

Grzybowska-Brzezińska, Mariola

Szanse rozwoju rynku żywności ekologicznej

Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego 19, 120-129

2005

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych mazowsze.hist.pl.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Mariola Grzybowska-Brzezińska
(Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Społeczna w Ostrołęce)

SZANSE ROZWOJU RYNKU ŻYWNOŚCI EKOLOGICZNEJ

Wstęp

Zaawansowane technologie produkcji rolnej i przetwórstwa żywności oraz dbałość o wysoką wartość dodaną produktów, wzrost ich użyteczności spowodowały, że oprócz niewątpliwych walorów odżywczych, może być ona jednocześnie źródłem zagrożenia dla zdrowia człowieka [Softysiak 1995]. Świadomość zagrożenia (wręcz nasilająca się), powoduje, że konsumenci oczekują od żywności nowej jakości, związanej z jej bezpieczeństwem [Gulbicka 2000].

Rosnący w szybkim tempie popyt na żywność ekologiczną na rynkach światowych rokuje szansę na jego dynamiczny wzrost także w Polsce, czego symptomy już się dostrzega [Runowski 1999, Metera, Bednarek 1999]. W ocenie perspektyw rozwoju rynku żywności ekologicznej istotnym jest poddawanie systematycznej analizie preferencje jej konsumentów oraz czynników kształtujących poziom i strukturę spożycia tej grupy produktów żywnościowych. Jednym z czynników charakteryzujących produkty ekologiczne jest poziom ich cen, który jest w przypadku niektórych grup produktów nawet ok. 100 proc. wyższy w porównaniu do żywności konwencjonalnej. Istotnym zagadnieniem w określaniu perspektyw rozwoju rynku tej żywności jest wskazanie percepcji i postrzegania cen tych produktów [Michelsen 1999].

Z badań krajowych wynika, że w 1994 roku w opinii większości ankietowanych (69 proc.), produkty ekologiczne powinny być droższe. Przy czym 65 proc. osób z tej grupy była skłonna zapłacić tylko do 10 proc. więcej, 1/3 ankietowanych — do 30 proc., a 5 proc. deklarowało zapłacić nawet o 50 proc. więcej za żywność ekologiczną w porównaniu do cen żywności konwencjonalnej. Interesujący jest fakt, że wysokość dochodów respondentów nie miała wpływu na strukturę odpowiedzi. Akceptacja wzrostu cen wraz z rozwojem podaży tej żywności nie zmieniła się w perspektywie pięciu analizowanych lat. Konsumenci polscy nawet silniej dostrzegali atrybuty żywności ekologicznej i chcieli płacić premie cenowe. W 1993 roku średnia akceptowana nadwyżka wynosiła ok. 20 proc., a jak wskazują na to późniejsze badania, ok. 1/3 badanych akceptuje o 30 proc. wyższą cenę tej żywności [Zysnarska 1997]. Istotnym jest wskazanie czy w bieżącym okresie nadal konsumenci postrzegają żywność ekologiczną jako bardziej wartościową i będą płacić wyższą cenę za te produkty.

Metodyka badań

Przedmiotem badań było przede wszystkim spożycie certyfikowanej żywności ekologicznej.

Badania empiryczne obejmujące spożycie żywności ekologicznej przeprowadzono w wybranych miejscach trzech obszarów geograficznych kraju, zróżnicowanych jakością środowiska, a mianowicie: 1) w Polsce południowej — Kraków, Katowice i ich okolice, 2) w Polsce centralnej — Warszawa i jej okolice, 3) w Polsce północnej — Trójmiasto, Olsztyn, Łomża i ich okolice. Obszary te stanowią jednocześnie główne ośrodki konsumpcji żywności ekologicznej w Polsce [Grykień 1997, Zysnarska 1997].

Badaniami objęto 388 gospodarstwa domowe znajdujące się w różnych częściach kraju, w których konsumuje się żywność ekologiczną.

W Polsce północnej w wywiadach uczestniczyło 174 przedstawiciele gospodarstw domowych, w tym 64 respondentów to mieszkańcy Łomży, Ostrołki i okolic.

Materiały źródłowe zebrano przy wykorzystaniu metody wywiadu bezpośredniego standaryzowanego. Miejscem prowadzenia badań były super-

markety, sklepy osiedlowe oraz sklepy specjalistyczne z żywnością ekologiczną. Badania przeprowadzono w lutym 2003 roku, a obejmowały one spożycie roku 2002.

W konstrukcji kwestionariusza wyodrębniono trzy moduły. Pierwszy pozwalał na wyodrębnienie osób, które stwierdzały, że nie spotkały się z określeniem „żywność ekologiczna”, bądź błędnie ją rozumiały — uznano bowiem, że tym samym nie są one świadome istoty tej żywności. Drugi moduł pozwalał na wydzielenie osób, które potrafiły identyfikować żywność ekologiczną, lecz nie spożywały jej lub zaprzestały ją konsumować. Umożliwiło to wskazanie powodów nie spożywania przedmiotowej żywności.

Najszerszym zakresem wywiadu objęto tych spośród badanych, którzy stwierdzili, że nie tylko są świadomi tego czym jest żywność ekologiczna, ale jednocześnie są też jej konsumentami. Do nich adresowano rozwinięty moduł III pytań. Zakres pytań tej zasadniczej części kwestionariusza, stanowiły wyczerpujące informacje dotyczące rodzaju i ilości spożytej żywności ekologicznej, sposobu jej identyfikacji, miejsc i częstości nabywania, cenionych atrybutów (zdrowotne, odżywcze, organoleptyczne, handlowe, ochrony środowiska) oraz percepcji cenowej. Ten ostatni aspekt jest o tyle istotny, że żywność ta, w porównaniu do żywności konwencjonalnej, jest wyraźnie droższa.

Za podstawę do analizy posłużyły w szczególności grupowania badanej zbiorowości gospodarstw domowych według: poziomu konsumpcji, poziomu osiągniętych dochodów, cech społeczno-demograficznych oraz częstości i miejsca zakupu.

Badani będący konsumentami żywności ekologicznej różnią się osiąganymi dochodami, wiekiem, wykształceniem oraz wielkością i strukturą rodziny. Ich miejscem zamieszkania są zarówno miasta jak i wieś. Reprezentują różny status społeczno-zawodowy. Dokonują zakupu żywności ekologicznej w różnych miejscach i ze zróżnicowaną częstością. Pozwala to oczekiwać także zróżnicowanej jej percepcji w szerszym rozumieniu.

W analizie wyników wykorzystano grupowanie gospodarstw domowych ze względu na poziom rocznych miesięcznych wydatków na osobę na żywność ekologiczną, uwzględniono trzy poziomy wydatków niski — do 100 zł, średni od 100 do 250 zł, wysoki pow. 250 zł.

Wyniki badań

Poziom i struktura spożycia żywności ekologicznej

Wśród 388 badanych gospodarstw domowych spożywających żywność ekologiczną, średnie roczne wydatki na nią wynosiły 190,1 zł w na osobę spożywającą (tabela 1), wśród badanych zamieszkujących obszary Łomży, Ostrołęki i okolic poziom wydatków był nieco niższy i wynosił 125,4 zł na osobę rocznie.

Tabela 1

Wartość średniego rocznego spożycia żywności ekologicznej w badanych gospodarstwach domowych (zł/osobę rocznie)

Poziom wartości spożycia	Średnie wydatki na żywność ekologiczną	w tym w obszarze badań:			Struktura badanych w proc.	
		Polski północnej, w tym: Łomża, Ostrołęka i okolice	Polski środkowej	Polski południowej		
Niski (do 100 zł)	47,8	46,9	38,3	54,3	44,9	35,8
Średni (100—250 zł)	169,0	165,1	120,5	183,9	173,0	31,7
Wysoki (pow. 250 zł)	426,7	394,7	241,2	530,3	382,3	32,5
Średnio w populacji	190,1	155,5	125,4	288,0	187,2	x
Liczba badanych gospodarstw domowych	x	174	64	94	120	100,0

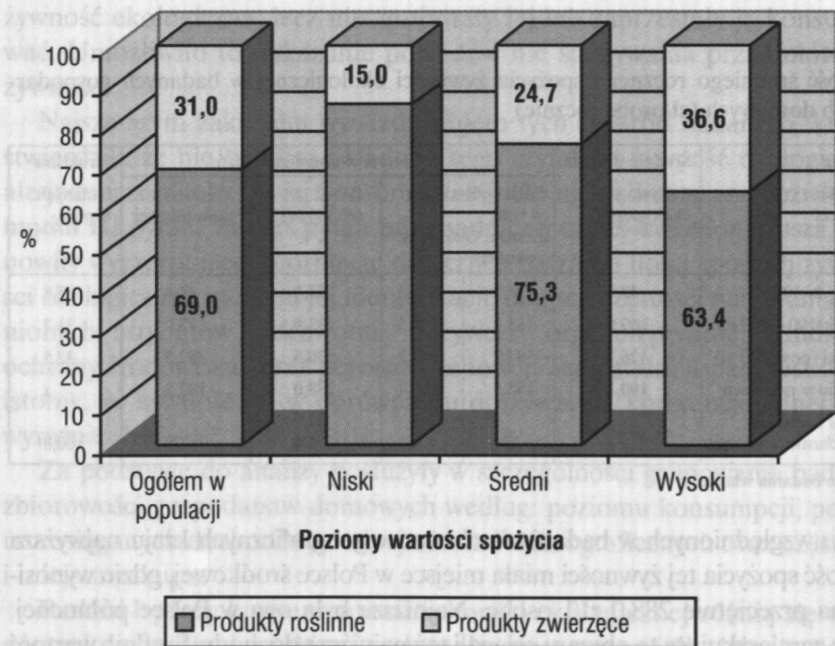
Źródło: badania własne

Z uwzględnionych w badaniach obszarów geograficznych kraju najwyższa wartość spożycia tej żywności miała miejsce w Polsce środkowej, gdzie wynosiła ona przeciętnie 288,0 zł/1 osobę. Najniższa była ona w Polsce północnej, gdzie zamieszkujący te obszary osiągnęli też najniższe dochody. Średnia wartość spożycia żywności ekologicznej w obszarach Łomży, Ostrołęki i okolic wynosiła ok. 125,4 zł na osobę rocznie, porównując tę wartość, ze średnim spożyciem respondentów z Trójmiasta jest ona zaledwie o 15 proc. niższa. Można wnioskować że pomimo zdecydowanie niższych dochodów mieszkańców rejonu kurpiowskiego i Podlasia wartość konsumpcji żywności ekologicznej jest stosunkowo wysoka, co daje szanse i perspektywy rozwoju popytu na tego rodzaju żywność również w rejonach uważanych za „zielone płuca Polski”.

Wraz ze wzrostem wartości spożycia badanej żywności zmienia się też jego struktura. Wzrasta udział produktów zwierzęcych z 15 proc. w grupie

o niskim poziomie spożycia do 36,6 proc. w grupie o wysokim spożyciu (rys. 1). Tym samym względnemu zmniejszeniu ulega udział produktów roślinnych. Strukturę spożycia żywności ekologicznej wśród badanych z obszarów Łomży, Ostrołęki i okolic prezentuje rys. 1.

Rys. 1. Struktura spożycia żywności ekologicznej w grupach o różnym poziomie konsumpcji



Źródło: badania własne

Poddając analizie wydatki na żywność ekologiczną w układzie rodzajowym i z uwzględnieniem wyodrębnionych poziomów konsumpcji tej żywności, to wśród badanych dominują wydatki na przetwory zbożowe. W produktach roślinnych, niezależnie od poziomu wartości ich spożycia, najwyższy udział mają warzywa (zwłaszcza świeże), przetwory zbożowe, ziemniaki oraz owoce (tabela 2). Natomiast w produktach zwierzęcych najbardziej znaczące są mleko krowie i mleko kozie oraz ich przetwory.

Tabela 2

Struktura rodzajowo-wartościowa¹⁾ spożycia produktów ekologicznych, zł/osobę rocznie wśród respondentów z Łomży, Ostrołki i okolic

Wyszczególnienie	Ogółem	Poziomy wartości spożycia:		
		Niski	Średni	Wysoki
I. Razem produkty roślinne w tym:	86,3	33,0	90,6	154,2
1. Przetwory zbożowe	16,2	7,3	16,3	35,2
2. Ziemniaki	26,3	11,3	32,2	39,6
3. Strączkowe suche	0,8	0,2	1,2	1,3
4. Warzywa świeże i przetwory	23,6	8,4	26,5	36,9
– w tym warzywa świeże	19,6	5,6	22,3	32,3
5. Owoce świeże i przetwory	19,4	5,8	14,4	41,2
– w tym owoce świeże	18,3	4,6	10,9	38,8
II. Razem produkty zwierzęce w tym:	39,1	5,3	29,9	87,0
1. Mięso i przetwory, w tym:	14,4	2,1	9,2	33,5
– mięso	10,5	1,5	3,9	11,1
2. Mleko krowie i przetwory	14,2	1,5	12,6	29,1
– w tym przetwory	10,0	0,9	8,1	19,2
3. Mleko kozie i przetwory	8,0	0,8	5,9	19,0
– w tym przetwory	5,5	0,0	1,7	9,2
4. Jaja	2,2	0,5	1,2	4,8
5. Inne	0,3	0,4	1,0	0,6
III. Razem średnia konsumpcja (I+II)	125,4	38,3	120,5	241,2

¹⁾ przyjęto ceny tej żywności z miejsc prowadzenia badań

Źródło: badania własne

Wśród badanych o wysokim poziomie spożycia żywności ekologicznej pochodzenia zwierzęcego dominuje spożycie mięsa i jego przetworów. W większości produkty ekologiczne nabywane są w przypadku rodzin w których występują dzieci do piątego roku życia. Wskazuje to na fakt promocji tej żywności jako produktów przeznaczonych dla dzieci i osób ze schorzeniami alergii, czy układu pokarmowego.

Akceptacja cen żywności ekologicznej

Konsumenci żywności ekologicznej są wysoce wrażliwi na ewentualny dalszy wzrost jej cen. Należy zauważyć, że stopień akceptacji cen żywności ekologicznej w badanej zbiorowości wzrasta wyraźnie ze wzrostem poziomu jej konsumpcji. Ze wzrostem tym, zmniejsza się odsetek osób nie potrafiących ocenić poziomu cen tej żywności. Aż 44 proc. badanych (spośród 64 osób) uznało aktualny poziom cen żywności ekologicznej za wysoki. Tylko jedna trzecia badanych akceptuje ten poziom cen (tabela 3).

W rezultacie, jak wskazują na to dane liczbowe przedstawione w tabeli 4, badani są skłonni przyjąć niewielki ewentualny dalszy wzrost cen tych produktów. Dla 50 proc. badanych progiem tym jest wzrost 20 proc.

Tabela 3

Ocena poziomu cen żywności ekologicznej w opinii jej konsumentów z obszarów Łomża, Ostrołęki i okolic (proc.)

Ceny	Ogółem badani	wg poziomu wartości spożycia:		
		Niski	Średni	Wysoki
Odpowiednie	33,0	25,2	31,7	43,7
Za wysokie	44,0	45,3	44,7	42,8
Za niskie	4,0	6,5	4,1	2,4
Brak zdania	18,0	23,0	19,5	11,1
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0
Liczba badanych	64	23	20	21

Źródło: badania własne

Nieco bardziej wrażliwi na ewentualny wzrost poziomu cen żywności ekologicznej są konsumenci o wysokim jej spożyciu. W prawie 50 proc. akceptują tylko 20 proc. jej wzrost, a wzrost cen wyższy niż 30 proc. jest skłonnych zaakceptować zaledwie 23 proc. spośród nich.

Konsumpcja żywności ekologicznej uzależniona jest od poziomu dochodów respondentów, wraz ze wzrostem zamożności badanych wzrasta spożycie tego rodzaju żywności w przeliczeniu na osobę rocznie. Również stopień akceptacji ceny tych produktów jest powiązanych z poziomem dochodów badanych, choć nie występuje w tym przypadku silna korelacja (tab. 5).

Tabela 4
Akceptacja wzrostu cen żywności ekologicznej (proc.) wśród jej konsumentów z obszarów Łomży, Ostrołęki i okolic (proc.)

Poziom akceptacji wzrostu cen żywności ekologicznej	Ogółem badani	wg poziomu wartości spożycia:		
		Niski	Średni	Wysoki
do 10 proc.	15	15	15	14
11—20 proc.	35	35	29	39
21—30 proc.	27	26	29	25
31—40 proc.	14	17	15	11
41—50 proc.	3	4	5	2
> 50 proc.	6	3	7	9
Razem	100	100	100	100

Źródło: badania własne

Tabela 5
Akceptacja wzrostu cen żywności ekologicznej (proc.) wśród jej konsumentów z obszarów Łomży, Ostrołęki i okolic

Poziom akceptacji wzrostu cen żywności ekologicznej	Ogółem badani	wg poziomu osiągniętych rocznych dochodów netto na osobę:		
		do 600 zł	od 601—1200	Pow. 1200 zł
do 10 proc.	15	18	19	8
11—20 proc.	35	31	36	34
21—30 proc.	27	23	26	30
31—40 proc.	14	19	10	17
41—50 proc.	3	4	3	4
> 50 proc.	6	5	6	8
Razem	100	100	100	100

Źródło: badania własne

Wzrost cen żywności ekologicznej do 30 proc. jej dotychczasowego poziomu akceptuje ok. 23 proc. badanych osiągających dochody najniższe, nieco więcej bo ok. 26 proc. akceptuje również ten poziom i są to osoby zarabiające od 601—1200 zł na osobę rocznie. W przypadku najbogatszej grupy jest to ok. 30 proc. respondentów.

Powyższe wskazuje, że zarówno utrzymanie dotychczasowego poziomu spożycia, jak i wzrost popytu na żywność ekologiczną będą istotnie uzależnione od wzrostu dochodów ludności oraz poziomu jej cen.

Zasadnym jest ograniczanie kosztów produkcji i przetwórstwa żywności ekologicznej, co daje szansę na zwiększenie popytu na tę żywność, co również poprawi kondycję pośredników handlowych i producentów żywności ekologicznej.

Minimalizacja kosztów produkcji jest odrębnym istotnym zagadnieniem, który należy rozważać zarówno z poziomu producentów jak i władz lokalnych, które winny wskazywać szansę i drogi jakie mogą wykorzystywać producenci żywności ekologicznej. Jedną z zasadniczych są środki jakie oferuje UE, szczególnie atrakcyjne w przypadku produkcji ekologicznej.

Wzrastająca popularność i atrakcyjność pro zdrowotnego trybu życia daje szansę rozwoju również dla rynku żywności ekologicznej, który intensywnie rozwija się w krajach wysokorozwiniętych. O ile ważne jest stymulowanie rozwoju popytu na żywność ekologiczną na rynku wewnętrznym, to również należy poszukiwać szans rozwoju popytu na żywność ekologiczną wyprodukowaną w Polsce na rynkach krajów Unii Europejskiej. Może to stanowić szansę rozwoju regionów atrakcyjnych do uruchomienia tego rodzaju produkcji rolniczej, takimi niewątpliwie są obszary Łomży, Ostrołęki i najbliższych regionów rolniczych zlokalizowanych w obszarze „zielonych płuc Polski”.

Aby analizować perspektywy rozwoju rynku a w szczególności popytu na żywność ekologiczną koniecznym jest ciągła obserwacja zapotrzebowania na tego rodzaju produkty i analiza czynników stymulujących do zakupu, jednym z nich jest omawiana w niniejszych badaniach percepcja ceny produktów.

Wnioski końcowe

Przeprowadzone badania i uzyskane wyniki pozwalają na sformułowanie następujących wniosków:

1. Konsument żywności ekologicznej w Polsce jest jeszcze słabo ukształtowany. Świadczą o tym niskie wydatki na żywność ekologiczną wynoszące przeciętnie zaledwie 190,1 zł na osobę rocznie, co stanowi zaledwie 9,4 proc. udziału tej żywności w wydatkach żywnościowych ogółem wśród jej

konsumentów. Wśród badanych respondentów z Łomży, Ostrołęki i okolic spożycie to jest nieco mniejsze i wynosi 125,4 zł/osobę rocznie. Poziom spożycia żywności ekologicznej, zdaniem badanych respondentów jest uzależniony od ich dochodów, poziomu ceny oraz dostępności tego rodzaju produktów.

2. Określając perspektywy rozwoju rynku żywności ekologicznej należy uwzględnić wysoką wrażliwość cenową i dochodową popytu na te produkty i nawet niewielki wzrost ceny wywoła zmniejszenie popytu na żywność ekologiczną. W kreowaniu popytu należy zatem bardziej skupić wysiłki na rozwoju skali produkcji i konkurencji pozacenowej tych produktów.

Literatura

- Grykień S.: *Rozwój rolnictwa ekologicznego w Polsce*, „Więś i Rolnictwo”, nr 2, 1997
- Gulbicka B.: *Wyżywienie polskiego społeczeństwa w ostatniej dekadzie XX wieku*, Warszawa 2000
- Metera D., Bednarek A.: *Marketing produktów ekologicznych w północno-wschodniej Polsce*, Warszawa 1999
- Michelsen J., Hamm U., Wynen E., Roth E.: *The European Market for Organic Products, Growth and Development*. Hohenheim University, Germany, 1999
- Runowski H.: *Organizacyjno-ekonomiczne aspekty rolnictwa ekologicznego*, Warszawa 1999
- Sołtysiak U.: *Rolnictwo ekologiczne. Od producenta do konsumenta*, Warszawa 1995
- Zysnarska E.: *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju produkcji żywności wytwarzanej metodami ekologicznymi*, Toruń 1997