

Конкуренція серед гравців галузі сприяє постійному поліпшенню якості продукції, запровадженню інновацій у виробництві та у логістиці. Управління ланцюгами постачання, що передбачає створення оптимальних механізмів взаємодії між підприємствами квіткової галузі, має великий вплив на розвиток квіткової індустрії в цілому, але на даний момент є недостатньо ефективним. Крім того, сучасні підприємства квіткового бізнесу України зазнали значних матеріально-технічних та фінансових втрат у зв'язку з російською агресією, що вимагає від них пошуку шляхів оптимізації логістичної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання розвитку та проблематики ринку квітництва досі залишаються поза увагою науковців, хоча дана продукція має стабільно високу питому вагу у структурі вітчизняного бізнесу. Останнім часом активно досліджують означену проблематику зокрема такі вітчизняні вчені, як М. Бутко, С. Сорокіна, Ю. Віннічук, П. Лахай та інші. Щодо дослідження становлення, функціонування та регулювання ринку квіткової продукції, змістовними є праці таких вчених, як В. Баюри, Н. Гоцуєнко, С. Кваші, С. Крапиви, Ю. Михайлова, В. Ходарченка й інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Проблематика діяльності українських підприємств під час війни набула актуального вивчення, проте галузь квітництва на даний момент залишається недостатньо дослідженою. Водночас у зв'язку з повномасштабним вторгненням на територію України галузь зазнала суттєвих втрат, змінилися логістичні ланцюги постачання товарів з-за кордону та всередині країни, що потребує подальших досліджень та пошуку оптимальних шляхів вирішення існуючих проблем.

Формулювання цілей статті

Метою даної статті є дослідження особливостей функціонування та розвитку ринку квітів в Україні під час війни, визначення ланцюгів постачання та обґрунтування проблем та перспектив подальшого розвитку ринку квіткової продукції на основі сучасного логістичного підходу.

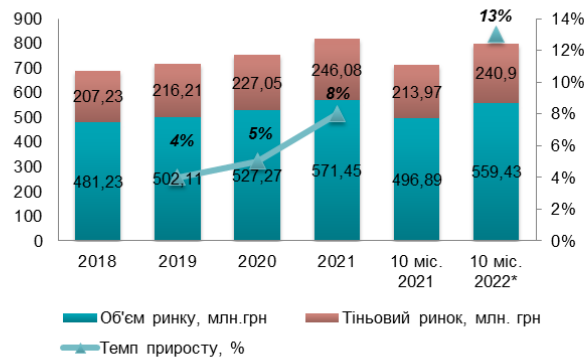
Виклад основного матеріалу

Умовно ринок квіткової продукції можна розділити на три основних сегменти: ринок зрізаних квітів; горщикової продукції та посадкового матеріалу. Ринок квітів України є переважно імпортозалежним, оскільки імпортується переважна більшість зрізаних квітів, практично весь посадковий матеріал – цибулини та насіння квітів, а також переважна більшість рослин у горщиках; розсада квітів частково імпортується, а частково вирощується в Україні з імпортованого посадкового матеріалу [3]. Крім того, в Україні налічується багато дрібних квіткових господарств і підприємств, визначити кількість яких дуже складно, тому що вони офіційно не декларують свою діяльність. Тому в українській галузі квітництва існує проблема – неможливість оцінити реальні обсяги виробництва квітів.

Квіткова індустрія на сьогоднішній день швидкими темпами розвивається та стає динамічною міжнародною галуззю. На це вказують статистичні українські та міжнародні дослідження. У 2010–2012 роках український квітковий ринок пережив спад (на 58%), що стало наслідком економічної кризи в Україні. У період 2013–2017 рр. ринок квітів почав відновлюватись, а у 2018–2019 рр. спостерігалась його відносна стабілізація [7]. Проте у 2020 році на квітковий ринок знову очікував важкий період, оскільки через карантинні заходи попит на квіткову продукцію різко впав, відповідно обсяги продажів значно зменшились, як і обсяги постачання квітів з-за кордону. Не дивлячись на усі проблеми, учасники квіткового ринку намагалися втримати свої позиції. У перші місяці повномасштабного вторгнення Росії в Україну попит на квіти не мав чіткої прогнозованості продажів та вираженої сезонності, як раніше. Більшість міст не постраждало від прямих бойових дій, проте поставки були обмежені через очікуване падіння попиту.

Статистика продажів, опублікована компанією Pro-Consulting, вказує на те, що динаміка продажів квітів у відносно спокійних містах (наприклад, місто Львів) за 10 місяців у 2022 році становила 559,43 млн грн, а до повномасштабного вторгнення цей показник налічував 496,89 млн грн. Можна припустити, що отримані результати характеризуються значним збільшенням цін за одиницю продукції, а не за продану кількість товару (рисунок 1). Крім того, до Львову виїхало багато переселенців, що також могло вплинути на обсяги продажів. Варто зазначити, що у регіонах України значна частка підприємств квіткового бізнесу належить індивідуальним підприємцям, які працюють за спрощеною системою оподаткування, тому продажі цієї групи статистикою не враховуються. Окрім того, в Україні існує велика кількість стихійної торгівлі квітами, яку неможливо врахувати, і яка є тіньовим сегментом ринку.

Динаміка продажів квітів у Львові в 2018 році - 10 місяців. 2022* у грошовому вираженні, млн грн, %



Джерело: за даними Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

Рис. 1. Динаміка продажів квітів за 2018-2022 роки

Український ринок квітництва представляє в переважній більшості товар, який має імпортне походження. Ринку притаманна характерна сезонність – обсяг імпортованих квітів більший у зимово-весняний період, а в літньо-осінній – переважає продукція вітчизняних виробників (рисунок 2).

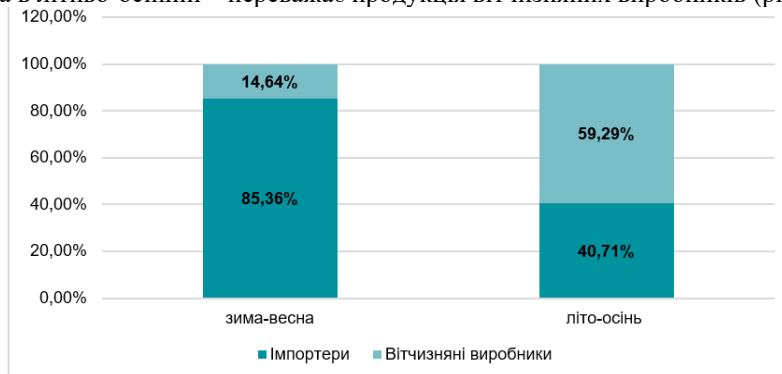


Рис. 2. Сезонна структура ринку квітів [1]

Основними країнами, з яких імпортують квіти в Україну є Голландія, Нідерланди, Колумбія, Еквадор, Кенія, Ефіопія, Малайзія; у меншій кількості квіти везуть з Ізраїлю, Італії, Польщі; а деякі екзотичні квіти постачають з Нової Зеландії, Австралії та Мексики [3].

Імпортовані квіти, перш ніж потраплять до споживача, долають довгий логістичний ланцюг. Більшість усієї квіткової продукції, яка представлена на українському ринку, закуповується на аукціоні Flora Holland у Голландії. Увесь логістичний шлях рослин починається в оранжереях або теплицях, де їх зрізають, пакують та завантажують у спеціально обладнані термофургони або ж до літаків, які транспортують квіти до місця проведення аукціону. Постачання квітів на аукціон відбувається щодня о 23:00, оскільки до 5:30 ранку квіти мають бути вивантажені, розпаковані та розкладені на конвеєрних лініях, де спеціальні датчики вимірюють розмір бутонів і довжину стебел.

Логістика квітів на аукціонах переважно автоматизована. О 6:00 ранку починається аукціон, лот вивозять до залу та на великому екрані транслюють інформацію про нього (сорт, виробник, кількість, довжина рослини, величина бутона та ціна). Великі обсяги обороту на торгах вимагають від учасників сучасних інноваційних логістичних рішень. Інформацію про кожну проведену угоду на аукціоні отримують працівники складу, які починають готувати куплену партію квітів до відправки. Вже ближче до 14:00 квіти зі складів аукціону упаковують та готують до транспортування за місцем призначення. Українські підприємці здійснюють закупівлі як одиничними коробками, палетами, так і багатотонними фурами. Загалом ланцюг постачання від компанії виробника квітів до кінцевого споживача в Україні схематично виглядає так, як показано на рисунку 3.

В магазини на території України квіти найчастіше потрапляють через польських посередників або через прямі закупівлі, які здійснюють великі українські торгові компанії, такі як «Камелія», «Украфлора», «Асканія-Флора», «Флорімаг».

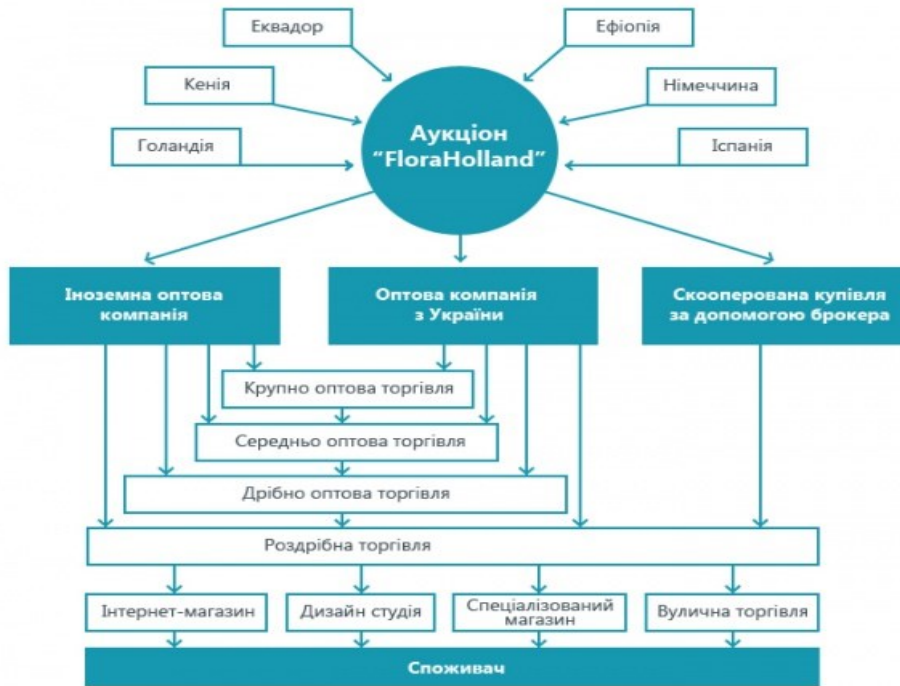
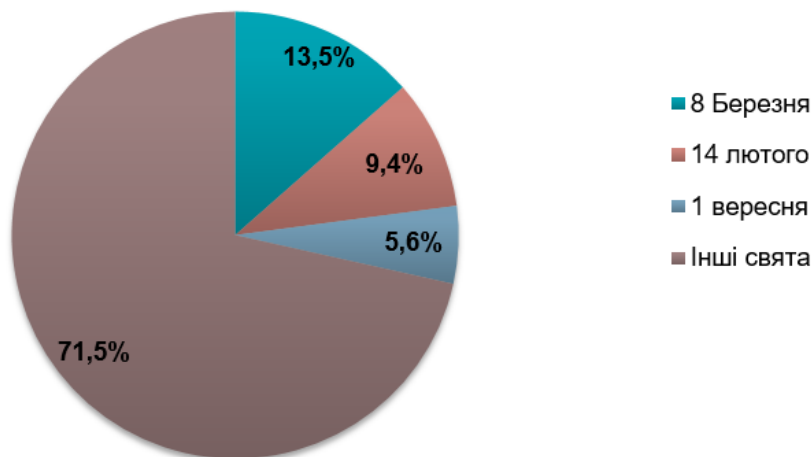


Рис. 3. Ланцюг постачання від компанії виробника квітів до кінцевого споживача в Україні [2]

За результатами аналізу ринку квіткового бізнесу в Україні, здійсненого компанією Pro-Consulting, основними каналами реалізації є: продуктові ринки та невеликі кіоски (60-70%), фірмові квіткові магазини (20-25%), супер- і гіпермаркети, продуктові та DIY-сегменти (5%). Отримані результати не мають суттєвих змін протягом останніх трьох років, включаючи майже рік повномасштабного вторгнення [1]. Структура продажів усіх каналів збуту вказує на те, що найбільше продажів здійснюється саме у святкові дні (рисунком 4).

Структура продажів зрізаних квітів в святкові дні в Україні



Джерело: Дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

Рис. 4. Структура продажів зрізаних квітів у святкові дні в Україні [1]

На території України в промислових масштабах найбільше вирощуються троянди та в незначній кількості тюльпани. Найбільшим виробником троянд в Україні, а також одним з провідних виробників троянд у Європі є «Асканія-Флора». Компанія зареєстрована у місті Києві, проте підприємство має функціонуючі відокремлені підрозділи-філії у м. Одеса та Львівській області та співпрацює з понад 1000 партнерів у всіх областях України. Фахівці компанії дбайливо ставляться до якості продукції, рівня обслуговування клієнтів та приділяють значну увагу удосконаленню логістичної діяльності підприємства [6].

Логістичні операції підприємства, що характеризуються відокремленою сукупністю певних дій для реалізації логістичних функцій, спрямовані на просування матеріального та інформаційного потоку в логістичній системі. До основних логістичних функцій виробників квітів можна віднести закупівлю, виробництво, збут, складування, транспортування, управління запасами.

Як стверджує практика та всі проведені дослідження, бізнес, що пов'язаний з квітами, може зазнавати величезних втрат, головним чином, через відсутність необхідного матеріально-технічного забезпечення для якісного транспортування та зберігання квітів. Компанія «Асканія-Флора» здійснює міжнародні перевезення, а також внутрішні перевезення по всій території країни у великих об'ємах автомобільним транспортом. Для транспортування даної продукції визначені обов'язкові режими температури та вологості, які забезпечуються у спеціальних ізотермічних вантажних відсіках або рефрижераторах.

При формуванні ланцюга постачання на ТОВ «Асканія Флора» застосовують такі ключові принципи успішної діяльності:

1. На підприємстві забезпечено стабільні та ефективні взаємозв'язки між усіма учасниками логістичної системи (від постачальника саджанців та насіння до перевізника вирощеної продукції).

2. Фахівцями були сформовані та покращені умови перевезень, визначено оптимальні сукупні витрати, затверджено стандарти якості перевезення (умови транспортування квітів, найкоротший маршрут до пунктів призначення, наявність гарантій та застосування найсучасніших технологій для транспортування).

До початку війни компанія постачала свою продукцію майже по всій території України (крім окупованої Луганської області, частини Донецької та Автономної Республіки Крим) (рисунком 5), проте після 24 лютого 2022 року компанія припинила свою збутову діяльність повністю.



Рис. 5. Регіони, в які постачалася продукція «Асканія-Флора» до 24.02.2022 р.

Частина площ, а саме 2,5 гектара, опинилась під постійними ракетними обстрілами та певний час знаходилась в окупації. При цьому, теплиці зазнали руйнувань, а частина рослин була знищена. Після відступу окупантів компанія почала налагоджувати свою діяльність. У червні 2022 року «Асканія-Флора» частково відновила роботу та почала постачати продукцію у відносно спокійні області України (рисунок 6).

Експорт «Асканії-Флори» до початку війни становив до 5% вирощеної продукції. Серед основних клієнтів були Польща, Литва та Німеччина. З початком повномасштабного вторгнення компанія припинила експорт квітів. У 2022 році компанія «Асканія-Флора» зазнала різкого зниження обсягів продажів та відповідно обсягів постачання [5].

Після відновлення роботи керівництву ТОВ «Асканія-Флора», а також іншим учасникам квіткового ринку довелося вирішувати проблеми логістики, шукати нові логістичні рішення щодо постачання, транспортування та збуту продукції. Проте, Асканія-Флора та інші учасники ринку, які мали найвищу адаптаційну здатність та швидко відреагували на зміни зовнішнього середовища, детально розробили нові маршрути, більш оптимальні та безпечні. Це дало змогу підприємствам постачати товар достатньо швидко, що є одним із важливих стандартів якості постачання в сфері квітництва.



Рис. 6. Регіони, які є клієнтами «Асканія-Флора» станом на березень 2023 року

Отже, розвитку ринку квіткової продукції в Україні перешкоджають наступні негативні фактори:

- 1) Війна з Росією призвела до втрати значних територій, де вироблялась квіткова продукція, велика кількість суб'єктів господарювання квіткового бізнесу припинили свою діяльність, відбулося падіння споживчого попиту на квіткову продукцію;
- 2) Відсутність узгодження зі стандартами ЄС в сфері реєстрації сортів рослин та захисту прав суб'єктів господарювання перешкоджає розвитку експорту квіткової продукції;
- 3) Високий ступінь тінізації квіткового бізнесу та наявність дрібних виробників, що не декларують свою діяльність;
- 4) Відсутність сучасних логістичних підходів в організації діяльності учасників ринку, недостатність комунікацій між ними;
- 5) Складність та тривалість процедури розмитнення квіткової та декоративної продукції перешкоджає зовнішньо-економічним відносинам в галузі квітництва.

Вирішенню зазначених проблем в галузі квіткової продукції сприятиме використання логістичного підходу в управлінні матеріальними та інформаційними потоками. При цьому, сучасна концепція логістики є важливим інструментом розвитку квіткового бізнесу України, оскільки ґрунтується на таких положеннях: реалізація принципу системного підходу; облік логістичних витрат протягом всього логістичного ланцюга; гуманізація технологічних процесів, створення сучасних умов праці; розвиток системи сервісу на сучасному рівні; здатність логістичних систем до адаптації в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Загалом в довоєнний період ринок квітів вважався перспективним і рентабельним сектором української економіки, проте недосконалим та невеликим за обсягом. Серед недоліків даного ринку слід відзначити відсутність чітко сформованих логістичних ланцюгів між учасниками логістичного процесу. У той час як на сталих ринках економічно розвинених країн світу між ними існує чітка спеціалізація та взаємодія.

Крім того, власникам квіткового бізнесу в Україні слід оперативно реагувати на вимоги споживачів та виклики зовнішнього середовища. Щоб втримати конкурентні позиції на ринку, учасникам квіткового ринку необхідно використовувати сучасні логістичні підходи до управління матеріальними та інформаційними потоками, що сприятиме оптимізації комплексу логістичних функцій, зокрема таких, як транспортування, складування і збут.

Щодо закупівлі товарів для квітництва за кордоном, на нашу думку, варто зменшити обсяги постачання через посередників, при цьому збільшити обсяги прямих закупівель з аукціонів та через мережу Інтернет, що дозволить знизити кінцеву вартість продукції. Крім того, українським виробникам квітів необхідно розширити асортимент продукції, що дасть можливість змінити співвідношення вітчизняної та імпортованої продукції на користь вітчизняної. Необхідно розвивати дистрибуцію у всіх секторах ринку декоративних рослин і зрізаних квітів, сприяти розвитку логістичних мереж, здатних забезпечити споживачів якісною квітковою продукцією.

Література

1. Chaikovska I., Fasolko T., Vaganova L., Barabash O. Economic-mathematical tools for building up a project team in the system of company's knowledge management. Eastern-European journal of enterprise technologies. 2017. № 3/3 (87). P. 29–37.
2. Аналіз ринку квітів в Україні: які квіти купують частіше і на які свята. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-cvetov-v-ukraine-kakie-cvety-pokupayut-chashe-i-na-kakie-prazdniki>
3. Embassy of the Kingdom of the Netherlands. Ринок квітів та декоративних рослин в Україні. Повний звіт. Київ, 2019. URL: https://www.agroberichtenbuitenland.nl/binaries/agroberichtenbuitenland/documenten/publicaties/2019/04/17/ua-psd-ornamental-study/Ornamental_Market+Study_SHORT_UA+final.pdf
4. Аналіз ринку роздрібної торгівлі квітами у Львові. 2022 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-roznychnoy-torgovli-cvetami-vo-lvove-2022-god>
5. Як квіти потрапляють в Україну. URL: https://biz.censor.net/resonance/3054437/yak_kviti_potraplyayut_v_ukranu
6. "Люди купують троянди навіть у війну, це дозволяє нам платити зарплати", – власник компанії "Асканія-Флора" Валерій Горбань. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/obshhestvo/2023-02-14/5779117-lyudi-kupuyut-troyandi-navit-u-viynu-tse-dozvolyaie-nam-platyty-zarplaty>
7. Звіт про управління за 2020 рік товариства з обмеженою відповідальністю «Асканія-Флора». URL: https://ascania-flora.ua/zvit_pro_upravlinnia_2020.pdf
8. Бутко М.П., Соломаха І.В. Становлення вітчизняного ринку флористичної продукції в умовах євроінтеграції : монографія. – Чернігів : ЧНТУ, 2017. – 294 с.

References

1. Chaikovska I., Fasolko T., Vaganova L., Barabash O. Economic-mathematical tools for building up a project team in the system of company's knowledge management. Eastern-European journal of enterprise technologies. 2017. № 3/3 (87). P. 29–37.
2. Analiz rynku kvitiv v Ukraini: yakii kvity kupuiut chastishe i na yakii sviata. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-cvetov-v-ukraine-kakie-cvety-pokupayut-chashe-i-na-kakie-prazdniki>
3. Embassy of the Kingdom of the Netherlands. Rynok kvitiv ta dekorativnykh roslin v Ukraini. Povnyi zvit. Kyiv, 2019. URL: https://www.agroberichtenbuitenland.nl/binaries/agroberichtenbuitenland/documenten/publicaties/2019/04/17/ua-psd-ornamental-study/Ornamental_Market+Study_SHORT_UA+final.pdf
4. Analiz rynku rozdrubnoi torhivli kvitamy u Lvovi. 2022 rik. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-roznychnoy-torgovli-cvetami-vo-lvove-2022-god>
5. Yak kvity potrapliaiut v Ukrainu. URL: https://biz.censor.net/resonance/3054437/yak_kviti_potraplyayut_v_ukranu
6. "Liudy kupuiut troiandy navit u viinu, tse dozvoliaie nam platyty zarplaty", – vlasnyk kompanii "Askaniia-Flora" Valerii Horban. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/obshhestvo/2023-02-14/5779117-lyudi-kupuyut-troyandi-navit-u-viynu-tse-dozvolyaie-nam-platyty-zarplaty>
7. Zvit pro upravlinnia za 2020 rik tovarystva z obmezhenoiu vidpovidalnist «Askaniia-Flora». URL: https://ascania-flora.ua/zvit_pro_upravlinnia_2020.pdf
8. Butko M.P., Solomakha I.V. Stanovlennia vitchyznianoho rynku florystychnoi produktsii v umovakh yevrointehratsii : monohrafiia. – Chernihiv : ChNTU, 2017. – 294 s.