

Prognoza zmian w podaży i w produkcji owoców w Polsce

Autorzy: dr inż. Krzysztof Zmarlicki
dr inż. Piotr Brzozowski
mgr inż. Małgorzata Karmańska

Opracowanie przygotowane w ramach **zadania 3.1:**
„Monitorowanie i prognozowanie uwarunkowań ekonomicznych produkcji sadowniczej”

Programu Wieloletniego:

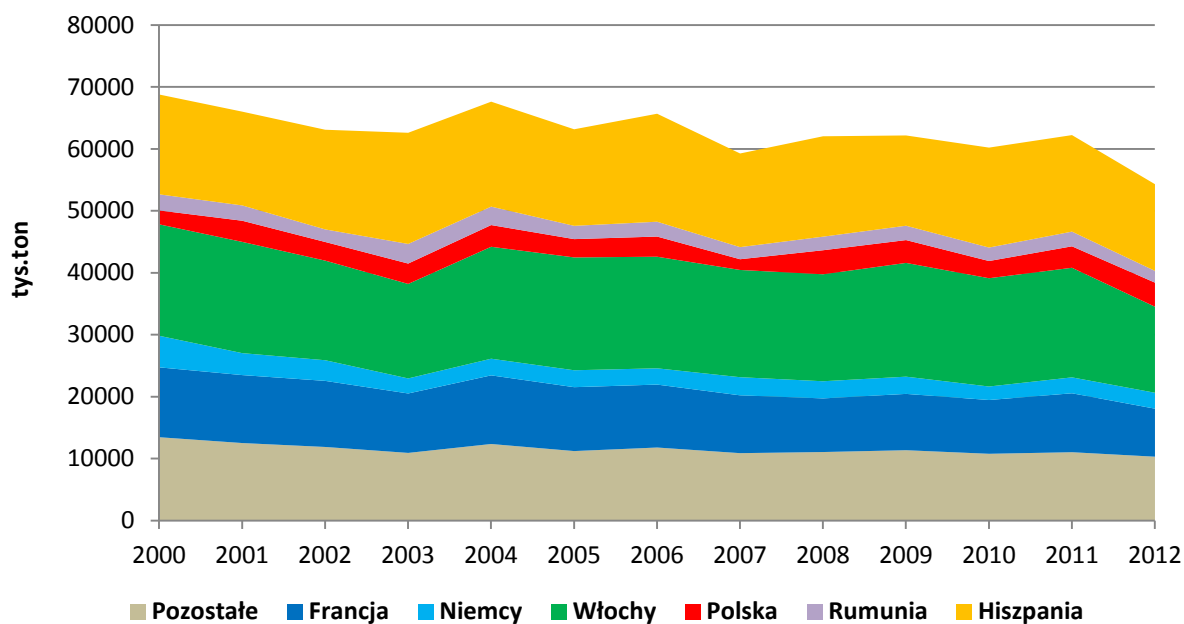
„Rozwój zrównoważonych metod produkcji ogrodniczej w celu zapewnienia wysokiej jakości biologicznej i odżywczej produktów ogrodniczych oraz zachowania bioróżnorodności środowiska i ochrony jego zasobów” finansowanego przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Skierniewice 2014

Podstawowym gatunkiem wśród owoców spożywanych w krajach UE od wielu lat są jabłka, z wyłączeniem Hiszpanii gdzie liderem rynku owoców są pomarańcze, które mają najwyższy udział w owocach konsumowanych w stanie świeżym. W większości krajów UE, USA i Kanady następuje stały spadek spożycia jabłek w stanie świeżym. Przykładowo tylko w okresie pięciu lat od 2006 do 2010 udział jabłek w koszyku owoców świeżych w UE spadł z 20,0% do 17,5%. Obecnie średnie spożycie jabłek w krajach UE wynosi ok. 17 kg na osobę rocznie. Jest jednak bardzo duże zróżnicowanie krajów wspólnoty pod względem konsumpcji jabłek na osobę i waha się ono od ok. 7 kg na Łotwie do ok. 29 kg w Portugalii¹. Według pilotażowych badań ankietowych przeprowadzonych przez Pracownię Statystyki i Ekonomiki wraz z wiekiem ankietowanych wzrasta ilość owoców spożywanych w postaci świeżej i przetworzonej, w porównaniu do średniej dla wszystkich grup wiekowych odpowiednio o 90% w przypadku kobiet i 150% mężczyzn. Wzrasta również chęć konsumpcji owoców jagodowych oraz innych określanych zwyczajowo jako „miękkie” (w tej kategorii wymieniano nawet gruszki). Chętniej w starszych grupach wiekowych konsumowano także owoce i przetwory, którym przypisywano nadzwyczajne walory zdrowotne: grejpfruty, borówki, przetwory z dzikiej róży, suszone owoce żurawiny. W kontekście zmian demograficznych w Polsce i w Europie, polscy producenci owoców, w tym ziarnkowych, jagodowych i stosunkowo mało rozpowszechnionych i przeznaczonych głównie dla przetwórstwa (agrest, poziomki, żurawina, jeżyny) mają perspektywy rozwoju produkcji. Starzenie się społeczeństwa to proces zachodzący w różnym tempie we wszystkich krajach Europy. Liczba ludności w większości krajów europejskich nie rośnie, a jeśli to tylko dzięki imigrantom i większemu współczynnikowi dzietności wśród rodzin imigrantów. Pomimo ustabilizowanego spożycia owoców ich produkcja w krajach UE spada w ostatnich latach (rys.1). Łącznie z winogronami produkcja ta w roku 2000 wynosiła 68 mln ton (w obecnym UE 28), w roku 2012 było to niecałe 55 mln ton. Oprócz zmniejszonego popytu przyczyną tego spadku są głównie rosnące koszty pracy. Zmienia się również struktura spożycia owoców w krajach Europy zachodniej, maleje udział jabłek i bananów, rośnie natomiast udział innych owoców. Producenci i dystrybutorzy owoców przystosowują swą ofertę (nawet intuicyjnie) do potrzeb osób starszych. W krajach Europy zachodniej produkcja jabłek zmniejszyła się (rys. 2), natomiast produkcja owoców jagodowych jak truskawki (rys. 3) już w mniejszym stopniu. Rośnie także import owoców jagodowych oraz przede wszystkim

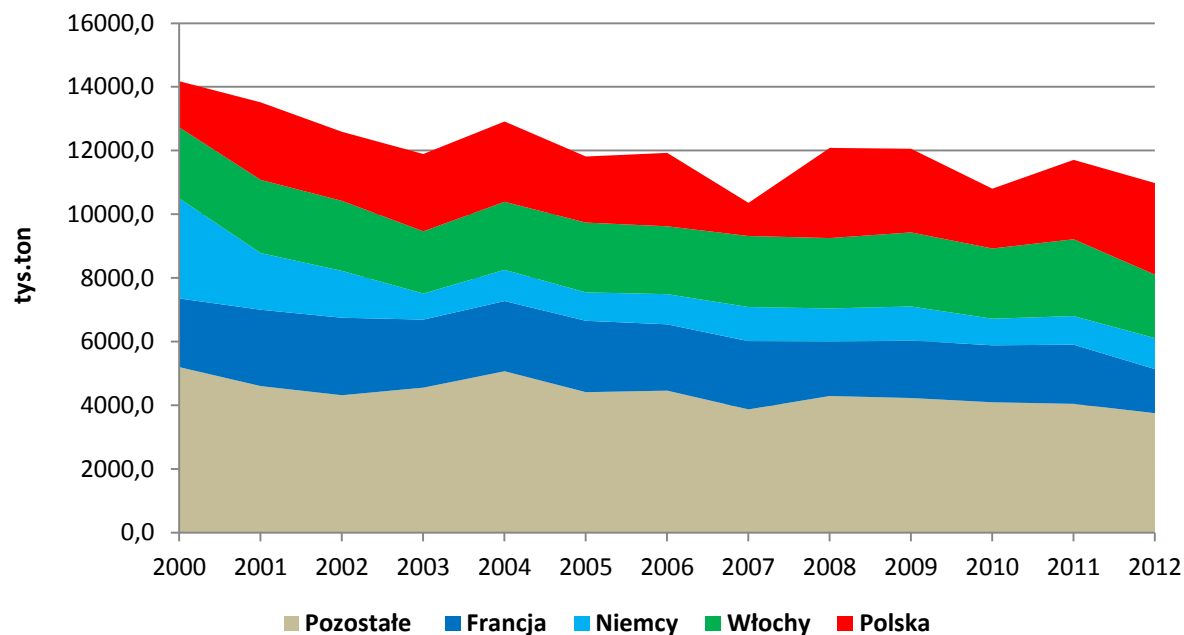
¹http://www.prognosfruit.eu/docs/Prognos_Archives_2012/DANIEL_SAUVAITRE_European_Consumption_of_fresh_apples.pdf [dostęp 1.12.2014]

import różnych owoców południowych. Ich konsumentami są ludzie w średnim wieku i osoby starsze.



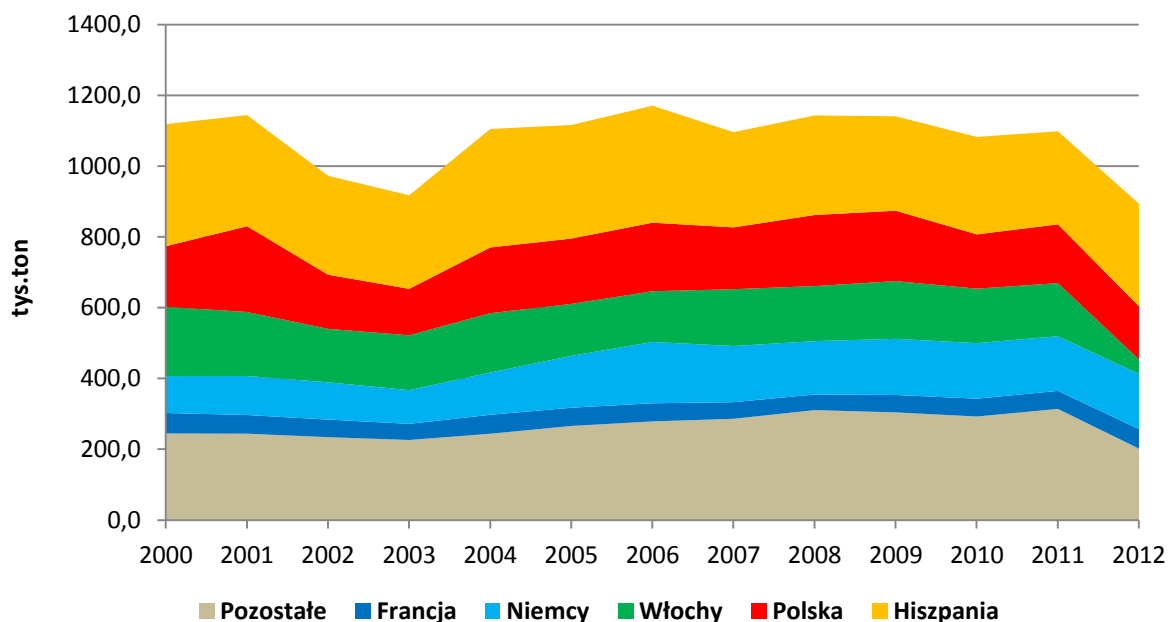
Rys. 1. Produkcja owoców w krajach UE (łącznie z winogronami) w latach 2000-2012

Źródło :FAOSTAT



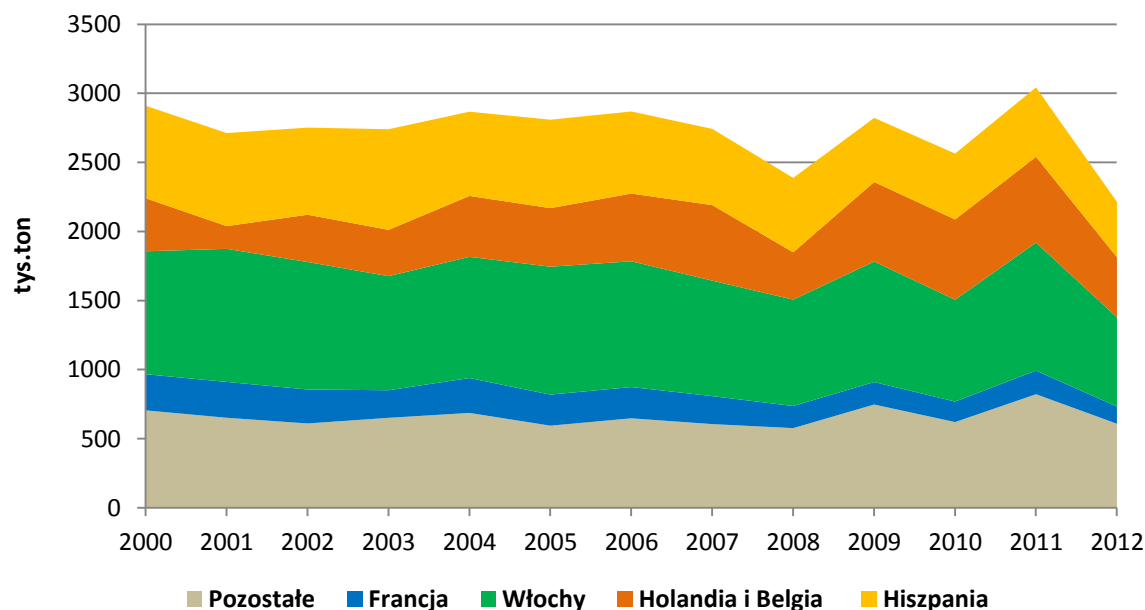
Rys. 2. Produkcja jabłek w krajach UE w latach 200-2012

Źródło :FAOSTAT



Rys. 3. Produkcja truskawek w krajach UE w latach 2000-2012

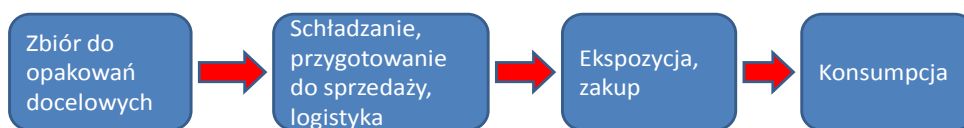
Źródło :FAOSTAT



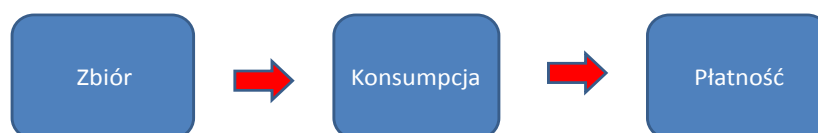
Rys. 4. Produkcja gruszek w krajach UE w latach 2000-2012

Źródło :FAOSTAT

Przykładem producentów dostosowujących podaży do potrzeb rynków, w tym rynków zagranicznych mogą być producenci borówki wysokiej w Polsce, stale zwiększający eksport tych owoców do krajów tzw. starej unijnej „15-stki”. Jest to owoc jak najbardziej preferowany przez osoby starsze dlatego producenci z Polski nie napotkali jeszcze bariery popytu, a zachodzące przemiany demograficzne raczej oddalają ten moment.



Rys.5 Schemat dystrybucji owoców miękkich przeznaczonych na rynek daleki (eksport).



Rys.6 Schemat dystrybucji owoców miękkich typu pick-your-own

W Polsce producenci owoców deserowych miękkich realizują różne strategie, aby zwiększyć ich podaż i sprzedaż. W przypadku truskawek i borówek przeznaczonych na eksport są one zbierane najczęściej do docelowych opakowań, jak najszybciej schładzane i ekspediowane do odbiorców (rys.5). Tak aby do minimum skrócić, okres przechowywania i zachować ich świeżość. W przypadku przeznaczenia deserowych owoców miękkich na rynek krajowy są one zbierane i sprzedawane tego samego dnia (maliny, poziomki), lub następnego (truskawki, borówki, wiśnie). Rzadziej, w pobliżu dużych aglomeracji i gospodarstw ekologicznych i agroturystycznych realizowany jest przez producentów schemat typu „pick your own”. (rys.6) Oferta ta wydaje się być odpowiednia dla osób starszych, będących na emeryturze i dysponujących wolnym czasem. Sprzyja ona aktywizacji osób starszych.

Przykładem efektywnego współdziałania pomiędzy różnymi instytucjami i organizacjami oraz spektakularnego sukcesu w zwiększeniu konsumpcji owoców jest program „Owoce w szkole” oraz jego europejskie odpowiedniki w wielu krajach UE.

Ze strony: <http://www.eufic.org/article/en/expid/Fruit-vegetable-consumption-Europe/>

Odpowiedniki programu owoce w szkole w innych krajach.

- SchoolGruiten – The Netherlands (<http://schoolgruiten.kennisnet.nl/>)
- Frugtkvarter – Denmark (<http://www.frugtkvarter.dk/>)
- 5 am Tag – Germany (<http://www.5amtag.de/>)
- 3x3 – Hungary (<http://www.3x3.hu/>)

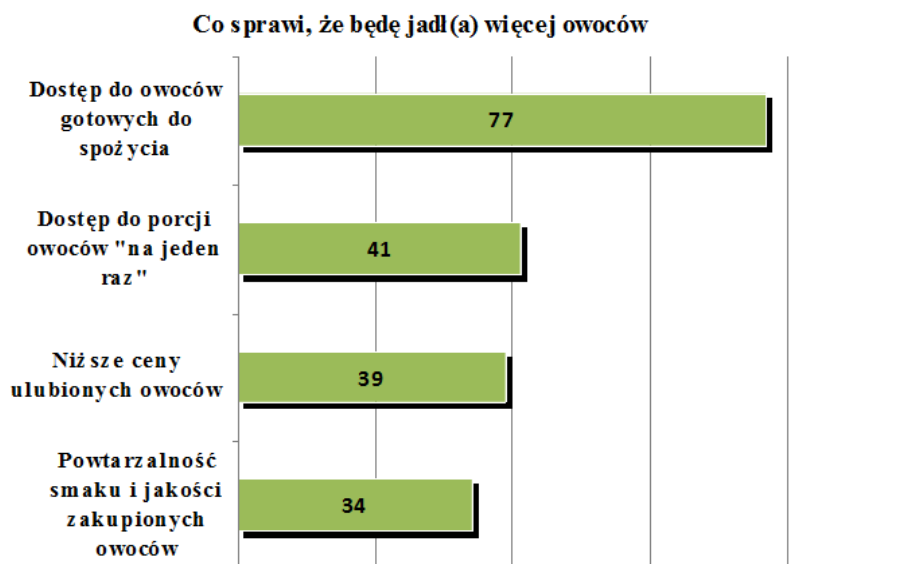
- Fruitness – Italy (<http://www.fruitness.eu/>)
- 5 al dia – Spain (<http://www.5aldia.com/>)
- 5 a day – UK (<http://www.nhs.uk/LiveWell/5ADAY/Pages/5ADAYhome.aspx>)
- Un fruit pour la récré – France (<http://agriculture.gouv.fr/un-fruit-pour-la-recre>)
- All day long – Belgium (<http://www.alldaylong.be/>)
- Food dudes – Ireland (<http://www.fooddudes.co.uk/>)

Tego typu programy przynoszą wspaniałe efekty, dzięki realizacji podobnego programu w USA, liczba dzieci w wieku 2-18 lat, które regularnie konsumują świeże owoce w amerykańskich przedszkolach, żłobkach i szkołach wzrosła o 67% w okresie 2003-2010. Jednocześnie jednak konsumpcja soków owocowych w tej grupie zmniejszyła się o 1/3. (ze strony: <http://www.cdc.gov/vitalsigns/fruit-vegetables/>)

Warto przemyśleć podobny program adresowany do osób starszych z pakietem finansowanym częściowo ze środków publicznych. Mógłby on być realizowany w oparciu o już istniejące sprawnie działające instytucje pomocy społecznej, w tym największe i działające prawie wyłącznie w oparciu o wolontariat: <http://www.caritas.pl/>. Efekty mogą być, nawet większe niż w przypadku programu owoce w szkole.

Wraz ze zmianami gospodarczymi po 1989 roku w Polsce stale wzrasta dostępność gotowych do spożycia słodkich przekąsek w postaci batonów, chipsów i innych w opakowaniu ułatwiającym spożycie produktu „na jeden raz”. Ich agresywna promocja powoduje, że pomimo iż wyroby te w większości są niezdrowe to spożycie tych produktów wzrasta. W opinii, zwłaszcza ludzi młodych, wynika to z faktu, że przekąski te w przeciwieństwie do owoców, za wyjątkiem bananów, są gotowe do spożycia natychmiast i nie wymagają żadnego przygotowania typu mycie, krojenie, etc. Przy ocenie barier zakupu i wzrostu spożycia owoców ankietowani właśnie tą cechą wskazywali najczęściej (rys. 7). Ponadto dużym ograniczeniem w zakupach, takich owoców jak melony, arbuzy, pomelo, oraz pakowanych po kilogramie jak: brzoskwinie, kiwi, nektaryny, śliwki jest brak możliwości zakupu owoców w ilości do spożycia, „na jeden raz”. Stąd zwłaszcza w gospodarstwach jednoosobowych, których obecnie jest wielokrotnie więcej niż jeszcze 25 lat temu, ten czynnik ma zasadnicze znaczenie przy podejmowaniu decyzji zakupu np. batona zamiast pojedynczego owocu bądź jego porcji, których po prostu kupić się nie da. Ograniczenia spożycia owoców są również następstwem polityki sprzedaży, a w szczególności wysokości marży, w sklepach należących

do sieci. Przykładowo owoce cytrusowe w drugiej połowie grudnia są zawsze znacznie tańsze niż w styczniu co nie wynika z ich mniejszej podaży lecz wyłącznie ze strategii prowadzonej przez sieci.



Rys. 7. Czynniki wpływające na zakup owoców

Źródło: Badania własne

Następną barierą ograniczającą zakup i spożycie owoców jest według ankietowanych ich jakość. W zdecydowanej większości problem ten dotyczy polskich jabłek, które są w dalszym ciągu, w wielu punktach sprzedaży, oferowane jako owoce przejrzale. Konsumenci skarżą się na brak możliwości zakupu produktu czyli konkretnej odmiany jabłka o tych samych właściwościach, walorach smakowych, jakie spożywali kiedyś w przeszłości. Jest to istotnym czynnikiem który ogranicza zakup polskich owoców.

Zmiany w podaży i konsumpcji owoców w Polsce zdominowane będą przez poniższe warunki ekonomiczno-organizacyjne:

- Spadek opłacalności produkcji pomimo postępu technologicznego
- Dalszy postęp globalnej konkurencji
- Wyrównanie światowych cen środków produkcji
- Wzrost opłat za pracę
- Monopolizacja handlu
- Optymalizacja logistyki

Ich wpływ już jest zauważalny, jednakże, w oparciu o obserwacje dotychczasowych zmian w produkcji i handlu w krajach bogatych o ugruntowanej gospodarce rynkowej, należy się spodziewać nasilenia ich wpływu w Polsce.

Dalsze zmiany to zorientowanie konsumentów na produkcję lokalną. Modne się stanie kupowanie owoców przez sieci od lokalnych producentów. Co jest spektakularnym sposobem bezpośredniego wspierania własnego regionu i zapewnienia konsumentom bardzo świeżego towaru. Popularniejsze się staną zakupy owoców bezpośrednio na farmie, lub na rynku lokalnym.

Wygoda konsumpcji w drodze „food to go”. Niektóre punkty sprzedaży np. stacje paliw już obecnie sprzedają jabłka w stanie umożliwiającym spożywanie ich bez konieczności mycia zarówno owocu jak i rąk przed i po jedzeniu. Wydaje się że, na podstawie doświadczeń brytyjskich, podanie owocu gotowego do spożycia jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na podjęcie decyzji zakupu owocu a nie niekoniecznie zdrowej przekąski.