](http://www.krd-ig.com.pl/produkcjawazniejszychwyrobowprzemyslowych>w latach 2003-2013,96,11.html)

Tabela 3. Import mięsa, podrobów jadalnych i przetworów z drobiu w 2013 r. (masa netto w kg)

Miesiące	Lata					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Styczeń	2 121 077	3 677 792	1 924 859	1 139 615	2 858 389	3 668 549
Luty	2 365 110	2 606 627	2 697 347	1 441 140	3 105 144	3 632 287
Marzec	1 279 906	4 311 254	2 865 181	4 631 950	4 414 054	5 791 103
Kwiecień	2 216 457	1 589 521	2 348 651	2 453 310	3 017 584	3 652 850
Maj	2 954 992	4 526 523	1 631 031	3 739 047	4 248 809	3 348 799
Czerwiec	3 294 039	3 971 417	4 099 391	2 183 742	2 437 013	3 719 045
Lipiec	2 897 672	2 909 284	3 534 690	4 314 358	2 788 843	3 530 015
Sierpień	5 373 990	2 271 981	1 009 807	2 789 073	7 692 356	3 840 296
Wrzesień	4 053 078	5 846 061	4 936 742	3 741 669	3 220 644	4 344 350
Październik	3 105 723	3 070 730	4 238 299	3 416 021	5 186 961	5 404 045
Listopad	3 141 594	3 864 676	3 561 610	4 550 092	3 901 832	3 091 510
Grudzień	5 271 701	4 820 649	5 161 364	5 816 506	7 936 837	
Łącznie	38 075 339	43 466 515	38 008 972	40 216 523	50 808 466	44 022 849

Źródło: <http://www.krd-ig.com.pl/importiexportwlatach2004-2013,95,11.html>

Wykres 2. Wielkość importu w latach 2008–2013



Źródło: <http://www.krd-ig.com.pl/importiexportwlatach2004-2013,95,11.html>

Od 2009 r. zauważalny jest systematyczny wzrost importu mięsa drobiowego do Polski. W pierwszych jedenastu miesiącach 2013 r. import produktów drobiowych zwiększył się o 1 151 220 kg w stosunku do roku poprzedniego. Nade wszystko wzrósł import żywca drobiowego. Mięso sprowadzane było głównie z krajów Unii Europejskiej. Według szacunków IERiGŻ – PIB [Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej-Państwowy Instytut Badawczy] w 2013 r. import asortymentu drobiowego wyniósł około 95 tys. ton wobec 84 tys. ton odnotowanych w roku poprzednim. Analitycy Agencji Rynku Rolnego prognozują, że w 2014 r. nastąpi dalszy, pięcioprocentowy wzrost importu mięsa drobiowego. Zgodnie z oceną IERiGŻ – PIB spożycie mięsa drobiowego w 2013 r. wyniosło 27 kg na mieszkańca i było o ponad 3% większe od rejestrowanego w 2012 r. Wzrost spożycia tego mięsa wynikał ze znacznej konkurencyjności cenowej w stosunku do innych gatunków mięsa (ARR 2014). Tak jak w latach ubiegłych, Polska sprowadzała mięso drobiowe głównie na cele przetwórcze. Ogółem import surowego mięsa drobiowego wyniósł 35 tys. ton, czyli o 3% więcej niż w okresie styczeń–październik 2012 r. (ARR 2013).

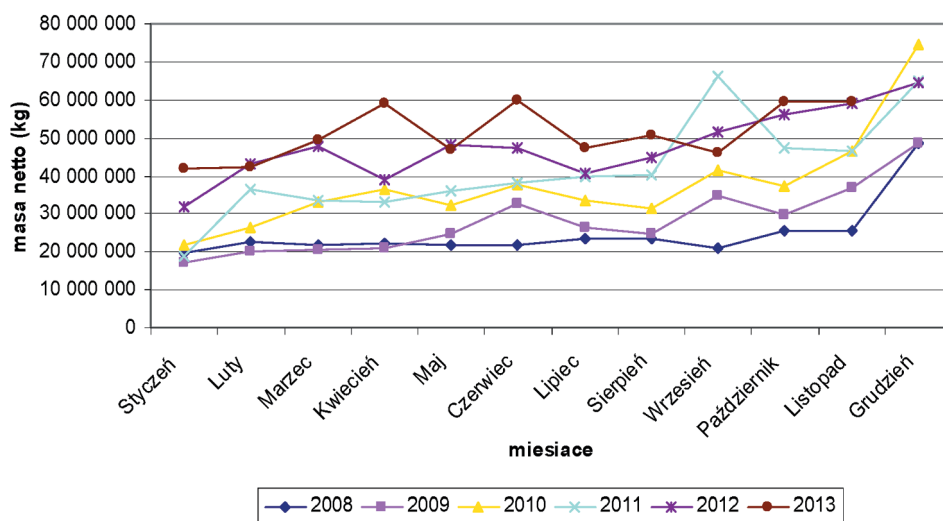
Eksport mięsa drobiowego w Polsce systematycznie rośnie od 2008 r. Jedynie w pierwszych miesiącach 2009 r. zauważalne było niewielkie załamanie sprzedaży na rynki zagraniczne, spowodowane spowolnieniem gospodarczym w państwach UE. Udział eksportu w produkcji mięsa drobiowego w Polsce również sukcesywnie się zwiększa. W eksporcie drobiu w Polsce w 2013 r. nadal obecny był trend rosnący. W pierwszych dziesięciu miesiącach 2013 r. wywóz żywca, mięsa i przetworów drobiowych z Polski wyniósł 576 tys. ton, czyli był o 49 tys. ton wyższy niż w tym okresie przed rokiem (ARR 2013).

Tabela 4. Eksport mięsa, podrobów jadalnych i przetworów z drobiu w latach 2008–2013 (masa netto w kg)

Miesiące	Lata					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Luty	22 763 583	20 192 315	26 377 330	36 443 549	43 166 997	42 445 812
Marzec	21 945 853	20 506 006	33 023 803	33 391 354	47 701 128	49 497 824
Kwiecień	22 307 663	20 939 566	36 325 150	33 150 275	38 831 779	59 033 507
Maj	21 596 640	24 612 608	32 235 101	35 905 126	48 253 646	46 916 711
Czerwiec	21 967 406	32 700 164	37 501 038	38 221 224	47 154 703	60 072 942
Lipiec	23 314 490	26 215 294	33 344 308	39 787 429	40 540 549	47 184 502
Sierpień	23 402 904	24 633 205	31 209 037	40 156 280	44 953 152	50 871 226
Wrzesień	21 068 231	34 615 002	41 550 183	66 068 055	51 333 212	46 075 290
Październik	25 499 828	29 699 411	37 175 605	47 486 977	56 157 669	59 684 064
Listopad	25 391 566	36 754 030	46 323 294	46 317 341	59 069 379	59 646 068
Grudzień	48 680 372	48 512 273	74 641 907	65 021 042	64 701 012	
Łącznie	297 471 916	336 530 495	451 415 314	479 538 744	573 562 313	563 146 033

Źródło: <http://www.krd-ig.com.pl/importiexportwlatach2004-2013,95,11.html>

Wykres 3. Eksport w latach 2008–2013



Źródło: <http://www.krd-ig.com.pl/importiexportwlatach2004-2013,95,11.html>

W pierwszych sześciu miesiącach 2013 r. dodatnie saldo polskiego handlu zagranicznego mięsem drobiowym wyniosło 522,3 mln euro i było o 8% wyższe od wyników z tego okresu 2012 r. Obecnie Polska około 80% mięsa drobiowego eksportuje na rynki Unii Europejskiej (Rączka 2013). Jednymi z głównych zewnętrznych konsumentów polskiego mięsa i przetworów z dro-

biu były Niemcy, Wielka Brytania i Czechy. Rynki te stają się przepełnione, dlatego też poszukuje się ich w krajach trzecich. Niewątpliwym atutem Polski na tych rynkach jest dobra jakość mięsa drobiowego i relatywnie przystępna cena. W sprzedaży na rynek unijny dominowały kurczęta i indyki i to właśnie polskie mięso drobiowe było najtańsze w całej UE i jest to stała tendencja. Przeciętne ceny sprzedaży polskich kurcząt stanowiły około dwie trzecie średniej unijnej. W styczniu 2013 r., średnia cena kurcząt całych kształtowała się w UE na poziomie: 195 euro/100 kg, a w Polsce cena ta wynosiła 138 euro/100 kg. Miało to miejsce pomimo wzrostu cen w 2013 r. Relatywnie niski poziom cen wpłynął na konkurencyjność krajowej oferty handlowej na rynku UE i przyczynił się do wzrostu eksportu (Siemieńska 2013a).

Wśród czynników pozacenowych, które kształtują popyt na mięso drobiowe, coraz większego znaczenia nabiera jego promocja, zarówno na rynku krajowym, jak również na zagranicznym. Szczególną rolę w tej promocji odgrywa Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego, jego ustanowienie było wynikiem starań resortu rolnictwa i organizacji drobiarskich (Rączka 2013).

Polska jest jednym z głównych producentów i eksporterów mięsa drobiowego w Unii Europejskiej. W 2012 r. była czwartym producentem po Francji, Wielkiej Brytanii i Niemczech oraz czwartym eksporterem na rynki krajów trzecich – po Francji, Holandii i Niemczech. Polska jest równocześnie jednym z najbardziej konkurencyjnych producentów drobiu w Unii Europejskiej. W 2013 r. przeciętne ceny sprzedaży mięsa kurcząt brojlerów w Polsce były najniższe i stanowiły około 72% średniej unijnej (Siemieńska 2014).

Analiza SWOT przemysłu drobiarskiego

Analiza SWOT jest jedną z technik analitycznych umożliwiającą w pierwszym etapie badań gromadzenie i porządkowanie danych, a następnie przejrzystą ich prezentację. Istotą analizy jest rozpoznanie determinantów wpływających na funkcjonowanie obiektu oraz posegregowanie ich na cztery grupy. Analiza SWOT oparta jest na schemacie klasyfikacji dzielącym wszystkie odnotowane czynniki na takie o charakterze zewnętrznym bądź wewnętrznym w stosunku do przedmiotu badań oraz na takie, które wywierają negatywny lub pozytywny wpływ na obiekt analizy. Z tych dwóch podziałów powstają cztery kategorie determinantów:

- ❑ wewnętrzne pozytywne – mocne strony – S (Strengths) mocne strony, czyli atuty, walory, zalety analizowanego obiektu;
- ❑ wewnętrzne negatywne – słabe strony – W (Weaknesses), czyli to co stanowi słabość, wadę obiektu;
- ❑ zewnętrzne pozytywne – szanse – O (Opportunities), to zjawiska i tendencje w otoczeniu, które gdy są odpowiednio wykorzystane, mogą stać się impulsem do rozwoju;

- zewnętrzne negatywne – zagrożenia – T (Threats), to wszystkie czynniki zewnętrzne, które są postrzegane jako uzasadnione prawdopodobieństwo występowania zdarzeń będących istotną przeszkodą dla dalszego rozwoju oraz takie które stwarzają dodatkowe utrudnienia;

Tabela 5. Analiza SWOT przemysłu drobiarskiego

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> ▪ potencjał produkcyjny ▪ spełnianie wymagań higieniczno-sanitarnych ▪ krótki cykl produkcyjny ▪ rosnąca konsumpcja krajowa i zagraniczna ▪ właściwości mięsa drobiowego pod względem zdrowotnym ▪ nowocześniejsza i bardziej zintegrowana produkcja ▪ wykorzystanie nowoczesnych technologii i wiedzy ▪ dostępność paszy ▪ sąsiedztwo ważnych rynków zbytu ▪ stale rosnący eksport mięsa i przetworów z drobiu ▪ koncentracja ubojów i przetwórstwa ▪ postępujące uprzemysłowienie ubojów i przetwórstwa ▪ nowe kierunki zbytu wymuszające zmiany w produkcji ▪ efektywne przetwarzanie paszy na białko zwierzęce 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ stosunkowo niski poziom integracji pionowej i poziomej ▪ rozdrobnienie produkcji mięsa drobiowego ▪ małe doświadczenie w zarządzaniu w warunkach postępującej globalizacji w gospodarce ▪ znaczna zmienność cen ▪ bardziej homogeniczny produkt – mniejsze możliwości różnicowania ▪ niejednorodność surowca pod względem jakościowym ▪ niedostateczny zasięg informacji rynkowej ▪ trudne warunki inwestowania ▪ wysokie koszty modernizacji ▪ niska średnia rentowność produkcji i przetwórstwa ▪ mała zdolność generowania własnego kapitału
SZANSE	ZAGROŻENIA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost dochodów ludności i konsumpcji mięsa ▪ wysoka elastyczność dochodowa popytu na mięso drobiowe ▪ otwarcie nowych rynków eksportowych ▪ narastające problemy wyżywienia na świecie ▪ wzrost spożycia drobiu wynikające ze zmiany struktury konsumpcji mięsa i jego przetworów ▪ skuteczniejsze działania marketingowe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ choroby zwierząt ▪ rosnące koszty pracy i ziemi ▪ wzrost cen pasz ▪ nasycenie rynku krajowego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Strategia promocji branży mięsa drobiowego w Polsce, Warszawa 2010, http://www.krd-ig.com.pl/upload/file/Strategia_promocji_branzy_miesa_drobiowego_w_Polsce.pdf.

Postulaty wynikające z przeprowadzonej analizy SWOT

W celu zapewnienia rozwoju branży drobiarskiej należy podjąć następujące kroki:

1. Wzmocnić wizerunek mięsa drobiowego w odniesieniu do jakości, różnorodności, wartości odżywczych i bezpieczeństwa mięsa oraz przetworów drobiowych.
2. Poszerzyć wiedzę i wzbudzić zaufanie konsumentów z zakresu bezpieczeństwa i jakości produktów drobiarskich wytwarzanych w Polsce.
3. Promować krajowe produkty sektora drobiarskiego na rynkach zagranicznych.
4. Upowszechnić rzetelny obraz warunków chowu drobiu w całym łańcuchu produkcyjnym w Polsce w zakresie stanu sanitarnego i wpływu na środowisko naturalne.
5. Informować i promować inicjatywy rozwojowe i innowacyjne rozwiązania w zakresie tworzenia nowych: technologii, produktów i rozwiązań marketingowych.
6. Edukować konsumentów, wdrażać zasady zdrowego odżywiania się i informować o roli mięsa drobiowego jako dostarczyciela niskotłuszczowego mięsa i wartościowego białka- niezbędnych w procesie rozwoju organizmu.
7. Zlecić wykonanie badań konsumenckich i innych badań rynkowych mających na celu pogłębianie wiedzy na temat trendów rynkowych, zwyczajów żywieniowych, zachowań i opinii konsumentów związanych z postrzeganiem mięsa drobiowego.
8. Wspierać działania promocyjne i informacyjne wynikające z konieczności rozwiązywania trudności w przypadku zagrożeń kryzysowych w branży drobiarskiej. (Rutkowski i inni, 2010, s. 19–20)

Perspektywy przemysłu drobiarskiego

Obecnie wymiana międzynarodowa jest kluczowym bodźcem warunkującym rozwój produkcji drobiu w Polsce, gdyż dynamika przyrostu spożycia krajowego stała się wolniejsza. Konkurencyjność polskiej branży, w relacji do innych państw UE, opiera się przede wszystkim na niższych kosztach i marżach. Jednak nie są to czynniki, który zapewnią konkurencyjność w długim okresie. Niezbędne są działania mające umacniać efektywność tej branży np. strategia promocji. Z uwagi na coraz większe znaczenie handlu zagranicznego, możliwości rozwoju i wzmocnienia branży są ściśle związane z rynkiem globalnym i jego dywersyfikacją.

Światowy rynek mięsa drobiowego zdominowany jest przez niewielką grupę krajów. Na zaspokojenie popytu wewnętrznego przeznaczane jest około 90% światowej produkcji drobiu, tylko niecałe 10% trafia do międzynarodo-

wegoh obrotu. Konkurowanie między światowymi eksporterami mięsa drobiowego rozgrywa się na coraz szerszym obszarze geograficznym. Umożliwia to światowym dostawcom poszukiwanie niszowego popytu i dostosowanie asortymentu do upodobań odbiorców. Charakterystyczną cechą światowego rynku drobiarskiego jest globalna nadwyżka podaży nad efektywnym popytem. Jest to ważne dla kształtowania się cen w międzynarodowych obrotach mięsem drobiowym oraz do oceny możliwości rozwojowych tych obrotów. (Rutkowski i inni, 2010, s. 13–15)

Przy produkcji mięsa drobiowego zasadnicze znaczenie w rachunku kosztów mają: pasze, praca i kapitał. Aby ograniczyć koszty pracy, w światowych centrach produkcji i przetwórstwa drobiu stosuje się redukcje kosztów pracy dzięki substytucji pracy przez wyposażenie techniczne. Także poprzez wzrost skali produkcji następuje redukcja kosztów i zwiększenie przychodów netto.

Zakłady przetwarzające mięso na eksport, częściej lokalizowane będą w krajach rozwijających się z uwagi na niższy koszt surowców paszowych i pracy. Lepsza kontrola weterynaryjna oraz opanowanie wielu chorób zwiększy możliwości eksportowe niektórych krajów o dużej podaży mięsa drobiowego. (Rutkowski i inni, 2010, s. 13–15)

Prognozy dla rynku drobiu na świecie w 2014 r.

Według raportu Rabobanku, prognozy dla rynku drobiu na świecie w 2014 r. są korzystne ze względu na spadek cen zbóż i ograniczoną podaż wieprzowiny i wołowiny. Branża drobiarska w Polsce ma przed sobą dobre perspektywy. Związane jest to z stale rosnącą konsumpcją mięsa drobiowego w krajach Unii Europejskiej oraz wzrastającym popytem na rynkach rozwijających się. (Rawa 2013)

W grudniu 2013 r. Komisja Europejska upowszechniła raport pt. „Perspektywy dla rynków rolnych i dochodów rolniczych w UE w latach 2013–2023”. Zawarto w nim prognozę pozytywnej sytuacji na unijnym rynku drobiu w ciągu najbliższej dekady. Specjaliści prognozują, że produkcja mięsa drobiowego w UE wzrośnie średnio o 0,8% rocznie i w 2023 r. wyniesie 13,6 mln ton. Wzrost ten będzie największy ze wszystkich gatunków mięsa. Niemniej jednak zostanie ograniczony przez utrzymujące się wysokie ceny pasz, które będą tańsze niż te, z rekordowego poziomu z lat 2011–2012. W ciągu następnych dziesięciu lat zwiększy się globalny i unijny popyt na mięso białe, zarówno ze względu na jego wysokie właściwości odżywcze, jak i konkurencyjne ceny. Komisja Europejska szacuje, że do 2023 r. spożycie mięsa drobiowego w UE zwiększy się o 7% w odniesieniu do 2012 r. i wyniesie 13 mln ton, a konsumpcja w przeliczeniu na jednego mieszkańca wzrośnie o 5% do 22,1 kg. (Siemieńska 2014)

Podsumowanie

Mięso drobiowe nabiera coraz większego znaczenia na polskim rynku mięsnym. Przez dostosowanie się branży drobiarskiej do wymogów unijnych i zasad obrotu produktami drobiarskimi, nastąpiły korzystne zmiany strukturalne, umożliwiające powstanie nowoczesnego sektora, który wytwarza produkty o wysokiej jakości i poziomie bezpieczeństwa. Z roku na rok zauważalnym staje się zjawisko wzrostu zainteresowania konsumentów mięsem drobiowym. Popularność drobiu wyraża się nie tylko poprzez zwiększenie ogólnego spożycia, lecz również poprzez przyrost produkcji, importu oraz eksportu tego gatunku mięsa. Należy zaznaczyć, iż odnotowywana wysoka dynamika wzrostu produkcji i utrzymujący się wzmożony popyt na mięso drobiowe, wiąże się także z wysokimi cenami mięsa czerwonego, czyli wołowiny i wieprzowiny. Ponadto konsumenci coraz częściej wybierają mięso drobiowe we względu na jego wartości odżywcze, gdyż ten gatunek mięsa charakteryzuje się jednocześnie wysoką zawartością białka i niską zawartością tłuszczu i cholesterolu. Zatem perspektywy dla rozwoju przemysłu drobiarskiego na kolejne lata są zadowalające.

Bibliografia

- Biuro Analiz i Programowania ARR, Nr 12/2013.
- DYBOWSKI G., 2004, *Produkcja żywca drobiowego Polska Wieś w Europie*, Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa.
- KONIECZNY P., 2013, *Sytuacja na rynku mięsa drobiowego*, http://www.wodr.poznan.pl/index.php?option=com_k2&view=item&id=3441:sytuacja-na-rynku-mi%C4%99sa-drobiowego&Itemid=80&tmpl=component&print=1, (dostęp 20.02.2014).
- KOSICKA-GEBSKA M., 2012, Spożycie mięsa drobiowego w Polsce po integracji z Unią Europejską, *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego*, t. 12(27), zeszyt 1, s. 105–112.
- RAWA Ł., 2013, *Specjalista BGŻ: Sektor drobiarski rośnie nawet w trudnych latach*, <http://www.portalspozywczy.pl/drob/wiadomosci/specjalista-bgz-sektor-drobiarski-rośnie-nawet-w-trudnych-latach,89726.html> (dostęp: 10.01.2014).
- SIEMIĘŃSKA E., 2013, *Dobre wyniki w eksporcie drobiu za pierwsze półrocze 2013 r.*
- <http://ksow.pl/rynki-rolne/news/entry/4895-dobre-wyniki-w-eksporcie-drobiu-za-pierwsze-po.html> (dostęp 10.02.2014).
- SIEMIĘŃSKA E., 2013, *Dobre wyniki w polskim eksporcie drobiu w 2012 r.* <http://ksow.pl/rynki-rolne/news/entry/4085-dobre-wyniki-w-polskim-eksporcie-drobiu-w-2012-r.html> (dostęp 10.02.2014).
- SIEMIĘŃSKA E., 2014, *Dobre prognozy dla rynku drobiu w UE do 2023 r.*
- <http://ksow.gov.pl/rynki-rolne/news/entry/5190-dobre-prognozy-dla-rynku-drobiu-w-ue-do-2023-r.html> (dostęp 01.03.2014).
- *Strategia promocji branży mięsa drobiowego w Polsce*, 2010, A. Rutkowski (red.), Warszawa.

- RĄCZKA A., 2013, *O niektórych problemach branży drobiarskiej na tle dotychczasowych dokonań i wnioskach na przyszłość*, (dostęp 20.01.2014).
- http://www.arr.gov.pl/data/00165/prognoza_10012014.pdf (dostęp 25.02.2014).

Streszczenie

Branża drobiarska w Polsce charakteryzuje się dużą dynamiką rozwoju i pod tym względem uplasowała się w ścisłej czołówce państw Unii Europejskiej. Głównym powodem przyspieszenia i unowocześnienia tego przemysłu było przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Wymogi sanitarno-weterynaryjne oraz reguły wprowadzania produktów drobiarskich do obrotu handlowego, doprowadziły do powstania sektora wytwarzającego produkty o dużym poziomie bezpieczeństwa. Szybko rosnący popyt krajowy i zainteresowanie rynków zagranicznych polskimi produktami, wpływa na wzrost produkcji drobiarskiej. Drób jest jedynym gatunkiem mięsa o rosnącej konsumpcji. W ciągu ostatniej dekady Polska podwoiła produkcję drobiu i została potentatem eksportowym. Roczny eksport to około 500 tys. ton, czyli niemalże 1/3 produkcji tego mięsa. Konsumentów przyciąga przede wszystkim wysoka jakość produktów i ich racjonalna cena. W wyniku zmian jakie zachodzą na polskim rynku mięsnym, mięso drobiowe nabiera coraz większego znaczenia, stając się istotnym elementem tej gospodarki. Prognozy dla przemysłu drobiarskiego na rok 2014 są korzystne, biorąc pod uwagę przewidywany spadek cen zbóż oraz ograniczoną podaż wieprzowiny i wołowiny. Zwiększy się globalny i unijny popyt na mięso białe, ze względu na jego właściwości odżywcze i konkurencyjne ceny.

Słowa kluczowe: przemysł spożywczy, branża drobiarska, analiza SWOT

The condition of the poultry industry in Poland

Summary

The poultry industry in Poland is characterized by high dynamics of development and in this regard was placed at the forefront of European Union countries. The main reason for the acceleration and modernization of the industry was the Polish accession to the European Union. Sanitary and veterinary requirements, and rules on the placing of poultry products in the trade, which our country was obliged to fulfill, led to the sector producing products with a high level of security. Rapidly growing domestic demand and foreign markets for Polish products affect the growth of poultry production. Consumers are attracted primarily by the high quality products and reasonable price, as well as the relatively low cost of production. The industry has become an example of what can grow even in a crisis. As a result of changes occurring in the Polish market, meat and especially poultry meat is becoming increasingly important, becoming an essential part of the economy. Forecasts for the poultry industry in 2014 are positive, due to an anticipated decline in grain prices and a limited supply of pork and beef. This will increase the global and the European Union demand for white meat, due to its nutritional properties and competitive prices.

Key words: food industry, poultry industry, SWOT analysis

Состояние птицеводческой промышленности в Польше

Резюме

Птицеводческая отрасль в Польше характеризуется большой динамикой развития и в этом отношении спланировала в ведущую группу государств Европейского Союза. Главным поводом ускорения и модернизации этой промышленности было вступление Польши в Европейский Союз. Санитарно-ветеринарные требования, а также правила внедрения птицеводческих продуктов в торговый оборот, которые наша страна обязана была исполнить, привели к образованию сектора производящего продукты с большим уровнем безопасности. Быстро растущий отечественный спрос и заинтересованность внешних рынков польскими продуктами влияют на рост птицеводческого производства. Домашняя птица – это единственный вид мяса с растущей конзумпцией. В течение последней декады Польша удвоила производство домашней птицы и стала экспортным магнатом. Годовой экспорт выносит около 500 тыс. тонн, или почти 1/3 производства этого мяса. Потребителей притягивает прежде всего высокое качество продуктов и их рациональная цена, а также относительно низкие издержки производства. Эта отрасль промышленности стала примером того, что можно расти и развиваться даже в кризисный период. В результате изменений, которые происходят на польском мясном рынке, мясо домашней птицы набирает всё большее значение, становясь существенным элементом этой экономики. Прогнозы для птицеводческой промышленности на 2014 год очень хорошие, из-за ожидаемого падения цен зерновых, а также ограниченного предложения на свинину и говядину. Увеличится валовой европейский спрос на белое мясо, ввиду его питательных свойств и конкурентных цен.

Ключевые слова: продовольственная промышленность, птицеводческая отрасль, анализ SWOT

JEL: Q13