

# Rynek mięsa drobiowego



Rozwój produkcji mięsa drobiowego jest nierozłącznie związany z ogólnym postępowaniem cywilizacyjnym. Na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat drobiarstwo uznaje się za jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi produkcji zwierzęcej. Jeszcze w początkach XX. wieku produkcja drobiarska była zajęciem ubocznym, prowadzonym na niewielką skalę. Dziś dzięki wykorzystaniu osiągnięć genetyki, hodowli oraz żywienia osiągnięto ogromny postęp. W Polsce w produkcji mięsa drobiowego wykorzystuje się głównie wysoko produkcyjne mieszańce towarowe kurcząt rzeźnych, utrzymywane w systemie intensywnym, który umożliwia maksymalizację produkcji. Podstawowymi produktami finalnymi branży drobiarskiej w obrocie handlowym są: mięso sprzedawane w postaci tuszek i ich elementów oraz jadalnych podrobów (świeże i mrożone) oraz przetwory drobiowe, stanowiące efekt dalszego przerobu mięsa i podrobów w przetwórnicy: wędliny, konserwy, dania kulinarne gotowe do spożycia itp.

Drobiarstwo niewątpliwie odgrywa coraz większą rolę w gospodarce żywnościowej na Świecie, dostarczając mięsa oraz jaj różnych gatunków. W Polsce podstawowym surowcem rzeźnym są kurczęta brojlery, ponadto indycze, gęsie oraz kaczki. Produkcja mięsa drobiowego w 2013 roku wyniosła ok. 1990 tys. ton i była o 3,4% większa niż rok wcześniej. Choć ponownie zaobserwowano wzrost produkcji to jednak jego dynamika uległa znacznemu spowolnieniu. Z raportu Komisji Europejskiej "Perspektywy dla rynków rolnych i dochodów rolniczych w UE w latach 2014-2024" wynika, że w najbliższej dekadzie produkcja drobiu w Unii Europejskiej będzie nadal stopniowo rosła, jednak tempo wzrostu zostanie spowolnione do ok. 0,7 proc. rocznie wobec 1,7 proc. w ciągu poprzednich 10 lat.

Do czołowych producentów mięsa drobiowego zalicza się Stany Zjednoczone, Chiny, Brazylię oraz Unię Europejską. Nie bez znaczenia są też takie kraje jak Indie, Japonia, Kanada, Tajlandia, Rosja i Argentyna. W 2014 roku Polska osiągnęła pozycję lidera w produkcji drobiu z wynikiem niemal 2,1 mln ton. Dla polskich producentów ograniczenia w handlu z Rosją nie wpłynęły znacząco na produkcję i sprzedaż mięsa drobiowego.

Głównymi rynkami zbytu są przecież kraje unijne. Łączna sprzedaż żywca, mięsa, podrobów i przetworów drobiowych poza granice kraju wyniosła 867 tys. ton, czyli o 20% więcej niż przed rokiem. Największymi odbiorcami były RPA oraz Benin. W tym

roku pojawią się również szanse na zdobycie nowych rynków, głównie Bliskiego i Dalekiego Wschodu.

Corocznie notuje się kilkuprocentowy wzrost produkcji drobiarskiej, który średnio wynosi 7-8 proc. Zwiększa się zarówno hodowla brojlera kurzego, pogłowie indyków, jak i jaj konsumpcyjnych. Wzrost produkcji dotrzymuje kroku wzrostowi popytu na mięso drobiowe. W kraju od lat dziewięćdziesiątych stale obserwuje się wzrost spożycia mięsa drobiowego. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego jego spożycie w roku 2013 wynosiło 27,5 kg/osobę. W 2013 roku udział poszczególnych gatunków mięsa z drobiu kształtował się następująco 75% kurczęta, 23% indyki, 2% gęsi oraz 1% kaczki. Od 2009 r. zauważalny jest systematyczny wzrost importu mięsa drobiowego do Polski. Według szacunków IERiGŻ - PIB (Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej-Państwowy Instytut Badawczy) w 2014r. import asortymentu drobiowego wyniósł około 43 tys. ton. Tak jak w latach ubiegłych, Polska sprowadzała mięso drobiowe głównie na cele przetwórcze. Tendencję wzrostową można również zaobserwować w przypadku eksportu, który odpowiednio wynosił 766 tys. ton. Zjawisko to systematycznie rośnie od 2008r. Jedynie w pierwszych miesiącach 2009r. zauważalne było niewielkie załamanie sprzedaży na rynki zagraniczne, spowodowane spowolnieniem gospodarczym w państwach UE.

Mięso drobiowe jest cennym źródłem białka pochodzenia zwierzęcego oraz składników mineralnych m.in. potasu, wapnia, fosforu, sodu, a tak że żelaza. Jest łatwo przyswajalne, choć zawiera mniej tłuszczu to jest on bogaty w nienasycone kwasy tłuszczowe. Ponadto jego konsumpcja akceptowana jest przez wszystkie wyznania i religie, co dodatkowo zwiększa popyt. Konsumenci wybierają mięso drobiowe głównie ze względu na niską cenę, smak, czas obróbki oraz jakość. Nie bez znaczenia też jest wartość odżywcza oraz wygląd tuszki. Z badań przeprowadzonych przez Nowaka i Trziszkę (2010) wynika, że najczęstszym mięsem zakupu mięsa drobiowego są sklepy mięsne lub firmowe (31% badanych), małe sklepy spożywcze i inne (26,1%), osiedlowe sklepy spożywcze (23,3%) oraz markety i supermarkety (21,3%). Autorzy również wykazali, że najczęściej kupowane są filety piersi kurczęcia (42,3%), udka kurczęcia (28,7%), tuszki kurczęcia (26,3%), porcje rosołowe i skrzydła kurczęcia (23,0%), mięso indyka i inne (21,3%) oraz mięso mielone i podroby kurczęcia (14,7%). Najczęściej produkty drobiowe kupowane są bez opakowań, rzadko na tackach styropianowych oraz foliowane.

## **Podsumowanie**

Polska jest jednym z głównych producentów i eksporterów mięsa drobiowego w Unii Europejskiej. Mięso drobiowe cieszy się dużą popularnością wśród konsumentów, nie tylko ze względu na smak oraz jakość, ale również i ze względu na cenę. W wyniku zmian jakie zachodzą na polskim rynku mięsny, mięso drobiowe nabiera coraz większego znaczenia, stając się istotnym elementem tej gospodarki. Prognozy

dla przemysłu drobiarskiego

## Piśmiennictwo

1. Batkowska J., Brodacki A., 2015. Wybrane schorzenia drobiu mięsnego związane z technologią chowu oraz genotypem ptaków. *Polskie Drobiarstwo*. 3: 20-25.
2. Biegański M., 2015. Produkcja drobiarska w Polsce. Wybrane zagadnienia. *Hodowca Drobiu*. 1: 32-35.
3. Grabowski T., Kijowski J., 2004. Mięso i przetwory drobiowe. Wyd. Wydawnictwo Naukowo-Techniczne. Warszawa.
4. GUS. 2014. Rocznik Statystyczny Rolnictwa.  
[http://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5515/6/8/1/rocznik\\_statystyczny\\_rolnictwa\\_2014.pdf](http://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5515/6/8/1/rocznik_statystyczny_rolnictwa_2014.pdf)
5. [http://www.krd-ig.com.pl/upload/file/Strategia\\_promocji\\_branzy\\_miesza\\_drobiowego\\_w\\_Polsce.pdf](http://www.krd-ig.com.pl/upload/file/Strategia_promocji_branzy_miesza_drobiowego_w_Polsce.pdf)
6. <http://www.krd-ig.com.pl/importiexportwlatach2010-2014,95,l1.html>
7. [http://www.portalspozywczy.pl/mieso/wiadomosci/branza-drobiarska-wciaz-rosnie,112623\\_1.html](http://www.portalspozywczy.pl/mieso/wiadomosci/branza-drobiarska-wciaz-rosnie,112623_1.html)
8. Kijowski J., 2000. Wartość żywieniowa mięsa drobiowego. *Przemysł Spożywczy*.3: 10-11.
9. Kozioł I., Krzywoń M., 2014. Stan przemysłu drobiarskiego w Polsce. *Progress in Economic Sciences*. 1: 85-98.
10. Nowak M., Trziszka T., 2010. Zachowanie konsumentów na rynku mięsa drobiowego. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*. 1: 114 - 120.
11. Rachwał A., 2006. Cechy chemiczne mięsa drobiowego. *Hodowca Drobiu*. 2: 28-33.
12. Rutkowski A., Sandomierski T., Kaczmarek S., Biegański M., Dybowski G., Kawski L., Nowak W., Paszkowski P., Pawelczak A., Przyborski M., Wójciak A., 2010. Strategia promocji branży mięsa drobiowego w Polsce. Wyd. KRD-IG. Warszawa.
13. Wnuk A., Żbikowski A., Łukasiewicz M., Mroczek-Sosnowska N., Gondek A., 2013. Zespół nagłej śmierci sercowej u kurcząt. *Życie Weterynaryjne*. 88(4): 285-287.