

Sprzedaż nasion a organizacja rynku nasiennego

Autor: Leszek Lipski

Data: 24 października 2018

Sprzedaż nasion i wymienialność wzrasta, jednak daleko nam jeszcze do poziomu sprzed zmiany ustrojowej. Rośnie również świadomość o korzyściach ze stosowania nowych odmian, starannie przygotowanych do siewu. Z tego artykułu pochodzącego z Raportu Nasiennego 2018 dowiesz się, jakie są prognozy rozwoju organizacji rynku nasiennego.

W ostatnim dziesięcioleciu w Polsce nastąpił powolny wzrost wymienialności nasion – **z 10% w 2008 roku do 17% w roku 2017** (dane według GUS). Wyraźnie jest on widoczny w segmencie droższych nasion na rynku nowoczesnym (patrz dualizm rynku nasiennego w Polsce). Rośnie też tym samym sprzedaż nasion.

Analizując wielkość plantacji nasiennych pszenicy ozimej, obserwujemy wzrost udziału odmian wyłącznościowych z 23% (circa 7,5 tys. ha rozmnożeń) w roku 2013 do 34% (circa 10 tys. ha rozmnożeń) w roku 2016. Z relacji firm handlowych wynika, że okresowy spadek całkowitej sprzedaży nasion pszenic aż o 16% w roku 2016 nie miał wpływu na stabilną sprzedaż w tym segmencie.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
pszenica	71 174	54 178	83 766	95 457	113 969	108 188	120 346	143 757	158 904	133 786
pszenżyto	27 815	30 326	33 403	37 320	37 906	41 785	48 816	53 747	51 458	53 893
żyto	15 114	19 888	11 420	17 382	18 157	26 727	16 962	16 627	18 563	18 671
jęczmień	44 338	42 831	45 235	43 762	50 412	43 145	52 162	54 517	57 962	52 609
owies	10 641	10 874	11 301	12 379	10 071	9 888	13 485	12 064	13 107	15 963
suma	169 082	158 097	185 125	206 301	230 515	229 732	251 771	280 713	299 995	274 922
Zmiany roczne		-6%	+17%	+11%	+12%	0%	+10%	+11%	+7%	-8%
udział procentowy pszenic ozimych wyłącznościowych w rozmnożeniach							23%	27%	29%	34%

Tabela 10

Wykorzystanie kwalifikowanego materiału siewnego zbóż w Polsce

fot. Top Farms Agro

Rośnie sprzedaż nasion i liczba producentów zbóż

Przebija się powoli przekonanie o korzyściach płynących z nowych odmian oferowanych w połączeniu ze staranniejszym przygotowaniem ziarna do siewu. Patrząc w przyszłość, należy spodziewać się dalszego powiększania się gospodarstw, co będzie sprzyjać wzrostowi sprzedaży nasion. Dane GUS wskazują, że stale, choć powoli, rośnie liczba największych gospodarstw, które są odpowiedzialne za towarową produkcję zbóż.

Patrząc w przyszłość, należy spodziewać się dalszego powiększania się gospodarstw, co będzie sprzyjać wzrostowi sprzedaży nasion

Według dra Piotra Łuczaka ponad 10 tys. gospodarstw w segmencie powyżej 100 ha dostarcza na rynek około 7 mln t zbóż. Stanowi to wielkość (w skali całkowitej produkcji około 24–27 mln t, obrót towarowy to 8 do 9 mln t rocznie) odpowiadającą prawie **całemu rocznemu obrotowi towarowemu zbóż w Polsce**. Badania Martin & Jacob z 2018 roku wskazują na najwyższy odsetek korzystających z KMS w gospodarstwach produkujących ziarno na sprzedaż i tym samym potwierdzają prawidłowość pomiędzy produkcją towarową (sprzedawaną na rynek, a nie konsumowaną w gospodarstwie) a zużyciem kwalifikowanego materiału siewnego.

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Udział wg danych GUS	9,7	9,9	11,5	13,4	15,5	15,7	16,6	15,1	16,5
Udział wg danych PIORiN				17,1	21,2	22,0	25,4	25,1	24,9

Tabela 11

Udział kwalifikowanego materiału siewnego zbóż w Polsce (w %)

fot. Top Farms Agro

Organizacja rynku nasiennego – przyszłość

Dalsza profesjonalizacja sprzedaży poprzez jeszcze większy udział w obrocie nasionami z dobrych firm handlowych będzie wpływała na wzrost świadomości rolników i przyczyniała się do wzrostu sprzedaży nasion. Towarzyszyć temu będzie konsolidacja produkcji obsługującej rynek firm handlowych. Postępujący podział ról rynkowych, specjalizacja produkcji połączona z kosztownymi technologiami będą **wymuszać rynkowe ceny nasion, zbliżone do segmentu nasion produkowanych na zlecenie firm handlowych**. Wyniki badania Martin & Jacob z 2018 roku w stosunku do wyników z 2013 wskazały na duży wzrost akceptacji wyższych cen nasion, jeśli są one lepszej jakości.

Wyniki badania Martin & Jacob z 2018 roku w stosunku do wyników z 2013 wskazały na duży wzrost akceptacji wyższych cen nasion, jeśli są one lepszej jakości

Patrząc na rozwój rynku z perspektywy układu hodowca–producent–dystrybutor, możliwe scenariusze pokazuje tabela 12. Obecnie sprzedaż nasion to dominacja firm handlowych, które mogą tanio kupić usługę produkcji (poniżej kosztów wynikających z utrzymania zakładu). Mają możliwość wypromowania własnej odmiany poprzez bezpośredni dostęp do rolnika. Nawet jeśli korzystają ze standardowej jakości produkcji z central nasiennych, własna promocja umożliwia niwelowanie ewentualnych niedociągnięć.

Wyszczególnienie	Rynek producenta	Rynek firm handlowych	Rynek hodowcy
Kryterium	Dostęp do produkcji decyduje o sukcesie.	Bezpośredni dostęp do nabywców/gospodarstw stanowi o przewadze rynkowej.	Dostęp do odmiany daje główną przewagę rynkową.
Obecnie	W defensywie: nadpodaż rozmnożeń i mocy przerobu nasion.	Przeważa na rynku, producent i hodowca zabiega o sprzedaż nasion/odmian.	Zróżnicowana sytuacja w zależności od potencjału marketingowego, zasadniczo słabsza w stosunku do firm handlowych i mocniejsza w stosunku do Central Nasiennych (producentów nasion).
Szanse	Wzrasta istotność jakości produkcji – limitem staje się zakup technologii produkcji, limit dostępu do profesjonalnych rozmnożeń, know how związane z produkcją.	Wysoka siła negocjacyjna w stosunku do hodowli i rozdrobnionego producenta, dająca możliwość korzystnego zakupu odmian i gotowych nasion, możliwość zakupu usługi produkcyjnej poniżej kosztów producenta. Jeśli nastąpi koncentracja firm handlowych i model się wzmocni, wystąpi opłacalność własnej produkcji.	Potencjalnie największa siła na rynku, przy spodziewanej koncentracji firm hodowlanych, będzie kreować kształt rynku nasiennego w zakresie cen nasion oraz ich produkcji i dystrybucji; przełomem może być powszechne wprowadzenie hybryd.
Zagrożenia	Utrzymanie <i>status quo</i> .	Rozdrobnienie dystrybucji środków produkcji (wielość firm handlowych) nie pozwala na sprzedaż dużych ilości jednej odmiany, co osłabia siłę negocjacyjną w stosunku do hodowcy; przy rosnących wymaganiach jakościowych spada siła negocjacyjna w stosunku do producentów, a podjęcie własnej produkcji nasiennej jest nadal nieopłacalne.	Możliwe zabiegi administracyjne dążące do osłabienia pozycji rynkowej hodowli; w skali kraju znak zapytania nad kondycją rodzimej hodowli.

Tabela 12
 Porównanie sił rynkowych głównych podmiotów nasiennych

fol. Top Farms Agro

Wyzwania przed hodowcami i producentami

Rozdrobnienie firm handlowych i niska wymienialność nasion nie pozwalają osiągać dużej skali sprzedaży, w tym sprzedaży nasion jednej odmiany w obrębie jednej firmy. Dlatego też firmy hodowlane stoją przed zadaniem przekonania firm handlowych do bezpiecznej dystrybucji swoich flagowych dużych odmian. Tylko te odmiany mają obiektywnie największą wartość dla rolnika, a których podaż blokuje dotychczasowa relacja hodowca–producent nasion–dystrybutor.

W przyszłości prawdopodobnie wzrośnie siła rynkowa firm hodowlanych i trudniej będzie firmom handlowym prowadzić własną politykę odmianową. Producenci nasion wyspecjalizują się w dużej produkcji jakościowej. Powstanie bariera wejścia dla potencjalnych producentów z powodu skali produkcji i wymagań jakościowych rynku.

Artykuł „Prognoza rozwoju organizacji rynku nasiennego” jest częścią cyklu wydawniczego, dotyczącego polskiego nasiennictwa. Cykl wydawniczy powstał w oparciu o publikację „Raport Nasienny 2018 – Ewolucja rynku nasiennego w Polsce”, która była prezentowana 10 sierpnia 2018 r. podczas ogólnopolskiej konferencji nasiennej organizowanej przez Top Farms Agro sp. z o.o. producenta renomowanego kwalifikowanego materiału siewnego pod marką [Top Farms Nasiona](#).