

УДК 339.1:745.9

М. П. Бутко, І. В. Соломаха

Теоретичні засади становлення ринків флористичної продукції

Уточнено визначення поняття «флористичного ринку», представлені складові флористичних ринків. Удосконалена система принципів побудови відносин та функцій ринку флористичної продукції. Визначено комплекс найважливіших ознак класифікації системи ринків флористичної продукції та критеріїв її структурування.

Ключові слова: флористичний ринок, декоративне садівництво, ринок продукції квітникарства, флористика, дизайн, функції флористичного ринку, класифікація флористичного ринку.

Питання регулювання і формування ринків продуктів сільського господарства висвітлили у своїх роботах провідні вітчизняні науковці: О. М. Бородіна, Л. В. Дейнеко, М. Я. Дем'яненко, С. М. Кваша, І. В. Кобута, М. Ф. Кропивко, П. А. Лайко, В. П. Галушко, А. С. Лисецький, Ю.Я. Лузан, А. Г. Мазур, Л. О. Мармуль, О. М. Могильний, Д. С. Олійник, П. Т. Саблук, М. П. Сичевський та багато інших. Проте ринок продукції квітникарства, який також належить до сільського господарства, досі залишається поза увагою вчених. Ця особлива продукція емоційного сприйняття давно увійшла в наше життя і зайняла в ньому вагоме місце. У системі єдиного ринку країни флористична галузь належить до числа невеликих за об'ємом, але дуже перспективним і динамічно зростаючим ринком. У зв'язку з навколишнім культом краси, флористика є галуззю, яка міцно розвинулася в останнє десятиріччя в Україні та в інших країнах пострадянського простору і заслуговує на увагу науковців, оскільки своєю продукцією забезпечує чуттєві потреби населення і їх емоційний стан у цілому та є, безперечно, привабливою як для вітчизняних підприємців, так і для іноземних компаній.

Останнім часом українські вчені С. В. Сорокіна, В. І. Баюра, С. М. Кваша, В. А. Ходарченко почали дослідження проблем на ринку квітникарства в Україні та особливостей митного оформлення квіткової продукції під час переміщення через кордон, але цього недостатньо. Вважаємо, що важливим є подальше системне вивчення цього специфічного сектора економіки з перспективою його подальшого вдосконалення.

Метою статті є розвиток теоретичних понять, системи принципів побудови відносин та визначення комплексу найважливіших ознак класифікації системи ринків флористичної продукції та критеріїв її структурування.

У міру розвитку флористичного ринку необхідно уточнювати та наповнювати новим змістом теоретичні його трактування та формулювання. Тлумачення поняття «флористика» необхідно розмежовувати на різних рівнях. З погляду буденної свідомості, флористика – це різновид декоративно-прикладного мистецтва, яке втілюється у створенні флористичних робіт (букетів, композицій, панно, колажів) з різноманітних природних матеріалів (квітів, листя, трав, ягід, плодів, горіхів і т. д.), які можуть бути живими, сухими або консервованими [1]. В широко-

© М. П. Бутко, І. В. Соломаха, 2012.

му розумінні «флористичний ринок» (*the floral industry*) – це квіткова галузь, яка є однією з основних галузей промисловості в багатьох країнах, що розвиваються. Квітникарство як галузь бере свій початок з кінця ХІХ ст. в Англії, де квіти вирощували в великих масштабах на величезних маетках. Сучасна квіткова галузь є динамічною, глобальною, швидко зростаючою промисловістю, яка досягла значних темпів зростання протягом останніх кількох десятиліть. У 1950 р. світовий обсяг торгівлі квітами був менший, ніж 3 млрд. дол. США. До 1992 р. він виріс до 100 млрд. дол. США. В останні роки, темпи зростання квіткової галузі – шість відсотків на рік, а світовий обсяг торгівлі в 2003 р. склав \$ 101 840 000 000 [1].

Вважаємо, що ототожнювати ринок флористичної продукції з квітковим ринком не можна, тому що він є значно більшим конгломератом сукупності ринків: квіткової продукції, декоративної продукції садівництва, ландшафтного дизайну, флористики, супутніх товарів, виробничих ресурсів, добрив, хімічних препаратів для рослин тощо. Недоречність ототожнення понять «ринок флористичної продукції» та «ринок квітникарства» пояснюється в першу чергу тим, що частина товарних ринків, яка пов'язана з оборотом засобів виробництва та флористичних послуг, має значні відмінності від специфічних товарних квіткових ринків.

Що стосується функціонування ринків флористичної продукції, то вони забезпечуються сукупністю обмінних товарно-грошових операцій щодо продукції квітникарства та садивного матеріалу як підгалузі рослинництва (підклас 01.12.0 згідно з класифікацією видів економічної діяльності), продуктів її перероблення, супутніх товарів, обладнання та флористичних послуг. Система відносин, пов'язаних з їх виробництвом (вирощуванням), дорощуванням, зберіганням, переробленням, розподілом, фітодизайном та реалізацією, а також задоволенням потреб кінцевих споживачів, створюють ринок флористичної продукції.

З іншого боку, ринок флористичної продукції можна визначити як сукупність відокремлених субринків, що функціонують з метою забезпечення вирощування та вільного обігу продукції квітникарства.

Таким чином, сутність та взаємозв'язок досліджуваних понять можна відобразити за допомогою такої схеми (рис. 1).

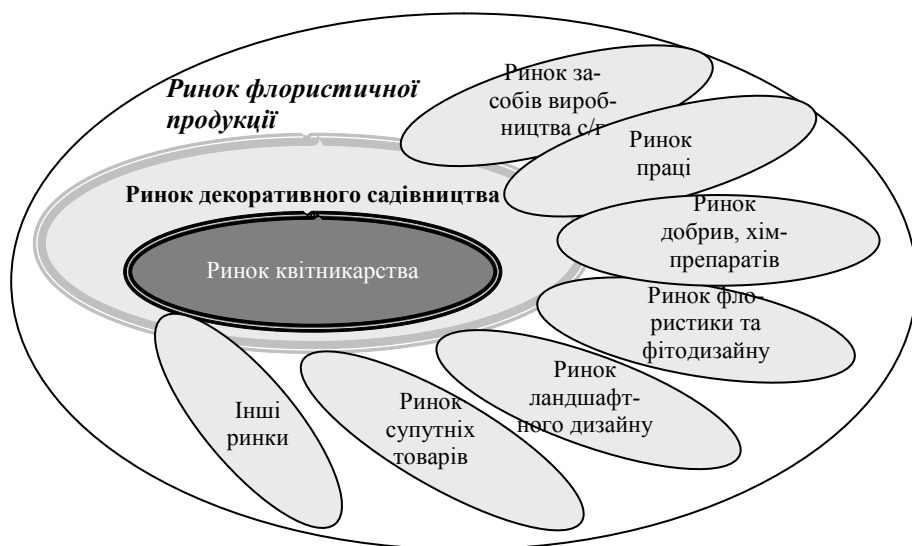


Рис. 1. Схема взаємозв'язку понять «флористичний ринок» та «ринок квітникарства» (Розроблено авторами)

На наш погляд, *ринок флористичної продукції* (в економічному аспекті) – це система економічних відносин між виробниками / продавцями і покупцями та посередниками з приводу організації виробництва, купівлі-продажу флористичних товарів та надання послуг, їх споживання, а також привласнення на цій основі необхідного і додаткового продукту.

Слід зазначити, що поняття «флористичний ринок», як і поняття «ринок» – дуже багатогранна підкатегорія, до визначення якої можна підходити на основі різних наукових теорій (рис. 2). Кожне таке визначення розкриває нову специфічну рису явища, яке розглядається.

Основною метою функціонування флористичного ринку є формування ефективного ринкового механізму реалізації флористичної продукції, продуктів її переробки (консервування) та послуг товаровиробниками усіх форм власності; позитивного впливу на якість і естетичність продукції, рівень її кінцевої ціни та задоволення потреб споживачів; сприяння конкуренції на споживчому флористичному ринку.

Ринок флористичної продукції, як і всі інші ринки [2], формується та функціонує на основі таких *загальних принципів*: економічна самостійність; економічна рівність; економічна відповідальність; свобода вибору; конкурентоспроможність; транспарентність, екологічна безпечність, інноваційність, ресурсоефективність, естетичність, інвестиційна привабливість, комплексність виробництва і послуг.

З огляду на специфіку флористичного середовища вважаємо, що ринку флористичної продукції властиві також свої *специфічні ознаки*, які базуються на:

- необхідності підвищення культури споживання та використання квіткового, рослинного і садивного матеріалу;
- гармонізації життєдіяльності споживачів і флори;
- вирощуванні в Україні всієї продукції декоративного садівництва, окрім екзотичної;
- зацікавленості в довгострокових контрактах на реалізацію продукції, в тому числі експортних;



Рис. 2. Наукові трактування поняття «ринок флористичної продукції»
(Складено авторами)

- точковому контролю за рухом продукції на усіх ланках маркетингового ланцюга (від виробничих одиниць до кінцевого споживача);
- формуванні партій товару для конкретного замовника за вимогами стандартів і технічних умов продукції та з урахуванням можливостей інфраструктурного середовища, в тому числі експортного;
- адекватному реагуванні на сигнали ринку щодо митно-тарифного і нетарифного регуляторного впливу держави, в частині захисту внутрішнього ринку;
- уникненні надмірної кількості посередницьких структур між товаровиробниками квітково-декоративної продукції і кінцевими споживачами, що сприяє формуванню конкурентоспроможної ціни.

Економічну сутність ринку та його теоретичний аспект розкривають виконуваним функції. Генеза теоретичних джерел з проблем визначення функцій дозволяє зробити висновок, що *основними функціями* ринку є: регулююча, інформаційна, ціноутворююча, стимулююча, розподільча, соціальна, контрольна та інтегруюча (рис. 3). Але функції ринку часто трактуються звужено, що призводить до несистемного розуміння його сутності.

Погоджуючись у загальному з класифікацією функцій науковцями, пропонуємо функції флористичного ринку розглядати ширше з урахуванням *специфічних функцій*, а саме:

- *естетична функція* – задоволення та формування естетичних потреб споживачів у вигляді дизайну (оздоблення, кольорового рішення, форми, ритму, динаміки тощо) з метою формування додаткового попиту на флористичну продукцію та підвищення загальної культури споживачів;
- *етична функція* – моральне виховання споживачів, а особливо молоді, формування особистості, що є запорукою міцного шлюбу, пошани до батьків, культу

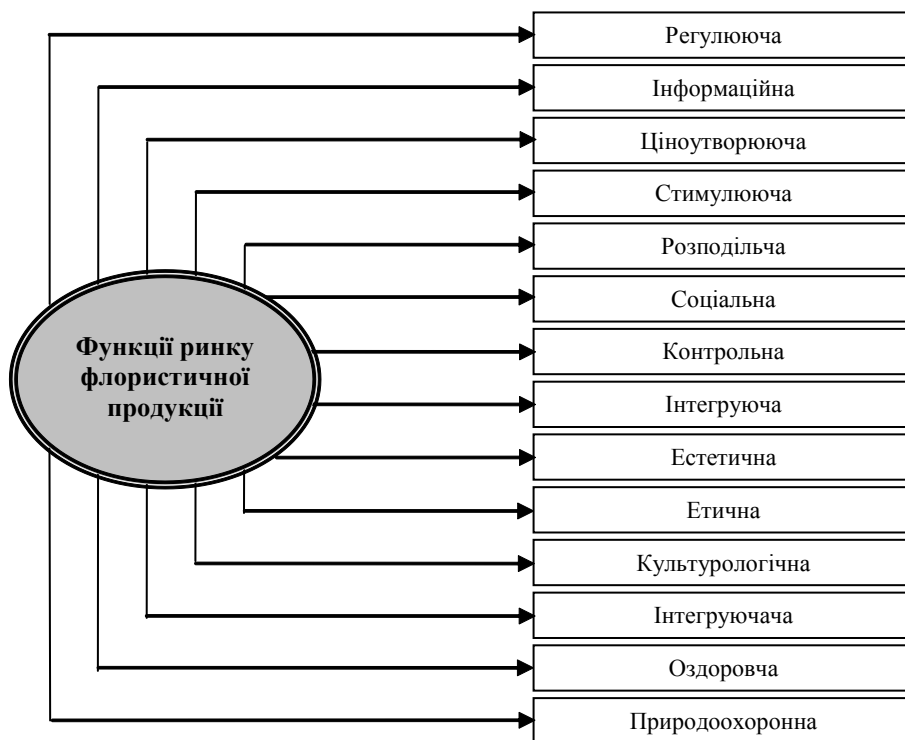


Рис. 3. Функції ринку флористичної продукції (Розроблено авторами)

- предків, охорони природного довкілля. Нетривкі флористичні вироби є засобом закріплення і передавання з покоління в покоління багатьох етичних норм;
- *культурологічна функція* – мистецтво складання композицій є носієм культури кожного народу. Людина, оволодіваючи технікою флористики, засвоює культуру свого народу, бо сприймає разом з квітковими композиціями історію, звичаї, традиції матеріальної культури і духовного життя нації. Пропагуючи національну флористику, ми поширюємо свою культуру, вводимо її у світову.
 - *оздоровча функція* – оздоровлення через флористичне оформлення приміщень, ландшафтний дизайн територій – один зі шляхів вирішення проблеми зняття виробничого і побутового психологічного стомлення, відновлення сил та внутрішніх резервів людини. Наприклад, учені ведуть пошуки оптимального ландшафтного планування садиб майбутнього, які б зрівноважили взаємодію людини з навколишнім середовищем у міських умовах;
 - *природоохоронна функція* – підвищення реалізованого попиту на продукцію квітництва, декоративного садівництва та ландшафтного дизайну в населених пунктах призводить до збільшення фотосинтезуючої фітомаси, що виконує важливі екологічні функції, покращується газовий зміст атмосфери та гідрологічний режим земної поверхні, сприятливо відбивається не тільки на рекреаційному, але і на біосферному рівні.

Узагальнюючий аналіз функцій ринку флористичної продукції дає змогу дійти висновку, що ринок є найефективнішим способом організації економічного життя суспільства, функціонування та прискорення розвитку флористичної галузі на власних ресурсах у складі національного господарства.

Ринок має багатоаспектну структуру, що являє собою сукупність його окремих взаємопов'язаних елементів. У сучасній економічній літературі найпоширенішим критерієм структурування ринку є його загальний поділ за економічним призначенням ринкових об'єктів [5-6]. Відповідно до нього, виділяють такі групи ринків: ринок споживчих товарів і послуг; ринок факторів виробництва (землі, засобів виробництва, робочої сили); фінансовий ринок (ринок позичкових капіталів, ринок кредитів, ринок цінних паперів, валютний ринок). Кожна група, своєю чергою, може мати специфічне розділення на види за сферами, галузями економіки тощо. Інтеграція та взаємодія усіх ринків утворює їх систему.

Ринок флористичної продукції як система має власну структуру, що є однією з невідмінних умов його ефективного функціонування.

На наш погляд, складовими елементами ринку флористичної продукції залежно від стадії її обробки та напрямків просування до споживачів відповідно виступають: ринок флористичної сировини (квітів, рослин для посадки та декоративного оформлення, садивного матеріалу декоративних і квіткових культур, насіння квітів, розсади квітів, квіткових цибулин, бульб тощо), ринок переробленої продукції (сухоцвіти, стабілізовані квіти та продукція з них) та ринок флористичних продуктів (букети, композиції, бутоньєрки, гірлянди, панно, гобелен та ін.). Такий склад нами представлено на рис. 4.

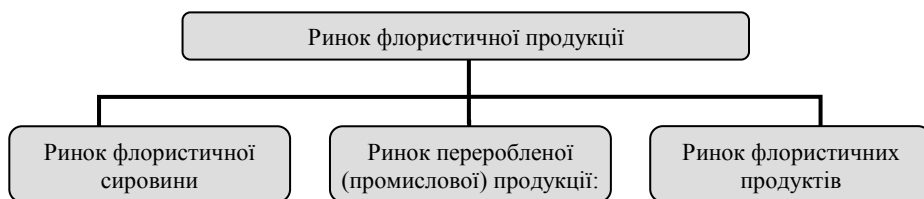


Рис. 4. Склад ринків флористичної продукції за ступенем обробки

На основі вивчення різних наукових джерел і власних досліджень ми розробили класифікацію системи ринків флористичної продукції та критеріїв її структурування з виділенням комплексу найважливіших його ознак та видів ринків. Класифікацію представлено у табл. 1.

Класифікація ринків флористичної продукції взагалі і в тому числі на системно-структурній основі з урахуванням принципу ієрархічності в економічній літературі відсутня. Але саме такий підхід дає змогу виокремити зміст відносин власності та особливостей використання продуктивних сил, функціонування економіки на мезо- і макрорівнях.

На погляд авторів, найважливіший об'єкт ринку флористичної продукції – товар **робоча сила**, оскільки цей товар є єдиним джерелом вартості. Загальний обсяг виплат на робочу силу в розвинених країнах у формі заробітної плати перевищує одну третину валових витрат. Залежно від цього формується величина ринку споживчих товарів, послуг, засобів виробництва та інших компонентних елементів ринкового середовища. На сьогодні на ринках флористичної продукції в Україні потреба у висококваліфікованих фахівцях (агрономах, флористах) значно перевищує пропозиції.

Вагомим за значенням у складі продуктивних сил є **ринок засобів виробництва**, оскільки для виробництва флористичної продукції і послуг необхідне поєднання (техніко-економічне та соціально-економічне) робочої сили із засобами виробництва. Основними засобами виробництва флористичної галузі є будівлі сучасних садових та оптових торгових центрів, тепличних комплексів, оснащених сучасним обладнанням, а саме: системами для інтегрованого вирощування горщикових рослин та зрізаних квітів; посівними агрегатами; освітлювальними системами для прискореного росту квіткових рослин; системами енерговикористання, променезахисту; системами створення туману високого та низького тиску; обладнанням для крапельного або спрінкельного зрошення; станціями клімат-контролю; сучасними пакувальними дільницями тощо.

З погляду повноцінного змісту продуктивних сил важливу роль відіграють також **предмети праці**. До них належать перш за все земля, а також система агротехнічних заходів з підтримки та підвищення рівня її родючості. Корисним для України в цьому контексті має бути досвід Голландії, яка відома в світі розвитком національного квітникарства, а з іншого боку – використовує для його розвитку малопродуктивні землі. До пріоритетів належать селекційна робота з насінництва для флористичних потреб, наявність добрив, засобів захисту рослин, потреби в паливі, енергії, технологічній тарі тощо.

Характерно, що всі складові продуктивних сил в повному обсязі є в Україні для максимального задоволення потреб внутрішнього ринку у продукції флористичної галузі, хоча на ньому сьогодні домінує імпортозаміщення.

Поглиблене вивчення світового та національного досвіду дозволяє зробити висновок, що сучасний ринок флористичних товарів та послуг достатньо ємний і досить інтенсивно розширюється. Про це свідчать щорічні Міжнародні спеціалізовані виставки з квіткового бізнесу, садівництва, ландшафтного дизайну і флористики Flowers & Hortech Ukraine [7]. З огляду на внутрішній зміст **ринку флористичних товарів** складається з таких елементів:

- **ринок квітникарства** (зрізані квіти, декоративна зелень для декору, горщикові рослини, рослини відкритого і закритого ґрунтів, кактусові, ексклюзивні квіти тощо);

Таблиця 1

Класифікація системи ринків флористичної продукції та критеріїв структурування його видів

Критерії класифікації	Види ринків	Види субринків
За об'єктами обміну	Товарів і послуг	– ринок засобів виробництва; – ринок флористичних товарів; – ринок флористичних послуг; – ринок інформації; – ринок інновацій..
	Ринок фінансових ресурсів	– ринок позичкових капіталів; – ринок валюти; – ринок цінних паперів.
	Ринок землі	
	Ринок робочої сили	– агрономів, флористів, ландшафтних дизайнерів тощо
За галузевими ознаками (підкомплексами)	Галузевий ринок	– декоративного садівництва
	Підгалузевий ринок	– рослин для посадки та декоративного оформлення; – садивного матеріалу (саджанців, паростків, живців, тощо); – декоративних і квіткових культур; – свіжозрізаної квіткової продукції; – насіння квітів, тощо
	Ринок окремого товару	– троянди, гербери, гвоздики тощо.
За ступенем готовності до споживання	Флористичної сировини (призначеної для подальшого перероблення)	– насіння квітів; – садивного матеріалу; – квіткової розсади; – пакувальних матеріалів тощо.
	Свіжої продукції садівництва (реалізується без перероблення)	– зрізаної квіткової продукції; – горщиків рослин; – рослин для посадки тощо.
	Продуктів перероблення	– букетів, композицій з живих квітів; – букетів, композицій з сухих квітів; – букетів, композицій з стабілізованих квітів тощо.
За територіальними ознаками	Внутрішній	– місцевий (локальний); – регіональний; – національний.
	Зовнішній	– міжрегіональний ринок
	Інтегрований	– наднаціональний (в межах ЄС та інших об'єднань).
За формами реалізації (видами інфраструктури)	Оптовий	– біржовий, – аукціонний тощо
	Роздрібний	– садових центрів; – флористичних салонів та спеціалізованих магазинів; – дрібно роздрібної мережі – електронної торгівлі, тощо
За правовою формою	Легальний	– офіційний
	Нелегальний	– «тіньовий»; – стихійний – «чорний»
За характером споживачів	«Функціональної» продукції	– лікувально-оздоровчих товарів (з сухих квітів); – букетів та композицій для дітей; – букетів та композицій для людей похилого віку; – весільної флористики; – траурної флористики тощо
	Традиційної продукції	– універсальної флористики

*Розроблено авторами.

- ринок декоративного садівництва (вирощування рослин для посадки та декоративного оформлення, садивного матеріалу декоративних та квіткових культур, вирощування рулонних газонів, вирощування насіння квітів, квіткових цибулин тощо);
- ринок супутніх товарів (вазони, горщики, контейнери та лотки для саджанців; ґрунти, субстрати; добрива, регулятори росту рослин; аксесуари для рослин, вироби з бамбука та кокосового волокна, флористичний та ландшафтний декор, садові скульптури; системи автоматичного поливу; системи освітлення; садовий інвентар; природний камінь; живі тропічні метелики тощо).

Ринок флористичних послуг складається з таких елементів:

- ринок ландшафтного дизайну (ландшафтна архітектура: планування та устрій газонів, квітників, розаріїв, альпійських гірок, рокаріїв, зимових садів, зелених куточків, садового декору; водна архітектура: будівництво басейнів, водопадів, декоративних ставків, фонтанів, водоймищ, каскадних струмків, водяних квітників; вертикальне планування та устрій територій);
- ландшафтний благоустрій (монтаж систем поливу, систем освітлення, систем дренажу та меліорації, малих архітектурних форм, садових меблів, дорожок тощо);
- ринок внутрішнього озеленення і фітодизайну (оформлення банкетів, озеленення офісів, декорування інтер'єрів квартир, будинків та котеджів квітами; весільна флористика, траурна флористика, прокат горщиків квіткових рослин та рослин у контейнерах тощо);
- ринок флористичних мистецьких виробів (виробництво професійних квіткових композицій, букетів, вінків, колажів, панно, ширм, гірлянд; весільні композиції, дитяча флористика тощо);
- ринок супутніх послуг (доставка букетів за замовленням; професійний догляд, консалтинг, діагностика, лікування рослин; агроаудит, маркетингові дослідження, квіткова реклама і торговельна пропаганда тощо).

Для функціонування і розвитку флористичних ринків необхідне створення, постійне функціонування і розвиток біржової мережі. Світовими лідерами у квітникарстві є квіткові аукціони FloraHolland, VBA, Naaldwijk, Aalsmeer. Наприклад, голландський декоративний квітковий сектор щорічно поповнюється близько 1200-1500 найменуваннями нових квітів і рослин.

Проведені дослідження дозволяють зробити висновок, що в теоретичному аспекті ринок флористичної продукції – це система економічних відносин між виробниками/продавцями і покупцями та посередниками з приводу організації виробництва, купівлі-продажу флористичних товарів та надання послуг, їх споживання, а також привласнення на цій основі створеного продукту.

З іншого боку, ринок флористичної продукції можна визначити як сукупність відокремлених субринків (декоративного садівництва, квітникарства, засобів виробництва квіткової продукції, праці, добрив і хімічних препаратів, флористики та дизайну, ландшафтного дизайну, супутніх товарів тощо, що функціонують з метою забезпечення вирощування та вільного обігу продукції квітникарства.

Економічну сутність всякого ринку розкривають його функції. До основних загальних функцій ринку флористичної продукції, які характеризують його становлення, належать: стимулююча, ціноутворююча, регулююча, спонукаюча, посередницька, інтегруюча, контролююча, розподільча, інформаційна, соціальна та функція раціональності. Крім зазначених загальних функцій, ринок флористич-

ної продукції має свої специфічні функції, а саме: естетичну, етичну, культурологічну, оздоровчу та природоохоронну.

В кінцевому результаті ринок флористичної продукції має багатоаспектну структуру, що являє собою сукупність його окремих взаємопов'язаних елементів.

Список використаних джерел

1. Дані з Веб-сторінки вільної енциклопедії. – Режим доступу : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Флористика_\(дизайн\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Флористика_(дизайн)).
2. Ажнюк М. О. Основи економічної теорії : [навч. посіб.] / М. О. Ажнюк, О. С. Передрій. – К. : Знання, 2008. — 368 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
3. Федоренко В. Г. Політична економія : підручник / В. Г. Федоренко, О. М. Діденко, М. М. Руженський, О. Ф. Іткін ; за наук. ред. В. Г. Федоренка. – К. : Алерта, 2008. – 487 с.
4. Долан, Э. Дж. Микроэкономика : [пер. с англ. ; сост. Б. Лисовик, В. Лукашевич] / Э. Дж. Долан, Д. Е. Линдсей. – СПб : Санкт-Петербург оркестр, 1994. – 448 с.
5. Беляєв О. О. Політична економія : [навч. посіб.] / О. О. Беляєв, А. С. Бебело. – К. : КНЕУ, 2001. – 328 с.
6. Мікроекономіка : [навч. посіб.] / В. О. Корнівська, В. І. Мельников, О. П. Мельникова, В. Г. Яременко. – К. : ВД «Професіонал», 2005. – 400 с.
7. Дані з офіційного сайту Flowers & HortTech Ukraine. – Режим доступу : http://www.flowers-hortech.com/ua/exhibition-next_general.aspx.

Бутко Н. П., Соломаха І. В. Теоретические основы функционирования рынков флористической продукции.

Уточнено определение понятия «флористического рынка», представлены составляющие флористических рынков. Усовершенствована система принципов построения отношений и функций рынка флористической продукции. Определен комплекс наиболее важных признаков классификации системы рынков флористической продукции и критериев ее структуризации.

Ключевые слова: флористический рынок, декоративное садоводство, рынок продукции цветоводства, флористика, дизайн, функции флористического рынка, классификация флористического рынка.

Butko M. P., Solomakha I. V. Theoretical Bases of Floristic Products Markets' Functioning.

The definition of concept of "floristic market" has been clarified, the components of the floristic markets have been represented. The system of principles of relations and functions of floristic products market development has been improved. The complex of the most important classification characteristics of the system of floristic products markets and criteria for its structuring has been determined.

Keywords: floristic market, decorative gardening, market of products of floriculture, floristics, design, features of the floristic market, classification of floristic market.

Надійшло 28.05.2012 р.