

## Ceny drobiu na stabilnym poziomie. Eksperci spodziewają się spadków

data aktualizacji: 2019.07.30



**Z analizy Hiper-Com Poland i Instytutu Badawczego ABR SESTA wynika, że średni koszt zakupu kurczaka w promocji podniósł się w tym roku o 1,24 proc. Cena maksymalna zmniejszyła się o 0,62 proc., a minimalna zwiększyła o 9,43 proc. Spadły za to ceny kaczki.**

Jak wyjaśnia Mariusz Szmyślak, dyrektor ds. analiz w Krajowej Izbie Producentów Drobiu i Pasz, rodzimy rynek mięsa kurcząt rzeźnych jest nasycony. Od kilku lat spożycie w Polsce zdecydowanie przewyższa wielkości osiągnięte w innych krajach Unii Europejskiej. Nie jest więc zaskoczeniem, że średnia cena kurczaka w promocji wzrosła o 1,24 proc. Zdaniem eksperta, w kolejnych latach należy jednak oczekiwać spadków. Wpłyne na to systematycznie rosnąca produkcja w powiązaniu z coraz trudniejszymi warunkami sprzedaży eksportowej.

- Analitycy rynku przewidują, że rok 2019 będzie trudny cenowo. Dla polskich hodowców opłacalność może spaść nawet poniżej poziomu z 2016 roku. Na światowym rynku trudno jest im oferować aż tak atrakcyjne ceny, jak Brazylijczykom czy Ukraińcom. Tym można tłumaczyć

stosunkowo niewielkie wzrosty cen promocyjnych kurczaków - wyjaśnia dr Paweł Jurowczyk, Market Research Consultant w Instytucie Badawczym ABR SESTA.

Najbardziej wzrosły średnie ceny piersi podwójnie paczkowanej - o 4,86 proc. Podobny wynik odnotował korpus na wagę - o 4,70 proc. Z kolei spadek zaobserwowano w przypadku podwójnej piersi na wagę - o 2,16 proc., a także skrzydełek w paczce - o 2,95 proc. Według Szymyślika, zmiany cen w poszczególnych grupach asortymentowych mają charakter przypadkowy. Zależą m.in. od polityki sprzedażowej większych sieci handlowych, nasilenia konkurencji między poszczególnymi podmiotami, aktualnego zapotrzebowania na polski eksport, a nawet od pogody w sezonie wiosenno-letnim.

- Natomiast maksymalna cena kurczaka w promocji spadła w tym roku o 0,62 proc. Powody są podobne, jak w przypadku znikomej różnicy średnich kosztów zakupu. To efekt rekordowo wysokiej produkcji, malejącego popytu w kraju i powrotu brazylijskiego drobiu na rynek europejski. Nadpodaż i duża konkurencja nie pozwalają na znaczne podwyżki. W takich warunkach sieci nie mają praktycznie żadnego pola manewru przy ustalaniu rabatów - przekonuje Katarzyna Grochowska, project manager w Hiper-Com Poland.

Wzrost maksymalnych cen promocyjnych widać tylko w przypadku produktów na wagę - skrzydełek - o 8,35 proc., a także podwójnej piersi - 4,17 proc. Wyraźne spadki odnotowały artykuły paczkowane - skrzydełka - o 9,74 proc, jak również podwójna pierś - o 5,87 proc. Jurowczyk uważa, że różnice cenowe między dwiema ww. grupami towarów mogą wynikać z wiedzy sieci handlowych na temat okazji spożycia. Drób sprzedawany na wagę klienci kupują raczej z myślą o konsumpcji tego samego lub kolejnego dnia. Po mięso znajdujące się w szczelnie zamkniętych opakowaniach sięgają najczęściej podczas dużych zakupów. Tego rodzaju produkty nabywają na zapas, z uwagi na dłuższą datę ważności. I dlatego mogą one drożeć.

- Z kolei minimalna cena promocyjna wzrosła o 9,43 proc.. Podrożały art. paczkowane, co jest podyktowane podwyższeniem kosztów produkcji, w tym pensji pracowników. Zapakowane mięso wymaga więcej pracy. I jest popularniejsze wśród klientów, zwłaszcza na początku sezonu grillowego. Skrzydełka w promocji są aż o 72,73 proc. droższe niż w ub. roku. Natomiast podwójna pierś, którą rzadziej przyrządza się w plenerze, zdrożała tylko o 0,45 proc.. Potaniały za to towary sprzedawane na wagę - korpus o 13,42 proc., skrzydełka - o 6,69 proc., a podwójna pierś - o 5,89 proc. - informuje Damian Świdorski, junior data analyst manager w Hiper-Com Poland.

### **Ceny kaczki poszły w dół**

Z analizy również wynika, że średnia cena kaczki w promocji spadła o 8,05 proc.. W ocenie eksperta z Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz, jest to pochodną prawdziwego boomu, jaki od trzech lat przeżywa ten gatunek drobiu. Przyczyną szybko rosnącej produkcji jest stale zwiększające się zapotrzebowanie. Zjawisko to wzmocniła ptasia grypa. Jednak po odbudowie stad hodowców we Francji i na Węgrzech, produkcja w Polsce rośnie szybciej niż popyt importowy. W efekcie więcej mięsa pojawia się na rynku wewnętrznym, co prowadzi do presji na obniżki cen.

- Do niedawna kaczka była postrzegana jako wykwinny zamiennik kurczaka. Jednak społeczeństwo się bogaci i więcej osób jest nią zainteresowanych. Wzrost popytu wpływa na zwiększenie produkcji. A to oznacza m.in. spadek cen promocyjnych - tłumaczy Michał Majszyk, data analyst manager w Hiper-Com Poland.

Maksymalne koszty zakupu kaczki w promocji spadły o 0,75 proc. Katarzyna Grochowska dodaje, że w ostatnim roku ceny w skupie były względnie stałe. Po chwilowych wzrostach lub zniżkach, wracały do podobnego poziomu. Taka sytuacja rynkowa uniemożliwia sieciom skrajne manewrowanie

promocjami. Z kolei Jurowczyk przypomina, że sieci handlowe czasem nie oferują obniżek w sprzyjających do tego warunkach. Generują wtedy większe marże. I tak mogło być w przypadku kaczki, której cena maksymalna odnotowała mniejszy spadek niż średnia.

- Jeśli chodzi o mięso sprzedawane na wagę, jego cena maksymalna spadła o 6,25 proc. Kaczka, którą sklep musi jak najszybciej sprzedać, naturalnie traci na wartości. Wersja paczkowana jest dla klientów o wiele atrakcyjniejsza i postrzegana wręcz jako produkt premium. Opakowania dają nie tylko gwarancję świeżości, ale również - jakości, którą wymagający klient może sprawdzić dzięki etykietce. I w tym przypadku nastąpił wzrost o 4,75 proc. - zaznacza Bartłomiej Domański, data analyst manager w Hiper-Com Poland.

W porównaniu do ub. roku minimalne ceny promocyjne spadły o 3,53 proc. Warto zaznaczyć, że artykuł sprzedawany na wagę jest tańszy aż o 40,16 proc. Natomiast paczkowana kaczka zdrożała o 33,11 proc.

**Źródło:** Monday News

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/ceny-drobiu-na-stabilnym-poziomie-eksperci-spodzie,55900>