

Ceny masła ostro przyspieszyły „jak po maśle”

6 grudnia 2024

Od stycznia do końca października ceny masła w sklepach urosły średnio o 2% rdr. Jednak w ciągu ostatnich kilku miesięcy wzrosty były już mocno dwucyfrowe. Do tego widać, że w całym listopadzie produkt ten zdrożał o ponad 29% w skali roku. Natomiast w pierwszych dniach grudnia wzrost przekroczył już 30% rdr. Tak wynika z najnowszych rynkowych danych. Zdaniem komentujących je ekspertów, ceny kostki masła mogą wkrótce przekroczyć 10 zł. Nic nie wskazuje też na to, żeby w sklepach miało być taniej, choćby przez drożącą energię oraz sytuację na rynkach światowych.

Z raportu agencji Hiper-Com Poland, platformy UCE RESEARCH oraz Grupy BLIX wynika, że od stycznia do początku listopada br. ceny masła średnio poszły w górę tylko o 2% rdr. Na potrzeby raportu w sumie sprawdzono ponad 4,6 tys. cen detalicznych, tak regularnych, jak i promocyjnych. Analizą objęto wszystkie obecne na rynku typy sklepów. „Zaledwie 2% wzrost cen masła może wynikać z faktu, że to jest jeden z kluczowych produktów w koszyku zakupowym. Ten podstawowy artykuł spożywczy jest często porównywany przez konsumentów podczas wyboru sklepu” – zauważa dr Krzysztof Łuczak z Grupy BLIX. „Sieci doskonale zdają sobie sprawę z tej wrażliwości cenowej, co sprawia, że cena masła staje się strategicznym elementem walki konkurencyjnej” – wyjaśnia ekspert.

Według autorów raportu, jednak już dane za cały listopad wskazują, że ceny masła średnio wzrosły w tym czasie o 29,4% rdr. Do tego widać, że w kilka pierwszych dni grudnia w sklepach jest o 30,4% drożej niż rok temu. Już w październiku widać było mocne skoki cen tego produktu. To wskazuje, że takie rekordy, jak 10 zł za kostkę, są naprawdę blisko. „Technicznie jest taka możliwość, w niektórych placówkach są

już kostki masła po 9,50 zł. Ale w osiedlowych sklepach można znaleźć masło nawet powyżej 10 zł za kostkę. To, czy cena standardowej kostki masła w większości sklepów przekroczy tę granicę, będzie zależało od cen mleka, a one na całym świecie idą w górę” – ocenia dr Krzysztof Łuczak.

Zdaniem eksperta, nie zapowiada się, żeby wzrost cen masła miał się odwrócić. 10 zł za kostkę jest bardzo realną ceną w pierwszej połowie 2025 roku. „Silny wzrost cen masła to wynik tego, co dzieje się na rynku mleka. Produkcja okazała się niższa od oczekiwań, zwłaszcza w krajach UE, ale też w Nowej Zelandii, USA i Australii. Cena w skupie wzrosła w październiku do 220 zł/hl, czyli o 10% w dwa miesiące. W dodatku przetwórcy skupili się bardziej na produkcji alternatywnych przetworów mlecznych, np. mleka odtłuszczonego czy sera, a mniej na maśle” – podkreśla Marcin Luziński, ekonomista z Santander Bank Polska.

Do tego ekspert dodaje, że sytuację na rynku ratuje niewielki popyt z Chin. Gdyby tam doszło do ożywienia koniunktury, to ceny masła mogłyby rosnać jeszcze szybciej. Całkiem niedawno miała miejsce podobna sytuacja z mocnym wzrostem cen tego produktu. Konsumenci w końcu przestali je kupować i przenieśli się na tłuszcze roślinne. Zatem choć masło może jeszcze nieco zdrożeć, to potencjał wzrostowy już raczej nie jest duży, zwłaszcza że ceny tłuszczów roślinnych utrzymują się na obniżonym poziomie.

Analiza ponadto wskazuje, że już w październiku br. ceny masła w sklepach wzrosły średnio o 32,2% rdr. (w punktach cash & carry – 54,3%, dyskontach 32,7%, supermarketach – 27,8%, convenience – 24,7% i hipermarketach – 17,8%). Z kolei we wrześniu podwyżka wyniosła średnio 30,1% rdr. (cash & carry – 50,6%, hipermarkety – 41,4%, supermarkety – 29,3%, dyskonty – 27,9% i sieci typu convenience były na lekkim minusie, tj. -1,1% rdr.). W sierpniu wzrost był na poziomie 29,3% rdr. (hipermarkety – 43,5%, cash&carry – 41,4%, dyskonty 26,5%, supermarkety – 18,8%, convenience – 15%). „Takie duże podwyżki

cen masła mogą wynikać z rosnących kosztów produkcji, w tym cen surowców, energii i transportu, a także z sezonowości. Jesień to czas mniejszej podaży mleka i zwiększonego popytu na produkty mleczne, zwłaszcza przed świętami. Dodatkowym czynnikiem była zmniejszona liczba promocji, co wpłynęło na podniesienie średnich cen detalicznych” – ocenia Julita Pryzmont z agencji badawczo-analitycznej Hiper-Com Poland.

Z kolei od początku roku do listopada najbardziej ceny poszły w górę w supermarketach (8,4% rdr.) i sieciach cash & carry (7,2% rdr.). Następną pozycję w rankingu zajęły sklepy typu convenience ze wzrostem 5,5% rdr. Spadek za to zaliczyły hipermarkety i to o 7,7% rdr. oraz dyskonty, gdzie ceny były niższe o 4,8% rdr. „Wzrost cen w supermarketach, cash & carry i convenience wskazuje na segmentację rynku. Formaty te koncentrują się na klientach o większej elastyczności cenowej, co pozwala im wprowadzać wyższe ceny. Z kolei spadki cen w dyskontach i hipermarketach można przypisać intensywnej konkurencji cenowej, która zmusza do agresywnych działań, by utrzymać klientów” – konkluduje Julita Pryzmont.

Ponadto Piotr Biela z Grupy BLIX zauważa, że spadek cen w hipermarketach i dyskontach również wynika z ich intensywnej walki cenowej i optymalizacji kosztów. – Dyskonty, znane z niskich cen, wykorzystują swoją skalę i efektywne łańcuchy dostaw, aby przyciągnąć klientów. Hipermarkety natomiast, które tracą klientów na rzecz innych formatów, mogły obniżać ceny, aby zahamować odpływ konsumentów i zwiększyć swoją konkurencyjność na rynku – ocenia ekspert.

Nic nie wskazuje na to, by sytuacja na rynku miała się zmienić w najbliższych tygodniach. Jak zauważa dr Mariusz Dziwulski, ekspert z PKO Banku Polskiego, masło należy do grupy najszybciej drożejących produktów. Według GUS, ceny konsumpcyjne tego produktu w październiku zwiększyły się o blisko 22% rdr. Przyczyn tego jest co najmniej kilka, na co wskazywali już inni eksperci. „III kwartał 2024 roku przyniósł spadek dostaw mleka również w UE. Nastąpiła też zmiana

struktury produkcji wyrobów mlecznych. Z uwagi na ponadprzeciętne spadki cen masła w II połowie 2023 roku, jego produkcja w UE zmalała na rzecz wzrostu produkcji innych artykułów. Według danych KE, w tym roku była niższa o 2,2% rdr. Wówczas np. produkcja serów zwiększyła się o 2,8% rdr.” – mówi ekspert z Departamentu Analiz Ekonomicznych PKO BP.

Co więcej, Marcin Luziński nie widzi powodów, dla których miałyby dojść do gwałtownego hamowania cen w sklepach. W minionych miesiącach obserwowaliśmy wzrosty o ok. 4-5% rdr. Inne wskaźniki cenowe, np. inflacja CPI albo ceny skupu produktów rolnych nie wskazały na taką zmianę. Zdaniem eksperta, spowolnienie wzrostu cen w sklepach zostało wywołane jakimś efektem tymczasowym, może bazą statystyczną i w kolejnych miesiącach wrócimy do liczb obserwowanych we wcześniejszych miesiącach.

Źródło: MondayNews.pl