

## СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СФЕРИ ФЛОРИСТИКИ

Вінницький національний технічний університет

### Анотація:

У статті проаналізовано сферу флористики та її основні тенденції.

**Ключові слова:** сфера флористики, ринок квітів, тенденції.

### Abstract:

The article analyzes the field of floristry and its main trends.

**Keywords:** the field of floristry, flower market, trends.

### Вступ

Флористика – це мистецтво створення естетичних та красивих букетів та композицій із різних видів квітів та інших рослин. Станом на сьогодні квітковий ринок стрімко розвивається. Вона є важливою у сфері оздоблення та декорування різних заходів та подій, наприклад дні народження, весілля, корпоративні заходи. Також вона є невід’ємною частиною галузі ландшафтного дизайну, що сприяє збереженню природи та навколишнього середовища. Галузь флористики може мати економічний вплив на суспільство, оскільки вона буде сприяти розвитку сільського господарства, а відповідно і забезпечить жителів сільських районів робочими місцями.

### Основна частина

Люди все більше взнають про квіти, надають їм перевагу при організації своїх святкувань, оскільки це більш екологічний, природний та красивий варіант, на відміну від, наприклад, кульок, пластикових чи паперових виробів. Споживачі купують букети та композиції на подарунок близьким або собі для створення домашнього затишку, замовляють квіткові інсталяції та арки для прикрашання кав’ярень, бенкетних залів, весільних церемоній, храмів та інших заходів.

Завдяки сегментованості сфери флористики, ринок є досить привабливим для потенційних учасників, оскільки є можливість задовольняти попит різних груп споживачів шляхом реалізації продукції різних видів в одному окремому сегменті (рис 1.) [1]

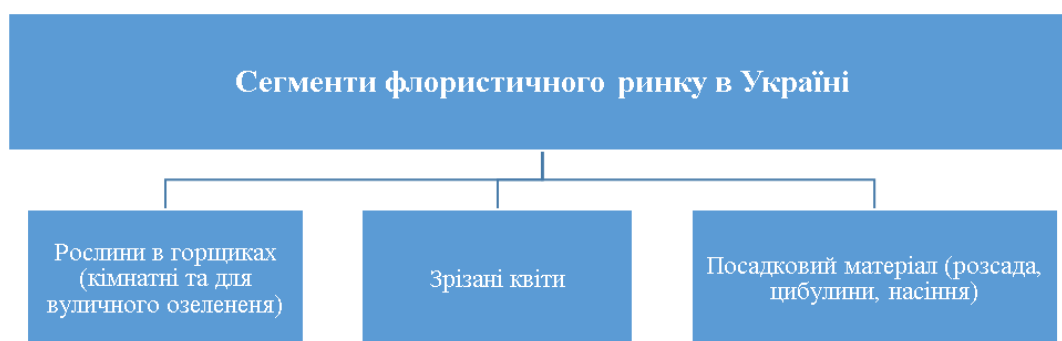


Рисунок 2.1 – Сегменти флористичного ринку в Україні

Найбільшим попитом користуються кімнатні квіти, які потребують найменших зусиль з догляду та квітучі рослини. Асортимент горщикових рослин в Україні є сталим, роками продаються одні й ті самі квіти, кожного року з’являється не більше 5% новинок. Більшу частину (близько 90%) імпортують із Голландії, Данії, Польщі та Італії. Зрізані квіти є також дуже популярними на даному ринку. Серед усіх зрізаних квітів більша частина в Україні імпортується, менша частина – це квіти внутрішнього

виробництва. В Україні в даному ринковому сегменті першість займає виробництво троянд, після них йде вирощування хризантем, еустоми, гербер, гвоздик та інших видів квітів. Наразі провідними українськими постачальниками є «Асканія-Флора», «Гандем», «Факт», «Камелія» та «Фрезія». Основні країни, з яких імпортують квіти в Україну – це Голландія (Нідерланди), Еквадор, Кенія, Колумбія, Ефіопія та Малайзія, також квіти постачають із Польщі, Ізраїлю, Італії, Франції, деякі екзотичні квіти – з Австралії, Мексики та Нової Зеландії. На рисунку 2 показано відсоткове співвідношення часток країн, які здійснюють міжнародну торгівлю квітами. [2]

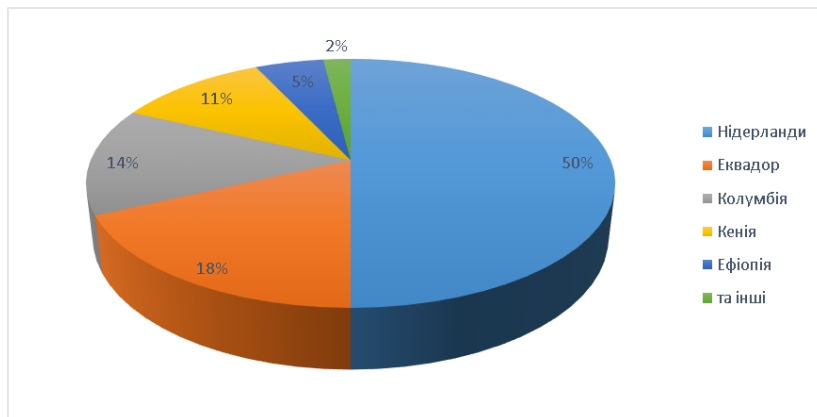


Рисунок 2 – Частки країн у міжнародній торгівлі квітами

Сезонність є важливим та вагомим чинником, який впродовж року впливає на продажі. Кількість вітчизняних виробників більша в період літа та осені, а імпортованих квітів більше у зимово-весняний період. Сезонну структуру ринку квітів за 2021 рік відображено на рисунку 3 [3]. Така тенденція зумовлена тим, що в холодний період витрати на вирощування квітів зростають, оскільки їх потрібно вирощувати в теплицях у спеціальних температурних умовах, відповідно зростає і ціна на них. Саме тому імпортні квіти в такий період мають можливість конкурувати, за рахунок чого їхня частка зростає.



Рисунок 3 – Сезонна структура ринку квітів в Україні

Те, що в Україні квітова продукція виготовляється в малих обсягах, можна пояснити несприятливими кліматичними умовами для вирощування деяких видів рослин та недостатнім забезпеченням підприємств спеціалізованою сучасною технікою, яка дозволила б вирощувати достатні

для конкуренції на світовому ринку обсяги квітів. Саме з цієї причини експорт живих горщиків та зрізаних квітів майже відсутній.

Аналіз квіткового ринку в Україні показує, що найрізноманітніший асортимент квітів знаходиться у столиці. Чим менший населений пункт, тим менша кількість магазинів і салонів та менший асортимент.

Параметром троянд та деяких видів квітів є довжина стебла, воно буває від 30 до 100 см. Високі троянди завжди дорожчі за короткі. Останні декілька років українці менше купують метрові троянди. Раніше це вважалося статусним, проте зараз відходить у минуле. Найбільш популярними наразі є квіти середньої довжини (40-60 см) з бутоном середнього розміру або кущові, оскільки вони більш зручні та користуються стабільним попитом. [4]

Сьогодні у флористиці активно використовуються різні види декору (крафтовий папір, калька, перламутр, каффін, стрічки) та сучасні способи упаковки композицій. Існує ряд основних тенденцій у флористиці сьогодні:

- Використання натуральних матеріалів. Флористи все частіше використовують додатково з квітами різноманітні гілки, ягоди, листя, фрукти та інші екологічні матеріали для створення композицій. Також користуються попитом букети із сухоцвітів, оскільки вони зберігаються протягом довгого часу та додають родзинки в інтер'єр.

- Створення композицій нестандартних форм. Флористи створюють витвори з квітів у вигляді живих стін, арок, використовують вази для виготовлення нестандартних композицій.

- Виготовлення композицій з використанням мінімалістичного дизайну, де використовується мінімальна різновидність квітів, проте надається багато уваги деталям та кольоровим поєднанням.

- Втілення різних стилів, наприклад сучасний з класичним, що робить композиції унікальними.

- Використання рослин, які вирощені без хімічних добрив та пестицидів, або за допомогою новітніх технологій.

- Зростання попиту на індивідуальні композиції, які закривають запит та потребу конкретного клієнта. Флористи, які роблять композиції за індивідуальними побажаннями, мають можливість збільшити кількість замовлень та прибутки відповідно.

- Розвиток онлайн-магазинів. Вихід на онлайн-платформи та соціальні мережі дозволяє збільшити обсяги продажів, аудиторію і кількість клієнтів.

Варто зазначити, що для покупців дуже важливою є якість та свіжість продукції. Також найчастіше квіти купують імпульсивно, коли проходять повз, тому варто звертати увагу на розташування торгових точок, оскільки від цього залежать обсяги продажів. Тому розвиток бренду зараз є досить важливим показником. [2]

Компанією Pro-Consulting у 2021 році було проведено аналіз квіткового ринку України. Його результати дозволили виділити основні канали реалізації, а саме:

- продуктові ринки та невеликі кіоски, які складають 60-70% продажу квітів завдяки відносно низьким цінам, свіжості продукції та зручному розташуванню на пішохідних зонах та прохідних місцях.

- фірмові квіткові магазини – вони займають частку 20-25% продажів, намагаються створити конкурентоспроможне співвідношення ціни та якості завдяки прямим контактам з виробниками та додатковим послугам, також вони мають досить високий рівень обслуговування;

- Супер- та гіпер-маркети, продуктові сегменти та сегменти DIY – на них припадає близько 5% від загального обсягу продажів; тут перевага віддається готовим букетам, оскільки клієнтам не потрібно шукати в іншому місці, і вони купують відразу з основним подарунком.

- інтернет-магазини – дуже зручний та вигідний варіант, оскільки вони можуть функціонувати як самостійно, так і як служби доставки офлайн-роздрібних магазинів; дозволяє на відстані доставляти квіти кур'єром, збільшити кількість клієнтів. [3]

## Висновки

Квітковий ринок є досить перспективним та рентабельним, проте українським виробникам варто збільшити асортимент квіткової продукції та додавати цікаві позиції, що дозволить змінити співвідношення вітчизняних та закордонних квітів та збільшити частку нашої продукції на ринку.

Українським флористам потрібно підлаштовуватись до нових вимог ринку та побажань споживачів, адаптуватися до постійних змін, використовувати новітні технології, екологічні матеріали

та знаходити індивідуальний підхід до кожного клієнта, щоб відповідати рівню професійності та обслуговування.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Квітковий рітейл: огляд ринку та нові тренди. *TradeMaster*. веб-сайт. URL: [https://trademaster.ua/ryinki\\_nonfood/312455](https://trademaster.ua/ryinki_nonfood/312455) (дата звернення 11.06.2023).
2. Бутко М. П., Соломаха І. В. Становлення вітчизняного ринку флористичної продукції в умовах євроінтеграції: монографія. Чернігів: ЧНТУ. 2019. URL: <http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/17025/%D0%91%D1%83%D1%82%D0%BA%D0%BE.%D0%A1%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%85%D0%B0.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 11.06.2023).
3. Аналіз ринку квітів в Україні: які квіти купують частіше і на які свята. *Pro-Consulting*. веб-сайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-cvetov-v-ukraine-kakie-cvety-pokupayut-chashe-i-na-kakie-prazdniki> (дата звернення 11.06.2023).
4. Боліла С. Ю., Кириченко Н. В. Маркетингові дослідження регіонального флористичного ринку як орієнтир для прийняття рішень щодо розвитку квіткового бізнесу. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390> (дата звернення 11.06.2023).

**Юрченко Марина Дмитрівна** - студентка групи П-19б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: [yurchenkomarina4@gmail.com](mailto:yurchenkomarina4@gmail.com).

**Білоконь Тетяна Миколаївна** — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: [tm.bilokon@gmail.com](mailto:tm.bilokon@gmail.com).

**Yurchenko Maryna** - student of group P-19b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [Yurchenkomarina4@gmail.com](mailto:Yurchenkomarina4@gmail.com)

**Tatiana Bilokon** - Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [tm.bilokon@gmail.com](mailto:tm.bilokon@gmail.com)