



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

ZMIANY NA RYNKU PRZEDSIĘBIORSTW ZAJMUJĄCYCH SIĘ HANDLEM HURTOWYM ROŚLINAMI I KWIATAMI W POLSCE

Dawid Olewnicki✉, Lilianna Jabłońska, Paweł Orlński, Łukasz Gontar

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Abstrakt. Celem opracowania była ocena zmian zachodzących w handlu hurtowym roślinami i kwiatami w Polsce. Szczegółowo analizowano dane dotyczące liczby przedsiębiorstw w tej branży, strukturę zatrudnienia w tych firmach, a także aspekty związane z lokalizacją przestrzenną i koncentracją na rynku. Okres badawczy obejmował lata 2002-2012. Badano dynamikę zmian (przyjmując za 100% pierwszy rok badanego okresu) oraz średnie roczne zmiany w liczbie istniejących i nowo powstających przedsiębiorstw. Wyznaczono również współczynnik lokalizacji Florence’a (F), stosowany między innymi do oceny rozmieszczenia przedsiębiorstw w stosunku do skupisk konsumentów. Źródłem danych były roczniki GUS, w tym Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). Przeprowadzone badania wskazują, że liczba firm z omawianej branży w badanym okresie wyraźnie wzrastała, w postaci trendu liniowego rosnącego. Ponadto liczba hurtowni w poszczególnych województwach była dopasowana do skupisk lokalnych konsumentów.

Słowa kluczowe: handel hurtowy, przedsiębiorstwa, rośliny, kwiaty

WPROWADZENIE

Pojęcie sektora handlowego obejmuje działalność wszystkich podmiotów gospodarczych, dla których podstawowym rodzajem prowadzonej działalności jest sprzedaż towarów, zaliczana zgodnie z Polską

Klasyfikacją Działalności między innymi do sekcji handel hurtowy i detaliczny (Wyżnikiewicz i in., 2006). Wraz z rozwojem sektora handlowego w Polsce następuje proporcjonalnie szybszy rozwój dużych sieci handlowych, mających znaczną przewagę konkurencyjną nad detalistami. Małe sklepy jednostkowe, do których należą także kwaciarnie, ze względu na mniejszy oferowany asortyment korzystają z innych kanałów dostaw, tj. zmuszone są zaopatrywać się w większości u pośredników (np. w hurtowniach lub na rynkach hurtowych), a nie jak w przypadku dużych sieci handlowych – bezpośrednio u producentów. Specyficzny charakter i odmienne ostateczne przeznaczenie poszczególnych grup roślin ozdobnych powoduje, że ich dystrybucja zarówno na poziomie hurtu, jak i detalu odbywa się odmiennymi kanałami. Różny jest także stopień zorganizowania rynku zbytu, na co jednocześnie ma wpływ sytuacja podażowo-popytowa (Jabłońska, 2007). Mimo coraz większej roli sektora roślin ozdobnych wiedza o ich krajowym rynku, w tym o handlu jest ograniczona i oparta głównie na szacunkach, a dostępne oficjalne dane są bardzo ogólne i niepełne. Należy również podkreślić, że krajowa statystyka GUS nie uwzględnia wielu istotnych zagadnień związanych z tym sektorem. Jak podkreślają Olewnicki (2011) oraz Jabłońska i in. (2013), od momentu akcesji Polski do Unii Europejskiej w sektorze roślin ozdobnych zachodzą bardzo istotne zmiany, szczególnie w handlu tymi produktami.

✉ dr inż. Dawid Olewnicki, Samodzielna Pracownia Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, ul. Nowoursynowska 159, 02-776 Warszawa, Poland, e-mail: dawid_olewnicki@sggw.pl

Wyraźnie pogłębia się ujemne saldo wymiany towarowej powyższymi produktami w kraju, wskutek czego polscy producenci zmuszeni są do dużego wysiłku w celu zapewnienia sobie konkurencyjności i sprzedaży na odpowiednim poziomie, zarówno w sprzedaży hurtowej, jak i detalicznej.

Celem niniejszego opracowania była ocena zmian zachodzących w handlu hurtowym roślinami i kwiatami w Polsce ogółem, jak również w poszczególnych województwach. Szczegółowo analizowano dane dotyczące liczby przedsiębiorstw zajmujących się handlem hurtowym tym asortymentem, strukturę zatrudnienia w tych firmach, a także aspekty związane z przestrzenną lokalizacją i koncentracją tych przedsiębiorstw na rynku.

METODYKA

Analizy w niniejszym opracowaniu przeprowadzono na podstawie danych pochodzących z Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). Według tej klasyfikacji przedsiębiorstwa zajmujące się sprzedażą hurtową kwiatów i roślin (także rośliny szkółkarskie, rośliny zielarskie, cebulki itp.) do 2008 r. klasyfikowane były pod symbolem 51.22.Z, natomiast po zmianie klasyfikacji PKD pod symbolem 46.22.Z. W tym okresie nie zmienił się natomiast zakres kwalifikacji przedsiębiorstw pod względem rodzaju prowadzonej działalności.

Okres badawczy obejmował lata 2002-2012. Skupiono się na dynamice zmian (przyjmując za 100% pierwszy rok badanego okresu) oraz średnie roczne zmiany w liczbie istniejących i nowo powstających przedsiębiorstw. Główną metodą określenia i oceny tendencji na rynku tych firm była funkcja trendu, rozumiana jako funkcja regresji zachodząca względem zmiennej niezależnej czasowej t . Szczegółowo analizowano strukturę zatrudnienia w badanych firmach w Polsce ogółem oraz lokalizację przestrzenną badanych przedsiębiorstw w stosunku do skupisk konsumentów w poszczególnych województwach. Jak podkreśla Dudek i in. (2011), część decyzji dotyczących rynków regionalnych i lokalnych powinna być podejmowana na podstawie wiedzy z zakresu dysproporcji terytorialnych cech rynkowych w ujęciu statystycznym. Specyfika handlu roślinami w tym kwiatami, które należą do produktów wyjątkowo nietrwałych – wymaga podejmowania szybkich decyzji handlowych, aby zachować jak najwyższą jakość oferowanych artykułów. Lokalizacja przedsiębiorstw zajmujących się handlem tymi produktami ma zatem istotne

znaczenie z punktu widzenia logistyki zaopatrzenia, na każdym etapie łańcucha dostaw. W związku z tym dla 2002 i 2012 roku wyznaczono współczynnik lokalizacji Florence'a (F), obliczony według poniższego wzoru, stosowanego między innymi do oceny rozmieszczenia przedsiębiorstw w stosunku do bazy surowcowej i skupisk konsumentów.

$$F = \frac{\frac{1}{2} \sum_{i=1}^n (s_i - u_i)}{100}$$

gdzie:

s – struktura procentowa pierwszego badanego zjawiska wg jednostek przestrzennych

u – struktura procentowa drugiego badanego zjawiska wg jednostek przestrzennych

n – liczba jednostek przestrzennych.

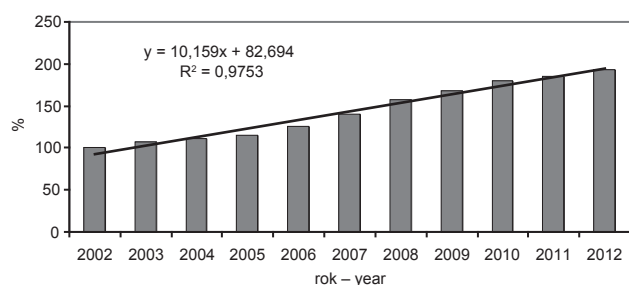
Wskaźnik ten może przybierać wartości z przedziału $0 \leq F \leq 1$, gdzie wartość 0 oznacza pełną zgodność terytorialnego rozmieszczenia dwóch porównywalnych cech, natomiast wartość $F = 1$ oznacza terytorialną przeciwstawność. W niniejszym opracowaniu wykorzystano także dane i materiały wtórne pochodzące z publikacji naukowych, których zakres badań obejmował podobną tematykę.

RYNEK PRZEDSIĘBIORSTW HURTOWYCH PROWADZĄCYCH SPRZEDAŻ ROŚLIN I KWIATÓW – LICZBA FIRM ORAZ ICH LOKALIZACJA

W ostatnich latach obserwuje się istotne zmiany w handlu produktami ogrodniczymi i w samej produkcji ogrodniczej. Wynikają one przede wszystkim ze zróżnicowanego tempa wzrostu produkcji towarowej poszczególnych działów ogrodnictwa, będącego reakcją na zmiany popytu na te produkty w Polsce, który przesuwają się w kierunku dóbr wyższego rzędu. Do takich dóbr należą przede wszystkim rośliny ozdobne, zaspokajające potrzeby estetyczne i ujawniające się po zaspokojeniu podstawowych potrzeb. Zapotrzebowanie na rośliny ozdobne znajduje odzwierciedlenie również w bezpośrednim otoczeniu ogrodnictwa, a mianowicie w sektorze usług zagospodarowania terenów zieleni, który jest odbiorcą dużych partii materiału służącego do realizacji nasadzeń zarówno na terenach wiejskich, jak i miejskich. Wzrost zapotrzebowania na powyższe artykuły

istotnie wpływa na organizację handlu tymi produktami w Polsce – zarówno hurtowego, jak i detalicznego.

Działalność ogniw hurtowych w obrocie charakteryzują dwa rodzaje realizowanych przez nie powiązań. Pierwsze to powiązania organizacyjne, polegające na dostawie towarów ze sfery produkcji do handlu detalicznego, natomiast drugie to koordynacyjne, polegające na uproszczeniu procesu zaopatrywania rynku w towary. Można wyróżnić hurt uniwersalny, obejmujący wiele branż, oraz hurt wyspecjalizowany, w którym dominuje niekiedy bardzo wąska specjalizacja, a także hurt ograniczony do jednej branży, a nawet jednego produktu (Urban, 2002). Handel hurtowy roślinami i kwiatami należy zatem do bardzo wyspecjalizowanej branży, wymagającej dużego doświadczenia ze względu na nietrwałość produktów i ich szczególną podatność na wiele czynników o charakterze patogennym i środowiskowym. Nie jest to jednak przeszkodą w rozwoju tej branży, gdyż z przeprowadzonych badań wynika, że w latach 2002-2012 nastąpił bardzo wyraźny wzrost liczby przedsiębiorstw zajmujących się handlem hurtowym tym asortymentem. W 2012 roku zanotowano w Polsce 1816 przedsiębiorstw hurtowych, a więc o 110,4% więcej niż w 2002 r. Średnioroczne tempo zmian liczby przedsiębiorstw wyniosło w tym okresie prawie 7%. Należy jednocześnie podkreślić, że wzrost liczby analizowanych hurtowni w kraju dopasowywał się wówczas do trendu liniowego rosnącego, o czym świadczy duża wartość współczynnika determinacji, wynosząca $R^2 = 0,97$ (rys. 1).



Rys. 1. Dynamika zmian liczby przedsiębiorstw hurtowych roślin i kwiatów w Polsce w latach 2002-2012 (w %)

Źródło: opracowanie własne wg danych GUS, PKD.

Fig. 1. Dynamics of changes of the number of plant and flower wholesale enterprises in Poland in 2002-2012 (in %)

Source: own elaboration by GUS, PKD.

Pod względem struktury zatrudnienia przeważająca większość przedsiębiorstw zajmujących się hurtową sprzedażą roślin i kwiatów w Polsce to firmy małe, zatrudniające według klasyfikacji PKD do 9 pracowników. Zarówno w 2002, jak i w 2012 roku ich udział w strukturze wszystkich badanych przedsiębiorstw przekraczał 96%. W analizowanym okresie ich liczba zwiększyła się z 836 w 2002 roku do 1684 w 2012 roku, tj. o 109,6% (tab. 1). Większy wzrost zanotowano natomiast w przypadku przedsiębiorstw zatrudniających od 10 do 49 pracowników i chociaż ich liczba w wartościach absolutnych była niewielka, to zwiększyła się z 24 w 2002 roku do 58 w 2012 roku, czyli o 141,6%. Należy również podkreślić, że w tym samym okresie liczba hurtowni zatrudniających od 50 do 249 pracowników nie zwiększyła się znacząco. Jedynie od 2010 roku odnotowano jedną hurtownię zatrudniającą powyżej 250 pracowników.

Liczba hurtowni w poszczególnych województwach wskazuje, że w przypadku tych firm występuje rejonizacja. W wartościach bezwzględnych największa liczba hurtowni roślin ozdobnych w 2012 roku znajdowała się w województwach mazowieckim (284 przedsiębiorstwa), wielkopolskim (279) i śląskim (181), czyli w tych o stosunkowo dużej liczbie mieszkańców. Pomiedzy 2002 a 2012 rokiem nastąpił tam wyraźny, choć nie największy w wartościach procentowych wzrost tego typu przedsiębiorstw. W 2012 roku odnotowano w województwie mazowieckim o 118,5% więcej hurtowni w stosunku do 2002 roku, zaś w województwach śląskim i wielkopolskim odpowiednio o 141,3% oraz 89,8%. Najistotniejsze zmiany pomiędzy badanymi latami zaobserwowano w województwach warmińsko-mazurskim i lubelskim, gdzie stwierdzono największy przyrost liczby firm – odpowiednio o 200,0% i 172,4%. W wartościach bezwzględnych był to wzrost z 13 do 39 oraz z 29 do 79 hurtowni (rys. 2). Stosunkowo niewielkie zmiany w liczbie analizowanych przedsiębiorstw odnotowano między badanymi latami w województwach podlaskim, świętokrzyskim i pomorskim, w których zaobserwowano wzrost jedynie o odpowiednio 19,2%, 44,0% oraz 57,1% (tab. 2). W 2012 roku zanotowano najmniej podmiotów w województwach podlaskim, świętokrzyskim, opolskim i warmińsko-mazurskim.

Powyższe analizy sugerują, że liczba badanych podmiotów może odpowiadać skupiskom konsumentów w poszczególnych województwach. Lokalizacja jest istotnym czynnikiem wpływającym na poziom

Tabela 1. Liczba i dynamika zmian hurtowni roślin i kwiatów ogółem oraz według podziału na grupy zatrudnienia w Polsce w latach 2002-2012

Table 1. The number and dynamics of changes of the plant and flower wholesale enterprises in total and according to the division into groups of employment in Poland in the years 2002-2012

Rok Year	Liczba pracowników – Number of employees						> 250
	0-9		10-49		50-249		
	liczba hurtowni number of wholesale enterprises	indeks index 2002 = 100%	liczba hurtowni number of wholesale enterprises	indeks index 2002 = 100%	liczba hurtowni number of wholesale enterprises	indeks index 2002 = 100%	
2002	836	100,0	24	100,0	3	100,0	0
2003	880	105,3	29	120,8	3	100,0	0
2004	938	112,2	31	129,2	5	166,7	0
2005	1064	127,3	43	179,2	5	166,7	0
2006	1102	131,8	50	208,3	3	100,0	0
2007	1137	136,0	50	208,3	4	133,3	0
2008	1244	148,8	57	237,5	4	133,3	0
2009	1423	170,2	64	266,7	4	133,3	0
2010	1684	201,4	62	258,3	5	166,7	1
2011	1715	205,1	63	262,5	5	166,7	1
2012	1752	209,6	58	241,6	5	166,7	1

Źródło: opracowanie własne wg danych GUS, PKD.
Source: own elaboration by GUS, PKD.

Tabela 2. Zmiany w liczbie hurtowni roślin ozdobnych w poszczególnych województwach Polski w 2012 r.

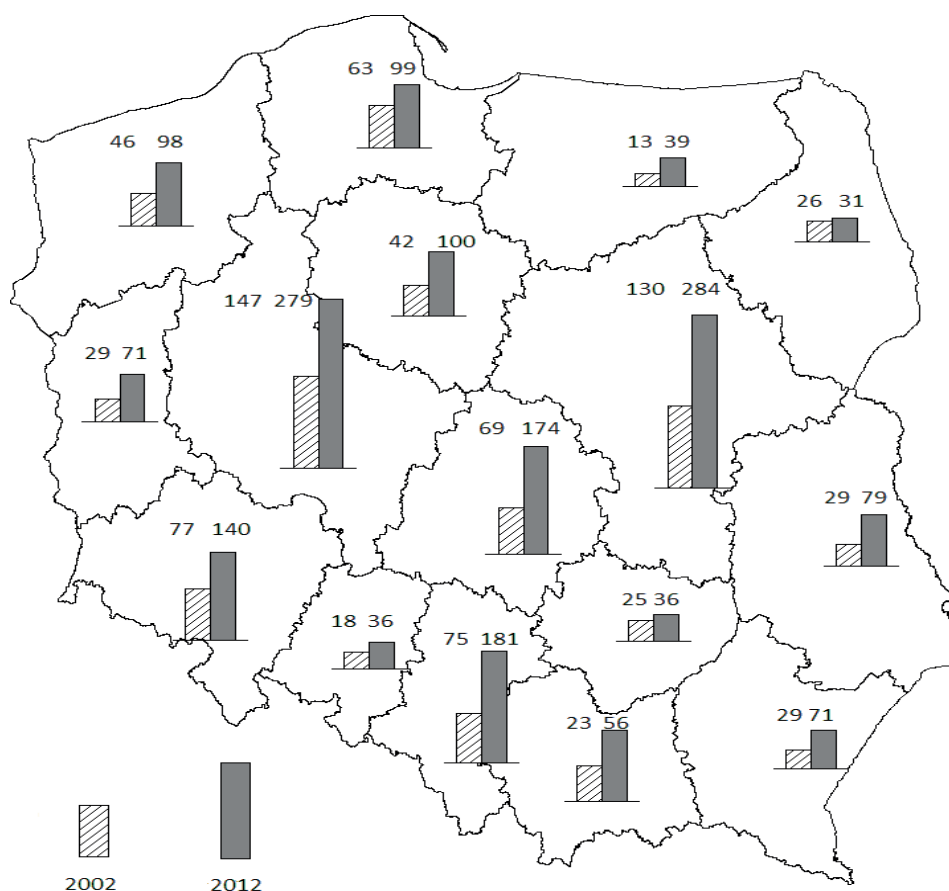
Table 2. Changes in the number of ornamental plant wholesale enterprises in particular Polish voivodeships in 2012

Lp. Number	Województwo Voivodeship	Indeks Index 2002 = 100%
1	2	3
1	dolnośląskie	181,8
2	kujawsko-pomorskie	238,1
3	lubelskie	272,4
4	lubuskie	244,8
5	łódzkie	252,2
6	małopolskie	221,6
7	mazowieckie	218,5

Tabela 2 – cd. / Table 2 – cont.

1	2	3
8	opolskie	200,0
9	podkarpackie	243,5
10	podlaskie	119,2
11	pomorskie	157,1
12	śląskie	241,3
13	świętokrzyskie	144,0
14	warmińsko-mazurskie	300,0
15	wielkopolskie	189,8
16	zachodniopomorskie	213,0
	Polska ogółem Poland total	210,4

Źródło: opracowanie własne wg danych GUS, PKD.
Source: own elaboration by GUS, PKD.



Rys. 2. Liczba hurtowni roślin i kwiatów w poszczególnych województwach Polski w 2002 i 2012 roku

Źródło: opracowanie własne według danych GUS, PKD.

Fig. 2. The number of the plant and flower in particular voivodeships in Poland in 2002 and 2012

Source: own elaboration based on GUS and GDP data.

konkurencyjności współczesnych przedsiębiorstw. Jedną z istotnych cech decyzji lokalizacyjnych jest to, że powodują one dalekosiężne i długotrwałe, a często nieodwracalne skutki, które z kolei w przyszłości będą podstawą podejmowania kolejnych decyzji. Wiąże się to z określonymi konsekwencjami dla działań zmierzających do optymalnego rozmieszczenia nowo projektowanych obiektów (Całczyński za: Marczuk, 2005). W latach 90. Krugman zapoczątkował nowy nurt ekonomii, prezentujący model równowagi przestrzennej

alokacji aktywności ekonomicznych. Określił go jako nową ekonomię geograficzną, natomiast za prekursorów nowej dyscypliny naukowej, jaką jest ekonometria przestrzenna, uważa się Morana, Geary'ego, Toblera i Paelincka. Obecnie obserwuje się dynamiczny rozwój tej dziedziny nauki na całym świecie (Pietrzykowski, 2011). Istnieje wiele metod badawczych odnoszących się do lokalizacji. Jedną z najprostszych jest tzw. metoda sieciowa, przeznaczona do wyznaczania miejsca obiektu optymalnego pod względem punktów podaży

i popytu. Obiektem tym może być magazyn składowania pośredniego, hurtownia czy zakład przetwórstwa płodów rolnych, który prowadzi skup i sprzedaż, korzystając z sieci stałych dostawców i odbiorców. Optymalizacja polega na określeniu takiej lokalizacji obiektu, która zapewni minimalizację kosztów ponoszonych na dostawę surowców i dostarczanie odbiorcom gotowych wyrobów (Marczuk, 2005).

W metodach badania rozmieszczenia przedsiębiorstw przydatnym wskaźnikiem – określającym stopień lokalizacji – jest wskaźnik Florence’a. Badania dotyczące analizowanych hurtowni roślin ozdobnych dowodzą, że zarówno w 2002, jak i w 2012 roku występował niski stopień koncentracji terytorialnej liczby hurtowni w stosunku do liczby ludności, a obie analizowane struktury były bardzo zgodne terytorialnie. Potwierdzają to obliczone wskaźniki lokalizacji Florence’a, które w 2002 i 2012 roku wynosiły dla badanych zmiennych odpowiednio $F = 0,15$ oraz $F = 0,13$. Rozmieszczenie hurtowni roślin ozdobnych w stosunku do skupisk konsumentów jest zatem bardzo równomierne w przekroju województw. Nasuwa się jednak pytanie, na ile liczba hurtowni, które są jedynie pośrednikami w obrocie tym towarem, może być wynikiem dostosowania się tych podmiotów do liczby mieszkańców danego województwa. Trzeba zatem uwzględnić fakt, że rośliny ozdobne należą do produktów wyjątkowo delikatnych i nietrwałych, dlatego duża koncentracja handlu, a następnie transport na dalsze odległości do większych skupisk konsumentów powodują relatywny wzrost kosztów oraz konieczność dodatkowych działań logistycznych. Powyższe uzasadnienie wymaga jednak dodatkowych analiz i badań, przekraczających ramy niniejszego opracowania.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Opisywany w literaturze wzrost popytu na dobra wyższego rzędu, jakimi są rośliny ozdobne, istotnie przyczynia się do rozwoju handlu hurtowego tym asortymentem w całej Polsce. Przeprowadzone badania wskazują, że wzrost liczby hurtowni roślin i kwiatów w Polsce ma postać trendu liniowego, zaś wartości bezwzględne

w 97% dopasowują się o omawianego modelu. W 2012 roku w Polsce funkcjonowało 1816 podmiotów zajmujących się handlem hurtowym roślinami i kwiatami, a więc o 110,4% więcej niż w 2002 roku. Biorąc pod uwagę przekrój terytorialny, najwięcej tego typu firm w 2012 roku działało w województwach mazowieckim, wielkopolskim i śląskim, a najmniej w województwach podlaskim, świętokrzyskim, opolskim i warmińsko-mazurskim. Analizy te sugerują, że liczba hurtowni w poszczególnych województwach dopasowana jest do skupisk występujących tam konsumentów i nie jest wyraźnie skoncentrowana. Potwierdzają to również obliczone wskaźniki lokalizacji Florence’a, które w 2002 i 2012 roku wynosiły dla badanych zmiennych odpowiednio $F = 0,15$ oraz $F = 0,13$, co zgodnie z teorią lokalizacji świadczy o małym stopniu koncentracji terytorialnej. W badanych latach dodatkowo zwiększył się stopień rozproszenia badanych cech.

LITERATURA

- Dudek, H., Krawiec, M., Landmesser, J. (2011). Podstawy analizy statystycznej w badaniach rynku. Warszawa: Wyd. SGGW.
- Jabłońska, L. (2007). Ekonomiczne aspekty rozwoju sektora kwaciarskiego w Polsce. Warszawa: Wyd. SGGW.
- Jabłońska, L., Ragan, M., Olewnicki, D. (2013). Popyt na kwiaty cięte i doniczkowe oraz jego determinanty – przypadek Warszawy. *Rocz. Nauk. SERiA*, XV, 1, 60-66.
- Marczuk, A. (2005). Sieciowa metoda lokalizacji obiektów jako czynnik ograniczający koszty transportu w rolnictwie. *Inż. Roln.*, 7, 161-168.
- Olewnicki, D. (2011). Przemiany w gospodarce ogrodniczej w Polsce w latach 1965-2008 oraz perspektywy jej rozwoju. Warszawa: Wyd. SGGW.
- Pietrzykowski, R. (2011). Wykorzystanie metod statystycznej analizy przestrzennej w badaniach ekonomicznych. *Rocz. Ekon. Kuj.-Pom. Szk. Wyż. Bydg.*, 4, 97-112.
- Urban, S. (2002). Zarządzanie marketingowe w handlu hurtowym. *Zesz. Nauk. Wałb. Wyż. Szk. Zarz. Przeds. Refl. Społ. Gospod.*, 1, 45-54.
- Wyżnikiewicz, B., Fundowicz, J., Łapiński, K., Peterlik, M. (2006). Struktura i rola handlu w polskiej gospodarce. Warszawa: IBNGR.

CHANGES ON THE MARKET OF WHOLESALE COMPANIES SELLING PLANTS AND FLOWERS IN POLAND

Summary. The aim of the study was to evaluate the changes in the number of plants and flowers wholesale companies in Poland. Analyses focused on the number of firms engaged in wholesale trade and the structure of employment in these companies. The investigations also included the location of the analysed companies in relation to the number of people in each voivodeship. Research period covered the years 2002-2012. The first year of the analysed period was referred to as of 100%. The dynamics of changes and average annual changes in the number of existing companies and start-ups were analysed. The Główny Urząd Statystyczny yearbooks, and i.a. the ones of the Polska Klasyfikacja Działalności [the abbreviation in Polish: PKD], served as data sources. The performed investigations reveal that the number of firms of the discussed line of business in the investigated period increased very clearly and this rise took the form of a linear trend. What is more, the number of the wholesale companies in particular voivodeships matched the agglomerations of consumers.

Key words: wholesale, companies, plants, flowers

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 9.02.2015

Do cytowania – For citation

Olewnicki, D., Jabłońska, L., Orliński, P., Gontar, Ł. (2015). Zmiany na rynku przedsiębiorstw zajmujących się handlem hurtowym roślinami i kwiatami w Polsce. *J. Agribus. Rural Dev.*, 1(35), 83-89. DOI: 10.17306/JARD.2015.9