

# **RYNEK SAŁATY MASŁOWEJ I LODOWEJ ORAZ PAKOWANYCH GOTOWYCH DO SPOŻYCIA MIESZANEK SAŁAT**

Autorzy:

dr inż. Krzysztof Zmarlicki

dr inż. Piotr Brzozowski

Opracowanie redakcyjne:

Dr inż. Krzysztof Zmarlicki

Opracowanie przygotowane w ramach **zadania 5.1:**

„Upowszechnianie i wdrażanie wiedzy na rzecz poprawy konkurencyjności i innowacyjności sektora ogrodniczego z uwzględnieniem jakości i bezpieczeństwa żywności oraz ochrony środowiska naturalnego”

**Programu Wieloletniego:**

„Działania na rzecz poprawy konkurencyjności i innowacyjności sektora ogrodniczego z uwzględnieniem jakości i bezpieczeństwa żywności oraz ochrony środowiska naturalnego” finansowanego przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Skierniewice 2017**

## **Spis treści**

<b>Produkcja sałaty na świecie.....</b>	<b>3</b>
<b>Produkcja sałaty w Polsce. ....</b>	<b>4</b>
<b>Ocena rynku sałaty na podstawie wywiadów przeprowadzonych z producentami.....</b>	<b>4</b>
<b>Koszty produkcji sałaty w uprawie polowej .....</b>	<b>5</b>
<b>Koszty produkcji sałaty w uprawie pod osłonami.....</b>	<b>8</b>
<b>Ocena rynku sałat na podstawie wywiadów przeprowadzonych z konsumentami .....</b>	<b>9</b>
<b>Analiza SWOT – sałata masłowa .....</b>	<b>10</b>
<b>Analiza SWOT – sałata lodowa (Iceberg) .....</b>	<b>11</b>
<b>Analiza SWOT – mieszanki sałat.....</b>	<b>12</b>
<b>Podsumowanie .....</b>	<b>13</b>

## **Produkcja sałaty na świecie**

Według ostatnich danych FAO (marzec 2017 roku) światowa produkcja sałaty osiągnęła w 2014 roku poziom 24,98 milionów ton. Jej uprawę w tym czasie prowadzono na obszarze 1,16 miliona hektarów przy średnich plonach w wysokości 2,16 kg na metr kwadratowy. W okresie dziesięciu lat (od roku 2005 do roku 2014) produkcja sałaty wzrosła o 2 mln ton, głównie dzięki Chinom oraz innym krajom jak Turcja i Iran, gdzie występował duży wzrost gospodarczy i rosło również jej spożycie. Największym producentem sałaty na świecie są Chiny. Na kraj środka przypadło 13,65 mln ton co stanowiło ponad połowę (54,64%) z podanej wyżej światowej produkcji, a powierzchnia uprawy obejmowała 584 459 hektarów, przy średnich plonach wynoszących 2,34 kg m<sup>2</sup>. Produkcja sałaty w Chinach jest skoncentrowana głównie w prowincjach Yunnan i Hainan na południu kraju. W rejonach tych jej uprawa prowadzona jest głównie bez osłon. Najwięcej produkuje się sałaty lodowej Iceberg i masłowej, ponadto duże znaczenie mają uprawy sałaty rzymskiej i czerwonej cykorii radicchio oraz sałaty chińskiej. Z uwagi na rosnące spożycie wewnętrzne produkcja sałaty w Chinach wykazuje od kilkunastu lat trend wzrostowy.

Drugim największym producentem sałaty na świecie są Stany Zjednoczone, gdzie uprawę w 2014 roku prowadzono na obszarze 107 240 hektarów. W USA przy średnich plonach na poziomie 3,54 kg m<sup>2</sup> zebrano 3,79 mln ton sałaty. Najważniejszym rejonem produkcji jest stan Kalifornia gdzie produkuje się głównie sałatę lodową i sałatę rzymską. Sprzyjające warunki klimatyczne sprawiają, że koszty produkcji sałaty są relatywnie niższe niż w innych stanach. Jednakże z uwagi na rosnącą modę na kupowanie produktów lokalnych, sprzedaż sałaty z Kalifornii w innych stanach w ostatnich latach spada. Trzecim największym na świecie producentem sałaty, z ilością 1,09 mln ton, były wg FAO Indie. W kraju tym, z uwagi na niską wydajność produkcji z m<sup>2</sup> wynoszącą jedynie 0,64 kg, do produkcji przeznaczona jest relatywnie duża powierzchnię 172 432 hektary.

Następni dwaj potentaci w produkcji sałaty na świecie to Hiszpania i Włochy. W Hiszpanii zbiera się jej ponad 0,9 mln ton. W kraju tym sałatę uprawiano w 2014 roku na powierzchni 33 868 hektarów, a średnia wydajność wynosiła 2,67 kg/m<sup>2</sup>. We Włoszech (wg FAO) wyprodukowano ponad 0,7 mln ton sałaty, a jej uprawa prowadzona była na powierzchni 32 991 hektarów. W kraju tym produkcja sałaty jest bardzo zdywersyfikowana, gdyż obok sałaty lodowej, sałaty rzymskiej i sałaty trocadero uprawia się tam dużo rukoli, roszonek oraz bardzo poszukiwanej zwłaszcza do mieszanek sałat gotowych i do dekoracji dań, czerwonej cykorii radicchio. Najlepsze plantacje sałaty z uwagi na sprzyjające warunki są na Sycylii. Stamtąd pochodzi większość jesiennej i zimowej sałaty, którą sadi się od sierpnia do lutego, a zbiera od

listopada do maja. W drugiej piątce krajów produkujących najwięcej na świecie sałaty wg FAO były: Japonia - 577 tys. ton, Turcja - 451 tys. ton, Iran - 407 tys. ton, Meksyk - 406 tys. ton, oraz Niemcy z ilością - 241 tys. ton. W okresie ostatnich pięćdziesięciu lat, poza Chinami, produkcja sałaty rozwinęła się najbardziej w Turcji, we Włoszech, oraz we Francji i w USA. Pomimo braku wiarygodnych danych statystycznych z ostatnich trzech lat dla wskazanych wcześniej dziesięciu największych światowych producentów sałaty wydaje się, że jej produkcja wzrosła nie tylko w Chinach, Turcji i w Iranie. Dzieje się tak z uwagi na większą świadomość konsumentów w zakresie zdrowego odżywiania i przez to zwiększający się popyt na sałatę.

### **Produkcja sałaty w Polsce**

W okresie socjalizmu podaż sałaty na krajowym rynku, wtedy niemal wyłącznie sałaty masłowej, była ograniczona do okresu wiosennego – kwiecień - czerwiec oraz do wczesnej jesieni. Duże zmiany w produkcji sałaty rozpoczęły się wraz z rozwojem sieci handlowych, które to spowodowały, że producenci chcący sprzedawać do marketów sałatę musieli swój towar dostosować do obowiązujących wymogów, zarówno w zakresie ilości i jakości oraz asortymentu sałat. W danych statystycznych GUS dla produkcji sałaty podaje się ją łącznie z pietruszką, porami selerami, rabarborem, szparagami i innymi warzywami liściowymi. W roku 2016 warzywa te łącznie uprawiane były na powierzchni 67,9 tys. hektarów. Szacuje się, że w roku 2016 produkcja sałaty prowadzona była na powierzchni ok. 15 tys. hektarów. W ostatnich latach jej powierzchnia uprawy zawiera się w przedziale od ok. 12 do 17 tys. hektarów. Z uwagi na zmieniający się popyt w produkcji sałaty w Polsce nastąpiły bardzo duże zmiany. Ze względu na znacznie dłuższy shelf life sałata lodowa stała się podstawowym gatunkiem w produkcji, a dominująca w przeszłości na rynku sałata masłowa stała się jedynie jej uzupełnieniem. Wzrosło znaczenie w uprawie sałat; gatunków i odmian przed rokiem 1990 praktycznie nieobecnych w produkcji w Polsce tj.: roszonek, rukoli i sałaty rzymskiej. Ponadto coraz więcej uprawia się jarmużu, selera naciowego, endywi escarole i frisee, cykorii radicchio oraz szpinaku, które najczęściej wykorzystywane są do produkcji gotowych mieszanek sałat.

### **Ocena rynku sałaty na podstawie wywiadów przeprowadzonych z producentami**

W roku 2017 polowa uprawa sałaty masłowej i sałaty lodowej na zbiór wiosenny była opłacalna, o ile uprawa nie zmarzła w czasie majowych przymrozków. Wskaźnik opłacalności w przedstawionej w tabeli 1 kalkulacji dla obydwu typów sałat wyniósł około 140%. Polowa uprawa sałaty należy do upraw gdzie straty w produkcji są stosunkowo wysokie, nie tylko z powodu fatalnych zjawisk pogodowych i chorób, ale i ryzyka ekonomicznego - gry rynkowej popytu i podaży. W przedstawionej poniżej kalkulacji, na podstawie informacji

Zmarlicki K., Brzozowski P.. 2017 Rynek sałaty masłowej i lodowej oraz pakowanych gotowych do spożycia mieszanek sałat uzyskanych od producentów przyjęto plon handlowy w liczbie około 75% wysadzonych roślin dla sałaty masłowej i około 90% dla sałaty lodowej. Według producentów w polowej uprawie sałaty bardzo rzadko udaje się zebrać więcej niż 90% wysadzonych roślin, z reguły część z nich ma jeszcze nie wykształcone dobrze główki i trzeba, albo powtórzyć zbiór, albo np. przy stosunkowo niskich cenach zlikwidować uprawę i posadzić następną sałatę lub zasiać/ zasadzić inne rośliny. Okres wegetacji od wysadzenia do końca zbiorów dla sałaty masłowej w sezonie 2017 wynosił około 8 tygodni, a dla sałaty lodowej około 12 tygodni. Rośliny wysadzono w pole na początku kwietnia. Sałatę lodową przez okres około 2-3 tygodni trzymano pod przykryciem z agrowłókniny. Koszty bezpośrednie uprawy sałaty masłowej to około 38 tys. zł, z czego prawie 33% to koszty najemnej siły roboczej. W przedstawionej kalkulacji na wyprodukowanie 72 tys. główek sałaty masłowej albo 55 tys. główek sałaty lodowej, zużytkowano około 1100 rbh najemnej siły roboczej, głównie przy zbiorze, sortowaniu myciu i pakowaniu sałaty, ale także przy jej dwukrotnym ręcznym pieleniu, w miejscach gdzie nie docierały pieliki mechaniczne. Znacznym kosztem był również koszt rozsady, w przypadku sałaty masłowej było to 13,3 tys. zł na co składało się 90 tys. sztuk rozsady (na 1 ha) po 0,14 zł za sztukę, dla sałaty lodowej było to 12 tys. zł, na co składało się 60 tys. sztuk rozsady po 0,20 zł za sztukę. Samodzielna produkcja rozsady wychodzi niewiele taniej, gdyż sam koszt nasion dla rozsady potrzebnej do obsadzenia 1 ha to około 5-8 tys. zł. Inna znacząca pozycja to koszty ochrony w wysokości około 8 tys. zł, przy czym ponad 6 tys. przeznaczono na przeprowadzane mniej więcej co trzy lata odkażanie gleby. Co ważne dla producenta, z około 60 tys. przedstawionych tu kosztów to koszty rzeczywiste (oprócz amortyzacji), a więc są to wydatki gotówkowe wymagające, zwłaszcza przy dużej skali produkcji utrzymania reżimów płynności finansowej. W zamian, jako rekompensatę poniesionych wydatków producent może liczyć na około 29,3 tys. dochodu rolniczego z hektara uprawy sałaty masłowej lub 28,7 tys. w przypadku sałaty lodowej, co w produkcji warzyw polowych stanowi bardzo dobry wynik finansowy.

### **Koszty produkcji sałaty w uprawie polowej**

Na podstawie informacji uzyskanych od producentów sałaty i przeprowadzonego rachunku kosztów stwierdzono, że w 2017 roku opłacalna była także produkcja w nieogrzewanych tunelach foliowych przy przykrywaniu wysadzonych roślin agrowłókniną. Podobnie było w przypadku tuneli ogrzewanych, z tym że uprawa sałaty masłowej była jednak znacznie bardziej opłacalna z uwagi na jej krótszy okres wegetacji, mniejsze koszty ogrzewania i stosunkowo wysoką średnią cenę sprzedaży (tab.2).

Tabela 1. Koszty produkcji sałaty masłowej i lodowej w 2017 w uprawie polowej.

Wyszczególnienie	Sałata masłowa	Sałata lodowa
Plony handlowe w szt. /ha	72000	55000
Cena otrzymywana przez producenta w zł/ szt.	1,18	1,66
Wartość produkcji w zł/ha	84960	91300
Koszty bezpośrednie w zł/ha, w tym:	38435	43778
Nawozy	2 950	3550
Środki ochrony roślin, regulatory wzrostu	7 815	8048
Koszt rozsady	13300	12060
Agrowłóknina	-	6500
Inne koszty (woda do nawadniania, energia elektryczna)	1700	1790
Praca najemna	12670	11830
Koszty pośrednie w zł/ha, w tym:	14567	15954
Eksploatacja maszyn	5543	5740
Opakowania zbiorowe	4800	5500
Podatki, odsetki, obowiązkowe opłaty	1382	1522
Pozostałe koszty pośrednie	2846	3192
Amortyzacja	2568	2827
Razem koszty bez pracy własnej w zł/ha	55575	62560
Dochód rolniczy w zł/ha	29384	28740
Wartość pracy własnej w zł/ha	3780	4060
Nakłady pracy w rbh/ha (ogółem)	1175	1140
Nakłady pracy własnej rbh/ha	270	290
Razem koszty z pracą własną w zł/ha	59355	66620
Koszt jednostkowy w zł/ szt.	0,82	1,21
Wskaźnik opłacalności produkcji w %	143,14	137,05

Źródło: Badania własne w ramach Programu Wieloletniego Instytutu Ogrodnictwa

Dochodzi do tego też większa gęstość sadzenia dzięki czemu z tej samej powierzchni, można uzyskać ilościowo o 25% główek więcej. W naszym klimacie uprawa w tunelach ogrzewanych i szklarniach stanowi duże ryzyko, w latach gdy występują długie zimy lub chłodne wiosny, jak w 2013 i 2015. Koszty ogrzewania powierzchni pod osłonami mogą być

Zmarlicki K., Brzozowski P.. 2017 Rynek sałaty masłowej i lodowej oraz pakowanych gotowych do spożycia mieszanek sałat wtedy o 100% wyższe od przedstawionych w tabeli 2 dla roku 2017. Uprawa sałaty lodowej w 2017 była na granicy opłacalności. Niewielu producentów się decyduje na prowadzenie produkcji w tym okresie z uwagi na konkurencję sałat importowanych.

Znaczna część producentów próbując ograniczyć koszty produkcji i uzyskać wcześniej część dochodu z namiotów, decyduje się na uprawy współrzędne sadząc sałatę pomiędzy rzędami pomidorów i w ten sposób zwiększając efektywność wykorzystania ogrzewania namiotu lub szklarni. W tabeli 2 przedstawiono koszty produkcji sałaty masłowej i sałaty lodowej w ogrzewanych tunelach foliowych jako uprawy jednorodne. Rozsadę obydwu typów sałat wysadzono na początku lutego, zbiory sałaty masłowej rozpoczęto na początku kwietnia, sałaty lodowej na początku maja. Sprzedając sałatę na rynkach hurtowych i w gospodarstwie osiągnięto średnią cenę 2,65 zł za główkę sałaty masłowej oraz 2,77 zł za sztukę sałaty lodowej. Osiągnięta cena pokrywała całkowite koszty produkcji sałaty, które wynosiły 2,06 zł w przeliczeniu na sprzedaną sztukę sałaty masłowej oraz 2,71 zł za główkę sałaty lodowej. O wysokości kosztów produkcji zadecydowały wysokie koszty opału, które w przypadku sałaty masłowej wynosiły 13200 zł w przeliczeniu na 1000 m<sup>2</sup> powierzchni pod osłonami, dla sałaty lodowej było to 14300 zł. Koszty opału stanowiły około 65% bezpośrednich kosztów produkcji i to one decydują o ekonomicznym powodzeniu uprawy. W kalkulacji uwzględniono cenę mialu około 550 zł/tonę, przy cenach około 800 zł za tonę z jakimi to należy się liczyć na początku roku 2018 produkcja sałaty masłowej przy średniej cenie około 2,7 zł za główkę byłaby na granicy opłacalności, a produkcja sałaty lodowej byłaby nieopłacalna. Podobnie jak w przypadku produkcji sałaty polowej znacznym wydatkiem jest koszt najemnej siły roboczej skalkulowany podobnie jak w przypadku czereśni, wiśni i sałaty polowej na 14 zł na 1 rbh.

W uprawie sałaty masłowej w tunelu osiągnięto około 9,2 tys. zł dochodu rolniczego w przeliczeniu na 1000 m<sup>2</sup> lub co bardziej przemawia do producentów, bo bardziej oddaje rzeczywisty „zwrot z inwestycji” po zakończeniu uprawy - około 13,4 tys. dochodu rolniczego brutto, czyli razem z wyliczoną amortyzacją. W przeliczeniu na jeden standardowy namiot foliowy (210 m<sup>2</sup>) jest to około 2,8 tys. zł. W przypadku sałaty lodowej uprawa przyniosłaby około 6,3 tys. dochodu rolniczego brutto na 1000 m<sup>2</sup> tj. około 1,3 tys. zł na jeden namiot.

Podsumowując w Polsce ze względów ekonomicznych, tj. wysokich cen opału, dobre perspektywy ma produkcja sałat w gruncie lub pod nieogrzewanymi osłonami. Produkcja w tunelach ogrzewanych i szklarniach nie jest w stanie konkurować cenowo z sałatą z importu.

**Koszty produkcji sałaty w uprawie pod osłonami**Tabela 2. Koszty produkcji sałaty masłowej w 2017 w uprawie pod osłonami w roku 2017w zł /1000 m<sup>2</sup>.

Wyszczególnienie	Sałata masłowa	Sałata lodowa
Plony handlowe w szt. /1000 m <sup>2</sup>	13900	10900
Cena otrzymywana przez producenta w zł/ szt.	2,65	2,77
Wartość produkcji w zł/1000 m <sup>2</sup>	36835	30193
Koszty bezpośrednie w zł/1000 m <sup>2</sup> , w tym:	20834	21157
Nawozy	382	444
Środki ochrony roślin, regulatory wzrostu	808	824
Koszt rozsady	2520	2200
Koszt opału	13200	14300
Inne koszty (woda, energia elektryczna)	1334	1359
Praca najemna	2590	2520
Koszty pośrednie w zł/1000 m <sup>2</sup> , w tym:	2536	2760
Opakowania zbiorowe	927	1090
Podatki, odsetki, obowiązkowe opłaty	225	242
Pozostałe koszty pośrednie	1383	1428
Amortyzacja	4293	4597
Razem koszty bez pracy własnej w zł/1000 m <sup>2</sup>	27663	28514
Dochód rolniczy w zł/1000 m <sup>2</sup>	9172	1679
Wartość pracy własnej w zł/1000 m <sup>2</sup>	980	1055
Nakłady pracy w rbh/1000 m <sup>2</sup> (ogółem)	255	220
Nakłady pracy własnej rbh/1000 m <sup>2</sup>	70	75
Razem koszty z pracą własną w zł/1000 m <sup>2</sup>	28643	29564
Koszt jednostkowy w zł/ szt.	2,06	2,71
Wskaźnik opłacalności produkcji w %	128,60	102,13

Źródło: Badania własne w ramach Programu Wieloletniego Instytutu Ogrodnictwa

## **Ocena rynku sałat na podstawie wywiadów przeprowadzonych z konsumentami**

Badania ankietowe w celu określenia preferencji konsumentów dla warzyw liściowych przeprowadzono w 2017 roku w dwóch miesiącach (kwiecień, maj), tj. w okresie charakteryzującym się największą podażą sałat na rynku. Z uwagi na koszty zasięg badań ograniczono wyłącznie do Skierniewic. Ankietowano osoby kupujące owoce lub warzywa, które wyraziły chęć uczestnictwa w badaniach w 5 punktach sprzedaży detalicznej, w tym na targowisku miejskim. Ankietowaniem objęto 320 konsumentów, uzyskano 285 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy, z czego 151 pochodziło od kobiet i 134 od mężczyzn. Formularz do badań opracowano na podstawie badań pilotażowych przeprowadzonych zimą 2017 roku wśród 26 studentów studiów zaocznych Wydziału Ogrodniczego Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Humanistycznej w Skierniewicach.

Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że warzywa liściowe w postaci sałaty i gotowych mieszanek spożywało regularnie ponad 70% ankietowanych, tzn. spożywało je minimum dwa razy w tygodniu. Najczęściej kupowanym warzywem liściowym wśród badanej populacji była sałata lodowa (krucha), którą konsumowało 49% kobiet i 58% mężczyzn. Znacznie mniejsze zainteresowanie ankietowanych było zakupem sałaty masłowej. Jako najczęściej kupowaną wymieniło ją 35,8% kobiet i 25,4% mężczyzn. Roszponkę jako najczęściej kupowaną podało 2,0% ankietowanych kobiet i 2,2% mężczyzn. Najmniejsze zainteresowanie, wśród badanych, było dla zakupu rukoli oraz sałaty włoskiej. Wskazania w przypadku obydwu gatunków warzyw były identyczne i stanowiły 1,3% odpowiedzi kobiet i 2,2% odpowiedzi mężczyzn. Odpowiedź „nie zwracam uwagi na sałatę którą kupuje” wśród badanej populacji, wybrało 10,6% kobiet i 9,7% mężczyzn. Większość spośród ankietowanych osób stwierdziło, że nie kupuje pakowanych, gotowych mieszanek sałat. Jako główną przyczynę ograniczania zakupów wymieniono wysoką cenę sałat pakowanych w stosunku do cen sałat sprzedawanych w całości. Jednocześnie znaczna część konsumentów miała obawy co do świeżości gotowych mieszanek sałat, gdyż najważniejszym parametrem przy podejmowaniu decyzji zakupu był świeży wygląd. Z powodu rosnącej konsumpcji i wzrostu wymiany handlowej zwiększanie produkcji warzyw liściowych ma dobre perspektywy rozwoju. Wraz ze wzrostem dochodów ludności z dużym prawdopodobieństwem zwiększać się będzie popyt na gotowe mieszanki warzyw liściowych, tak jak miało to miejsce w krajach w Europie zachodniej i w Ameryce Północnej.

### Analiza SWOT – sałata masłowa

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Znana od wielu lat technologia produkcji sałaty masłowej</li> <li>• Krótki okres produkcji umożliwia uprawę sałaty masłowej jako przedplon lub poplon</li> <li>• Wielu konsumentów, zwłaszcza z mniejszych miejscowości i terenów nieurbanizowanych, w dalszym ciągu preferuje sałatę masłową</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Krótki shelf life powoduje małe zainteresowanie ze strony sieci handlowych obrotem sałatą masłową</li> <li>• Niechęć konsumentów do pracochłonnego mycia sałaty, gdyż przy przygotowywaniu sałaty masłowej, z uwagi na jej pokrój, istnieje konieczność mycia każdego liścia osobno</li> </ul>
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozwój produkcji ekologicznej sałaty masłowej może spowodować większe zainteresowanie ze strony konsumentów zdrowej żywności</li> <li>• Rozwój produkcji jako uprawy lokalnej przy rosnącym zainteresowaniu konsumentów żywnością regionalną</li> <li>• Produkcja we własnych ogródkach działkowych, również w mikro tunelach z racji krótszego okresu uprawy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wzrost kosztów produkcji, zwłaszcza siły roboczej</li> <li>• Wzrastający udział sieci w handlu warzywami powoduje ograniczenie możliwości sprzedaży sałaty masłowej</li> <li>• Wzrost w sprzedaży sałat udziału gotowych mieszanek, przyzwyczajający konsumenta do wygody a przez to powodujący jego mniejsze zainteresowanie sałatą masłową</li> </ul>

Źródło: Badania własne w ramach Programu Wieloletniego Instytutu Ogrodnictwa

### Analiza SWOT – sałata lodowa (Iceberg)

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosnący udział na rynku sałat, dobre postrzeganie Iceberga przez konsumentów</li> <li>• Łatwość przygotowania do spożycia (wyrzucenie zewnętrznych liści i umycie całej głowy bez konieczności mycia wszystkich liści indywidualnie tak jak w przypadku sałaty masłowej)</li> <li>• Długi shelf life sałaty lodowej ogranicza straty w handlu i bezpośrednio w domu konsumenta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nieznajomość sałaty lodowej i możliwości jej wykorzystania przez znaczną część potencjalnych konsumentów</li> <li>• Dłuższy cykl produkcji sałaty lodowej w stosunku do sałaty masłowej</li> <li>• Konieczność zakupu dodatków, w przeciwieństwie do sałaty masłowej Iceberg spożywa się obok dressingu, z innymi warzywami</li> </ul>
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dalszy wzrost konsumpcji na rynku krajowym</li> <li>• Otwarcie rynku wschodniego</li> <li>• Koncentracja produkcji i wspólny handel pod własną marką</li> <li>• Rosnąca moda na konsumpcję sałaty lodowej jako warzywa niskokalorycznego ułatwiającego odchudzanie</li> <li>• Możliwości rozwoju eksportu sałaty lodowej w okresie letnim, kiedy w Europie południowej występują zbyt wysokie temperatury do jej uprawy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak opłacalności produkcji po sezonach z wysoką ceną sałaty lodowej (wielu producentów zwiększa powierzchnie jej uprawy powodując spadek cen)</li> <li>• Zagrożenie w uprawie gruntowej w deszczowe lata przykładowo w 2017 roku sałata lodowa gniła na polach z powodu nadmiernych opadów</li> <li>• Wzrost kosztów siły roboczej i mniejsza jej podaż (coraz mniej chętnych do pracy w rolnictwie)</li> </ul>

Źródło: Badania własne w ramach Programu Wieloletniego Instytutu Ogrodnictwa

### Analiza SWOT – mieszanki sałat

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gotowe do spożycia, bez konieczności czasochłonnego doboru i zakupu składników oraz ich mycia i rozdrobnienia</li> <li>• Zwiększająca się podaż gotowych mieszanek dostosowanych składem i gramaturą do preferencji różnych grup konsumentów</li> <li>• Idealny produkt dla zapracowanych, dbających o zdrowie konsumentów</li> <li>• Odpowiednie wyeksponowanie zawartości mieszanki zachęca do jej zakupu</li> <li>• Duża akceptacja ze strony segmentu HoReCa (hotele, restauracje, catering)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wysoka cena w stosunku do gramatury opakowania</li> <li>• Krótszy, w stosunku do sałaty lodowej, shelf life ograniczony trwałością najszybciej psujących się komponentów</li> <li>• Konieczność ekspozycji w detalu i w czasie transporcie w warunkach chłodniczych</li> <li>• Duże koszty związane ze stratami spowodowanymi zwrotami nie sprzedanego towaru (rozpakowywanie i utylizacja)</li> </ul>
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wzrost dochodów konsumentów szansą zwiększenia spożycia</li> <li>• Promocja sposobów wykorzystania gotowych mieszanek poprzez zwiększenie podaży w handlu gotowych dressingów</li> <li>• Zwiększenie ilości punktów gastronomicznych i gospodarstw domowych jedno i dwuosobowych w których chętniej się gotowe mieszanki sałat wykorzystuje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spadek realnych dochodów potencjalnych konsumentów</li> <li>• Konkurencja w postaci gotowych mieszanek sałat z zagranicy np. z Włoch</li> <li>• Problemy z jakością mieszanek psujących ich wizerunek wśród konsumentów, jak np. w 2013 roku w Norwegii, kiedy wielu konsumentów zatrulo się salmonellą</li> </ul>

Źródło: Badania własne w ramach Programu Wieloletniego Instytutu Ogrodnictwa

## Podsumowanie

Na rynku sałaty w Polsce od roku 1990 następują bardzo duże przeobrażenia, warzywo to przestało być dostępne dla konsumenta jedynie w okresie wiosenno-letnim oraz wczesno jesiennym. Obok, znanej nieomal wszystkim konsumentom, masłowej pojawiły się też inne sałaty. W tym zwłaszcza sałata lodowa, która zdominowała obecnie polski rynek. Co ważne nastąpił bardzo dynamiczny rozwój jej produkcji dzięki temu jej podaż w okresie od wiosny do jesieni pochodzi nieomal wyłącznie z krajowej produkcji. Zmiany te były możliwe głównie poprzez kreowanie rynku przez sieci handlowe wprowadzające nowe gatunki i formy sałat oraz zapewnienie podaży sprzedawanego asortymentu przez okrągły rok. Dzięki dostępności i modzie na zdrowe jedzenie konsumpcja sałaty w Polsce stale rośnie. W okresie od października do marca, przy braku w tym okresie opłacalności krajowej produkcji, w ofercie detalicznej jest dostępna sałata pochodząca z importu głównie z Włoch.

W większości rozwiniętych krajów na świecie bardzo wzrasta spożycie gotowych; umytych, pociętych i zapakowanych mieszanek sałat. Wynika to z większego popytu na wygodną i prostą do przygotowania żywność, oraz modę na zdrowe jedzenie z większą ilością warzyw i owoców. Przykładowo w USA w ponad 70% gospodarstw domowych wykorzystuje się gotowe mieszanki sałat tzw. *bagged/packaged salads*. Ich rynek bardzo dynamicznie się rozwija. Szacuje się, że w samych Stanach Zjednoczonych rynek sałat pakowanych i owoców gotowych do spożycia wzrośnie z 3,5 mld USD w 2013 do 7 mld w 2018 roku. Również w Polsce następuje bardzo dynamiczny wzrost udziału sałat pakowanych gotowych do spożycia. Firmy oferujące ten produkt mają duże wzrosty obrotów. Wraz ze zwiększaniem się dochodów polskich konsumentów, udział sałat pakowanych będzie coraz większy. Już obecnie na naszym rynku są firmy mające w swojej ofercie kilkanaście różnych gotowych sałat, w tym mieszanek, koktajli oraz mono-produktów. W chwili obecnej zdominowały one restauracje, hotele i catering.

<https://www.naturalproductsinsider.com/blogs/trending-foods/2014/08/bagged-salad-produce-sector-worth-7-billion-by-20.aspx>