

---

## **POZIOM POPYTU NA ROŚLINY OZDOBNE W WARSZAWIE W 2007 ROKU I JEGO DETERMINANTY**

### **The level of demand for ornamental plants in Warsaw in 2007 and its determinants**

Lilianna Jabłońska, Karolina Perzyńska  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego  
ul. Nowoursynowska 159, 02-776 Warszawa  
e-mail: lilianna\_jablonska@sggw.pl

#### **ABSTRACT**

The aim of the study was to determine the extent of the demand for flowers in Warsaw in 2007, as well as its dependence on economic and non-economic factors. The analyses showed that in 2007 a person surveyed spent 148.49 zł on ornamentals, including 20.49 zł spent on chrysanthemums for All Saints' Day. As regards the whole population of Warsaw, it was estimated that one inhabitant spent an average of 132 zł (24 pieces in terms of cut roses) in comparison with 137 zł (23 cut roses) in 2003. Cut flowers were bought most often – by 98.33% of those surveyed, 3-6 times a year, 3-5 pieces at a time. The study proved that along with the rise in income and the level of education, there followed an increase in the expenditure on flowers. The level of this expenditure was higher among middle-aged people, but there was no difference in that respect between men and women.

**Key words:** demand, cut flowers, pot plants

#### **WSTĘP**

Popyt jest jedną z podstawowych kategorii ekonomicznych. Jest on efektem potrzeb wytwarzanych podświadomie w psychice człowieka, jednak odnosi się do produktów i usług dostępnych na rynku, a jego wielkość i struktura zależą nie tylko od potrzeb społeczeństwa, ale także

od osiągniętych dochodów i cen (Wiszniewski 1994; Dębniwski 2000; Księżyk 2000). Popyt rośnie wraz ze wzrostem dochodów, przy czym im wyższy poziom zamożności, tym bardziej ujawnia się popyt na dobra wyższego rzędu (Rekowski 1993), do których należą m.in. rośliny ozdobne. Gwałtowny wzrost popytu na kwiaty wywołany szybkim bogaceniem się polskiego społeczeństwa obserwowano w Polsce w latach 70. i 80. ubiegłego wieku (Jabłońska 1988). Choć w skali całego społeczeństwa popyt na kwiaty w dalszym ciągu był niezaspokojony, to dla ludzi zamożnych rośliny ozdobne przestały być dobrem luksusowym (Pałęcka 1989). Na przełomie lat 80. i 90. znaczne zubożenie polskiego konsumenta w wyniku kryzysu gospodarczego i transformacji ustrojowej spowodowało ograniczenie wydatków na rośliny ozdobne (Jabłońska 1995, 1998). Ponowny ich wzrost rozpoczął się wraz ze stopniowym wychodzeniem z kryzysu i rozwojem gospodarki. Od pierwszej połowy lat 90. ubiegłego wieku do pierwszej połowy obecnego dziesięciolecia średnie wydatki 1 mieszkańca na kwiaty w przeliczeniu na sztuki róż wzrosły z 7-9 sztuk do 14-16 sztuk (Jabłońska 2009). Przy tym rosnącym średnim wydatku wyraźne było cały czas zróżnicowanie jego poziomu w zależności od poziomu dochodów konsumentów. W rodzinach biedniejszych kwiaty kupowano rzadziej i za mniejsze sumy pieniędzy (Krysińska 1992; Rutkowska 1995; Jaszczak 1999; Rembowska 2005).

Poza czynnikami ekonomicznymi, wielkość i struktura popytu są determinowane również czynnikami pozaekonomicznymi (Czarny 1998; Dębniwski 2000; Spychalski 2003), takimi jak czynniki demograficzne, warunki klimatyczne, pory roku, miejsce zamieszkania, preferencje konsumentów, poziom wykształcenia, wielkość gospodarstwa domowego, tradycja, moda itp. W przypadku roślin ozdobnych popyt jest determinowany także kolorem i zapachem kwiatów, ich trwałością, wiedzą o postępowaniu z nimi w warunkach domowych w celu przedłużania trwałości, jak również dostępnym asortymentem (Krusze 1985; Jaszczak 1999; Rembowska 2005; Jabłońska 2009).

Ta wielość czynników wpływających na popyt i zmienność siły ich oddziaływania w zmieniających się warunkach społeczno-gospodarczych wywołuje potrzebę prowadzenia systematycznych badań w tym zakresie.

Celem niniejszej pracy była ocena wielkości popytu na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe mieszkańców Warszawy w 2007 roku, czyli

kolejnym roku szybkiego wzrostu gospodarczego Polski, a także wpływu na tę wielkość wybranych czynników ekonomicznych i pozaekonomicznych. Wiedza ta jest istotna dla wszystkich uczestników rynku kwiatarskiego, w tym producentów, importerów, hurtowników i detalistów, ponieważ pozwala im prognozować chłonność polskiego rynku i dostosowywać swoje działania do przyszłego popytu. Wskazuje także na szanse rozwoju krajowej produkcji.

## MATERIAŁ I METODY

W analizach popytu wykorzystano wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w Warszawie w styczniu 2008 roku. Zebrano informacje o popycie na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe, z wyłączeniem chryzantem nabywanych z okazji Święta Zmarłych. Popyt na tę grupę roślin był badany oddzielnie. Badaniami objęto 220 osób, a ich dobór był celowy. Ze względu na ograniczone możliwości prowadzenia badań ankietowych, przy wyborze osób kierowano się założeniem o jak najbardziej równomiernym zróżnicowaniu próby pod względem płci i wieku. Z powyższej próby 13 osób nie dokonało zakupu kwiatów, co stanowi 5,91%. Spośród osób kupujących kwiaty, 16 nie zwróciło otrzymanych kwestionariuszy ankiet, a 12 wypełniło formularze niepoprawnie. Stąd też szczegółową analizę przeprowadzono na 179 osobach. Jej rozkład pod względem poszczególnych charakterystyk przedstawia tabela 1.

W badaniach skoncentrowano się na określeniu wielkości popytu na rośliny ozdobne oraz jego zależności od poziomu dochodów i cen, a także od takich czynników demograficznych, jak płeć, wiek, poziom wykształcenia i wielkość gospodarstwa domowego. Popyt był analizowany głównie w ujęciu wartościowym, gdyż zebranie od konsumentów informacji o ilości kwiatów zakupionych w ciągu roku obarczone jest, z uwagi na ułomność ludzkiej pamięci, większym błędem niż informacja o skali rocznych wydatków na nie. W celu scharakteryzowania wielkości popytu na rośliny ozdobne w ujęciu ilościowym przeliczono wysokość wydatków na sztuki róż ciętych. Dokonano również analizy częstotliwości zakupów oraz liczby kwiatów ciętych nabywanych jednorazowo. Jedynie w przypadku roślin doniczkowych określono ich ilość nabytą w ciągu roku. W analizach posłużono się prostymi metodami matematycznymi.

T a b e l a 1

Charakterystyka badanej zbiorowości – Characteristics of the population surveyed

Wyszczególnienie Items	Liczba osób Number of people	Procent populacji Percentage of population	Wyszczególnienie Items	Liczba osób Number of people	Procent populacji Percentage of population
płeć – sex			wiek (w latach) – wge (years)		
Kobiety – Females	98	54,75	20-29	44	24,58
Mężczyźni – Males	81	45,25	30-44	46	25,70
Wykształcenie – Education			45-54	41	22,90
Podstawowe Elementary	11	6,14	55-64	32	17,88
Zawodowe Technical	14	7,82	> 65	16	8,94
Średnie Secondary	56	31,28	liczba osób w gospodarstwie domowym* number of people in the household		
Niepełne wyższe Bachelor's degree	45	25,14	1	2	1,12
Wyższe – Tertiary	53	29,16	2	34	18,99
Miesięczny dochód netto na 1 osobę Net monthly income per person			3	59	32,96
< 400 zł	16	8,94	4	61	34,08
401-800 zł	52	29,05	5	15	8,38
801-1500 zł	72	40,22	6	6	3,35
> 1500 zł	39	21,79	> 6	2	1.12

Źródło: opracowanie własne na podstawie Perzyńska 2008 – Source: own compilation based on Perzyńska 2008

\*dotyczy kolumny 4 – relates to column 4

## WYNIKI BADAŃ

### 1. Poziom wydatków na rośliny ozdobne

W badanej populacji najwięcej osób, bo 25,70% i 23,46%, wydało na rośliny ozdobne w 2007 roku kwotę w granicach 51-100 zł i 101-150 zł (tab. 2). Relatywnie dużo, bo 19,55%, badanych wydało powyżej 201 zł, a za kwotę poniżej 20 zł nabyło rośliny ozdobne tylko 5,03% badanych. Dysponując powyższymi wynikami podjęto próbę określenia, w dużym przybliżeniu, średniego wydatku dla całej zbiorowości, a następnie średniego wydatku przeciętnego mieszkańca Warszawy. W tym celu zamknięto dwa skrajne przedziały (10-20 zł i 201-300 zł) oraz założono, iż osoby

deklarujące wydatki w danym przedziale nabyły rośliny za kwotę równą średniej arytmetycznej tego przedziału. Jak wynika z przeprowadzonego rachunku, przeciętny wydatek w badanej zbiorowości wynosił szacunkowo około 128 zł. W przeliczeniu na sztuki róż był to zakup rzędu 23 sztuk, przy założeniu ich średniej ważonej ceny detalicznej na poziomie 5,5 zł/1 sztukę. Biorąc pod uwagę również osoby w ogóle nie nabywające kwiatów i roślin doniczkowych, które stanowiły w 2007 roku szacunkowo około 10-15% mieszkańców Warszawy, średni wydatek przeciętnego warszawiaka wynosił około 113 zł. Do tej kwoty należy dodać wydatki związane z zakupem chryzantem na Święto Zmarłych, które według badań wyniosły szacunkowo na 1 badaną osobę 20,49 zł, a w przeliczeniu na 1 warszawiaka 19 zł (nie nabywa ich szacunkowo około 8% mieszkańców Warszawy). Łączny więc wydatek na kwiaty i rośliny doniczkowe w Warszawie w 2007 roku wynosił 132 zł na 1 osobę, co w przeliczeniu na róże wynosi 24 sztuki. W 2003 roku był to wydatek rzędu 137 zł i około 23 róż (Jabłońska i Zyntek 2005), czyli popyt na kwiaty utrzymuje się na stałym poziomie.

T a b e l a 2

Wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w zależności od poziomu dochodu  
– Expenditure on cut flowers and pot plants depending on income level

Dochód miesięczny (zł/osobę) Monthly income (zł/person)	Roczne wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe na osobę w zł Annual expenditure on flowers and pot plants (zł/person)						Średni wydatek (zł/osobę) Average expenditure (zł/person)
	<20	21-50	51-100	101-150	151-200	>201	
	procent osób z danej grupy badanych percentage of people from a given group surveyed						
Ogółem populacja Total population	5,03	12,85	25,70	23,46	13,41	19,55	128,00
<400	31,25	43,75	12,50	0,00	6,25	6,25	54,36
401-800	5,77	13,46	34,61	25,00	7,69	13,46	109,52
801-1500	1,39	8,33	27,78	26,39	18,05	18,05	133,59
>1501	0,00	7,69	15,38	25,64	15,38	35,90	162,94

Źródło: opracowanie własne na podstawie Perzyńska 2008 – Source: own compilation based on Perzyńska 2008

## 2. Ekonomiczne determinanty popytu na rośliny ozdobne

W badanej populacji odnotowano bardzo wyraźną zależność popytu na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe od poziomu zamożności konsumenta. Popyt ten jest tym większy, im wyższe są dochody. O ile w grupie o miesięcznym dochodzie netto na 1 osobę poniżej 400 zł aż 75% badanych wydało na rośliny ozdobne poniżej 50 zł, to w grupach o dochodzie 401-800 zł, 801-1500 zł i powyżej 1501 zł wydatek na tym poziomie zadeklarowało odpowiednio 19,23%, 9,72% i 7,69% osób z tych grup (tab. 2). Tylko 12,5% badanych o najniższych dochodach zakupiło kwiaty za kwotę powyżej 151 zł, podczas gdy wśród osób o najwyższych dochodach osoby takie stanowiły 51,28%. Z tej grupy aż 35,9% osób wydało na kwiaty w ciągu całego roku powyżej 200 zł. Generalnie wydatki na rośliny ozdobne konsumentów o najwyższych dochodach były 3-krotnie wyższe niż konsumentów o dochodach najniższych.

Wzrost zainteresowania zakupami kwiatów wraz ze wzrostem dochodów jest zjawiskiem pozytywnym z punktu widzenia rozwoju rynku kwiaciarskiego, a jednocześnie rozwoju krajowej produkcji. Wzrost gospodarczy Polski, choć dziś wyhamowany przez światowy kryzys, będzie w dalszej perspektywie sprzyjał tym zakupom. W badanej populacji tylko 25,14% osób nie deklaroowało zwiększenia zakupów kwiatów w sytuacji podniesienia się ich poziomu zamożności. Pozostałe osoby deklarowały wzrost popytu, przy czym będzie to wzrost powolny, gdyż aż 31,28% badanych zwiększyłoby zakupy kwiatów dopiero przy wzroście własnych dochodów o 50%, a 15,08% badanych przy wzroście dochodów o 40%. Należy jednak podkreślić, iż te deklaracje odnoszą się do 2007 roku, czyli okresu poprawiającej się sytuacji finansowej gospodarstw domowych. Obecny kryzys i niepewność najbliższej przyszłości, ograniczające już dziś dochody części społeczeństwa i zmniejszające optymizm pozostałych konsumentów, wyhamują wzrost popytu na kwiaty, ale tylko do momentu ponownego szybszego rozwoju gospodarki.

Popyt na rośliny ozdobne w znacznym stopniu jest determinowany także poziomem cen. Aż 72,07% badanych kupowałoby więcej kwiatów, gdyby ich ceny były niższe (tab. 3). Odnosi się to również do osób o najwyższych dochodach, choć było ich mniej, bo 66,67%. Powyższe dane wskazują, iż chcąc zwiększyć popyt, a w dobie obecnego kryzysu utrzymać go przynajmniej na obecnym poziomie, należy poszukiwać dróg

obniżenia cen roślin ozdobnych. Odnosi się to do produkcji, ale przede wszystkim do etapu obrotu, włączając w to handel detaliczny. Niższe ceny sprzyjają nie tylko planowanym zakupom kwiatów, ale przy równoczesnej szerszej ich dostępności, zakupom dokonywanym pod wpływem impulsu. Warunki te spełnia w przypadku kwiatów ciętych handel uliczny, a w przypadku roślin doniczkowych – sprzedaż w supermarketach. W badanej populacji, z 71,51% badanych nabywających kwiaty cięte pod wpływem impulsu, 60,94% nabyło je u ulicznego sprzedawcy, a z 36,31% badanych nabywających pod wpływem impulsu rośliny doniczkowe, 52,31% kupiło je w supermarkecie. Są to więc dwa kanały dystrybucji, których udział w rynku kwiatów powinien się zwiększać, przyczyniając się do wzrostu popytu.

T a b e l a 3

Wpływ ceny na popyt na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe  
The effect of price on the demand for cut flowers and pot plants

Dochód miesięczny netto (zł/osobę) Net monthly income (zł/person)	Chęć zakupu roślin ozdobnych w sytuacji niższych cen The willingness to buy flowers in the situation of lower prices	
	kupowałbym więcej I would buy more	nie kupowałbym więcej I would not buy more
	procent danej grupy badanych percentage of people from a given group surveyed	
Ogółem populacja Total population	72,07	27,93
<400	75,00	25,00
401-800	73,08	26,92
801-1500ł	73,61	26,39
>1501	66,67	33,33

Źródło: Perzyńska 2008

### 3. Pozaekonomiczne determinanty popytu na rośliny ozdobne

Z przeprowadzonych badań wynika, iż wielkość popytu na rośliny ozdobne zależy od takich czynników, jak wykształcenie, płeć czy wielkość gospodarstwa domowego, przy czym kierunek i siła zależności w przypadku poszczególnych czynników jest różna. W bardzo wysokim stopniu popyt determinowany był poziomem wykształcenia, im poziom wyższy, tym samym wyższe wydatki na kwiaty (tab. 4). W badanej populacji osoby z wykształceniem wyższym nabyły w 2007 roku rośliny ozdobne za średnią kwotę 157,72 zł, podczas gdy z wykształceniem podstawowym

tylko za kwotę 33,18 zł. Gros tych ostatnich, bo 81,81%, wydało sumy nie przekraczające 50 zł, a ani jedna nie wydała powyżej 1000 zł. Odmienne przedstawia się zjawisko w grupie osób najzamożniejszych. Tu powyżej 1000 zł wydało aż 79,24% osób, a tylko 5,66% wydało mniej niż 50 zł, w tym ani jedna poniżej 20 zł. Podobny rozkład wydatków charakteryzuje grupę konsumentów z wykształceniem niepełnym wyższym, choć nieznacznie większa jest liczba osób wydających kwoty 51-150 zł. Stąd też średni wydatek w tej grupie był o 8,34% niższy niż wśród osób z wykształceniem wyższym, wyniósł on 144,56 zł. Znacznie większa różnica występowała w przypadku konsumentów z wykształceniem zawodowym i średnim, gdyż ich wydatki kształtowały się średnio na poziomie odpowiednio 72,83 zł i 114,3 zł. Osoby z wykształceniem zawodowym generalnie wydały na kwiaty od 10 zł do 100 zł, a tylko 21,43% tych osób wydało powyżej 100 zł. Udział osób z wykształceniem średnim wydających kwoty powyżej 100 zł wzrósł do 44,65%, a bardzo wyraźnie obniżył się udział osób, które wydały na kwiaty poniżej 20 zł. Wyniósł on 3,57%, podczas gdy wśród konsumentów z wykształceniem zawodowym stanowił 21,43%.

Tabela 4

Wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w zależności od poziomu wykształcenia – Expenditure on cut flowers and pot plants depending on education level

Wykształcenie Education	Roczne wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe na osobę (w zł) Annual expenditure on flowers and pot plants (zł/person)						Średni wydatek (zł/osobę) Average expenditure (zł/person)
	<20	21-50	51-100	101-150	151-200	>201	
	procent danej grupy badanych percentage of people from a given group surveyed						
Podstawowe Elementary	36,36	45,45	18,18	0,00	0,00	0,00	33,18
Zawodowe Technical	21,43	28,57	28,57	7,14	7,14	7,14	72,83
Średnie Secondary	3,57	14,28	37,50	21,43	5,36	17,86	114,30
Niepełne wyższe Bachelor's degree	0,00	6,67	24,44	33,33	8,89	26,67	144,56
Wyższe Tertiary	0,00	5,66	15,09	26,41	30,19	22,64	157,72

Źródło: opracowanie własne na podstawie Perzyńska 2008 – Source: own compilation based on Perzyńska 2008

Analizując wielkość popytu na rośliny ozdobne w zależności od wieku konsumenta można wyróżnić dwa segmenty rynku różniące się jego poziomem od pozostałych. Pierwszy to osoby młode w wieku 20-29 lat, a drugi to osoby najstarsze w wieku powyżej 65 lat. Konsumenti w tych segmentach charakteryzują się wyraźnie niższymi wydatkami na rośliny ozdobne niż osoby w wieku 30-64 lat. Średni wydatek osób najmłodszych i najstarszych wynosił około 92,13 zł i 83,75 zł, pozostałych zaś badanych był na poziomie 135-146 zł (tab. 5). Zjawisko niższego popytu wśród najmłodszych i najstarszych konsumentów należy tłumaczyć z jednej strony relatywnie niższym poziomem zamożności i koniecznością przeznaczania większości środków finansowych na zakup dóbr podstawowych, z drugiej stylem życia. Jeśli chodzi o osoby w wieku 30-64 lata nie stwierdzono istotnego zróżnicowania popytu, choć odnotowano nieznaczny spadek wydatków wraz z wiekiem konsumentów. Najwięcej wydawały osoby w wieku 30-44 lat, co można tłumaczyć faktem, iż w tym wieku najczęściej uczestniczy się w takich uroczystościach, jak śluby, chrzciny czy komunie święte, które są powszechnymi okazjami do nabywania kwiatów.

Tabela 5

Wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w zależności od wieku –  
Expenditure on cut flowers and pot plants depending on age

Wiek (w latach) Age (years)	Roczne wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe na osobę w zł Annual expenditure on flowers and pot plants (zł/person)						Średni wydatek (zł/osobę) Average expenditure (zł/person)
	<20	21-50	51-100	101-150	151-200	>201	
	procent danej grupy badanych percentage of people from a given surveyed group						
20-29	11,36	18,18	29,54	18,18	11,36	11,36	92,13
30-44	6,52	6,52	21,74	19,56	15,22	30,43	146,39
45-54	0,00	4,88	26,38	34,15	14,63	19,51	138,89
55-64	0,00	6,25	25,00	34,37	18,75	15,62	135,76
> 64	6,25	50,00	25,00	0,00	0,00	18,75	83,75

Źródło: opracowanie własne na podstawie Perzyńska 2008 – Source: own compilation based on Perzyńska 2008

Pomimo relatywnie małej próby badawczej i wynikającego stąd braku reprezentatywności gospodarstw domowych 1-osobowych oraz składających się z 6 i więcej osób, przeprowadzone analizy pozwoliły na

stwierdzenie zależności popytu na kwiaty od wielkości gospodarstwa domowego. Wyniki przedstawione w tabeli 6. wskazują, że wraz ze wzrostem liczebności rodzin wzrasta w nich udział tych wydających średnio na osobę nie więcej niż 50 zł, maleje zaś udział gospodarstw wydających powyżej 150 zł. W 2007 roku kwoty do 50 zł wydano w 14,7% rodzin 2-osobowych i w 46,67% rodzin 5-osobowych, kwoty zaś powyżej 150 zł odpowiednio w 44,12% i 6,67% rodzin. Widoczne jest również, iż rodziny o większej liczebności relatywnie częściej wydawały 51-100 zł, a o mniejszej 101-150 zł. Zjawisko to jest najczęściej wynikiem obniżania się dochodów przypadających na 1 członka rodziny wraz ze wzrostem liczby jej członków.

Tabela 6

Wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w zależności od wielkości gospodarstwa domowego – Expenditure on cut flowers and pot plants depending on the size of household

Liczba osób w gospodarstwie Number of persons in household	Roczne wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe na osobę w zł Annual expenditure on flowers and pot plants (zł/person)						Średni wydatek (zł/osobę) Average expenditure (zł/person)
	<20	21-50	51-100	101-150	151-200	>201	
	procent danej grupy badanych percentage of people from a given group surveyed						
1	0,00	0,00	50,00	50,00	0,00	0,00	X
2	2,94	11,76	20,59	20,59	23,53	20,59	138,24
3	1,69	8,47	18,64	22,03	18,64	30,51	150,01
4	3,28	13,11	32,79	27,87	6,56	16,39	116,80
5	26,67	20,00	26,67	20,00	6,67	0,00	66,34
6	0,00	33,33	50,00	16,67	0,00	0,00	X
> 6	50,00	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	X

Źródło: opracowanie własne na podstawie Perzyńska 2008 – Source: own compilation based on Perzyńska 2008

Czynnikiem, który może mieć wpływ na wielkość popytu na kwiaty jest płeć. Jednak w badaniach przeprowadzonych w 2007 roku takiej zależności nie stwierdzono. Rozkład populacji kobiet i mężczyzn wydających poszczególne sumy pieniędzy był bardzo podobny, czego efektem jest generalnie ten sam poziom średniego wydatku na 1 osobę. Wyniósł on dla kobiet 129,48 zł, a dla mężczyzn 127,91 zł.

#### 4. Częstotliwość zakupów roślin ozdobnych

W dalszym ciągu większą popularnością w Polsce cieszą się kwiaty cięte, nabywane przede wszystkim z różnych okazji dla drugiej osoby, ale coraz częściej także są one kupowane do domu, na własny użytek. W badanej populacji jedynie 1,67% osób nie kupiło w 2007 roku żadnego kwiatu ciętego. W przypadku roślin doniczkowych odsetek takich osób wynosił 24,02% (tab. 7). Również częstotliwość nabywania kwiatów ciętych jest większa. Tylko 4,47% badanych kupiło je 1 raz, a 16,76% 2 razy. Największy odsetek, bo 40,22%, kupiło kwiaty cięte 3-6 razy, ale liczne są także osoby nabywające je częściej, 7-10 razy kupiło kwiaty 19,55% badanych, a ponad 10 razy 17,32%. W przypadku roślin doniczkowych najczęstszym zakupem jest zakup 1- i 2-krotny. Zadeklarowało go odpowiednio 21,23% i 26,81% badanych. Dodatkowo 17,32% osób nabyło rośliny doniczkowe 3-6 razy w ciągu roku. Częstsze zakupy są sporadyczne.

Tabela 7

Częstotliwość zakupów kwiatów ciętych i roślin doniczkowych – The frequency of cut flower and pot plants purchases

Ilość zakupów w roku Number of purchases per year	Kwiaty cięte Cut flowers					Rośliny doniczkowe Pot plants				
	ogółem populacja total population	miesięczny dochód netto (zł/osobę) net monthly income (zł/person)				ogółem populacja total population	miesięczny dochód netto (zł/osobę) net monthly income (zł/person)			
		<400	401-800	801-1500	>1500		<400	401-800	801-1500	>1500
	procent danej grupy badanych – percentage of people from a given group surveyed									
1	4,47	25,00	3,85	2,78	0,00	21,23	25,00	23,08	25,00	10,26
2	16,76	18,75	23,08	16,67	7,69	26,81	12,50	23,08	29,17	33,33
3-6	40,22	25,00	48,08	45,83	25,64	17,32	12,50	15,38	13,89	28,20
7-10	19,55	6,25	15,38	19,44	30,77	6,14	0,00	5,77	5,55	10,26
> 10	17,32	12,50	7,69	15,28	35,90	4,47	0,00	0,00	4,17	12,82
Brak zakupu No purchase	1,67	12,50	1,92	0,00	0,00	24,02	50,00	32,69	22,22	5,13

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Perzyńska 2008 – Source: own compilation based on Perzyńska 2008

Zarówno w przypadku kwiatów ciętych, jak i roślin doniczkowych częstotliwość zakupów rośnie wraz ze wzrostem zamożności. Wśród osób o najniższych dochodach 12,5% nie kupiło w ogóle kwiatów ciętych, a 25% nabyło je tylko 1 raz, podczas gdy wszystkie osoby o najwyższych dochodach kupowały kwiaty i czyniły to głównie częściej niż 2 razy w roku. W przypadku roślin doniczkowych odsetek takich osób wśród najbiedniejszych wynosił odpowiednio 50% i 25%, a wśród najzamożniejszych 5,13% i 10,26%. Więcej niż 10 razy nabyło kwiaty cięte aż 35,9% osób z grupy o najwyższych dochodach, a tylko 12,5% osób o dochodach najniższych. Z tych ostatnich nikt nie nabył tak często roślin doniczkowych, ale uczyniło to 12,83% konsumentów najzamożniejszych.

### **5. Wielkość zakupów roślin ozdobnych**

Jak już zaznaczono, rośliny doniczkowe nabyło w 2007 roku 75,98% badanych, z czego większość (68,16%) zakupiła rośliny doniczkowe pokojowe. Nie były to znaczące zakupy, gdyż gros z nich (66,11%) kupiło jedynie 1-2 sztuki. Zakupu 3-4 sztuk w ciągu roku dokonało 15,61% badanych, a 5-12 sztuk 18,28% badanych.

W większych ilościach kupowane są natomiast rośliny balkonowe i rabatowe, co jest zrozumiałe z racji ich przeznaczenia. Z osób deklarujących ich zakup, 29,82% kupiło 1-5 sztuk, 28,07% 6-10 sztuk, 29,13% 16-20 sztuk, a 12,98% 21-30 sztuk.

Jeśli chodzi o kwiaty cięte, konsumenci, niezależnie od płci, najczęściej nabywają za jednym razem 3 lub 5 sztuk. W badanej populacji czyniło tak odpowiednio 37,85% i 29,38% osób (tab. 8). Nieznacznie mniejszy odsetek, 23,92% badanych, zdecydował się na zakup wiązanki lub bukietu składającego się z 7 lub więcej kwiatów. Najmniej popularne jest nabywanie pojedynczego kwiatu, gdyż zadeklarowało je jedynie 9,04% respondentów. Pojedynczy kwiat kupują głównie osoby najmłodsze i najstarsze. Taki zakup charakteryzował 18,18% konsumentów w wieku 20-29 lat i 13,33% w wieku powyżej 65 lat, podczas gdy wśród pozostałej grupy badanych odsetek osób nabywających pojedyncze kwiaty nie przekroczył 5%. Najczęściej na zakup pojedynczego kwiatu decydują się także konsumenci o najniższych dochodach. W badanej populacji takiego zakupu dokonało aż 37,5% osób o dochodzie miesięcznym poniżej 400 zł, z tych o dochodzie 401-800 zł tylko 10%, a o dochodzie powyżej 800 zł

nie więcej niż 5%. Jak wynika z liczb zawartych w tabeli 8. wraz ze wzrostem poziomu zamożności rośnie liczba kwiatów nabywanych w trakcie pojedynczego zakupu.

T a b e l a 8

Wielkość jednorazowych zakupów kwiatów ciętych – The size of a single purchase of cut flowers

Liczba kwiatów nabywana najczęściej jedno-razowo (szt.) The most frequent number of flowers bought at a time (pieces)	Ogółem populacja Total population	Wiek (w latach) Age (years)					Miesięczny dochód netto (zł/osobę) Net monthly income (zł/person)			
		20-29	30-44	45-54	55-64	>65	<400	401-800	801-1500	>1500
		procent danej grupy badanych percentage of people from a given group surveyed								
1	9,04	18,18	4,35	4,88	6,45	13,33	37,50	10,00	4,17	5,13
3	37,85	50,00	39,13	36,58	19,35	44,00	31,25	48,00	44,44	15,38
5	29,38	25,00	23,91	34,15	41,93	20,00	18,75	26,00	33,33	30,77
7	12,99	22,27	2,17	21,95	29,03	20,00	6,25	12,00	13,89	15,38
>7	10,73	4,54	30,43	2,44	3,22	6,67	6,25	4,00	4,17	33,33

Źródło: opracowanie własne na podstawie Perzyńska 2008 – Source: own compilation based on Perzyńska 2008

## PODSUMOWANIE

1. Badania wykazały, że popyt na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe od początku obecnej dekady pozostaje na podobnym poziomie. W 2007 roku wydatki na nie 1 mieszkańca Warszawy wyniosły 132 zł w porównaniu z 137 zł w 2003 roku, co oznacza zakup odpowiednio 23 i 24 sztuk róż. W dalszym ciągu większym zainteresowaniem cieszą się kwiaty cięte, których nie nabyło jedynie 1,67% badanych. Nabywane są najczęściej 3-6 razy w roku w liczbie 3-5 sztuk jednorazowo. Rośliny doniczkowe nabyło 75,97% badanych, w większości 1-2 sztuki.

2. Wydatki na kwiaty wyraźnie rosną wraz ze wzrostem dochodu i wykształcenia, co pozwala z optymizmem patrzeć na przyszły rozwój polskiego rynku kwiatarskiego w warunkach ponownego wejścia na drogę szybszego rozwoju gospodarczego. Obecnie, w sytuacji wyhamo-

wania wzrostu zamożności polskiego społeczeństwa, jedną z dróg utrzymania popytu na dotychczasowym poziomie jest oferowanie kwiatów o niższych cenach, czemu sprzyjałyby rozwój handlu ulicznego i sprzedaż w supermarketach. Aż 72,07% badanych kupowałoby więcej kwiatów, gdyby ich ceny były niższe. Za sprzyjające zjawisko należy również uznać fakt podobnego zainteresowania kwiatami wśród mężczyzn i kobiet.

## LITERATURA

- C z a r n y B., C z a r n y E. 1998. Podstawy ekonomii. PWE, Warszawa.
- D ę b n i e w s k i G. 2000. Mikroekonomia. Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.
- J a b ł o Ń s k a L. 1988. Changes in ornamental flower demand in Poland in the 8<sup>th</sup> decade of our century. *Acta Hort.* **223**: 295-302.
- J a b ł o Ń s k a L. 1995. Some aspects of the changes in Polish floriculture in 1980-1992. *Annals of Warsaw Agricultural University – SGGW, Horticulture* **17**: 33-44.
- J a b ł o Ń s k a L. 1998. Demand for ornamental plants in Poland and some aspects of their distribution system. Maszynopis, wykonano dla Produktschap Tuinbouw, Holland, 25 pp.
- J a b ł o Ń s k a L. 2009. Znaczenie kwiatów ciętych i doniczkowych w życiu współczesnych społeczeństw. Monografia „Niech żyją kwiaty w wazonie”, DRUKPOL: 7-14, Kraków.
- J a b ł o Ń s k a L., Z y n t e k A. 2005. Kształtowanie się popytu na kwiaty cięte i doniczkowe w Warszawie w 2003 roku. *Zesz. Nauk. Inst. Sadow. Kwiac.* **13**: 119-127.
- J a s z c z a k A. 1999. Popyt na rośliny ozdobne w województwie olsztyńskim z uwzględnieniem preferencji konsumentów. Praca magisterska, SGGW, Warszawa.
- K r u s z e N. 1985. Ogólna ekonomia ogrodnictwa. PWRiL, Warszawa.
- K r y s i Ń s k a K. 1992. Popyt na rośliny ozdobne w Warszawie w 1991 r. Praca magisterska, SGGW, Warszawa.
- K s i ę ż y k M. 2000. Podstawowe zagadnienia ekonomii. Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków.
- P a ł ę c k a V. 1989. Popyt na rośliny ozdobne w Warszawie w 1988 r. Praca magisterska, SGGW-AR Warszawa.
- P e r z y Ń s k a K. 2008. Popyt na kwiaty cięte i doniczkowe w Warszawie w 2007 roku. Praca magisterska, SGGW, Warszawa.
- R e k o w s k i M. 1993. Wprowadzenie do mikroekonomii. Wydawnictwo Polsoft-Akademia, Poznań.
- R e m b o w s k a S. 2005. Popyt na rośliny ozdobne w województwie łódzkim w 2004 roku. Praca magisterska, SGGW, Warszawa.