

Krzysztof Zmarlicki

Institut Sadownictwa i Kwiaciarstwa w Skierniewicach

PREFERENCJE STUDENTÓW W ZAKRESIE ZAKUPÓW OWOCÓW Z PRODUKCJI EKOLOGICZNEJ*

STUDENTS PREFERENCES FOR FRUIT FROM ORGANIC PRODUCTION

Słowa kluczowe: preferencje, konsumenci-studenci, ekologia, owoce

Key words: preferences, consumers-students, organic, fruit

Synopsis. W artykule zawarto wyniki badań najważniejszych powodów zakupu przez studentów owoców, oraz ich preferencje w zakresie owoców pochodzących z upraw ekologicznych. Na podstawie badań ankietowych analizowano poziomy wyższych cen owoców pochodzących z upraw ekologicznych w stosunku do owoców z upraw konwencjonalnych możliwe do zaakceptowania. Ponadto, przedstawiono podstawowe warunki kiedy może zostać podjęta decyzja zakupu owoców pochodzących z upraw ekologicznych.

Wstęp

Światowy rynek żywności pochodzącej z produkcji ekologicznej wykazuje od ponad dwudziestu lat trend wzrostowy. Tylko w okresie czterech lat poprzedzających ostatnie globalne spowolnienie gospodarcze jej wzrost wyniósł prawie 15,5 mld USD, osiągając tym samym wartość szacowaną na ok. 38,6 mld USD [www.organicmonitor.com]. Tak duży wzrost wartości sprzedaży produktów ekologicznych jest spowodowany, zarówno modą na zdrowe odżywianie, jak i obawami związanymi z żywnością produkowaną w warunkach przemysłowych która zawiera dużo pestycydów. W badaniach prowadzonych w USA przez USDA stwierdzono, że w przypadku brzoskwiń, jabłek, gruszek, truskawek i czereśni pochodzących z upraw konwencjonalnych poziom skażenia pestycydami jest bardzo wysoki i wynosi od 90 do 97,3% badanych próbek [www.gourmetfood.about.com]. Konsumenci chętniej wybierają żywność ekologiczną także w związku z zagrożeniami w postaci, np. dioksyn, GMO i BSE. Bardzo dużą rolę we wzroście udziału tego rynku odgrywają także troska o ochronę środowiska i zrównoważony rozwój. Owoce i warzywa na świecie nie stanowią znaczącego udziału w rynku żywności ekologicznej. Inaczej jest jedynie w krajach o najwyższych dochodach. Przykładowo, w USA rynek jabłek, pomarańczy, bananów, winogron i truskawek ekologicznych jest największy na świecie, a sprzedaż z upraw ekologicznych truskawek i bananów wykazuje średni roczny wzrost odpowiednio 45 i 33%. Udział żywnościowych produktów ekologicznych w całkowitej produkowanej żywności wynosi ponad 2%, a w przypadku owoców i warzyw sięga 42% [Stevens-Garmon i in. 2007].

W Europie Zachodniej udział owoców produkowanych w gospodarstwach ekologicznych nieznacznie przekracza 5% udziału ich sprzedaży całkowitej [Granatstein i in. 2008]. Większy od średniej jest wariant udziału produkcji ekologicznej owoców we Włoszech. Zwiększona podaż owoców powoduje, że konsumenci włoscy mają szerszą wiedzę na temat żywności ekologicznej i chętniej ją kupują. Ponad 85% konsumentów we Włoszech (najwięcej na świecie), jest skłonnych płacić drożej za jabłka pochodzące z upraw ekologicznych [Canavari i in. 2002].

W Polsce rynek żywności ekologicznej, w tym owoców, jest na etapie bardzo wczesnego rozwoju. Podaż produktów ogrodnictwa z upraw ekologicznych jest wyjątkowo uboga, zarówno jakościowo, jak i ilościowo. Dla większości konsumentów dostęp do owoców z upraw ekologicz-

* Publikację przygotowano na podstawie badań prowadzonych w ramach Projektu EkoTechProdukt pt. „Opracowanie innowacyjnych produktów i technologii dla ekologicznej uprawy roślin sadowniczych” współfinansowany jest przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

nych nie jest łatwy z powodu rozproszenia uczestników rynku – detalistów i producentów. Brakuje zorganizowanego systemu dystrybucji owoców z upraw ekologicznych. W większości handel jest oparty na bezpośrednich zakupach w gospodarstwie, na lokalnych targowiskach i na kiermaszach, jak również przez bezpośrednie dostawy od producentów. Dużą rolę w zagospodarowaniu produktów ekologicznych stanowią także gospodarstwa agroturystyczne [www.wiejska.org.pl].

Produkcja żywności ekologicznej nabiera coraz większego znaczenia. W 2007 roku certyfikowana produkcja ekologiczna prowadzona była na świecie na obszarze 32,2 mln ha [Zmarlicki 2009a]. W Polsce w ostatnich latach, z uwagi na dopłaty do produkcji wzrosło, zainteresowanie uprawami sadowniczymi prowadzonymi metodami ekologicznymi. Ich rozwój może być dużą szansą, w obliczu wzrostu kosztów produkcji i spadku jej opłacalności, dla wielu obecnie niskotowarowych gospodarstw z konwencjonalną uprawą owoców. Jednakże jedną z głównych barier ich rozwoju mogą być oczekiwania ze strony rynku. Celem opracowania jest próba oceny preferencji konsumentów dla owoców z upraw ekologicznych i możliwości ich szerszej sprzedaży.

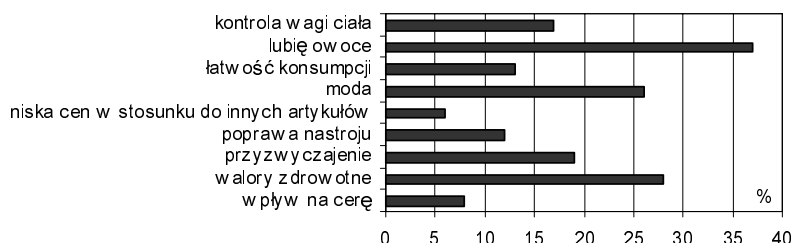
Material i metodyka badań

Badania ankietowe prowadzono w kwietniu i maju 2010 roku wśród 113 studentów wydziałów ogrodnictwa stacjonarnych i zaocznych dwóch skierniewickich uczelni: Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej i Wyższej Szkoły Ekonomiczno Humanistycznej. Przy wyborze respondentów kierowano się 2 powodami. Pierwszy z nich, to względy finansowe drugi, chęć uzyskania wyników od osób mających większą wiedzę od ogółu społeczeństwa, na temat produktów z upraw ekologicznych. W prowadzonych w 2009 roku badaniach 458 konsumentów w Skierniewicach, jedynie 289 z badanych wiedziało co to jest produkcja ekologiczna [Zmarlicki 2009b]. Ankiety składały się z pytań zamkniętych, w których odpowiedzi dopasowano na podstawie wyników uzyskanych w 2009 roku w pilotażowych badaniach na grupie dorosłych konsumentów, dokonujących zakupy owoców z upraw konwencjonalnych. Ankieta w części zawierającej pytania otwarte, uwzględniała atrakcyjność owoców pochodzących z upraw ekologicznych oraz czynniki, które mają wpływ na ostateczną decyzję zakupu.

Wyniki

Badaniami objęto ogółem 113 osoby. Respondentami byli studenci III i IV roku. Wiek badanych zawierał się w przedziale 22-35 lat, przeważały kobiety (60,2%). Większość ankietowanych zamieszkiwała na terenach nieurbanizowanych (64,6%). Z badanej populacji ponad 61,9% pozostawało we wspólnym gospodarstwie z rodzicami. Poziom dochodu brutto był bardzo zróżnicowany, dla większości badanych (68,1%) zawierał się w przedziale od 650 do 1000 zł na osobę na rodzinę/gospodarstwo domowe. Wszyscy badani określili siebie jako codziennych konsumentów owoców. W celu wykluczenia wpływu terminu „owoce ekologiczne” na preferencje przy zakupie zbadano powody zakupu owoców bez ich podziału na pochodzenie (uprawa konwencjonalna i ekologiczna). Najwięcej badanych jako powód zakupów owoców podała ich walory smakowe: (32,7%), następnie walory zdrowotne owoców (24,8%), a nieomal co czwarty ankietowany wskazywał modę (23%) jako powód konsumpcji owoców (rys. 1).

Innym elementem wpływającym na konsumpcję owoców badanej populacji było przyzwyczajenie do ich spożywania (16,8%). Kobiety natomiast przy zakupie owoców kierowały się korzystnym wpływem na wagę ciała (15%). Na podobnym poziomie wskazano łatwość konsumpcji owoców (11,5%) oraz poprawę



Rysunek 1. Powody konsumpcji owoców bez względu na ich pochodzenie, zarówno z upraw konwencjonalnych i ekologicznych
Źródło: opracowania własne.

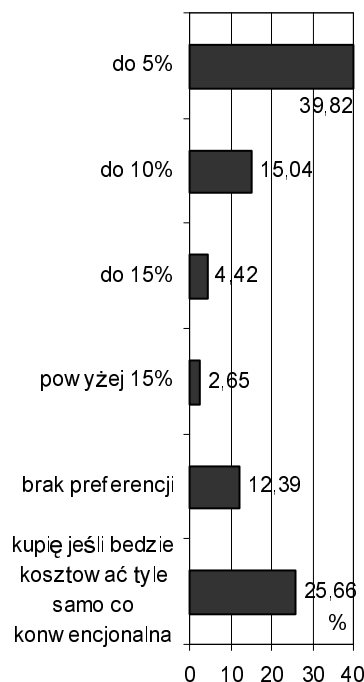
nastroju po ich spożyciu (10,6). Wpływ konsumpcji na cerę to również wyłączone wskazania kobiet 7,1%. Ponadto, wymieniano czynnik praktyczny jako powód konsumpcji owoców, czyli ich niską cenę w stosunku do innych artykułów spożywczych (5,3%). Wszyscy badani stwierdzili, że konsumpcja owoców istotnie wzrosła wraz z poszerzeniem wiedzy na temat aspektów zdrowotnych ich spożywania w trakcie studiów. W latach wcześniejszych badani stwierdzili, iż w większości nie przywiązywali do tego wagi.

Jedynie 5 osób z ankietowanych studentów w 2009 roku zetknęło się w sprzedaży detalicznej z owocami pochodzącymi z upraw ekologicznych. W związku z powyższym wyniki badania dotyczących akceptacji wyższej ceny za produkty pochodzące z upraw ekologicznych są teoretyczne. Na podstawie wielu badań wiadomo, że cena stanowi istotną barierę rozwoju rynku żywności ekologicznej. Przykładowo, w badaniach Niedzielskiego [2008], aż 74% respondentów uważało, że żywność ekologiczna jest droga. Wśród badanej populacji prawie 40% zaakceptowałoby wyższą przy zakupie owoców z upraw ekologicznych w stosunku do owoców z upraw konwencjonalnych (rys. 2). Skłonność do płacenia wyższej ceny za owoce z upraw ekologicznych nie zawsze wykazywała korelację z dochodami na osobę w rodzinie lub gospodarstwie domowym. Osoby z wyższymi dochodami w 50% (14 osób) stwierdziły, że kupią takie owoce jeśli będą kosztować tyle samo, co konwencjonalne. Droższe owoce kupowały częściej kobiety, zwłaszcza kiedy różnice cenowe były znaczne, czyli powyżej 10% (100% wskazań).

W 29 przypadkach badani stwierdzili, że warunkiem nabycia owoców z upraw ekologicznych będzie taka sama cena jak dla owoców z upraw konwencjonalnych. W większości konsumenci nabywają żywność ekologiczną, gdy są pewni odnośnie jej pochodzenia i przestrzegania warunków produkcji. Podobne wyniki uzyskano w prowadzonych badaniach ankietowych. Respondenci jako najważniejszy warunek nabycia owoców z upraw ekologicznych podali pewność, że owoce spełniają wymogi dla żywności ekologicznej (80 wskazań) – rysunek 3.

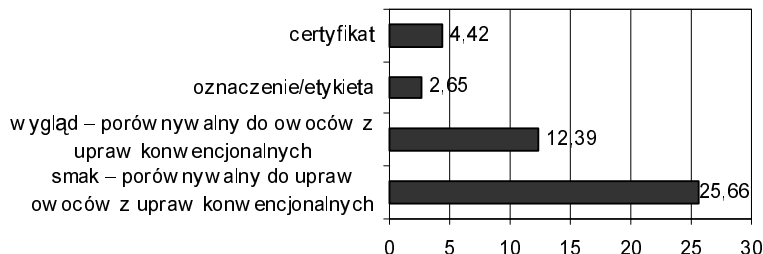
W tej kwestii ankietowani mieli na uwadze:

posiadanie certyfikatu (55 wskazań), oraz odpowiednie oznaczenie w postaci etykiety (25 wskazań). Następnym warunkiem zakupu był smak, który powinien być porównywalny ze smakiem owoców pochodzących z upraw konwencjonalnych (19 wskazań). W Polsce wiele odmian owoców nadających się do produkcji ekologicznej, zwłaszcza jabłek, ma znacznie gorszy smak od popularnie produkowanych odmian w warunkach konwencjonalnych. Podobnie, wygląd większości owoców pochodzących z upraw ekologicznych (z racji ograniczonej ochrony), jest mniej atrakcyjny niż z upraw konwencjonalnych. Respondenci, wygląd jako warunek zakupu wskazali w 14 przypadkach.



Rysunek 2. Akceptacja lub jej brak do ponoszenia wyższych cen przy zakupie owoców z upraw ekologicznych w stosunku do owoców z upraw konwencjonalnych

Źródło: opracowanie własne.



Rysunek 3. Kiedy będą nabywać owoce z upraw ekologicznych – warunki zakupu

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

W wyniku obecnych sprzyjających uwarunkowań w Polsce następuje systematyczny wzrost areału upraw ekologicznych owoców. Dla części, zwłaszcza drobnotowarowych gospodarstw, uprawy ekologiczne to jedyna szansa na pozostanie przy produkcji sadowniczej.

Konsumpcja owoców z upraw ekologicznych jest w Polsce bardzo mała. Zakres wiedzy polskich konsumentów na temat owoców z produkcji ekologicznej jest znikomy. Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, że nawet studenci wydziałów ogrodniczych nie wiedzą, że wyprodukowanie większości owoców w warunkach ekologicznych i konwencjonalnych identycznie smakujących i wyglądających jest niemożliwe.

Niska jest również akceptacja badanych dla znacznie wyższych cen owoców pochodzących z upraw ekologicznych. Porównując (wiosną 2010 roku) średnie ceny jabłek konwencjonalnych i ekologicznych, które były w sprzedaży detalicznej wyższe o ok. 30%, można stwierdzić, że żadna z badanych osób nie nabyłaby ich.

Dla wielu nabywców wygląd ma podstawowe znaczenie przy podejmowaniu decyzji zakupu i konsumpcji. Mało atrakcyjny wygląd owoców z upraw ekologicznych obecnie może powodować niechęć u większości polskich konsumentów. W celu możliwości rozwoju rynku owoców ekologicznych w Polsce konieczne jest przełamanie tego stereotypu. Udało się to osiągnąć np. w USA, w których jabłka pochodzące z upraw ekologicznych (w przeciwieństwie do pochodzących z upraw konwencjonalnych) nie są woskowane, a ich zdecydowanie gorszy wygląd jest utożsamiany z lepszymi walorami zdrowotnymi.

Literatura

- Canavari M., Bazzani G.M., Spadoni R., Regazzi D. 2002: Food safety and organic fruit demand in Italy: a survey. *British Food Journal*, No 104, p. 220-232.
- Granatstein D., Kirby E., Willer H. 2008: Current World. Status of Organic. Temperate fruits. Washington State University, FIBL/IFOAM.
- Niedzielski E. 2008: Uwarunkowania rozwoju rynku żywności ekologicznej. *Rocz. Nauk. SERiA*, t. 10, z. 4, s. 279-283.
- Stevens-Garmon J., Chung L.H., Bing-Hwan L. 2007: Organic Demand: A profile of consumers in fresh produce market. *Choices*, nr 22, pp. 109-115.
- Zmarlicki K. 2009a: Produkcja ekologiczna i jej rozwój. *Sad Nowoczesny*, nr 5, s. 84-85.
- Zmarlicki K. 2009b: Rynek owoców ekologicznych w opinii konsumentów. Konferencja Naukowa Ekonomika Ogrodnictwa „Ogrodnictwo polskie w obliczu globalizacji i wzrostu zainteresowania produktami ekologicznymi”. Skierniewice, 30 września, s. 47-50.
- [www.gourmetfood.about.com/od/slowfoodorganiclocal/a/organicproduce_2.htm].
- [www.organicmonitor.com].
- [www.witrynawiejska.org.pl/strona.php?p=678].

Summary

In the article results of consumer preferences for organic fruit were shown. The survey was conducted on students from two horticulture departments in Skierniewice. The research concerned the reasons for buying organic fruit. Also the influence of higher prices of organic fruit in comparison to fruit from conventional production on decisions was studied.

Adres do korespondencji:

dr Krzysztof Zmarlicki
Instytut Sadownictwa i Kwiaciarstwa w Skierniewicach
Pracownia Ekonomiki i Marketingu
ul. Pomologiczna 18
96-100 Skierniewice
tel. (46) 834 54 49
e-mail: krzysztof.zmarlicki@insad.pl