

Krzysztof Zmarlicki, Piotr Brzozowski

Institut Ogrodnictwa w Skierniewicach

PREFERENCJE KONSUMENTÓW SKIERNIEWIC PRZY ZAKUPIE PIECZAREK¹

CONSUMER PREFERENCES IN SKIERNIEWICE WHILE PURCHASE OF BUTTON MUSHROOMS

Słowa kluczowe: rynek, pieczarki, konsumenci, konsumpcja, ankieta

Key words: market, button mushrooms, consumers, consumption, survey,

JEL codes: D12

Abstrakt. Celem opracowania jest poznanie preferencji konsumentów Skierniewic przy zakupie pieczarek na podstawie badań ankietowych. W Polsce przy spadku spożycia warzyw zwiększa się konsumpcja pieczarek, jednak jej poziom jest około dwa razy niższy niż średnia w UE. W pierwszej połowie 2018 roku w skierniewickich sklepach i na targowisku miejskim przeprowadzono badania ankietowe wśród 347 konsumentów w celu poznania czynników mających wpływ na zakup i spożycie pieczarek. Jedynie dwadzieścia osób z ankietowanej populacji stwierdziło, że ich nie jada. Większość badanych konsumuje pieczarki okazjonalnie bądź raz w miesiącu (odpowiednio 46,1 i 41,8% odpowiedzi). Najchętniej badani kupowali pieczarki w opakowaniach 500-gramowych (52,9% wskazań) oraz luzem (28,4% odpowiedzi). Z czynników ograniczających zakup pieczarek wskazano nieświeży wygląd grzybów (53,2% odpowiedzi) oraz zbyt wysoką cenę (30% wskazań). Z badanej populacji jedynie 40% kupowało pieczarki przetworzone.

Wstęp

Na świecie produkuje się około dwustu gatunków grzybów jadalnych. Prawie 76% globalnej produkcji i konsumpcji grzybów w 2013 roku obejmowało jedynie trzy gatunki: pieczarki (*Agaricus bisporus*), shiitake (*Lentinula edodes*) oraz boczniki (*Pleurotus* spp.). Rynek grzybów jadalnych jest jednym z szybciej rozwijających się sektorów branży spożywczej i do roku 2019 jego wartość powinna przekroczyć 50 mld USD [Marketsand Markets 2016]. Wzrost ten wynika z dużych walorów smakowych i odżywczych grzybów, w tym niskiej zawartości sodu, braku cholesterolu i innych niepożądanych i niemodnych obecnie składników w pożywieniu. Głównie jest jednak efektem prozdrowotnych działań grzybów na organizm człowieka. Przeprowadzone od ponad 30 lat badania medyczne w Japonii, Chinach, Korei, a od niedawna w USA wykazały ponad wszelką wątpliwość, że konsumpcja grzybów zapobiega powstawaniu zmian nowotworowych, a nawet może leczyć pewne typy raka [Figueiredo, Régis 2017]. W Polsce wśród produkowanych grzybów jadalnych pieczarka ma dominującą pozycję i stanowi ponad 90% upraw. Natomiast w skali świata, pomimo stałego wzrostu wolumenu produkcji, jej udział procentowy maleje z ok. 60% w latach 80. XX wieku do ok. 30% w 2018 roku.

Produkcja pieczarek w Polsce wykazuje stały trend wzrostowy od 70. lat ubiegłego wieku. W okresie ośmiu lat wzrosła aż dziesięciokrotnie, z poziomu 2 tys. t w 1970 roku do 20 tys. t w 1978 roku [Olewnicki, Jabłońska 2012]. Biorąc pod uwagę wolumen produkcji, bardzo duży rozwój uprawy pieczarek w Polsce nastąpił po 2000 roku, a zwłaszcza po przystąpieniu do Unii Europejskiej (UE), gdy łatwiejsza stała się ich sprzedaż na rynku Wspólnoty. W 2017 roku produkcja osiągnęła rekordowy poziom 325 tys. t [Nosecka 2017]. W dużym stopniu był to efekt dynamicznie rosnącego importu we wszystkich krajach będących czołowymi odbiorcami pieczarek na świecie, a zwłaszcza w Niemczech, Francji, Wielkiej Brytanii i USA. Wzrost

¹ Pracę wykonano w ramach programu wieloletniego „Działania na rzecz poprawy konkurencyjności i innowacyjności sektora ogrodniczego z uwzględnieniem jakości i bezpieczeństwa żywności oraz ochrony środowiska naturalnego”, finansowanego przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

spożycia w tych następuje przy stabilizacji lub spadku produkcji krajowej, co powoduje systematyczny spadek wskaźnika samowystarczalności w produkcji. Ponadto stosunkowo niewielkie jest tempo wzrostu eksportu z krajów głównych dostawców pieczarek na rynek światowy, takich jak: Holandia, Irlandia, a przede wszystkim Chiny, które były największym dostawcą pieczarek na rynek światowy w latach 90. XX wieku [Nosecka 2014].

Według szacunków ok. 70% polskiej produkcji pieczarek trafia na eksport [Strefa Agro 2018]. W wyniku stałego wzrostu sprzedaży na rynki zachodnie produkcja pieczarek jest w Polsce jedną z niewielu z branży rolno-spożywczej, której nie zaszkodziły sankcje importowe ze strony Rosji. Pomimo dużego wzrostu spożycia grzybów z produkcji towarowej w ciągu ostatnich trzydziestu lat na całym świecie oraz pomimo rozwoju badań z zakresie ich prozdrowotnych walorów, nadal bardzo ograniczona jest wiedza w zakresie preferencji i oczekiwań konsumentów [Boin, Nunes 2017]. Zaskakujące może się wydawać, że mimo wysokiej produkcji pieczarek w Polsce (3. miejsce po Chinach i USA), ich krajowe spożycie uważane jest za najniższe w Europie. Statystyczny Polak zjada rocznie niecałe 2 kilogramy pieczarek, natomiast statystyczny konsument w Europie 4 kilogramy na osobę [Twoje Pole 2018]. Wydaje się, że lepsze dostosowanie podaży do wymogów rynku może mieć wpływ na zwiększenie przez Polaków konsumpcji pieczarek. W tym celu należałoby poznać preferencje reprezentatywnej grupy konsumentów. Celem artykułu jest określenie preferencji konsumentów przy zakupie pieczarek i przetworów z nich w Skierniewicach.

Material i metodyka badań

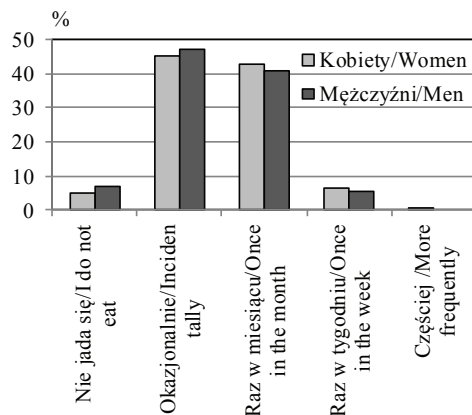
Badania ankietowe przeprowadzono od lutego do kwietnia 2018 roku. Wybór terminu wynikał z faktu, że według opinii producentów w okresie wczesnowiosennym podaż pieczarek jest duża i polscy konsumenci najczęściej ich wtedy kupują. Z uwagi na limitowane zasoby zasięgu badań ograniczono do jednego miasta – Skierniewic. Ankietowano osoby przy okazji zakupów artykułów spożywczych i były to osoby, które wyraziły chęć uczestnictwa w badaniach. Prowadzono je w 5 punktach sprzedaży detalicznej. W dwóch supermarketach, w dwóch dyskontach oraz na targowisku miejskim. Ankietowaniem objęto 185 kobiet i 162 mężczyzn, razem 347 osób, z których 327 było konsumentami pieczarek.

Kwestionariusz ankiety do badań opracowano na podstawie badań pilotażowych prowadzonych w lutym 2018 roku wśród 50 osób, które były proszone o podanie odpowiedzi na cztery pytania. Pierwsze dotyczyło częstotliwości konsumpcji pieczarek w ich rodzinie/gospodarstwie domowym. Drugie pytanie obejmowało preferencje odnośnie wielkości kupowanego opakowania pieczarek. Trzecie pytanie dotyczyło najważniejszych czynników, które ograniczają nabycie pieczarek w rodzinie/gospodarstwie domowym. Celem czwartego pytania było poznanie preferencji przy zakupie pieczarek przetworzonych. Dla każdego pytania uczestnicy badań pilotażowych mogli podać tylko jedną odpowiedź. Dobór ankietowanych był prowadzony w sposób celowy i obejmował jedynie po 10 chętnych osób do udzielenia odpowiedzi przy okazji zakupów w dwóch sklepach dyskontowych, w dwóch supermarketach i na targowisku miejskim. Na podstawie uzyskanych wyników badań wstępnych opracowano kwestionariusz ankiety z pytaniami zamkniętymi. Umożliwiono jednak podanie innej odpowiedzi, jeśli nie występowała ona w kwestionariuszu ankiety. Z uwagi na relatywnie małą liczebność badanej grupy, co wynikało z ograniczonych możliwości finansowych, przy opracowywaniu wyników uwzględniono wyłącznie segmentację ankietowanych według płci. Uniemożliwiło to uogólnienie wyników w skali kraju.

Wyniki badań

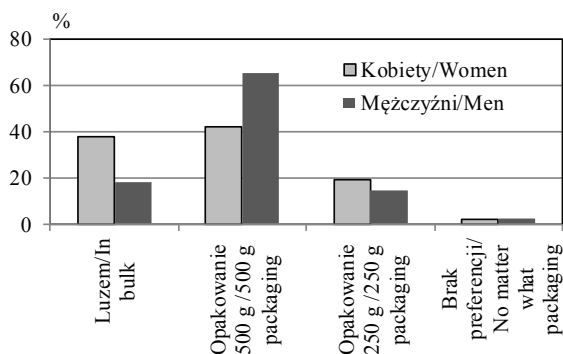
Badana populacja charakteryzowała się dużym zróżnicowaniem w zakresie częstotliwości konsumpcji pieczarek. Brak spożycia wskazało jedynie 4,9% kobiet i 6,8% mężczyzn (rys. 1). Okazjonalnie spożycie pieczarek wskazano najczęściej, bo aż 160 razy, co u kobiet stanowiło 45,4% odpowiedzi, a wśród mężczyzn 46,9%. Raz w miesiącu jadło pieczarki 42,7% badanych kobiet i 40,7% mężczyzn. Raz w tygodniu konsumowało pieczarki 6,5% badanych kobiet i 5,6% mężczyzn, a jedna osoba przyznała, że je pieczarki częściej niż raz w tygodniu.

Najbardziej preferowane opakowanie pieczarek wśród badanej populacji to wytłoczek z 500 g grzybów (rys. 2). Gramaturę tę wskazało 42,9% ankietowanych kobiet i 65,6% mężczyzn. Relatywnie dużo osób wybrało zakup pieczarek luzem, został on zaznaczony w 37,5% wskazań kobiet i 17,9% mężczyzn. Zdecydowanie mniejsze zainteresowanie ankietowanych było zaku-



Rysunek 1. Częstotliwość konsumpcji pieczarek
Figure 1. The consumption frequency of button mushroom

Źródło: badania własne
Source: own study



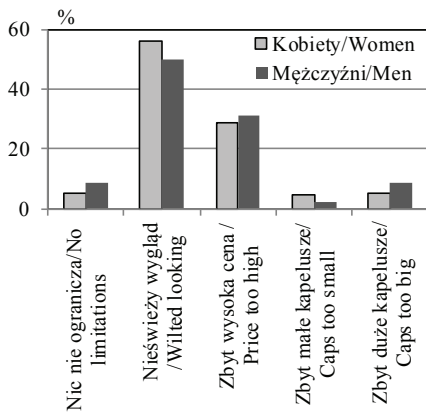
Rysunek 2. Preferowany rodzaj opakowania pieczarek
Figure 2. The preferred type of packaging of button mushroom

Źródło: badania własne
Source: own study

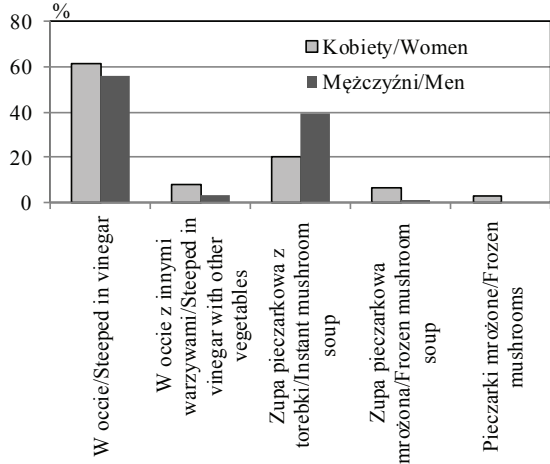
Wśród czynników ograniczających zakup pieczarek najważniejszy dla badanej populacji był nieswieży wygląd grzybów. Odpowiedź taka wystąpiła w 56,3% wskazań kobiet oraz 49,7% wskazań mężczyzn.

Drugim w kolejności czynnikiem ograniczającym zakup pieczarek była ich zbyt wysoka cena. Odpowiedzi takiej udzieliło 58,9% kobiet i 60,4% mężczyzn. Za duże kapelusze grzybów były czynnikiem ograniczającym zakup pieczarek dla 5,1% kobiet i 8,6% mężczyzn. Natomiast zbyt małe kapelusze grzybów wskazało 4,5% kobiet i 2,0% mężczyzn. Brak czynników ograniczających zakup pieczarek wskazano w 5,1% odpowiedzi kobiet i w 8,6% odpowiedzi mężczyzn.

Spośród 327 ankietowanych konsumujących pieczarki jedynie 139 osób stwierdziło, że kupuje pieczarki przetworzone. Najchętniej kupowano pieczarki w occie – 61,6% kobiet i 56,1% mężczyzn (rys. 4). Następnym preferowanym przetworem z pieczarek wśród badanych osób była zupa pieczarkowa z torebki – takiej odpowiedzi udzieliło 20,5% kobiet i 39,4% mężczyzn. Pieczarki w occie z innymi warzywami jako wymieniło 8,2% badanych kobiet i 15,8% mężczyzn. Mrożona zupa pieczarkowa została wskazana przez 6,8% ankietowanych kobiet i 1,5% mężczyzn. Najmniej preferowanym przetworem z pieczarek były pieczarki mrożone i zostały wybrane jedynie przez 2 kobiety.



Rysunek 3. Czynniki ograniczające zakup pieczarek
 Figure 3. Factors limiting the purchase of button mushrooms
 Źródło: badania własne
 Source: own study



Rysunek 4. Preferencje dla zakupu pieczarek przetworzonych
 Figure 4. Preferences for the purchase of processed button mushrooms
 Źródło: badania własne
 Source: own study

Podsumowanie

W sytuacji wzrostu światowego popytu na pieczarki polscy producenci mają dobre perspektywy dla wzrostu produkcji. Wzrastać powinna również konsumpcja na rynku krajowym. Niezbędne jest do tego lepsze dostosowanie podaży do wymogów konsumentów.

Na podstawie przeprowadzonych badań wśród konsumentów dokonujących zakupów artykułów spożywczych w Skierniewicach, stwierdzono, że konsumentami pieczarek było ponad 94% ankietowanych osób. Większość badanych (46,1%) robiła to okazjonalnie, a 41,8% raz w miesiącu. Jedynie 6,1% respondentów spożywało pieczarki raz w tygodniu. Tylko jedna osoba spożywała je częściej niż raz w tygodniu.

Opakowanie z 500 g pieczarek było najbardziej preferowane – przez 52,9% badanej populacji. Zakup pieczarek luzem preferowało ogółem 28% badanych. Pieczarki luzem zdecydowanie częściej były wybierane przez kobiety – 37% wskazań, w przypadku mężczyzn jedynie 17,9%. Opakowanie z 250 g było preferowane przez 16,8% ankietowanych. Natomiast preferencji co do opakowania przy zakupie pieczarek nie miał tylko 1,8% ankietowanych osób.

Czynnikiem najbardziej ograniczającym zakup pieczarek był ich nieświeży wygląd (53,2% odpowiedzi). Wysoka cena powodowała ograniczenie zakupu pieczarek u 30% ankietowanych. Zbyt małe kapelusze grzybów były powodem ograniczenia zakupów przez 6,7%, a zbyt duże pieczarki nie były pożądane przez 3,4% badanej populacji. Brak powodów ograniczających zakup pieczarek podało 6,7% ankietowanych.

Z 347 ankietowanych jedynie 139 osób stwierdziło, że kupuje pieczarki przetworzone. Najbardziej preferowaną formą pieczarek przetworzonych były pieczarki w occie – 59,0% wskazań. Zupa pieczarkowa z torebki była drugim najchętniej kupowanym przetworem (29,5% wskazań). Pieczarki w occie z innymi warzywami jako preferowane podano w 5,8% odpowiedzi. Mrożona zupa pieczarkowa została wskazana przez 4,3% ankietowanych. Najmniejsze zainteresowanie badanej populacji było dla pieczarek mrożonych, wskazane jedynie przez 2 osoby.

Literatura/Bibliography

- Boin Elisa, João Nunes. 2017. Mushroom Consumption Behavior and Influencing Factors in a Sample of the Portuguese Population. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing* 30 (1): 35-48, doi: 10.1080/08974438.2017.1382420.
- Figueiredo Lélia, Wiliam César Bento Régis. 2017. Medicinal mushrooms in adjuvant cancer therapies: an approach to anticancer effects and presumed mechanisms of action. *Nutrire* 42: 28, doi 10.1186/s41110-017-0050-1.
- Marketsand Markets. 2016. *Mushroom market worth \$50,034.12 million by 2019*, <https://www.marketsandmarkets.com/PressReleases/mushroom.asp>, access: 19.06.2018.
- Nosecka Bożena. 2014. *Zewnętrzne uwarunkowania wzrostu eksportu owoców, warzyw i ich przetworów z Polski* (External conditions for the growth of exports of fruit, vegetables and their products from Poland). *Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich* 101 (3): 133-144.
- Nosecka Bożena (ed.). 2017. *Rynek owoców i warzyw stan i perspektywy* (Fruit and vegetable market now and perspectives). Warszawa: IERiGŻ-PIB.
- Olewnicki Dawid, Lilianna Jabłońska. 2012. *Długookresowa analiza rozwoju sektora pieczarkarskiego w Polsce* (Long-term analysis of the development of the button mushroom sector in Poland). *Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich* 99 (4): 127-132.
- Strefa Agro. 2018. *Polskie pieczarki podbijają Europę. Zobacz, gdzie trafiają* (Polish mushrooms are conquering Europe. See where they go), <http://www.wspolczesna.pl/strefa-agro/rosliny/a/polskie-pieczarki-podbijaja-europe-zobacz-gdzie-trafiaja,12636228>, access: 14.06.2018.
- Twojepole. 2018. *Polska królestwem pieczarki* (Polish kingdom of mushrooms), <http://twojepole.pl/polska-krolestwem-pieczarki>, access: 16.06.2018.

Summary

The aim of the study was, based on surveys, to learn about consumer preferences when buying button mushrooms. In Poland, when the consumption of vegetables decreases, the consumption of mushrooms increases, however its level is about two times lower than the EU average. In the first half of 2018, 347 consumers were surveyed in Skierniewice shops and at the local farmer's market in order to learn about the factors affecting the purchase and consumption of mushrooms. Only twenty people from the population surveyed said they did not eat button mushrooms. Most of the respondents consume them, occasionally or once a month, respectively 46.1 and 41.8% of the answers. Most willingly, the respondents bought mushrooms in 500-gram packs 52.9% indications and in bulk 28.4% of responses. The factors limiting the purchase of button mushrooms indicated the bad appearance of them, 53.2% of responses, and too high price 30.0% responses. Of the population studied, only 139 people buy processed button mushrooms.

Adres do korespondencji
dr inż. Krzysztof Zmarlicki
orcid.org/0000-0002-1816-7592
Instytut Ogrodnictwa w Skierniewicach
ul. Konstytucji 3 Maja 1/3, 96-100 Skierniewice
tel. (46) 834 54 49
e-mail: krzysztof.zmarlicki@inhort.pl