

ZMIANY NA RYNKU PRZEDSIĘBIORSTW USŁUG OGRODNICZYCH W POLSCE W LATACH 2004-2009

Changes on the horticultural services market in Poland in 2004-2009

E w a M a t e j e k

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

ul. Nowoursynowska 159, 02-776 Warszawa

e-mail: ewa_matejek@sggw.pl

ABSTRACT

This article presents the results of studies concerning the functioning of small and medium enterprises in Poland in 2004-2009. Due to high elasticity and high speed of adaptation to changing conditions they have been one of the main forces of economic growth. The article focuses on the development and functioning of companies which operate on the horticultural services market. The studies have shown that in 2009 the number of companies was 112.8% higher than in 2004. The greatest increase, by 160%, has occurred in garden design services. The aim of the article is to present the changes in the quantity and territorial growth of companies in the horticultural services market in Poland in recent years.

Key words: economic activity, services market, horticultural company

WSTĘP

Stworzenie własnego przedsiębiorstwa i kierowanie nim może być efektem różnych czynników. Z jednej strony taka forma aktywności może być wyborem świadomym, a pomysł na jej prowadzenie może wynikać z tradycji rodzinnych, wykształcenia, własnych umiejętności, poszukiwania niezależności, chęci zrealizowania własnych marzeń i ambicji, występowania nisz i okazji rynkowych, wynikających z niepełnego zaspokojenia popytu, obserwacji przedsięwzięć i wzorowania się na nich, a także chęci sprawdzenia się i sprawowania władzy nad innymi (Kowrygo

i in. 2008). Z drugiej zaś wybór ten może wynikać z pewnego przymusu związanego z trudnością znalezienia pracy lub brakiem dostatecznych dochodów. Decyzja o założeniu firmy, niezależnie od przyczyn jej powstania, powinna być zawsze dobrze przemyślana i przygotowana. Wymaga bowiem uwzględnienia wielu elementów, między innymi takich, jak: sposobu zarządzania firmą, radzenia sobie z zagrożeniami, które mogą się pojawić, a nade wszystko podjęcie decyzji, czym przedsiębiorstwo powinno się zajmować, wyznaczenie celów jego działania i przeanalizowanie ich realności. Przedsiębiorca powinien być otwarty na otoczenie i zorientowany na współpracę.

Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) stały się zasadniczym czynnikiem rozwoju ekonomicznego w państwach członkowskich Unii Europejskiej. Na przykład w 2004 roku stanowiły tam 99% istniejących przedsiębiorstw, realizując 65% obrotu, zatrudniając 66% ogółu zatrudnionych oraz generując 55% dochodu wszystkich przedsiębiorstw (www.ukie.gov.pl). MŚP odgrywają ważną rolę w rozwoju lokalnym i regionalnym. W porównaniu z dużymi przedsiębiorstwami są bardziej elastyczne pod względem dostosowania do zmieniających się warunków rynkowych, łatwiej uruchamiają niewykorzystane zasoby i szybciej przeprowadzają zmiany, co dodatkowo wpływa na ich zalety (Wiatrak 2007). Przedsiębiorstwa te są wspierane zarówno przez rządy poszczególnych państw, jak i odpowiednie instytucje Unii Europejskiej, nie tylko ze względu na ich znaczenie. Potencjał MŚP jest często zbyt mały, by mogły one samodzielnie i skutecznie realizować nowatorskie pomysły na biznes. Ponadto firmy te znacznie gorzej radzą sobie z wymaganiami prawno-regulacyjnymi niż organizacje działające na większą skalę (Matejek 2004).

Również w Polsce małe i średniej wielkości przedsiębiorstwa uważa się za siłę napędową gospodarki. Choć mają one zazwyczaj niewielki zasięg działania, to jednak wywierają duży wpływ na otoczenie, w którym funkcjonują, a ich ogromna liczba nadaje sektorowi MŚP duże znaczenie w kształtowaniu gospodarki. Po przystąpieniu do Unii Europejskiej, Polska może korzystać z programów, które wspierają rozwój małych i średnich przedsiębiorstw, co wpływa między innymi na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstw w tym sektorze (Chądzyński 2008).

W Polsce sektor MŚP to przede wszystkim firmy, działające w takich branżach, jak: handel hurtowy i detaliczny, produkcja przemysłowa oraz przede wszystkim usługi, w tym także usługi ogrodnicze.

METODY BADAŃ

Badaniami objęto MŚP w Polsce oraz firmy tego typu zarejestrowane w branży ogrodniczej. Materiały wyjściowe do badań stanowiły dane statystyczne GUS, dane udostępnione na stronach internetowych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (www.parp.gov.pl) oraz dodatkowo dane (dotyczące firm branży ogrodniczej, zarejestrowanych w poszczególnych województwach) zamieszczone na stronach internetowych Polskich Książek Telefonicznych (www.pkt.pl), największego wydawcy książek telefonicznych w kraju, który posiada aktualne informacje na temat firm i instytucji zlokalizowanych oraz aktualnie funkcjonujących na obszarze całego kraju. Firma ta wyróżnia cztery grupy firm usługowych z branży ogrodniczej: oferujące artykuły i sprzęt ogrodniczy, usługi ogrodnicze, zajmujące się projektowaniem ogrodów oraz oferujące meble i akcesoria ogrodowe. Ponieważ do grup oferujących usługi ogrodnicze i projektujących ogrody należały dokładnie te same przedsiębiorstwa, została ona przedstawiona jako jedna grupa zajmująca się projektowaniem ogrodów. Zebrane informacje dotyczyły lat 2004-2009. Dane te następnie poddano różnego rodzaju porównaniom.

W analizie wyników badań zastosowano metody matematyczno-statystyczne. Wszystkie końcowe wyniki zostały przedstawione w formie wykresów oraz tabel połączonych z opisem.

Ogólna charakterystyka badanych przedsiębiorstw

W Polsce po roku 1989 nastąpił dynamiczny rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw. W roku 2007 firmy te zdecydowanie dominowały liczebnością. Mikroprzedsiębiorstwa stanowiły 94,86% przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON, małe – 4,2%, średniej wielkości – 0,8% oraz duże – 0,14% przedsiębiorstw (łącznie wszystkich było 3 794 422, z czego aktywnych 1 777 076). Najszybciej wzrastała liczba przedsiębiorstw małych (1,9%) i mikroprzedsiębiorstw (1,4%). Bardzo nieznacznie wzrosła liczba przedsiębiorstw średnich (0,2%). W przedsię-

biorstwach dużych odnotowano wzrost o 0,06%. Największą aktywnością charakteryzowały się przedsiębiorstwa duże (59,3%), a najmniejszą małe (28,3%). Przedsiębiorstwa aktywne stanowiły około połowę mikroprzedsiębiorstw i przedsiębiorstw średnich (odpowiednio 47,6% i 51,1%) (Łapiński 2009).

W 2007 roku w stosunku do 2006 nieznacznie zmniejszyła się liczba przedsiębiorstw nowo powstałych (spadek o 0,8%). Wyraźnie szybciej spadała jednak liczba podmiotów zlikwidowanych (o 10,6%). Jedyne w przypadku mikro- i małych przedsiębiorstw liczba nowo powstałych jednostek była wyższa niż liczba przedsiębiorstw zlikwidowanych.

Wkład sektora MŚP w tworzenie produktu krajowego brutto wyniósł w tymże 2007 roku – 47,4%, w tym mikroprzedsiębiorstwa wytworzyły 30,1%, małe –7,3%, średnie zaś – 10% PKB. W sektorze MŚP dominują przede wszystkim przedsiębiorstwa sektora prywatnego. Wśród przedsiębiorstw średniej wielkości istotny wkład w PKB mają prywatne firmy produkcyjne sekcji przemysł oraz firmy działające w sekcji pośrednictwo finansowe. W pozostałych sekcjach dominują małe, prywatne przedsiębiorstwa prywatne (Żołnierski 2009).

Liczba małych i średnich przedsiębiorstw w poszczególnych województwach-regionach w Polsce jest dość wyraźnie zróżnicowana. Na to zróżnicowanie wpływa struktura gospodarcza, infrastruktura, chłonność rynków lokalnych, jakość i liczba instytucji otoczenia biznesu, a także dostępne dla przedsiębiorstw zasoby ludzkie czy kapitał intelektualny.

Poziom przeżywalności przedsiębiorstw, mierzony wskaźnikiem przeżycia pierwszego roku działalności, pozostawał relatywnie stały w okresie 2003-2007. Pasma wahań tego wskaźnika było niewielkie (od 61,5% do 67,6%). Przeżywalność przedsiębiorstw w dłuższym okresie dosyć dramatycznie spada w miarę kolejnych lat działalności przedsiębiorstw. Do 2007 roku przeżyło 66,5% powstałych w 2006 roku, natomiast zaledwie 24,6% powstałych w 2002 roku. Poziom przeżywalności przedsiębiorstw utworzonych w 2002 roku spada rocznie średnio o 24,4%.

Poziom przedsiębiorczości w Polsce, mierzony liczbą przedsiębiorstw na 1000 mieszkańców, w stosunku do innych krajów europejskich wypada przeciętnie. Według danych za rok 2005 Polska zajmuje 15 miejsce wśród 28 wybranych państw europejskich, z wartością nieco niższą od średniej unijnej. Poziom przedsiębiorczości mierzonej tym wskaźnikiem jest

najwyższy w Czechach, Portugalii i Grecji, najniższy natomiast na Słowacji, w Rumunii i Niemczech (Łapiński 2009).

Jak już wspomniano, duże znaczenie w sektorze MŚP mają firmy usługowe. Zgodnie z danymi GUS w roku 2007 przedsiębiorstwa prowadzące działalność usługową wytworzyły 64,5% ogółu wartości dodanej brutto całej gospodarki narodowej. Dały miejsca pracy około 55,9% ogółu pracujących. Wśród podmiotów prowadzących działalność usługową dominującą rolę odgrywają przedsiębiorstwa handlowe. Na koniec 2007 roku stanowiły one 40,8% ogólnej liczby podmiotów usługowych zarejestrowanych w REGON. Analizując sektor usługi najczęściej myśli się o usługach internetowych, telekomunikacyjnych czy finansowo-doradczych. Znacznie mniej zainteresowania poświęca się innym działalnościom usługowym, w tym dynamicznie rozwijającym się usługom ogrodniczym. Właśnie rynkowi usług ogrodniczych, firmom działającym w tej branży i ich charakterystyce według danych GUS, została poświęcona praca Olewnickiego (2009).

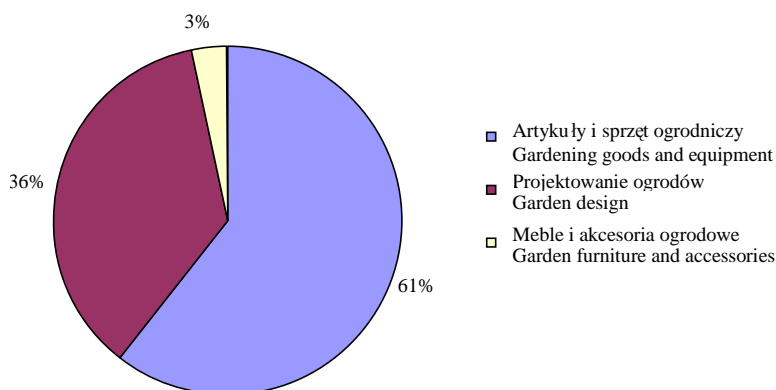
W dążeniu do dopełnienia obrazu rozwoju branży usług ogrodniczych przeprowadzono dalsze badania, zaprezentowane w niniejszym opracowaniu, korzystając jednak, jak już uprzednio wspomiano, z nieco odmiennej niż GUS klasyfikacji podmiotów funkcjonujących na tym rynku.

WYNIKI I DYSKUSJA

Z przeprowadzonych analiz wynika, że na polskim rynku jest najwięcej przedsiębiorstw oferujących rośliny, artykuły i sprzęt ogrodniczy (rys. 1). Do tej grupy należą centra ogrodnicze, autoryzowane sklepy, serwisy sprzętu ogrodniczego, hurtownie ogrodnicze, wypożyczalnie maszyn ogrodniczych, szkółki roślin ozdobnych, producenci podłoży ogrodniczych, dystrybutorzy nawozów i środków ochrony roślin.

Drugą co do wielkości grupą są firmy projektujące i aranżujące ogrody. W ich ofertach można znaleźć nie tylko klasyczne ogrody skalne, bylinowe czy leśne, ale także projekty nasadzeń roślin na dachach, tarasach czy we wnętrzach. Przedsiębiorstwa te oferują takie usługi, jak brukarstwo i układanie kostki, zakładanie oczek, fontann, wodospadów,

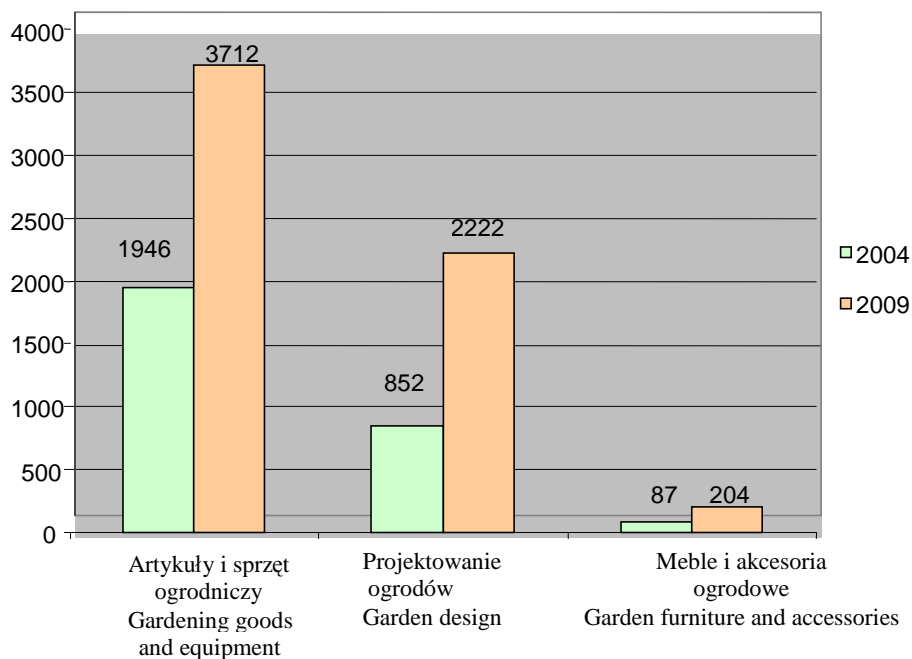
systemów automatycznego nawadniania, oświetlenie ogrodu, zakładanie trawników, projektowanie murków i grilli ogrodowych oraz przesadzanie drzew. Firmy z tej grupy branżowej zajmują się głównie projektowaniem, ale także oferują pielęgnację gotowych ogrodów polegającą na koszeniu trawników, odchwaszczaniu rabat, ochronie przed szkodnikami i chorobami, wysokościowej pielęgnacji drzew oraz zabezpieczaniu zieleni na okres zimowy.



źródło/source: Kubiak J., 2009

Rysunek 1. Procentowa struktura firm branży usług ogrodniczych w Polsce w 2009 roku – Profiles and percentage market share of companies in the horticultural services sector in Poland in 2009.

Trzecia, najmniej liczna grupa przedsiębiorstw ogrodniczych oferuje akcesoria i sprzęt ogrodowy. Do tej grupy należą sklepy z meblami ogrodowymi, zakłady produkcyjno-handlowe, centra handlowe, zakłady kształtowania terenów zieleni, hurtownie sztucznych kwiatów i mebli ogrodowych, zakłady drzewne, sklepy z galanterią ogrodową oraz przedsiębiorstwa produkcji drzewnej. Firmy te zajmują się także produkcją poduszek na meble ogrodowe, sprzedają lamp ogrodowych i wyrobów architektury ogrodowej.



źródło/source: Gałązka M. 2005 i Kubiak J. 2009

Rysunek 2. Porównanie liczby przedsiębiorstw branży usług ogrodniczych w latach 2004 i 2009 – Comparison of the numbers of companies in the horticultural services sector in 2004 and 2009

W porównaniu z latami poprzednimi odnotowuje się znaczny wzrost zakładanych przedsiębiorstw świadczących usługi ogrodnicze (rys. 2). W 2009 roku liczba przedsiębiorstw projektujących ogrody wzrosła o 160,8% w porównaniu z rokiem 2004 (Gałązka 2005). W ostatnich pięciu latach nastąpił także znaczny przyrost firm oferujących meble i akcesoria ogrodowe, aż o 134,5%. W tym też okresie najmniej wzrosła liczba przedsiębiorstw sprzedających artykuły i sprzęt ogrodniczy (o 90,7%).

Wzrost liczby przedsiębiorstw branży ogrodniczej jest spowodowany większym popytem ze strony konsumentów. Mieszkańcy naszego kraju chętniej niż dotychczas zakładają ogrody, ponieważ wzrasta ich świadomość, poczucie estetyki, ale także ze względu na panującą modę na

ogrody przydomowe. Większy popyt jest spowodowany również wzrostem zamożności i chęcią korzystania z dóbr wyższego rzędu. Architekci krajobrazu wychodzą naprzeciw oczekiwaniom klientów, którzy mają coraz wyższe wymagania co do jakości oferowanych projektów i poszukują nowych ciekawych odmian roślin. Znaczny wzrost przedsiębiorstw świadczących usługi ogrodnicze jest dowodem na to, że coraz więcej osób korzysta z profesjonalnych usług firm projektujących ogrody oraz kupuje rośliny w branżowych sklepach i centrach ogrodniczych.

Dane dotyczące aktualnej liczby przedsiębiorstw branży ogrodniczej funkcjonujących w poszczególnych województwach (tab. 1) wskazują, że rozmieszczenie przedsiębiorstw usługowych tej branży zależy głównie od popytu i zamożności klientów.

Najwięcej przedsiębiorstw niezmiennie znajduje się w województwie mazowieckim, co jest związane z najwyższymi krajowymi dochodami mieszkańców Warszawy oraz dużą liczbą zamieszkującej ten teren ludności. W tym województwie najbardziej też jest rozwinięta „infrastruktura biurowa”, co wiąże się z zagospodarowaniem terenów wokół przedsiębiorstw, zakładów, a także szkół. Z kolei duża liczba nowo powstających osiedli, które coraz częściej otoczone są bogatą zielenią, stwarza nowe miejsca pracy dla architektów krajobrazu. Wszystko sprawia, że województwo mazowieckie przoduje w rankingu pod względem liczby przedsiębiorstw branży ogrodniczej.

Drugie pod względem liczby firm związanych z usługami ogrodniczymi jest województwo wielkopolskie. Duża liczba firm w tym województwie jest spowodowana bliskością zachodniej granicy, co zapewnia szybki dowóz roślin z zagranicznych firm, powoduje intensywniejszy rozwój handlu, a także łatwiejszy dopływ kapitału inwestycyjnego. W 2004 roku na drugim miejscu znajdowało się województwo śląskie, które obecnie znajduje się na czwartym miejscu. Spadek tempa zakładania firm z branży ogrodniczej może być spowodowany nasyceniem rynku na tego rodzaju usługi.

Na trzecim miejscu znajduje się obecnie województwo pomorskie. W 2004 roku zajmowało ono siódmą lokatę i jako jedyne przesunęło się o cztery pozycje w klasyfikacji. Szybki rozwój firm jest spowodowany, podobnie jak w przypadku województwa wielkopolskiego, bliskością

zachodniej granicy, a także dogodnej sieci komunikacyjnej pomiędzy Gdańskiem, Gdynią, Sopotem, a innymi dużymi miastami w Polsce.

T a b e l a 1

Przedsiębiorstwa należące do branży usług ogrodniczych w poszczególnych województwach w 2004 i 2009 roku – Companies in the horticultural services sector in the individual provinces of Poland in 2004 and 2009

Województwo Province	Przedsiębiorstwa Enterprises						Suma przedsiębiorstw Total number of enterprises		Lokata wg sumy przedsiębiorstw Place in terms of the number of enterprises	
	artykuły i sprzęt ogrodniczy gardening goods and equipment		projektowanie ogrodów garden design		meble i akcesoria ogrodowe garden furniture and accessories					
	2004	2009	2004	2009	2004	2009	2004	2009	2004	2009
Dolnośląskie	120	238	87	200	12	12	219	450	5	5
Kujawsko-Pomorskie	99	162	31	105	3	17	133	284	10	9
Lubelskie	113	221	39	68	0	6	152	295	8	8
Lubuskie	40	98	19	59	1	6	60	163	15	13
Łódzkie	120	256	54	128	6	10	180	394	6	7
Małopolskie	144	293	72	133	5	14	221	440	4	6
Mazowieckie	306	588	152	440	16	20	474	1048	1	1
Opolskie	70	111	24	21	1	2	95	134	12	15
Podkarpackie	100	185	19	55	6	9	125	249	11	10
Podlaskie	63	113	15	42	3	5	81	160	14	14
Pomorskie	104	350	61	264	6	28	171	642	7	3
Śląskie	221	359	123	258	12	23	356	640	2	4
Świętokrzyskie	43	89	10	32	1	4	54	125	16	16
Warmińsko-Mazurskie	68	121	20	73	1	12	89	206	13	12
Wielkopolskie	247	379	85	272	9	31	341	682	3	2
Zachodniopomorskie	88	149	41	72	5	5	134	226	9	11
Razem – Total	1946	3712	852	2222	87	204	2885	6139	-	-

źródło – source: opracowanie – compiled by Gałązka M. 2005 i Kubiak J. 2009

Na ostatnim miejscu niezmiennie od 2004 roku plasuje się województwo świętokrzyskie, które jest stosunkowo mało zurbanizowane, a znaczna część ludności żyje tu poza obszarami miejskimi. Kontakt z otaczającą naturą, bliskość pól i lasów powodują brak istotnie dużych potrzeb zakładania ogrodów i zmian w środowisku naturalnym.

PODSUMOWANIE

1. Małe i średnie przedsiębiorstwa ze względu na dużą ich elastyczność i szybkość w dostosowaniu się do zmiennych warunków gospodarowania są jednym z głównych motorów rozwoju gospodarczego. W ostatnich latach (2003-2007) największy wpływ na przyrost liczby wszystkich firm miały mikroprzedsiębiorstwa (94,2%), a następnie małe przedsiębiorstwa (5,6%), w przeciwieństwie do średnich i dużych (po 0,1%).

2. W ciągu ostatnich pięciu lat istotne zmiany nastąpiły również w branży ogrodniczej. W porównaniu z 2004 rokiem w 2009 roku jest o 160,8% więcej przedsiębiorstw projektujących ogrody oraz o 134,5% więcej firm oferujących meble i akcesoria ogrodowe. Najmniej wzrosła liczba przedsiębiorstw sprzedających artykuły i sprzęt ogrodniczy (o 97,7%). Zwiększająca się liczba przedsiębiorstw z branży ogrodniczej jest spowodowana większym popytem ze strony konsumentów. Klienci zakładają ogrody, ponieważ wzrasta ich świadomość, poczucie estetyki, ale także ze względu na panującą modę na ogrody przydomowe. Większy popyt jest też spowodowany ogólnym wzrostem zamożności.

3. Najwięcej przedsiębiorstw w branży ogrodniczej niezmiennie znajduje się w województwie mazowieckim, co wiąże się z najwyższymi krajowymi dochodami oraz dużą liczbą zamieszkującej je ludności. W 2009 roku na drugim miejscu pod względem liczby firm związanych z usługami ogrodniczymi znajduje się w województwie wielkopolskim. Na ostatnim miejscu niezmiennie od 2004 roku plasuje się województwo świętokrzyskie, które jest stosunkowo mało zurbanizowane, a znaczna część ludności żyje tu poza obszarami miejskimi.

LITERATURA

- Chądzyński M. 2008. Wpływ małych i średnich przedsiębiorstw na wzrost gospodarczy w Polsce w latach 1995-2005. Roczn. Nauk. Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu – SERiA, X(3): 57-61.
- Gałązka M. 2005. Rynek usług ogrodniczych w Polsce w latach 2003-2004. Praca magisterska zrealizowana w SGGW w Samodzielnej Pracowni Ekonomiki i Organizacji Ogrodnictwa w Warszawie.
- Kowrygo B., Górska-Warsewicz H., Świątkowska M. 2008. Podstawy organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem. Wyd. SGGW. Warszawa, 62-70.
- Kubiak J. 2009. Zakładanie i funkcjonowanie przedsiębiorstw ogrodniczych. Praca magisterska zrealizowana w SGGW w Samodzielnej Pracowni Ekonomiki i Organizacji Ogrodnictwa w Warszawie.
- Łapiński J. 2009. Liczba zarejestrowanych i aktywnych MŚP. [w:] Żoźnierski A. (red.): Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008. PARP.
- Matejek E. 2004. Zmiany prawno-podatkowe w zasadach funkcjonowania sektora małych i średnich przedsiębiorstw w związku z przystąpieniem Polski do UE. [w:] Kowrygo B. (red.): Nowoczesne zarządzanie i marketing w rozwoju przedsiębiorstw sektora rolno-spożywczego. Mat. Konf., Wydawnictwo SGGW.
- Olewnicki D. 2009. Rynek firm usługowych zagospodarowania terenów zielonych w Polsce. Maszynopis. Samodzielna Pracownia Ekonomiki i Organizacji Ogrodnictwa SGGW.
- Wiatrak A. 2007. Małe przedsiębiorstwa – istota, cele, cechy i znaczenie. Współczesne zarządzanie 4: 40-50.
- Żoźnierski A. 2009. Znaczenie sektora MŚP w Polsce. [w:] Żoźnierski A. (red.): Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007-2008. PARP.
- www.parp.gov.pl.
- www.pkt.pl.
- www.ukie.gov.pl.