

OCENA KONKURENCYJNOŚCI POLSKICH ODMIAN ZIEMNIAKA W OPINII PRZEDSIĘBIORSTW NASIENNYCH

Jacek Chotkowski

Pracownia Badań Rynkowych, Zakład Nasiennictwa i Ochrony Ziemiaka, Bonin,
Instytut Hodowli i Aklimatyzacji Roślin w Radzikowie

Wstęp

Od czasu zarejestrowania w 1995 r. pierwszej zagranicznej odmiany ziemniaka Vital (holenderskiej firmy Hettema – obecnie HZPC), zwiększa się konkurencja odmian hodowli zagranicznych (głównie holenderskich i niemieckich) na rynku polskim. W przeprowadzonych na przełomie lat 2002/2003 badaniach krajowego rynku nasiennego stwierdziły to wszystkie ankietowane firmy nastawione na nasiennictwo ziemniaka [CHOTKOWSKI 2004]. Największa presja konkurencyjna odmian zagranicznych dotyczy rynku odmian przydatnych do przetwórstwa na frytki. Kolejne segmenty rynku, gdzie konkurencja jest szczególnie wysoka to odmiany wykorzystywane jako surowiec do produkcji czipsów, jadalne na późniejszy zbiór, jadalne na najwcześniejszy zbiór. Liczba odmian zagranicznych zarejestrowanych w 2005 roku w Polsce wynosi 46 co stanowi 36,5% ogólnej liczby odmian w krajowym rejestrze. Od czasu akcesji naszego kraju do Unii Europejskiej w Polsce mogą być oferowane i uprawiane odmiany wpisane do Wspólnotowego Katalogu Odmian Roślin Rolniczych [GACEK 2005]. Poziom konkurencyjności polskich odmian ziemniaka ma znaczenie przede wszystkim dla przedsiębiorstw hodowlanych i nasiennych kierujących je do sprzedaży oraz rolników – producentów ziemniaków. Stanowi czynnik decydujący o dalszym funkcjonowaniu polskiej hodowli ziemniaka, legitymującej się znacznymi osiągnięciami w skali międzynarodowej [KAPSA 1996].

Cel badań i charakterystyka ankietowanych przedsiębiorstw nasiennych

Celem badań jest ocena konkurencyjności, jakości i pozycji rynkowej polskich odmian na tle zagranicznych. Ocenę przeprowadziły przedsiębiorstwa nasienne zajmujące się hodowlą i reprodukcją nasionną ziemniaka. Praca prezentuje wyniki badań ankietowych, przeprowadzonych w sierpniu 2004 r. na terenie całego kraju. Postawione respondentom pytania miały charakter otwarty lub zamknięty [KACZMARCZYK 1999]. Ankietę wypełniły 32 przedsiębiorstwa nasienne na 52 jednostki, które zgłosiły ofertę sprzedaży kwalifikowanych sadzeniaków do

funkcjonującego od roku 1993 w Boninie banku informacji o rynku ziemniaków [CHOTKOWSKI 2005]. Większość badanych przedsiębiorstw nasiennych od lat zajmuje się nasiennictwem oraz produkcją ziemniaków jadalnych na rynek, stąd można je uznać za kompetentne do wypowiedzania się w sprawach oceny odmian. Wśród badanych jednostek 5 to firmy hodowlano-nasienne (właściciele odmian), a 27 to przedsiębiorstwa prowadzące reprodukcję nasionną. Reprezentowały one 38,6% powierzchni plantacji nasiennych zgłoszonych do kwalifikacji w 2004 roku (tab. 1). Średnia powierzchnia nasionna w przeliczeniu na jedno przedsiębiorstwo wynosiła 75 ha, z czego 71,0% prowadzą gospodarstwa nasienne w ramach kontraktacji. Największa liczba badanych firm działa w ramach formy organizacyjno-prawnej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (w tym wszyscy właściciele odmian) oraz przedsiębiorstwa osoby fizycznej. W przeprowadzonej analizie wykorzystano również wyniki badań tej samej populacji przedsiębiorstw z roku 2000 i 1996.

Tabela 1; Table 1

Liczba badanych przedsiębiorstw nasiennych ziemniaka
według formy organizacyjno-prawnej
The number of seed potato companies surveyed according
to the legal-organization form

Forma organizacyjno-prawna Legal-organization form	Liczba badanych firm Number of surveyed companies	Powierzchnia nasionna w 2004 r. Seed area in 2004 (ha)			Planowana pow. nasionna w 2005 r. Destined level of the seed area in 2005 (ha)	
		ogółem total	na 1 firmę per a company	udział kontraktacji (%) percentage of contracting	ogółem total	2004=100
Właściciele odmian Owners of potato cultivars	5	1080	216	42,6	1185	109,7
Spółki z o. o. Limited liability companies						
Przedsiębiorstwa reprodukcyjne Production enterprises	6	290	48	100,0	330	113,8
Spółki z o. o. Limited liability companies						
Jednostki państwowe State-owned enterprises	2	170	85	82,3	190	111,8
Spółki osobowe Private companies	4	527	131	100,0	540	102,5
Przedsięb. osób fizycznych Natural persons' companies	10	256	26	100,0	322	125,8
Gospodarstwa nasienne Seed farms	5	73	15	41,1	87	119,2
Razem badane firmy Surveyed enterprises in total	32	2396	75	71,0	2654	110,8

Źródło: badania własne, IHAR Bonin, sierpień 2004; Source: own calculations, IHAR Bonin, August 2004

Zmiany kryteriów doboru odmian do produkcji

Do kryteriów oceny odmian z punktu widzenia doboru odmian do uprawy zaliczamy następujące cechy [CHOTKOWSKI, PILECKI 2005]:

- rzeczywiste cechy jakości – inaczej cechy jakości ogólnej, na którą składa się ocena morfologii i wyglądu bulw (płytkie oczka, regularny kształt, gładka skórka, odporność na parcha zwykłego) oraz ocena jakości kulinarnej (dobry smak, nieciemnienie mięszu surowego i gotowanego, niska skłonność do wad mięszu oraz przydatność do przerobu na frytki, czipsy, susze spożywcze, sałatki, placki, pyzy, itp.;
- cechy jakości marketingowej wynikające z oceny rynku. Zaliczamy tutaj m.in.: popularność odmiany na danym rynku lokalnym (np. Bryza), dostosowanie do regionalnych preferencji konsumentów (barwa mięszu, typ kulinarny, kształt i wielkość bulw), wybitna przydatność na specjalistyczne kierunki użytkowania;
- cechy technologiczne ułatwiające produkcję oraz zmniejszające koszty jednostkowe produkcji ziemniaków. Wśród cech o tym charakterze możemy wymienić następujące: wysoki plon handlowy, krótki okres wegetacji, łatwość reprodukcji nasiennej, dostępność sadzeniaków na rynku, odporność na uszkodzenia mechaniczne oraz odporność na choroby i szkodniki (na wirus Y i wirus liściozwoju, zarazę ziemniaka, czarną nóżkę, mątwika ziemniaczanego);

Tabela 2; Table 2

Cechy nowych odmian ziemniaka decydujące o ich szybkim upowszechnieniu
(udział procentowy badanych przedsiębiorstw nasiennych
wskazujących daną cechę w latach badań)

Traits of new potato cultivars determining their fast dissemination
(percentage of surveyed seed producers indicating a given traits in years of surveying)

Nazwa cechy Traits	1996	2000	2004
Wysoka plenność; High yielding	100,0	52,1	58,1
Odporność na choroby i szkodniki Immunity to diseases and resistance to pests	89,6	30,4	48,4
– w tym na choroby wirusowe; including virus diseases	55,0	8,7	12,9
Dobry smak i walory kulinarne; Good taste and culinary virtues	58,6	78,2	77,4
Płytkie oczka i ładny wygląd bulw Shallow eyes (buds) and nice appearance of tubers	13,8	73,9	51,6
Odpowiedni regularny kształt i wielkość bulw Adequate regular shape and size of tubers	6,9	26,1	35,5
Przydatność do przetwórstwa; Suitable for processing	13,8	17,4	12,9
Odpowiednia (żółta) barwa mięszu Adequate (yellow) colour of flesh	13,8	30,4	19,4
Dobra trwałość przechowalnicza; Good storage ability	51,7	14,3	25,8
Skrócony okres wegetacji; Shortened vegetation period	34,5	17,4	19,4

Źródło: badania własne (IHAR Bonin) w przedsiębiorstwach nasiennych nastawionych na nasiennictwo ziemniaka, lata 1996, 2000, 2004 (również tabele 3, 4, 5, 6, 7); Source: own calculation (IPBA Bonin) based on survey of seed companies specialized in seed potato production, years 1996, 2000, 2004 (also Tables 3, 4, 5, 6, 7)

Jak wynika z przeprowadzonych badań w przedsiębiorstwach nasiennych nastawionych na hodowlę i nasiennictwo ziemniaka w ostatnich dziesięciu latach nastąpiła zmiana preferowanych cech wśród producentów, decydujących o szybkim upowszechnieniu odmian (tab. 2, 3).

Tabela 3; Table 3

Zmiany preferencji rynku – cechy zyskujące na znaczeniu i cechy, których znaczenie zmniejsza się w opiniach badanych przedsiębiorstw (liczba wskazań – opcji), sierpień 2004 r.

Changes in market preferences – the traits gaining on significance and the traits significance of which was decreasing in opinion of surveyed companies (the number of indications – options), August 2004

Nazwa cechy Traits	Zyskujące na znaczeniu Gaining on significance	Tracące na znaczeniu Loosing significance
Bardzo dobry smak; Very good taste	15	2
Wysoki plon; High yield	6	–
Ładny wygląd zewnętrzny bulw; Nice appearance of tubers	5	–
Regularny kształt bulw; Regular shape of tubers	5	1
Płytke oczka; Shallow eyes	3	–
Krótki okres wegetacji; Short vegetation period	2	–
Czerwona barwa skórki; Red peel	2	–
Przydatność na frytki i chipsy; Suitable for chips and crisps	2	–
Przydatność na specjalistyczne kierunki użytkowania Suitable for specialistic applications	2	–
Brak wad wewnętrznych; No inherent defects	2	1
Wszechstronność użytkowa odmian; Usable versatility of cultivars	–	2
Barwa miąższu; Colour of flesh	–	5

W roku 1996 najważniejsze znaczenie przypisywano wysokiej plenności i odporności na choroby i szkodniki. Na drugim miejscu wymieniano dobry smak i walory kulinarne oraz dobrą trwałość przechowalniczą. Cechy morfologiczne decydujące o ładnym wyglądzie bulw miały mniejsze znaczenie. Z kolei w latach 2000–2004 na pierwsze miejsce wysunęły się cechy jakości kulinarnej oraz decydujące o korzystnej ocenie wyglądu bulw, natomiast spadło znaczenie cech technologicznych ułatwiających produkcję. W badaniach roku 2004 zarysowało się pewne zwiększenie znaczenia odporności na choroby i szkodniki, co może mieć związek ze wzrostem znaczenia kryteriów integrowanej produkcji, jak też upowszechnieniem się odmian zagranicznych, odznaczających się niższym poziomem odporności na choroby, w stosunku do odmian polskich. Stosunkowo duże znaczenie w ocenie przedsiębiorstw nasiennych przypisują producenci potencjałowi plonotwórczemu odmian. Cechę tę wymieniono jako drugą, po bardzo dobrym smaku, wśród zyskujących na znaczeniu (tab. 3). Do tego rodzaju cech zaliczono w badaniach 2004 roku czerwoną barwę skórki. Ma to związek z mniejszą skłonnością do zazielenienia bulw konfekcjonowanych w sklepach (wystawionych na działanie światła) oraz łatwością identyfikacji odmian (aby nie nabywać mieszanki odmian). Wśród uprawianych odmian maleje udział odznaczających się białym miąższem, w związku z czym również we wschodnich regionach kraju (np. w Warszawie) rośnie akceptacja do zakupu bulw o miąższu żółtym i jasnożółtym.

W Polsce, podobnie jak w innych krajach, następuje proces konkretyzacji preferencji jakościowych – coraz mniejsze znaczenie mają w obrocie ziemniaki ogólnoużytkowe, rośnie natomiast znaczenie ziemniaków o ściśle określonych specyficznych cechach [REMBEZA 2002; DUCZMAL 2005].

Odmiany uznane za perspektywiczne

W badanym okresie 1996–2004 nastąpiły duże zmiany pod względem odmian postrzeganych przez ankietowane przedsiębiorstwa nasienne jako odmiany perspektywiczne (tab. 4, 5). W roku 1996 do czołowych zaliczono odmiany: Aster i Orlik oraz Maryna i Ania. W 2000 roku dominujące pozycje utrzymały odmiany bardzo wczesne: Aster i Orlik, natomiast dwóch pozostałych odmian w ogóle nie wskazano jako perspektywicznych. Z kolei w 2004 roku największą liczbę wskazań jako odmiany perspektywiczne uzyskały odmiany bardzo wczesne: Denar i Lord, następnie odmiany zagraniczne: Vineta i Satina oraz skrobiowa odmiana średnio wczesna: Rumpel. Odmiany Denar i Lord badane przedsiębiorstwa nasienne wymieniły również jako najpopularniejsze w grupie odmian na najwcześniejszy zbiór. W grupie odmian jadalnych na późniejszy zbiór najczęściej wymieniano odmiany: Vineta i Satina, a także Syrena, Bila, Lord i Irga. Do najważniejszych odmian skrobiowych w 2004 roku zaliczono odmiany: Rumpel, Kuba, Hinga.

Tabela 4; Table 4

Odmiany ziemniaków uznane przez badane przedsiębiorstwa nasienne za perspektywiczne (liczba wskazań w latach badań)

Potato cultivars recognized by surveyed seed companies as prospective (the number of indications in years of survey)

1996		2000		2004	
Orlik	15	Aster	15	Denar	24
Maryna	14	Orlik	15	Lord	24
Aster	10	Ruta	13	Vineta	15
Ania	9	Bryza	10	Rumpel	11
Mila	6	Hinga	10	Satina	10
Bila	6	Denar	10	Bila	9
Lawina	6	Bila	10	Orlik	8
Malwa	5	Drop	8	Syrena	8
Drop	4	Sante	8	Irga	7
Ruta	4	Bard	7	Kuba	7
Bzura	3	Lord	7	Velox	7
Irga	3	Miła	6	Hinga	6
Bryza	3	Fresco	5	Aster	5
Ekra	3	Vineta	5	Bard	5
Dunajec	3	Glada	5	Cedron	5
		Baszta	4	Gracja	5
		Cykada	4	Jasia	5
		Irga	3	Ruta	5
		Triada	3	Triada	5
		Beata	3	Ikar	4

Tabela 5; Table 5

Perspektywiczne odmiany ziemniaków w ramach kierunków użytkowania
– kolejność według liczby wskazań badanych przedsiębiorstw nasiennych
w roku 2000 i 2004

Prospective potato cultivars respecting trends of their use – the sequence
was established according to the number of indications given by seed companies
in years 2000 and 2004

Grupa użytkowa odmian Functional quality of cultivars	2000	2004
Bardzo wczesne; Very early	Orlik, Ruta, Denar, Aster	Denar, Lord, Velox, Ruta, Irys, Orlik, Bard
Jadalne na późniejszy zbiór Edible for a later harvest	Bryza, Aster, Bila, Drop, Sante	Vineta, Satina, Syrena, Bila, Lord, Irga, Triada, Orlik, Aster, Denar, Bard, Bryza
Na przetwory spożywcze For food preserves	Aster, Orlik, Mila	Gracja, Karlena, Orlik, Asterix, Sa- turna
Do przetwórstwa skrobiowego For starch processing	Hinga, Glada, Bzura, Klepa, Kuba	Rumpel, Kuba, Hinga, Jasia, Ikar, Umiak, Rudawa

Ocena konkurencyjności polskich odmian

W ocenie badanych przedsiębiorstw nasiennych za najbardziej konkurencyjne względem odmian zagranicznych są polskie odmiany bardzo wczesne oraz odmiany skrobiowe (tab. 6). Przeważająca część respondentów uznała również za konkurencyjne polskie odmiany jadalne. Mniejsza przewaga polskich odmian występuje w grupie użytkowej odmian przydatnych na susze spożywcze. Z kolei w grupie odmian przydatnych na frytki i chipsy polskie odmiany zdecydowanie nie są konkurencyjne w porównaniu z zagranicznymi.

Tabela 6; Table 6

Opinie badanych przedsiębiorstw nasiennych odnośnie konkurencyjności
polskich odmian ziemniaka względem odmian zagranicznych,
sierpień 2004 r. (% wypowiedzi)

Opinions of surveyed seed companies on the competitiveness of Polish
potato cultivars in respect to foreign cultivars,
August 2004 (% of statements)

Grupa użytkowa odmian Functional quality of cultivars	Tak Yes	Ra- czej tak Rat- her yes	Trudno powie- dzieć It's hard to say	Raczej nie Rather no	Nie No
Bardzo wczesne; Very early	59,4	25,0	6,3	9,3	–
Jadalne; Edible	40,6	40,6	9,3	6,3	3,2
Skrobiowe; Starchy	64,3	17,9	14,3	3,5	–
Do przerobu na frytki; For processing into chips	6,3	9,3	28,1	31,3	25,0
Do przerobu na chipsy; For processing into crisps	9,3	6,3	31,3	28,1	25,0
Na susze spożywcze; For dried food products	24,1	24,1	27,6	17,2	7,0

Ogólna ocena jakości polskich odmian w porównaniu z zagranicznymi według oceny ankietowanych przedsiębiorstw nasiennych wypada pozytywnie. Do silnych stron wyhodowanych w Polsce odmian ziemniaka można zaliczyć:

- posiadają kombinacje cech pożądaných w systemie rolnictwa zrównoważonego;
- przystosowane są do średnio intensywnych warunków uprawy – wymagają niższych nakładów środków produkcji;
- wysoki potencjał plonotwórczy;
- duża liczba odmian posiada skrócony okres wegetacji;
- reprezentują dobry smak i preferowany w Polsce typ kulinarny od lekko zwięzłego do lekko mączystego;
- odporność na raka ziemniaka i stosunkowo wysoką odporność na choroby wirusowe;
- wysoka zawartość skrobi i plon skrobi oraz dość wysoka odporność na wirusy i zarazy odmian skrobiowych.

Natomiast do słabszych stron polskich odmian można zaliczyć w szczególności: niską przydatność technologiczną do przerobu na produkty spożywcze (głównie frytki), wynikającą m.in. z mało wydłużonego kształtu bulw, mniej atrakcyjny wygląd bulw odmian jadalnych, niewielką liczbę odmian o białym miąższu.

Rola odmian wśród czynników wyboru dostawcy sadzeniaków

Badane przedsiębiorstwa nasienne wypowiedziały się również odnośnie czynników decydujących o wyborze dostawcy przez odbiorców sadzeniaków, głównie producentów ziemniaków towarowych.

Tabela 7; Table 7

Czynniki decydujące o wyborze dostawcy (konkurencyjności) sadzeniaków w opiniach badanych przedsiębiorstw (firmy mogły wskazać nie więcej niż trzy), sierpień 2004 r.

Decisive factors in selecting the supplier (competitiveness) of seed potatoes in opinion of surveyed companies (companies could choose no more than three), August 2004

Nazwa czynnika; Type of factor	Liczba wskazań (opcji) Number of indications (options)	Udział firm, które wskazały ten czynnik, (%) Percentage of companies that appointed this factor
1	2	3
Jakość oferowanych sadzeniaków; Quality of seed potatoes offered	26	81,3
Nazwy odmian, które firma oferuje Names of cultivars offered by companies	15	46,9
Możliwość zakupu odmian znanych i sprawdzonych Possibilities for purchasing well-known and proven cultivars	11	34,4
Możliwość zakupu odmian najnowszych Possibilities for purchasing the latest cultivars	10	31,3

1	2	3
Reputacja (marka) firmy od której kupują nasiona Reputation (brand) of the company supplying the seeds	8	25,0
Możliwość zakupu także w przyszłości Possibilities for purchasing in the future as well	7	21,9
Najkrótsza odległość między dostawcą a nabywcą The shortest distance between the supplier and purchaser	5	15,6
Możliwość obniżenia ceny przynajmniej do poziomu konkurencji Possibilities of reducing price at least to competition level	4	12,5
Intensywna promocja, w tym reklama Intensive promotion, including advertising	2	6,3
Świadczenie usług towarzyszących sprzedaży Providing the sales services	2	6,3
Uprzejma, kompetentna i sprawna obsługa przez personel sprzedaży Polite, competent and efficient services provided by sales persons	2	6,3
Znajomość i kontakty nieformalne Acquaintance and informal contacts	2	6,3

Jak wynika z tabeli 7, asortyment oferowanych odmian jest, obok jakości sadzenia, najważniejszym czynnikiem konkurencyjności przedsiębiorstw nasiennych. Oprócz nazw (marek) odmian, które firma oferuje, ważna jest dla nabywców sadzenia możliwość zakupu odmian znanych i sprawdzonych oraz możliwość zakupu odmian najnowszych. Na dalszych miejscach wśród czynników konkurencyjności dostawców sadzenia wymieniono: reputację firmy od której kupują nasiona, możliwość zakupu także w przyszłości (stała współpraca). Pozostałe czynniki, w tym mała odległość między dostawcą a nabywcą, możliwość obniżenia cen przynajmniej do poziomu konkurencji, intensywna promocja oraz jakość obsługi, odgrywają według badanych firm mniejszą rolę. Jak można uznać, wymienione czynniki konkurencyjności oferty przedsiębiorstw nasiennych są, oprócz ceny, promocji i jakości obsługi, w dużej mierze zgodne z teoretycznymi czynnikami konkurencyjności produktu [PIERŚCIONEK 2003].

Podsumowanie

Przedstawione wyniki badań ankietowych przedsiębiorstw nasiennych dostarczyły istotnych informacji dotyczących rynku odmian ziemniaka oraz pozwoliły na sformułowanie zarysu tendencji w tym zakresie. W opiniach 32 badanych przedsiębiorstw hodowlanych i nasiennych, reprezentujących 38,6% powierzchni reprodukcji nasiennej ziemniaka, polskie odmiany bardzo wczesne, skrobiowe i jadalne należy zaliczyć do konkurencyjnych wobec obecnych na krajowym rynku odmian zagranicznych. Wyrażona ocena odnośnie odmian jadalnych nie koresponduje jednak z szybką ekspansją odmian zagranicznych i ich rosnącym udziałem w powierzchni plantacji nasiennych [DZWONKOWSKI i in. 2005; FILIPIAK 2005]. Również wśród odmian jadalnych na późniejszy zbiór określonych jako perspektywiczne przodują odmiany zagraniczne Vineta i Satina. W ocenie ogólnej najwięcej pozytywnych opinii uzyskały polskie odmiany o najkrótszym okresie wegetacji: Denar i Lord. Wyrażona pozytywna opinia o jakości polskich odmian jadalnych, ich dostosowanie, zarówno do preferencji konsumentów, jak i poziomu techno-

logii uprawy uzasadnia podjęcie starań o przywrócenie dominującej ich roli na rynku nasiennym. Stwierdzona przewaga zagranicznych odmian przydatnych do przetwórstwa na produkty smażone znajduje potwierdzenie w praktyce gospodarczej [ZGÓRSKA 2005]. W badanym okresie 1996–2004 nastąpiły znaczne zmiany dotyczące wykazu odmian uznanych za przodujące na rynku. Jest to konsekwencją krótkiego przeciętnego cyklu życia wyhodowanych w Polsce odmian ziemniaka [REMBEZA, CHOTKOWSKI 2000], podobnie jak i odmian innych roślin uprawnych [WICKI 2004].

W latach 1996–2004 nastąpiły zmiany w zakresie kryteriów doboru odmian do uprawy. W miejsce cech istotnych dla producenta ziemniaków, jak wysoka plenność i odporność na choroby i szkodniki, największe znaczenie zaczęły zyskiwać cechy istotne dla nabywcy (konsumenta). W ostatnich latach najważniejsze znaczenia wśród cech decydujących o szybkim upowszechnieniu się odmian miały takie kryteria rynkowe jak: dobry smak i walory kulinarne oraz kształtność i ładny wygląd bulw. Nadal, według opinii ankietowanych przedsiębiorstw nasiennych, stosunkowo znaczną rolę wśród kryteriów doboru odmian ziemniaka do produkcji odgrywają plenność i odporność na choroby i szkodniki. Ogólnie zmniejsza się znaczenie barwy miąższu (upowszechnia się żółta i jasnożółta barwa miąższu) oraz wszechstronności użytkowania bulw.

Dobór odmiany o najkorzystniejszych cechach z punktu widzenia założonego kierunku użytkowania stanowi, oprócz jakości sadzeniaków, najważniejszy czynnik decydujący o wyborze dostawcy sadzeniaków przez nabywców. Asortyment oferowanych odmian należy zaliczyć do kluczowych czynników konkurencyjności poszczególnych przedsiębiorstw nasiennych na rynku sadzeniaków. W odróżnieniu od ogólnych prawidłowości rynkowych, mniejsze znaczenie przypisano polityce cenowej, intensywnej promocji i jakości obsługi.

Literatura

- CHOTKOWSKI J. 2004. *Sytuacja rynkowa i zamierzenia firm rolniczego sektora nasiennego – wyniki badań ankietowych*. Hodowla Roślin i Nasiennictwo 1: 15–25.
- CHOTKOWSKI J. 2005. *Funkcjonowanie banku informacji o rynku ziemniaków w IHAR Bonin*, w: *Zarządzanie wiedzą w agrobiznesie w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej*. Red. M. Adamowicz. SGGW, Warszawa: 405–410.
- CHOTKOWSKI J., PIŁECKI T. 2005. *Próba opracowania metodyki syntetycznej oceny odmian ziemniaka*. Biuletyn IHAR: 237–238.
- DUCZMAŁ K. 2005. *Perspektywy rozwoju przemysłu nasiennego a wyżywienie ludzkości*, w: *Perspektywy produkcji i rynku ziemniaków w Polsce*. Konf. nauk.-szkol. 20–21 X Kołobrzeg, IHAR Bonin: 10–17.
- DZWONKOWSKI W., SZCZEPANIAK I., ROSIAK E., CHOTKOWSKI J., REMBEZA J., BOCHIŃSKA E. 2005. *Rynek ziemniaka. Stan i perspektywy*. Analizy Rynkowe 28. IERiGŻ-PIB, ARR, MRiRW, Warszawa: 26 ss.
- FILIPIAK T. 2005. *Zmiany znaczenia zagranicznych odmian roślin rolniczych na rynku w latach 1994–2004*. Roczniki Naukowe SERiA, T. VII(2): 69–74
- GACEK E. 2005. *Zasady wpisu odmian roślin uprawnych do krajowego rejestru i wspólnotowych katalogów w aspekcie akcesji Polski do UE*. Hodowla Roślin i Na-

siennictwo 3: 6–9.

KACZMARCZYK S. 1999. *Badania marketingowe. Metody i techniki.* PWE, Warszawa: 499 ss.

KAPSA E. 1996. *Osiągnięcia polskiej hodowli na tle krajów zachodnich*, w: *III Krajowe Dni Ziemniaka*. Sem. Nauk. Inst. Ziemn., Bonin 7–8 IX: 4–11.

PIERŚCIONEK Z. 2003. *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa.* PWN, Warszawa: 505 ss.

REMBEZA J. 2002. *Rynek ziemniaków jadalnych w Europie i na świecie*, w: *Produkcja i rynek ziemniaków jadalnych*. Red J. Chotkowski. Wieś Jutra, Warszawa: 7–16.

REMBEZA J., CHOTKOWSKI J. 2000. *Wykorzystanie postępu hodowlano-nasiennego w produkcji ziemniaków.* Post. Nauk Roln. 1: 71–82.

WICKI L. 2004. *Zakres i wydajność reprodukcji nasiennej w latach 1996–2002 w Polsce.* Roczniki Naukowe SERiA, t. VI(1): 241–246.

ZGÓRSKA K. 2005. *Odmiany ziemniaka wykorzystywane do przetwórstwa spożywczego w Polsce i krajach UE.* Wieś Jutra 2: 34–35.

Słowa kluczowe: ziemniak, odmiana, konkurencyjność, opinie, przedsiębiorstwa nasienne

Streszczenie

Treścią pracy jest prezentacja wyników badań ankietowych, przeprowadzonych przez IHAR Bonin w sierpniu 2004 r. Opinię dotyczącą oceny konkurencyjności polskich odmian wyraziły 32 przedsiębiorstwa nasienne, nastawione na nasienictwo ziemniaka.

Stwierdzono, że polskie odmiany bardzo wczesne, jadalne na późniejszy zbiór oraz skrobiowe są w wysokim stopniu konkurencyjne wobec odmian zagranicznych. Wytypowano odmiany perspektywiczne w ramach kierunków użytkownia. Według opinii badanych przedsiębiorstw w latach 1996–2004 nastąpiły zmiany kryteriów decydujących o tempie upowszechnienia nowych odmian w praktyce rolniczej.

THE COMPETITIVENESS OF POLISH POTATO CULTIVARS IN OPINION THE OF SEED COMPANIES

Jacek Chotkowski

Market Research Laboratory, Department of Potato Protection and Seed, Bonin Plant Breeding and Acclimatization Institute, Radzików

Key words: potato, cultivars, competitiveness, opinions, seed companies

Summary

Paper presents the results of survey carried out by Plant Breeding and Acclimatization Institute at Bonin in 2004. Opinions on the competitiveness of

Polish potato cultivars were presented by 32 seed companies specialized in seed potato production.

It was found that Polish very early, edible for later harvest and starchy cultivars are highly competitive towards the foreign cultivars. Prospective potato cultivars respecting trends of their use have been marked out. In the opinion of companies surveyed in the years 1996–2004, there were observed changes in criteria determining the rate of disseminating new cultivars on the seed-potato market.

Dr Jacek **Chotkowski**
Pracownia Badań Rynkowych
Zakład Nasiennictwa i Ochrony Ziemniaka
Instytut Hodowli i Aklimatyzacji Roślin
76-009 BONIN K/KOSZALINA