

ОСОБЛИВОСТІ ІНФРАСТРУКТУРИ ФЛОРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Соломаха І.В., аспірант,
Чернігівський державний технологічний університет*

Ефективне функціонування ринку флористичної продукції неможливе уявити без належної ринкової інфраструктури. Аналізуючи та узагальнюючи точки зору різних науковців щодо сутності цього поняття, слід вказати, що ринкова інфраструктура включає в себе формування, які забезпечують належний розвиток товарообміну. Інфраструктура ринку флористичної продукції має свої особливості за обсягами, структурою, віддаленістю від виробництва, сезонністю тощо.

Теоретично система ринкової інфраструктури може включати: підприємства-виробники, оптові ринки, розподільчі центри (посередницькі компанії, що об'єднують виробників, підприємства оптової та роздрібної торгівлі), біржі, аукціони, ярмарки, фінансово-кредитні й страхові компанії, транспортні організації, підприємства зв'язку, інформаційно-аналітичні центри й маркетингові служби тощо. Вона охоплює різноманітні види діяльності, які обслуговують потоки засобів виробництва, товарів, послуг, коштів, робочої сили, інформації й забезпечують ефективне функціонування, зв'язок та єдність учасників ринку з метою отримання належного прибутку.

На нашу думку, необхідність створення сучасної ринкової інфраструктури в флористичній галузі обґрунтовується існуванням однієї із найбільш гострих проблем – відсутності цивілізованих прозорих каналів просування квітково-декоративної продукції від виробника до кінцевого споживача на вигідних для всіх учасників процесу умовах. Непрозорі схеми збуту продукції, недостатня кількість структур оптової торгівлі створюють передумови для великих цінових коливань на ринку флористичної продукції, зумовлюють додаткові витрати для виробників, та її споживачів. Все це призводить до значної тінізації ринку. За оцінками операторів, тіньовий ринок складає до 50% від об'єму загального ринку флористичної продукції.

Наявний стан ринку флористичної продукції характеризується повільним формуванням ринкової інфраструктури, яка має

* Науковий керівник – Бутко М.П., д.е.н., професор

забезпечувати ефективне просування продукції від виробника до споживача, зменшення втрат квітково-декоративної продукції, підвищення її якості та строків цвітіння, формування справедливих ринкових цін.

При прийнятті рішень про розташування та розвиток суб'єктів досліджуваного ринку необхідно враховувати такі принципи: концентрація виробників, концентрація потенційних споживачів, концентрація крупних імпортерів, експортна перспектива, транспортні комунікації.

Сьогодні квітковому бізнесу потрібна нова інфраструктура, яка б поєднала в єдину систему великих і дрібних виробників. А однією з найважливіших складових такої інфраструктури має стати мережа оптових та оптово-роздрібних підприємств флористичної продукції (рис. 1), становлення та розвиток якої стримується через недостатнє фінансово-кредитне, інформаційне та консультативне забезпечення та ряд інших чинників.



Рис. 1. Структура суб'єктів флористичного ринку

В Україні необхідно відкриття квіткової біржі. Такої думки дотримується Президент Українського союзу промисловців і підприємців, народний депутат України А. Кінах, про що він

повідомив під час відкриття IV Міжнародної спеціалізованої виставки по квітковому бізнесу, садівництву, ландшафтному дизайну та флористичі Flowers & HortTech Ukraine в Києві ще 2009 році [1].

За даними операторів ринку України 60% квітково-декоративної продукції реалізується через посередників, які досить активно здійснюють операції щодо закупівлі її у виробників й імпортерів та реалізації іншим учасникам ринку. Особливістю суб'єктів з продажу квітково-декоративної продукції кінцевому споживачу є можливість надавати широкий спектр послуг з флористики, фітодизайну, ландшафтному дизайну. Такі послуги надають спеціалізовані магазини квітів, флористичні салони, садові центри та Інтернет - магазини.

Крім того, в систему Інфраструктури флористичного ринку входять підприємства і установи, діяльність яких підтримує господарські взаємозв'язки в флористичному бізнесі, забезпечує процес вирощування та дорощування квітково-декоративної продукції і безперервний товарообмін.

Дослідженнями доведено, що, крім маркетингової, кредитно-фінансової та інформаційно-консультаційної складових, до інфраструктури флористичного ринку необхідно включити агросервісні підприємства, які забезпечують матеріально-технічне забезпечення (насінневий та садивний матеріал, засоби механізації, засоби хімізації, будівельні матеріали, паливно-мастильні матеріали тощо) та пропонують широке коло спеціалізованих виробничих послуг (ремонт та сервісне обслуговування обладнання, агрохімічне обслуговування, транспортне та холодильне обслуговування тощо) на ринку [2].

Отже, теоретично доведено, що пріоритетні напрямки розвитку інфраструктури флористичного ринку мають визначитися з точки зору системного підходу і полягають у взаємодії елементів виробничої, посередницької, флористичної, дизайнерської, маркетингової, кредитно-фінансової, інформаційно-консультаційної та агросервісної складових.

Нааявність раціонально розвинутої інфраструктури флористичних ринків та ефективної логістики товароруку надають можливість:

- підвищити фітосанітарну безпеку та якість флористичної продукції;
- розширити асортимент представленої продукції;
- збільшити об'єми продажу квітково-декоративної продукції;
- збільшити, об'єм наданих флористичних послуг, ландшафтному

дизайну и отримати додатковий прибуток;

— збільшити надходження до бюджету завдяки прозорості та збільшенню кількості легальних трансакцій;

— зменшити втрати свіжої швидкопсувної квітково-декоративної продукції;

— стабілізувати й оптимізувати ціну для кінцевого споживача;

— посилити позицію малих і середніх квіткарів регіону;

— розвивати мерчандайзинг представленої на ринку флористичної продукції й підвищувати її конкурентноздатність;

— проводити інформаційний аналіз і інформаційне забезпечення всіх учасників ринку.

Найважливішими проблемами, що вимагають розв'язання у процесі формування ринку флористичної продукції, є: комерціалізація збуту продукції; повільне наповнення товаропотоками; орієнтація споживачів на імпорتنу продукцію; недостатнє використання регулювання й моніторингу попиту і пропозиції; стримування експортного потенціалу квітникарства та декоративного садівництва (через нерозвиненість ринкової інфраструктури і державного протекціонізму, неадаптованість ринку до норм міжнародних систем та вимог Світової організації торгівлі.

Література.

1. Сайт Українського союзу промисловців та підприємців //– Режим доступу: <http://www.uspp.org.ua/news/706.htm>

2. Потравка Л.О. Удосконалення підсистемного рівня інфраструктури аграрного ринку Південного регіону // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2007. – Вип. (1)39. – С.109-114

СПРЯМУВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

***Омельченко К.Г., Фурсова В.В., студенти*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Товар має дві властивості:

— здатність задовольняти певну потребу людини (споживна

* Науковий керівник – Сахненко В.І., к.е.н., доцент