

**Lilianna Jabłońska, Dawid Olewnicki, Magdalena Ragan**

*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie*

## **POPYT NA KWIATY CIĘTE I DONICZKOWE ORAZ JEGO DETERMINANTY – PRZYPADEK WARSZAWY**

*CUT FLOWER AND POT PLANT DEMAND AND ITS' DETERMINANTS  
– CASE STUDY OF WARSAW*

**Słowa kluczowe: popyt, kwiaty cięte, rośliny doniczkowe**

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

**Abstrakt.** Celem pracy było określenie wielkości popytu na kwiaty cięte i doniczkowe w Warszawie w 2011 r. oraz jego zależności od dochodów i wybranych czynników pozaekonomicznych. Wykorzystano wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w lutym 2012 r. i docelowo wybrano 308 osób, dobranych według struktury wiekowej i płci mieszkańców stolicy. Stwierdzono, że 1 mieszkaniec wydał przeciętnie na kwiaty 206,81 zł, czyli kupił 29-31 róż. Stwierdzono, że więcej wydawali mężczyźni i osoby w średnim wieku, a popyt wzrastał wraz ze wzrostem dochodów i wykształcenia, przy czym wystąpiła wyraźna różnica między osobami najbiedniejszymi i z wykształceniem zawodowym a resztą badanych. Zakupy dokonywane były głównie dla drugiej osoby, stąd najczęściej kupowano kwiaty cięte, następnie rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów, a najrzadziej ozdobne z liści. Im wyższy dochód i wykształcenie, tym częstsze zakupy dla siebie, głównie kwiatów ciętych i doniczkowych kwitnących.

### **Wstęp**

Popyt jest jednym z trzech podstawowych elementów rynku. Jego poziom, kierunek rozwoju i charakter wpływają na rozwój danego sektora i jego siłę konkurencyjną [Porter za De Klein, Heybroek 1992, za Nosecka i in. 2011]. Sam popyt również determinowany jest wieloma czynnikami – ekonomicznymi, jak dochody i ceny, oraz pozaekonomicznymi, jak płeć, wiek, wykształcenie, kultura i tradycja, moda, upodobania konsumentów, działania promocyjne firm [Kotler 1994, Kramer 1997, Nasiłowski 2005]. Oddziaływanie tych czynników ma miejsce także na rynku roślin ozdobnych, ale ich znaczenie zmienia się w zależności od warunków społeczno-gospodarczych i zmienia się wielkość i struktura popytu [Jabłońska 1988, 1995, Jabłońska, Zyntek 2005, Jabłońska, Perzyńska 2009]. Ostatnie dwie dekady cechował wzrost zakupów roślin ozdobnych przy coraz większym zainteresowaniu roślinami doniczkowymi, co było głównie efektem wzrostu zamożności polskiego społeczeństwa, ale też wzrostu poziomu wykształcenia i świadomości konsumentów o korzyściach obcowania z naturą. Rozwój krajowej produkcji [Jabłońska, Olewnicki 2011] oraz rosnący import [Jabłońska i in. 2012] wskazują na dalszy wzrost popytu. Podjęto więc próbę weryfikacji tej hipotezy i określenia wielkości popytu na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe, a także jego zależności od dochodów i wybranych czynników pozaekonomicznych, jako istotnego elementu prognozowania. Powyższe zjawiska badano na przykładzie Warszawy, w której badania popytu prowadzone są od wielu lat. Pozwoliło to na ocenę skali zmian.

### **Materiał i metodyka badań**

W analizach wykorzystano wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w lutym 2012 r. wśród 400 osób, dobranych według struktury wiekowej i płci mieszkańców stolicy. Po weryfikacji ostateczna liczebność próby wynosiła 308 osób. Największy udział stanowiły osoby w wieku 31-44 lata (33,4%) oraz powyżej 60 lat (26,3%), a najmniejszy 18-24 lata (7,8%). Przeważały kobiety z udziałem 64,0%. Wśród badanych 35,7% to osoby z najwyższymi miesięcznymi do-

chodami netto (> 2000 zł), zaś najmniej było osób o dochodach ≤ 700 zł (6,5%). Respondenci z wykształceniem wyższym stanowili 59,7%, a tylko około 1% z podstawowym i tych pominięto w analizach zależności popytu od tego czynnika.

W pracy analizowano wielkość wydatków na rośliny ozdobne poniesionych przez 1 osobę w 2011 r. oraz ich zależność od poziomu dochodu oraz od trzech czynników pozaekonomicznych – płci, wieku i wykształcenia. W celu oceny zmian wielkości popytu w stosunku do poprzednich lat, oszacowano roczny wydatek przypadający na przeciętnego warszawianina i wyrażono go w sztukach róż ciętych. Zanalizowano również poziom jednorazowych wydatków oraz częstotliwość zakupów. Tę ostatnią analizowano oddzielnie dla kwiatów ciętych i roślin doniczkowych oraz w zależności od ich przeznaczenia (dla siebie, dla kogoś). W analizach posłużono się wskaźnikami procentowymi.

## Wyniki badań

### Wysokość wydatków na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe

Wśród badanych zaledwie 3 osoby nie kupiły żadnego kwiatu ciętego ani rośliny doniczkowej. Niski był także odsetek respondentów, którzy wydali na nie mniej niż 50 zł (9,1%) oraz powyżej 600 zł (5,8%) (tab. 1). Najwięcej badanych – 30,2 i 27,3%, wydało odpowiednio 201-400 i 101-200 zł. Przyjmując w uproszczeniu wysokość wydatków w każdym przedziale jako średnią arytmetyczną oraz zamykając przedziały skrajne kwotą 20 zł i 1000 zł oszacowano, że w badanej populacji średni roczny wydatek na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe wyniósł 243,07 zł. Wydatek przeciętnego warszawianina będzie niższy, gdyż jak wynika z obserwacji i dyskusji z uczestnikami rynku kwaciarskiego, roślin ozdobnych w ogóle nie kupuje około 15% mieszkańców Warszawy. Z uwagi na tę wielkość, średnie roczne wydatki jednego mieszkańca można oszacować na 206,81 zł. Przyjmując udział wydatków ogółem mieszkańca województwa mazowieckiego na poziomie 80,1% dochodu rozporządzalnego [*Produkt krajowy...2009, Rocznik statystyczny...2011*], stanowi to 1,4% jego całkowitych wydatków. W przeliczeniu na sztuki róż ten średni wydatek szacunkowo wynosił 29-31 sztuk. Nastąpił więc wzrost popytu, gdyż w 2007 r. za roczne wydatki warszawianin mógł nabyć 24 róże [Jabłońska, Perzyńska 2008], a w 2003 r. 23 róże [Jabłońska, Zyntek 2005].

### Poziom wydatków w zależności od dochodów

Jak wykazały badania wydatki na kwiaty i rośliny doniczkowe wzrastają wraz z zamożnością respondentów. Największe odnotowano w grupie osób o najwyższych dochodach – aż 20,9% z nich wydało w ciągu roku na rośliny powyżej 400 zł, w tym 7,3% powyżej 800 zł (tab. 1). W dwóch poprzednich grupach odsetek osób z wydatkami powyżej 400 zł wynosił nieco ponad 14,0%, a w grupie o dochodach 701-1000 zł jedynie 7,7%. Natomiast wśród osób najmniej zamożnych ani jedna nie kupiła kwiatów za tak duże kwoty. Większość z tych konsumentów wydało bardzo małe sumy – 70% mniej niż 100 zł. Ta grupa osób wyraźnie różni się poziomem popytu od pozostałej części badanych, wśród których odsetek kupujących kwiaty za kwoty poniżej 100 zł wahał się od 21,1 do 27,7%. Średni wydatek respondenta o najniższych dochodach wynosił 99 zł, podczas gdy w drugiej grupie dochodowej już 209,03 zł, a wśród osób o najwyższych dochodach 285,81 zł.

Wraz ze wzrostem zamożności wzrasta odsetek osób wydających jednorazowo większe kwoty, maleje zaś tych wydających małe sumy. Najczęściej poniżej 15 zł wydawało jednorazowo 15,0% osób o dochodach najniższych i tylko 6,4% o dochodach najwyższych, zaś kwotę 31-50 zł odpowiednio 5,0 i 39,1% (tab. 2). Najczęstszych wydatków powyżej 50 zł nie zadeklarowała ani jedna osoba z najniższej grupy, przy 11,8% z najwyższej. Tylko u 20% osób najmniej zamożnych miał miejsce maksymalny wydatek wyższy niż 50 zł, ale nie był wyższy niż 100 zł. W badanej populacji deklarowano również bardzo wysokie wydatki. Jednorazowo powyżej 150 zł wydało 8,8% badanych, przy czym w grupie o najniższych dochodach takich osób nie było w ogóle, zaś w kolejnych grupach ich odsetek wynosił: 1,9, 5,6, 9,1 i 15,5%. Większość badanych rzadko korzystała z najtańszych zakupów. Przynajmniej raz, poniżej 10 zł zapłaciło za kwiaty 34,4% badanych. Przeciętnie jednorazowo respondenci wydawali najczęściej 15-30 zł (52,0%) i 31-50 zł (30,9%) (tab. 2).

Tabela 1. Wydatki na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w zależności od poziomu dochodu

Table 1. Cut flower and pot plants expenses according to income level

Miesięczny dochód netto [zł/osobę]/ Monthly income [PLN/person]	Roczne wydatki na rośliny ozdobne [zł/osobę]/ Annual flower and pot plant expenses [PLN/person]							średnio/ average
	<50	51-100	101-200	201-400	401-600	601-800	>800*	
	Odsetek populacji/Percent of total population [%]							
1600,65	9,1	19,2	27,3	30,2	8,8	2,3	3,6	243,1
	Odsetek danej grupy dochodowej/Percent of a given income group [%]							
≤700	30,0	40,0	20,0	10,0	-	-	-	99,0
701-1000	7,7	19,2	30,8	34,6	5,8	1,9	-	209,0
1001-1500	9,9	11,3	28,2	36,6	8,4	2,8	2,8	263,5
1501-2000	5,5	21,8	32,7	25,5	9,1	3,6	1,8	232,5
>2000	7,3	18,2	23,6	30,0	11,8	1,8	7,3	285,8

\* na 11 osób 8 wydało 1000 zł, a 1 osoba 2000 zł/1/8 of 11 surveyed people spent 1000 PLN and 1 person 2000 PLN

Źródło: opracowanie własne na podstawie Ragan 2012

Source: own analysis based on Ragan 2012

Tabela 2. Poziom jednorazowych wydatków na rośliny ozdobne w zależności od dochodów

Table 2. Level of one-time expenditures on ornamental plants according to the income

Jednorazowy wydatek [zł]/ One-time expenditure [PLN]	Cała populacja/ Total population	Miesięczny dochód netto [zł/osobę]/Net monthly income [PLN/person]				
		≤700	701-1000	1001-1500	1501-2000	>2000
Odsetek danej grupy/Percent of a given group [%]						
Kwoty najczęściej wydawane na jednorazowy zakup/Usually amounts spent on one-time purchase:						
<15	10,71	15,00	15,39	12,68	10,91	6,36
15-30	51,95	80,00	48,08	59,16	54,55	42,73
31-50	30,84	5,00	32,69	23,94	30,91	39,09
>50	6,49	-	3,85	4,23	3,64	11,82
Najwyższy jednorazowy wydatek/The highest one-time expenditure:						
<30	11,36	30,00	9,62	14,08	7,27	9,09
30-50	40,26	50,00	50,00	38,03	45,46	32,73
51-100	31,82	20,00	30,77	33,80	30,91	33,64
101-150	7,79	-	7,69	8,45	7,27	9,09
>150	8,77	-	1,92	5,63	9,09	15,46

Źródło: jak w tab. 1

Source: see tab. 1

### Poziom wydatków w zależności od czynników pozaekonomicznych

Wyższe wydatki na kwiaty odnotowano wśród mężczyzn. Więcej mężczyzn (37,8%) niż kobiet (25,9%) wydało w ciągu roku 201-400 zł, natomiast kobiety w większym stopniu deklarowały wydatki do 200 zł (58,4% z nich, 50,5% mężczyzn) (tab. 3). Przy kwotach powyżej 400 zł różnica nie była zbyt istotna, więc średni roczny wydatek w grupie mężczyzn wyniósł 257,59 zł, zaś kobiet 236,40 zł. Popyt na kwiaty tworzony jest głównie przez osoby w średnim wieku, czyli aktywne zawodowo i społecznie. Największe wydatki odnotowano wśród respondentów w wieku 31-44 lata. Aż 45,4% z nich nabyło kwiaty za 201-400 zł, a średni roczny wydatek wyniósł 303,25 zł. Kolejną grupą są osoby w wieku 25-30 lat z rocznym wydatkiem 264,88 zł, przy czym w tej grupie rozkład populacji pod względem wydatków był najbardziej wyrównany.

Tabela 3. Wydatki na kwiaty cięte i doniczkowe a wybrane czynniki pozaekonomiczne  
 Table 3. Cut flower and pot plant expenses according to some non-economic factors

Wyszczególnienie/ Specification	Roczne wydatki na rośliny ozdobne [zł/osobę]/ Annual flower and pot plant expenses [PLN/person]							
	<50	51-100	101-200	201-400	401-600	601-800	>800	średnio/ average
Płeć/Sex:	Odsetek osób danej płci/Percent of the given sex group [%]							
– kobiety/female	9,64	20,30	28,43	25,89	10,66	2,03	3,05	236,40
– mężczyźni/male	8,11	17,12	25,23	37,83	5,41	2,70	4,50	257,59
Wiek [lata]/Age [years]	Odsetek danej grupy wiekowej/Percent of the given age group [%]							
– 18-24	25,00	25,00	33,33	8,33	8,33	-	-	167,92
– 25-30	20,00	8,89	28,89	20,00	13,33	2,22	6,67	264,88
– 31-44	3,09	7,22	24,74	45,36	11,34	5,15	3,09	303,25
– 45-60	3,28	24,59	19,67	37,70	8,20	1,64	4,92	230,90
– >60	9,88	32,10	33,33	18,52	3,70	-	2,47	175,80
Wykształcenie/ Education:	Odsetek osób z danym wykształceniem/ Percent of the people with the given educational level [%]							
– zawodowe/vocational	6,25	15,63	37,50	31,25	6,25	3,13	-	216,72
– średnie/secondary	10,11	21,35	22,47	29,21	11,24	2,24	3,37	246,01
– wyższe/university	9,24	17,94	27,72	30,98	8,15	2,17	4,35	248,55

Źródło: jak w tab. 1

Source: see tab. 1

Trzecią grupą, w której średni roczny wydatek oszacowano na 230,90 zł, były osoby w wieku 45-60 lat. Wyraźnie niższe wydatki cechują osoby najmłodsze i najstarsze. Szacunkowo wyniosły odpowiednio 167,92 i 175,80 zł rocznie, a większość osób nie wydało więcej niż 200 zł. O ile jednak 25,00% najmłodszych respondentów deklarowało najniższe kwoty, to w grupie najstarszej stanowili oni tylko 9,9%. W obu natomiast grupach właściwie brak jest zakupów za kwoty powyżej 600 zł. Wydatki na kwiaty wzrastały także wraz z poziomem wykształcenia, przy czym różnica w wydatkach osób z wykształceniem średnim i wyższym wynosiła jedynie 2,54 zł w skali roku. Wyraźnie niższe wydatki charakteryzowały osoby z wykształceniem zawodowym. Najwięcej z nich (37,5%) wydało 101-200 zł, podczas gdy z wykształceniem średnim i wyższym 201-400 zł (29,2 i 31,0%). Średni roczny wydatek osoby z wykształceniem zawodowym wyniósł szacunkowo 216,72 zł, zaś ze średnim i wyższym odpowiednio 246,01 i 248,55 zł.

### Częstotliwość nabywania kwiatów ciętych i roślin doniczkowych

Rośliny ozdobne najczęściej kupowane są dla drugiej osoby. Takiego zakupu nie dokonało tylko 1,3% badanych, a dla siebie aż 23,7%. Większym zainteresowaniem cieszą się kwiaty cięte, które kupiło 97,08% osób. Są to głównie zakupy dla drugiej osoby, dokonane przez 55,5% badanych 1-2-krotnie w roku, a przez 40,3% nawet częściej (tab. 4). Rzadsze są zakupy kwiatów ciętych dla siebie – nie dokonało ich aż 48,1% osób, a tylko 20,5% nabyło je więcej niż 2-krotnie razy. Częstotliwość zakupów wzrasta wraz z dochodami, szczególnie dla siebie. Wśród najmniej zamożnych kwiatów ciętych dla siebie nie kupiło 80,00%, a w prezencie 10%, zaś wśród najzamożniejszych odpowiednio 45,5 i 2,7%. Interesującym jest, że częstszych zakupów dla drugiej osoby dokonują mężczyźni (51,5% częściej niż 2 razy przy 34,0% kobiet), zaś dla siebie kobiety (29,4% częściej niż 2 razy przy 4,5% mężczyzn). Aż 76,6% mężczyzn nie kupiło kwiatu ciętego dla siebie. Dla siebie nie kupują również osoby najmłodsze (66,7%), ale i w prezencie większość z nich (70,8%) uczyniło to 1-2-krotnie w roku. Częstsze zakupy (i dla kogoś i dla siebie), cechują osoby w średnim wieku (25-44 lata). Generalnie częściej kupują kwiaty cięte także osoby ze średnim i wyższym wykształceniem, szczególnie dla siebie. W tych grupach odsetek kupujących dla siebie przekroczył 53%, podczas gdy wśród osób z wykształceniem zawodowym wyniósł 37,5%.

Tabela 4. Częstotliwość nabywania kwiatów ciętych według ich przeznaczenia  
 Table 4. The frequency of cut flower purchases according to the purpose

Wyszczególnienie/ Specification	Częstotliwość zakupu/Frequency of purchase					
	dla kogoś/for same one			dla siebie/for themselves		
	brak/no	1-2	≥3	brak zakupu/ no purchase	1-2	≥3
		razy w roku/times a year			razy w roku/times a year	
Odsetek całej populacji/Percent of total population [%]						
Dochód [zł]/ Income [PLN]:	4,2	55,5	40,3	48,1	31,5	20,5
Odsetek danej grupy dochodowej/Percent of a given income group [%]						
<700	10,0	75,0	15,0	80,0	20,0	-
701-1000	1,9	69,2	28,9	55,8	36,5	7,7
1001-1500	7,0	49,3	43,7	47,9	26,8	25,3
1501-2000	3,6	60,0	36,4	34,6	41,8	23,6
>2000	2,7	47,3	50,0	45,5	29,1	24,5
Płeć/Sex:						
Odsetek osób danej płci/Percent of the given sex group [%]						
- kobiety/female	4,6	61,4	34,0	32,0	35,6	29,4
- mężczyźni/male	3,6	45,1	51,4	76,6	18,9	4,5
Wiek [lata]/Age [years]						
Odsetek danej grupy wiekowej/Percent of the given age group [%]						
- 18-24	8,3	70,83	20,83	66,67	29,17	4,2
- 25-30	2,2	57,78	40,00	46,67	35,56	17,8
- 31-44	4,1	45,36	50,52	34,02	35,05	30,9
- 45-60	6,6	44,26	49,18	57,38	27,87	14,8
- >60	2,5	70,37	27,16	53,08	28,40	18,5
Wykształcenie/ Education:						
Odsetek osób z danym wykształceniem/ Percent of the people with the given educational level [%]						
- zawodowe/vocational	3,1	62,5	34,4	62,5	15,6	22,0
- średnie/secondary	3,4	50,6	46,1	46,1	33,7	20,2
- wyższe/university	4,9	56,5	38,6	47,3	32,1	20,7

Źródło: jak w tab. 1

Source: see tab. 1

Mniejszym popytem niż kwiaty cięte cieszą się rośliny doniczkowe, a wśród nich mniej popularne są ozdobne z liści niż z kwiatów. Pierwszych nie kupiło 31,8% badanych, a drugich 15,9% (tab. 5). Większy popyt na rośliny ozdobne z kwiatów związany jest z nabywaniem ich jako prezent. O ile żadnej rośliny z obu grup nie nabyło dla siebie ponad 40% badanych, to dla drugiej osoby ozdobnej z kwiatów nie nabyło tylko 29,2%, a ozdobnej z liści 64,6%. Pozostałe osoby, niezależnie od przeznaczenia i rodzaju rośliny, nabyły je w większości 1-2-krotnie. W każdym przypadku popyt tworzą głównie kobiety, gdyż wśród mężczyzn nie kupiło doniczkowych ozdobnych z kwiatów dla kogoś i dla siebie odpowiednio 42,3 i 56,8% oraz ozdobnych z liści 77,5 i 52,3%, zaś wśród kobiet odpowiednio: 21,8 i 30,9% oraz 57,4 i 35,5%. Najczęściej, niezależnie od przeznaczenia rośliny doniczkowe kupują osoby w wieku 31-44 lata. Również często kupowane są w prezencie doniczkowe ozdobne z kwiatów przez osoby powyżej 60 lat. Natomiast im osoby młodsze i im starsze, maleją zakupy dla siebie – ozdobnych z kwiatów i z liści nie kupiło odpowiednio 50,0 i 58,3% osób najmłodszych oraz 46,9 i 44,4% najstarszych. Niewielki zaś wpływ na zakupy roślin doniczkowych ma wykształcenie, gdyż nieznacznie tylko rzadziej kupują je osoby z wykształceniem zawodowym. Również nie odnotowano wpływu dochodu, z wyjątkiem osób najmniej zamożnych, z których dla kogoś nie kupiło roślin ozdobnych z kwiatów i liści odpowiednio 40,0 i 85,0%, a dla siebie po 70,0%. W pozostałych grupach odsetek ten wynosi odpowiednio około 29,0 i 64,0% oraz 36,0 i 39,0%.



Tabela 5. Częstotliwość nabywania roślin doniczkowych według ich przeznaczenia  
 Table 5. The frequency of pot plant purchases according to the purpose

Wyszczególnienie/ Specification	Częstotliwość zakupu roślin doniczkowych/Frequency of pot plant purchases											
	ozdobne z kwiatów/flowering						ozdobne z liści/foliage					
	dla kogoś/ for same one			dla siebie/ for themselves			dla kogoś/ for same one			dla siebie/ for themselves		
	A*	B*	C*	A	B	C	A	B	C	A	B	C
	Odsetek populacji/percent of total population [%]											
Dochód [zł]/Income [PLN]:	29,2	65,3	5,5	40,4	52,6	7,1	64,6	34,7	0,7	41,6	51,6	6,8
	Odsetek danej grupy dochodowej/Percent of a given income group [%]											
<700	40,0	60,0	-	70,0	25,0	5,0	85,0	15,0	-	70,0	30,0	-
701-1000	26,9	67,3	5,8	34,6	63,5	1,9	63,5	36,5	2,8	38,5	53,9	7,7
1001-1500	29,7	63,4	7,0	35,2	53,5	11,3	64,8	32,4	-	36,6	54,9	8,4
1501-2000	32,7	63,6	3,6	32,7	60,0	7,3	69,1	30,9	-	41,8	54,5	3,6
>2000	26,4	67,3	6,4	44,6	48,2	7,3	59,1	40,9		40,9	50,9	8,1
Płeć/Sex:	Odsetek osób danej płci/Percent of the given sex group [%]											
- kobiety/female	21,8	69,5	8,6	31,0	60,9	8,1	57,4	41,6	1,2	35,5	56,4	8,1
- mężczyźni/male	42,3	57,7	-	56,7	37,8	5,4	77,5	22,5	-	52,3	43,2	4,5
Wiek [lata]/Age [years]:	Odsetek danej grupy wiekowej/Percent of the given age group [%]											
- 18-24	37,5	54,2	8,3	50,0	45,8	4,2	62,5	33,3	4,2	58,3	33,3	8,3
- 25-30	42,2	53,3	4,4	44,4	48,9	6,7	64,4	35,6	-	48,9	46,7	4,4
- 31-44	21,7	69,1	9,3	29,9	61,9	8,3	54,6	44,3	1,2	34,2	55,7	10,3
- 45-60	36,1	60,7	3,3	42,6	50,8	6,6	77,1	23,0	-	41,0	55,7	3,3
- >60	23,5	74,1	2,5	46,9	46,9	6,2	67,9	32,1	-	44,4	50,6	4,9
Wykształcenie/ Education:	Odsetek osób z danym wykształceniem/ Percent of the people with the given educational level [%]											
- zawodowe/vocational	34,4	65,6	-	40,6	50,0	9,4	68,8	31,3	-	43,8	53,1	3,1
- średnie/secondary	29,2	64,1	6,7	42,7	50,6	6,7	67,4	31,5	1,1	39,3	52,8	7,9
- wyższe/university	28,3	65,8	6,0	39,7	53,3	7,1	62,0	37,5	0,5	42,4	50,5	7,1

\* A – brak zakupu/no purchase, B – 1-2-krotnie w roku/1-2 tiems a year; C – 3-krotnie i więcej/3 tiems and more

Źródło: jak w tab. 1

Source: see tab. 1

### Podsumowanie

Badania wykazały wzrost popytu na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe. Za kwotę 206,81 zł przeznaczaną rocznie na takie wydatki mieszkaniec Warszawy mógł kupić w 2011 r. 29-31 róż, a w 2007 r. 24 róże. Więcej wydawali mężczyźni niż kobiety oraz osoby w średnim wieku, a popyt wzrastał wraz ze wzrostem dochodów i poziomu wykształcenia, przy czym wyraźna jest różnica między osobami najbiedniejszymi i z wykształceniem zawodowym a resztą badanych. Zakupy dokonywane były głównie dla drugiej osoby, stąd najczęściej kupowano kwiaty cięte, następnie rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów, a najrzadziej ozdobne z liści. Dla siebie w większym stopniu kupowały kobiety i osoby w średnim wieku. O ile jednak częstość zakupów dla siebie kwiatów ciętych wyraźnie rosły wraz ze wzrostem dochodów i wykształcenia, to w przypadku roślin doniczkowych wpływ ten był niewielki. Powyższe wyniki pozwalają wysunąć wniosek, iż w miarę dalszego wzrostu zamożności polskiego społeczeństwa i coraz szerszej edukacji popyt na rośliny ozdobne będzie wzrastał, szczególnie na kwiaty cięte nabywane dla siebie oraz na rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów nabywane w prezencie.

## Literatura

- De Kleijn E.H.J.M., Heybroek A.M.A. 1992: *A View of International Competitiveness in the Flower Bulb Industry*, Rabobank, Nederland.
- Jabłońska L. 1988: *Changes in ornamental flower demand in Poland in the 8th decade of our century*, Acta Horticulturae, nr 223, s. 295-302.
- Jabłońska L. 1995: *Some aspects of the changes in Polish floriculture in 1980-1992*, Annals of Warsaw Agricultural University, Horticulture, nr 17, s. 33-44.
- Jabłońska L., Zyntek A. 2005: *Kształtowanie się popytu na kwiaty cięte i doniczkowe w Warszawie w 2003 roku*, Zeszyty Naukowe ISiK, t. 13, s. 119-127.
- Jabłońska L., Perzyńska K. 2009: *Poziom popytu na rośliny ozdobne w Warszawie w 2007 roku i jego determinanty*, Zeszyty Naukowe ISiK, t. 17, s. 119-132.
- Jabłońska L., Olewnicki D. 2011: *Zmiany w powierzchni upraw ogrodnich pod osłonami w Polsce w pierwszej dekadzie XXI w.*, Zeszyty Naukowe SGGW – Problemy Rolnictwa Światowego, t. 11(XXVI) z. 4, s. 89-97.
- Jabłońska L., Olewnicki D., Kowalczyk A. 2012: *Polski handel zagraniczny roślinami ozdobnymi w latach 1996-2009*, Zeszyty Naukowe SGGW – Problemy Rolnictwa Światowego, t. 12(XXVII) z. 2, s. 25-35.
- Kotler P. 2005: *Marketing*, Rebis Dom Wydawniczy, Poznań.
- Kramer J. 1997: *Konsumpcja w gospodarce rynkowej*, PWE, Warszawa.
- Nasiłkowski M. 2005: *System rynkowy, Podstawy mikro- i makroekonomii*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa.
- Nosecka B., Pawlak K., Poczta W. 2011: *Wybrane aspekty konkurencyjności rolnictwa*, IERiGŻ PIB, Warszawa.
- Produkt krajowy brutto. Rachunki regionalne w 2009 r.*, 2009: GUS, Warszawa.
- Ragan M. 2012: *Popyt na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w Warszawie w 2011 roku z uwzględnieniem preferencji konsumentów*, Praca magisterska, SGGW.
- Rocznik statystyczny województw, 2011, [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), dostęp: listopad 2012.

## Summary

*The aim of the study was to estimate the extent of the flower and pot plant demand in Warsaw in 2011, as well as its dependence on income and some non-economic factors. The analyses, based on the inquiry, showed that one inhabitant spent on ornamentals 206,81 PLN – 29-31 pieces in terms of cut roses in comparison with 24 roses in 2007. Men spend more than women, as well as demand increases with income and education level, however there is a clear difference between the poorest people and vocational education and the rest of population. Lower expenditures are among young and oldest people. Purchases are made mainly for the other person, so the cut flowers are mostly bought, then flowering pot plants and least frequently foliage pot plants. But the increase in purchases for themselves along with income and education increase is observed, mainly flowers and flowering plants.*

Adres do korespondencji:  
prof. dr hab. Jabłońska Lilianna, dr inż. Dawid Oleśnicki, mgr inż. Magdalena Ragan  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego  
Wydział Ogrodnictwa i Architektury Krajobrazu  
Samodzielna Pracownia Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa  
ul. Nowoursynowska 159  
02-776 Warszawa  
tel. (22) 59 320 21  
e-mail: [lilianna\\_jablonska@sggw.pl](mailto:lilianna_jablonska@sggw.pl),  
[dawid\\_olewnicki@sggw.pl](mailto:dawid_olewnicki@sggw.pl),  
[magdalena\\_ragan@wp.pl](mailto:magdalena_ragan@wp.pl)