

RYNEK CHRYSANTEM W POLSCE W OKRESIE ŚWIĘTA WSZYSTKICH ŚWIĘTYCH

Lilianna Jabłońska, Wioleta Sobczak

Samodzielna Pracownia Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Kierownik: prof. dr hab. Lilianna Jabłońska

Słowa kluczowe: chryzantemy, rynek kwiatów, sztuczne kwiaty, Święto Zmarłych
Key words: chrysanthemum, flowers market, artificial flowers, All Saints Day

S y n o p s i s. Rynek kwaciarski w Polsce cechuje się bardzo dużym zapotrzebowaniem na chryzantemy do dekoracji grobów w okresie święta Wszystkich Świętych. Wzrost popytu w ostatnich 20 latach spowodował wzrost ich produkcji, która jest prowadzona na około 800 ha pod osłonami. Konkurencją dla producentów chryzantem stają się jednak coraz powszechniej stosowane w dekoracjach nagrobków sztuczne kwiaty. W opracowaniu podjęto próbę oceny tego zagrożenia oraz scharakteryzowania zmian w popycie i preferencjach konsumentów odnośnie rodzaju, form i kolorystyki żywych chryzantem. W badaniach wykorzystano wyniki badań ankietowych prowadzonych w latach 2009 i 2010 wśród producentów roślin, hurtowników oferujących sztuczne kwiaty, konsumentów oraz wyniki badań 6 nekropolii.

WSTĘP

W wielu krajach świata chryzantemy należą do grupy najpopularniejszych roślin ozdobnych. Znaczącą rolę odgrywają wśród społeczeństw Dalekiego Wschodu, gdzie od wieków czczone są jako symbol długowieczności. W Japonii kwiat ten został umieszczony w godle cesarstwa, a 9 września obchodzone jest święto chryzantem [Bach 2006]. Choć rośliny te są uprawiane na 1/3 ogólnej powierzchni upraw kwaciarskich [Lim-Camacho 2006], krajowa podaż nie zaspokaja popytu i uzupełniana jest importem kwiatów, głównie z Korei Południowej, Malezji, Holandii oraz Tajlandii [Auni i in. 2006]. Korea Południowa jest największym na świecie producentem chryzantem. Na początku XXI wieku areal upraw wynosił 3115 ha. Na drugim i trzecim miejscu znajdują się Indie i Chiny z powierzchnią odpowiednio 2557 ha i 1826 ha upraw. W Europie ten gatunek roślin także zajmuje czołowe pozycje wśród roślin ozdobnych. W Wielkiej Brytanii zajmuje około 40% powierzchni upraw kwiatów ciętych, uprawianych pod osłonami [Jabłońska 2005], a w Holandii około 20% [Jabłońska 2007]. Holandia jest największym europejskim producentem chryzantem ciętych z powierzchnią uprawy 493 ha w 2009 roku [*Land-en...* 2010]. *Gros* produkcji przeznaczonej na kwiaty cięte to chryzantemy gałązkowe ze sterowanej uprawy całorocznej, choć w 2008 roku na holenderskich aukcjach odnotowano 2% wzrost sprzedaży chryzantem wielkokwiatowych [Gołos 2009]. Od wielu lat popularnością cieszą się także

chryzantemy doniczkowe wykorzystywane do dekoracji wnętrz lub jako rośliny rabatowe w parkach i przydomowych ogrodach. W Holandii, Niemczech czy Szwecji chryzantemy zajmują wysoką pozycję na rynku ozdobnych roślin doniczkowych [Jabłońska 2007].

Polska również należy do liczących się producentów chryzantem, ale o specyficznym charakterze, wynikającym z silnej tradycji obchodzenia dnia Wszystkich Świętych i Święta Zmarłych w dniach 1. i 2. listopada. W okresie tym odwiedza się cmentarze i groby bliskich, zapala się znicze i ofiarowuje modlitwy za dusze zmarłych. Święta te mają charakter religijny, jednak obchodzą je również osoby niewierzące. Ich obchody są zróżnicowane w zależności od kultury danego kraju, ale zawsze są wyrazem pamięci oraz oddania czci i szacunku zmarłym. W Polsce jednym z istotnych elementów obchodów tych świąt jest przystrajanie grobów dekoracjami roślinnymi. Od lat w tym celu wykorzystywane są właśnie chryzantemy ze względu na późną porę kwitnienia. W ostatnich 20 latach popyt na nie stale wzrastał wraz ze wzrostem zamożności Polaków. Według Agaty Zyntek [2004], polski konsument nabywał na początku pierwszej dekady XXI wieku średnio 3 doniczki chryzantem. W połowie lat 90. XX wieku powierzchnię zajęłą pod uprawę chryzantem doniczkowych na okres Wszystkich Świętych szacowano na 500 ha [Jabłońska 2000], a w następnym dziesięcioleciu wzrosła ona do około 700-800 ha [Cecot 2004, Jabłońska 2007]. Równocześnie nastąpiło znaczne poszerzenie asortymentu o wiele nowych odmian różniących się formą i kolorem, zmieniających się w zależności od mody i preferencji konsumentów.

Duży popyt na chryzantemy doniczkowe w naszym kraju na początku listopada, przy istniejącym rozdrobnieniu produkcji kwaciarskiej (średnia powierzchnia osłon w jednym gospodarstwie w 2002 roku wynosiła 2 046 m²) oraz równoczesnym systematycznym wzroście kosztów produkcji i kosztów utrzymania, umożliwia pozostawanie znacznej liczbie gospodarstw kwaciarskich w tym sektorze produkcji. Po pierwsze, w większości przypadków chryzantemy uprawiane są w jednym cyklu produkcyjnym z roślinami rabatowymi i balkonowymi, co pozwala na minimum dwukrotne wykorzystanie tej samej powierzchni i zwiększenie produktywności. Po drugie, uprawa prowadzona jest głównie w tunelach foliowych przy zastosowaniu prostych technologii, niewymagających wysokich nakładów inwestycyjnych, a zimowa przerwa w produkcji i względnie niskie wymagania cieplne roślin pozwalają na ograniczenie kosztów ogrzewania. Zdaniem Lilianny Jabłońskiej, Dariusza Paszko i Anny Zarzyckiej [2010], przy takim programie produkcji powierzchnia około 1000 m² jest wystarczająca do uzyskania dochodu rodziny na średnim krajowym poziomie. Jednak zagrożeniem dla produkcji chryzantem może być wykorzystywanie do dekoracji grobów sztucznych roślin, charakteryzujących się m.in.: nieporównanie dłuższą trwałością oraz niewrażliwością na warunki pogodowe, w tym na przymrozki często występujące w naszym klimacie na przełomie października i listopada. Zainteresowanie takimi dekoracjami wyraźnie wzrosło w ostatnich latach [Jabłońska, Wróblewska 2011].

W opracowaniu podjęto próbę zweryfikowania, czy i w jakim stopniu sztuczne dekoracje roślinne są zagrożeniem dla produkcji żywych chryzantem na 1. i 2. listopada oraz scharakteryzowania kierunku zmian w popycie i preferencjach konsumentów odnośnie rodzajów, form i kolorów kwiatów, a także zmian w poziomie i strukturze produkcji. Należy podkreślić, iż wciąż brakuje badań i publikacji z zakresu analiz rynku kwaciarskiego. Niniejsza praca częściowo wypełni tę lukę, a wnioski w niej zawarte mogą być pomocne w decyzjach produkcyjnych polskich producentów kwiatów.

METODYKA BADAŃ

W badaniach przedstawionych w opracowaniu wykorzystano wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród producentów chryzantem, właścicieli hurtowni ze sztucznymi kwiatami oraz konsumentów, a także wyniki badań empirycznych wykonanych na wybranych nekropoliach. Wszystkie badania zostały zrealizowane dwukrotnie – w 2009 i 2010 roku. Grupa producentów obejmowała w każdym roku właścicieli 10 gospodarstw położonych w różnych rejonach kraju. Właściciele tych gospodarstw zajmowali się uprawą chryzantem średnio od 8 lat. W badaniach wzięło też udział 10 hurtowników sztucznych kwiatów, którzy tę działalność prowadzili średnio od 5 lat. Ze względu na to, iż w pracy położono nacisk na stronę popytową rynku chryzantem, badaniami ankietowymi objęto w każdym roku po 200 konsumentów. W celu jak najbardziej prawidłowej oceny preferencji konsumentów badania prowadzono wśród mieszkańców wsi, małego miasta (do 20 tys. mieszkańców) i dużego miasta (Warszawa). W tych samych obiektach były prowadzone badania na cmentarzach, które polegały na odwiedzeniu ich w dniach tuż po Święcie Zmarłych i rejestracji wszystkich dekoracji znajdujących się na 200 reprezentatywnych grobach w różnych częściach cmentarzy. Rejestrowano liczbę i rodzaj dekoracji. Łącznie zbadano każdego roku sześć nekropolii – dwie na obszarze wiejskim i po dwie w małym i dużym mieście. Wszystkie zjawiska badano, posługując się metodą opisowo-analityczną poprzez charakteryzowanie ich w sposób jakościowy oraz ilościowy przy wykorzystaniu wskaźników procentowych. Wyznaczono je dla każdego roku oddzielnie, ale jeśli przebieg danej cechy nie różnił się, to wyznaczono średnie dla dwulecia.

WYNIKI BADAŃ

RYNEK CHRYZANTEM OD STRONY PRODUCENTA

OCENA POPYTU NA CHRYZANTEMY

Zdaniem połowy badanych producentów popyt na chryzantemy do dekoracji grobów w okresie Wszystkich Świętych i Święta Zmarłych w ostatnich latach nie uległ zmianie, ale aż 30% producentów odnotowało jego wzrost (tab. 1.). Tylko 20% badanych odczuło spadek popytu, przy czym dla 15% był on niewielki. Ta ocena popytu znajduje odzwierciedlenie w decyzjach produkcyjnych. Około 45% badanych producentów nie planowało zmieniać skali produkcji, 35% – deklarowało jej powiększenie, a 20% – było niezdecydowanych. Żaden z badanych nie deklarował jednoznacznie zmniejszenia produkcji. W przekonaniu 85% producentów dekorowanie grobów z okazji Wszystkich Świętych żywymi chryzantemami jest tak głęboko zakorzenione w polskiej tradycji, że nie stanowią dla nich zagrożenia ozdoby ze sztucznych kwiatów, choć stają się one coraz bardziej popularne.

Tabela 1. Zmiany w poziomie popytu i produkcji chryzantem na 1. i 2. listopada w latach 2009-2010

Kierunek zmian	Zmiany w popycie w opinii producentów	Planowanie zmian w produkcji przez producentów
	w % badanych producentów	
Wzrost	30	35
Spadek	20	-
Bez zmian	50	45
Nie wiem	-	20

Źródło: własne badania.

Pomimo ciągle wysokiego popytu na chryzantemy oraz równoczesnego dążenia producentów do zaspokojenia oczekiwań konsumentów dotyczących ich jakości i walorów dekoracyjnych, w większości przypadków część produkcji pozostaje niesprzedana. Co roku z takim ryzykiem muszą liczyć się wszyscy producenci, gdyż warunki pogodowe na przełomie października i listopada są nieprzewidywalne. Niskie temperatury w tych dniach gwałtownie zmniejszają zainteresowanie potencjalnych klientów żywymi chryzantemami. Taka sytuacja miała miejsce w 2009 roku, kiedy aż 80% badanych producentów odczuło spadek sprzedaży, a w ich gospodarstwach pozostało około 22% chryzantem. W 2010 roku warunki atmosferyczne w okresie Wszystkich Świętych sprzyjały popytowi, ale i w tymże roku nie sprzedano aż 26% roślin. Przyczyną tego było niewykwitnięcie roślin w odpowiednim terminie, spowodowane szczególnie niskimi temperaturami w okresie kwitnienia. Żaden z producentów nie wskazał jednak na większe zainteresowanie sztucznymi roślinami jako powód niesprzedania części swojej produkcji.

STRUKTURA PRODUKCJI CHRYZANTEM POD WZGLĘDEM FORMY I BARWY

W produkcji chryzantem na 1. i 2. listopada w dalszym ciągu przeważają rośliny doniczkowe. W obu latach w badanej populacji gospodarstw ich udział w całkowitej powierzchni uprawy chryzantem wynosił 83% (tab. 2.), a na 17% powierzchni były uprawiane cięte chryzantemy.

W 2009 roku wśród chryzantem doniczkowych największe znaczenie miały chryzantemy wielkokwiatowe, stanowiące 47% całej produkcji. Na drugim miejscu były chryzantemy drobnokwiatowe z udziałem 36%. Ale w 2010 roku te ostatnie znacznie zyskały na popularności i stanowiły już 51% produkcji, zmniejszyła się zaś rola chryzantem wielkokwiatowych. Ich udział w produkcji zmniejszył się do 37%. Zdaniem producentów zmieniły się preferencje konsumentów, a ponadto chryzantemy drobnokwiatowe charakteryzują się większą odpornością na niskie temperatury, dlatego występuje mniejsze ryzyko obniżenia przez przymrozki wartości zdobniczej tych kwiatów. Mniej pracochłonna jest również technologia ich produkcji. Dlatego aż 48% badanych planujących powiększenie produkcji do nowych nasadzeń wybierała odmiany drobnokwiatowe. Powiększenie produkcji odmian wielkokwiatowych deklarowało 31% z nich. Najmniej uprawia się chryzantem średniokwiatowych, których udział w latach 2009-2010 wynosił tylko kilkanaście procent w strukturze produkcji, zaś powiększenie powierzchni uprawy planowało tylko 21% producentów planujących wzrost produkcji.

Jeśli chodzi o chryzantemy cięte, to i w tym przypadku zmniejsza się znaczenie odmian wielkokwiatowych, chociaż w dalszym ciągu stanowią one podstawę produkcji. Ich udział w całkowitej powierzchni uprawy chryzantem ciętych na 1. i 2. listopada w badanej populacji wynosił 75% w 2009 roku i 65% w 2010 roku. Rozszerzenie ich produkcji planowało 37% producentów mających zamiar zwiększyć rozmiary uprawy chryzantemy na kwiat cięty. Zwiększa się znaczenie uprawy form gałązkowych chryzantem, których udział w powierzchni uprawy wzrósł z 25% do 30%, oraz chryzantem z grupy Santini, których w 2009 roku nie uprawiał żaden z badanych producentów, a w 2010 roku zajmowały już 5% powierzchni upraw. Aż 48% producentów deklarowało, że rozszerzą uprawę ciętych chryzantem gałązkowych, zaś powiększenie uprawy chryzantem Santini planowało 15% deklarujących rozwój uprawy chryzantem ciętych.

Tabela 2. Struktura produkcji chryzantem pod względem rodzaju, formy i kolorów w badanej populacji

Lata	Chryzantemy doniczkowe									
2009-2010	83% powierzchni uprawy chryzantem ogółem, w tym:									
	wielkokwiatowe			drobnokwiatowe				średnio- kwiatowe		
	% całkowitej ilości chryzantem doniczkowych									
2009	47			36				17		
2010	37			51				12		
	w tym:			w tym:						
	białe	żółte	inne	białe	żółte	herbacyane	bordowe	inne	X	
2009	51	27	22	23	18	14	13	31	X	
2010	52	28	20	25	21	19	18	18	X	
	Chryzantemy cięte									
2009-2010	17% powierzchni uprawy chryzantem ogółem, w tym:									
	wielkokwiatowe			gałązkowe			Santini			
	% powierzchni uprawy chryzantem ciętych									
2009	75			25			-			
2010	65			30			5			
2009-2010	Planowane kierunki wzrostu produkcji (w % producentów planujących wzrost produkcji)									
	chryzantem doniczkowych				chryzantem ciętych					
	wielkokwiatowe			31		wielkokwiatowe			37	
	drobnokwiatowe			48		gałązkowe			48	
	średniokwiatowe			21		Santini			15	

Źródło: własne badania.

Kwiaty chryzantem mogą występować w bardzo wielu kolorach. Szczególnie dotyczy to odmian średniokwiatowych, wśród których trudno wyróżnić dominujące barwy. Natomiast w przypadku odmian wielkokwiatowych najczęściej spotykanym kolorem jest biały, a na następnym miejscu plasuje się żółty. Białe chryzantemy stanowiły 51-52% produkcji chryzantem wielkokwiatowych, zaś żółte 27-28%. Wśród chryzantem drobnokwiatowych można wyróżnić 4 kolory o podobnym poziomie popularności – biały, żółty, herbacyany i bordowy. Chryzantemy w tych kolorach stanowiły w 2010 roku odpowiednio 25%, 21%, 19% i 18% produkcji całej grupy. Ich przewaga wzrosła z 69% do 82% produkcji w obu latach.

RYNEK CHRYZANTEM OD STRONY KONSUMENTA

ZAPOTRZEBOWANIE NA ROŚLINY ŻYWE I SZTUCZNE

Badania konsumentów potwierdziły wysokie zainteresowanie Polaków żywymi chryzantemami w dniach 1. i 2. listopada. W 2009 roku kwiaty te nabyło 78% badanych, zaś w 2010 roku – 74% ankietowanych. Jako najbardziej odpowiednią dekorację uznało je średnio 44% badanych konsumentów (tab. 3.). Również wiele osób (39%) uznało za odpowiednie dekorowanie grobów zarówno żywymi roślinami, jak i sztucznymi kwiatami. Tylko 17% preferowało wyłącznie sztuczne kwiaty, które zdaniem respondentów

Tabela 3. Preferencje dotyczące roślinnych dekoracji grobów w dniach 1. i 2. listopada w latach 2009-2010 w opinii konsumentów

Rodzaj dekoracji	Preferowany rodzaj dekoracji (w % danej grupy konsumentów)							
	ogółem badana populacja	według wieku				według wielkości miejscowości		
		<30 lat	31-45 lat	46-65 lat	>65 lat	wieś	małe miasto	duże miasto
Wyłącznie żywe kwiaty	44	55	37	34	35	43	48	42
Żywe i sztuczne kwiaty	39	33	43	40	54	41	38	37
Wyłącznie sztuczne kwiaty	17	12	20	26	11	16	14	21

Źródło: własne badania.

ze względu na swoją trwałość są bardziej opłacalnym zakupem. Sztuczne ozdoby były najmniej popularne wśród młodych i najstarszych osób: tylko 11-12% osób poniżej 30. roku życia i powyżej 65. uznało je za odpowiednie, natomiast w grupie osób w średnim wieku (31-65 lat) odsetek ten wynosił około 23%. Najmłodsze osoby zdecydowanie preferowały żywe kwiaty (55% osób tej grupy wiekowej). W grupie osób powyżej 30. roku życia preferowało je około 35% badanych. Te osoby dopuszczały dekoracje mieszane, na które wskazało 43% w wieku 31-65 lat i ponad 54% w wieku powyżej 65 lat.

Preferowanie do dekoracji grobów kwiatów żywych, a w drugiej kolejności ozdób z żywych i sztucznych roślin obserwowano niezależnie od wielkości badanych miejscowości. Przy czym dekoracje wyłącznie z żywych chryzantem cieszyły się nieznacznie większym zainteresowaniem w zbiorowości małego miasta (48% badanych tej aglomeracji), zaś dekoracje mieszane wśród mieszkańców wsi (41% badanych). Interesującym wydaje się to, że wbrew powszechnie panującej opinii to mieszkańcy dużego miasta, a nie małej miejscowości dekoracje ze sztucznych kwiatów uznali za najwłaściwsze. Wskazało na nie 21% badanych w Warszawie, podczas gdy na wsi – 16%, a w małym mieście – 14%. Te deklaracje nie znajdowały jednak odzwierciedlenia w faktycznym dekorowaniu grobów, na co wskazują badania nekropolii.

Konsumenty nabywali sztuczne kwiaty zamiast żywych z różnych powodów. Głównie kierowali się ich większą trwałością, indywidualnymi upodobaniami lub odstraszały ich zbyt wysokie ceny żywych chryzantem. Na te powody wskazało odpowiednio 27%, 21% i 18% tej grupy badanych. Około 11% respondentów nabyło sztuczne kwiaty tylko dlatego, że byli przekonani o wcześniejszym zakupie żywych kwiatów przez inne osoby. Można przypuszczać, że w innym przypadku kupiliby żywe. Bowiem 32% respondentów było zdania, że żywe kwiaty są bardziej atrakcyjne niż sztuczne, zaś 28% z nich nabywa żywe rośliny, bo je po prostu lubi, a 22% chce postępować zgodnie z polską tradycją. Zdaniem 14% respondentów zakup żywych chryzantem nobilituje ich do wyższej grupy społeczno-ekonomicznej.

Atrakcyjność żywych roślin, tradycja w ich nabywaniu oraz element pozycji w hierarchii społecznej powodują, że aż 77% badanych konsumentów nie widzi zagrożenia dla żywych chryzantem ze strony sztucznych dekoracji (tab. 4.). Tylko zdaniem 18% osób, sztuczne kwiaty mogą wyprzeć te żywe, co z jednej strony wskazuje na korzystne perspektywy dla producentów kwiatów, z drugiej jednak – możliwe zostać uznane za początek problemów ze sprzedażą chryzantem. Tym bardziej że tylko 8% badanych planuje dekorować groby wyłącznie żywymi roślinami, a aż 25% wyłącznie sztucznymi. Ale 29%

respondentów deklaruje wykorzystywanie obu rodzajów dekoracji, a aż 24% nie ma na ten temat zdania. Równocześnie 11% ankietowanych zadeklarowało zastąpienie sztucznych ozdób żywymi roślinami, a jedynie 2% żywych kwiatów sztucznymi. Napawa to optymizmem, co do przyszłości produkcji żywych kwiatów. Badania przeprowadzone w hurtowniach sztucznych kwiatów potwierdzają te wnioski. Aż 70% badanych właścicieli hurtowni uznaje obecny rynek sztucznych chryzantem za zrównoważony, a dla 5% podaż nawet przeważa popyt. Tylko dla 15% właścicieli podaż jest wyraźnie za mała i ta grupa przewiduje w przyszłości zagrożenie ze strony sztucznych ozdób dla żywych kwiatów. W opinii 35% hurtowników sztuczne kwiaty nie są zagrożeniem, a połowa badanych nie miała na ten temat zdania.

Tabela 4. Perspektywy rynku żywych i sztucznych chryzantem w opinii konsumentów i właścicieli hurtowni sztucznych roślin w latach 2009-2010

Zmiany na rynku	Ocena zmian przez:		Planowane zmiany w dekoracjach grobów	Ocena konsumentów % badanych
	konsumentów	hurtowników		
	% danej grupy badanych			
Kwiaty sztuczne:			Stosowanie:	
– wyprą kwiaty żywe	18	15	– kwiatów sztucznych	25
– nie są zagrożeniem dla żywych kwiatów	77	35	– kwiatów żywych	8
			– żywych i sztucznych	29
– trudno powiedzieć	5	50	Ograniczenie:	
			– kwiatów sztucznych na rzecz żywych	11
			– kwiatów żywych na rzecz sztucznych	3
			– trudno powiedzieć	24

Źródło: własne badania.

PREFERENCJE KONSUMENTÓW ODNOŚNIE FORM I KOLORÓW CHRYZANTEM

Wśród kupujących żywe chryzantemy największą popularnością w obu badanych latach cieszyły się chryzantemy doniczkowe, w tym przede wszystkim wielkokwiatowe i drobnokwiatowe. Przyjmując łączną liczbę wskazanych przez ankietowanych rodzajów zakupionych roślin za 100%, chryzantemy wielkokwiatowe stanowiły średnio 40%, zaś drobnokwiatowe – 25% (tab. 5.). Przy czym znaczenie tych pierwszych nieznacznie obniżyło się (z 41% do 39%), natomiast tych drugich wzrosło (z 24% do 26%). Wzrosło także zainteresowanie chryzantemami doniczkowymi średniokwiatowymi. Ich udział we wskazaniach zakupionych dekoracji z żywych roślin wzrósł w ciągu roku z 1% do 11%. Zmniejszył się natomiast udział dekoracyjnych kompozycji bukietowych z chryzantem ciętych (z 20% do 11%), a na podobnym poziomie 13-14% utrzymał się udział prostych bukietów z tychże kwiatów.

Jeśli chodzi o ulubione kolory kwiatów, to w obu latach największą popularnością cieszyły się białe chryzantemy. Przyjmując wszystkie wskazania nabytych chryzantem według kolorów za 100%, białe kwiaty stanowiły 49%, na drugim miejscu uplasowały się żółte chryzantemy (21%), a na trzecim i czwartym bordowe i herbaciane (odpowiednio 13% i 10%). Udział chryzantem w innych barwach wynosił jedynie 7%.

Tabela 5. Zakupy żywych chryzantem według form i koloru kwiatów w badanej populacji w latach 2009-2010

Wyszczególnienie	2009	2010	średnia 2009-2010
	% łącznej ilości wskazań dla formy lub barwy		
Forma chryzantem			
Doniczkowe wielokwiatowe	41	39	40
Doniczkowe średniokwiatowe	1	11	6
Doniczkowe drobnokwiatowe	24	26	25
Bukiety z kwiatami ciętymi	20	11	16
Proste wiązanki z kwiatów ciętych	14	13	13
Barwa kwiatu			
Białe	X	X	49
Zółte	X	X	21
Bordowe	X	X	13
Herbaciane	X	X	10
Inne	X	X	7

Źródło: własne badania.

RYNEK CHRYZANTEM DONICZKOWYCH W ŚWIETLE BADAŃ NEKROPOLII

W obu badanych latach podstawową dekoracją grobów na wszystkich badanych cmentarzach były żywe chryzantemy doniczkowe, które w łącznej liczbie dekoracji stanowiły 60% (2009 r.) i 63% (2010 r.) (tab. 6.). Nieznacznie niższy ich udział w 2009 roku wynikał częściowo z gorszych w tymże roku warunków atmosferycznych na przełomie października i listopada, bowiem niskie temperatury ograniczyły popyt na żywe rośliny. Rzadziej groby ozdabiano sztucznymi kwiatami (odpowiednio 26% i 29%). Najmniej popularną dekoracją były wiązanki z żywymi kwiatami oraz bukiety z żywych chryzantem ciętych, które łącznie stanowiły 14% w 2009 roku i 8% w 2010 roku.

Popularność chryzantem doniczkowych utrzymywała się na podobnym poziomie niezależnie od wielkości miejscowości, z niewielką tylko ich przewagą na cmentarzu w małym mieście. Występowały natomiast wyraźne różnice w znaczeniu pozostałych form dekoracji. Z badań wynika, iż w roku o sprzyjających warunkach pogodowych ich charakter był bardzo podobny w dużym mieście i na wsi. W 2010 roku w obu aglomeracjach udział sztucznych kwiatów wynosił 35-36%, natomiast wiązanek z żywymi kwiatami i bukietów z ciętych chryzantem – nie więcej łącznie niż 3%. O ile jednak na wiejskim cmentarzu wiązanki i bukiety nie miały znaczenia również w 2009 roku, o tyle w dużym mieście to znaczenie obniżyło się na rzecz sztucznych kwiatów. Rola wiązanek i bukietów była znacznie większa w małym mieście, gdzie te formy dekoracji stanowiły w obu latach odpowiednio 9% i 7% wszystkich ozdób. Rzadziej występowały tam kwiaty sztuczne, których udział wynosił 17 i 20%. W małym mieście nie odnotowano wyraźnych zmian w charakterze dekoracji nagrobkowych między badanymi latami.

Analizując strukturę asortymentową najważniejszego rodzaju dekoracji, czyli chryzantem doniczkowych, również stwierdzono podobieństwo preferencji mieszkańców wsi i dużego miasta. W obu aglomeracjach odnotowano wyraźną zmianę zainteresowań odnośnie form chryzantem. W 2009 roku większość stanowiły formy drobnokwiatowe (średni udział 62%), przy czym w nekropolii małego miasta było to – 54%, a w nekropolii dużego miasta i

na wsi – 66%. Znacznie mniej popularne w tymże roku były chryzantemy wielkokwiatowe, co było skutkiem występujących niskich temperatur w okresie Święta Zmarłych, na które odmiany wielkokwiatowe są bardziej wrażliwe. Te odmiany chryzantem średnio stanowiły 30% wszystkich chryzantem doniczkowych (od 25-27% w dużym mieście i na wsi do 38% w małym mieście). Udział form średniokwiatowych utrzymywał się na poziomie 7-9%. W 2010 roku na wiejskim cmentarzu i w dużym mieście obserwowano wzrost zainteresowania chryzantemami wielkokwiatowymi – ich udział zwiększył się odpowiednio do 51% i 48%. Udział odmian drobnokwiatowych zmniejszył się odpowiednio do 48% i 49%, a średniokwiatowych do 1% i 3%, co nie oznacza jednak absolutnego spadku popytu na te grupy chryzantem. W małym mieście nie odnotowano istotnych zmian w preferencjach. Na tych cmentarzach w dalszym ciągu chętniej decydowano się na chryzantemy drobnokwiatowe (52%) i średniokwiatowe (10%).

Jeśli chodzi o kolorystykę żywych chryzantem, to nie odnotowano istotnych różnic pomiędzy latami 2009 i 2010. Niezależnie od aglomeracji wśród chryzantem doniczkowych wielkokwiatowych najwięcej było tych w kolorze białym, przy czym ich przewaga malała wraz z wielkością aglomeracji. Ich udział na wiejskim cmentarzu wynosił aż 60%,

Tabela 6. Dekoracje roślinne grobów według ich rodzaju, formy i barwy na cmentarzach aglomeracji zróżnicowanych pod względem liczby mieszkańców w latach 2009-2010

Rodzaj dekoracji	Ogółem nekropolie		Według wielkości aglomeracji					
			wieś		małe miasto		duże miasto	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
% łącznej liczby dekoracji w danej aglomeracji								
Kwiaty żywe:								
– chryzantemy doniczkowe	60	63	51	63	68	66	58	61
– chryzantemy cięte	6	4	3	2	7	7	8	1
– wiązanki z kwiatów ciętych	8	4	1	1	8	8	13	2
Kwiaty sztuczne	26	29	45	34	17	19	21	36
% łącznej liczby chryzantem doniczkowych w danej aglomeracji								
Chryzantemy doniczkowe:								
– wielkokwiatowe	30	45	27	51	38	37	25	48
– średniokwiatowe	8	5	7	1	8	10	9	3
– drobnokwiatowe	62	50	66	48	54	53	66	49
% zarejestrowanych chryzantem								
Barwy kwiatów drobnokwiatowych:	100	100						
– białe	29	34	X	X	X	X	X	X
– żółte	31	25	X	X	X	X	X	X
– bordowe	14	21	X	X	X	X	X	X
– herbaciane	11	13	X	X	X	X	X	X
– inne	15	7	X	X	X	X	X	X
	2009-2010		2009-2010		2009-2010		2009-2010	
wielkokwiatowych:		100		100		100		100
– białe		53		61		51		47
– żółte		31		28		30		36
– inne barwy		16		11		19		17

Źródło: własne badania.

w małym mieście – 50%, a w dużym mieście – 48%. Na drugim miejscu były chryzantemy w kolorze żółtym, z udziałem odpowiednio 28%, 30% i 36%. Pozostałe 11-20% stanowiły kwiaty o całej gamie kolorów i ich odcieni. W grupie chryzantem drobnokwiatowych na wszystkich cmentarzach struktura roślin pod względem kolorystyki była podobna, ale zmieniła się w kolejnych latach. Z 29% do 34% wzrósł udział chryzantem w kolorze białym, zmalał zaś z 32% do 25% udział żółtych chryzantem. Wzrosło też znaczenie kwiatów bordowych i herbacianych – odpowiednio z 14% do 21% oraz z 11% do 13%. Znacznie obniżył się natomiast udział kwiatów w pozostałych kolorach. Biorąc pod uwagę szeroką gamę kolorów chryzantem średniokwiatowych, przy równoczesnym ich niewielkim znaczeniu w dekoracji grobów, ulubionym kolorem nabywanych chryzantem doniczkowych traktowanych łącznie był kolor biały z udziałem w obu badanych latach 41-44% oraz żółty – z udziałem 31-28%.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Przeprowadzone badania potwierdziły istnienie w Polsce w dalszym ciągu bardzo silnej tradycji dekorowania grobów w okresie Wszystkich Świętych żywymi chryzantemami, co przekłada się na wysoki popyt na nie, z nieznaczną tendencją rosnącą. W najbliższej przyszłości ich pozycja nie będzie zagrożona przez sztuczne kwiaty. Choć zainteresowanie tymi ostatnimi roślinami, to stanowią silną konkurencję jedynie zdaniem 15% producentów i 15% hurtowników sztucznych roślin oraz 18% konsumentów.

Z grupy żywych chryzantem do dekoracji grobów wykorzystywane są przede wszystkim chryzantemy doniczkowe, w tym głównie odmiany drobnokwiatowe, charakteryzujące się wyższą odpornością na niskie temperatury, co jest istotne zarówno dla producenta, jak i konsumenta. W sytuacji nieprzewidywalnych warunków pogodowych ich uprawa wiąże się z mniejszym ryzykiem handlowym i po postawieniu na grobie występuje mniejsze prawdopodobieństwo utraty walorów zdobniczych. Relatywnie małą rolę w okresie Wszystkich Świętych odgrywają chryzantemy cięte. Wśród nich także maleje znaczenie odmian wielkokwiatowych na rzecz gałązkowych i odmian Santini.

W badanych latach nie odnotowano wyraźnych zmian w preferencjach konsumentów odnośnie kolorów chryzantem. Niezależnie od rodzaju i formy największą popularnością cieszyły się odmiany białe i żółte. Jest to wskazówka dla producentów, iż pomimo dostępnej szerokiej oferty odmian o bardzo zróżnicowanej kolorystyce, wprowadzanie ich do produkcji na większą skalę niesie za sobą ryzyko handlowe.

Przedstawione wyniki badań pokazują, że do wyciągania trafnych wniosków o charakterze popytu na chryzantemy do dekoracji grobów oraz zachodzących w nim zmianach, konieczne jest systematyczne prowadzenie badań na różnych poziomach rynku – na poziomie producenta i konsumenta oraz w miejscu ich ostatecznego wykorzystania, czyli na cmentarzach.

LITERATURA

- Auni H., Latifah M.N., Khairol M.A. 2006: *The prospect of Japanese Flower Market and Potential of Exporting Malaysian Cut Chrysanthemums by Sea Shipment*, ISHS "Acta Horticulturae", nr 710, s. 519-525.
- Bach A. 2006: *Rośliny ozdobne w tradycji i kulturze narodów*, „Zeszyty Problemowe Postępów Nauk Rolniczych”, nr 510, s. 519-525.
- Cecot A. 2004: *Polski potencjał kwiaciarski*, „Hasło Ogrodnicze”, nr 5, s. 20-25.
- Gołos J. 2009: *Kwiaty – uczucia, dyplomacja, biznes*, [w:] *Niech Żyją Kwiaty w Wazonie*, (red.) A. J. Łukaszewska, Wyd. Drukrol, Kraków, s. 15-21.
- Jabłońska L. 2000: *Produkcja roślin ozdobnych pod osłonami. Rozmiary i tendencje zmian*, „ZER”, nr 2-3, s. 21-36.
- Jabłońska L. 2005: *Produkcja i handel zagraniczny roślinami ozdobnymi w Wielkiej Brytanii*, „Zeszyty Naukowe Instytutu Sadownictwa i Kwiaciarnictwa w Skierniewicach”, t. 13, s. 127-140.
- Jabłońska L. 2007: *Ekonomiczne aspekty rozwoju sektora kwiaciarskiego w Polsce*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa .
- Jabłońska L., Paszko D., Zarzycka A. 2010: *Ekonomiczna efektywność jako czynnik rozwoju produkcji doniczkowych roślin rabatowych i balkonowych w Polsce*, „Roczniki Naukowe SERiA”, t. XII, z. 3, s. 120-125.
- Jabłońska L., Wróblewska A. 2011: *Sztuczne kwiaty coraz bardziej konkurencyjne*, „Hasło Ogrodnicze”, nr 2, s. 138-139.
- Land-en tuinbouwcijfers* 2010, „LEI”, „Wageningen UR”, „CBS”, Nederland.
- Lim-Camacho L. 2006: *Australian native flowers In the Japanese market. A compendium of market research*, The University of Queensland, www.uq.edu.au
- Zyntek A. 2004: *Popyt na rośliny ozdobne w Warszawie w 2003 r. z uwzględnieniem preferencji konsumentów*, praca magisterska Samodzielna Pracownia Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa, SGGW, Warszawa.

Lilianna Jabłońska, Wioletta Sobczak

POLISH MARKET OF CHRYSANTHEMUM DURING THE PERIOD OF ALL SAINTS DAY

Summary

The flower market in Poland is characterized by a very high demand for chrysanthemums to decorate graves during All Saints Day. The increase in demand over the past 20 years has resulted in an increase in their production, which is conducted on about 800 ha under cover. The main threat to this market comes from artificial flowers which are becoming increasingly used in the decorations of tombstones. This paper attempts to assess this risk and to characterize the changes in demand and consumer preferences regarding the type, form and color of fresh chrysanthemums. The results of surveys conducted in 2009 and 2010 among producers of live plants, artificial flower wholesalers, consumers, as well as the results of the study carried out on six cemeteries have been analyzed. The study has shown that the demand for fresh chrysanthemums is still very high, so the risk of competitiveness from artificial flowers is at a low level.

Adres do korespondencji:
 prof. dr hab. Lilianna Jabłońska
 Samodzielna Pracownia Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa
 Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
 ul. Nowosynowska 166
 02-787 Warszawa
 e-mail: lilianna_jablonska@sggw.pl