



Jakość to siła pochodzenia...

Produkcja trzody chlewnej w Polsce to potencjał, który wymaga ukierunkowania dla wzmocnienia konkurencyjności i budowania stabilnej pozycji zarówno na rynku wewnętrznym, jak i w kontekście eksportowym. Wspierając tworzenie jakości i powtarzalności surowca w hodowli oraz dalszych powiazań w całym łańcuchu produkcyjnym polscy hodowcy dbają o to, aby do odbiorcy finalnego trafiło mięso o wyjątkowych cechach jakościowych. Akcentując istotę pochodzenia chcemy stworzyć wiarygodną markę jakościową polskiej wieprzowiny.

Polscy hodowcy certyfikujący swoją hodowlę w uznanym przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi Systemie chcą odpowiedzialnie tworzyć historię pochodzenia jakości. To ich zaangażowanie i świadomość są kluczem do sukcesu.

Wiesław Różański

Wiesław Różański
Prezes Zarządu UPEMI

A background image showing two men in business attire shaking hands. One man is wearing a white shirt and a dark blue tie, while the other is wearing a light blue shirt. The handshake is the central focus of the image, symbolizing agreement or partnership.

Spis treści

O kampanii „Jakość i optymalizacja przyszłością produkcji polskiej trzody chlewnej”	6
O UPEMI	7
Elementy kampanii	8-9
Spotkanie networkingowe	10-11
Podsumowanie spotkania networkingowego	12-19
Międzynarodowa Wystawa Rolnicza AGRO SHOW	20-21
Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW	22-30
Podsumowanie Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW	31-32
Szkolenia dla hodowców trzody chlewnej	33-36
Podsumowanie szkoleń dla hodowców trzody chlewnej	37-38
Materiały informacyjno-edukacyjne	39
Media o kampanii	40-41
Podsumowanie kampanii „Jakość i optymalizacja przyszłością produkcji polskiej trzody chlewnej”	42-45
Filary produkcji polskiej wieprzowiny	46



Kampania informacyjno-promocyjna „Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej”

Zgodnie z danymi Głównego Urzędu Statystycznego w ciągu ostatnich 10 lat pogłowie trzody chlewnej w Polsce spadło o 32%, do poziomu 11,9 mln sztuk na koniec 2017 roku. Na koniec 2016 roku Polska była szóstym producentem trzody chlewnej w Unii Europejskiej wobec trzeciej pozycji w roku 2010. To niepokojąca sytuacja, a dodając do tego rozdrobnienie hodowli, niską efektywność produkcji i rozprzestrzeniające się po kraju ASF to możemy już mówić o negatywnych trendach w hodowli.

Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego obserwując krajowe trendy w produkcji trzody chlewnej zainicjowała projekt pt. „Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej”, którego głównym celem był wzrost świadomości hodowców w zakresie optymalizacji produkcji, ekonomiki, możliwości rozbudowy chlewni w świetle obowiązujących przepisów prawa oraz znaczenia produkcji w systemach jakości jako możliwości budowania konkurencyjności na rynku.

Konieczność optymalizacji produkcji, jako stałego elementu zarządzania, jest dzisiaj warunkiem opłacalności i efektywności chowu. Bardzo prosta do wyliczenia dla ekonomistów dochodo-

wość produkcji pozwala ustalić mocne i słabe strony hodowli oraz wskazać na obszary, gdzie potrzebna jest redukcja kosztów. Globalny rynek wyrównując ceny skupu sprawia, że opłacalność można uzyskać jedynie ograniczając nakłady. Jednak żaden ekonomista nie wskaże sposobów, jak przeprowadzić taki proces.

Dlatego w ramach zaplanowanych w projekcie działań UPEMI zorganizowało szereg wydarzeń edukacyjno-informacyjnych dla hodowców i producentów, które swą tematyką obejmowały wszystkie ważniejsze obszary i aspekty prowadzenia hodowli.

Kampanię rozpoczęło spotkanie networkingowe branży mięsnej, z myślą o hodowcach UPEMI brało udział w targach AGRO SHOW Bednary i zorganizowało cykl szkoleń poruszający zagadnienia optymalizacji produkcji.



Wiedza i doświadczenie

Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego (UPEMI) to polski związek branżowy reprezentujący podmioty z całego łańcucha przemysłu mięsnego: od hodowli i uboju poprzez rozbiór, aż do przetwórstwa.

Zainspirowani potrzebą rozwoju, ciekawością świata i polską branżą mięsną kierujemy się profesjonalizmem i jakością podejmowanych działań. Jako organizacja aktywnie działająca w branży mięsnej UPEMI wykorzystuje wiedzę i dorobek naukowy Europy oraz doświadczenie zbierane w licznie podejmowanych inicjatywach.

Nasze doświadczenie to ponad 40 projektów, 5 kampanii międzynarodowych, 15 wydarzeń targowych, konferencje prasowe, seminaria i spotkania biznesowe w Niemczech, Gruzji, Chinach, Korei Południowej, Wietnamie i USA.

Misja i cele UPEMI

Priorytetem UPEMI jest dbałość i ochrona interesów gospodarczych zrzeszonych firm, udzielanie członkom Unii wszechstronnej pomocy i ochrony prawnej oraz kształtowanie jednolitego stanowiska we wszystkich sprawach związanych z prowadzoną przez nich działalnością gospodarczą.

Dlatego głównymi celami UPEMI są:

- wsparcie rozwoju biznesowego producentów branży mięsnej i ich produktów;
- reprezentowanie interesów producentów i pracodawców przemysłu mięsnego wobec odpowiednich instytucji;
- organizowanie misji gospodarczych i wydarzeń biznesowych (udział w targach spożywczych, konferencje, spotkania B2B) na rynkach międzynarodowych;
- promocję branży mięsnej w Europie i na rynkach krajów trzecich;
- zapewnienie konsultacji i szkoleń.

Promując potencjał rodzimego sektora mięsnego w kraju i na świecie podkreślamy to, z czego jesteśmy dumni: jakość, tradycję i smak. Dzięki ściśle zaplanowanej komunikacji przekazujemy informacje na temat cech jakościowych, standardów produkcji, zaawansowanych systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem, restrykcyjnych norm dotyczących dobrostanu zwierząt oraz bogatej tradycji europejskiej branży mięsnej.

Dzięki swoim przedsięwzięciom UPEMI stała się rozpoznawalnym i wiarygodnym partnerem w wielu krajach na świecie.

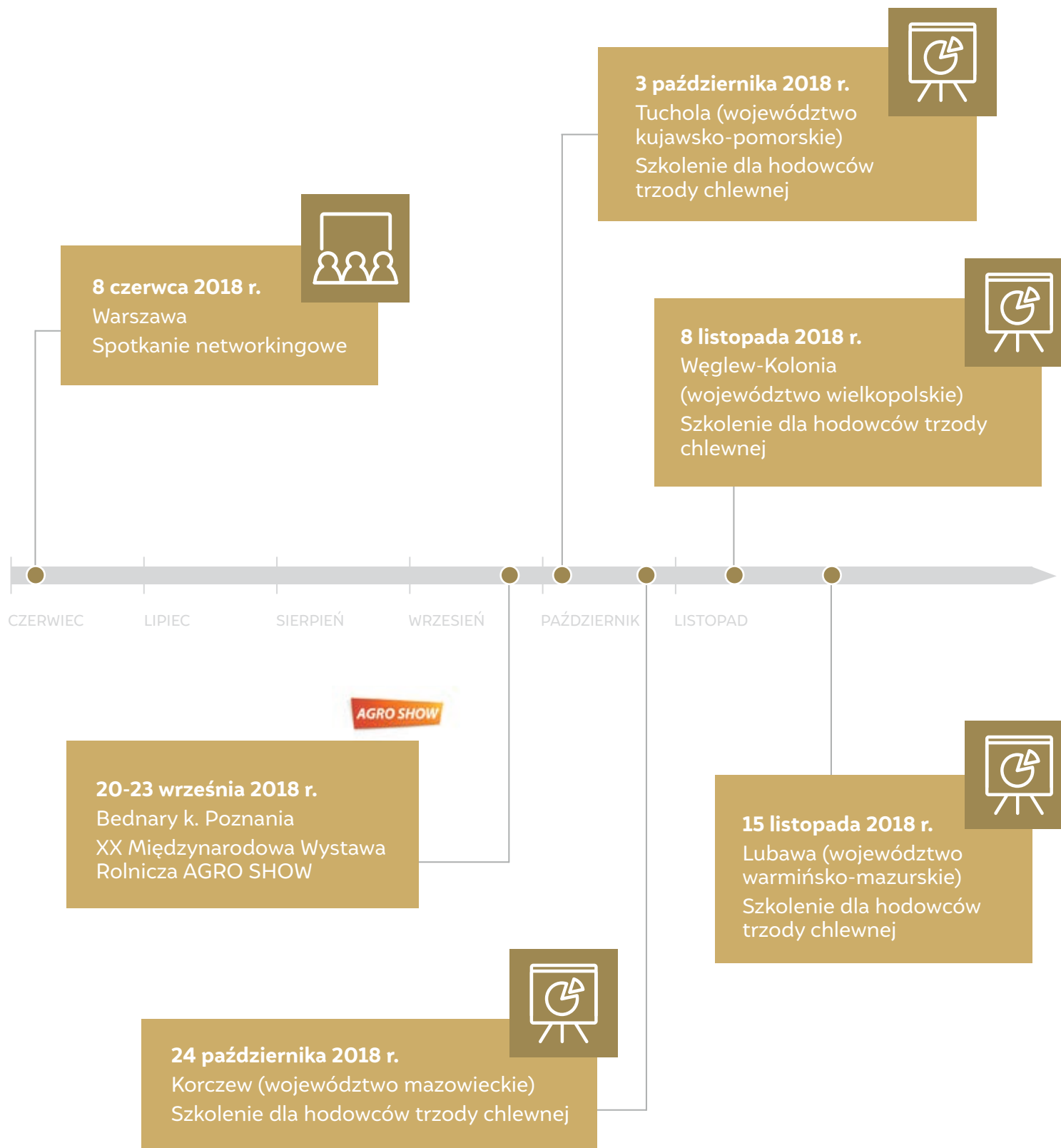


Jakość dla wymagających

Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego jest także twórcą, właścicielem i administratorem własnego systemu jakości – System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP, który określa wymagania dla wszystkich etapów produkcji wysokiej jakości kulinarnego mięsa wieprzowego, drobiowego i wędlin. Znak QAFP jest certyfikowany przez niezależne jednostki certyfikujące i nadzorowany przez Polskie Centrum Akredytacji.



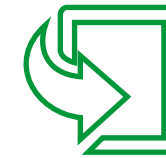
Intensywny kalendarz spotkań i szkoleń



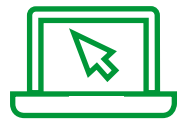
Materiały informacyjno-edukacyjne



Ulotka informacyjna



Aplikacja edukacyjna



Prezentacja informacyjno-edukacyjna



Zeszyt szkoleniowy



Kronika kampanii



Spotkanie networkingowe



KIEDY

8 czerwca 2018 roku

GDZIE

Hotel Radisson Blu
Centrum w Warszawie
przy ul. Grzybowskiej 24

Spotkanie networkingowe



KTO



Producenci



Hodowcy trzody chlewnej



Eksperci



Funkcjonowanie branży
mięsnej



Optymalizacja hodowli
i produkcji



Ekonomia produkcji
i wzrost opłacalności



Możliwości rozwoju



Budowanie
konkurencyjności



Zalety dołączenia do
systemów jakości





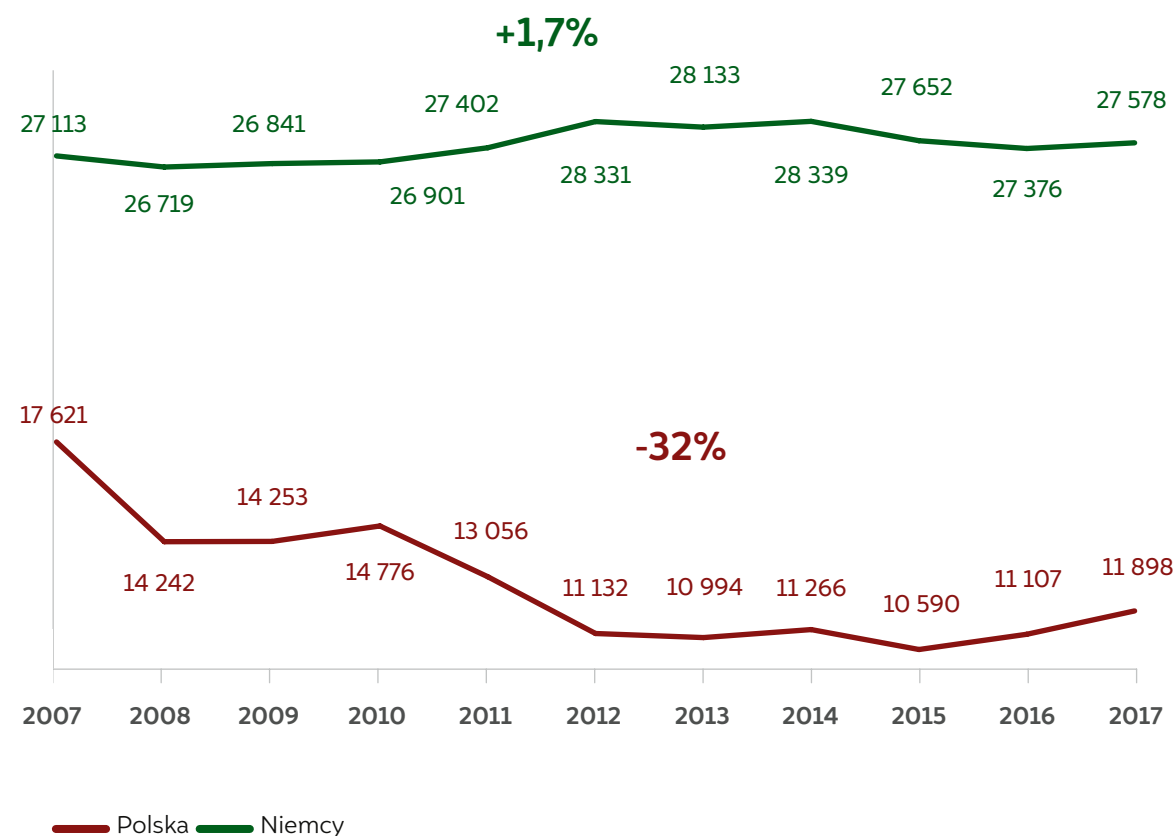
Podsumowanie spotkania networkingowego

OPTIMALIZACJA WYMAGA WSPÓŁPRACY I ROZWOJU

Zgodnie z danymi Głównego Urzędu Statystycznego w ciągu ostatnich 10 lat pogłowie trzody chlewnej w Polsce spadło o 32%, do poziomu 11,9 mln sztuk na koniec 2017 roku. Jeszcze większy spadek widoczny jest w pogłowie loch, których liczebność w analogicznym okresie spadła o 42% do poziomu 909 tys. szt. W efekcie na koniec 2016 roku Polska była szóstym producentem trzody chlewnej w Unii Europejskiej wobec trzeciej pozycji w roku 2010. Czy ta sytuacja oznacza koniec produkcji żywca wieprzowego w Polsce? Co możemy zrobić w celu zmiany obserwowanych negatywnych trendów?



Wykres nr. 1
Pogłowie trzody chlewnej (tys. szt.)



Źródło:
GUS, Eurostat



Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego obserwując krajowe trendy w produkcji trzody chlewnej rozpoczęła projekt Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej, którego głównym celem jest wzrost świadomości hodowców w zakresie optymalizacji produkcji, ekonomiki, możliwości rozbudowy chlewni w świetle obowiązujących przepisów prawa oraz znaczenia produkcji w systemach jakości jako możliwości budowania konkurencyjności na rynku.

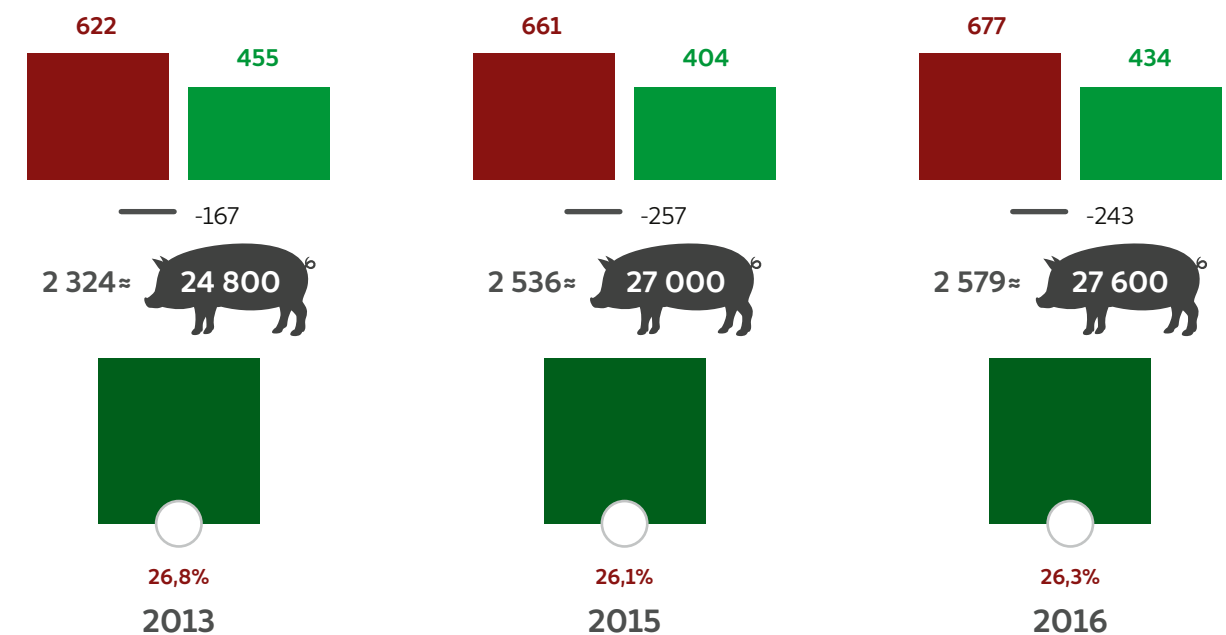
Zanim jednak przeanalizujemy sytuację producentów trzody poszukajmy odpowiedzi na pytanie jaki jest trend na rynku międzynarodowym, czy popyt na wieprzowinę pozwala zwiększać jej produkcję. Dane dotyczące rynku Unii Europejskiej i rynku światowego wskazują na średnie

spożycie mięsa wieprzowego na osobę na poziomie odpowiednio 32,3 kg i 12,2 kg i utrzymują się na tym poziomie od kilku lat. Jeżeli dodamy do tego rosnącą liczbę ludności na świecie to dochodzimy do wniosku, że popyt na wieprzowinę ma tendencję wzrostową i nie ma przesłanek do ograniczania produkcji wieprzowiny. W praktyce oznacza to, że zapotrzebowanie na surowiec po stronie przetwórców będzie raczej rosło.

Zobaczmy jak ta sytuacja wygląda w Polsce, czy zapotrzebowanie na surowiec daje polskim rolnikom możliwość sprzedaży żywca. Na podstawie danych GUS i Ministerstwa Finansów można oszacować, że w 2016 roku do polskich przetwórców trafiło w sumie 2,6 milionów ton mięsa wieprzowego, co oznacza wzrost w stosunku do roku 2013 o blisko 11%.



Rysunek nr. 1
Czy w Polsce jest miejsce na trzodę chlewną?



- wolumen mięsa, które trafia do przetwórstwa (tys. t)
- import mięsa (tys. t)
- eksport mięsa (tys. t)
- udział importu w wolumenie przetwarzanego mięsa
- bilans handlu zagranicznego (tys. t)

Źródło:
obliczenia własne na podstawie danych
GUS i Ministerstwa Finansów



W praktyce oznacza to, że polscy przetwórcy potrzebują rocznie ok. 27,6 milionów tuczników. Producenci żywca wieprzowego w Polsce są w stanie zapewnić tylko 72% tego zapotrzebowania (ok. 20 milionów tuczników), co w efekcie zmusza do importu mięsa z innych krajów. Utrzymanie takiego stanu rzeczy może prowadzić do dalszego wzrostu importu. Szczególnie, że w innych krajach kondycja sektora produkcji trzody chlewnej jest znacznie lepsza niż w Polsce. Ilustrują to choćby dane z rynku niemieckiego. Według Eurostat-u pogłowie trzody chlewnej w Niemczech na koniec 2017 roku było na poziomie 27,6 miliona sztuk (wobec 11,9 miliona w Polsce) wykazując lekką tendencję wzrostową.

Dlaczego dwa sąsiadujące rynki tak bardzo różnią się od siebie? Dlaczego w Niemczech można utrzymywać wysoką produkcję trzody, a w Polsce od dłuższego czasu obserwujemy tendencję spadkową? Jednym z bardzo często pojawiających się argumentów na spadek produkcji żywca jest niska opłacalność produkcji lub wręcz jej brak. Z czego wynika ten brak opłacalności? Można byłoby powiedzieć, że z niskich cen skupu. Działanie zatem mogłoby być bardzo proste, podnieśmy ceny skupu. Musimy jednak pamiętać,

że ceny kształtują się pod wpływem zmian sytuacji na rynku światowym, więc nie jest możliwe aby Polska na poziomie lokalnym kreowała ceny żywca. Warto też pamiętać, że przetwórcy również mają swoje wyzwania – pracują na niskich marżach i również walczą o utrzymanie rentowności swojej produkcji.

Warto pamiętać, że rentowność to nie tylko wynik cen skupu, ale także, a może przede wszystkim poziomu kosztów i ich racjonalności. I nie chodzi tu tylko za ile kupujemy pasze, ale jak je wykorzystujemy w gospodarstwie i jakie efekty uzyskujemy, czyli np. jaki mamy koszt paszy na kg przyrostu tuczniaka.

Zróbmy prosty rachunek. Załóżmy, że mamy dwa gospodarstwa, w jednym zużycie paszy na kg przyrostu wynosi 2,7 kg a w drugim 3,1 kg, co przy docelowej wadze tuczniaka 120 kg oznacza łączny koszt paszy odpowiednio 351,54 PLN i 403,62 PLN (zakładana cena kg paszy wynosi 1,09 PLN). W efekcie uzyskujemy różnicę w kosztach paszy na jednego tuczniaka na poziomie 52,08 PLN. W skali jednego tuczniaka to może niewiele, ale przy produkcji 1000 tuczników w roku to ponad 52 tys. PLN.

	WYŻSZA EFEKTYWNOŚĆ PRODUKCJI	NIŻSZA EFEKTYWNOŚĆ PRODUKCJI
CENA PASZY ZŁ/KG	1,09	1,09
ZUŻYCIE PASZY NA KG/PRZYROSTU	2,7	3,1
KOSZT PASZY NA TUCZNIKA 120 kg	351,54	403,62

różnica: 52,08

52,08

1 tuczniaka

X

1 000

tuczników

=

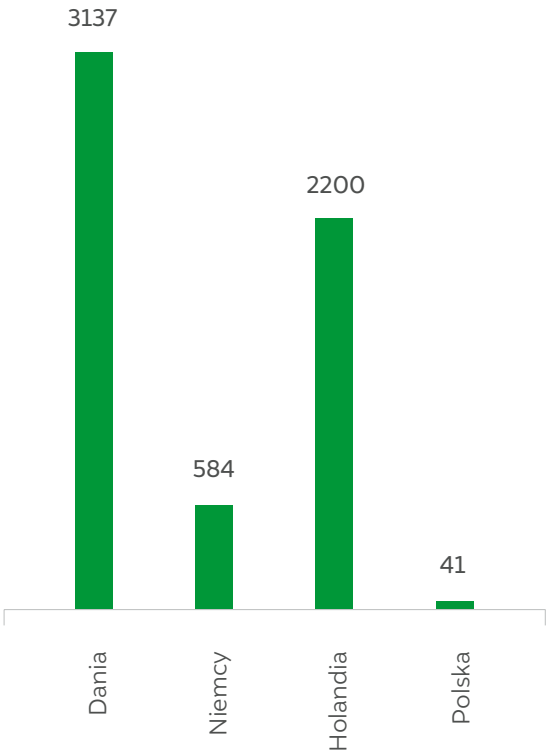
52 080 PLN

Aby jednak zarządzać kosztami potrzebujemy odpowiedniej informacji, której w wielu gospodarstwach brakuje. Po drugie poprawa efektywności produkcji bardzo często wymaga stosowania nowoczesnych rozwiązań w procesie produkcji, a to wiąże się z inwestycjami. Dzisiaj nie mamy problemu z dostępem do nowoczesnych technologii, wyzwaniem jest jednak skala produkcji. Wielu z dostępnych rozwiązań nie możemy zastosować, ze względu na zbyt małą skalę produkcji, bo będzie to po prostu nieopłacalne.

Według badań Eurostat-u średnia wielkość stada w 2013 r. w Polsce wynosiła 41 szt., podczas gdy w Niemczech było to 584 szt. w Danii 3.137 szt., a w Holandii 2.200 szt. Z badań struktury produkcji przeprowadzonych w 2016 r. wynika wzrost średniej liczby zwierząt w stadzie – do ok. 70 szt. – jednak nadal w tym obszarze mamy bardzo dużo do zrobienia. Co istotne, w Polsce również mamy towarowe gospodarstwa producentów trzody, problemem jest jednak fakt, że jest ich bardzo mało.



Wykres nr. 2
Średnia wielkość stada

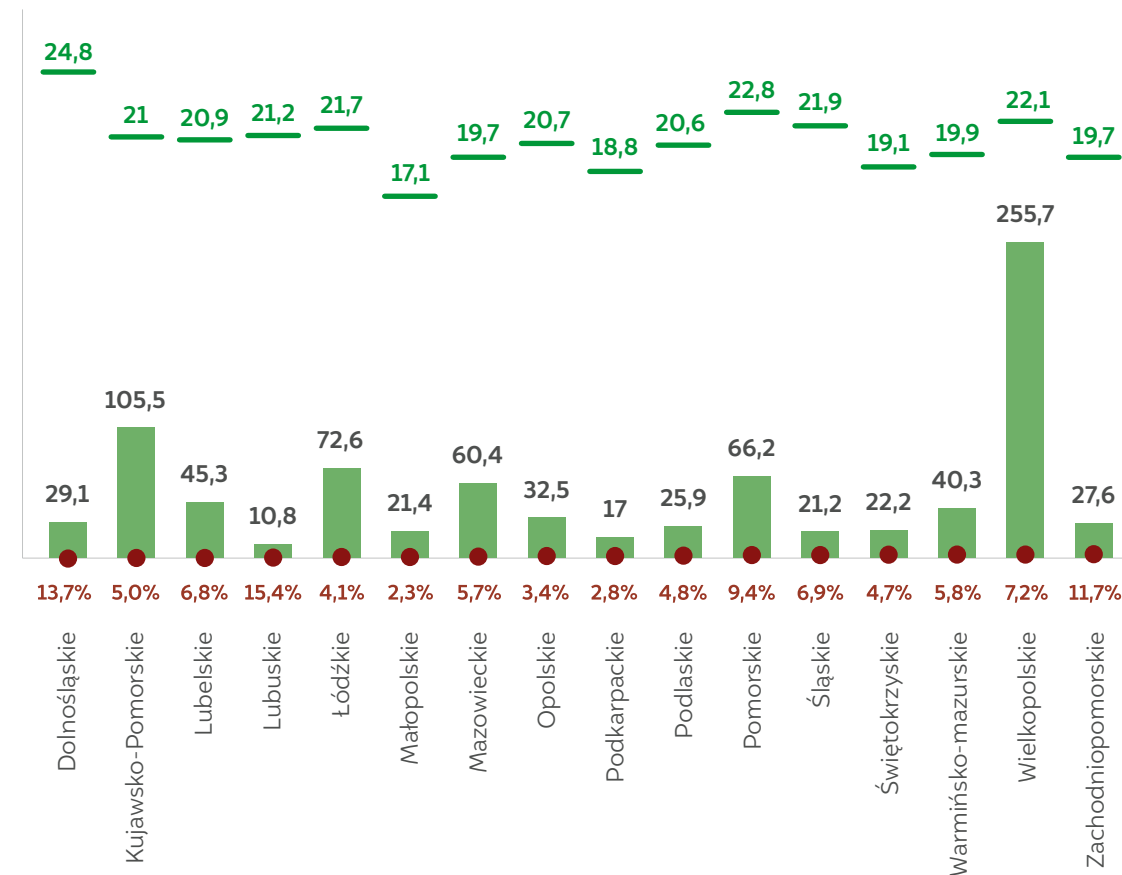


Źródło:
Eurostat, 2013





Wykres nr. 3
Pogłowie loch i urodzenia prosiąt wg województw



■ pogłowie loch w tys. szt. ● padnięcia prosiąt (% urodzonych) ■ urodzenia prosiąt/lochę

Źródło:
GUS

Duża skala działalności to nie tylko możliwość efektywnej produkcji, ale także znacznie większe możliwości współpracy z przetwórcami. Oczekiwania przetwórców skupiają się dzisiaj na zapewnieniu surowca w odpowiedniej skali i wysokiej, powtarzalnej jakości. Duża skala produkcji stawia

nas też w znacznie lepszej sytuacji w stosunku do dostawców pasz i innych środków do produkcji rolnej. Zakupy w dużej skali możemy realizować z pominięciem pośredników, mamy też szansę na negocjacje cen.



Rysunek nr. 2
Jakie możliwości daje odpowiednia skala produkcji



- ISTOTNY PARTNER DLA DOSTAWCY
- MOŻLIWOŚĆ NEGOCJACJI CEN
- MOŻLIWOŚĆ SAMODZIELNEGO PRZYGOTOWANIA PASZY – WŁASNA MIESZALNIA



- MOŻLIWOŚĆ ZARZĄDZANIA KOSZTAMI
- MOŻLIWOŚĆ KORZYSTANIA Z NOWOCZESNYCH TECHNOLOGII
- NIŻSZA WRAŻLIWOŚĆ NA ZMIANY CEN NA RYNKU
- MOŻLIWOŚĆ ZARZĄDZANIA PRODUKCJĄ
- WYŻSZA EFEKTYWNOŚĆ PRODUKCJI
- MOŻLIWOŚĆ ROZWOJU



- MOŻLIWOŚĆ WSPÓŁPRACY BEZPOŚREDNIO Z UBOJNIĄ/PRZETWÓRCĄ, BEZ UDZIAŁU POŚREDNIKÓW
- MOŻLIWOŚĆ SPEŁNIENIA OCZEKIWAŃ ODBIORCY – STAŁE DOSTAWY W POWTARZALNEJ JAKOŚCI I W ODPOWIEDNIEJ SKALI
- MOŻLIWOŚĆ NEGOCJOWANIA CENY

SZUKAJMY OPŁACALNOŚCI WE WSPÓŁPRACY

Na koniec wróćmy jeszcze do konsumentów. Popyt to jedna rzecz, ale nie możemy zapominać o zmieniających się oczekiwaniach konsumentów. Chodzi tu głównie o poziom świadomości i oczekiwania w zakresie jakości. Dzisiaj duża część konsumentów zwraca uwagę na etykiety i skład nabywanych produktów. To są wyzwania, którym muszą sprostać przetwórcy. Nie będzie to jednak możliwe bez surowca o wysokiej jakości. Inna bardzo ważna kwestia to wiarygodność

jakości oferowanych produktów. Konsument chce wiedzieć, że to co kupuje faktycznie takie jest. I tu kłania się temat systemów jakości, które są powszechne w innych dziedzinach, natomiast w produkcji rolnej w Polsce zaczynają dopiero budować swoją pozycję. Jednym z takich systemów jest system QAFP, którego celem jest budowanie wiarygodności uczestników łańcucha żywnościowego w oczach konsumenta.



Rysunek nr. 1 Oczekiwania rynku czyli konsumentów – jakość, powtarzalność



BARDZIEJ ŚWIADOMY
KONSUMENT
OCZEKUJE WIARYGODNEJ JAKOŚCI



PRZETWÓRCA POTRZEBUJE
DOBREGO SUROWCA ABY
SPEŁNIĆ OCZEKIWANIA
KONSUMENTA



BEZ ODPOWIEDNIEGO
ZARZĄDZANIA PRODUKCJĄ
NIE MA SZANS NA SUROWIEC
W POWTARZALNEJ JAKOŚCI



W swojej strategii system zakłada wypracowanie narzędzi kooperacji, konsolidacji zarówno poziomej pomiędzy poszczególnymi producentami trzody chlewnej łączącymi się w grupy producentów, a następnie w spółdzielnie oraz pionowej pomiędzy grupami producentów, a zakładami co zapewniłoby standaryzację produkcji, stałość

dostaw surowca, a także zwiększenie konkurencyjności polskiego mięsa wieprzowego poprzez zapewnioną jakość i powtarzalność. W tym obszarze mamy jeszcze bardzo dużo do zrobienia, szczególnie, że podobne systemy jakości działają w innych krajach już od wielu lat. Chcąc zatem działać na rynkach międzynarodowych musimy

podążać za tymi trendami.

Reasumując, na obecną sytuację można patrzeć z dwóch stron. Z jednej strony sytuacja jest trudna i mamy wiele wyzwań, ale z drugiej strony, te wyzwania to nasze szanse do poprawy obecnej sytuacji. Wykorzystanie tych rezerw daje nam możliwość zbudowania w Polsce produkcji trzody chlewnej w skali porównywalnej do innych krajów. I do takich wniosków doszli uczestnicy spotkania networkingowego, które odbyło się 8 czerwca br. w Hotelu Radisson w Warszawie. W ramach projektu prowadzonego przez

UPEMI producenci trzody chlewnej spotkali się z przedstawicielami branży mięsnej i dyskutowali o perspektywach wzrostu opłacalności hodowli trzody chlewnej w kontekście funkcjonowania branży oraz budowania konkurencyjności polskiej wieprzowiny.

Autor:

Piotr Domagała

**dyrektor ds. strategii, produktów
i rozwoju agrobiznesu**

**Bank Zachodni WBK S.A.,
obecnie Santander Consumer Bank**





Międzynarodowa Wystawa Rolnicza AGRO SHOW



Międzynarodowa Wystawa Rolnicza AGRO SHOW

KIEDY

20-23 września 2018 r.

GDZIE

Bednary k. Poznania



KTO



Hodowcy trzody chlewnej



Eksperci



Optymalizacja hodowli i produkcji



Ekonomia produkcji i wzrost opłacalności



Możliwości rozwoju



Budowanie konkurencyjności



Zalety dołączenia do systemów jakości





PROFIL HODOWCY

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW

Produkcja trzody chlewnej to dzisiaj działalność ciesząca się coraz mniejszym zainteresowaniem i dosyć ryzykowne zajęcie. Wiele hodowców dostrzegając trudną sytuację w branży, brak stabilności cenowej oraz niekorzystne uwarunkowania zewnętrzne zastanawia się nad rezygnacją z prowadzenia produkcji żywca, ale są i tacy, którzy dostrzegają jej opłacalność. Jednak aby tak było hodowca musi szczegółowo kalkulować zyski i straty, szacować obszary, w których można oszczędzić i takie, które należy zoptymalizować, by zwiększyć opłacalność hodowli. Wymaga to od hodowcy ciągłego doskonalenia i poszukiwania nowych wiadomości i informacji w różnych zakresach i obszarach prowadzenia hodowli.

Ważną rolę w tym odgrywa internet, który występuje jako główny nowoczesny nośnik wiedzy. Według badań przeprowadzonych przez instytucję „Polskie Badania Internetu” w marcu 2018 r. z sieci korzystało 28,2 mln Polaków, w tym 13,8 mln kobiet oraz 14,4 mln mężczyzn, którzy wygenerowali łącznie 57,7 mld odsłon. Z raportu Gemius/BPI wynika, że Polacy poświęcają na przeglądanie internetu średnio 2 godziny i 6 minut dziennie.

Także badania zaufania przeprowadzone przez ARC Rynek i Opinia wskazują, że portale spe-

cialistyczne, fora internetowe i portale ogólnoeconomiczne to dla Polaków najlepsze źródła wiarygodnych informacji. Zarówno wśród ankietowanych w wieku do 24 lat oraz powyżej – prasa, radio i telewizja ciszą się mniejszą popularnością niż źródła internetowe.

Realizując projekt edukacyjno-promocyjny pt. „Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej” UPEMI postanowiło przeprowadzić ankietę wśród hodowców, która odpowiadałaby na pytania zarówno o zakres wiedzy jaka najbardziej jest potrzebna polskim hodowcom, by zwiększyć opłacalność i rentowność hodowli oraz gdzie tej wiedzy poszukują najczęściej by ewentualnie skupić się w przyszłości na działaniach edukacyjno-informacyjnych w takich kanałach komunikacyjnych, które przez rolników rzeczywiście są wykorzystywane w codziennej pracy.

Ankietę przeprowadzili pracownicy UPEMI podczas targów AGRO SHOW Bednary w dniach 20-23 września 2018 roku. Rozdano ponad 200 ankiet, a w badaniu udział wzięło 43 anonimowych respondentów. Badanie skierowane było do hodowców trzody chlewnej i zawierało 7 pytań.

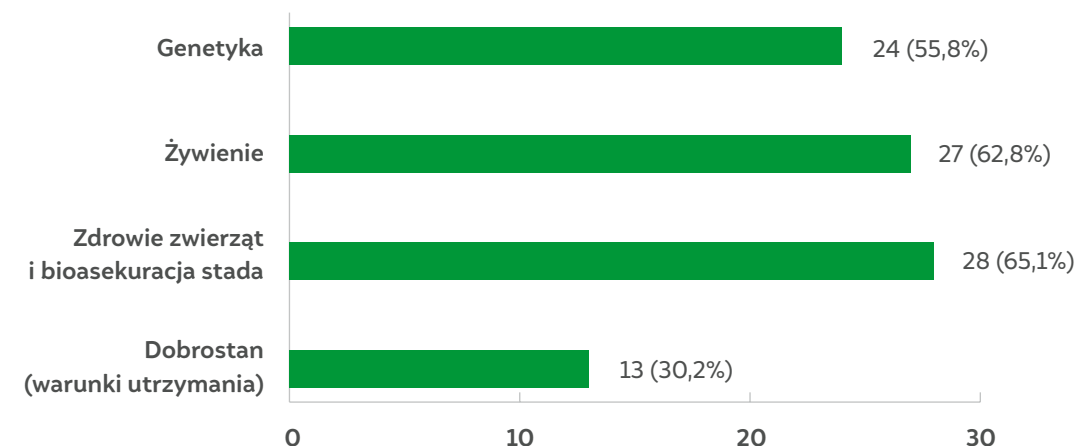
PROFIL HODOWCY

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW



Wykres nr. 4
Jakie dziedziny wiedzy związane z hodowlą zwierząt interesują Cię najbardziej? (wielokrotny wybór)

43 odpowiedzi



Na pytanie o dziedziny wiedzy związane z hodowlą zwierząt, które najbardziej interesują hodowcę możliwe były 4 odpowiedzi. Szczegółowy rozkład odpowiedzi przedstawia wykres powyżej, z którego wynika, że najważniejsze są aż trzy obszary informacji – zdrowie zwierząt i bioasekuracja stada (65% odpowiedzi), żywienie (62%) i genetyka (55,8%). Najistotniejszy z punktu widzenia hodowców zakres wiedzy dotyczący zdrowia i bioasekuracji jest wynikiem rozprzestrzeniania się od kilku lat wirusa ASF, którego nowe ogniska pomimo licznych prób zatrzymania

choroby nadal pojawiają się na terenie kraju. Z kolei obszar genetyki i żywienia jest interesujący z uwagi na uzyskanie odpowiedniej jakości mięsa, a co więcej żywienie to obszar gdzie najłatwiej zoptymalizować koszty produkcji. Hodowcy okazali się najmniej zainteresowani tematyką dobrostanu, związaną z warunkami utrzymania zwierząt. Może to wynikać z faktu, że od kilku lat są wdrażane wymagania dotyczące cross compliance wymagane przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa.





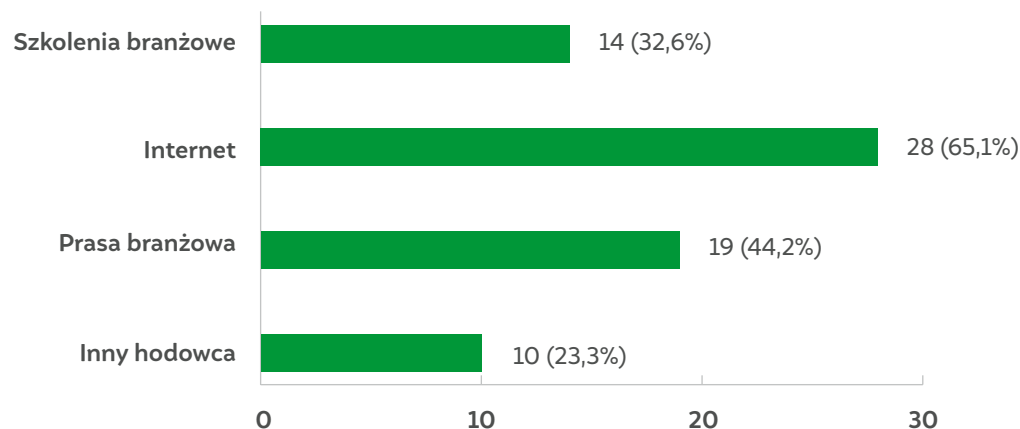
PROFIL HODOWCY

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW



Wykres nr. 5
Gdzie szukasz dodatkowych informacji na temat hodowli i jej optymalizacji? (wielokrotny wybór)

43 odpowiedzi



Pytanie o źródła wiedzy hodowców potwierdziło ogólną tendencję pozyskiwania informacji w czasach globalnej informatyzacji i powszechnego dostępu do mediów elektronicznych. Najwięcej, bo aż 65% respondentów, wskazało internet. Tendencję tę potwierdzają liczne badania, które wskazują, że źródła internetowe cieszą się największym zaufaniem wśród Polaków. Z badań ARC Rynek i Opinie z maja 2018 r. wynika, że najwięcej (43%) respondentów w grupie wiekowej 25-34 lata ufa portalom specjalistycznym, 38% forum dyskusyjnym, 29% portalom ekonomicznym.

Radio, telewizja i prasa uplasowały się na dalszych miejscach.

Równie ważna w pozyskiwaniu informacji okazała się prasa branżowa, wskazało ją 44% ankietowanych. Na polskim rynku dostępnych jest ponad 60 tytułów poświęconych tematyce rolniczej. Nakład największych z nich sięga miesięcznie 50 000 egzemplarzy. Nie mniej ważne są dla hodowców szkolenia branżowe (32,6% odpowiedzi). Zaś najmniej popularnym źródłem wiedzy są doświadczenia innych osób z tej samej branży.



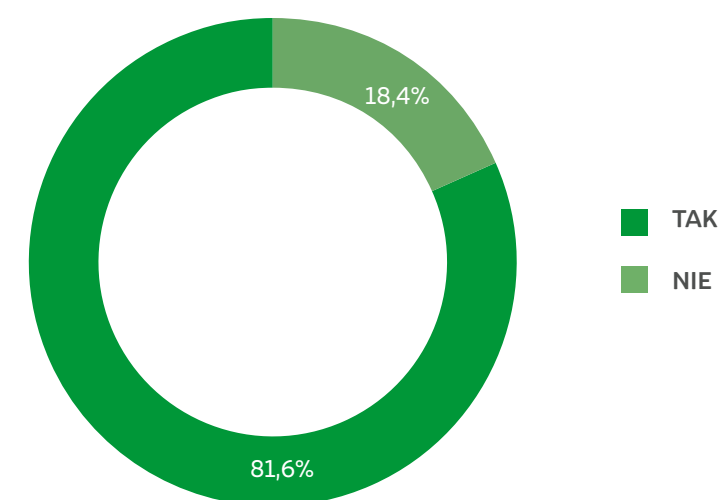
PROFIL HODOWCY

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW



Wykres nr. 6
Czy dane zawarte we wskazanych źródłach uważasz za adekwatne w kontekście Twojej hodowli?

38 odpowiedzi



Kolejne pytanie stanowiło doprecyzowanie poprzedniego i ankietowani poproszeni zostali o ocenienie przydatności zdobywanej wiedzy w prowadzeniu hodowli. Odpowiedzi udzieliło 38 respondentów spośród 43. Zdecydowana większość, bo prawie 82%, wskazała, że informacje, które pozyskują z internetu, pism branżowych

czy szkoleń są dla nich użyteczne. Jednak 18% ankietowanych uznaje pozyskiwane informacje za niewłaściwe i nieodpowiadające ich oczekiwaniom. Dodając do tego osoby niezdecydowane, które nie udzieliły odpowiedzi, należy wnioskować, że jest całkiem spora grupa osób, która nie może natrafić na interesujące informacje.





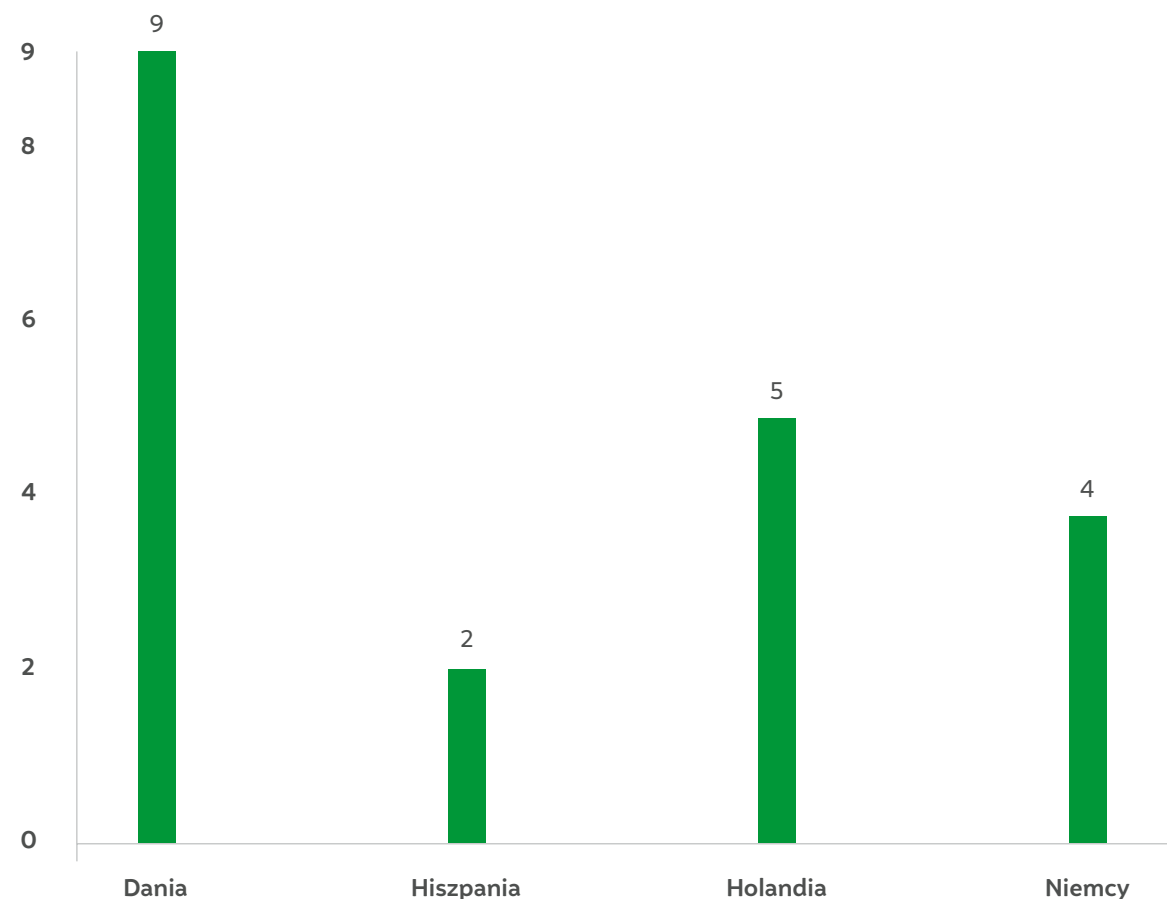
PROFIL HODOWCY

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas
Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW



Wykres nr. 7
**Jaki kraj pod względem rozwoju hodowli uważasz
za najbardziej innowacyjny? (możliwość wskazania kilku krajów)**

16 odpowiedzi



Znając uwarunkowania makroekonomiczne i gospodarcze prowadzenia hodowli trzody w Polsce oraz wiedząc z jakimi hodowcy borykają się problemami na co dzień kolejne pytanie dotyczyło wskazania kraju, który ich zdaniem jest najbardziej innowacyjny w zakresie rozwoju hodowli. Nie wszyscy ankietowani wskazali taki wzorcowy ich zdaniem kraj, na pytanie odpowiedziało jedynie 16 hodowców, a niektórzy podawali więcej niż jedno państwo. Najczęściej za wzorzec innowacyjnej hodowli stawiania była Dania – aż 9 razy. Holandia 5 razy, Niemcy 4 i Hiszpania z 2 głosami.

Nie bez powodu państwa te wymieniane są jako wzorcowe, potrafiły bowiem znaleźć metody na tanie i efektywne żywienie, a co ważne spełniają wszystkie wymagania, które narzuca Unia Europejska odnośnie m.in. warunków utrzymania, wielkości kójców, czy mikroklimatu.

Należy również zaznaczyć, że struktura hodowli trzody chlewnej Danii jest całkowicie odmienna od naszej krajowej. Sektor produkcji trzody chlewnej jest bardzo skoncentrowany, a dzięki efektowi skali możliwe maksymalne obniżenie kosztów.



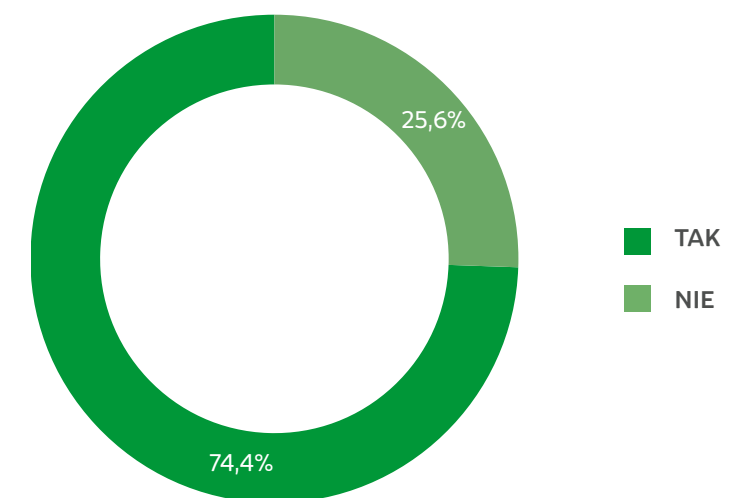
PROFIL HODOWCY

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas
Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW



Wykres nr. 8
**Czy w przeciągu ostatnich 2 lat dokonałeś istotnej
zmiany w swojej hodowli?**

43 odpowiedzi



Kolejne trzy pytania odnosiły się do przełożenia zdobywanej wiedzy i informacji na codzienną pracę. Na pytanie o istotne zmiany dokonane w hodowli w ostatnich 2 latach większość ankietowanych (74,4%) odpowiedziała twierdząco. Ale 1/3 respondentów na przestrzeni tego okresu nie dokonała żadnych zmian, co z pewnością nie przyczyniło się do wzrostu opłacalności hodowli.

1/3 respondentów na przestrzeni tego okresu nie dokonała żadnych zmian, co z pewnością nie przyczyniło się do wzrostu opłacalności hodowli.





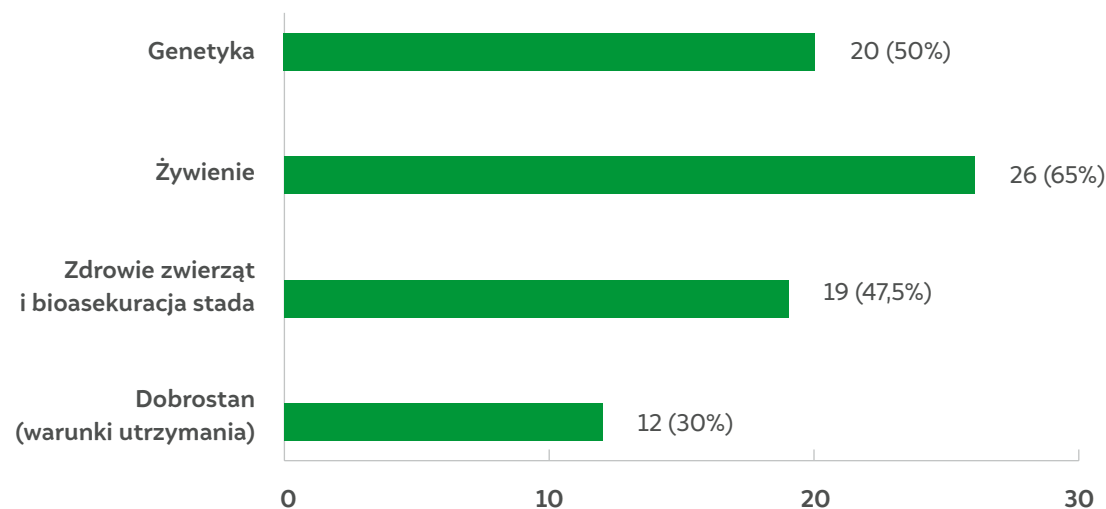
PROFIL HODOWCY

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas
Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW



Wykres nr. 9
W jakiej dziedzinie szczególnie rozwijasz hodowlę?

40 odpowiedzi



Jednocześnie 40 ankietowanych na 43 wskazało obszary w jakich rozwija swoje hodowle. Najwięcej hodowców, 65% respondentów, zadeklarowało rozwój produkcji w obszarze żywienia. 50% respondentów (20 osób) wprowadza udogodnienia w zakresie genetyki, a 47% ulepsza swoje gospodarstwo dokonując zmian w dziedzinie zdrowia zwierząt i bioasekuracji stada. Warunki utrzymania, dobrostan zwierząt aspekt istotny tylko dla 30% hodowców. Taki nacisk na

problematykę żywienia potwierdza, że w dobie niestabilnego rynku zbytu, niezbędna jest ścisła kontrola wydatków i racjonalizacja żywienia zwierząt. Precyzyjnie zbilansowana pasza zapewni bowiem optymalny wzrost i dobrą kondycję zwierząt. Należy jednak pamiętać, że każdy z 4 wymienionych w odpowiedziach czynników jest istotny w procesie produkcji i nie powinien być zaniedbywany.



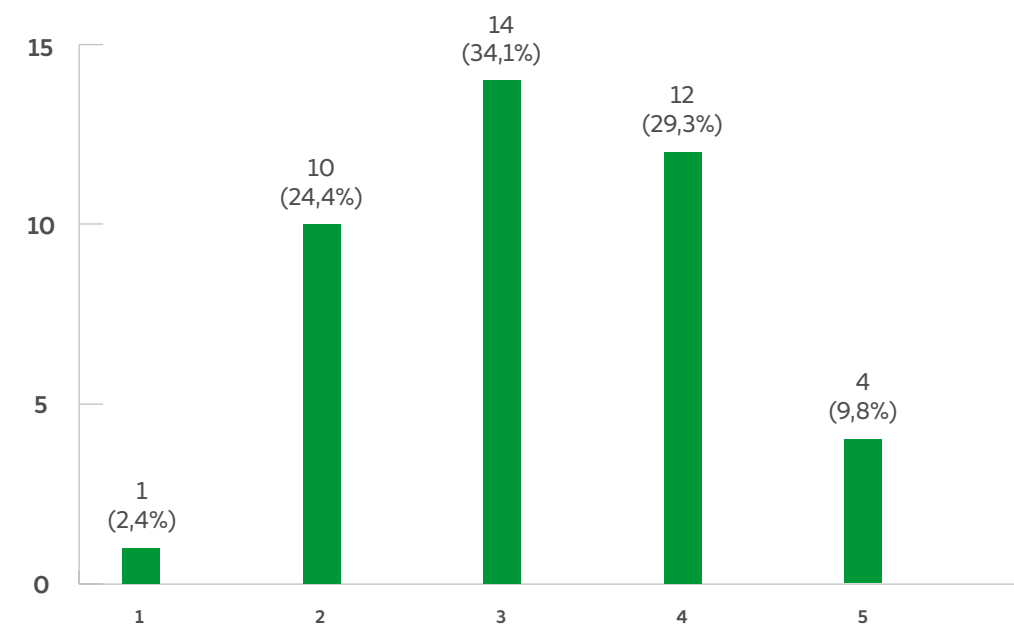
PROFIL HODOWCY

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas
Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW



Wykres nr. 10
Czy uważasz swoją hodowlę za innowacyjną?
Określ w skali 1 (mało innowacyjna) – 5 (bardzo innowacyjna)

41 odpowiedzi



W ostatnim pytaniu hodowcy zostali poproszeni o określenie poziomu innowacyjności swojego gospodarstwa w skali od 1 (mało innowacyjne) do 5 (bardzo innowacyjne). 34% ankietowanych oceniło swoją hodowlę na przeciętnie innowacyjną (3), 39% hodowców oceniło swoje hodowle

jako innowacyjne i bardzo innowacyjne. Ale aż prawie 27% ankietowanych oceniło własne hodowle jako raczej nieinnowacyjne. Wyniki wskazują, że 2/3 hodowców stara się zmieniać sposób i podejście do produkcji trzody na bardziej nowoczesne.



PROFIL HODOWCY – WNIOSKI

Wyniki ankiety przeprowadzonej podczas Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW

Wyniki badań pokazują, że najbardziej interesującym hodowców tematem związanym z prowadzeniem hodowli były kwestie związane z bioasekuracją stada. Jest to zrozumiałe z uwagi na sytuację z ASF, gdzie wystąpienie choroby na danym terenie powoduje restrykcje i konieczność likwidacji zakażonych stad. A takie rozwiązania pociągają za sobą skutki ekonomiczne i społeczne.

Badanie pokazało także, że prawie ¾ respondentów (74%) w ostatnich 2 lat dokonało istotnej zmiany swojej hodowli. Oznacza to, że producenci trzody obserwując wnikliwie sytuację na rynku dostrzegają potrzebę doskonalenia swoich hodowli, usprawniając je i zwiększając ich rentowność.

Tematyka, która wymaga w opinii ankietowanych większej uwagi i pogłębienia wiedzy to żywienie i genetyka. Są to obszary, które odpowiednio zarządzane i zoptymalizowane przyniosą w hodowli widoczną poprawę efektywności i rentowności.

Wyniki ankiety pokazują ogólne tendencje w produkcji trzody i ogólne kierunki w jakich hodowcy upatrują swojej przewagi konkurencyjnej, ale z racji wielkości próby badawczej mogą być tylko wskazówkami do prowadzenia dalszych działań i projektów skierowanych do hodowców. Badanie pokazało, że w zakresie optymalizacji kosztów i poprawy jakości produkowanego żywca większa część hodowców jest zainteresowana pozyskaniem takich informacji.



Podsumowanie Międzynarodowej Wystawy Rolniczej AGRO SHOW



Optymalizacja produkcji a konkurencyjna jakość trzody chlewnej

Kompleksowe podejście i możliwość nadzorowania każdego etapu produkcji jest kluczem do sukcesu każdego przedsiębiorcy. Optymalizacja produkcji, jej planowanie, zarządzanie, a w końcowym etapie rozliczanie kosztów pozwala osiągnąć odpowiednią jakość, co zapewnia konkurencyjność na rynku. W produkcji trzody chlewnej istnieje stała potrzeba kontroli kosztów wytwarzania żywca, a możliwości obniżania tych kosztów są zależne od informacji jakimi dysponują hodowcy.

Odpowiadając na potrzeby producentów trzody chlewnej Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego realizuje projekt informacyjno edukacyjny – „Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej”. W ramach prowadzonych w tym programie działań UPEMI wzięło udział w jubileuszowych 20-tych targach Agro Show Bednary. W dniach 20 – 23 września wystawę, na której zaprezentowało się 750 firm z kraju i zagranicy, odwiedziło łącznie 139 tys. rolników. Dużą grupę stanowili producenci trzody chlewnej, którzy chętnie odwiedzali stoisko UPEMI. Wśród licznie odwiedzających gości znaleźli się nie tylko uczestnicy systemów jakości żywności, ale także producenci zainteresowani dopiero przystąpieniem do takich systemów, którzy po raz pierwszy zetknęli się z zagadnieniem jakości wieprzowiny.

Dla nich właśnie UPEMI zaprosiło specjalistów, którzy przedstawiali zarówno jakościowy aspekt i możliwość budowania na tej podstawie konkurencyjnej pozycji na rynku, jak i ekonomiczny wymiar hodowli.

Odpowiednie zarządzanie kosztami i jakością wymaga bowiem właściwej informacji, której w wielu gospodarstwach niestety brakuje. Zaś poprawa efektywności produkcji często wymaga stosowania nowoczesnych rozwiązań w procesie produkcji, co związane jest z kolejnymi inwestycjami. Dzisiaj nie ma już problemu z dostępem do nowoczesnych technologii, wyzwaniem pozostaje jednak dostosowanie do odpowiedniej skali produkcji. Wielu dostępnych rozwiązań nie można zastosować z uwagi na zbyt małą skalę produkcji, co czynić będzie takie działania nieopłacalnymi. Duża skala produkcji daje wprawdzie możliwości efektywnej produkcji i znacznie większych możliwości współpracy z przetwórcami, ale przede wszystkim skupia się na zapewnieniu odpowiedniej, powtarzalnej jakości surowca. Wysoka jakość żywca wieprzowego jest atutem pozwalającym na osiąganie sukcesów, także dochodowych. Niezależnie jednak od skali przedsięwzięcia, produkcja świń powinna opierać się na planowaniu procesu produkcji, bieżącym kontrolowaniu produkcji i racjonalnym podejmowaniu decyzji.

Trudna sytuacja na polskim rynku wieprzowiny, zagrożenia związane z ASF i nie najlepsza



sytuacja cenowa uderzająca przede wszystkim w drobnych hodowców zdominowały jednak tematy rozmów na stoisku. Wielu małych producentów szuka rozwiązań pośród ofert tuczu nakładczego. Ale tu pojawiają się pułapki i zagrożenia ze strony nieuczciwych kontrahentów, wpisujących do umów np. zabezpieczenia w postaci ziemi. Inną, nieuczciwą praktyką bywa także ustawienie parametrów odchovu, które ciężko spełnić, zwłaszcza przy niskiej wartości hodowlanej dostarczonego materiału zwierzęcego.

Nie dziwi zatem zainteresowanie systemami jakości produkcji żywności, które dają gwarancję budowania przewagi konkurencyjnej. Producenci mają w tym przypadku oczekiwania głównie wyższej ceny, ale również łatwości sprzedaży i stabilności cen. Argumenty o zachowaniu krajowego charakteru systemu, dążeniu do konsolidacji branży i oddziaływaniu na preferencje konsumenta, znajdowały zrozumienie u właścicieli dużych stad świń. Młodzi hodowcy, funkcjonujący już całkowicie w realiach gospodarki rynkowej wyrażali największe poparcie dla realizacji celów przyjętych przez systemy jakości.

Duża część producentów skarżyła się na brak opłacalności chowu trzody i upatrywała takiej sytuacji jedynie w niskiej cenie surowca w skupie. Jednak należy pamiętać, że ceny żywca kształtują się nie na poziomie lokalnym, a pod wpływem zmian na rynkach światowych. Opłacalność hodowli, stanowiąca stosunek uzyskanej produkcji do poniesionych kosztów, zależy od wielu czynników produkcyjno-hodowlanych i ekonomicznych, takich jak: wielkość stada, ilość prosiąt, średnie dzienne przyrosty w tuczu, koszty żywienia, koszty usług weterynaryjnych, koszty energii elektrycznej czy wody. Producenci pytani o konkretne koszty w poszczególnych kategoriach kosztowych, rzadko potrafili wskazać konkretne kwoty. Większość potrafiła określić jedynie ogólnie orientacyjne koszty, nie mając świadomości jaki udział w nich mają poszczególne składowe. Producenci trzody chlewnej jako najbardziej kosztochłonny element chowu trafnie wskazywali żywienie zwierząt. Tylko niektórzy hodowcy zdawali sobie przy tym sprawę, że koszty uwarunkowane są tu koncentracją białka i energii oraz ich strawnością, a efekt limituje odpowiedni skład aminokwasów. Należy zauważyć, że to wła-

śnie gospodarka paszowa jest głównym polem ograniczania kosztów chodu trzody chlewnej. To koszt żywienia decyduje w głównej mierze o opłacalności produkcji żywca wieprzowego.

Dla rozwijających swoją produkcję producentów, oczywista była konieczność ponoszenia wysokich kosztów inwestycyjnych związanych z systemami bezściołowymi, wentylacją czy ogrzewaniem, jako rozwiązaniami gwarantującymi niski koszt operacyjny. Bardziej istotne było dla nich na jakie rozwiązania powinni się już dzisiaj nastawić. Jakie ograniczenia wynikające z przepisów będą obowiązywać w niedalekiej przyszłości?

Zakres pytań i zagadnień jakie interesowały odwiedzających stoisko UPEMI hodowców świadczy o tym, że temat optymalizacji produkcji jest bardzo interesujący, a ilość opracowań w tym zakresie wciąż niewystarczająca. Dlatego przedstawiciele UPEMI zachęcali do udziału w bezpłatnych szkoleniach zaplanowanych na październik i listopad tego roku, poświęconych właśnie szeroko rozumianym zagadnieniom z zakresu jakości i optymalizacji produkcji trzody chlewnej. Będą one elementem kampanii promocyjno-informacyjnej finansowanej ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego. W trakcie 6. godzinnych zajęć poruszone będą właśnie kwestie opłacalności produkcji i elementów decydujących o poziomie ponoszonych kosztów. Uwzględniono w nich także problematykę bioasekuracji i zdrowia świń.

Materiał powstał w ramach projektu finansowanego z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego.

Jacek Walczak,
Instytut Zootechniki PIB



Szkolenia dla hodowców trzody chlewnej



Funkcjonowanie branży mięsnej



Uwarunkowanie krajowej produkcji trzody chlewnej



Optymalizacja hodowli i produkcji



Ekonomika produkcji i wzrost opłacalności



Zdrowie zwierząt i bioasekuracja stada



Genetyka i rozród



Żywienie



Jakość wieprzowiny



Warunki utrzymania



Mikroklimat pomieszczeń inwentarskich



Ochrona środowiska w chowie świń



Możliwości rozwoju



Budowanie konkurencyjności



Zalety dołączenia do systemów jakości



Dzielenie się wiedzą i doświadczeniem





Szkolenia dla hodowców trzody chlewnej



„Funkcjonujemy na wspólnym rynku, na rynku globalnym. Nie możemy zostawać w tyle z naszą produkcją. Musimy naszą wiedzę zawsze pogłębiać i uczestniczyć m.in. w szkoleniach po to, aby móc konkurować z gospodarstwami czy producentami z rynków zachodnich. Największy wpływ na jakość naszych hodowli ma czynnik żywieniowy, ponieważ generuje on główne koszty produkcji trzody chlewnej. Hodowcy muszą zwracać jednak uwagę na wszystkie elementy, bez pomijania nawet najdrobniejszych szczegółów.”

Zygmunt Maćkowiak,
hodowca

„W dobie nowoczesnego rolnictwa, my rolnicy jesteśmy zobligowani do zdobywania wiedzy. Mogą to być kursy, szkolenia, konferencje, wystawy. Warto prenumerować fachowe czasopisma i odpowiednio korzystać z Internetu.”

Grzegorz Turulski,
Prezes Lubawskiej Spółdzielni
Producentów Trzody Chlewnej Lub – Tucz

„Prowadzę hodowlę z tradycjami. Od lat stawiam w moim gospodarstwie na jakość. Dzisiaj trudno funkcjonować bez systemu jakości, dlatego zdecydowałem się na polski system jakości który pozwala hodowcom na konsolidację rynku. W dzisiejszych czasach najważniejszą kwestią jest obrona hodowli polskiej trzody chlewnej, polskich ras, które oferują wspaniałą smakowitość. Konsument wymusza na nas produkcję najwyższej jakości mięsa wieprzowego.”

Grzegorz Majchrzak,
ambasador kampanii
informacyjno-promocyjnej
“Historia pochodzenia jakości”



DBAMY O JAKOŚĆ POLSKIEJ WIEPRZOWINY



ŻYWIENIE



ZAUFANE
POCHODZENIE

SMAK

TROSKA

DOBROSTAN



GWARANTOWANA
JAKOŚĆ



KRUCHOŚĆ
I SOCZYSTOŚĆ



„

„Optymalizacja produkcji trzody chlewnej to: otwartość na zmiany, zdobywanie wiedzy, korzystanie z doradztwa oraz wymiana doświadczeń na wielu płaszczyznach. Efektywna produkcja trzody chlewnej wymaga poprawy warunków środowiskowych w chlewniach, używania środków dezynfekcyjnych, zatrudniania sprawdzonych i zaufanych pracowników.”

Grzegorz Turulski,
Prezes Lubawskiej Spółdzielni
Producentów Trzody Chlewnej Lub – Tucz

„Od wielu lat zajmuję się produkcją trzody chlewnej zawsze próbowałem znaleźć jakiś czynnik, który stanie się wizytówka mojej hodowli. Myślę, że właśnie system jakości jest tym parametrem.”

Dariusz Siewiera,
ambasador kampanii
informacyjno-promocyjnej
“Historia pochodzenia jakości”

„Dzięki produkcji w systemie jakości, hodowca ma szansę na bardziej stabilny zbył i wyższą cenę, a zakład ubojowy dostaje wyrównaną partię tuczników o powtarzalnej jakości. Produkcując w systemie jakości nie stosuję żadnych antybiotyków czy stymulatorów wzrostu. Dzięki temu konsument otrzymuje polską wieprzowinę wysokiej jakości o znanym pochodzeniu.”

Wojciech Pacyna,
ambasador kampanii
informacyjno-promocyjnej
“Historia pochodzenia jakości”



„Dzięki szkoleniom dla hodowców trzody chlewnej mogę bardzo podnosić jakość i świadomość swojej produkcji. Informacje, które uzyskuję, pomagają mi poprawić produkcję uzyskiwaną w moim gospodarstwie.”

Paweł Ziemak,
hodowca

„Podczas spotkań z rolnikami wymieniamy się między sobą swoimi spostrzeżeniami i doświadczeniami. Staramy się wprowadzać do swoich gospodarstw innowacje, na tyle, na ile pozwalają nam warunki finansowe gospodarstwa. Przykładem może być wprowadzenie do dawek pokarmowych, naturalnych probiotyków czy ziół.”

Grzegorz Turulski,
Prezes Lubawskiej Spółdzielni
Producentów Trzody Chlewnej Lub – Tucz

Podsumowanie szkoleń dla hodowców trzody chlewnej

Sytuacja producentów trzody chlewnej na dynamicznie zmieniającym się rynku wieprzowym

15 listopada br. Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego zakończyła cykl szkoleń dla hodowców trzody chlewnej prowadzony w ramach projektu pt. „Jakość i optymalizacja przyszłością produkcji polskiej trzody chlewnej” finansowanego z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego. Szkolenia skierowane były przede wszystkim do małych i średnich hodowców i poruszały całe spektrum tematów związanych z optymalizacją hodowli trzody chlewnej, czy produkcji w systemach jakości w wieloaspektowym ujęciu. Ponawiające się pytania i toczące się na szkoleniach dyskusje pomiędzy uczestnikami a ekspertem, którym był dr hab. Jacek Walczak z Instytutu Zootechniki PIB, można podsumować w szerokim kontekście aktualnej sytuacji branży wieprzowej i krajowych gospodarstw zajmujących się hodowlą trzody.

A aktualna sytuacja krajowych gospodarstw trzodziarskich jest bez wątpienia najgorsza od przeszło 20 lat i nie chodzi tu tylko o ceny skupu, lecz także uwarunkowania produkcji. Odczuwają to najdotkliwiej małe i średnie stada, które w ostatnich latach dokonały już restrukturyzacji. Według danych GUS (2017 r.) pogłowie trzody chlewnej wynosi w Polsce 11 352,7 tys. sztuk i utrzymywane jest w 172,2 tys. gospodarstwach, podczas gdy w 2013 r. było to 278,4 tys. gospodarstw, a w 2011 r. 360 tys. Ten przeszło 50% spadek ich liczby, jedynie na przestrzeni 5 lat, nie wynika wcale z wystąpienia ASF. Tylko 2,6% pogłowia znajduje się w stadach do 10 sztuk, będąc na marginesie produkcji. Najwięcej, bo 61,4% pogłowia świń utrzymywane jest w stadach powyżej 200 sztuk i to one rezygnują aktualnie z tej działalności. Dodatkowo przeszło 60% pogłowia warchlaków pochodzi z importu (GUS, 2017 r.), podobnie jak 30% mięsa wieprzowego na rynku.

Niewątpliwie na ten stan rzutują koszty produkcji, będące podstawowym wyznacznikiem do uzyskiwania jej opłacalności. Przy braku ochrony rynku wewnętrznego, szczególnie w postaci bezpośredniego (np. cła, dopłaty), czy pośredniego (np.

skup interwencyjny, wsparcie eksportu, normy jakości) protekcjonizmu państwa, producenci nie mogą liczyć na uzyskanie istotnie wyższych cen skupu od tych obowiązujących na globalnym poziomie. W lepszej sytuacji są uczestnicy systemów jakości, realizujący chów ekologiczny, ponadnormatywne warunki dobrostanu itp., sprzedający surowiec certyfikowany i z tego tytułu droższy. Dlatego przy tej samej cenie, dochód w zwykłej produkcji generowany musi być przez redukcję kosztów jednostkowych. Sprzyja temu wzrost skali i koncentracji produkcji. Ale czy tylko? Warunkiem koniecznym jest intensyfikacja produkcji, wyrażana w postaci mniejszego zużycia paszy na kg przyrostu, czy liczbę odchowanych sztuk. Skrócenie cyklu produkcyjnego loch do 140 dni, a nawet poniżej tej granicy, ograniczenie upadków i zwiększenie liczby odchowanych od lochy prosiąt, to również sposoby intensyfikacji. Warto zaznaczyć, że nie idzie o redukcję bezwzględniego poziomu nakładów i kosztów, ale ich przełożenia na jednostkę produktu. Nawet wchodząc w systemy jakości produkcji, nie unikniemy konieczności optymalizacji kosztów.





Z resztą dla rynku konsumenta, certyfikowana, rozpoznawalna, jakość staje się preferencją dla wyboru zakupu produktu. Wprawdzie, jak wynika z badań Eurobarometru (2017 r.), 75% konsumentów akceptuje wyższe ceny za produkty wysokiej jakości, jednak oczekuje, że nie będą one wyższe niż 15% w stosunku do produktów konwencjonalnych. Stąd, coraz więcej sprzedawców zadaje pytanie o przynależność producenta do systemu jakości produkcji (np. BeterLeven, QAFP). Cecha taka jest wręcz wymagana przez eksporterów żywności. Jakość postrzegana jest przy tym, nie tylko jako bezpieczeństwo, czy szczególne cechy składu. To również warunki utrzymania zwierząt, czy kwestie bezpieczeństwa produkcji w stosunku do środowiska naturalnego. Takie kompleksowe postrzeganie jakości, stanowi dodatkowe wyzwanie dla producenta, zwłaszcza po stronie nakładów inwestycyjnych. Konieczność ciągłego unowocześniania środków produkcji,

jest zresztą na stałe wpisana w zrównoważoną produkcję zwierzęcą. Ciężko ją realizować, przy niepewnych warunkach ekonomicznych, których labilność może stanowić ogromne zagrożenie dla kredytobiorców. Na rynkach europejskich, gdzie produkcja wieprzowiny zdominowana jest przez potężne firmy, nie ma tego rodzaju ryzyka. W takim starciu, krajowe gospodarstwa rodzinne są raczej bez szans na równorzędną walkę rynkową. Dlatego koniecznym jest wypracowanie nowej koncepcji, strategicznych rozwiązań strukturalnych dla krajowego sektora produkcji wieprzowiny.

Materiał powstał w ramach projektu „Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej” finansowanego z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego.

Jacek Walczak,
Instytut Zootechniki PIB



Materiały informacyjno-edukacyjne



Ulotka informacyjna



Aplikacja edukacyjna



Prezentacja informacyjno-edukacyjna



Zeszyt szkoleniowy



agropolska.pl

To jest trudny rok dla hodowców trzody

[illegible][illegible]

portalspozywczy.pl

Optymalizacja wymaga współpracy i rozwoju

Agencja i domywniowa strategii Wdrożenie strategii marketingowej dla 1000 przedsiębiorstw. Wynik: wzrost sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie. Wynik: zwiększenie sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie. Wynik: zwiększenie sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie.





Agencja i domywniowa strategii Wdrożenie strategii marketingowej dla 1000 przedsiębiorstw. Wynik: wzrost sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie. Wynik: zwiększenie sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie. Wynik: zwiększenie sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie.



portalpozywczy.pl
Współpraca i rozwój

Agencja i domywniowa strategii Wdrożenie strategii marketingowej dla 1000 przedsiębiorstw. Wynik: wzrost sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie. Wynik: zwiększenie sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie. Wynik: zwiększenie sprzedaży o 30% w porównaniu z 1200 innych sklepów w tym samym czasie.

[illegible]



farmer.pl

Optymalizacja produkcji a konkurencyjna jakość trzody chlewnej



Kompleksowe podejście i możliwości nadzorowania każdego etapu produkcji są już znaczącą zaletą hodowców przysiadających. Optymalizacja produkcji, jej planowanie, zarządzanie, a w kolejnym etapie realizacja kosztów pozwala osiągnąć odpowiednią jakość, co zagwarantuje konkurencyjność na rynku. W produkcji trzody chlewnej istnieje wiele potrafi kontrolować poszczególne etapy, a możliwości zbierania tych kosztów są zależne od informacji jakieś dysponuje hodowcy.

W tym celu można skorzystać z narzędzi, które umożliwiają optymalizację produkcji, jej planowanie, zarządzanie, a w kolejnym etapie realizację kosztów. W tym celu można skorzystać z narzędzi, które umożliwiają optymalizację produkcji, jej planowanie, zarządzanie, a w kolejnym etapie realizację kosztów.



Wieloletnie doświadczenia w produkcji trzody chlewnej i w tym celu można skorzystać z narzędzi, które umożliwiają optymalizację produkcji, jej planowanie, zarządzanie, a w kolejnym etapie realizację kosztów. W tym celu można skorzystać z narzędzi, które umożliwiają optymalizację produkcji, jej planowanie, zarządzanie, a w kolejnym etapie realizację kosztów.

Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej



Agda Sztybel
Wzrost 170 cm, 55 kg

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Google+](#)

W ostatnich latach coraz więcej hodowców skarży się na brak opłacalności produkcji trzody chlewnej. Krajowa produkcja już dawno temu przestała być działalnością łatwą i dobrze opłatną dla każdego rolnika. Zła sytuacja na rynku wynika z rozdrobnienia hodowli, niskich cen struktury stad, czy niskiej efektywności produkcji. Nie bez znaczenia pozostaje też uciążliwa biurokracja pociągająca problemy przed zainteresowanymi inwestycjami w tej branży.

Znaczącą rolę odgrywać również ceny pasz. Ula Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego obserwując od lat krajowy rynek hodowców trzody chlewnej rozpoczął projekt, którego głównym celem jest wzrost świadomości hodowców w zakresie optymalizacji produkcji, ekonomii, możliwości racjonalizacji chlewni w świetle obowiązujących przepisów prawa oraz znaczenia produkcji w systemach jakości jako możliwości budowania konkurencyjności na rynku.



SINDOGRÓW
INNOVATION GROUP

Portal sektora
owocowo-warzywnego

Kampania „Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej” finansowana jest z Funduszu Europejskiego Rozwoju Regionalnego. W ramach zaplanowanych działań LSRB24 wspierają także inne rozwiązania dla producentów trzody chlewnej – przedsiębiorstw to branży.



Podsumowanie kampanii

„Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej”

Uwzględniając trudną sytuację na rynku wieprzowiny, a także drastyczne zmiany w liczbie gospodarstw utrzymujących świnię, przy jednoczesnym wzroście wymagań w otoczeniu produkcji, Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego przeprowadziła w bieżącym roku kampanię promocyjno-informacyjną pt. „Jakość i optymalizacja przyszłości produkcji polskiej trzody chlewnej”. Środki na jej cel wyasygnował Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, a od strony merytorycznej wsparcia udzielił Instytut Zootechniki PIB.

W czterech sześciogodzinnych spotkaniach wzięli udział hodowcy trzody chlewnej z województw kujawsko-pomorskiego, mazowieckiego, łódzkiego, pomorskiego, warmińsko-mazurskiego i wielkopolskiego, reprezentując tym samym regiony o największej koncentracji produkcji, a także rodzinnym charakterze samych gospodarstw. Program kampanii obejmował w pierwszej kolejności omówienie aktualnej sytuacji i uwarunkowań krajowej produkcji trzody chlewnej. Następnym z poruszanych zagadnień było zdrowie świń i bioasekuracja stada. Nie zabrakło również problematyki genetyki zwierząt i rozrodu, tak istotnych przy stale spadającym, krajowym pogłowie loch. W trakcie omawiano również

zagadnienia żywienia, stanowiącego lwią część kosztów produkcji. W myśl zasady, iż o końcowym wyniku finansowym decyduje triumwirat genetyki, żywienia i jakości środowiska, przedstawiano wpływ zarówno warunków utrzymania, jak i mikroklimatu, właśnie na dochodowość chowu i hodowli. W finale spotkań dyskutowane były znaczenie jakości wieprzowiny i jej systemów oraz ochrona środowiska.

Jak wynika z wysokiej oceny zawartej w arkuszach ankiety składanej przez uczestników, kampania trafiła w sedno ich oczekiwań. Hodowcy nie tylko znaleźli potwierdzenie nękających ich problemów w ogólnokrajowej statystyce, ale również mogli przekonać się o technicznych możliwościach wyjścia z zaistniałego impasu. W nieskrępowanej dyskusji jaka toczyła się na tle tematyki kampanii, hodowcy uzyskiwali zarówno wyjaśnienie makro i mikroekonomicznych uwarunkowań kosztochłonności różnorodnych rozwiązań organizacyjno-technicznych, jak i zachętę do działania, zrzeszania się w systemach jakości żywności, jako gwarantach rynkowej przewagi ich produktów. Niestety, artykułowane też były powszechnie obawy o celowość inwestycji wobec braku stabilności i opłacalności chowu. W końcu wszyscy zgodnie, wyrażali natychmiastową potrzebę ingerencji, nie tylko rynkowej, ale przede wszystkim tej strukturalnej o charakterze programowym. Wskazywano przy tym na konieczność powołania silnego ośrodka reprezentującego potrzeb gospodarstw trzodziarskich i jego umocowanie w gremiach doradczych, zwłaszcza przy MRiRW.

Niewątpliwie, najistotniejszym wyzwaniem dla większości uczestników kampanii okazał się rachunek ekonomiczny i jego wykorzystanie w estymacji efektywności ekonomicznej produkcji. O ile każdy z hodowców widział konieczność negocjacji ceny swojego produktu, o tyle zdziwienie budziła potrzeba redukcji kosztów jednostkowych, skutkująca tym samym efektem – wyższą dochodowością. Na tym tle zakup droższej paszy, ale zwiększającej produktywność, a w efekcie obniżającej koszt jednostki produktu, wydawał się tylko matematyczną sztuczką. Poparcie tych twierdzeń danymi z monitoringu

gospodarstw o różnej skali i uzbrojeniu technicznym, były dla wielu słuchaczy zaskoczeniem. Okazało się, że wciąż niewielu hodowców prowadzi pełną kalkulację kosztów, koncentrując się zasadniczo na aspektach hodowlanych. Następnym krokiem było zrozumienie ekonomicznego wymiaru kwestii organizacji produkcji. Długość cykli produkcyjnych, czasu odchowu, jałowienia, skuteczności pokrycia, liczby urodzonych i odchowanych zwierząt, terminu odsadzenia, omawiane na podstawie przykładów, okazywały się mieć równie wymierny, złotówkowy efekt dochodowości. W prostej linii płynące stąd wnioski, wskazywały na wciąż rosnącą presję intensyfikacji produkcji. Jak prezentowano w dalszej części spotkań, nie jest ona możliwa bez odpowiednio wysokiego potencjału genetycznego świń, uzyskiwanego kosztem ich zdrowotności i możliwości adaptacji do surowszego środowiska. Brak takiego materiału zwierzęcego, pochodzącego z krajowej hodowli, niemożność jego szybkiego uzyskania oraz konieczność zwrócenia się w tej mierze do zagranicznych centrów genetycznych, widoczna w przeszło 60% udziale importu populacji warchlaka, były główną ripostą uczestników. Zarówno prowadzący, jak i hodowcy zgadzali się z pilną potrzebą uzyskania dobrej jakości genetycznej krajowych mieszańców dla potrzeb tak cyklu zamkniętego, jak i otwartego.

Następnym wyzwaniem na drodze do jakości i optymalizacji produkcji świń, okazało się być żywienie zwierząt. Już tylko w kontekście uży-

wanych materiałów paszowych, rozważane było pokrycie potrzeb białkowych, lecz precyzowane na poziomie aminokwasów egzogennych. Właściciele dużych stad wyrażali przy tym obawy o ewentualny wzrost cen pasz i nieopłacalność tuczu w sytuacji nagłego zakazu stosowania modyfikowanej śrutu sojowej. Jak prezentowano w materiałach kampanii, śruta rzepakowa, czy rośliny bobowate mają w gestii substytucji soi, bardzo duży potencjał. Potrzebne są jednak nowe technologie ich przetwórstwa oraz ewolucyjny charakter regulacji rynku pasz. Konsekwentne zmierzanie UE do eliminacji profilaktycznego wykorzystania antybiotyków, już znajduje przełożenie na skuteczne wzbogacanie pasz w pre, pro i symbiotyki. Dlatego także krajowi hodowcy świń, muszą podjąć takie próby

Na spotkaniach bezwzględnie akcentowano, że od bioasekuracji stad nie ma odwrotu i że wręcz należy zaostrzać jej zakres w trosce o przetrwanie gospodarstw. I nie jest to tylko kwestia dotkliwego dla krajowego pogłowia, ASF, ale wielu innych schorzeń, szerzących się w regionach ze skoncentrowaną produkcją wraz ze środkami transportu, materiałem zwierzęcym, czy obsługą. W przypadku uczestników kampanii zagadnienia te okazały się dobrze znane i przyjmowane ze zrozumieniem. Czasami spełnienie tych wymogów nie było łatwe, choćby ze względu na umiejscowienie budynków chlewni w obrębie samego gospodarstwa. Wobec liczby możliwych wektorów, hodowcy oczekiwali zapewnienia



HODOWCO!

Pamiętaj, że optymalizacja hodowli jest konieczna, aby zwiększyć rentowność hodowli!





o skuteczności takiej ochrony. Jak w wielu innych aspektach rolnictwa, decydujący okazuje się tu czynnik będący w minimum wartości, najłatwiejszy i najłatwiejszy do przełamania ogniwo.

Bez obaw hodowcy przyjęli także założenia Programu azotanowego, tegorocznej regulacji w obszarze zagospodarowania nawozów naturalnych. Zarówno vacatio legis programu, jak i sam zakres regulacji, kwitowany był stwierdzeniem, że dobry rolnik zna dobroczynne działanie tych obornika i potrafi zadbać o to, aby azot wykorzystywany był przez uprawy, a nie zanieczyszczał wód. Zastrzeżenia adresowano jedynie w stosunku do sztywnych terminów nawożenia, zwłaszcza w kontekście zmian klimatu i tegorocznej długiej jesieni. Zapowiedź dalszych regulacji chroniących środowisko i klimat zaniepokoiła słuchaczy. Po przedstawieniu konkretnych metod redukcji np. emisji amoniaku i ich powiązaniu z wyższą opłacalnością produkcji roślinnej, uznane zostały one za możliwe do akceptacji. Więcej zastrzeżeń artykułowano do metod wymagających nakładów inwestycyjnych, jak podłogi częściowo-rusztowe, czy aplikatory do gnojowicy.

Żywa dyskusja towarzyszyła omawianiu tematyki jakości wieprzowiny i związanych z tym syste-

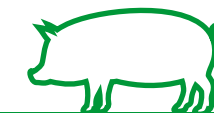
mów certyfikacji. Współczesna definicja jakości, obejmująca również metody produkcji, była swego rodzaju novum, nawet dla uczestników takich systemów. Poparte przykładami badań konsumenckich, preferencje wyboru, bardzo zainteresowały odbiorców kampanii. Podobnie jak ogólny rynkowy trend do upowszechniania takiej certyfikacji. W trakcie prezentacji docho- dziło do dyskusji samych hodowców przytaczających argumenty za i przeciw systemom jakości. Szczególnie dyskutowany był system QAFP, jako najbardziej rozpowszechniony na rynku. Jak się okazało znacząca część uczestników, albo przynależała do tego systemu, albo zetknęła się z nim w jakiś sposób i była zainteresowana udziałem. Jak pokazano w wynikach badań, czytelny certyfikat, znak na opakowaniu, wpływają na konsumenckie wybory, przy ujednoliconych cenach na sklepowej półce. Zwłaszcza młodzi hodowcy, zainteresowani byli jakością i certyfikacją swojej produkcji. Dopytywali się oni o formalności, wymogi i korzyści. Uznanie dla QAFP budziło fakt jednoczesnego zaangażowania w łańcuchu przetwórców, hurtowników i detalistów. Z niedowierzaniem, ale i pełną aprobatą przyjmowano informację o całkowicie krajowym pochodzeniu surowca w tym systemie.

Zrealizowana przez UPEMI kampania promocyjno-informacyjna była jedną z nielicznych w ostatnich latach, dedykowanych wyłącznie dla producentów trzody chlewnej.

Oprócz prezentacji najnowszych branżowych trendów i rozwiązań, kolejne spotkania były też okazją do rozmów i wymiany informacji między samymi hodowcami. Skupieni w małych grupach, na przerwach, a nawet po spotkaniach, omawiali swoje produkcyjne doświadczenia, sukcesy i bolączki. Nie raz podkreślali później, iż zbyt mało mają okazji do takiej wspólnej integracji.

Odpowiednia skala produkcji

DAJE WIĘCEJ MOŻLIWOŚCI!



- Istotny partner dla dostawcy
- Możliwość negocjacji cen
- Możliwość samodzielnego przygotowania paszy – własna mieszalnia

- Możliwość zarządzania kosztami
- Możliwość korzystania z nowoczesnych technologii
- Niższa wrażliwość na zmiany cen na rynku
- Możliwość zarządzania produkcją
- Wyższa efektywność produkcji
- Możliwość rozwoju

- Możliwość współpracy bezpośrednio z ubojnią/przetwórcą, bez udziału pośredników
- Możliwość spełnienia oczekiwań odbiorcy – stała dostawa w powtarzalnej jakości i w odpowiedniej skali
- Możliwość negocjowania ceny



FILARY PRODUKCJI POLSKIEJ WIEPRZOWINY

