

RYNEK HURTOWY W POLSCE JAKO MIEJSCE W ŁAŃCUCHU DOSTAW KWIATÓW CIĘTYCH I ROŚLIN DONICZKOWYCH

Lilianna Jabłońska, Dawid Olewnicki, Maria Roguska

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

Słowa kluczowe: kanały dystrybucji, rynek hurtowy, kwiaty cięte, rośliny doniczkowe
Key words: distribution channels, wholesale market, cut flowers, pot plants

S y n o p s i s. Celem opracowania jest określenie łańcucha dystrybucji roślin ozdobnych będących przedmiotem obrotu na rynku hurtowym w Polsce oraz ocena znaczenia poszczególnych ogniw. Dokonano identyfikacji dostawców i nabywców oraz oszacowano udział poszczególnych źródeł i kanałów zbytu w całkowitej podaży. Scharakteryzowano dostawców pod kątem asortymentu oferowanych roślin, a w przypadku producentów – także pod kątem skali produkcji. Badania wykazały zmniejszenie się roli rynku hurtowego w dystrybucji roślin ozdobnych w Polsce. Obecnie jest on ogniwem w łańcuchu dostaw pomiędzy małymi dostawcami i małymi odbiorcami, co przy dalszej koncentracji popytu na detalicznym rynku kwaciarskim będzie jeszcze bardziej minimalizowało jego rolę. Równocześnie inna jest waga poszczególnych kanałów zbytu kwiatów ciętych i roślin doniczkowych, co wskazuje na konieczność oddzielnego podejścia do tych rynków.

WSTĘP

Ostatecznym celem każdej działalności gospodarczej jest sprzedaż wytworzonych produktów lub usług. Istotną rolę w realizacji tego celu odgrywa szeroko pojęta dystrybucja, czyli to wszystko, co dzieje się z produktem na drodze od producenta do konsumenta. Od podjętych decyzji: jak, gdzie, kiedy, w jakiej formie i po jakiej cenie produkt zostanie udostępniony nabywcy, zależy powodzenie przedsięwzięcia [Trojanowski 2011, Dyczkowska 2012]. Jednocześnie skuteczna dystrybucja jest jednym z głównych czynników rozwoju całego sektora oraz budowania i umacniania jego przewagi konkurencyjnej [Adamus i in. 2011]. Najlepszym przykładem jest holenderski sektor kwaciarski z aukcją kwiatową jako podstawowym ogniwem w łańcuchu dostaw [Krusze 1970, Barendse 1987, Jabłońska 1995, Rikken 2011, Frankowska 2011]. W Polsce zarówno w gospodarce socjalistycznej, jak i po transformacji ustrojowej dominował na rynku kwaciarskim (udział ponad 80% w sprzedaży) bezpośredni kanał dystrybucji, czyli producent – detal. Zmieniło się tylko miejsce zawierania transakcji. Przed 1990 r. były to głównie kwaciarnie i w drugiej kolejności targowiska hurtowe [Linder i in. 1989, Jabłońska 1995], a po tym roku zorganizowane rynki hurtowe i funkcjonujące w dalszym ciągu w kilku miastach targowiska hurtowe [Jabłońska 2007].

Według Lilianny Jabłońskiej [2007], na rynkach i targowiskach hurtowych nabywane było na początku obecnego wieku ponad 83% zaopatrzenia rynku detalicznego w kwiaty cięte i 62% w rośliny doniczkowe. Na tym ostatnim największe znaczenie miały kwaciarnie z 81-procentowym udziałem w całkowitej podaży kwiatów ciętych i 76-procentowym podaży roślin doniczkowych. Ale jak wynika z badań, rola kwaciarni na rynku detalicznym w naszym kraju w ostatnich latach systematycznie zmniejsza się, a wzrasta rola dużych sieci handlowych, szczególnie w przypadku roślin doniczkowych [Jabłońska, Perzyńska 2009, Ragan 2012, Fijałkowska 2013, Olewnicki i in. 2013]. W 2008 r. aż 41% badanych warszawian kupowało rośliny doniczkowe, a około 10% kwiaty cięte w supermarketach [Peters 2013]. Jest to zjawisko obserwowane od lat w krajach rozwiniętych. We Francji w 2005 r. aż 28% ilości rocznych zakupów roślin ozdobnych do wnętrz dokonywano w supermarketach, a tylko 36% w kwaciarniach [Ragan 2011]. Udział supermarketów w sprzedaży kwiatów ciętych we Francji wyniósł w 2003 r. 14%, w USA 36%, w Anglii aż 64% [Wijnands 2005], a w Japonii w 2009 r. 32,1% [Cut Flowers... 2011]. Zdaniem ekonomistów, rola tzw. masowego rynku detalicznego w sektorze kwaciarskim będzie w dalszym ciągu rosła, co wpływa na zmiany w łańcuchu dostaw, gdyż duże sieci chcą kupować bezpośrednio u dużych dostawców [van Liemt 2000]. Daje to oszczędność kosztów i czasu oraz gwarancję jakości, bo rośliny ozdobne należą do towarów nietrwałych. W tej sytuacji odpowiedzi wymagają zagadnienia, czy i jak zmienił się system dystrybucji roślin ozdobnych w Polsce, czy i jak zmieniły się kanały dystrybucji, czy i w jakim stopniu zmienił się udział w łańcuchu dostaw producentów i pośredników, jaka jest obecnie rola poszczególnych kanałów w sprzedaży detalicznej. Wielokierunkowe badania prowadzone na różnych poziomach obrotu kwiatami przez pracowników i studentów Samodzielnej Pracowni Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa SGGW w Warszawie przyczyniają się do odpowiedzi na postawione pytania. W niniejszym artykule przedstawiono wyniki jednego z badań cząstkowych, którego celem była ocena aktualnej roli rynku hurtowego w łańcuchu dostaw kwiatów ciętych i doniczkowych.

METODA BADAŃ

Głównym zadaniem badawczym jest określenie łańcucha dystrybucji roślin ozdobnych będących przedmiotem obrotu na rynku hurtowym w Polsce oraz ocena znaczenia poszczególnych ogniw. W tym celu dokonano identyfikacji dostawców i źródeł pochodzenia oferowanych przez nich roślin ozdobnych oraz identyfikacji ich nabywców, a następnie oszacowano udział poszczególnych źródeł i poszczególnych kanałów zbytu w całkowitej podaży. Analizy przeprowadzono oddzielnie dla kwiatów ciętych i roślin doniczkowych, gdyż ich łańcuch dostaw nie jest taki sam, co wynika po pierwsze z faktu, że kwiaty cięte są towarem o bardzo małej trwałości, a doniczkowe nie, po drugie kwiaty cięte nabywane są przez konsumentów po kilka sztuk w bukietach, a doniczkowe pojedynczo, i po trzecie w Polsce te pierwsze kupowane są przede wszystkim w prezencie dla drugiej osoby, a te drugie do domu [van der Vorst i in. 2012, Jabłońska i in. 2013]. Dokonano również analizy oferowanego asortymentu obu grup roślin ozdobnych.

Badaniami objęto 50 producentów oraz 38 hurtowników i importerów sprzedających rośliny ozdobne na 4 rynkach hurtowych zaliczanych do największych w Polsce. Były to Wielkopolska Gildia Rolno-Ogrodnicza SA w Poznaniu, Pomorskie Hurtowe Centrum Rolno-Spożywcze „Renk” w Gdańsku oraz dwa rynki w Warszawie – Warszawski Rolno-Spożywczy Rynek Hurtowy SA Bronisze i targowisko kwiatowe „Bakalarska”. Badania

proawdono wiosną 2013 r. drogą osobistego wywiadu na podstawie kwestionariusza. Pytania w kwestionariuszu dla obu badanych grup odnosiły się do poszczególnych zjawisk w skali roku, a nie do momentu przeprowadzania wywiadu. Jednak biorąc pod uwagę sezonowość produkcji kwaciarskiej i związaną z tym strukturę producentów na rynku, uzyskane wyniki nie mogą być uogólniane i nie odzwierciedlają w sposób jednoznaczny udziału rynku hurtowego w łańcuchu dostaw. Dają one jedynie pewien ogólny pogląd na sytuację na hurtowym rynku kwaciarskim. W analizach wykorzystano proste metody matematyczne.

CHARAKTERYSTYKA RYNKÓW I BADANEJ POPULACJI

Na wszystkich badanych rynkach sprzedaż roślin ozdobnych prowadzili zarówno producenci, jak i pośrednicy, w tym importerzy. Największy udział producentów odnotowano na targowisku kwiatowym „Bakalarska”, przy czym sprzedają tam głównie drobni producenci, korzystający z części zadaszonej i otwartej placu targowego. Większość funkcjonujących na nim pawilonów zajmują sprzedawcy artykułów florystycznych i kwiatów sztucznych, a także nieliczni importerzy. Na pozostałych rynkach rośliny są sprzedawane w klimatyzowanych halach, przy czym więcej boksów zajmują pośrednicy niż producenci. Na rynku w Broniszach sprzedaż prowadzi około 20 producentów i 60 pośredników, w Poznaniu odpowiednio około 40 i 50, a w Gdańsku około 20 i 30. Liczni są także sprzedawcy kwiatów sztucznych i artykułów florystycznych. Należy zaznaczyć, że część boksów na wszystkich rynkach jest niezagospodarowana.

Przeprowadzone badania potwierdziły, że dostawcami na rynku hurtowe są głównie drobni producenci uprawiający rośliny ozdobne w szklarniach i tunelach foliowych na relatywnie małym areale. O ile średnia powierzchnia osłon z uprawami kwaciarskimi w Polsce wynosiła w 2010 r. 3300 m² [Jabłońska i in. 2013], o tyle w badanej populacji tylko 19% respondentów posiadało areal powyżej 2000 m², 29% dysponowało powierzchnią 1501-2000 m², a 47% powierzchnią 1000-1500 m². Generalnie byli to producenci z dużym doświadczeniem, gdyż 36% z nich uprawiało rośliny ozdobne od 11 do 20 lat, a 36% więcej niż 20 lat. Krótszym stażem charakteryzowali się zaś pośrednicy, z których 37% zajmowało się handlem roślinami ozdobnymi od 6 do 10 lat, 26% charakteryzował staż pracy od 11 do 20 lat, natomiast tylko 19% – powyżej 20 lat.

STRUKTURA ASORTYMENTOWA OFERTY HANDLOWEJ PRODUCENTÓW I HURTOWNIKÓW

Większość sprzedających producentów (68%) stanowili producenci kwiatów ciętych, w tym 8% uprawiało je razem z roślinami doniczkowymi ozdobnymi z kwiatów. Wyłącznie te ostatnie uprawiało 14% badanych, a 8% tylko doniczkowe ozdobne z liści. Uprawę jednych i drugich prowadziło 10%. Tak więc produkcję roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów deklarowało łącznie 32% badanych, zaś ozdobnych z liści 18%. Przy odnotowywanym rosnącym zainteresowaniu konsumentów zakupami roślin doniczkowych [Jabłońska, Perzyńska 2009, Jabłońska i in. 2013] ten niski odsetek sprzedających je producentów na rynku hurtowym wskazuje na rosnące znaczenie bezpośredniej ich sprzedaży do sieci supermarketów czy centrów ogrodniczych. Te punkty detaliczne są coraz częściej miejscem zakupów roślin doniczkowych [Ragan 2012, Petera 2013].

Pomimo relatywnie małej powierzchni produkcyjnej tylko niewielki odsetek badanych producentów specjalizował się w uprawie jednego gatunku, szczególnie w przypadku roślin doniczkowych. W grupie osób uprawiających rośliny doniczkowe ozdobne z liści jeden gatunek deklarowało tylko 12% z nich (była to poinsecja), a uprawiających doniczkowe ozdobne z kwiatów 19% (tab. 1.). Częściej uprawiano w gospodarstwie kilka gatunków roślin doniczkowych, np. w przypadku ozdobnych z liści – 3-4 gatunki. W przypadku kwiatów ciętych przede wszystkim uprawiano 2 gatunki. Postępowało tak 42% producentów tej grupy roślin. Jeden gatunek uprawiało 29% z nich, a były to głównie róża, gerbera, goździk i zieleń cięta, czyli rośliny cieszące się większą popularnością wśród konsumentów i tym samym mniejszym ryzykiem handlowym. Niski poziom specjalizacji potwierdza średni udział danego gatunku w obrotach uprawiających go producentów (tab. 2.).

Tabela 1. Poziom specjalizacji w uprawie roślin ozdobnych badanych producentów

Grupa roślin ozdobnych	Badani producenci uprawiający daną grupę roślin [%]	Liczba gatunków uprawiana przez jednego producenta			
		1	2	3	4 i więcej
		% badanych uprawiających daną roślinę			
Kwiaty cięte	68,0	29	42	17	12
Rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów	32,0	19	31	25	25
Rośliny doniczkowe ozdobne z liści	18,0	11	22	34	33

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych oraz [Roguska 2013, s. 29-30].

Wśród kwiatów ciętych sprzedawanych na rynkach hurtowych bezpośrednio przez krajowych producentów najważniejszym gatunkiem była róża. Oferowało ją 29,4% producentów, a jej udział w całej ofercie tej grupy roślin wynosił 20,6%. Kolejnymi gatunkami, z podobnym poziomem udziału w łącznych obrotach kwiatami ciętymi, były gerbera (12,6%), goździk (11,8%) i tulipan (10,6%), które uprawiało odpowiednio 18%, 20% i 15% badanych. Ten wysoki udział w obrotach wynikał z faktu, że właściwie tylko w przypadku tych czterech gatunków odnotowano wąską specjalizację. Każdy z tych gatunków stanowił 100% produkcji u dwóch badanych. Tak wąską specjalizację odnotowano jeszcze jedynie u jednego producenta frezji i dwóch producentów zieleni ciętej. Wśród roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów największy udział w obrotach producentów, bo 16,6%, stanowił cyklamen, a na drugim miejscu uplasował się fiołek afrykański z udziałem 12,5%. Nieco tylko mniejszy udział, od 10,6% do 11,2%, miało 5 dalszych gatunków – anturium, storczyk, begonia, róża miniaturowa i pelargonja. Najmniejszym udziałem w obrotach badanych producentów cechowała się chryzantema doniczkowa, co wynika z terminu przeprowadzania badań i braku w tym momencie na rynku producentów tego gatunku. Z całą pewnością jest to roślina ciesząca się dużym zainteresowaniem konsumentów i producentów, lecz głównie w okresie świąt listopadowych [Jabłońska, Sobczak 2011]. Jednak nawet wtedy producenci chryzantem znaczny odsetek produkcji sprzedają bezpośrednio przed nekropoliami, nie korzystając z rynków hurtowych. Z grupy roślin doniczkowych ozdobnych z liści aż 24,5% obrotów producentów stanowiła poinsecja, sprzedawana w okresie Bożego Narodzenia. Biorąc pod uwagę pozostałe gatunki, to ich produkcja była bardzo rozdrobniona. Żaden z nich nie stanowił więcej niż 50% roślin u pojedynczego

producenta, choć w całych obrotach tej grupy większy udział miała paproć, kroton i zamiokulkas (odpowiednio 20,0%, 18,9% i 15,6%). To rozdrobnienie jest zrozumiałe ze względu na specyfikę popytu ostatecznego nabywcy, czyli najczęściej zakupy pojedynczych roślin.

STRUKTURA ASORTYMENTOWA OFERTY HANDŁOWEJ POŚREDNIKÓW

Wśród pośredników największą grupę (55,3%) stanowili hurtownicy sprzedający kwiaty cięte. Wyłącznie rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów oferowało 21,1% pośredników, a wyłącznie ozdobne z liści 18,0%. Sprzedaż obu tych grup doniczkowych prowadziło jedynie 5,3% pośredników. Generalnie nie dysponowali oni szerokim asortymentem, gdyż u pojedynczego hurtownika nie odnotowano więcej niż 5 gatunków roślin doniczkowych. Szerszy asortyment występował w przypadku kwiatów ciętych. Choć w ofercie najczęściej hurtownicy mieli do 3 gatunków (56% badanych), to byli również oferujący 14 gatunków. Ale byli także hurtownicy oferujący tylko jeden gatunek kwiatu ciętego, a mianowicie różę. W badanej populacji stanowili oni 19%. Ponieważ różę oferowało także 43% innych pośredników, stanowiła ona największy udział w obrotach kwiatami ciętymi. Wynosił on 38,1% (tab. 3.). Na drugim miejscu, z udziałem 18,8%, znajdował się goździk gałązkowy, a na trzecim, z udziałem 7,1%, chryzantema gałązkowa. Mniejsze znaczenie w ofercie hurtowników niż producentów odgrywały gerbera (4,5%) i tulipan (5,5%), a większe słonecznik (3,1%) i eustoma (2,4%). W przypadku roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów pierwsze 4 miejsca zajmowały te same gatunki, co w ofercie producentów, ale nastąpiła zamiana miejsc między storczykiem i cyklamenem. Cyklamen

Tabela 2. Ranking 10 najważniejszych gatunków kwiatów według udziału w całkowitych obrotach dla danej grupy roślin ozdobnych w populacji producentów

Gatunek	Udział w obrotach [%]	
	producentów danego gatunku	łącznie oferty
Kwiaty cięte		
Róża	70,0	20,6
Gerbera	71,7	12,6
Goździk	57,1	11,8
Tulipan	72,0	10,6
Chryzantema	35,0	6,2
Frezja	42,0	6,2
Alstromeria	25,7	5,3
Mieczyk	32,0	4,7
Lilia	28,0	4,1
Zieleń cięta	52,0	7,7
Inne	-	10,2
Rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów		
Cyklamen	45,0	16,6
Fiołek afrykański	40,0	12,5
Anturium	45,0	11,2
Storczyk	36,0	11,2
Begonia	34,0	10,6
Róża mini	85,0	10,6
Pelargonja	34,0	10,6
Azalia	27,5	6,9
Skrzydłokwiat	25,0	6,3
Chryzantema	50,0	3,1
Inne	-	0,4
Rośliny doniczkowe ozdobne z liści		
Poinsecja	73,3	24,5
Paproć	25,7	20,0
Kroton	34,0	18,9
Zamiokulkas	35,0	15,6
Sansewieria	25,0	5,6
Dracena	25,0	5,5
Figowiec	40,0	4,4
Juka	30,3	3,3
Szefflera	20,0	2,2
Inne	-	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych oraz [Roguska 2013, s. 31-37].

Tabela 3. Ranking 10 najważniejszych gatunków kwiatów według udziału w całkowitych obrotach dla danej grupy roślin ozdobnych w populacji pośredników

Gatunek	Udział w obrotach [%]	
	producentów danego gatunku	łącznie oferty
Kwiaty cięte		
Róża	61,5	38,1
Goździk	30,4	18,8
Chryzantema	21,4	7,1
Frezja	11,5	5,7
Tulipan	20,0	5,5
Lilia	14,3	4,8
Gerbera	13,6	4,5
Słonecznik	16,3	3,1
Mieczyk	15,0	2,9
Eustoma	10,0	2,4
Inne	-	7,1
Rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów		
Storczyk	38,3	23,0
Fiołek afrykański	48,8	19,5
Anturium	40,0	16,0
Cyklamen	27,0	13,5
Skrzydłokwiat	24,0	12,0
Azalia	16,0	8,0
Pelargonja	20,0	4,0
Begonia	10,0	3,0
Róża mini	10,0	1,0
Inne	-	-
Rośliny doniczkowe ozdobne z liści		
Zamiokulkas	44,2	29,4
Paproć	36,3	16,1
Kroton	24,0	13,3
Poinsecja	33,3	11,1
Figowiec	18,0	10,0
Sansewieria	20,0	8,9
Dracena	16,7	5,6
Szefflera	15,0	3,0
Juka	10,0	1,1
Difembachia	10,0	1,1
Inne	-	0,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych oraz [Roguska 2013, s. 60-66].

u hurtowników plasuje się na czwartym miejscu, a na pierwsze miejsce wysunął się storczyk, stanowiący aż 23% obrotów tą grupą roślin. Jeden z badanych hurtowników specjalizował się wyłącznie w jego sprzedaży. Również w obrotach roślinami doniczkowymi ozdobnymi z liści widoczna jest przewaga jednego gatunku, którym jest zamiokulkas z udziałem 29,4%. Lista pozostałych gatunków jest podobna do tej w grupie producentów.

KANAŁY ZAOPATRZENIA SPRZEDAJĄCYCH NA KWIACIARSKIM RYNKU HURTOWYM

Producenci funkcjonujący na rynku hurtowym oferują do sprzedaży przede wszystkim rośliny ozdobne własnej produkcji. By jednak sprzedaż na rynku uczynić bardziej efektywną, uzupełniają asortyment zakupami u innych producentów. W przypadku kwiatów ciętych takich zakupów dokonywało 11,1% producentów, w przypadku roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów 20,0%, a doniczkowych ozdobnych z liści 33,3%. Ale te dodatkowe zakupy nie stanowiły u żadnego z badanych więcej niż 15% rocznych obrotów. Tak więc w całkowitej ofercie producentów udział roślin nabytych u innych krajowych producentów nie przekraczał odpowiednio dla powyżej wspomnianych grup 1,5%, 3% i 4,5%. W grupie producentów roślin doniczkowych ozdobnych z liści były również osoby poszerzające ofertę bezpośrednim importem. Stanowili oni 22,2% tej grupy badanych, a importowany towar nie przekraczał 10% ich obrotów. W całej ofercie był to udział 1,8%.

Jeśli chodzi o badanych hurtowników, to zidentyfikowano 4 źródła zaopatrzenia przy równoczesnym dość dużym zróżnicowaniu ich znaczenia. Byli hurtownicy, którzy zaopatrywali się wyłącznie w jed-

nym kanale, i tacy, którzy zaopatrywali się w 2, 3, a nawet 4 źródłach. Wśród oferujących kwiaty cięte przeważali hurtownicy sprzedający towar z importu. Stanowili oni 81% całej grupy, a kwiaty z importu stanowiły 62,4% łącznych obrotów (tab. 4.). Większa część kwiatów (36,2% obrotów) była importowana bezpośrednio przez hurtowników, a mniejsza (26,2%) nabywana u importera. Tylko 34,3% kwiatów ciętych pochodziło od krajowych producentów, choć z tego źródła korzystało aż 61% hurtowników. Dużo większą rolę jako źródło zaopatrzenia pośredników odgrywali producenci w przypadku roślin doniczkowych. U nich zaopatrywało się 80% hurtowników handlujących roślinami doniczkowymi ozdobnymi z kwiatów, realizując 63% obrotów, oraz 100% hurtowników roślin doniczkowych ozdobnych z liści, zapewniając sobie 54,4% rocznej oferty. W porównaniu z kwiatami ciętymi znacznie mniejsze znaczenie miał własny import, który był źródłem zaopatrzenia roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów tylko w 10%, a ozdobnych z liści w 16,6%. Również mniejszy był udział zakupów u krajowych importerów, bo odpowiednio 15,0% i 24,4% rocznych obrotów. Mniejsza rola roślin doniczkowych pochodzących z importu widoczna była także w liczbie hurtowników oferujących takie rośliny. W przypadku roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów stanowili oni nie więcej niż 40% badanych, a ozdobnych z liści nie więcej niż 66,6%.

Tabela 4. Źródła pochodzenia roślin ozdobnych w grupie badanych hurtowników

Pochodzenie roślin ozdobnych	Kwiaty cięte		Rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów		Rośliny doniczkowe ozdobne z liści	
	% hurtowników	% łącznej oferty hurtowników	% hurtowników	% łącznej oferty hurtowników	% hurtowników	% łącznej oferty hurtowników
Producent krajowy	61,0	34,3	80,0	63,0	100,0	54,4
Inny hurtownik	9,5	3,3	20,0	12,0	22,2	4,5
Importer	38,1	26,2	30,0	15,0	33,3	24,4
Import własny	42,9	36,2	10,0	10,0	33,3	16,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych oraz [Roguska 2013, s. 67-70]

KANAŁY ZBYTU ROŚLIN OZDOBNYCH WŚRÓD PRODUCENTÓW I HURTOWNIKÓW

Badani producenci kwiatów ciętych *gros* produkcji, bo średnio 92,9%, sprzedawali na rynku hurtowym, w tym prawie 65% z nich całą produkcję (tab. 5.). Pozostałe 7,1% kwiatów ciętych zbywano poza rynkiem hurtowym, w tym po około 1/3 dostarczano do kwaciarni i nabywano do hurtu, a 29% kupowali konsumenci indywidualni w gospodarstwie. Wśród nabywców na rynku hurtowym najważniejszą rolę odgrywali właściciele kwaciarni i straganów ulicznych, którzy nabywali 42,9% i 34,0% oferowanych kwiatów. Dość znacząca była też sprzedaż ostatecznemu konsumentowi (11,6%) oraz hurtownikom (9,5%). Niewielkie ilości kwiatów ciętych trafiały do zakładów pogrzebowych, hoteli, restauracji czy różnych instytucji.

W przypadku roślin doniczkowych na rynku hurtowym sprzedawano mniejszy odsetek produkcji, bo średnio 89%. Całą produkcję sprzedawała tam połowa badanych producen-

Tabela 5. Struktura kupujących rośliny ozdobne od uczestników rynku hurtowego (% obrotów)

Wyszczególnienie	Producenci				Hurtownicy	
	kwiaty cięte		rośliny doniczkowe		kwiaty cięte	rośliny doniczkowe
Struktura obrotów danej grupy roślin według miejsca sprzedaży						
Miejsce sprzedaży	rynek hurtowy	poza rynkiem	rynek hurtowy	poza rynkiem	rynek hurtowy	
% obrotów	92,9	7,1	89,0	11,0	100,0	
Struktura obrotów danej grupy roślin na rynku i poza według nabywców						
Nabywcy	% obrotów					
Kwiaciarnie	42,9	34,2	40,0	21,0	39,2	36,2
Stragany	34,0	2,1	7,3	5,0	31,1	15,0
Hurtownie	9,5	33,7	18,6	41,0	-	10,9
Supermarket	-	-	1,0	-	-	-
Hotele, restauracje	0,2	-	6,0	7,5	5,8	6,8
Firmy pogrzebowe	1,7	1,3	0,8	0,5	5,4	-
Urzędy, firmy	0,1	-	1,3	0,5	2,3	3,5
Klient indywidualny	11,6	28,7	25,0	24,5	16,2	27,6

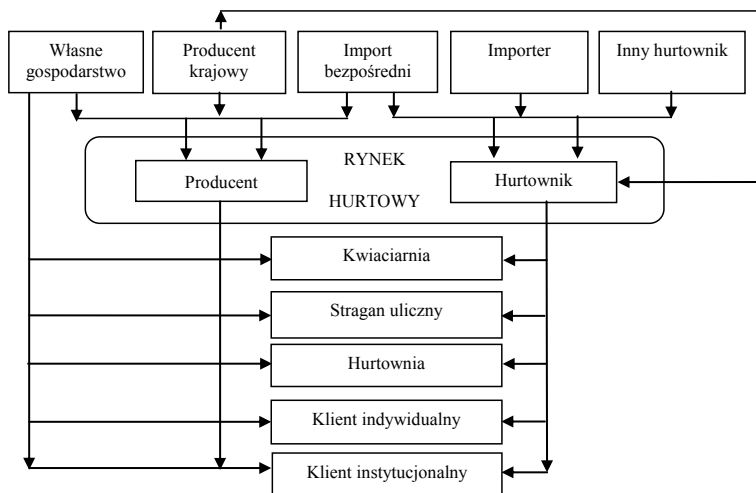
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań własnych oraz [Roguska 2013, s. 41-50, 71-75].

tów, a 90% produkcji $\frac{1}{4}$ z nich. Odbiorcami tych roślin były przede wszystkim kwiaciarnie (z udziałem 40%), a następnie hurtownicy (18,5%). Większy odsetek roślin doniczkowych niż kwiatów ciętych nabywali na rynku hurtowym klienci indywidualni (25%) oraz hotele i restauracje (6%) czy różne instytucje (1,3%). Natomiast znacznie mniejszy odsetek trafił na stragany uliczne, bo tylko 7,3%. Poza rynkiem hurtowym, producenci, uczestnicy tego rynku, zbywali tylko 11% roślin doniczkowych, z czego główną część (41%) nabywali hurtownicy. Duży udział w zbyciu miały także kwiaciarnie (21%) i konsumenci indywidualni (24,5%), a także konsumenci instytucjonalni (8,5%).

Z kolei badani hurtownicy sprzedawali rośliny ozdobne wyłącznie na rynku hurtowym. Ich głównym kanałem zbytu, podobnie jak producentów, były kwiaciarnie. Do nich trafiło 39,2% kwiatów ciętych i 36,2% roślin doniczkowych. W przypadku kwiatów ciętych nie mniej ważnymi odbiorcami byli uliczni sprzedawcy, nabywający 31,1% roślin. Oni też częściej nabywali u hurtowników rośliny doniczkowe (15%). Nieco częściej również niż w przypadku producentów, kwiaty cięte hurtownicy sprzedawali bezpośrednio klientowi, a także nabywcom instytucjonalnym. Ci pierwsi kupowali 16,2% kwiatów, zaś ci drudzy łącznie 13,5%. Podobne zjawisko miało miejsce w handlu roślinami doniczkowymi. Aż 27,6% tych roślin nabywali klienci indywidualni, a 10,3% instytucjonalni. Kanałem zbytu dla hurtowników byli też kolejni hurtownicy, ale byli oni nabywcami jedynie roślin doniczkowych (z udziałem 10,9% w ich obrotach). Nie odnotowano handlu pomiędzy hurtownikami w przypadku kwiatów ciętych.

DOSTAWCY I NABYWCY ROŚLIN OZDOBNYCH NA RYNKU HURTOWYM

Podsumowując przeprowadzone analizy, zbudowano schemat przepływu roślin ozdobnych sprzedawanych na rynkach hurtowych, który przedstawiono na rysunku 1. Przez porównanie ze schematami określającymi łańcuchy dostaw sprzed 10 lat [Jabłońska 2007, s. 45-50] pozwala on stwierdzić, że po stronie dostawców liczba ogniw w tym łańcuchu na rynku hurtowym nie uległa zmianie. Natomiast zmniejszyła się liczba ogniw po stronie nabywców. Rynek hurtowy przestał być miejscem zaopatrzenia dla takich odbiorców, jak eksporterzy i supermarkety. Pewną rolę odgrywa w zaopatrzeniu centrów ogrodniczych, ale niewielką i jeśli już, to tych mniejszych.



Rysunek 1. Łańcuch przepływu roślin ozdobnych od dostawców do odbiorców na rynku hurtowym

Źródło: opracowanie własne.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Z przeprowadzonych badań wynika, że rynek hurtowy służący wcześniej przede wszystkim handlowym żywym roślinami ozdobnymi, obecnie w znacznym stopniu jest miejscem sprzedaży kwiatów sztucznych i akcesoriów florystycznych, a w przypadku roślin żywych uczestnikami rynku w większej liczbie są pośrednicy niż krajowi producenci. Ci ostatni to producenci o małej skali produkcji i generalnie o niskim poziomie specjalizacji. Zbывают oni na rynku 93% własnej produkcji kwiatów ciętych i 89% roślin doniczkowych, a ofertę uzupełniają w niewielkim zakresie roślinami od innych producentów lub z importu (1,5% obrotów kwiatów ciętych i 3-4% roślin doniczkowych). Również pośrednicy korzystający z rynku zbывают na nim 100% swojej oferty, ale źródła pochodzenia roślin są bardziej zróżnicowane, przy czym w przypadku kwiatów ciętych ponad 62% obrotów stanowią kwiaty z importu, a w przypadku roślin doniczkowych przeważa produkcja krajowa (63% ozdobne z kwiatów i 54% ozdobne z liści). W dalszym ciągu rynek hurtowy

jest w większym stopniu miejscem sprzedaży kwiatów ciętych niż roślin doniczkowych, co biorąc pod uwagę wzrost udziału tych ostatnich zarówno w produkcji, jak i zakupach polskiego konsumenta, wskazuje na pomijanie w ich dystrybucji rynku hurtowego i bezpośrednie dostawy od producenta lub hurtownika do detalu. Są to głównie dostawy do dużych sieci supermarketów i centrów ogrodniczych, które, jak pokazują wyniki badań, nie dokonują obecnie zakupów na rynkach hurtowych (miało to miejsce jeszcze w poprzedniej dekadzie). Również nieobecni są eksporterzy. Na rynku hurtowym nabywcami są przede wszystkim kwaciarnie (około 40% podaży), a następnie w przypadku kwiatów ciętych stragany (33%), zaś doniczkowych klienci indywidualni (27%) i hurtownie (15%). Badania wskazują na zmniejszenie się roli rynku hurtowego w dystrybucji roślin ozdobnych w Polsce. Obecnie jest on ogniwem w łańcuchu dostaw pomiędzy małymi dostawcami i małymi odbiorcami, co przy dalszej koncentracji popytu na detalicznym rynku kwaciarskim będzie jeszcze bardziej minimalizowało jego rolę. Równocześnie potwierdza się odmienna konstrukcja kanałów zbytu kwiatów ciętych i roślin doniczkowych, wskazując na konieczność oddzielnego podejścia do tych rynków w dalszych badaniach.

LITERATURA

- Adamus K., Górka M., Pająk B. 2011: *Dystrybucja jako jeden z elementów zarządzania przedsiębiorstwem produkcyjnym*, „Logistyka” 5, s. 18-22.
- Barendse H.F.J., 1988: *The conditions for a successful introduction of the action system in horticulture*, „Acta Horticulturae” 223, s. 17-23.
- Cut Flowers. Guidebook for Export to Japan 2011. www.jetro.go.jp/en/reports/market, odczyt: 09.2012.
- Dyczkowska J. 2012: *Logistyka zaopatrzenia i produkcji – wpływ na logistykę dystrybucji*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Warszawskiej”, z. 84, s. 19-28.
- Fijałkowska E. 2013: *Kwaciarnia jako miejsce zakupu roślin ozdobnych na różne uroczystości*, Praca inżynierska, SGGW w Warszawie, s. 69.
- Frankowska M. 2011: *Znaczenie koncepcji klastrowych łańcuchów dostaw w zwiększeniu międzynarodowej konkurencyjności sieci kooperacyjnych*, „Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej”, t. 32, s. 102-117. <http://yadda.icm.edu.pl/bazhum/element/bwmetal.element.dl-catalog-609af4c3-b83a-4d93-8c32-e854ed22504>, odczyt: 04.2013.
- Jabłońska L. 1995: *Określenie perspektyw polskiego kwaciarstwa na podstawie długookresowej analizy porównawczej jego rozwoju w Polsce i Holandii*, Fundacja Rozwój SGGW, Warszawa, s. 70-73.
- Jabłońska L. 2007: *Ekonomiczne aspekty rozwoju sektora kwaciarskiego w Polsce*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, s. 39-50.
- Jabłońska L., Olewnicki D., Gunerka L. 2013: *Przemiany strukturalne w polskim ogrodnictwie w latach 2002-2010*, „Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich”, t. 100, z. 3, s. 62-72.
- Jabłońska L., Olewnicki D., Ragan M. 2013: *Zachowania konsumenckie na warszawskim rynku kwiatów ciętych i doniczkowych*, „Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, Zeszyty Naukowe SGGW”, 9/58, s. 220-230.
- Jabłońska L., Perzyńska K. 2009: *Poziom popytu na rośliny ozdobne w Warszawie w 2007 roku i jego determinanty*, „Zeszyty Naukowe ISiK im. Szczepana Pieniążka”, t. 17, s. 119-132.
- Jabłońska L., Sobczak W. 2011: *Rynek chryzantem w Polsce w okresie Święta Wszystkich Świętych*, „Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G”, t. 98, z. 4, s. 66-76.
- Krusze N., 1970: *Przemiany ilościowe i wartościowe w gospodarce szklarniowej w Holandii w okresie 1950-1965*, „Zeszyty Problemowe Postępów Nauk Rolniczych”, z. 97, s. 123-155.
- Linder E., Kubiak K., Czekański M. 1989: *Organizacja i ekonomika handlu kwiatami*, Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Ogrodnictwa, Warszawa, s. 38-47.

- Olewnicki D., Jabłońska L., Rydzewska K., Papakul J. 2013: *Popyt na kwiaty na przykładzie warszawskich kwiaciarni*, „Zeszyty Naukowe SGGW. Problemy Rolnictwa Światowego”, t. 13, z. 3, s. 183-191.
- Petera M. 2013: *Rola roślin ozdobnych w życiu mieszkańca aglomeracji miejskiej – przykład Warszawy*, Praca magisterska, SGGW, s. 48.
- Ragan M. 2011: *Charakterystyka rynku roślin ozdobnych we Francji w latach 2005-2006*, Praca inżynierska, SGGW, s. 30.
- Ragan M. 2012: *Popyt na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w Warszawie w 2011 roku z uwzględnieniem preferencji konsumentów*, Praca magisterska, SGGW w Warszawie s. 84-88.
- Rikken M. 2011: *The global competitiveness of Kenyan flower industry*, [w] *The Fifth Video Conference on the Global Competitiveness of the Flower Industry in Eastern Africa*. Kenya Flower Council, 5-7. www.euacpcommodities.eu/files, odczyt: 02.2013.
- Roguska M. 2013: *Dostawcy i nabywcy na hurtowym rynku roślin ozdobnych w Polsce*, Praca magisterska. SGGW.
- Trojanowski T. 2011: *Pośrednicy oraz rodzaje kanałów dystrybucji*, „Logistyka”, 6, s. 3809-3815.
- Van Liemt G. 2000: *The World cut flower industry: Trends and prospects*. International Labour Office. Geneva. www.unevoc.org, odczyt: 05.2014.
- Van der Vorst J.G.A.J., Bloemhof J.M., de Keizer M. 2012: *Innovative Logistics Concepts in the Floriculture Sector*. Wageningen University, <http://centmapress.ilb.uni-bonn.de/ojs/index.php/proceedings/article/viewFile/236/217>, odczyt: 02.2014.
- Wijnands J. 2005: *Sustainable International Networks in the Flower Industry*. Bridging Empirical Findings and Theoretical Approaches. Scripta Horticulturae 2. International Society for Horticultural Science. Belgium. www.actahort.org/chronica/pdf/sh_2.pdf, odczyt: 03.2010.

Lilianna Jabłońska, Dawid Olewnicki, Maria Roguska

THE WHOLESALE MARKET IN POLAND IN THE SUPPLY CHAIN NETWORK OF CUT FLOWERS AND POT PLANTS

Summary

The aim of the research was to determine the distribution chain of ornamental plants traded on the wholesale market in Poland and to evaluate the importance of each link. Suppliers and buyers were identified. An estimation of the contribution of each source and channel of sales (in the total supply) was performed. The suppliers were characterized in terms of range of products offered, and in the case of producers also in terms of the scale of production. The studies have shown a decrease in the role of the wholesale market in ornamental plant distribution in Poland. There is now a link in the supply chain between small suppliers and small customers, which, with further concentration of demand in the floriculture retail market, will reduce the role of the wholesale market yet further.

Adres do korespondencji:

Prof. dr hab. Lilianna Jabłońska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

Wydział Ogrodnictwa, Biotechnologii i Architektury Krajobrazu

Samodzielna Pracownia Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa

ul Nowoursynowska 166, Warszawa

tel. (22) 843 10 51

e-mail: lilianna_jablonska@sggw.pl