

PREFERENCJE OSÓB KUPUJĄCYCH KWIATY CIĘTE

Sylwia Kierczyńska

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Abstrakt. W pracy przedstawiono preferencje odnośnie gatunku kupowanych kwiatów ciętych, ich barwy oraz zapachu na podstawie wywiadów przeprowadzonych wśród kupujących. Odniesiono je do informacji na temat wielkości sprzedaży poszczególnych gatunków kwiatów ciętych w wybranych kwaciarniach miasta Poznania.

Słowa kluczowe: ulubiony gatunek kwiatów, barwa kwiatów, zapach

WSTĘP

Konsument jest jednym z uczestników rynku, a jego wybory odnośnie nabywanych produktów są uzależnione od wielu czynników, wśród których wymienia się czynniki ekonomiczne, społeczne oraz kulturowe. Osoby żyjące w określonych społeczeństwach utrzymują w sposób świadomy bądź nieświadomy zespół podstawowych przekonań, wartości i norm, definiowanych jako kultura. Kultura każdego społeczeństwa jest zróżnicowana w zależności od doświadczeń, preferencji i oczekiwań członków poszczególnych grup społecznych [Przybyłowski i in. 1998]. Preferencje, czyli gusta konsumentów, pozwalają na dokonanie wyboru jednej z wielu dostępnych alternatyw i zależą od satysfakcji, zadowolenia oraz użyteczności, jaką zapewniają nabywane dobra.

Rośliny ozdobne, do których należą kwiaty oraz drzewa i krzewy ozdobne spełniają ważną funkcję w życiu człowieka. Zaspokajają potrzeby wyższego rzędu, potrzeby estetyczne, stając się częścią szeroko pojętej kultury.

Produkcja kwiatów stanowi źródło dochodu dla wielu gospodarstw ogrodniczych. Jak podaje Jabłońska [2004 a], według Spisu Rolnego, w 2002 roku uprawy kwaciarskie znajdowały się w ponad 34,5 tysiąca gospodarstw w Polsce. W produkcji kwaciarskiej, zarówno w gruncie, jak i pod osłonami, podstawę stanowiły kwiaty cięte [Jabłoń-

ska 2004 b]. W przypadku upraw kwaciarskich pod osłonami, udział kwiatów ciętych w całkowitej powierzchni tych upraw w Polsce był wyższy niż 60% [Jabłońska 2006].

Będąc przedmiotem obrotu rynkowego, kwiaty cięte są towarem uczestniczącym w wielu ogniwach łańcucha ich dystrybucji. Zarówno producenci, jak i sprzedawcy tych roślin są zainteresowani wytwarzaniem i dostarczaniem na rynek takich produktów, jakich potrzebują konsumenci. Z tego względu badania rynku odbiorców kwiatów ciętych, a także wyniki tych badań, mogą stanowić cenne źródło informacji dla uczestników rynku, stojących po stronie podaży. Znajomość gustów i oczekiwań konsumentów kwiatów ciętych może być pomocna w odpowiednim dostosowaniu oferty do potrzeb odbiorców. Warto nadmienić, iż kwiaty cięte są produktem wrażliwym na długotrwałe przechowywanie, dlatego umieszczenie ich w odpowiednim czasie na rynku ma duże znaczenie w zapobieganiu stratom wynikłym z niesprzedania towaru.

W Zakładzie Ekonomiki i Organizacji Ogrodnictwa UP w Poznaniu przeprowadzono badania na temat potrzeb i oczekiwań klientów kupujących kwiaty cięte oraz zróżnicowania sprzedaży kwiatów w ciągu roku w wybranych kwaciarniach miasta Poznania. Celem niniejszej pracy było przedstawienie wyników tych badań oraz określenie preferencji nabywców kwiatów ciętych odnośnie gatunku kwiatów, zabarwienia i zapachu.

MATERIAŁ I METODA

Informacje, będące przedmiotem niniejszej analizy, zostały zebrane dzięki specjalnie opracowanym kwestionariuszom wywiadu. Na pytania ankietera odpowiadały osoby pełnoletnie, które właśnie dokonały zakupu kwiatów ciętych w miejscu przeprowadzania badania. Do badań wybrano miejsca o dużym natężeniu kupujących. Wywiady przeprowadzono w Poznaniu, na Runku Jeżyckim oraz w Centrum Handlowym King Cross®. W październiku 2006 roku przeprowadzono 186 wywiadów (97 na terenie Rynku Jeżyckiego i 89 na terenie C.H. King Cross), natomiast w marcu 2007 roku zebrano 171 kwestionariuszy (90 na terenie Rynku oraz 89 na terenie centrum handlowego). Z 357 wypełnionych kwestionariuszy odrzucono siedem. Powodem była niekompletność informacji (cztery sztuki). Badanie, którego wyniki przedstawiono, było przedmiotem pracy magisterskiej Rafała Michalskiego pt.: „Potrzeby i oczekiwania klientów kupujących kwiaty cięte”, napisanej pod kierunkiem autorki artykułu [Michalski 2007].

Dane dotyczące wielkości sprzedaży poszczególnych gatunków kwiatów ciętych pochodzą z trzech wybranych kwaciarni z rejonu miasta Poznania. Zostały określone na podstawie zanotowanej i udostępnionej przez sprzedawców dziennej wielkości sprzedaży kwiatów w każdym z 12 miesięcy roku (1.05.2005 roku – 30.04.2006 roku). Dane te pochodzą z pracy magisterskiej Agaty Jankowskiej pt.: „Zróżnicowanie sprzedaży kwiatów w ciągu roku w wybranych kwaciarniach miasta Poznania”, powstałej pod kierunkiem prof. dr hab. Juliana Wawrzyniaka [Jankowska 2006].

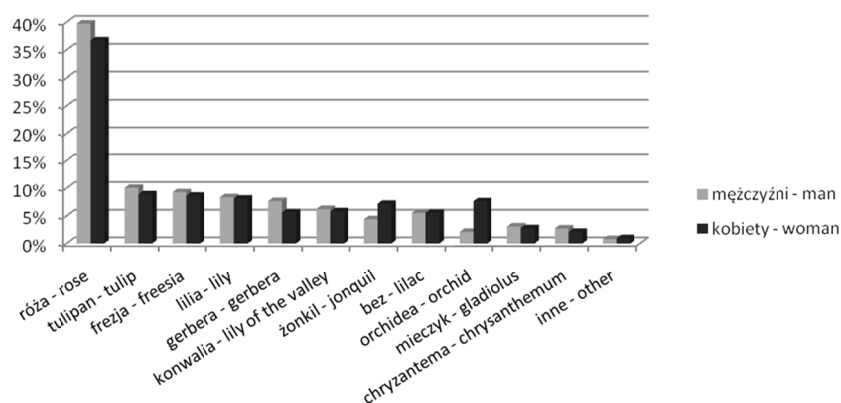
Do opracowania zebranego materiału liczbowego zastosowano metody statystyki opisowej. Obliczono wskaźniki struktury w celu określenia udziału danej cechy w badanej zbiorowości.

Ze względu na to, iż badana zbiorowość nie jest próbą reprezentatywną, wyników badań nie można odnieść do całej populacji osób kupujących kwiaty cięte.

WYNIKI

Ulubione i najczęściej kupowane gatunki kwiatów

W ankiecie respondenci byli proszeni o podanie, czy mają ulubione kwiaty, a w przypadku odpowiedzi twierdzącej, należało podać trzy gatunki ulubionych kwiatów ciętych. Spośród 350 ankietowanych osób 78% wymieniło ulubione kwiaty. Najczęściej wskazywano na róże, które wybrała więcej niż 1/3 ankietowanych, mających ulubione kwiaty. Dużo mniej wskazań miały pozostałe gatunki, z których na kolejnej pozycji znalazły się tulipany i frezje – po 9% wskazań. Zróznicowanie badanych ze względu na płeć pozwoliło stwierdzić, że niewielkie były różnice związane z ulubionymi kwiatami pomiędzy kobietami a mężczyznami (rys. 1). Ujawniły się one jedynie w przypadku orchidei, które jako ulubione wskazało 8% badanych kobiet i 2% badanych mężczyzn oraz żonkili, które były ulubione przez 7% kobiet i 4% mężczyzn.



Rys. 1. Ulubione gatunki kwiatów ciętych wśród badanych osób

Źródło: Michalski [2007, s. 25].

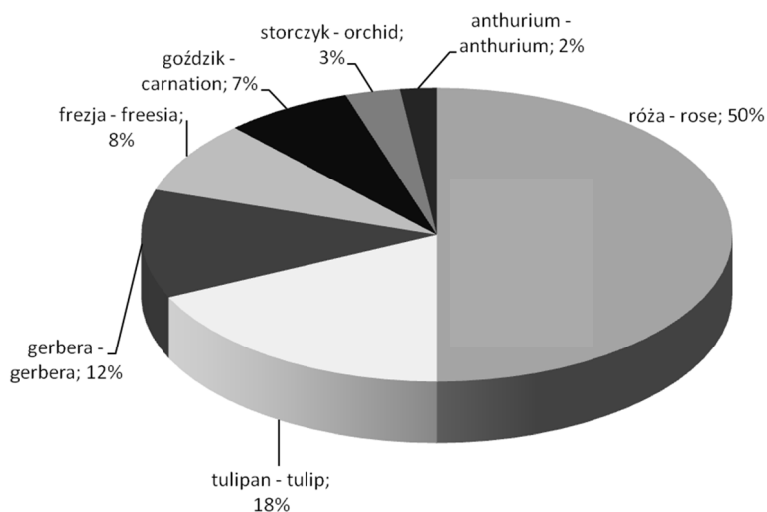
Fig. 1. The favourite species of cut flowers

Source: Michalski [2007, p. 25].

Wyniki badania wielkości sprzedaży kwiatów ciętych w wybranych kwiaciarniach wskazują na to, że najczęściej w danym roku zakupiono róż (rys. 2). Było to znacznie więcej niż pozostałych kwiatów z najbardziej popularnych gatunków, jak tulipany, gerbery, frezje, goździki, storczyki i anturium.

Ulubione barwy kwiatów

Kolejne pytanie ankiety dotyczyło barwy kwiatów. Ankietowani byli pytani o to, czy mają ulubioną barwę kwiatów, a następnie proszono ich o wskazanie tej barwy. Niemal 3/4 ankietowanych deklarowało, że ma ulubiony kolor kwiatów, a dla 68% badanych był to kolor czerwony. Kolejnym był biały (13% wskazań), następnie różowy i żółty. Uzyskane wyniki można powiązać z ulubionym gatunkiem, ponieważ to właśnie czerwona róża wydaje się być najpopularniejszą rośliną na rynku kwaciarskim.



Rys. 2. Udział wybranych gatunków kwiatów ciętych w wielkości ich sprzedaży w badanych kwaciarniach

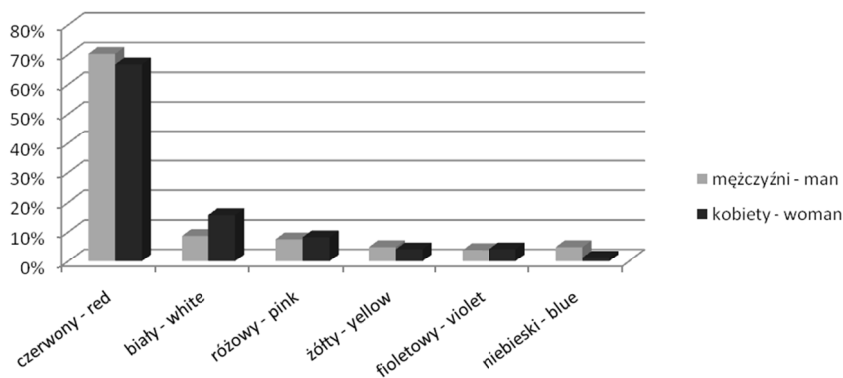
Źródło: opracowanie własne na podstawie: Jankowska [2006].

Fig. 2. The share of cut flowers species in the supply of selected florists'

Source: own presentation on the basis: Jankowska [2006].

Najmniejszą popularnością cieszył się kolor niebieski i fioletowy prawdopodobnie dlatego, że kwiaty o takim zabarwieniu nie są często spotykane.

Można zaobserwować zróżnicowanie pomiędzy płcią, jeśli bierze się pod uwagę preferencje względem koloru kwiatów (rys. 3). Zarówno kobiety, jak i mężczyźni preferowali kolor czerwony. Natomiast zróżnicowanie miało miejsce, jeżeli chodzi o barwę



Rys. 3. Ulubione barwy kwiatów ciętych wśród badanych osób

Źródło: Michalski [2007, s. 26].

Fig. 3. Favourite colours of the cut flowers

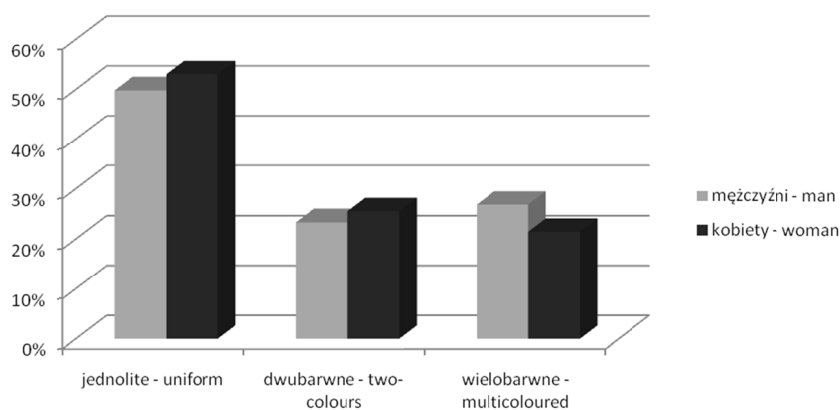
Source: Michalski [2007, p. 26].

białą – był to ulubiony kolor dla 16% kobiet i 9% mężczyzn. Kolejnym z preferowanych kolorów był różowy, a niebieski był najatrakcyjniejszy dla 5% mężczyzn i tylko 1% kobiet.

Preferencje związane z mnogością barw

W odpowiedzi na pytanie dotyczące preferencji związanych z mnogością barw ankietowani mieli do wyboru jeden z trzech wariantów: kwiaty jednolite kolorystycznie, dwubarwne bądź wielobarwne. Ponad połowa ankietowanych zadeklarowała, że woli kwiaty jednobarwne, natomiast kwiaty dwubarwne oraz wielobarwne jako ulubione wskazało po około 1/4 badanych osób.

Preferencje dotyczące mnogości barw, zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn, nie odbiegały znacznie od siebie, a największa różnica dotyczyła kwiatów wielobarwnych (rys. 4).



Rys. 4. Preferencje badanych osób względem mnogości barw kwiatów ciętych

Źródło: Michalski [2007, s. 26].

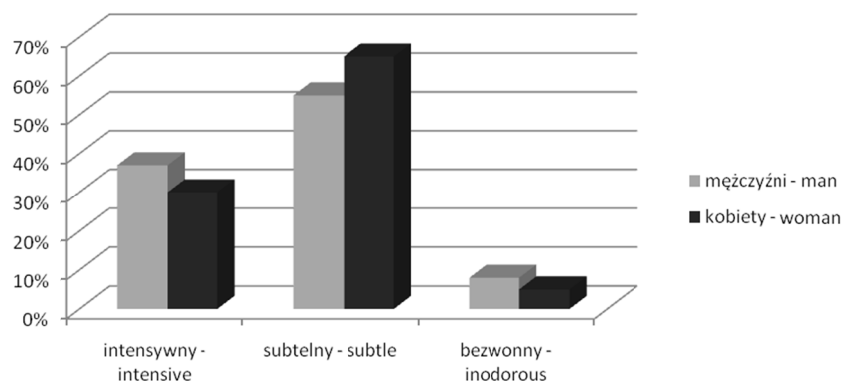
Fig. 4. Preferences of variety of colours of cut flowers

Source: Michalski [2007, p. 26].

Preferencje dotyczące zapachów

Ankietowane osoby w pytaniu sprawdzającym preferencje dotyczące zapachu miały do wyboru jedną z trzech odpowiedzi: preferują kwiaty o intensywnym zapachu, o subtelnym zapachu, bezwonne. Większość, bo około 60% badanych osób, preferowała kwiaty o subtelnym zapachu, dla 1/3 najodpowiedniejszy był zapach intensywny, a jedynie 6% jako ulubione traktowało kwiaty bezwonne.

Analizując zróżnicowanie ze względu na płeć badanych osób można zauważyć, że 65% kobiet i 55% mężczyzn gustowało w kwiatach o subtelnym zapachu, z kolei 37% mężczyzn wolało kwiaty o intensywnym zapachu, podczas gdy w przypadku kobiet było to 30% (rys. 5). Kwiaty bezwonne cieszyły się powodzeniem u 5% kobiet i 8% mężczyzn.



Rys. 5. Preferencje ankietowanych osób dotyczące zapachu kwiatów ciętych
Źródło: Michalski [2007, s. 27].

Fig. 5. Preferences of scent of the cut flowers
Source: Michalski [2007, p. 27].

Gatunek kwiatów a okazja do zakupu kwiatów ciętych

Na podstawie rejestracji dokonanych w wybranych kwaciarniach miasta Poznania wskazano kilka terminów, w których sprzedaż kwiatów znacznie przewyższała tę w pozostałe dni w roku (tab. 1). Do takich okazji zaliczono: Dzień Kobiet, Dzień Zakochanych, Dzień Matki, zakończenie roku szkolnego, Dzień Nauczyciela, Święto Zmarłych oraz popularne imieniny (Zofia, Anna, Maria, Andrzej, Marcin).

W przypadku Dnia Kobiet najpopularniejszym gatunkiem kwiatów ciętych była róża, której udział w sprzedaży kwiatów w tym dniu stanowił 69%, a następnie tulipan (17%) oraz gerbera (niecałe 10%).

W Dniu Zakochanych sprzedano najwięcej kwiatów, jeśli chodzi o wymienione okazje, a największym zainteresowaniem kupujących cieszyły się róże, których udział w sprzedaży kwiatów w danym dniu wynosił aż 93%. Także w Dniu Matki najwięcej sprzedano róż, jednakże zanotowano większe zróżnicowanie, jeśli chodzi o udział pozostałych gatunków w sprzedaży. Chociaż róże stanowiły 54% sprzedanych kwiatów, to stosunkowo dużą popularnością cieszyły się tulipany (29%) oraz gerbera (12%).

Z okazji Dnia Babci sprzedano najwięcej róż (52%), następnie gerber (30%) oraz frezji (7%). Z okazji zakończenia roku szkolnego dużą sprzedaż zanotowano także w dniu poprzedzającym uroczystość. Zatem biorąc pod uwagę sprzedaż w tych dwóch dniach można stwierdzić, że róże nadal były najchętniej kupowane (38%); duży udział w sprzedaży miały także tulipany (24%) oraz goździki (14%).

W przypadku Dnia Nauczyciela największą sprzedaż zanotowano w przeddzień święta. Pod względem preferencji dotyczących gatunku kupowanych przez klientów kwiatów, dominowały róże (57%), następnie gerbera (17%) oraz tulipany (7,5%), frezje (6,7%) i goździki (5,6%). W dniu poprzedzającym Święto Zmarłych, spośród uwzględnianych siedmiu gatunków kwiatów ciętych, sprzedano 62% róż, 21% gerber i dużo mniej kwiatów pozostałych gatunków.

Jak podaje autorka badań, w przypadku dni popularnych imienin, analiza rejestracji sprzedaży kwiatów ciętych wykazała wzrastający popyt na kwiaty wraz z nadchodzącym

Tabela 1. Sprzedaż kwiatów ciętych przed ważnymi świętami w wybranych kwaciarniach miasta Poznania

Table 1. The cut flowers supply before and on the holidays in the selected florists' in Poznan

Data Date	Róża Rose	Tulipan Tulip	Gerbera Gerbera	Frezja Freesia	Goździki Carnation	Storczyk Orchid	Anturium Anthurium	Razem Total
7.03	309	95	62	18	0	11	2	497
8.03	1 445	362	198	51	8	21	8	2 093
13.02	328	45	33	14	16	6	8	450
14.02	2 144	78	48	18	0	4	12	2 304
25.05	109	95	62	86	22	11	2	387
26.05	845	462	190	12	32	21	8	1 570
20.01	204	28	62	32	18	11	12	367
21.01	648	49	372	86	32	21	37	1 245
23.06	143	102	50	6	50	12	10	373,
24.06	218	121	65	45	80	17	24	570
13.10	516	68	150	61	51	28	32	906
14.10	94	11	37	44	15	7	13	221
31.10	458	28	158	10	37	5	45	741
1.11	53	4	15	8	5	0	2	87
Ogółem w roku Total in the year	26 939	9 935	6 542	4 479	3 718	1 649	1 080	54 342

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Jankowska [2006].
Source: own study on the basis: Jankowska [2006].

po tych dniach weekendem, co sugerowało, że pomimo dnia imienin w środku tygodnia, przyjęcia z tej okazji były zazwyczaj organizowane w czasie wolnym od pracy i wtedy kupowano kwiaty.

ZAKOŃCZENIE I WNIOSKI

Z przedstawionych w niniejszej pracy badań Michalskiego [2007] wynika, że większość pytaných przez niego osób miała swoje ulubione kwiaty, a wśród wymienianých gatunków dominowała róża. Potwierdzają to wyniki badań zamieszczone w pracy Jankowskiej [2006] – w badanych przez nią kwaciarniach, to różę cieszyły się największym popytem wśród sprzedawanych tam kwiatów ciętych. Wyniki tych badań nie stanowią dużego zaskoczenia. Różę są nie tylko piękne (jest to subiektywna ocena), lecz także stanowią produkt dobrze przystosowany do wymagań zarówno handlowców, jak i konsumentów. Jak podaje Podymniak [2006], obecnie polecane do produkcji odmiany

róż na kwiat cięty charakteryzują się nie tylko odpowiednim wyglądem oraz przydatnością w uprawie, lecz także dużą trwałością kwiatów po ścięciu.

W przytoczonej pracy Michalskiego badano również inne, poza ulubionym gatunkiem, preferencje kupujących kwiaty cięte, takie jak wybarwienie czy zapach. Ponad połowa badanych osób preferowała kwiaty jednolite kolorystycznie, a jako ulubioną barwę kwiatu wskazywano najczęściej kolor czerwony. Jak podaje Żyła [2006], na rynku róż w Polsce przez wiele lat dominowały odmiany o czerwonych kwiatach. Było to, między innymi, wynikiem przekonania, że ten kolor lepiej pozwala wyrazić uczucia czy podkreślić podniosłość chwili. Hodowcy i producenci hołowali temu przekonaniu i, co się z tym wiąże, potrzebom rynku. I tak, 60% (lub nawet więcej) asortymentu stanowiły do niedawna te o czerwonych kwiatach [Żyła 2006]. Jednakże, jak pisze Żyła [2006], ostatnio obserwuje się zmianę upodobań – coraz częściej są wybierane róże o kwiatach żółtych, pomarańczowych, łososiowych czy różowych.

Rejestracja wielkości sprzedaży kwiatów ciętych w poszczególnych tygodniach roku potwierdziła fakt, że rośliny te są kupowane głównie w związku z określonymi okazjami, a wśród nich tą, dla uczczenia której sprzedano najwięcej kwiatów ciętych w badanych kwiaciarniach, były Walentynki, a zaraz po nich Dzień Kobiet. Największy popyt zanotowano na kwiaty róż w przypadku większości okazji, jednakże najwięcej tych kwiatów sprzedano właśnie w tych dwóch dniach. Świadomi takiego zapotrzebowania są producenci i hodowcy róż. Żyła [2006], określając tendencje w sprzedaży tych kwiatów, potwierdza, że zimą chętniej są kupowane róże czerwone, przede wszystkim z okazji Dnia Zakochanych (14 lutego) i Dnia Kobiet (8 marca). Natomiast Cecot [2006] podaje, że w zestawieniu opracowanym przez giełdę Flora Holand, w rankingu najważniejszych dla kwiaciarskiego handlu z Polską dat, Dzień Matki zajmuje pierwsze miejsce.

Przedstawione w pracy wyniki badań Jankowskiej [2006] i Michalskiego [2007] wskazują na to, że produkt, jakim są kwiaty cięte, wydaje się odpowiednio dostosowany do wymagań odbiorców. Klienci najchętniej kupowali róże w kolorze czerwonym, które charakteryzowały się subtelnym zapachem i były jednobarwne. Pojawia się jednakże pytanie, czy takie a nie inne preferencje są odzwierciedleniem potrzeb w obecnych warunkach gospodarczych i na obecnym poziomie zamożności i czy zmieniłyby się one wraz ze wzrostem dochodów społeczeństwa oraz zmianą (rozszerzeniem) oferty kwiatów ciętych.

LITERATURA

- Cecot A., 2006. Dzień Matki 2006 okazał się rekordowy. *Hasło Ogrodnicze* 7, 122.
- Jabłońska L., 2004 a. Polskie kwiaciarstwo w statystyce. *Rośliny Ozdobne* 4, 17-18.
- Jabłońska L., 2004 b. Polskie kwiaciarstwo na tle zmian zachodzących w Unii Europejskiej. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej* 1, 18-26.
- Jabłońska L., 2006. Kierunki produkcji kwiaciarskiej na świecie. *Rośliny Ozdobne* 4, 3-4.
- Jankowska A., 2006. Zróżnicowanie sprzedaży kwiatów w ciągu roku w wybranych kwiaciarniach miasta Poznania. Praca magisterska. Katedra Ekonomiki Gospodarki Żywnościowej, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu.
- Michalski R., 2007. Potrzeby i oczekiwania klientów kupujących kwiaty cięte. Praca magisterska. Katedra Ekonomiki Gospodarki Żywnościowej, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu.
- Podymiak M., 2006. Sukces zależy od odmian. *Hasło Ogrodnicze* 7, 128-129.
- Przybyłowski K., Hartley S.W., Kerin R.A., Rudelius W., 1998. *Marketing*. Dom Wydawniczy ABC, 80-84.
- Żyła S., 2006. Obiecujące odmiany róż szklarniowych. *Hasło Ogrodnicze* 6, 126-127.

PREFERENCES OF CUT FLOWERS CONSUMERS

Summary. The results of interviews suggest that majority of the cut flowers' consumers has favourite kind of flower, among which most frequently pointed one was the rose. More than half of the interviewed favour the uniform colour of cut flowers and red colour was the most favourite one. The subtle smell of flowers was the most preferable one but the intensive fragrance was favoured for more consumers than odourless flowers. The data from selected florists' confirm the information from interviews – in spite of the occasion, roses were the most demanded cut flowers.

Key words: favoured sort of flowers, colour of flowers, fragrance

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 28.10.2010

Do cytowania – For citation: Kierczyńska S., 2010. Preferencje osób kupujących kwiaty cięte. J. Agribus. Rural Dev. 3(17), 47-55.