

Робоча група

Керівник проекту

Катерина Мелащенко

Kateryna.Melashchenko@kleffmann.com

Менеджер проекту

Євгенія Сльозка

Аналітик статистичних
даних

Надя Гхазалі

Nadia.Ghazali@kleffmann.com

Експерт галузі –
Голова Асоціації
флористів України
Ірина Білоброва

Консультант з
юридичних питань
Роман Граб, УКАБ

Дослідження
на замовлення
Посольства
Королівства
Нідерландів в Україні
в рамках програми
розвитку приватного
сектору (PSD)

Ринок квітів та декоративних рослин в Україні

Повний звіт

Київ 2019

Зміст

1. Вступ	6
1.1. Мета та завдання дослідження, методологія	6
1.2. Характеристика сегменту, напрямок розвитку	11
2. Аналіз офіційної статистики	16
2.1. Експорт з України	16
2.1.1. Світовий експорт	16
2.1.2. Країни експорту з України	17
2.1.3. Потенційні ринки	20
2.1.4. Сектори українського експорту	22
2.1.5. Ключові українські експортери: квіти	24
2.1.6. Ключові українські експортери: декоративні рослини	25
2.2. Офіційна статистика. Імпорт в Україну	25
2.2.1. Сектори українського імпорту	27
2.2.2. Ключові українські імпортери: квіти	32
2.2.3. Ключові українські імпортери: декоративні рослини	34
2.3. Офіційна статистика. Виробництво в Україні	35
3. Рамкові умови здійснення діяльності оптової та роздрібною торгівлі квітами та декоративними рослинами в Україні	37
3.1. Отримання земельних ділянок для вирощування декоративних рослин	37
3.2. Реєстрація прав на сорти рослин в Україні	40
3.3. Захист прав виробників (брідерів/оригіраторів) на сорти рослин	43
3.4. Митне оформлення. Вимоги та перелік документів для імпорту	46
3.5. Фітосанітарні вимоги з огляду на імпорт в Україні	53
3.6. Ризики для виробників/імпортерів через невідповідність законодавства України та законодавства Європейського Союзу	56
3.7. Оподаткування в Україні	57
3.8. Інвестиційна діяльність в Україні	64
3.9. Перелік державних органів влади, які мають функції в секторі, з огляду на задачі дослідження	69
4. Ринок квітів та декоративних рослин. Детальний опис за категоріями	71
4.1. Зрізані квіти. Обсяг ринку	71
4.1.1. Асортимент. Найбільш популярні види	72
4.1.2. Сезонність попиту	78
4.1.3. Критерії якості зрізаних квітів	81
4.1.4. Транспортування та зберігання	84

4.1.5. Структура імпорту	85
4.1.6. Співвідношення імпорту та місцевого виробництва	87
4.2. Рослини в горщиках	89
4.2.1. Обсяг ринку	90
4.2.2. Асортимент	91
4.2.3. Співвідношення імпорту та власного виробництва	92
4.2.4. Структура імпорту	93
4.2.5. Сезонність попиту	94
4.2.6. Якість квітів в горщиках	95
4.2.7. Умови транспортування та зберігання квітів у горщиках	96
4.3. Посадковий матеріал: насіння, цибулини, розсада	97
4.3.1. Обсяг ринку	98
4.3.2. Асортимент	98
4.3.3. Співвідношення імпорту та власного виробництва	101
4.3.4. Структура імпорту: країни імпорту та імпортовані види посадкового матеріалу	102
4.3.5. Сезонність попиту	103
4.3.6. Якість посадкового матеріалу	104
4.3.7. Умови транспортування та зберігання	108
4.4. Декоративні рослини	110
4.4.1. Обсяг ринку	111
4.4.2. Асортимент. Найбільш популярні види	112
4.4.3. Співвідношення імпорту та власного виробництва	114
4.4.4. Структура імпорту: країни імпорту та категорії	114
4.4.5. Критерії якості. Порівняння якості української та імпортованої продукції	117
5. Внутрішнє виробництво квітів та декоративних рослин	121
5.1. Декоративні рослини вирощені у розсадниках	121
5.1.1. Найбільші українські розсадники	121
5.1.2. Асортимент, фактори, які впливають на його формування	122
5.1.3. Вирощування декоративних рослин у розсадниках	126
5.1.4. Зберігання та транспортування продукції	128
5.1.5. Співробітництво між розсадниками	129
5.1.6. Відмінність від зарубіжних розсадників	129
5.1.7. Проблеми в роботі розсадників	131
5.2. Внутрішнє виробництво зрізаних квітів	137
5.2.1. Найбільші виробники зрізаних квітів	137
5.2.2. Асортимент зрізаних квітів українського виробництва	139

5.2.3. Технології вирощування	141
5.3. Виробництво квітів у горщиках в Україні	147
5.3.1. Компанії, що вирощують рослини в горщиках	147
5.3.2. Формування асортименту компаній, що вирощують квіти у горщиках	148
5.3.3. Технології вирощування квітів у горщиках	149
5.4. Виробництво посадкового матеріалу в Україні	150
6. Особливості дистрибуції декоративних рослин, посадкового матеріалу та зрізаних квітів	153
6.1. Загальні характеристики дистрибуції ринку декоративних рослин та зрізаних квітів	154
6.2. Структура дистрибуції декоративних рослин та зрізаних квітів	156
6.3. Дистрибуція зрізаних квітів	157
6.4. Дистрибуція квітів у горщиках	158
6.5. Дистрибуція посадкового матеріалу	160
6.6. Дистрибуція декоративних рослин	160
6.6.1. Найбільші садові центри	163
6.6.2. Асортимент садових центрів та особливості його формування	164
6.6.3. Структура клієнтів садових центрів	165
6.6.4. Проблеми в роботі садових центрів	167
7. Експорт	168
7.1. Категорії експорту декоративних рослин	169
7.1.1. Структура експорту за категоріями	169
7.1.2. Переваги українського виробництва декоративних рослин	170
7.1.3. Бар'єри для експорту продукції, вирощеної українськими розсадниками	172
7.1.4. Перспективи для експорту декоративних рослин	174
7.2. Категорії експорту зрізаних квітів	175
7.2.1. Сильні сторони української продукції	175
7.2.2. Слабкі сторони української продукції	176
7.2.3. Перспективи експорту зрізаних квітів	177
8. Проблеми імпортерів декоративних рослин та зрізаних квітів	178
9. Перспективи розвитку	181
9.1. Тенденції розвитку протягом останніх років	181
9.2. Прогноз на майбутнє	189
9.3. Що може стимулювати ринок/ можлива допомога держави	193
10. Співробітництво з Королівством Нідерланди	196
10.1. Співробітництво наразі	196
10.2. Механізми налагодження партнерства	198
10.3. Можливості співробітництва з нідерландськими партнерами	199

10.4. Можливі напрямки допомоги від Посольства Королівства Нідерландів	200
Додатки	205
Події в Україні: декоративні рослини	205
Події в Україні: ринок квітів та декоративних рослин	206
Список найбільших компаній у кожній галузі	207
Зрізані квіти	207
Посадковий матеріал: насіння, цибулини, розсада та саджанці квітів	208
Рослини в горщиках	209
Декоративні рослини	210
Аналіз асортименту	212

1. Вступ

1.1. Мета та завдання дослідження, методологія

Дане дослідження було ініційоване Посольством Королівства Нідерландів в Україні.

Основна мета даного дослідження – отримати інформацію та сформулювати розуміння особливостей функціонування та розвитку ринку квітів та декоративних рослин в Україні, визначити можливості подальшого розвитку та описати основні труднощі з якими стикаються представники бізнесу. **Додаткова мета** дослідження – отримати інформацію для того, щоб розпочати діалог з представниками влади України щодо покращення клімату в країні для розвитку бізнесу у секторі та зменшити або ліквідувати торговельні бар'єри з іншими країнами, зокрема країнами ЄС.

Цілі дослідження:

- Описати ситуацію на ринку квітів та декоративних рослин в Україні;
- Визначити основних гравців у кожному секторі ринку;
- Проаналізувати наявне законодавство щодо основних бар'єрів розвитку ринку: закону про землю, реєстрація сортів та забезпечення прав реєстрантів, тощо;
- Проаналізувати дані статистики щодо імпорту та експорту квіткової та декоративної продукції;
- Визначити переваги та недоліки розвитку ринку в Україні;
- Визначити можливості щодо розвитку бізнесу в Україні, зокрема взаємодії та партнерству з компаніями з Нідерландів;
- Сформулювати перспективи та можливості для компаній з Нідерландів, які ще не працюють на українському ринку, але розглядають таку можливість.

Предмет дослідження – ринок квітів та декоративних рослин України.

Об'єкти дослідження – 4 сектори ринку:

- 1) зрізані квіти ;
- 2) посадковий матеріал квітів (насіння, цибулини, розсада квітів);

- 3) рослини в горщиках (кімнатні квіти);
- 4) декоративні рослини (кущі, дерева та інші рослини для ландшафтного дизайну).

Опис проблеми: наразі у відкритому доступі немає систематизованої інформації про ринок квітів та декоративних рослин України, втім останніми роками ринок розвивається і стає потенційно привабливим для партнерства, зокрема з представниками бізнесу Королівства Нідерланди.

Після кризи у 2014 році, пов'язаної з анексією Кримського півострову та початком воєнних дій на сході України, протягом останніх двох років ринок квітів та декоративних рослин почав рости та демонструвати поступовий розвиток, завдяки як зростанню попиту на квіткову та декоративну продукцію, так і росту пропозиції: внутрішнього виробництва й імпорту. Ці позитивні зміни сприяють зростанню інтересу постачальників з Нідерландів до ринку України. Королівство Нідерландів є безперечним лідером у постачанні квіткової та декоративної продукції, а особливо цибулин квітів, квітів у горщиках та зрізаних квітів, а також займає провідну позицію по технологіям вирощування декоративних рослин.

Королівство Нідерланди є також важливим партнером України з покупки вирощених квітів та декоративних рослин, разом з Польщею та Білорусією.

Але поряд з позитивними змінами, розвитку ринку перешкоджає ряд складних моментів:

- Закриття ринку Росії та припинення торгівлі, через це експортери української продукції розглядають для співпраці ринки інших країн, зокрема Євросоюзу.
- Проблема реєстрації сортів рослин та захисту прав реєстрантів, через відсутність узгодження з стандартами ЄС.
- Не завжди дотримання прозорості у веденні бізнесу та наявність мілких виробників, для яких вирощування та розмноження квітів та декоративних рослин не є професійною діяльністю (господарств населення).
- Відсутність внутрішньої організації всередині кожного сектору ринку: гравці мало взаємодіють один з одним.

- Проблема з розмитненням квіткової та декоративної продукції: бюрократія, час, необхідний на розмитнення, корупція.

В цілому ринок України перспективний для компаній з Нідерландів, тому є запит на дослідження, яке допоможе зацікавленим компаніям з Нідерландів зрозуміти особливості розвитку українського ринку і знайти для себе можливості співробітництва та партнерства з українськими компаніями.

Методологія та інструментарій:

- **Кабінетне дослідження:**
 - аналіз інформації з відкритих джерел: статистика імпорту та експорту за 2015-2017 роки (статистика за 2018 рік буде доступна орієнтовно з квітня 2019 року);
 - аналіз нормативно-правових положень та документації;
 - інформація з офіційних сайтів основних гравців ринку та друкована інформація про ці компанії (їхні брошури та рекламні буклети);
- **Експертні інтерв'ю** з представниками всіх вище описаних секторів ринку;
- **Відвідування спеціалізованих профільних подій** та аналіз виступів експертів на профільних конференціях:
 - Міжнародну конференцію декоративного рослинництва Green Conference 2017 (грудень 2017);
 - Flower Expo 2018 (квітень 2018);
 - Тур по розсадниках України (липень 2018);
 - Садовий фестиваль (серпень 2018).

Під час відвідування подій також заповнювались карти спостереження, що дозволило систематизувати та проаналізувати асортимент продукції ключових гравців ринку.

У ході дослідження було проведено: 26 експертних інтерв'ю та складено 7 карт спостережень.

Експертні інтерв'ю було проведено з представниками ключових гравців у кожному секторі ринку, які давно вже працюють на ринку та погодилися висловити свою думку.

Деякі респонденти виступили експертами в декількох категоріях, тому вони згадуються декілька разів:

- 2 представники профільних асоціацій: Асоціації флористів України та Асоціації Українська Рослинна Індустрія;
- 3 експерти з Королівства Нідерландів (всі переважно спеціалізувались на ринку зрізаних квітів: постачальник розсади троянд, імпортер зрізаних квітів, консультант компаній, які постачають в Україну зрізані квіти);
- 2 представники логістичних компаній;
- 2 виробники-лідери українських зрізаних квітів і один виробник, який вирощує квіти на зріз у менших масштабах;
- 2 Представники магазинів, де продають зрізані квіти та надають флористичні послуги;
- 1 представник компанії – імпортера зрізаних квітів;
- 2 Представники компаній, що займаються імпортом посадкового матеріалу та його оптовим продажем;
- 1 представник компанії-імпортера усього спектру продукції декоративного рослинництва (зрізані квіти, рослини в горщиках, посадковий матеріал, декоративні рослини), компанія один з лідерів на ринку;
- 1 представник найбільшої мережі будівельних гіпермаркетів, де є садові центри – в асортименті присутні квіти у горщиках, насіння та розсада квітів та декоративних рослин для озеленення та ландшафтного дизайну;
- 1 представник компанії-виробника квітів у горщиках;
- 6 представників розсадників, 1 з яких також має садовий центр;
- 3 представники садових центрів;
- 3 представники компаній, що надають послуги ландшафтного дизайну;
- 1 представник компанії, яка надає послуги із захисту рослин для компаній займаються вирощуванням та продажем квітів та декоративних рослин.

Через зайнятість та недоступність експертів на проведення інтерв'ю знадобилось 6 місяців: перше інтерв'ю було зроблене у середині квітня 2018, і останнє у жовтні того ж року.

Автори та виконавці дослідження:

- Катерина Мелащенко, керівник проекту, компанія Клеффманн Групп Юкрейн;
- Євгенія Сльозка, менеджер проекту та модератор поглиблених інтерв'ю, компанія Клеффманн Групп Юкрейн;
- Надя Гхазалі, аналітик статистичних даних, компанія Клеффманн Групп Юкрейн;
- Ірина Білоброва, експерт в галузі, Президент Асоціації флористів;
- Роман Граб, консультант в галузі права, Український Клуб Аграрного Бізнесу.

Складнощі під час проведення дослідження полягали в налагодженні контактів із потенційними респондентами та тому, щоб переконати їх взяти участь в дослідженні. Ринок декоративного рослинництва, як і деякі інші галузі економіки в Україні великою мірою знаходиться в тіні, це впливало на відкритість респондентів, багато з яких відмовлялись від співпраці через побоювання оголошення комерційної інформації про їхні компанії. Це стало причиною того, що об'єм ринку буде оцінений на основі інформації з відкритих джерел, оцінки експертів-учасників ринку та оцінки аналітиків Клеффманн Групп.

Дана інформація узгоджена із усіма експертами, які брали участь в дослідженні (перелік експертів в додатку). Деякі експерти погодились взяти участь у дослідженні за умови, що їхні особистості залишаться анонімними, тому їхні імена не вказані.

1.2. Характеристика сегменту, напрямок розвитку

Вирощування квітів та рослин для декоративного озеленення регламентується за розділом «Сільське лісове господарство, полювання, рибне господарство» у переліку видів економічної діяльності, що офіційно затверджений в Україні (http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html).

А. Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство

01.19 Вирощування інших однорічних і дворічних культур

01.30 Відтворення рослин

Вирощування квітів

- Вирощування зрізаних квітів і квітів у бутонах
- Вирощування насіння квітів

Вирощування рослин для висаджування

- Вирощування рослин для декоративних цілей, у т.ч. дернини для пересаджування
- Вирощування рослин для одержування цибулин, бульб і коренеплодів; паростків і пагонів; грибниць (міцелію)
- діяльність розсадників дерев, крім лісорозсадників

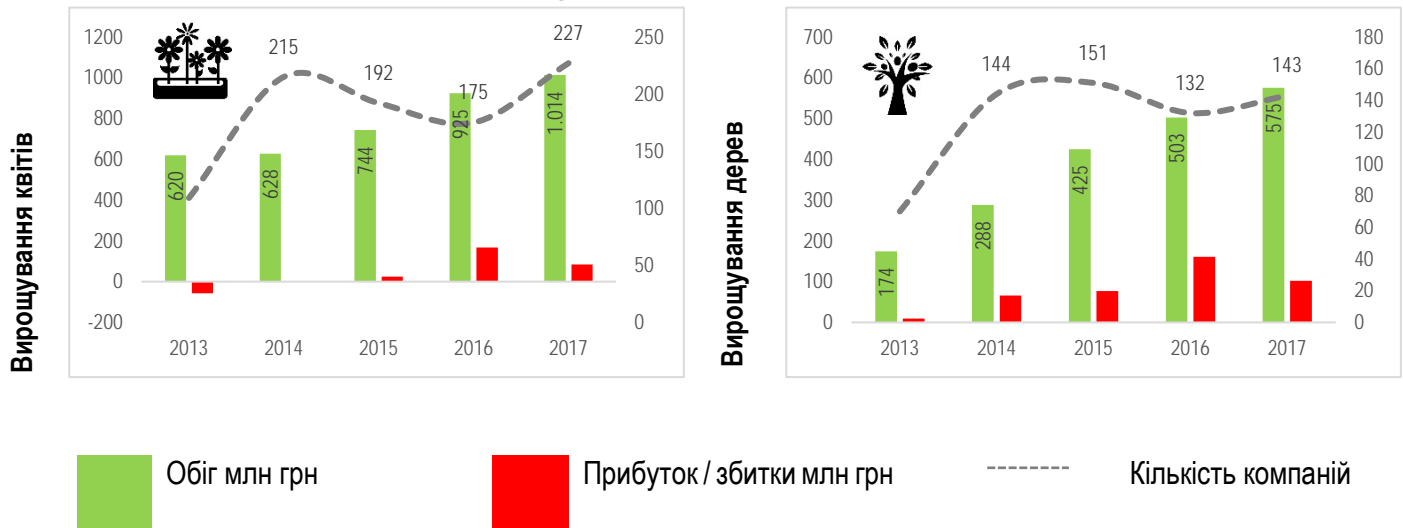
Станом на 01.01.2018 227 компаній надали до Державної служби статистики звітність за видом діяльності 01.19 – вирощування квітів, а за видом діяльності 01.30 – Вирощування розсади (куди також відноситься вирощування рослин для декоративних цілей) – 143.

Після кризи 2013-2014 років компанії, які професійно займаються вирощуванням квітів, поступово нарощують виробництво, проте за даними офіційної звітності рентабельність бізнесу залишається доволі низькою, на кожную вкладену у 2017 році гривню компанії змогли отримати 9 копійок прибутку, у 2016 цей показник становив 22 копійки на одну гривню витрат. Якщо порівнювати з вирощуванням куців та дерев, то у цій діяльності рентабельність вище: у 2017 році це було 22 копійки на гривню витрат і 47 копійок у 2016 році. Сумарний грошовий обіг юридичних осіб за виключенням фізичних осіб суб'єктів приватної діяльності становив у 2017 році близько 1,6 млрд грн. Згідно

офіційної статистики 72% зареєстрованих компаній, які вирощують рослини для декоративних цілей мали в штаті до 9 співробітників. У двох компаній, які вирощують дерева та кущі число співробітників більше 100.

У квітникарстві 91% компаній мали до 9 співробітників і 4 компанії мають більше 100 співробітників.

Показники за підсумками діяльності за 2013 – 2017 рр.






Зниження рентабельності обумовлено ростом цін на електроенергію, газ, вимогою законодавства щодо збільшення мінімальної зарплати робітників.

Ємність ринку B2B та B2C

Ринок продукції квітникарства та декоративного рослинництва можна оцінити за допомогою даних дзеркальної статистики про структуру доходів та розходів домогосподарств України протягом останніх двох років та першого кварталу 2018 року.

В Україні біля 15 млн домогосподарств, загальна чисельність населення більше 38,5 млн. Середні витрати одного домогосподарства у першому кварталі 2018 року склали 8 тис. грн, це на 18% більше, ніж у 2017 році. Середній рівень інфляції за 2017 рік 14%. Таким чином ріст витрат домогосподарств не пов'язаний із зростанням доходів, а скоріше пояснюється рівнем інфляції. Найбільше витрат припадає на харчування (50%). Витрати на таку категорію, як «розваги та культура, ресторани та готелі, харчування поза домом» складають всього 3% (без суттєвих змін протягом трьох років – з 2016 до

1го кварталу 2018). Витрати на «всі інші товари» оцінюються на рівні 2-2,5%, що дорівнює 150–200 грн.

	2016	2017	1 кв 2018
 Населення, Тис.	38 841,9	38 697,9	38 549,7
<i>Співвідношення міського до сільського, %</i>	66 / 34	66 / 34	66 / 34
 Домогосподарства, тис.	15 033,4	14 985,6	14 934,9
<i>Частка домогосподарств із середнім доходом на місяць, грн</i>			
 < 3 000	62	34	24
3 000,01 –	38	49	48
5 160,0	-	17	28
> 5 160			
Всього витрати, грн.	5 720	7 139	8 456
<i>Структура витрат, %</i>			
Продовольчі товари	50	51	49
Непродовольчі товари та послуги	41	42	44
Непродовольчі витрати	7	7	7

Якщо припустити, що витрати на придбання зрізаних квітів 0,5 – 1% від «усіх інших», ми отримаємо 2 гривні на місяць, що в підсумку дасть **350 млн** гривень в цілому по Україні. Важливо розуміти, що на 1й квартал 2018 року 57% (56% в 1 кварталі 2017 року) домогосподарств мали дохід нижче середнього, 28% домогосподарств мали дохід не вище прожиткового мінімуму, який становить 3 166, 34 грн на місяць на одну особу.

Як додатковий показник для аналізу ємності ринку декоративних рослин та квітів

можна взяти дані про землекористування в Україні. В Україні законом закріплено право кожного громадянина на безкоштовне придбання земельної ділянки. Це право прописано в Земельному Кодексі України. Розмір ділянки, що виділяється для безкоштовного використання залежить від цілі її використання. Для фермерського господарства виділяють земельний наділ, який визначить територіальна громада; для особистого підсобного господарства не більше 2 га, для садівництва не більше 0,12 га, для будівництва і обслуговування житлового будинку від 0,10 до 0,25 га. Для дачного будівництва 0,10 га. 73% домогосподарств, які мають земельну ділянку у сільській

місцевості, здають її в оренду, це є наслідком розпаду державної системи колгоспів у 1991 році.

	2017	2018
 Кількість домогосподарств, що мають земельні ділянки, тис	8 234,4	8 175,8
% до загальної кількості	55%	55%
Розподіл за розміром площі %		
< 0,1 га	31	31
0,101 – 0,5 га	31	31
0,5 -1 га	9	8
> 1 га	29	30

Земельні ділянки, що знаходяться у власності домогосподарств переважно використовуються для вирощування продукції для власних потреб та на продаж. Важливо зазначити, що лише 0,1 % земельної площі ділянки використовують «тільки для

відпочинку».

На даний момент в Україні діє один законодавчий акт

<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-15> та один

нормативний

<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>,

прийнятий у 2006 році, які регламентують

благоустрій населених пунктів та правила утримання земельних насаджень. За озеленення та підтримання зелених насаджень у містах та населених пунктах відповідають відповідні управління у державних адміністраціях.

Правилами утримання зелених насаджень передбачено, що повинні висаджуватись рослини (посадковий матеріал) віком не менше 10 років, стійкі до загазованості, задимленості та пилу породи дерев (зокрема клен гостролистий та сріблястий, липа мілка та широколиста), не допускається висадка дерев з низькою кроною і низько звисаючими гілками (плакучі форми верби, шовковиця, ясень, горобина), не допускаються дерева, що забруднюють оточуюче середовище своїми плодами (робінія, шовковиця), з кореневим відгалуженням (тополя канадська, біла) та з неприємним запахом (бархат амурський). В містах та населених пунктах проводиться облік зелених насаджень та складається їх реєстр за видами та віком. Реєстри на об'єктах державної

Згідно стратегії збільшення зелених насаджень м. Києва (Київзеленбуд), на 2017 – 2021 роки в 2018 році було заплановано висадити 140 тис. дерев та 13 млн квітів, для порівняння у 2017 році було висаджено 120 тис дерев та 12 млн квітів.

та комунальної власності складаються один раз на 2 роки, на інших територіях раз на 5 років.

За функціональними ознаками зелені насадження населених пунктів умовно можна поділити на три групи. До першої групи відносяться зелені насадження загального користування, які розташовані на території загальноміських і районних парків, спеціалізованих парків, парків культури та відпочинку; на територіях зоопарків та ботанічних садів, міських садів і садів житлових районів, міжквартальних або при групі житлових будинків; скверів, бульварів, насадження на схилах, набережних, лісопарків, лугопарків, гідропарків та інших, які мають вільний доступ для відпочинку.

Другу групу становлять зелені насадження обмеженого користування. Це насадження на територіях громадських і житлових будинків, шкіл, дитячих установ, вищих і середніх спеціальних навчальних закладів, профтехучилищ, закладів охорони здоров'я, промислових підприємств і складських зон, санаторіїв, культурно-освітніх і спортивно-оздоровчих установ та ін.

Третя група – зелені насадження спеціального призначення. До неї включено насадження транспортних магістралей і вулиць; на ділянках санітарно-захисних зон довкола промислових підприємств; виставок, кладовищ і крематоріїв, ліній електропередач високої напруги; лісомеліоративні, водоохоронні, вітрозахисні, протиерозійні, насадження розсадників, квітникарських господарств, пришляхові насадження в межах населених пунктів.

Охорона, утримання та відновлення зелених насаджень у населених пунктах, а також видалення дерев, які вирости самосівом, здійснюються за рахунок державного або місцевого бюджетів залежно від підпорядкування об'єктів благоустрою, а на земельних ділянках, переданих у постійне користування або в оренду, - за рахунок їх власників або орендарів відповідно до нормативів, затверджених у встановленому порядку.

2. Аналіз офіційної статистики

2.1. Експорт з України

2.1.1. Світовий експорт

Світовий експорт «Живих дерев та інших рослин; цибулин, коріння та інших аналогічних частини рослин; зрізаних квітів і декоративної зелені»¹ досяг 20,9 млрд. USD у 2017 році. Україна знаходиться приблизно на 75й позиції із часткою 0.02% світового експорту цієї категорії товарів (4.0 млн. USD у 2017 р.). Нідерланди є найбільшим експортером рослин у світі з часткою вартості експорту у 49% (див. **Таблицю 1**).

Таблиця 1. Вартість експорту за кодом ЗЕД «Живі дерева та інші рослини; цибулини, коріння та інші аналогічні частини рослин; зрізані квіти і декоративна зелень» у 2017 р., тис. USD // Джерело: www.trademap.org.

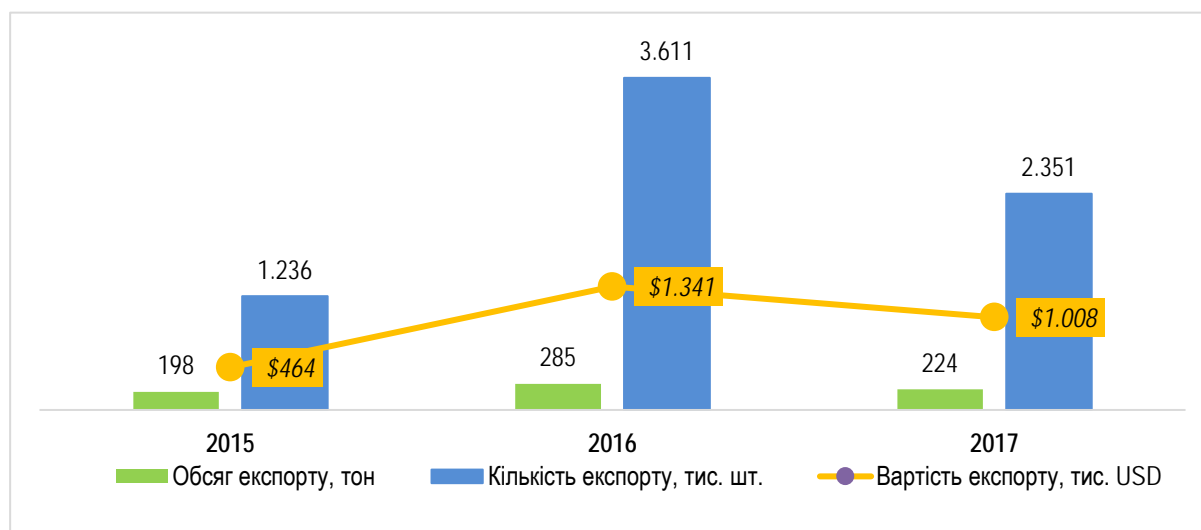
	Вартість експорту, тис. USD	% вартості експорту	Ранг
Світ	20 894 721	100%	
Нідерланди	10 137 050	49%	1
Колумбія	1 417 127	7%	2
Німеччина	1 057 083	5%	3
Італія	939 416	4%	4
Еквадор	890 537	4%	5
Бельгія	605 973	3%	6
Кенія	595 627	3%	7
Данія	491 731	2%	8
Сполучені Штати Америки	447 246	2%	9
Іспанія	409 098	2%	10
<...>	<...>	<...>	<...>
Російська Федерація	3 988	0,02%	74
Україна	3 957	0,02%	75
Туніс	3 830	0,02%	76
<...>	<...>	<...>	<...>

¹ Код ЗЕД «б. Живі дерева та інші рослини; цибулини, коріння та інші аналогічні частини рослин; зрізані квіти і декоративна зелень» включає дерева та рослини з різними цілями використання: для квітництва, ландшафтного дизайну, вирощування сільськогосподарських культур (наприклад, плодкових дерев, саджанці ягідників) тощо. Фактичний обсяг торгівлі квітами та декоративними рослинами менший за обсяг торгівлі за кодом б. Окрім цього, обсяги зовнішньої торгівлі можуть давати різні дані у звітності різних країн джерелах: експорт з країни X до Y, заявлений країною X, фактично може не дорівнювати імпорту до країни Y з країни X, заявленому країною Y.

2.1.2. Країни експорту з України

Якщо говорити лише про квіти та декоративні рослини (тобто виключити з аналізу рослини для сільськогосподарського вирощування), Україна експортувала на суму 1 млн. USD у 2017 році. Кількість² та вартість експорту потроїлися у 2016 році порівняно з 2015 однак, наступного року обсяги знизилися майже на $\frac{1}{4}$ (-333 тис. USD та -1080 тис. шт. у 2017 р. порівняно з 2016 роком).

Графік 1. Експорт Україною квітів і декоративних рослин, 2015-2017 рр. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

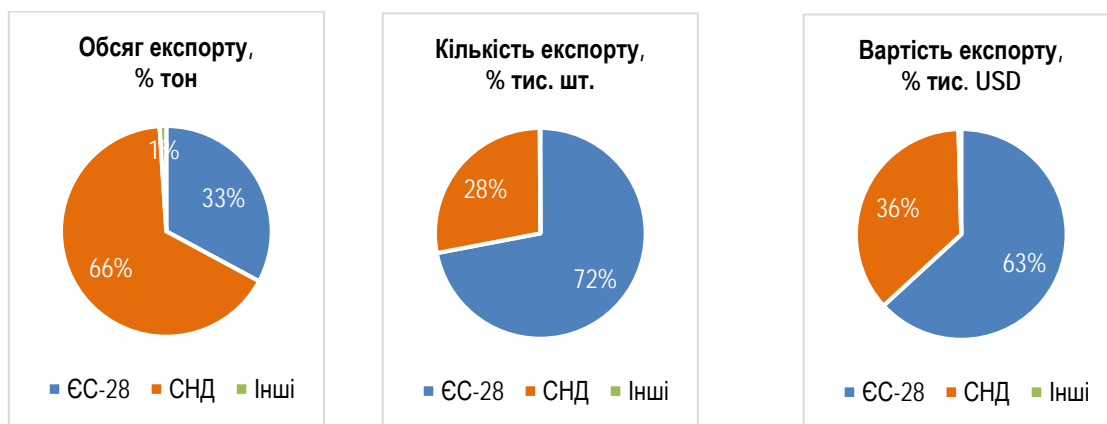


Український експорт квітів і декоративних рослин не є диверсифікованим географічно, оскільки здійснюється лише у два регіони та тільки до 8 країн (за даними 2017 року). Українські експортери поки що зосередили свої зусилля на ринках Європейського Союзу, який отримав 63% від вартості українського експорту у 2017 році. Ринки країн СНД³ – іще один напрямок експорту, на який припало 36% вартості українського експорту у 2017 році.

² Кількість (у штуках) зазначена у 98% експортних декларацій.

³ До складу СНД входять 11 країн, колишніх республік СРСР: Азербайджан, Білорусь, Казахстан, Молдова, Узбекистан (до яких Україна експортувала у 2017 році), а також Вірменія, Росія, Киргизстан, Таджикистан, Туркменістан (до яких Україна не експортувала у 2017 році).

Графік 2. Експорт Україною квітів і декоративних рослин за регіонами, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна



У 2017 році Польща та Білорусь були ключовими напрямками експорту квітів і декоративних рослин з України, отримавши 59% та 30% експортної вартості відповідно. Білорусь використовується як проміжна ланка для поставок рослин до Російської Федерації: переважна більшість рослин з Білорусі (99% вартості експорту⁴) експортується до Росії.

Польща як отримує певні рослини з України, так і вирощує їх на своїй території. Основними напрямками експорту Польщі є Російська Федерація (27% вартості польського експорту), Нідерланди (15%) та Німеччина (12%)⁵.

Нідерланди займають третю позицію за кількістю експорту: Україна поставляла до Голландії переважно декоративні троянди. Німеччина придбала в Україні засушені мохи та лишайники на суму 5,6 тис. USD. Ці дві країни – Нідерланди та Німеччина – також є найбільшими імпортерами квітів і декоративних рослин у світі (за даними 2017 року⁶). Інші країни, з якими торгувала Україна у 2017 році, є нішевими гравцями на ринку квітів і декоративних рослин.

Узбекистан – країна призначення №1 за обсягом експорту у 2017 (у вазі): він придбав в Україні саджанці хвойних дерев, що мають велику вагу.

⁴ Trademap.org

⁵ Trademap.org

⁶ У 2017 році Німеччина імпортувала дерева та рослини (код ЗЕД «6. Живі дерева та інші рослини; цибулини, коріння та інші аналогічні частини рослин; зрізані квіти і декоративна зелень») на суму 3,2 млрд. USD (16,7% світового імпорту), а Нідерланди – на суму 2,4 млрд. USD (12,2%) // Джерело: www.trademap.org.

Таблиця 2. Експорт Україною квітів і декоративних рослин за країнами призначення⁷, 2017 // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

	Обсяг експорту			Кількість експорту			Вартість експорту		
	Тон	%	Ранг	Тис. шт.	%	Ранг	Тис. USD	%	Ранг
ЗАГАЛОМ	224,2	100%		2 350,8	100%		1 008,2	100%	
Польща	64,3	29%	2	1 233,2	52%	1	593,7	59%	1
Білорусь	28,6	13%	3	553,5	24%	2	297,6	30%	2
Узбекистан	95,3	42%	1	1,6	0,1%	6	38,9	4%	3
Нідерланди	9,2	4%	5	459,4	20%	3	37,8	4%	4
Азербайджан	3,9	2%	6	100,2	4%	4	26,6	3%	5
Німеччина	0,2	0,1%	8	n/a	n/a	n/a	5,6	1%	6
Грузія	2,3	1%	7	1,8	0,1%	5	4,2	0,4%	7
Молдова	20,4	9%	4	1,1	0,05%	7	3,7	0,4%	8

Ми також спостерігаємо суттєві зміни в експорті за країнами призначення: після значного зростання у 2016 р. (+189%) спостерігався спад (-25%). Ріст у 2016 р. відбувся головним чином завдяки значному збільшенню експорту до Білорусі. Окрім цього Україна покращила експорту співпрацю з іншими країнами такими як Польща, Нідерланди та Узбекистан. Проте, у 2017 р. Україні не вдалося зберегти обсяги експорту на рівні 2016 р. і поставила набагато менше рослин до країн-партнерів. Україна загалом має тенденцію втрачати країни-партнерів в експортному бізнесі: 13 країн у 2015 р. та лише 8 у 2017 р.

Таблиця 3. Експорт Україною квітів і декоративних рослин за країнами призначення, 2015-2017 рр., тис. USD // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість експорту, тис. USD	2015	2016	2017	% зміни '16 до '15	% зміни '17 до '16
ЗАГАЛОМ	463,5	1 341,3	1 008,2	189%	-25%
Польща	289,8	624,0	593,7	115%	-5%
Білорусь	17,7	407,4	297,6	2204%	-27%
Узбекистан	41,3	62,1	38,9	51%	-37%
Нідерланди	55,9	178,7	37,8	220%	-79%
Азербайджан	-	-	26,6		Новий ринок
Німеччина	22,7	-	5,6	Втрачений ринок	Відновлений ринок
Грузія		49,1	4,2	Новий ринок	-91%
Молдова	4,6	3,6	3,7	-21%	4%
Казахстан	-	10,8	-	Новий ринок	Втрачений ринок
Литва	-	2,8	-	Новий ринок	Втрачений ринок
Ірак	-	2,6	-	Новий ринок	Втрачений ринок
Угорщина	-	0,03	-	Новий ринок	Втрачений ринок

⁷ Країна призначення – це країна, де відбувається остаточне вивантаження товару його перевізником.

Вартість експорту, тис. USD	2015	2016	2017
Гонконг	9,4	-	-
Сполучені Штати Америки	8,1	-	-
Малайзія	5,8	-	-
Болгарія	4,4	-	-
Австрія	2,2	-	-
Румунія	1,5	-	-
Японія	0,2	-	-

% зміни '16 до '15	% зміни '17 до '16
Втрачений ринок	Втрачений ринок
Втрачений ринок	Втрачений ринок
Втрачений ринок	Втрачений ринок
Втрачений ринок	Втрачений ринок
Втрачений ринок	Втрачений ринок
Втрачений ринок	Втрачений ринок
Втрачений ринок	Втрачений ринок

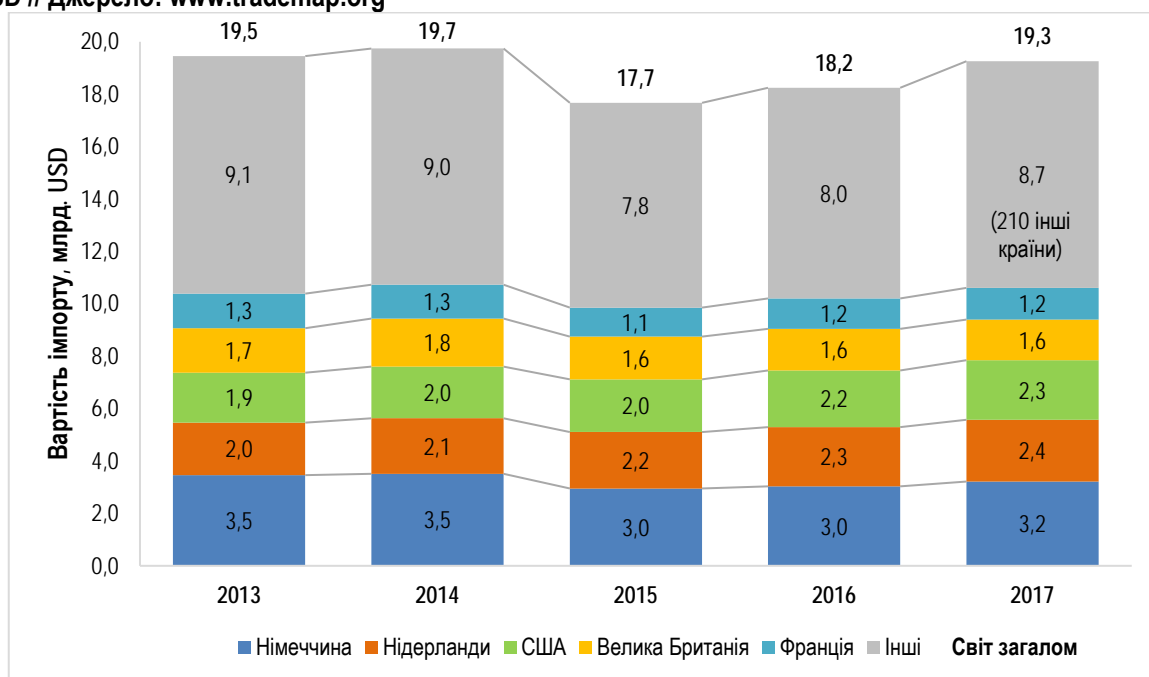
Кількість країн призначення	13	10	8
-----------------------------	----	----	---

-3	-2
----	----

2.1.3. Потенційні ринки

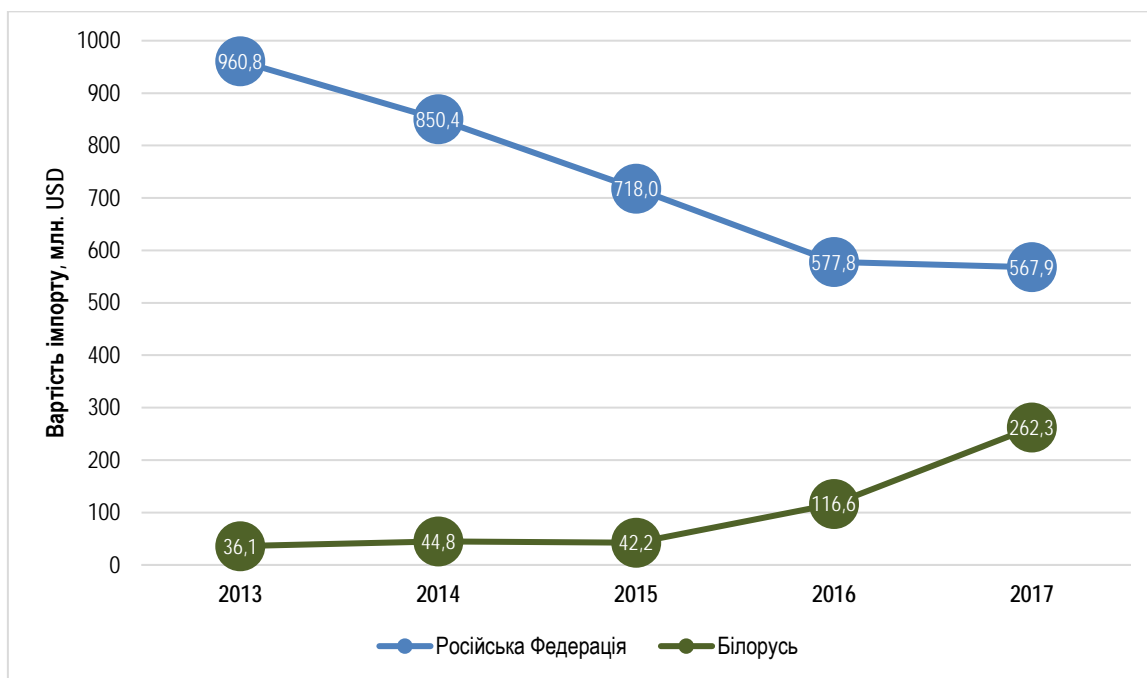
Світовий ринок рослин має середній рівень концентрації: п'ять найбільших імпортерів сумарно охоплюють близько 55% світового імпорту (за даними 2017 р.). Нідерланди та Сполучені Штати Америки демонструють стійке зростання імпорту рослин, починаючи з 2013 року, що свідчить про зростання попиту на квіти у цих країнах.

Графік 3. П'ять найбільших імпортерів дерев та рослин у світі за вартістю імпорту, 2013-2017 рр., млрд. USD // Джерело: www.trademap.org



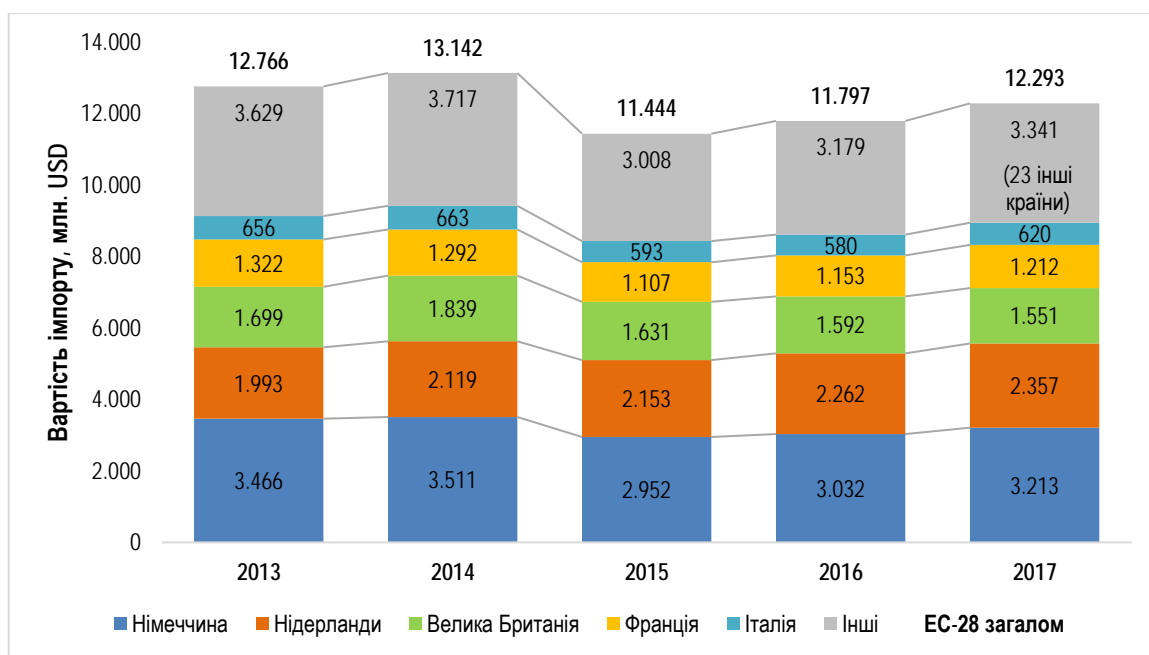
Що стосується регіональної специфіки, то Росія втрачає інтерес до імпортованих рослин та дерев: вартість імпорту до Росії знижується з 2013 року. Білорусія вдвічі збільшила імпорт дерев та рослин у 2017 році порівняно з 2016 роком з 116,6 млн. USD до 262,3 млн. USD, ймовірно, через певний реекспорт до Росії, яка втрачає імпорتنний потенціал можливо за рахунок росту внутрішнього виробництва.

Графік 4. Вартість імпорту дерев і рослин Російською Федерацією та Білоруссю, 2013-2017 рр., млн. USD // Джерело: www.trademap.org



Європейський Союз загалом також збільшує імпорт дерев і рослин у вартісному еквіваленті, починаючи з 2015 року (+ 9% порівняно з 2015 роком). Зростання стало можливим завдяки Німеччині, Нідерландам та Італії. Незважаючи на позитивну тенденцію для ЄС-28 в цілому, Велика Британія зменшила попит на рослини та дерева на міжнародних ринках.

Графік 5. П'ять найбільших імпортерів дерев та рослин у ЄС-28 за вартістю імпорту, 2013-2017 рр., млн. USD // Джерело: www.trademap.org



Потенційні експортні ринки, що представляють інтерес для українських компаній:

- Нідерланди (один з найбільших та зростаючих ринків, українські експортери вже мають досвід співпраці з цим ринком).
- Інші країни Європейського Союзу (близько розташований зростаючий ринок, українські експортери вже мають досвід співпраці з цим ринком).
- США (один з найбільших ринків у світі, що зростає, проте відстань далека і логістика утруднена).
- Білорусь (зростаючий ринок близько розташований до України, співпраця вже налагоджена).

2.1.4. Сектори українського експорту

Станом на 2017 р. український експорт складався переважно з продукції квітництва (87% вартості та 74% кількості). Декоративні рослини (для ландшафтного дизайну, садів та іншого вуличного використання рослин) займали лише 13% від вартості експорту, але 51% у вазі експорту (завдяки великій вазі).

Графік 6. Експорт Україною квітів і декоративних рослин за секторами, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна



У **секторі квітів**, українські експортери постачали до інших країн переважно свіжі зрізані квіти, які склали 98% експортної вартості квітів у 2017 році. Інші різновиди квіткової продукції, такі як квіти у горщиках, цибулини квітів, тощо, ще не настільки розвинені.

Таблиця 4. Вартість експорту Україною квітів, тис. USD, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

	Вартість експорту, тис. USD	% вартості експорту
КВІТИ В ЦІЛОМУ	878,7	100,0%
Зрізані квіти	864,3	98,4%
Свіжі зрізані троянди	860,3	97,9%
Свіжі зрізані інші квіти	4,0	0,5%
Декоративне листя	10,7	1,2%
Засушені мохи та лишайники	5,6	0,6%
Свіжі зрізані частини рослин	4,8	0,5%
Свіжі зрізані гілки хвойних дерев	0,3	0,0%
Свіжі зрізані дерева (хвойні)	3,7	0,4%

Україна експортувала свіжі зрізані троянди на суму 860 тис. USD у 2017 р. та почала експортувати інші свіжі зрізані квіти (на суму 4 тис. USD). Країна також збільшила експорт декоративного листя для оформлення букетів, такого як засушені мохи та лишайники, гілки хвойних дерев, а також поліпшила експорт свіжих зрізаних частин рослин.

Таблиця 5. Вартість експорту Україною квітів, 2015-2017 рр., тис. USD // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість експорту, тис. USD	2015	2016	2017	% зміни '16 до '15	% зміни '17 до '16
	КВІТИ В ЦІЛОМУ	391,9	1179,6	878,7	201%
Зрізані квіти	354,6	1174,9	864,3	231%	-26%
Свіжі зрізані троянди	354,6	1174,9	860,3	231%	-27%
Свіжі зрізані інші квіти	-	-	4,0		Новий ринок
Інші (несвіжі) зрізані квіти	-	0,03	-	Новий ринок	Втрачений ринок
Декоративне листя	26,9	2,3	10,7	-91%	358%
Засушені мохи та лишайники	-	-	5,6		Новий ринок
Свіжі зрізані частини рослин	-	2,3	4,8	Новий ринок	105%
Свіжі зрізані гілки хвойних дерев	-	-	0,3		Новий ринок
Свіжі мохи та лишайники	26,9	-	-	Втрачений ринок	Втрачений ринок
Свіжі зрізані дерева (хвойні)	6,1	1,5	3,7	-75%	147%
Квіти у горщиках	4,4	0,8	-	-81%	Втрачений ринок

Експорт **декоративних рослин** складається з декоративних троянд на 70% від вартості експорту, до інших 30% входять різноманітні дерева, кущі, чагарники.

Таблиця 6. Вартість експорту Україною декоративних рослин, тис. USD, 2017 // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

	Вартість експорту, тис. USD	% вартості експорту
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ В ЦІЛОМУ	129,6	100,0%
Багаторічні квітучі рослини (декоративні троянди)	90,6	69,9%
Дерева, кущі та чагарники	38,9	30,1%

Україна продовжує нарощувати експорт декоративних троянд: щороку вартість експорту зростала у три рази.

Таблиця 7. Вартість експорту Україною декоративних рослин, 2015-2017 рр., тис. USD // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість експорту, тис. USD	2015	2016	2017	% зміни '16 до '15	% зміни '17 до '16
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ В ЦІЛОМУ	71,7	161,7	129,6	126%	-20%
Багаторічні квітучі рослини (декоративні троянди)	8,9	28,5	90,6	222%	217%
Дерева, кущі та чагарники	62,8	123,1	38,9	96%	-68%
Інші дерева, кущі та чагарники	59,0	122,0	38,9	107%	-68%
Декоративні фруктові дерева		1,1		Новий ринок	Втрачений ринок
Декоративні рододендрони та азалії	3,8			Втрачений ринок	Втрачений ринок
Інші декоративні рослини		10,0		Новий ринок	Втрачений ринок

2.1.5. Ключові українські експортери: квіти

Таблиця 8. Найбільші українські експортери у секторі квітів на основі вартості експорту // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

КВІТИ / Зрізані квіти / Свіжі зрізані троянди		
№	Назва підприємства	Основні факти
1.	ТОВ «Асканія-Флора»	Найбільший виробник та постачальник троянд (як свіжих зрізаних, так і декоративних) з Київської області; має тепличний комплекс на 20 га; веб-сайт: ascania-flora.ua
2.	ТОВ «Камелія-PR»	Імпортер, виробник та експортер квітів з Київської області; володіє власною мережею квіткових магазинів «Камелія»; веб-сайт: camellia.ua
КВІТИ / Зрізані квіти / Свіжі зрізані інші квіти		
3.	ТОВ «Флорія Україна»	Виробник та оптовий постачальник гербер з Рівненської області; веб-сайт: www.gerbera.in.ua
КВІТИ / Декоративне листя		
4.	ФОП Кіш Алан Сергійович	Експортер з Закарпатської області; експортував засушені мохи та лишайники
5.	ІП «Корнеліс»	Іноземне підприємство з Житомирської області, що спеціалізується на декоративних трояндах; також експортує зрізані гілки троянд для декоративних цілей; веб-сайт: www.kornelis.biz
КВІТИ / Свіжі зрізані дерева (хвойні)		
6.	ФОП Звягольський Денис Дмитрович	Експортер з Чернівецької області, здійснює підприємницьку діяльність у сфері «Діяльність посередників у торгівлі деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічними виробами» (основний КВЕД)»
7.	ДП «Ясінянське лісомисливське господарство»	Державне підприємство із Закарпатської області, що спеціалізується на лісівництві та іншій діяльності у лісовому господарстві; веб-сайт: yasinya-lmg.org.ua

2.1.6. Ключові українські експортери: декоративні рослини

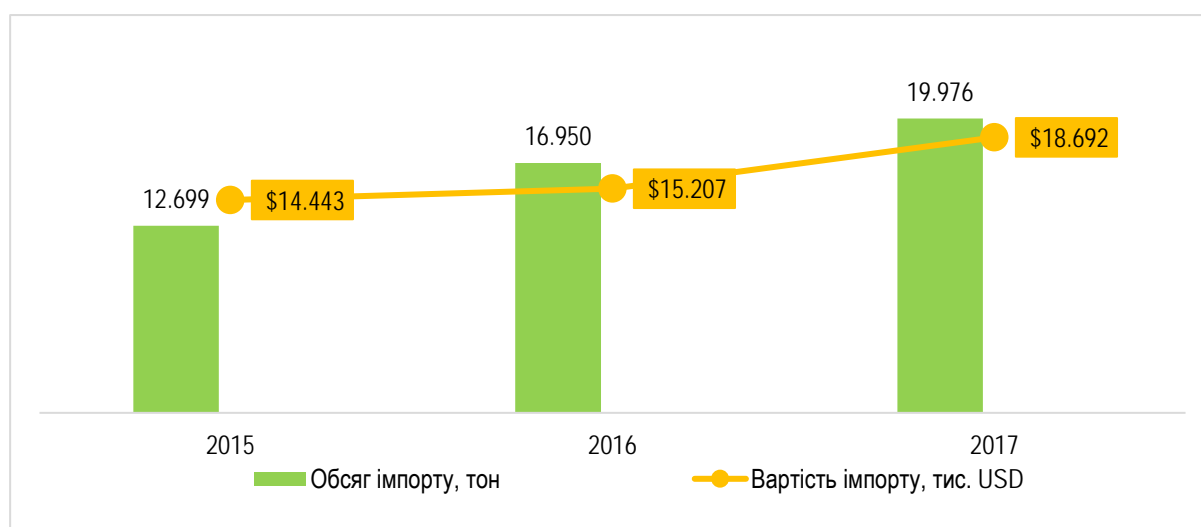
Таблиця 9. Найбільші українські експортери у секторі декоративних рослин на основі вартості експорту
// Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ / Декоративні троянди		
	Назва підприємства	Основні факти
1.	ІП «Корнеліс»	Іноземне підприємство з Житомирської області, що спеціалізується на декоративних трояндах; веб-сайт: www.kornelis.biz
2.	ПВП «Нова Хвиля»	Компанія з Чернігівської області; спеціалізується на неспеціалізованій оптовій торгівлі; реалізовувала на експорт саджанці троянд
3.	ТОВ «Декоплант»	Українсько-голландське спільне підприємство з Вінницької області; виробник декоративних троянд та інших рослин; реалізовувало на експорт саджанці троянд веб-сайт: www.dekoplant.com.ua
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ / Дерева, кущі та чагарники		
4.	ТОВ Фірма «Дуан-К»	Підприємство з Харківської області, що не спеціалізується на квітникарстві і виступає посередником; експортувало саджанці хвойних дерев

2.2. Офіційна статистика. Імпорт в Україну

Україна імпортувала квітів та декоративних рослин (за винятком рослин сільськогосподарського призначення) на суму 18,7 млн. USD та вагою 20,0 млн. тон у 2017 р. Спостерігається позитивна тенденція: обсяг імпорту зріс на 18%, а вартість імпорту – на 23% у 2017 р. порівняно з 2016 р. У України – негативний торговельний баланс в категорії квітникарства та декоративного рослинництва: країна імпортує набагато більше, ніж експортує.

Графік 7. Імпорт Україною квітів і декоративних рослин, 2015-2017 рр. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна



Імпорт квітів і декоративних рослин не є географічно диверсифікованим: 93% від вартості імпорту приходить на європейські країни, 5% – на країни азійського регіону, і ще 2% – на країни з інших регіонів.

Графік 8. Імпорт Україною квітів і декоративних рослин за торгуючими регіонами, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна



Нідерланди (світовий лідер галузі) є основним постачальником квітів і декоративних рослин: 64% вартості імпорту, 11,9 млн. USD у 2017 році. На Кіпр приходить 8%. Сусідні країни Словаччина та Польща поставили до України квітів і декоративних рослин на суму 1,1 та 0,8 млн. USD відповідно.

Таблиця 10. Імпорт Україною квітів і декоративних рослин за торгуючими країнами, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

	Обсяг імпорту			Вартість імпорту		
	Тон	%	Ранг	Тис. USD	%	Ранг
ЗАГАЛОМ	19 976,1	100,0%		18 692,1	100,0%	
Нідерланди	11 061,9	55,4%	1	11 940,4	63,9%	1
Кіпр	2 316,5	11,6%	2	1 506,9	8,1%	2
Словаччина	1 898,7	9,5%	3	1 136,0	6,1%	3
Польща	1 016,1	5,1%	4	775,7	4,1%	4
Туреччина	843,8	4,2%	6	696,9	3,7%	5
Німеччина	986,5	4,9%	5	633,4	3,4%	6
Бельгія	359,7	1,8%	8	481,6	2,6%	7
Італія	694,7	3,5%	7	473,0	2,5%	8
Сполучені Штати Америки	313,2	1,6%	9	300,3	1,6%	9
Угорщина	290,0	1,5%	10	269,1	1,4%	10
Інші країни	195,0	1,0%		478,9	2,6%	

Як уже зазначалося, Нідерланди – основний імпортер продукції квітництва і декоративного рослинництва до України, і співпраця з ними надалі поглиблюється. Співпраця з Кіпром збільшилася майже у два рази: з 0,8 млн. USD у 2016 році до 1,5 млн. USD у 2017 році.

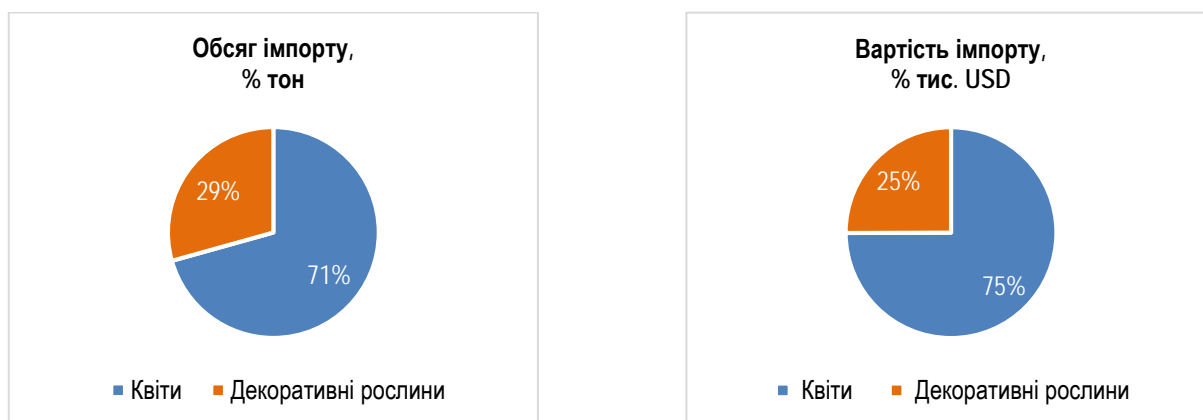
Таблиця 11. Вартість імпорту Україною квітів і декоративних рослин за торгуючими країнами, 2015-2017 рр., тис. USD // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість імпорту, тис. USD	2015	2016	2017	% зміни '16 до '15	% зміни '17 до '16
ЗАГАЛОМ	14 442,7	15 206,8	18 692,1	5%	23%
Нідерланди	7 786,6	7 637,0	11 940,4	-2%	56%
Кіпр	664,3	773,4	1 506,9	16%	95%
Словаччина	60,2	1 454,5	1 136,0	2316%	-22%
Польща	341,3	574,1	775,7	68%	35%
Туреччина	1 548,1	659,1	696,9	-57%	6%
Німеччина	232,3	525,5	633,4	126%	21%
Бельгія	156,7	287,4	481,6	83%	68%
Італія	126,0	321,1	473,0	155%	47%
Сполучені Штати Америки	2,2	493,4	300,3	22764%	-39%
Угорщина	58,0	71,4	269,1	23%	277%
Інші країни	3 467,0	2 409,9	478,9	-30%	-80%

2.2.1. Сектори українського імпорту

Станом на 2017 р., український імпорт складався переважно з квітів (75% вартості і 71% обсягу імпорту). Декоративні рослини (для ландшафтного дизайну, садів та інших вуличних цілей використання) мали лише 25% від вартості імпорту, але 29% у обсязі (вазі) імпорту.

Графік 9. Імпорт Україною квітів і декоративних рослин за секторами, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна



У секторі **квітів**, українські імпортери купували в інших країнах такі категорії:

- Зрізані квіти (49% вартості імпорту). Основним видами квітів є троянди, хризантеми та гвоздики.
- Рослини у горщиках / кімнатні (29% вартості імпорту).

- Цибулини квітів (29% вартості імпорту). Цибулини тюльпанів переважають у структурі імпорту цибулин.

Таблиця 12. Вартість імпорту Україною квітів, тис. USD, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

	Вартість імпорту, тис. USD	% вартості імпорту
КВІТИ В ЦІЛОМУ	14 009,4	100,0%
Зрізані квіти	6 833,1	48,8%
Свіжі зрізані троянди	2 572,8	18,4%
Свіжі зрізані хризантеми	1 641,1	11,7%
Свіжі зрізані гвоздики	942,7	6,7%
Інші зрізані квіти	1 676,6	12,0%
Квіти у горщиках	4 050,1	28,9%
Орхідеї, гіацинти, нарциси та тюльпани у горщиках	1 334,1	9,5%
Інші рослини у горщиках	2 716,0	19,4%
Цибулини квітів	2 610,8	18,6%
Цибулини тюльпанів	1 496,8	10,7%
Інші цибулини	1 114,0	8,0%
Декоративне листя	505,1	3,6%
Свіжі зрізані частини рослин	448,0	3,2%
Інше декоративне листя	57,1	0,4%
Свіжі зрізані дерева (хвойні)	10,3	0,1%

Україна збільшила вартість імпорту свіжих зрізаних троянд і хризантем на 23% і 15% відповідно у 2017 р. порівняно з 2016 р. проте, імпорт гвоздик зменшився ймовірно через менший попит на внутрішньому ринку.

Таблиця 13. Вартість імпорту Україною квітів, 2015-2017 рр., тис. USD // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість імпорту, тис. USD	2015	2016	2017	% зміни	
				'16 до '15	'17 до '16
КВІТИ В ЦІЛОМУ	11 953,7	12 140,8	14 009,4	2%	15%
Зрізані квіти	6 445,4	5 883,9	6 833,1	-9%	16%
Свіжі зрізані троянди	1 818,2	2 086,1	2 572,8	15%	23%
Свіжі зрізані хризантеми	1 675,8	1 426,7	1 641,1	-15%	15%
Свіжі зрізані гвоздики	1 679,6	982,5	942,7	-42%	-4%
Інші зрізані квіти	1 271,8	1 388,7	1 676,6	9%	21%
Квіти у горщиках	2 947,8	3 660,3	4 050,1	24%	11%
Орхідеї, гіацинти, нарциси та тюльпани у горщиках	1 046,9	1 088,9	1 334,1	4%	23%
Інші рослини у горщиках	1 900,9	2 571,4	2 716,0	35%	6%
Цибулини квітів	2 244,5	2 177,6	2 610,8	-3%	20%
Цибулини тюльпанів	1 279,4	1 320,6	1 496,8	3%	13%
Інші цибулини	965,1	857,0	1 114,0	-11%	30%
Декоративне листя	308,0	409,4	505,1	33%	23%
Свіжі зрізані частини рослин	270,9	363,3	448,0	34%	23%
Інше декоративне листя	37,2	46,1	57,1	24%	24%
Свіжі зрізані дерева (хвойні)	7,9	9,6	10,3	21%	8%

Частка Нідерландів у структурі українського імпорту квітів складає 72% у вартості.

Таблиця 14. Вартість імпорту Україною квітів з Нідерландів, тис. USD, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість імпорту, тис. USD Нідерланди до України	Вартість імпорту, тис. USD	% вартості імпорту
КВІТИ В ЦІЛОМУ	10 065,4	100,0% <i>[71,8% від вартості імпорту квітів в цілому]</i>
Зрізані квіти	4 245,7	42,2% <i>[62,1% від вартості імпорту зрізаних квітів в цілому]</i>
Свіжі зрізані троянди	1 760,7	17,5%
Свіжі зрізані хризантеми	1 012,5	10,1%
Свіжі зрізані гвоздики	225,2	2,2%
Інші зрізані квіти	1 247,3	12,4%
Квіти у горщиках	3 236,0	32,2% <i>[79,9% від вартості імпорту квітів у горщиках в цілому]</i>
Орхідеї, гіацинти, нарциси та тюльпани у горщиках	1 196,6	11,9%
Інші рослини у горщиках	2 039,4	20,3%
Цибулини квітів	2 330,6	23,2% <i>[89,3% від вартості імпорту цибулин квітів]</i>
Цибулини тюльпанів	1 404,1	14,0%
Інші цибулини	926,4	9,2%
Декоративне листя	252,6	2,5% <i>[50% від вартості імпорту декоративного листя в цілому]</i>
Свіжі зрізані частини рослин	234,8	2,3%
Інше декоративне листя	17,8	0,2%
Свіжі зрізані дерева (хвойні)	0,5	0,0% <i>[4,9% від вартості імпорту свіжих зрізаних дерев в цілому]</i>

Імпорт квітів з Нідерландів майже подвоївся у 2017 р. порівняно з 2016 р.: з 6,7 млн. USD у 2016 р. до 10,1 млн. USD у 2017 р. Зростання відбулося в усіх категоріях квітів: від троянд і хризантем до квітів у горщиках та цибулин квітів.

Таблиця 15. Вартість імпорту Україною квітів з Нідерландів, 2015-2017 рр., тис. USD // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість імпорту, тис. USD Нідерланди до України	2015	2016	2017	% зміни '16 до '15	% зміни '17 до '16
КВІТИ В ЦІЛОМУ	6 641,9	6 746,9	10 065,4	2%	49%
Зрізані квіти	2 922,4	2 592,5	4 245,7	-11%	64%
Свіжі зрізані троянди	1 030,9	983,5	1 760,7	-5%	79%
Свіжі зрізані хризантеми	1 089,4	744,0	1 012,5	-32%	36%
Свіжі зрізані гвоздики	95,4	182,6	225,2	91%	23%
Інші зрізані квіти	706,6	682,4	1 247,3	-3%	83%
Квіти у горщиках	1 851,9	2 320,7	3 236,0	25%	39%
Орхідеї, гіацинти, нарциси та тюльпани у горщиках	683,8	727,9	1 196,6	6%	64%
Інші рослини у горщиках	1 168,2	1 592,8	2 039,4	36%	28%
Цибулини квітів	1 735,2	1 663,2	2 330,6	-4%	40%
Цибулини тюльпанів	930,4	1 071,4	1 404,1	15%	31%
Інші цибулини	804,8	591,9	926,4	-26%	57%
Декоративне листя	131,8	170,5	252,6	29%	48%
Свіжі зрізані частини рослин	121,7	159,4	234,8	31%	47%
Інше декоративне листя	10,1	11,1	17,8	11%	60%
Свіжі зрізані дерева (хвойні)	0,6	-	0,5	Втрачений риннок	Відновле ний риннок

Імпорт **декоративних рослин** складається з декоративних дерев, кущів, чагарників на 61% від вартості імпорту, багаторічних квітучих рослин – на 19% (переважно декоративні троянди для відкритого ґрунту), та інших рослин – на 21%.

Таблиця 16. Вартість імпорту Україною декоративних рослин, тис. USD, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

	Вартість імпорту, тис. USD	% вартості імпорту
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ В ЦІЛОМУ	4 682,7	100,0%
Дерева, кущі та чагарники	2 836,0	60,6%
Дерева, кущі та чагарники	2 659,3	56,8%
Декоративні рододендрони та азалії	90,4	1,9%
Декоративні ягоди, виноград, овочі тощо	86,2	1,8%
Багаторічні квітучі рослини	864,4	18,5%
Декоративні троянди	658,4	14,1%
Інші декоративні квіти	205,9	4,4%
Інші рослини	982,4	21,0%

Ввіз декоративних рослин зріс на 53% у 2017 р. порівняно з 2016 р. та досяг 4,7 млн. USD. У 2016 р. спостерігалось значне скорочення імпорту декоративних троянд, однак у 2017 р. він відновився і перевищив рівень 2016 року.

Таблиця 17. Вартість імпорту Україною декоративних рослин, 2015-2017 рр., тис. USD // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість імпорту, тис. USD	2015	2016	2017	% зміни '16 до '15	% зміни '17 до '16
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ В ЦІЛОМУ	2 489,0	3 065,9	4 682,7	23%	53%
Дерева, кущі та чагарники	1 386,7	1 950,9	2 836,0	41%	45%
Дерева, кущі та чагарники	1 258,6	1 818,2	2 659,3	44%	46%
Декоративні рододендрони та азалії	34,1	55,1	90,4	61%	64%
Декоративні ягоди, виноград, овочі тощо	93,9	77,7	86,2	-17%	11%
Багаторічні квітучі рослини	765,6	287,1	864,4	-63%	201%
Декоративні троянди	578,2	83,6	658,4	-86%	687%
Інші декоративні квіти	187,4	203,4	205,9	9%	1%
Інші рослини	336,7	827,9	982,4	146%	19%

40% від вартості імпорту декоративних рослин до України належить Нідерландам. Вони лідирують у поставках декоративних троянд: 90% від вартості імпортованих декоративних троянд приходить на троянди з Голландії.

Таблиця 18. Вартість імпорту Україною декоративних рослин з Нідерландів, тис. USD, 2017 р. // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість імпорту, тис. USD Нідерланди до України	Вартість імпорту, тис. USD	% вартості імпорту
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ В ЦІЛОМУ	1 875,0	100,0% [40% від вартості імпорту декоративних рослин в цілому]
Дерева, кущі та чагарники	860,3	45,9% [30,3% від вартості імпорту дерев тощо в цілому]
Дерева, кущі та чагарники	771,5	41,1%
Декоративні рододендрони та азалії	30,9	1,6%
Декоративні ягоди, виноград, овочі тощо	58,0	3,1%
Багаторічні квітучі рослини	780,5	41,6% [90,3% від вартості імпорту багаторічних квітучих рослин]
Декоративні троянди	608,1	32,4%
Інші декоративні квіти	172,3	9,2%
Інші рослини	234,2	12,5% [23,8% від вартості імпорту інших рослин в цілому]

Співпраця з Нідерландами у секторі декоративних рослин поглибилася у 2017 р.: імпорт збільшився вдвічі порівняно з 2016 р. в усіх категоріях декоративних рослин.

Таблиця 19. Вартість імпорту Україною декоративних рослин з Нідерландів, 2015-2017 рр., тис. USD // Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

Вартість імпорту, тис. USD Нідерланди до України	2015	2016	2017	% зміни	
				'16 до '15	'17 до '16
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ В ЦІЛОМУ	1 144,7	890,1	1 875,0	-22%	111%
Дерева, кущі та чагарники	351,7	533,7	860,3	52%	61%
Дерева, кущі та чагарники	323,3	524,0	771,5	62%	47%
Декоративні рододендрони та азалії	7,8	8,4	30,9	8%	266%
Декоративні ягоди, виноград, овочі тощо	20,6	1,3	58,0	-94%	4393%
Багаторічні квітучі рослини	674,5	137,5	780,5	-80%	468%
Декоративні троянди	512,0	23,7	608,1	-95%	2462%
Інші декоративні квіти	162,6	113,7	172,3	-30%	52%
Інші рослини	118,4	218,9	234,2	85%	7%

2.2.2. Ключові українські імпортери: квіти

Таблиця 20. Найбільші українські імпортери у секторі квітів на основі вартості імпорту// Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

КВІТИ / Зрізані квіти / Свіжі зрізані троянди		
№	Назва підприємства	Основні факти
1.	ТОВ «ЛАДОВИФ-16»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту
2.	ТОВ «ДАНТАРБУД-ДТБ»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту
3.	ТОВ ТОРГІВЕЛЬНА КОМПАНІЯ «ВИДУБИЧІ»	Підприємство займається неспеціалізованою торгівлею, з м. Київ; немає веб-сайту
КВІТИ / Зрізані квіти / Свіжі зрізані хризантеми		
4.	ТОВ «ЛАДОВИФ-16»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту
5.	ТОВ «РІКОН +»	Компанія, що спеціалізується на торгівлі товарами широкого асортименту, з Харківської області; немає веб-сайту
6.	ТОВ «ДАНТАРБУД-ДТБ»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту
КВІТИ / Зрізані квіти / Свіжі зрізані гвоздики		
7.	ПП «ТУРФЛОРА»	Підприємство займається оптовою торгівлею квітами та іншими рослинами, з Хмельницької області; немає веб-сайту
8.	ТОВ «ФЛОРА СІТІ»	Підприємство займається оптовою торгівлею квітами та іншими рослинами, з м. Київ; немає веб-сайту
9.	ТОВ «ЙОНА»	Оптові продажі товарів широкого асортименту з м. Київ; немає веб-сайту
КВІТИ / Зрізані квіти / Свіжі зрізані інші квіти		
10.	ТОВ «ЛАДОВИФ-16»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту
11.	ТОВ СП з ІІ «Украфлора»	Імпортер та оптовий постачальник різноманітних квітів та інших рослин з м. Києва; веб-сайт: ukraflora.com.ua
КВІТИ / Квіти у горщиках / Орхідеї, гіацинти, нарциси та тюльпани у горщиках		
12.	ТОВ СП з ІІ «Украфлора»	Імпортер та оптовий постачальник різноманітних квітів та інших рослин з м. Києва; веб-сайт: ukraflora.com.ua
13.	ТОВ «ЛАДОВИФ-16»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту

14.	ТОВ «Флоремікс»	Підприємство спеціалізується на роздрібній торгівлі квітами та іншими рослинами; немає веб-сайту
КВІТИ / Квіти у горщиках / Інші рослини у горщиках		
15.	ТОВ «Флоремікс»	Підприємство спеціалізується на роздрібній торгівлі квітами та іншими рослинами; немає веб-сайту
16.	ТОВ СП з ІІ «Украфлора»	Імпортёр та оптовий постачальник різноманітних квітів та інших рослин з м. Києва; веб-сайт: ukraflora.com.ua
17.	ФГ «Квіти Закарпаття»	Квіткове господарство із Закарпатської області, з площею 14 га; вирощує квіти для балконів та клумб, кімнатні рослини (такі як гербери, примули, цикламени). Ексклюзивний представник «VOLMARY GmbH» (Німеччина), який виробляє посадковий матеріал: розсаду квітів для балконів та клумб, сіянці петунії, віоли, примули, гербер тощо; розсаду прянощів та овочів, насіння та цибулини квітів, насіння газонних трав; веб-сайт: pfister.com.ua
КВІТИ / Цибулини квітів / Цибулини тюльпанів		
18.	ТОВ «Інтерфлора Україна»	Продавець насіння овочів, квітів, різноманітних рослин, саджанців троянд, фруктових дерев, ягід. Основний канал постачання – поштова доставка роздрібним та оптовим покупцям. Компанія постачає насіння та цибулини з Нідерландів, Німеччина, Чехії, Франції та Польщі. веб-сайт: interflora.com.ua
19.	ТОВ «АТМ ТРЕЙД МЕНЕДЖМЕНТ»	Оптовий посередник з м. Києва; немає веб-сайту
20.	ПП «Бонус»	Оптовий дистриб'ютор насіння та посадкового матеріалу іноземного виробництва, розташовується у Львівській області. Також підприємство вирощує квіти та інші рослини; веб-сайт: bonus.lviv.ua
21.	ТОВ «ДАНТАРБУД-ДТБ»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту
КВІТИ / Цибулини квітів / Інші цибулини		
22.	ПрАТ «ПОЛТАВАСОРТНАСІННСОВОЧ»	Підприємство займається оптовими продажами квітів та інших рослин, а також їх вирощуванням, з Полтавської області; веб-сайт: nasinyapoltava.ucoz.ua
23.	ТОВ «Інтерфлора Україна»	Продавець насіння овочів, квітів, різноманітних рослин, саджанців троянд, фруктових дерев, ягід. Основний канал постачання – поштова доставка роздрібним та оптовим покупцям. Компанія постачає насіння та цибулини з Нідерландів, Німеччина, Чехії, Франції та Польщі. веб-сайт: interflora.com.ua
24.	ТОВ «ДАНТАРБУД-ДТБ»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту
КВІТИ / Декоративне листя		
25.	ТОВ «ЛАДОВИФ-16»	Підприємство займається імпортом та неспеціалізованою оптовою торгівлею, з м. Києва; немає веб-сайту
26.	ТОВ СП з ІІ «Украфлора»	Імпортёр та оптовий постачальник різноманітних квітів та інших рослин з м. Києва; веб-сайт: ukraflora.com.ua
27.	ТОВ «РІКОН +»	Компанія, що спеціалізується на торгівлі товарами широкого асортименту, з Харківської області; немає веб-сайту
КВІТИ / Свіжі зрізані дерева (хвойні)		
28.	ФОП Плешкан Василь Миколайович	Підприємець займається неспеціалізованою оптовою торгівлею; немає веб-сайту
29.	ТОВ «КТЛ Група»	Посередник оптової торгівлі; немає веб-сайту

2.2.3. Ключові українські імпортери: декоративні рослини

Таблиця 21. Найбільші українські імпортери у секторі декоративних рослин на основі вартості імпорту
// Джерело: Державна фіскальна служба України, розрахунки Kleffmann Group Україна

ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ / Багаторічні квітучі рослини / Декоративні троянди		
№	Назва підприємства	Основні факти
1.	ТОВ «Асканія-Флора»	Найбільший виробник та постачальник троянд (як свіжих зрізаних, так і декоративних) з Київської області; має тепличний комплекс на 20 га; веб-сайт: ascania-flora.ua
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ / Багаторічні квітучі рослини / Інші декоративні квіти		
2.	ТОВ «Флоремікс»	Підприємство спеціалізується на роздрібній торгівлі квітами та іншими рослинами; немає веб-сайту
3.	ПрАТ «ПОЛТАВАСОРТНАСІННСОВОЧ»	Підприємство займається оптовими продажами квітів та інших рослин, а також їх вирощуванням, з Полтавської області; веб-сайт: nasinnyapoltava.ucoz.ua
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ / Дерева, кущі та чагарники / Дерева, кущі та чагарники		
4.	ТОВ «Голландські троянди» (розсадник «Гарді»)	Найбільший розсадник декоративних рослин (дерев. Кущів тощо) з площею 42 га Полтавської області; вирощувані рослини орієнтовані на використання у ландшафтному дизайні, як у міському просторі, так і на особистих ділянках; веб-сайт: www.gardi.biz
5.	ТОВ «ГАЛСАД»	Садовий центр з Львівської області, назва є скороченням від «Галицький сад». Займається продажем декоративних рослин для відкритого ґрунту, а також засобів захисту рослин, добрив, садового інвентаря. веб-сайт: galsad.com.ua
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ / Дерева, кущі та чагарники / Декоративні рододендрони та азалії		
6.	ТОВ «Санаторний комплекс "Деренівська Купіль"»	Санаторний комплекс із Закарпатської області; має дендропарк на своїй території, який поповнює новими рослинами та квітами; веб-сайт: derenivska-kupil.ua
7.	ТОВ «ЗЕЛЕНА САДИБА Україна» («Мегаплант»)	Великий промисловий розсадник з Київської області, з площею 200 га; пропонує великий асортимент рослин для ландшафтного дизайну будь-якої складності; веб-сайт: megaplant.com.ua
8.	ФГ «Квіти Закарпаття»	Квіткове господарство із Закарпатської області, з площею 14 га; вирощує квіти для балконів та клумб, кімнатні рослини (такі як гербери, примули, цикламени). Ексклюзивний представник «VOLMARY GmbH» (Німеччина), який виробляє посадковий матеріал: розсаду квітів для балконів та клумб, сіянці петунії, віоли, примули, гербер тощо; розсаду прянощів та овочів, насіння та цибулини квітів, насіння газонних трав; веб-сайт: pfister.com.ua
9.	ТОВ «БМС САКУРА»	Підприємство займається оптовими поставками переважно фруктів та овочів, з Київської області; немає веб-сайту
ДЕКОРАТИВНІ РОСЛИНИ / Дерева, кущі та чагарники / Декоративні ягоди, виноград, овочі тощо		
10.	ТОВ «Голландські троянди» (розсадник «Гарді»)	Найбільший розсадник декоративних рослин (дерев. Кущів тощо) з площею 42 га Полтавської області; вирощувані рослини орієнтовані на використання у ландшафтному дизайні, як у міському просторі, так і на особистих ділянках; веб-сайт: www.gardi.biz
11.	ТОВ «ФруТек»	Розсадник з Вінницької області, який спеціалізується на управлінні правами інтелектуальної власності на сорти рослин веб-сайт: fruitech.com.ua
12.	ТОВ «Декоплант»	Українсько-голландське спільне підприємство з Вінницької області; виробник декоративних троянд та інших рослин; реалізовувало на експорт саджанці троянд веб-сайт: www.dekoplant.com.ua

2.3. Офіційна статистика. Виробництво в Україні

Україна переважно вирощує квіти та декоративні рослини для внутрішнього ринку, обсяг експорту порівняно незначний.

Національна статистика збирається лише для деяких видів квітів, збір даних з виробництва декоративних рослин не проводиться.

Квіти на зріз (такі як троянди, тюльпани) і рослини у горщиках переважно вирощуються спеціалізованими господарствами, з невеликими винятками по деяким видам нішевих рослин (хризантеми, гвоздики, півонії тощо), які вирощуються у індивідуальних господарствах населення.

В категорії квітів на зріз переважають троянди: всього було вирощено 70,1 млн. шт. у 2017 році, і 99% з них були вирощені в професійному сегменті. Тюльпани – категорія квітів на зріз №2 з великими відставанням від троянд: вирощено 1,2 млн. шт. у 2017 році, і 66% з них вирощені сільськогосподарськими підприємствами.

У вирощуванні нішевих категорій квітів на зріз переважають індивідуальні господарства: це стосується хризантем, гвоздик, глідіолусів, айстр, півоній тощо.

Якщо вести мову про цибулини квітів, то вони переважно вирощуються в межах індивідуальних / непрофесійних господарств. Сільськогосподарські підприємства з вирощування рослин є більш зацікавленими у вирощуванні і продажі «дорослих» рослин, ніж насіння чи саджанців.

Таблиця 22. Кількість вирощених в Україні квітів, тис. шт., 2017 р. // Джерело: Державна служба статистики України, «Площі, валові збори та урожайність сільськогосподарських культур, плодів, ягід та винограду»

	ЗАГАЛОМ, тис. шт.	У сільсько- господарських підприємствах, тис. шт.	В індивідуальних господарствах, тис. шт.	У сільсько- господарських підприємствах, % до ЗАГАЛОМ	В індивідуальних господарствах, % до ЗАГАЛОМ
Квіти зрізані та квіти в бутонах свіжі	74 867,9	72 027,8	2 840,1	96%	4%
Троянда	70 148,3	69 563,3	585,0	99%	1%
Тюльпан	1 167,5	773,2	394,3	66%	34%
Хризантема	397,9	3,9	394,0	1%	99%
Гвоздика	287,9	7,0	280,9	2%	98%
Гладіолуси	281,2	80,0	201,2	28%	72%
Айстри	262,3	0,7	261,6	0%	100%
Півонія	164,4	0,1	164,3	0%	100%
Лілії	149,3	–	149,3	–	100%
Квіти зрізані та квіти в бутонах свіжі інші	2 009,1	1 599,6	409,5	80%	20%
Рослини в горщиках, ящиках тощо	2 352,1	2 306,2	45,9	98%	2%
Матеріал садивний культур квіткових	28 235,6	14 063,1	14 172,5	50%	50%
Розсада квітів	18 365,2	11 862,2	6 503,0	65%	35%
Саджанці квіткових насаджень	5 318,5	1 963,7	3 354,8	37%	63%
Цибулини, бульби, кореневі бульби, бульбоцибулини квітів	4 551,9	237,2	4 314,7	5%	95%
Саджанці насаджень декоративних	1 295,0	1 293,1	1,9	100%	0%

3. Рамкові умови здійснення діяльності оптової та роздрібною торгівлі квітами та декоративними рослинами в Україні

3.1. Отримання земельних ділянок для вирощування декоративних рослин

Згідно законодавства України, для здійснення будь-якого виду діяльності на земельній ділянці (будівництво, прокладення комунікацій, сільське господарство тощо), вона повинна належати до **категорії земель**, що допускає такий вид її використання, а в окремих випадках також мати належний **вид використання та склад угідь**.

Для вирощування квітів, встановлення теплиць, або створення плантацій декоративних багаторічних насаджень використовуються земельні ділянки **категорії** «землі сільськогосподарського призначення». В межах категорії, земельна ділянка повинна бути одного з перелічених **видів використання**:

- для товарного виробництва;
- особистого селянського господарства;
- фермерського господарства;
- садівництва.

Вид угідь цієї земельної ділянки повинен бути а) **рілля**; б) **парники, оранжереї, теплиці**; в) **багаторічні насадження**.

В іншому випадку, можливе притягнення порушників до адміністративної відповідальності та накладення штрафу. Матеріал про адміністративне правопорушення (протокол) складається державним інспектором із контролю за охороною довкілля або державним інспектором із контролю за використанням та охороною земель, що підпорядковуються Міністерству екології та природних ресурсів України та Державному агентству з питань геодезії, картографії та кадастру. Сума штрафу складає від 85 грн. до 425 гривень.

Всі відомості про **категорію, вид використання, вид угідь** земель, площу та інші параметри земельної ділянки містяться в реєстраційних документах, а також доступні на публічній кадастровій карті.

Отримання земельної ділянки. Через діючий в Україні мораторій на продаж земель сільськогосподарського призначення (який поширюється на 96% площі всіх с/г земель України) придбання земельних ділянок у власність має певні складнощі, оскільки пропозиція на ринку обмежена. Додатковою перепорою для іноземного бізнесу в придбанні земельних ділянок є законодавча заборона іноземцям, особам без громадянства, іноземним юридичним особам та іноземним державам набувати землю сільськогосподарського призначення у власність.

Переважна кількість земель, що наразі використовується сільськогосподарськими підприємствами перебуває в них в оренді. Строк оренди земель сільськогосподарського призначення не може бути меншим 7 років та більшим 50 років. Більше детальна інформація за посиланням:

http://www.ucab.ua/en/doing_agribusiness/umovi_vedennya_agrobiznesu/zemelni_pitannya

Способи набуття земельної ділянки:

1. Придбання у власність непідмораторних земельних ділянок.

На разі в Україні близько **2 млн. га** земель сільськогосподарського призначення, що не підпадають під дію мораторію на продаж земель та можуть брати участь в ринковому обігу. Зазвичай це земельні ділянки призначені для особистого селянського господарства, садівництва, городництва. Середні площі таких земельних ділянок не великі, близько 1,5 га. Можлива складність полягає у пошуку та викупу земельних ділянок, що знаходяться поряд для формування потрібної площі одним масивом.

Зважаючи на заборону іноземцям та іноземним юридичним компаніям набувати у власність землі сільськогосподарського призначення в Україні, купівля земельних ділянок іноземним бізнесом можлива у разі наявності посередника або створення

української компанії з іноземними інвестиціями⁸, яка може бути покупцем земельної ділянки. Однак в такому випадку засновником такої компанії має бути громадянин України. Купівля-продаж здійснюється в загальному порядку за цивільно-правовим договором із обов'язковим нотаріальним посвідченням.

2. Оренда земельної ділянки (найпоширеніший спосіб).

Процедура оренди земельних ділянок приватної та державної власності відрізняється. Оренда приватної земельної ділянки здійснюється шляхом укладання стандартного цивільно-правового договору оренди між сторонами, який після його укладення підлягає державній реєстрації в **Реєстрі речових прав на нерухоме майно**.

Оренда державних, та комунальних земель здійснюється виключно на земельних аукціонах. Пропозиція таких земельних ділянок обмежена, а конкуренція за них висока. Дані про всі заплановані земельні аукціони та детальну інформацію про лоти, можна знайти за посиланням: <http://torgy.land.gov.ua/auction>.

Строк оренди земель не може бути меншим 7 років та більшим ніж 50 років.

3. Купівля підприємства яке володіє або користується землею.

Цей спосіб допомагає отримати землю, та/або його права на користування землею, через процедуру викупу корпоративних прав підприємства, а відповідно і майна що йому належить. Покупець фактично стає правонаступником за договорами оренди цього підприємства.

4. Купівля договору емфітевзису.

Договір емфітевзису дуже подібний до договору оренди однак володіє рядом ознак, що відрізняє його від оренди землі та розширює можливості його використання. Зокрема, договір емфітевзису може не мати строку дії або бути укладеним на будь-який строк. Українські підприємства іноді практикують укладення таких договорів на строк 100, 200 та навіть 500 років.

⁸ Компанія з іноземними інвестиціями – створене відповідно до вимог Господарського кодексу України підприємство, в статутному капіталі якого не менш як десять відсотків становить іноземна інвестиція.

Іншою важливою особливістю такого договору є те, що це право можна відчужити третій особі.

5. Укладення договору суборенди із орендарем.

Варіант ризиковий оскільки залежить від дії первинного договору оренди. В такому разі якщо орендар порушить перед орендодавцем якусь із умов договору оренди, наприклад пропустить строк виплати орендної плати, то орендодавець може розірвати договір оренди, а відповідно і суборенди.

Враховуючи специфіку вирощування декоративних рослин, така діяльність не потребує значних площ (понад 500 га), що спрощує пошук необхідних площ одним масивом у вибраних регіонах.

3.2. Реєстрація прав на сорти рослин в Україні

Реєстрація прав на сорти рослин передбачає набуття майнових та немайнових прав інтелектуальної власності на сорти рослин, що дозволяє їх автору (власнику) отримувати винагороду за використання сорту, а також забезпечити його правовий захист.

Згідно із Законом України «Про охорону прав на сорти рослин» на сорти рослин можуть набуватися такі права на сорти:

- **Особисті немайнові права інтелектуальної власності на сорт рослин.** Дане право посвідчується свідоцтвом про авторство на сорт рослин.
- **Майнові права інтелектуальної власності на сорт рослин.** Посвідчується патентом на сорт рослин.
- **Майнове право інтелектуальної власності на поширення сорту рослин.** Посвідчується свідоцтвом про державну реєстрацію сорту рослин.

Актуальними для декоративних рослин є перші два види прав інтелектуальної власності. Майнове право інтелектуальної власності на поширення сорту набувається виключно для поширення сільськогосподарських сортів рослин.

Права на сорт набуваються в Україні шляхом подання до відповідного підрозділу Міністерства аграрної політики та продовольства Заявки на сорт рослин, експертизи цієї заявки, та прийняття рішення щодо державної реєстрації сорту.

Важливо! Україна з 2006 року приєдналася до Міжнародної конвенції з охорони нових сортів рослин⁹, і національне законодавство відповідає вимогам цієї конвенції в питаннях реєстрації та захисту прав на сорти.

Етапи державної реєстрації сорту рослини в Україні:

Етап 1. Подача Заявки на сорт рослин.

Виконавець: Заявник

Право на подачу заявки на набуття майнового права інтелектуальної власності на сорт рослин має: автор (кожен з авторів) сорту, його роботодавець, якщо це передбачено трудовим договором, а також правонаступник (спадкоємець) автора сорту.

До Заявки додаються:

- *Технічна анкета сорту, що містить детальну інформацію про характеристики сорту;*
- *Документи, що підтверджують право на подачу заявки на сорт рослини;*
- *Зразки насіння та/або садивного матеріалу сорту;*
- *Фото сорту з описом його ознак;*

Етап 2. Формальна експертиза Заявки на сорт рослин.

Виконавець: Сектор з охорони прав на сорти рослин Мінагрополітики

Формальна експертиза проводиться з метою визначення відповідності формальних ознак заявки вимогам, що встановлені Законом та її відповідність Правилам складання та подання заявки на сорт рослин.

⁹ <http://www.upov.int/upovlex/en/conventions/1991/content.html>

Етап 3. Кваліфікаційна експертиза Заявки на сорт рослин.

Виконавець: Український інститут експертизи сортів рослин

Кваліфікаційна експертиза передбачає проведення комплексу досліджень, необхідних для підготовки експертного висновку за заявкою та прийняття рішення щодо державної реєстрації сорту і прав на нього. Згідно Закону сорти декоративних рослин підлягають експертизі на відмінність, однорідність та стабільність.

Кваліфікаційна експертиза розпочинається після отримання заявником експертного висновку про позитивні результати формальної експертизи за умови оплати послуг експертного закладу.

* Під час проведення кваліфікаційної експертизи:

- проводиться експертиза запропонованої назви сорту;
- визначається новизна сорту;
- визначається відповідність сорту критеріям відмінності, однорідності та стабільності.

Методика проведення кваліфікаційної експертизи декоративних рослин опублікована на офіційному веб-сайті УІЕСР (<http://sops.gov.ua/uploads/page/5a5f1cfd2b89c.pdf>)

Етап 4. Прийняття рішення по Заявці на сорт рослин.

Виконавець: Мінагрополітики

За результатами кваліфікаційної експертизи УІЕСР формується обґрунтований експертний висновок за Заявкою і Компетентний орган приймає рішення про державну реєстрацію сорту і видачу патенту або рішення про відмову в реєстрації сорту і видачі патенту.

ВАРТІСТЬ ПОСЛУГ ПО РЕЄСТРАЦІЇ СОРТУ¹⁰

Види зборів	Розмір зборів, грн
1. За подання заявки на сорт рослин	1300
2. За проведення кваліфікаційної експертизи заявки на сорт рослин (за перший і кожний наступний рік):	
визначення відповідності сорту критеріям відмінності, однорідності та стабільності в експертних закладах	1900
визначення відповідності сорту критеріям відмінності, однорідності та стабільності безпосередньо у заявника	210
8. За підтримання чинності майнових прав інтелектуальної власності на сорт рослин (чинності патенту):	
за перший рік	400
за другий рік	450
за третій рік	550
....	650

3.3. Захист прав виробників (брідерів/оригіраторів) на сорти рослин

Закон України «Про охорону прав на сорти рослин» передбачає можливість охорони прав **автора сорту** та **володільця патенту** на сорт рослин.

Автор сорту наділяється особистими немайновими правами інтелектуальної власності на сорт рослини. Ці права не відчужуються, не передаються і діють безстроково. Особа, визнана автором сорту, має право:

- a) перешкоджати іншим особам привласнювати та спотворювати його авторство;

¹⁰ <http://sops.gov.ua/en/rekviziti-dla-optati-ta-zbori-za-dii-povazani-z-ohoronou-prav-na-sorti-roslin>

- б) вимагати не розголошувати його ім'я як автора сорту і не зазначати його у публікаціях;
- в) вимагати зазначення свого імені під час використання сорту, якщо це практично можливо.

Цей перелік особистих немайнових прав автора не є вичерпним.

Майнове право інтелектуальної власності на сорт рослин є право володільця патенту на використання сорту та виключне право на дозвіл чи заборону використання сорту іншими особами.

Виключне право на дозвіл чи заборону використання сорту полягає в тому, що ніхто без дозволу володільця патенту не може здійснювати щодо посадкового матеріалу сорту такі дії:

- а) виробництво або відтворення сорту (з метою розмноження);
- б) доведення до кондиції з метою розмноження;
- в) пропонування до продажу;
- г) продаж або інший комерційний обіг;
- ґ) вивезення за межі митної території України;
- д) ввезення на митну територію України;
- е) зберігання для будь-якої із зазначених вище цілей.

Володілець патенту має право передати свої майнові права на сорт на підставі договору будь-якій особі, яка стає його правонаступником. Окрім цього, володілець патенту може видати будь-якій особі дозвіл (ліцензію) на використання сорту на підставі ліцензійного договору.

Чинність майнових прав інтелектуальної власності на сорт рослин обмежується строком в 35 років для сортів деревних та чагарникових культур і винограду, та 30 років для всіх інших культур, за умови сплати збору за їх підтримання.

Правова охорона сорту починається з дати подачі заявником Заявки на сорт рослин та завершується з моменту виключення сорту з Реєстру сортів рослин України або спливу терміну правової охорони патенту чи його анулювання.

Подавши Заявку на сорт рослини, заявник отримує право тимчасової правової охорони. Тимчасова правова охорона надає право заявнику на одержання компенсації за завдані йому після публікації відомостей про заявку збитки від особи, яку заявник повідомив про те, що відомості про заявку занесено до Реєстру заявок. Зазначена компенсація може бути одержана заявником тільки після одержання ним патенту.

Закон передбачає, що особа, права якої на сорт порушені, може особисто вимагати від порушника припинення незаконних дій, або звернутися за захистом своїх прав до суду, та вимагати:

- припинення дій, що порушують або створюють загрозу порушення його права відносно становища, що існувало до порушення права;
- відшкодування порушником завданих збитків включаючи не одержані доходи;
- стягнення компенсації, з урахуванням того, чи було вчинене порушення без умислу чи навмисно (замість відшкодування збитків або стягнення доходу);
- відшкодування моральної шкоди;
- вилучення з комерційного обігу чи конфіскацію незаконно одержаного відповідачем будь-якого матеріалу сорту та продукту;
- вжиття інших передбачених законодавством заходів, пов'язаних із захистом прав на сорти.

Вимагати поновлення порушених прав володільця патенту може також особа, яка має право на використання сорту за ліцензійним договором.

3.4. Митне оформлення. Вимоги та перелік документів для імпорту

Імпорт товарів в Україну передбачає належне виконання умов процедури митного оформлення, що передбачена [Митним кодексом України](#).

Митне оформлення розпочинається з моменту подання декларантом митної декларації до [органу доходів і зборів](#).

В декларації зазначаються точні відомості про товари, мету їх переміщення через митний кордон України, а також відомості, необхідні для здійснення їх митного контролю та митного оформлення. Для спрощення процедури митного оформлення, декларантом також може подаватися Попередня митна декларація, що спрощує випуск товарів на територію України.

Декларації можуть подаватися в паперовій або електронній формі. Формат митних декларацій, що подаються як електронні документи, базується на міжнародних стандартах електронного обміну даними.

Із дати подання митної декларації, у суб'єкта виникає зобов'язання зі сплати державного мита та інших обов'язкових платежів. При імпорті, суми митних платежів, нараховані органом доходів і зборів, підлягають сплаті до Державного бюджету України платником до або на день подання митної декларації для митного оформлення. Ставки мита встановлюються [Митним тарифом України](#) та розраховуються імпортером при заповненні митної декларації. Декларант може здійснити авансовий платіж мита на спеціальні рахунки органу доходів і зборів. Ці кошти зараховується до Державного Бюджету України лише після завершення процедури митного оформлення, а у разі відмови імпортера від ввезення товару – кошти будуть йому повернуті.

В цілях захисту економічних інтересів країни і її внутрішнього ринку від неякісних товарів або недобросовісної конкуренції до товарів, що ввозяться або вивозяться, можуть тимчасово застосовуватися особливі види мита:

Антидемпінгове мито – використовується при ввезенні на митну територію України товарів за ціною, яка є суттєво нижчою за їхню конкурентну ціну.

Компенсаційне мито – використовується при ввезенні чи вивезенні товарів, під час виробництва яких використовувалася субсидія, якщо таке вивезення чи ввезення загрожує вітчизняним товаровиробникам або перешкоджає розширенню виробництва подібних товарів в Україні

Спеціальне мито – використовується, якщо зростання імпорту в Україну конкретного товару заподіює значну шкоду або загрожує заподіянням значної шкоди національному товаровиробнику.

Зазначені види мита застосовуються за результатами розслідування відповідною комісією Митного органу. Розслідування може бути ініційоване за заявою національного товаровиробника, державного органу, або у разі виявлення митним органом підстав для порушення такого розслідування.

Митні платежі

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) пов'язана з імпортом здійснюється за **Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (далі – УКТЗЕД)**, яка складена на основі **Гармонізованої системи опису та кодування товарів** (міжнародна номенклатура товарів, розроблена Всесвітньою митною організацією).

Декоративні рослини згідно УКТЗЕД підпадають під **групу 06** «Живі дерева та інші рослини; цибулини, коріння та інші аналогічні частини рослин; зрізані квіти і декоративна зелень»¹¹. Інформація про деякі ставки митних платежів наведені в таблиці нижче.

¹¹ <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/584%D0%B0-18> – Закон України «Про митний тариф»

Ставки ввізного мита УКТЗЕД група 06

Код	Види	Ставка
0601 10	– Цибулини, бульби, кореневі бульби, бульбоцибулини, кореневища, включаючи розгалужені кореневища. – Гіацинти; нарциси; тюльпани; гладіолуси; орхідеї.	5%
0603	Зрізані квітки та пуп'янки, придатні для складення букетів або для декоративних цілей, свіжі, засушені, вибілені, пофарбовані, просочені або оброблені іншим способом. Свіжі: троянди; гвоздики; хризантеми; тюльпани; гладіолуси; орхідеї	з 1 червня до 31 жовтня 10% з 1 листопада до 31 травня 5%

ВАЖЛИВО: Будь-яке посилання, зазначене в товарній позиції – коді УКТЗЕД 0603 чи 0604, на товари слід розуміти як посилання на букети, корзини з квітами, вінки та аналогічні вироби, виготовлені повністю або частково з товарів такого роду, за винятком аксесуарів з інших матеріалів.

Податок на додатну вартість

Крім сплати державного мита, товари, що ввозять на митну територію України є об'єктом оподаткування ПДВ. Особою, відповідальною за сплату митних платежів, в тому числі ПДВ, є декларант.

Датою виникнення податкових зобов'язань за імпортною операцією завжди буде дата подання митної декларації для митного оформлення. Сплатити імпортний ПДВ слід до дня або в день подання декларації.

Товари, що ввозяться на митну територію України, обкладаються ПДВ за ставкою 20% (7% для медичних виробів, які внесені до Державного реєстру медичної техніки та виробів медичного призначення). Базою оподаткування податком є договірна (контрактна вартість), але не нижче митної вартості товарів що ввозяться, з урахуванням мита та акцизного податку, які підлягають сплаті і включаються до ціни товарів.

Статті 196 та 197 Податкового кодексу України¹² містять перелік операцій, що не є об'єктом оподаткування ПДВ, або звільнені від оподаткування.

Важливо! Незареєстровані платники ПДВ, які сплачують його при імпорті товарів, не мають права на податковий кредит. Вони включають таку сплачену ними суму податкових зобов'язань до первісної вартості імпортного товару.

Зареєстровані платники ПДВ на суму імпортних ПДВ – зобов'язань збільшують свій податковий кредит. Підставою для відображення податкового кредиту є митна декларація, оформлена відповідно до вимог законодавства, що підтверджує факт сплати податку.

Подальшим етапом митного оформлення імпорту товару в Україну є митний контроль. Декларант надає митниці загальний перелік документів та відомостей про товар, а також інші документи в залежності від виду транспорту яким здійснюється переміщення товару через кордон.

¹² <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17?lang=en> – Податковий Кодекс України.

Акцизний податок

У разі ввезення на митну територію підакцизних товарів, на них накладається також акцизний податок. До підакцизних товарів належать:

- спирт етиловий та алкогольні напої, пиво;
- тютюнові вироби, тютюн та промислові замінники тютюну;
- пальне;
- транспортні засоби;
- електрична енергія.

Більш детальний перелік підакцизних товарів та ставок податку зазначено в ст. 215 Податкового кодексу України.

Єдиний збір

Єдиний збір встановлюється щодо транспортних засобів, які перетинають державний кордон України, і справляється за здійснення у пунктах пропуску, у визначених законодавством випадках, належного контролю (санітарно-епідеміологічного, ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного контролю) товарів (у тому числі у формі попереднього документального контролю) та радіологічного контролю товарів і транспортних засобів.

Єдиний збір також включає в себе плату за проїзд транспортних засобів автомобільними дорогами України та за проїзд автомобільних транспортних засобів з перевищенням встановлених розмірів загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів.

Ставки єдиного збору встановлюються цим Законом у євро та не можуть змінюватися протягом бюджетного року.

**Ставки єдиного збору та додаткова плата за кожен кілометр проїзду
автомобільних транспортних засобів з перевищенням встановлених розмірів,
загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів**

Вид транспортного засобу	Місткість або загальна маса транспортного засобу з вантажем	Ставка єдиного збору за одиницю транспортного засобу в євро	
		за проведення контролю	за проїзд автомобільними дорогами (за кожен кілометр проїзду)
1. Автобуси	Від 10 до 30 місць включно	4	0,04
	Понад 30 місць	10	0,04
2. Вантажні автомобілі з/або без причепів та тягачі з/або без напівпричепів	До 20 тонн включно	10	0,04
	Понад 20 до 40 тонн включно	20	0,04
3. Великовагові автотransпортні засоби	Понад 40 до 44 тонн включно	20	0,2
	Понад 44 до 52 тонн включно	20	0,4
	Від 52 до 60 тонн включно	20	0,54
	Понад 60 тонн (за кожні наступні 10 тонн)	20	1,56
4. Великовагові автотransпортні засоби з перевищенням осьових навантажень	До 5 % включно	-	0,1
	Понад 5 % до 10 % включно	-	0,2
	Понад 10 % до 20 % включно	-	0,54
	Понад 20 % за кожні наступні 5 %	-	0,30
5. Великогабаритні автотransпортні засоби з перевищенням встановлених параметрів ширини, висоти, довжини	За кожний параметр	-	0,06
6. Залізничний вагон, контейнер		4	-

Для автомобільних транспортних засобів та контейнерів, які перетинають кордон України без вантажів, ставка єдиного збору становить 20 відсотків від загальної ставки. При цьому плата за проїзд автодорогами України, у тому числі за перевищення загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів, справляється повністю.

З перевізників-резидентів, транспортні засоби яких зареєстровано територіальними органами Міністерства внутрішніх справ України, плата за проїзд автомобільними дорогами України справляється лише у разі перевищення встановлених розмірів загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів.

У разі перетинання державного кордону України залізничними вагонами без вантажів єдиний збір не справляється.

Митне оформлення

Загальний перелік документів для митного оформлення включає:

- Митна декларація;
- Зовнішньоекономічний договір (контракт);
- Комерційні документи (рахунок-фактура, рахунок-проформа, invoice);
- Документи, що підтверджують країну походження товару (сертифікат походження, заява відправника і т. д.);
- Документи, що використовуються для визначення митної вартості товару (банківські платіжні документи, відповідна бухгалтерська документація, каталоги, специфікації, прейскуранти, тощо);

При перевезенні автомобільним транспортом також надаються:

- Документи на транспортний засіб;
- Транспортні (перевізні) документи (міжнародні товаротransпортні накладні);
- Визначений актами Всесвітнього поштового союзу документ, що супроводжує міжнародні поштові відправлення (за їх наявності);
- Комерційні документи (за наявності) на товари, що перевозяться, які містять відомості, зокрема, про найменування та адресу перевізника, найменування

країни відправлення та країни призначення товарів, найменування та адреси відправника (або продавця) та отримувача товарів;

- Відомості про кількість вантажних місць та вид упаковки;
- Вага бруто товарів (у кілограмах) або об'єм товарів (у метрах кубічних), крім великогабаритних вантажів.

При перевезенні іншими видами транспорту (морський, повітряний, залізничний) передбачено надання додаткових, характерних для цього виду транспорту документів.

Незалежно від виду транспорту, яким здійснюється переміщення товарів, також надаються документи (відомості), які підтверджують дотримання заборон та/або обмежень згідно із законами України щодо пропуску товарів через митний кордон України. Зокрема, у разі імпорту насіння, цибулин квітів, садивного матеріалу та інших категорій рослинної продукції, необхідним є надати сертифікати на насіння (ISTA, OECD), а також фітосанітарні/карантинні документи, що видані державними органами країн з яких ця продукція експортується на партії імпортованих рослин.

3.5. Фітосанітарні вимоги з огляду на імпорт в Україні

Постановою Кабінету Міністрів України від 12.05.2007 р. № 705 “Про деякі питання реалізації Закону України “Про карантин рослин”¹³ затверджено Перелік об'єктів регулювання у сфері карантину рослин відповідно до якого фітосанітарному контролю підлягає продукція за кодами УКТЗЕД (Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності).

Згідно ст. 36 Закону України “Про карантин рослин”¹⁴ імпортні і транзитні вантажі з об'єктами регулювання повинні відповідати таким вимогам:

- бути вільними від карантинних організмів;
- супроводжуватися оригіналами фітосанітарних сертифікатів;

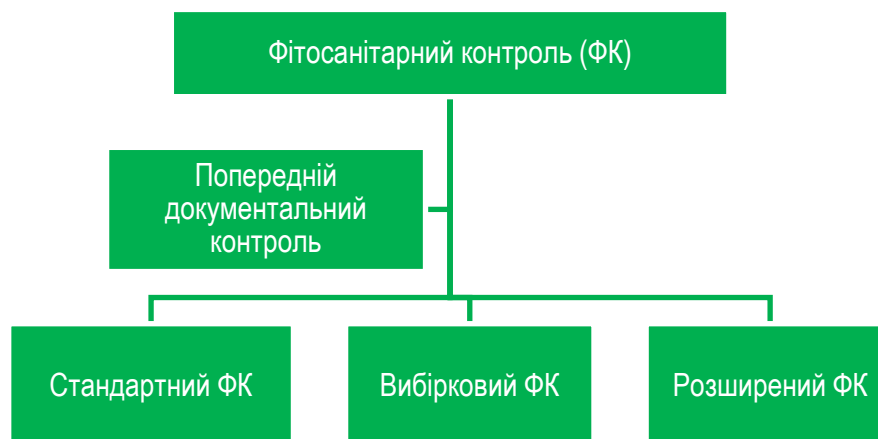
¹³ <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/705-2007-%D0%BF/print1487953854905458>

¹⁴ <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3348-12>

- не походить з об'єкта або зони виробництва чи переміщуватися через зону, на яку поширюється карантинний режим, що підтверджується іноземною національною організацією захисту рослин країни-експортера або транзиту.

Фітосанітарний сертифікат видається відповідним уповноваженим органом країни-експортера та засвідчує відповідність вантажу фітосанітарним вимогам України.

Фітосанітарний контроль вантажів з об'єктами регулювання, що ввозяться на митну територію України (у тому числі з метою транзиту), здійснюється державними *фітосанітарними інспекторами* у визначених пунктах карантину рослин у пунктах пропуску на державному кордоні України.



Попередній документальний контроль здійснюється митними органами. Насінневий, садивний матеріал, квіти, декоративні рослини не підлягають попередньому контролю за наявності сертифікатів про відсутність обробки їх пестицидами та іншими хімічними речовинами.

Стандартний фітосанітарний прикордонний контроль здійснюється державними фітосанітарними інспекторами шляхом інспектування з метою встановлення, що:

- об'єкт регулювання супроводжується дійсним фітосанітарним сертифікатом, якщо такий вимагається згідно з діючими фітосанітарними заходами;
- об'єкти регулювання відповідають документам, які його супроводжують;
- відсутні карантинні організми та ознаки пошкодження вантажу.

Ввезення в Україну або транзит через її територію вантажу дозволяється за таких умов:

- об'єкт регулювання не імпортований та не походить із забороненої для імпорту країни-експортера чи зони країни походження;
- відсутність повідомлення компетентного органу країни походження про виявлення вогнища та поширення карантинного організму на конкретній території;
- наявність повного та дійсного фітосанітарного сертифіката;
- відсутність карантинних організмів та ознак зараження ними;
- наявність непошкодженого опломбування транзитного вантажу, здійсненого митним органом країни-експортера;
- попередні вантажі з аналогічними об'єктами регулювання з країни походження супроводжувалися повними та дійсними фітосанітарними сертифікатами;
- вантаж відповідає вимогам фітосанітарних заходів.

Вибірковий фіто санітарний контроль. Держпродспоживслужба встановлює спеціально визначений відсоток вантажів, які підлягають обов'язковому розширеному фітосанітарному контролю на основі даних щодо виявлення карантинних організмів у вантажах з об'єктами регулювання будь-якого походження, що імпортуються, а також на основі інших факторів, що можуть впливати на життя та здоров'я рослин, враховуючи результати аналізу ризиків.

Перелік карантинних організмів затверджено наказом Мінагрополітики України від 29.11.2006 р. № 716 "Про затвердження Переліку регульованих шкідливих організмів".

Додаткова плата за фіто санітарний контроль не стягується. Лише передоплата митних платежів¹⁵.

¹⁵<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z1300-06>

3.6. Ризики для виробників/імпортерів через невідповідність законодавства України та законодавства Європейського Союзу

Можливими ризиками для імпортерів є:

- недодержання фітосанітарного законодавства України. Якщо при проведенні фітосанітарного контролю буде виявлено карантинний організм, заражений вантаж буде знищено¹⁶.
- переміщення або дії, розцінені як переміщення товарів через митний кордон України з приховуванням від митного контролю, що тягнуть за собою накладення штрафу в розмірі 100 відсотків вартості товарів – безпосередніх предметів порушення митних правил з конфіскацією цих товарів.

Іншою складністю для імпортерів з ЄС є невідповідності законодавства України законодавству ЄС. Процес адаптації законодавства України до норм ЄС є тривалим, та багатограним. Відповідно з'являється значна кількість прогалин в законодавстві, що робить правила ведення бізнесу менш зрозумілими та прозорими.

Кабінетом Міністрів України ухвалено план заходів з виконання **Угоди про асоціацію**¹⁷ відповідно до якого будуть провадитися у відповідність до європейського законодавства нормативні акти України, що стосуються сфери декоративних рослин та квітів, а саме:

Відповідальні за виконання	Мінагрополітики; Держпродспоживслужба	
Найменування завдання	Акт права ЄС	
Строк виконання	до 31 грудня 2018 р.	
328. Приведення заходів щодо торгівлі посадковим матеріалом декоративних рослин у відповідність із законодавством ЄС	Директива Ради 98/56/ЄС	
341. Приведення заходів щодо контролю генетично модифікованих організмів у відповідність із законодавством ЄС: щодо розміщення на ринку гвоздики (<i>Dianthus caryophyllus L., line 123.8.12</i>) генетично модифікованої для поліпшення кольору квітки	Рішення Комісії 009/244/ЄС	
Строк виконання	до 31 грудня 2020 р.	

¹⁶http://www.consumer.gov.ua/News/4328/Informatsiya_shchodo_nevidpovidnosti_importnikh_vantazhiv_fitosanitarnomu_zakonodavstvu_Ukraini_stanom_na_09-07-2018_roku

¹⁷<https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-vikonannya-ugodi-pro-asociaciyu-mizh-ukrayinoyu-z-odniyeyi-storoni-ta-yevropejskim-soyuzom-yevropejskim-spivtovaristvom-z-atomnoyi-energiji-i-yihnimi-derzhavami-chlenami-z-inshoyi-storoni>

1088. Затвердження вимог щодо садивного матеріалу декоративних рослин (поступове наближення національного законодавства до законодавства ЄС)	Директива Ради 98/56/ЄС
1089. Затвердження вимог до постачальників садивного матеріалу декоративних рослин (поступове наближення національного законодавства до законодавства ЄС)	
1090. Прийняття норм щодо вимог до маркування і упаковки садивного матеріалу декоративних рослин (поступове наближення національного законодавства до законодавства ЄС)	
1091. Прийняття умов проведення дослідів і експертиз із садивним матеріалом для декоративних рослин (поступове наближення національного законодавства до законодавства ЄС)	

3.7. Оподаткування в Україні

Для зайняття в Україні бізнесом пов'язаного з виробництвом/виращуванням квітів і декоративних рослин, необхідна реєстрація суб'єкта господарювання (далі – СГ). Основними і найпоширенішими формами для здійснення зазначеної діяльності є юридичні особи (далі – ЮО) – товариство з обмеженою відповідальністю і додатковою відповідальністю (ТОВ і ТДВ), публічні та приватні акціонерні товариства (АТ)¹⁸, спільне підприємство з іноземними інвестиціями, та фізичні особи-підприємці (платники 2 і 3 групи ЄП).

Основні види податків і зборів:

Податок на прибуток підприємств (ППП) — прямий податок, що стягується з прибутку тільки з ЮО – резидентів і нерезидентів (Таблиця 1).

Ставка ППП: 1) Базова (основна) ставка – 18%;

2) «Пільгова» ставка – 0% (тимчасово встановлена до 31.12.2021 року).¹⁹

ВАЖЛИВО: суб'єкти господарювання, що застосовують спрощену систему оподаткування (ЄП) не є платниками ППП.

¹⁸ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17> – Закону України «Про акціонерні товариства»

¹⁹ <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/> – п. 44 підрозділ 4 розділу XX Податкового кодексу України

Таблиця 1

 Загальна система оподаткування
(податок на прибуток 2018)

Критерії порівняння	Без обліку податкових різниць	З обліком податкових різниць
Об'єкт оподаткування	Прибуток	Прибуток
Обсяг доходу за календарний рік	≤ 20 000 000 грн (без непрямих податків)	Без обмежень
Наймані працівники	Без обмежень	
Дозволені види діяльності	Усі види діяльності	
Способи розрахунків	Усі	
Звітний період	Календарний квартал	Календарний рік
Перший звітний період	З дати поставлення на облік та закінчуючи останнім днем повного/неповного календарного року (кварталу)	

ВАЖЛИВО: Для цілей оподаткування податком на прибуток до підприємств, основною діяльністю яких є виробництво сільськогосподарської продукції, належать підприємства, дохід яких від продажу сільськогосподарської продукції власного виробництва за попередній податковий (звітний) рік перевищує 50 відсотків загальної суми доходу

Єдиний податок (ЄП) – податок, що сплачують суб'єкти господарської діяльності на спрощеній системі оподаткування, основний підприємницький податок. В Україні сплата ЄП поділено на 4-и групи (Таблиця 2);

Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) – консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі, платниками якого є роботодавці (Таблиця 2).

Єдиний податок 1 групи – тільки **ФОП**, які не використовують працю найманих осіб.

Види діяльності – роздрібний продаж товарів на ринках та/або надання побутових послуг населенню (список цих послуг дивіться в пп. 291.7 ПКУ). Річний ліміт доходу –

до 300000 гривень.

Єдиний податок 2 групи – тільки **ФОП**, кількість найманих працівників не більше 10 осіб.

Вид діяльності – надання послуг, у тому числі побутових (список цих послуг дивіться в пп. 291.7 ПКУ), платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів (всі NACE зазначені нижче по тексту). Річний ліміт доходу – до 1 500 000 гривень.

Єдиний податок 3 групи – **ЮО** або **ФОП**, ліміту кількості найманих працівників **НЕМАЄ**.

Види діяльності – мають право здійснювати будь-які не заборонені для спрощеної системи види діяльності. Річний ліміт доходу – до 5 000 000 гривень.

Таблиця 2

Основні умови Єдиного податку та ЄСВ

Платник єдиного податку	Єдиний податок		ЄСВ	
	Ставка (сума податку)	Період (строк) сплати	мінімальна сума ЄСВ	період (строк) сплати ЄСВ
Група 1 (ФОП)	176,20 грн (до 10% прожиткового мінімуму)	Щомісяця (авансом не пізніше 20 числа)	819,06 грн на місяць	Щокварталу до 20 числа місяця, що настає за кварталом, за який сплачується ЄСВ
Група 2 (ФОП)	744,60 грн (до 20%* ін зарплати)			
Група 3 (ФОП і ЮО)	3%** або 5% доходу	Щокварталу (протягом 10 календарних днів після граничного строку подання Декларації)		

* – суми коштів встановлені станом на 2018 рік;

** – ставка ЄП 3% встановлюється, якщо СГ є платником ПДВ.

Єдиний податок 4 групи – податок, який встановлюється для сільськогосподарських товаровиробників (частка с/г товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75%).²⁰ При цьому сільськогосподарська продукція/товари (товари, зазначені у групах 1-24 УКТ ЗЕД²¹) вирощуються, відгодовуються, виловлюються, збирається, виготовляється, виробляється, переробляється безпосередньо виробником цих товарів (продукції), а також продукти обробки та переробки цих товарів (продукції), якщо вони були придбані або вироблені на власних або орендованих потужностях (площах).²²

Таблиця 3

Умови Єдиного податку 4-ої групи

Обов'язковий критерій	права власності або ж користування земельними ділянками мають бути оформлені та зареєстровані відповідно до законодавства
База оподаткування	нормативна грошова оцінка (НГО) одного гектара сільськогосподарських угідь з урахуванням коефіцієнта індексації
Ставка податку	для ріллі, сіножатей і пасовищ – 0,95% ; для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, – 0,57% ; для багаторічних насаджень – 0,57% ; для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, – 0,19% ; для земель водного фонду – 2,43% ; для сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту, – 6,33% .
Порядок сплати	щоквартально протягом 30 календарних днів , що настають за останнім календарним днем податкового (звітного) кварталу, у таких розмірах: <ul style="list-style-type: none"> • у I кварталі – 10%; • у II кварталі – 10%; • у III кварталі – 50%; • у IV кварталі – 30%.

²⁰ <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/> – пп. 14.1.235 розділу I Податкового кодексу України.

²¹ Квіти, декоративні рослини і їх насіння, цибулини та ін. знаходять в Групі 6 УКТ ЗЕД).

²² <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1877-15> – Закон України «Про державну підтримку сільського господарства».

ВАЖЛИВО: Не можуть бути платниками єдиного податку 4 групи суб'єкти господарювання, у яких понад 50 відсотків доходу, отриманого від продажу сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки, становить дохід від реалізації декоративних рослин (за винятком зрізаних квітів, вирощених на угіддях, які належать сільськогосподарському товаровиробнику на праві власності або надані йому в користування, та продуктів їх переробки).²³

Податок на додану вартість (ПДВ) – це непрямий податок, який входить в ціну товарів (робіт, послуг) та сплачується покупцем, але його облік та перерахування до державного бюджету здійснює продавець (податковий агент).

Таблиця 4

Умови сплати ПДВ юридичними особами

Критерії	Загальна система з ПДВ	Загальна система без ПДВ*	Єдиний податок 3 групи + ПДВ	Єдиний податок 3 групи без ПДВ*
Умови перебування	-	Виручка до 1 млн грн за 12 місяців	Обсяг доходу протягом попереднього календарного року ≤ 5 млн. грн	
Ставка	18% податок на прибуток + 20% ПДВ	18% податок на прибуток	3% + 20% ПДВ	5% єдиний податок

* – Згідно з пп.181.2 ПКУ, якщо будь який СГ, в т.ч. неплатник ПДВ, імпортує в Україну товари в обсягах, що підлягають оподаткуванню ПДВ (митна вартість більше 150 євро), то такі особи сплачують ПДВ під час митного оформлення товарів без реєстрації як платники ПДВ.

ПДВ за імпортними послугами, що обкладаються ПДВ, повинен сплатити отримувач таких послуг. При цьому не має значення, є цей отримувач платником ПДВ чи ні. Тобто, будь-який єдиноподатник, що отримує послуги від нерезидента, місце постачання яких визначено на митній території України, є податковим агентом такого нерезидента в частині нарахування та сплати ПДВ до бюджету за такими операціями незалежно від суми операції.

²³ <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/> – п.291.5-1.1 Податкового кодексу України

ПДВ і сільськогосподарські товаровиробники – 4 група ЄП (Таблиця 5)

	ПДВ	Без ПДВ
Реєстрація платником ПДВ	Обов'язкова, за умови, що загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, протягом останніх 12 календарних місяців, сукупно перевищує 1 млн грн. (без урахування ПДВ)	Добровільно, за умови, що загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, протягом останніх 12 календарних місяців, сукупно НЕ перевищує 1 млн грн. (без урахування ПДВ)

Для здійснення господарської діяльності СГ повинні обрати певний вид економічної діяльності – **NACE/ КВЕД**:

1) Виробництво/виращування квітів і декоративних рослин

NACE/КВЕД	Назва	Опис
01.19	Виращування інших однорічних і дворічних культур	виращування інших однорічних і дворічних культур, виращування квітів, виращування зрізаних квітів і квітів у бутонах, виращування насіння квітів
01.30	Відтворення рослин	виращування посадкового матеріалу всіх видів, у т.ч. черешків, кореневих пагонів та розсади, для відтворення рослин або щеплення дерев, виращування рослин для висаджування, виращування рослин для декоративних цілей, у т.ч. дернини для пересаджування, виращування рослин для одержування цибулин, бульб і коренеплодів, паростків і пагонів, грибниць (міцелію), діяльність розсадників дерев, крім лісорозсадників

ВАЖЛИВО: можливе здійснення господарської діяльності з виробництва/виращування квітів і декоративних рослин, як сільськогосподарський товаровиробник на 4 групі оподаткування, але за умови, що частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75%.

2) Торгівля квітами і декоративними рослинами

НАСЕ/КВЕД	Назва	Опис
46.22	Оптова торгівля квітами та рослинами	
47.76	Роздрібна торгівля квітами, рослинами, насінням, добривами, домашніми тваринами та кормами для них у спеціалізованих магазинах;	
47.91	Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет	включає роздрібну торгівлю будь-якими товарами за допомогою компаній поштового замовлення або мережі Інтернет, пряму торгівлю за допомогою телебачення, радіо та за телефоном, діяльність з роздрібною торгівлю Інтернет-аукціонів
77.29	Прокат інших побутових виробів і предметів особистого вжитку	цей клас включає надання в прокат будь-яких виробів для домашніх господарств і підприємств (крім товарів для спорту та відпочинку), в тому числі, квітів і рослин.

Державна підтримка. В Україні, в рамках програм державної підтримки агропромислового комплексу, не передбачено субсидій, дотацій або інших механізмів державної підтримки для господарств що здійснюють вирощування квітів, декоративних рослин і т.д. На даний момент діє програма державної підтримки розвитку виноградарства, садівництва і хмелярства, але в рамках даної програми йде мова відносно суб'єктів господарювання, які займаються виноградарством, садівництвом і хмелярством, та зареєстровані відповідним чином.

З додатковою інформацією щодо системи оподаткування в Україні ви можете ознайомитися за посиланням:

http://www.ucab.ua/en/doing_agribusiness/legal_guidance_for_foreign_investors/legal_guidance_for_foreign_investors

3.8. Інвестиційна діяльність в Україні

Суб'єктами іноземної інвестиційної діяльності в Україні визнаються:

- юридичні особи, створені відповідно до законодавства іншої країни;
- фізичні особи – іноземці, які не мають постійного місця проживання на території України і не обмежені у дієздатності;
- іноземні держави, міжнародні урядові та неурядові організації;
- інші іноземні суб'єкти інвестиційної діяльності, які визнаються такими відповідно до законодавства України.

Інвестиціями визнається іноземна чи національна валюта України, рухоме майно, акції, облігації та інші цінні папери, грошові вимоги, інтелектуальна власність тощо.

Форми здійснення інвестицій: пайова участь у спільних підприємствах або придбання частки у діючих підприємствах, створення підприємств, що повністю належать іноземним інвесторам, або придбання в повну власність діючих підприємств; придбання рухомого чи нерухомого майна, прав на користування землею, концесій на використання природних ресурсів та ін.

Іноземні інвестиції можуть вкладатися в будь-які об'єкти інвестування які не заборонено законами України, а саме: основні фонди діючих підприємств та об'єктів соціального призначення; оборотні кошти підприємств та організацій усіх сфер і галузей народного господарства; цінні папери; цільові грошові вклади; науково-технічна продукція; інтелектуальні цінності; інші об'єкти власності, в т. ч. майнові права. Слід зазначити про наявність законодавчих обмежень щодо деяких об'єктів інвестування, зокрема землі сільськогосподарського призначення.

Інвестиційний процес.

Задля здійснення іноземних інвестицій в Україні, іноземний інвестор повинен зареєструвати юридичну особу від імені якої буде здійснювати інвестиційну діяльність.

Поширеною серед інвесторів і зручною формою юридичної особи в Україні є Товариства з обмеженою відповідальністю, зважаючи на простоту та швидкість її реєстрації (2-3 робочих дні). Мінімальний розмір статутного капіталу ТОВ не встановлено, та може становити 1 гривню. Альтернативою також є акціонерні товариства, але їх реєстрація значно складніша, потребує формування статутного капіталу (не менше 1250 мінімальних заробітних плат²⁴) та триває від 3 до 4 місяців.

Інвестування може здійснюватися і без створення юридичної особи, коли спільна інвестиційна діяльність проводиться на основі концесійних договорів, контрактів про виробничу кооперацію, спільне виробництво та інші. Дані договори підлягають обов'язковій державній реєстрації реєстрації.

Захист та гарантії іноземних інвестицій.

З бажанням інвесторів, їх інвестиції можуть бути застраховані. Страхування зовнішньоекономічних операцій проводиться державними, акціонерними, змішаними та іншими комерційними страховими компаніями на договірних засадах. Страхування експортних кредитів, позичок, а також деяких інвестицій і контрактів на поставку машин та обладнання здійснює спеціалізоване страхове акціонерне товариство, контрольний пакет акцій якого належить уряду України.

Уряд встановив пільги та гарантії майнових прав та інтересів інвесторів: звільнення від обкладання митом майна, що ввозиться в Україну як внесок іноземного інвестора до статутного фонду підприємства, та те, що його продукція не підлягає ліцензуванню і квотуванню за умови її сертифікації як продукції власного виробництва.

Іноземні інвестиції не підлягають націоналізації і не можуть бути реквізовані державними органами. Окрім стихійного лиха, аварії, епідемії тощо для забезпечення рятувальних робіт.

Іноземним інвесторам після сплати податків та обов'язкових платежів гарантується безперешкодний переказ за кордон їхніх прибутків, доходів та інших коштів у іноземній

²⁴ Мінімальна заробітна плата в Україні у 2018 році становить 3723 грн.

валюті. Крім того, вони мають право на відшкодування збитків, завданих унаслідок помилкових дій або неналежного виконання органами державної влади своїх обов'язків.

Якщо інвестиційна діяльність іноземного інвестора припиняється, то він має право на повернення своїх інвестицій і доходів у натуральній або грошовій формі за реальною ринковою вартістю. А у разі зміни законодавства щодо іноземних інвестицій протягом десяти років для нього діють державні гарантії захисту, які були передбачені законами на момент реєстрації інвестора.

Оподаткування інвестицій.

Підприємства з іноземними інвестиціями сплачують податки відповідно до законодавства України (податок на прибуток підприємств; податок на доходи фізичних осіб; податок на додану вартість; акцизний податок; екологічний податок; рентна плата; мито). При цьому, існує можливість звільнення від сплати ввізного мита у разі ввезення на митну територію України майна для внесення у статутний капітал, за умови не відчуження майна протягом 3-х років.

До загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку включається інвестиційний прибуток від проведення платником податку операцій з цінними паперами, деривативами та корпоративними правами, випущеними в інших, ніж цінні папери, формах. Порядок оподаткування інвестиційного прибутку регулюється пунктом 170.2 статті 170 ПКУ.

Для цілей оподаткування інвестиційного прибутку звітним періодом вважається календарний рік.

Інвестиційний прибуток розраховується як позитивна різниця між доходом, отриманим платником податку від продажу окремого інвестиційного активу, та його вартістю, що визначається із суми витрат на придбання такого активу з урахуванням норм визначених ПКУ. **Ставка податку інвестиційного прибутку становить 18 відсотків.**

До продажу інвестиційного активу прирівнюються також операції з:

- обміну інвестиційного активу на інший інвестиційний актив;
- зворотного викупу або погашення інвестиційного активу його емітентом, який належав платнику податку;
- повернення платнику податку коштів або майна (майнових прав), попередньо внесених ним до статутного капіталу емітента корпоративних прав, у разі виходу такого платника податку з числа засновників (учасників) такого емітента чи ліквідації такого емітента.

Придбанням інвестиційного активу вважаються також операції з внесення платником податку коштів або майна до статутного капіталу юридичної особи - резидента в обмін на емітовані ним корпоративні права.

Також, українське законодавство передбачає певні особливості оподаткування нерезидентів.

Об'єктом оподаткування як резидентів так і нерезидентів, що здійснюють діяльність на території України є дохід джерелом походження з України.

Джерелом доходів походженням з України вважається будь-який дохід, отриманий резидентами або нерезидентами, від будь-яких видів їх діяльності на території України (включаючи виплату (нарахування) винагороди іноземними роботодавцями), у тому числі, але не виключно, доходи у вигляді процентів, дивідендів, роялті та будь-яких інших пасивних (інвестиційних) доходів, сплачених резидентами України.

Зокрема, резидент або постійне представництво нерезидента, що здійснюють на користь нерезидента або уповноваженої ним особи (крім постійного представництва нерезидента на території України) будь-яку виплату з доходу з джерелом його походження з України, отриманого таким нерезидентом від провадження господарської діяльності (у тому числі на рахунки нерезидента, що ведуться в національній валюті), утримують податок з таких доходів, за ставкою в розмірі **15 відсотків** їх суми та за їх рахунок, який сплачується до бюджету під час такої виплати, якщо інше не передбачено положеннями міжнародних договорів України з країнами резиденції осіб, на користь яких здійснюються виплати, що набрали чинності.

Інвестиційні спори. Україною укладено та ратифіковано ряд угод про сприяння та взаємний захист інвестицій, кожна з угод врегульовує питання вирішення інвестиційних спорів та визначає підвідомчість розгляду таких категорій справ. Арбітражним регламентом Комісії Організації Об'єднаних Націй по Праву Міжнародної Торгівлі передбачено арбітраж, як спосіб вирішення інвестиційного спору.

Інші уповноважені органи які розглядають інвестиційні спори:

1) **Міжнародний центр по врегулюванню інвестиційних спорів (ICSID)** – метою Центру є забезпечення вирішення через примирення та арбітраж інвестиційних спорів між Договірними державами та особами інших Договірних держав у відповідності з положеннями цієї Конвенції.

2) **Європейський суд з прав людини** – конвенції про захист прав людини і основоположних свобод постановляє що ніхто не може бути позбавлений своєї власності інакше як в інтересах суспільства і на умовах.

3) **Національні суди України** – кожен осуб'єкт господарювання має право звертатися до господарського суду згідно з встановленою підвідомчістю господарських справ за захистом своїх порушених або оспорюваних прав і охоронюваних законом інтересів.

Нормативне регулювання. Політика України щодо державного регулювання іноземних інвестицій визначається Законами [«Про зовнішньоекономічну діяльність»](#), [«Про режим іноземного інвестування»](#), [«Про захист іноземних інвестицій»](#) тощо, а також постановами Кабінету Міністрів України [«Положення про порядок державної реєстрації договорів \(контрактів\) про спільну інвестиційну діяльність за участю іноземного інвестора»](#) та ін.

Цими документами визначаються загальні засади державного регулювання іноземних інвестицій, суб'єкти, види і форми інвестування, порядок контролю за здійсненням інвестицій та державні гарантії їхнього захисту.

3.9. Перелік державних органів влади, які мають функції в секторі, з огляду на задачі дослідження

1. Митний орган – [Державна фіскальна служба України](#)

Суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності до моменту подання митному органу документів і відомостей, необхідних для здійснення митного контролю, при декларуванні товарів або повідомленні про намір здійснити переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон України має звернутися до митного органу для оформлення облікової картки (поставлення на облік).

Територія України в частині митного оформлення товарів, що класифікуються у товарній групі **06 «Живі дерева та інші рослини; цибулини, коріння та інші аналогічні частини рослин; зрізані квіти і декоративна зелень»** (крім товарної підкатегорії 0602 90 10 00) згідно Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності та ввозяться в Україну суб'єктами господарської діяльності України відносяться до зони діяльності Київської обласної митниці, а саме посадовими особами митного поста «Східний термінал» за адресою: Київська область Бориспільський район с. Мартусівка, вул.Мойсеева, 72.

2. [Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів](#)

Є центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику у галузі карантину та захисту рослин, санітарного законодавства, ринкового нагляду в межах сфери своєї відповідальності, державного нагляду (контролю) у сфері агропромислового комплексу, державного нагляду (контролю) у сферах охорони прав на сорти рослин, насінництва та розсадництва, державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

До повноважень Держпродспоживслужби належать видача:

- фітосанітарних сертифікатів;
- фітосанітарних сертифікатів на реекспорт;
- карантинних сертифікатів.

3. Державне підприємство «Державний центр сертифікації і експертизи сільськогосподарської продукції»

Це заклад системи сертифікації та експертизи насіння і садивного матеріалу, сільськогосподарських культур, лісових, квітково-декоративних та лікарських рослин.

До функцій цієї установи входить:

- видача та скасування сертифікатів на насіння та/або садивний матеріал, що засвідчують сортові і посівні якості насіння або сортові і товарні якості садивного матеріалу;
- видача сертифікатів міжнародного зразка OECD та ISTA.

4. Український інститут експертизи сортів рослин (УІЕСР)

Проводить кваліфікаційну експертизу (випробування) Заявок на сорти рослин, забезпечує ведення відповідного реєстру та публікацію відомостей про реєстрацію нових сортів.

- проведення комплексу польових і лабораторних досліджень;
- надання експертного висновку для подальшого внесення в реєстр сортів рослин, придатних для поширення в Україні;
- проведення ділянкового (ґрунтового) та лабораторного сортового контролю.

5. Сектор охорони прав на сорти рослин Департаменту землеробства та технічної політики в Мінагрополітики

- державна реєстрація майнових прав інтелектуальної власності на сорти рослин;
- виготовлення та видача охоронних документів на сорти рослин.

6. Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру

Державна служба що здійснює розпорядження землями державної власності, є адміністратором Публічної кадастрової карти та організатором земельних аукціонів.

4. Ринок квітів та декоративних рослин. Детальний опис за категоріями

4.1. Зрізані квіти. Обсяг ринку

Для оцінки ринку зрізаних квітів було залучено експертів – учасників ринку:

- виробники квітів;
- імпортери;
- власники магазинів;
- представники флористичного бізнесу;
- консультанти з Нідерландів.

Статистики чи будь-якої іншої відкритої кількісної інформації щодо оцінки ринку зрізаних квітів в Україні наразі немає. За словами експертів, більше половини всіх зрізаних квітів, що продаються в Україні – імпортуються. Менша частка – квіти внутрішнього виробництва, вони вирощуються як спеціалізованими підприємствами (здебільшого троянди), так непрофесійно – у господарствах населення на невеликих площах, які потім здебільшого продаються у невеликих кіосках та на стихійних ринках.

Якщо оцінювати ринок з урахуванням фактичного імпорту та внутрішнього виробництва, за виключенням вирощування для особистих потреб у домогосподарствах, то загальна вартість свіжих зрізаних квітів у 2017 році в цінах для кінцевого споживача становила 193 млн. USD. З розрахунку, що 30% всієї продукції припадає на сегмент B2B, а решта 70% – була продана у роздріб, то витрати одного домогосподарства на зрізані квіти в середньому становлять 9 USD у рік (що при середньому курсі долара до гривні у 2017 становить 240 грн). За оцінками більшості експертів, ринок у 2018 продовжував демонструвати позитивну динаміку, тому ми можемо припустити, що зростання імпорту відбулось щонайменше на 7%, а внутрішнього виробництва – на 5%, отже оціночна вартість ринку для кінцевого споживача у 2018 році – 205 млн. USD. Це, в свою чергу, при тому ж розподілі між споживчим ринком на ринком бізнесу, означає, що одне домогосподарство збільшило свої витрати на квіти до 10 USD у рік.

4.1.1. Асортимент. Найбільш популярні види

Асортимент формується в залежності від сезону, але в асортименті більшості магазинів та постачальників протягом всього року є наступні квіти, змінюється лише їх кількість у наявності та країна походження:

- Троянди;
- Тюльпани;
- Еустоми;
- Хризантеми;
- Півонії;
- Гербери;
- Орхідея;
- Антуриум;
- Гвоздики (рідше).

Кожна квітка, як правило, представлена декількома сортами та у декількох кольорах.

Троянди є основними квітами у асортименті та найпопулярнішими – в Україні їх прийнято дарувати на будь-які події.

«Найбільше продаємо троянди, десь 70% асортименту – це троянди, 30% - це все інше». – **Руслан Єрмоєнко, власник квіткового магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еустом, Миколаїв**

«Якщо говорити про товаробіг оптової торгівлі в усьому світі, то 36-37% у ньому складають троянди. Різниця між попитом на заході та сході невелика, на сході троянди – основні квіти». – **імпортер декоративних рослин**

У кольоровій гаммі троянд переважають білі та червоні квіти. Експерти пояснюють популярність цих кольорів традиціями, стереотипами, смаками покупців та призначенням:

- На весілля частіше замовляють білі троянди та троянди інших світлих та пастельних відтінків;
- Жовті троянди не прийнято дарувати, тому вони рідше продаються;
- Червоні квіти різних відтінків найчастіше купують чоловіки;

- Останнім часом популярності набувають рожеві, бузкові, двоколірні та нетрадиційні кольори троянд, наприклад, сині.

«У весільний період флористи найчастіше використовують пастельні та світлі відтінки. Для інших заходів надають перевагу червоним трояндам. Жовта троянда менш популярна. Це все залежить від смаку конкретної людини і немає якоїсь коректної статистики. Чоловіки частіше купують червоні троянди, це не таємниця. Вибір жінки залежить від її стилю та смаку». – **Тетяна**

Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин

В асортименті розрізняють такі троянди за видом:

- Одноголові, до яких належать чайно-гібридні троянди (Hybrid Tea Roses) – квіти з великим суцвіттям, та квіти середні за розміром (Intermediates);
- Кущові, серед них виокремлюють піоновидні троянди – набувають популярності останнім часом: мають великий бутон, схожі на піонію.

Популярнішими є одноголові троянди, з яких найчастіше роблять букети. Як подарунок можуть дарувати одну троянду (в цьому випадку вона повинна бути високою, мати велике суцвіття), 3-9 троянд у одному букеті та більше. Один з респондентів зазначив, що останнім часом стають популярними дуже великі букети, наприклад, найпопулярніший букет – 101 троянда одного або декількох кольорів, такі букети є популярною позицією в інтернет-будиках. В салонах розвинений продаж троянд елітних сортів: піоновидної, троянд селекції Девіда Остіна.

Кущові троянди дорожчі – їх якість та ціна залежать від кількості квітів на одному стеблі: може бути від 5 до 12 квітів.

Також троянди розрізняють за висотою стебла: від 30 см до 1 метра. Висота є як параметром якості, так і ціни: високі квіти дорожчі у логістиці. На думку декількох представників ринку, найпопулярнішими в Україні є квіти недорогої цінової категорії: середній розмір суцвіття та висота стебла 40-60 см. Це пов'язано як з внутрішнім попитом, так і зі зручністю доставки.

«Просто ринок потребує саме таких невисоких квітів з невеликим бутонем. Майже усі клієнти їх купують, тому що вони дешеві. Квіти з меншою головою легше переносять транспортування, вони також довше стоять. Це простіше, менше непередбачуваних витрат, викликаних псуванням квітки, яку не встигли продати. Криза зачепила увесь пострадянський простір». – **Віктор Ткачук,**

компанія Долина, імпортер зрізаних квітів

Тюльпани – ці квіти мають пік продажів, починаючи з Нового року до травня, включно. Протягом зими і до 14 лютого тюльпани на українському ринку в більшості випадків імпортовані з Нідерландів.

В Україні тюльпани часто дарують на свято, яке стало популярним нещодавно – 14 лютого (День св. Валентина) та на все ще одну з найпопулярніших дат в Україні – 8 березня (Міжнародний жіночий день). Якраз на 14 лютого з'являється перша хвиля тюльпанів, на 8 березня з'являється друга хвиля. Варто зазначити, наразі у майбутньому у свята 8 березня планують відмінити статус державного, оскільки воно несе в собі пережитки радянського минулого. У березні ринок вже насичений тюльпанами українського виробництва, тому покупцям здебільшого пропонують українські тюльпани. Зі слів учасників ринку, виробники голландських тюльпанів пропонують більше сортів, мають ширший асортимент. А останнім часом, за словами представника логістичної компанії, під час свят виробники не піднімають ціну, тому голландські тюльпани ще і по ціні складають вигідну конкуренцію квітам місцевого виробництва. Тюльпани також імпортуються з Польщі. Ці тюльпани, як і українські, мають більше суцвіття («більший бокал»), що так імпонує українським покупцям. Як зазначили представники флористичного бізнесу та власники торгових майданчиків (магазинів), у період вище зазначених свят у їхньому асортименті значно переважають тюльпани внутрішнього українського виробництва.

«Ми купуємо українські та голландські квіти, проте зараз ринок достатньо великий, тому стараємось брати квіти місцевого виробництва. Вони потребують менше транспортування, мають кращу якість, бокал великий. Якщо говорити про 8 березня, то ми продаємо 70% місцевого тюльпану і 30% імпортного». – **Вікторія Сайко, керівник школи флористики Артишок, власник бутіку Артишок**

Внутрішнє виробництво тюльпанів здійснюється не лише професійними компаніями, які займаються вирощуванням квітів, у тому числі і тюльпанів, наприклад, Камелією, а і індивідуальними господарствами у невеликих об'ємах та невеликих площах, здебільшого у непрофесійних теплицях накритих плівкою. Проте, за словами експертів, існують також досить великі індивідуальні господарства, які вирощують тюльпани у великих об'ємах. На думку експертів непрофесійний сегмент вирощування тюльпанів

переважає та постачає досить великі об'єми тюльпанів, хоча виміряти це неможливо. Один з експертів відмітив, що виробництво тюльпанів в західних регіонах країни досить високої якості.

Популярність **півоній** припадає на кінець травня – початок червня, саме в цей час ринок насичений квітами українського виробництва. В інший період півонії імпортуються, тому ціна на них стрімко зростає приблизно у 3 рази. Півонії активно замінюють тюльпани по популярності. Спеціалістам зайнятим у квітковому бізнесі легко знайти необхідні об'єми квітів у період їхнього активного цвітіння, але одночасно з цим виникає і проблема зберігання – тому українські квіти для продажу обираються не повністю розкритими.

«Під час цвітіння місцевих півоній, саме квіти українського виробництва переважають у нас в асортименті. Ми живемо в Одесі, у нас є оптова база – Привоз. Туди люди з усіх регіонів завозять продукцію, це дуже зручно і ціна чудова. Коли місцеві півонії відцвітають, ми закупаємо голландські, але обсяги звичайно вже менші. Ми беремо максимум 50 імпортованих півоній щотижня. В сезон українських півоній вони у вільному доступі, їх не потрібно відразу замовляти багато, що зручніше, адже вони не будуть псуватись. Українських півоній в сезон ми замовляємо по 500 штук на тиждень». – **Вікторія Сайко, керівник школи флористики Артишок, власник бутіку Артишок** Цінуються квіти з великими суцвіттями. Кольорова палітра у квітів широка: самі ранні – бордові, потім зацвітають рожеві і білі. Півонії широко використовуються в букетних композиціях.

Протягом літа одна з найпопулярніших квіток – **еустома**. В цей період в асортименті зрізаних квітів може переважати еустома місцевого виробництва – вона має гарну якість та більші бутони та, на думку учасників ринку, краще продається в сезон. Дистриб'ютори та представники магазинів мають налагоджені зв'язки з виробниками цих квітів та здійснюють замовлення залежно від потреб, а також квіти купуються на оптових базах від українських виробників.

«Нашим постачальникам можна замовити квіти телефоном, і вони привезуть будь-яку якість і будь-який розмір. Наш магазин продає 250-300 штук квітів на тиждень. Сезонні квіти в сезон продаються краще». – **Вікторія Сайко, керівник школи флористики Артишок, власник бутіку Артишок**

«Еustoma трохи схожа на троянду, тому еustomу часто використовують як заміну троянді. Проте, купуючи еustomу ти маєш 8 квіток, коли ти купуєш троянду, ти маєш одну квітку. Тому вони зараз і користуються такою популярністю». – **імпортер декоративних рослин**

В інший час, коли сезон вирощування еustom в Україні завершився, півонії імпортуються, тому вони присутні в асортименті протягом року.

Хризантеми є також дуже популярною квіткою, оскільки вона є доступною за ціною. Особливо популярні хризантеми на День знань та День вчителя, і на останній дзвоник. В залежності від сезону та категорії покупців в асортименті магазинів переважають українські чи імпортовані з Нідерландів квіти.

Якщо говорити про ціни квітів на українському ринку, можна сказати, що представлені квіти різних цінових категорій: від вітчизняних дешевих квітів до дорогих імпортованих сегменту класу люкс. Відмінність українського ринку від європейського ринку в тому, що на думку іноземних експертів та імпортерів квітів, в Україні найбільшим попитом користуються квіти середньої та низької цінових категорій, квіти класу «люкс» не затребувані, в той час як в Європейських країнах більше квітів класу «люкс» та більше спеціалізованих магазинів, де можна купити такі дорогі та якісні квіти. Сегмент класу люкс в Україні зустрічається в основному у Києві, також може бути у великих містах-мільйонниках на зразок Одеси, Дніпра, Харкова. Дорожчі квіти зазвичай імпортовані і мають кращу якість: більший бутон, довше стебло, довше стоять свіжими у вазі. Проте, деякі експерти вважають, що українські квіти не поступаються якістю іноземним і також можуть мати великі бутони, і досить довго стояти у вазі. Так, представники Асканії-Флори розповідали, що у них є спеціальна кімната, де квіти тестуються наближено до умов, що я у звичайній оселі. Троянди можуть стояти тиждень і більше.

«Є різниця в тому, що у Західній Європі в основному купують менше троянд, але це в основному більш якісні, троянди класу люкс. В Україні звично купувати троянди 1-чи 3 рази: на 8 березня, на Перше вересня та на інше подібне свято. В Європі є День матері та Різдво, проте це більш лакшері ринок». – **експерт з Нідерландів, постачальник продукції декоративного рослинництва**

Якщо говорити про зміну асортименту, можна відмітити, що український ринок квітів є досить консервативним, тут досить рідко трапляються новинки, яких зазвичай в асортименті до 5%. Смаки покупців також змінюються дуже повільно.

«Для цієї категорії продукції новинка дуже відносно поняття. Ми говоримо не про випуск нових моделей смартфонів з якимось покращеними характеристиками. Як правило продаються одні і ті самі сорти стандартних розмірів. Нових сортів з'являється по декілька штук на рік. Проте те, що це новинка ще не гарантує, що її будуть купувати». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

Щодо насиченості ринку різними категоріями зрізаних квітів, слід зазначити, що на українському ринку відмічають надлишок зрізаних троянд, здебільшого українського виробництва.

«Буквально 3 тижні тому я був у Харкові, там є оптовий квітковий ринок, де продають продукцію, в тому числі квіти приватних виробників. Там видно, що у нас перевиробництво квітів, вони продають квіти за дуже низькою ціною. Тобто квітів виробляють більше, ніж продають». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

«Ринок майже вщент заповнений. Асканія-Флора виробляє 15 тисяч троянд на день. Скільки ви маєте населення в Україні? 40 мільйонів?». – **експерт з Нідерландів, постачальник продукції декоративного рослинництва**

Що ж стосується інших видів зрізаних квітів – їх набагато менше і якість може відрізнитись (можуть бути квіти низької якості). Проте є багато квітів, вирощених у приватному секторі, які мають дуже високу якість. Зокрема, є приклади хризантем дуже високої якості. Частина з приватних господарств, які вирощують квіти, використовують відновлені теплиці, де є вентиляція, забілювання теплиць, накривання сіткою від сонячного світла. В таких покращених умовах вирощують альстромерію, еустому, хризантему. В період, коли приватні виробники вирощують квіти масово, з інших країн квіти майже не імпортуються, оскільки українські квіти кращі, красивіші і дешевші. Можна зробити припущення, що могли б користуватись попитом вирощені в Україні гортензії, еустоми високої якості за справедливою ціною, тюльпани, вирощені у промислових умовах.

Особливістю України є те, що квіти найчастіше використовують як подарунок, рідко хто купує квіти для прикраси власної оселі. В цілому, на думку експертів в Україні прийнято дарувати квіти 2-3 рази на рік: на деякі з загальноприйнятих свят (перераховано вище) та дні народження. Ще однією особливістю є те, що як подарунок можуть дарувати одну квітку, найчастіше, троянду (в цьому випадку вона повинна бути високою, мати велике

суцвіття), проте така квітка буде лише знаком уваги, а не прикрасою приміщення. Найпопулярнішим є букет 3-9 квіток. Букети з більшої кількості квітів дарують рідше. У деяких прошарків покупців останнім часом стають популярними дуже великі букети, наприклад, найпопулярніший букет – 101 троянда одного або декількох кольорів. Такі букети купують люди з доходом середній плюс та вище, зазвичай це подарунок на якусь визначну подію. Наприклад, такі букети популярні в Одесі і їх часто дарують своїм жінкам моряки, коли повертаються з довгого плавання.

До недавнього часу популярними були дуже високі троянди, довжиною метр і вище. Вважалось, що саме такі троянди є найкрасивішим та найбільш престижним подарунком. Популярність таких високих квітів поступово знижується, в моду все більше входять нижчі квіти, навіть міні-троянди. Хоча по традиції високі троянди все ще мають свого покупця.

«У наших країнах троянди метрової висоти популярні. Я пам'ятаю, ще у 1990-му покупці шукали троянди більше метра висотою з гігантським бутонем». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

4.1.2. Сезонність попиту

Як зазначили всі експерти – ринок сезонний, що проявляється у традиції дарувати квіти на певні свята. Основні дати свят, коли продажі квітів найвищі (за зменшенням популярності):

- 8 березня – Міжнародний жіночий день;
- 14 лютого – День св. Валентина;
- 1 вересня – День знань;
- Свято останнього дзвоника наприкінці травня.
- День учителя – перша неділя жовтня;
- Новий рік та Різдво.

До цих свят всі учасники ринку готуються спеціально: формують асортимент, збільшують об'єми замовлень в декілька разів. Так, наприклад, на 8 березня об'єм продажів зростає у 5 разів.

На Новий рік та Різдво прийнято купувати особливі квіти: в цей час дуже популярні зелені букети, що містять хвою таких рослин, як туя, піхта. Зростає попит на такі квіти,

як тюльпани, амаріліси, лілії. Тільки в період цих свят користуються попитом фарбовані квіти.

Окрім того, що сезонність проявляється у традиційних святах, на які прийнято дарувати квіти, залежно від сезону є більш популярними ті чи інші види квітів, окрім троянди.

Також змінюється співвідношення імпорту та експорту.

«Переважає більшість квітів – це сезонний продукт. Виключенням є тільки троянди». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

Виробники троянд відмічали, що на Перше вересня та День учителя все менше дарують троянди, у цей період або дарують дешевші осінні квіти українського виробництва, або дарують якісь оригінальні дорогі квіти, наприклад гортензії.

«Раніше на 1 вересня та День вчителя купували троянди. Зараз через економічну ситуацію люди не можуть собі дозволити купувати квіти, можливо замість квітів купують інші подарунки, можливо купують інші квіти, не троянди». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

У троянди сезонність проявляється в тому, що влітку більше троянд з низьким стеблом, що зумовлено особливими умовами клімату: умови вирощування в українських виробників не дозволяють виростити високі троянди, через високі температури. Високі троянди влітку імпортуються з країн, які знаходяться ближче до екватору. Взимку українські виробники вирощують високі троянди, які мають вищу ціну. На думку виробників у цей період на ринку не вистачає пропозицій троянд з нижчою ціною.

«Взимку ми зрізаємо більш високу троянду, а влітку більш низьку. Це пов'язано з тим, що влітку у нас екстремально високі температури. Квітка менше стоїть на ніжці, скоріше розкривається бутон, та дозріває до ступеня, коли троянду потрібно зрізати, ми не можемо тримати квітку довше, щоб бутон став вищим. Тому літом абсолютно усі, як професійні виробники, так і кустарні, вирощують низьку троянду. Відповідно ринок вимагає високу троянду. Взимку ситуація буде іншою: буде більше запит на невисокий недорогий сегмент троянд». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

З жовтня до березня більшість квітів у продажі імпортовані. Виключенням є троянди, які вирощуються великими компаніями в однакових об'ємах протягом всього року. З квітня і до жовтня велику частину в асортименті займають квіти українського виробництва,

оскільки з'являється більше квітів вирощених в Україні. У цей час імпортують, окрім троянд, еустоми та тюльпани.

Троянди імпортуються також протягом всього року, проте влітку українських троянд на ринку більше і обсяг їх продажу менше, тому з другої половини липня до другої половини серпня імпортованих троянд стає менше у загальному об'ємі троянд, що продаються в Україні. Інші квіти імпортуються залежно від сезону. У зимовий період активно імпортуються з Нідерландів тюльпани, а з початку березня – починають з'являтися тюльпани внутрішнього виробництва. Зважаючи на високий попит на тюльпани на свята 14 лютого та 8 березня тюльпанів українського виробництва недостатньо, тому імпорт цих квітів зростає. Зі слів учасників ринку, виробники голландських тюльпанів пропонують більше сортів, мають ширший асортимент, а ціна голландських тюльпанів залежить від якості та розміру. Тюльпани меншого розміру, можуть бути дешевшими, ніж українські; тюльпани більшого розміру - зазвичай дорожчі українських. У магазинах можуть бути доступні дешевші нідерландські тюльпани, але в цьому випадку вони нижчої якості, з меншим суцвіттям. Як правило нідерландські тюльпани доставляються в Україну з закритими бутонами, тому вони довше стоять у вазі. Останнім часом, за словами представника логістичної компанії, під час свят виробники тюльпанів у Нідерландах не піднімають ціну на ці квіти на 8 березня, порівняно з іншими сезонами, тому голландські тюльпани ще і по ціні складають вигідну конкуренцію квітам місцевого виробництва. Тюльпани також імпортуються з Польщі. Ці тюльпани, як і українські, мають більше суцвіття («більший бокал»), що так імпонує українським покупцям. Як зазначили представники флористичного бізнесу та власники магазинів, у період вище зазначених свят у їхньому асортименті значно переважають тюльпани внутрішнього українського виробництва.

«Тюльпани в Україні вирощують тільки на День Валентина і на 8 березня. На 2-3 тижні. Вони не вирощують в інші періоди часу. Ми в Нідерландах вирощуємо тюльпани 52 тижні на рік. В Україні так не відбувається, тому, що попит на тюльпани у вересні та жовтні дуже маленький і немає сенсу їх в цей період вирощувати». – **імпортер декоративних рослин**

4.1.3. Критерії якості зрізаних квітів

В Україні немає затверджених стандартів якості зрізаних квітів, тому експерти та гравці на ринку орієнтуються на зовнішні ознаки квітки. Всі експерти називали наступні критерії якості, важливі для всіх квітів:

- Свіжість – оцінюється зазвичай візуально: колір квітки повинен бути однорідним, стан крайніх листочків на квітці повинен бути задовільним, без коричневих країв, листя свіже;
- Розмір – розмір самої квітки, кількість квітів на стеблі (якщо мова йде про квіти з декількома суцвіттями на стеблі, наприклад, кущові троянди, еустоми, тощо);
- Тривалість стояння квітів у вазі – це час, який квіти можуть простояти після покупки, без урахування часу доставки та часу зберігання квітів у магазині;
- Відсутність хвороб чи пошкоджень від шкідників.

Звичайно всі квіти також розрізняються сортовими якостями, витривалістю, яка, в свою чергу, залежить від кліматичних умов, в яких були вирощені квіти.

В основному учасники ринку коментували різницю в якості **троянд** українського виробництва й імпортованих квітів:

- Колумбійські троянди більш витривалі та мають великий розмір;
- Кенійські троянди також витривалі, але менші за розмірами;
- Голландські троянди більш ніжні;
- Українські троянди відрізняються тим, що мають тонше стебло та бутони меншого розміру.

На думку більшості учасників ринку, імпортовані квіти краще переносять транспортування: навіть після тривалої дороги залишають товарний вигляд і можуть потім ще певний час стояти у воді – для троянд середній термін стояння у вазі 9-14 днів. Така витривалість імпортованих троянд пояснюється особливими кліматичними умовами вирощування. Зазвичай квіти імпортуються з екваторіальних країн (Кенія, Еквадор, Колумбія), де вони вирощуються в горах. В умовах вирощування тих країн немає перепадів температур у різні сезони, проте є стабільний перепад температур протягом доби: +25-30 градусів вдень, до +10 градусів вночі. Це дозволяє рослині

сформувані більше та товще стебло. Саме товщина стебла, його структура та товщина шийки квітки дозволяють квітам стояти довше у вазах.

«Продукція з перерахованих мною країн (Кенія, Еквадор, Колумбія) достатньо добре почуває себе під час транспортування, вона зберігає товарний вигляд, після того як такі квіти поставити у воду, вони можуть стояти ще достатньо довгий термін. Це все залежить від виробника, генетики сорту, розміру бутону та хімії, що використовується». – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

«Наприклад, Вам сьогодні подарували букет еквадорської троянди та нашої української троянди. Наступного дня у 90% випадків наша троянда вже опустить голову. Еквадорська троянда вирощується абсолютно в інших умовах, її підготовують хімією на плантаціях, у неї деревовидне стебло, яке набагато краще п'є воду та напуває кожний листочок. Тому еквадорська троянда без проблем простоїть 2 тижні і тільки потемніє трошки, трошки зменшиться розмір бутону, проте він ніколи не опадє». – **представник компанії-перевізника декоративних рослин**

Представники українських виробників троянд стверджують, що троянди можуть стояти у вазах більше семи днів. Вони, за їх словами, тестують, скільки троянда стоїть у вазі в умовах, наближених до тих, в яких ставлять троянди в кімнатах.

Якість троянди, на думку деяких експертів, залежить від її кольору: троянди червоного та інших темних кольорів більш витривалі, ніж квіти світлих відтінків, можливо тому, що на темних пелюстках не так помітні пошкодження. Тому темні троянди у продажі більш якісні, порівняно із світлими. Особливо це помітно на імпортованих квітах: троянди світлих відтінків потребують особливого пакування, наприклад, для них використовують індивідуальні прошарки з м'якого паперу.

Серед причин меншої витривалості троянд українського виробництва експерти називали такі фактори:

- Неприятливі для вирощування троянд кліматичні умови: в нашому кліматі можливо виростити троянду на зріз лише в теплиці, доведення товщини та довжини стебла до розмірів троянд, які вирощені в умовах екваторіального клімату є дуже дорогим. Якщо створювати умови, наближені до екваторіальних, троянда буде дорожча, ніж імпортована.
- Відсутність або невідповідність клімат-контролю в теплицях (не у всіх виробників, Камелія та Асканія-Флора – виключення).

- Недотримання технологій вирощування, бажання здешевити технології, економія на мікродобривах, засобах захисту рослин, освітленні (якщо необхідне штучне освітлення) та вентиляції, через високу ціну на електроенергію, газ, тощо.
- Окрім того, на думку деяких фахівців, на ринку зрізаних квітів відсутня справжня конкуренція, що призводить до того, що виробники продають не завжди свіжий товар, продовжують вирощувати кущі троянд які вже застаріли для отримання якісних квітів:

«Наприклад, Камелія раніше вирощувала сорт троянд Гран Прі. Украфлора або українські виробники троянд не є їхніми конкурентами. Вони великі, потужні. В Нідерландах у нас 13 виробників, які вирощують Гран Прі і вони конкурують один з одним. Коли хтось маніпулює свіжістю, 12 інших виробників пропонують свіжі троянди і більше ніхто не буде купувати у того, хто пропонує несвіжі троянди». – **імпортер декоративних рослин**

Якість інших квітів українського виробника (не троянд) зазвичай низька, оскільки вони в більшості випадків вирощуються невеликими приватними підприємцями, які не мають обладнаних необхідним клімат-контролем та поливом теплиць, не володіють в повній мірі технологіями вирощування або не мають змоги їх дотримуватись. Проте існують, на думку деяких експертів, і досить технологічно розвинені господарства, які вирощують квіти високої якості. Деяким виключенням є тюльпани від великих виробників, наприклад Камелії, та еustomи від також великого виробника Сервіс Флора.

«Наша місцева квітка, ранункулюс поступається якістю голландському ранункулюсу. Можливо, технологія вирощування інша». – **представник компанії-перевізника декоративних рослин**

Проте, існує категорія покупців, які вважають українські квіти, наприклад, еustomи, більш якісними, зокрема, тому що в українських еustom більше квітів на стеблі. Крім того виробники звертають увагу на те, що українські квіти менше часу проводять в дорозі, тому вони свіжіші. Є думка, що для вирощування вітчизняних квітів використовується менше пестицидів, тому вони більш безпечні і, відповідно, якщо брати до уваги цей критерій для оцінки якості, більш якісні.

«Наша еustomа красивіша, ніж голландська. Голландська еustom завжди стандартна – п'ять бутончиків, трошки запасних бутончиків. У нас на гілці в середньому розпущено 10, а 5 це найменші гілки. Ще десь 20 бутонів закриті». – **Руслан Єрьоменко, власник квіткових магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еustom, Миколаїв**

4.1.4. Транспортування та зберігання

Транспортування імпортованих троянд здійснюється у коробках, де квіти щільно складені, у спеціально обладнаних машинах (траках) у яких забезпечується стабільні умови: вентиляція та температура +5 градусів Цельсія. Контроль дотримання цих умов багатоступінчатий: бортовий комп'ютер у водія та датчики температури в коробках з квітами. Хоча деякі імпортери здійснюють транспортування квітів у воді:

«Наша перевага та відмінність від інших компаній – транспортування квітів у воді. Для цього використовуються спеціальні бачки, які дозволяють квітці «пити» воду та зберігати усі характеристики. Ми не економимо на логістиці, тому що для нас пріоритетною є якість. Більшість постачальників везуть квіти в коробках, що впливає на тривалість життя квітки». –

Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора

Квіти у імпортерів зберігаються у спеціалізованих холодильниках до того моменту, як їх відвантажують компанії, що займаються оптовими продажами.

«В цей період зріз зберігається в холодильнику площею 750 квадратних метрів. Це продукт, що швидко псується. Якщо він іде до оптовиків, термін перебування квітів у компанії не більше доби. Для роздрібного покупця це може бути декілька днів, максимум тиждень, залежно від того, коли купили квітку». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

В квіткових магазинах квіти зберігають у вітринах, обладнаних холодильними установками. Якщо говорити про кіоски, то не всі вони обладнані необхідними холодильними вітринами, тому квіти можуть втрачати свою свіжість.

«В точках продажу, які займаються мілким оптом є холодильники, якщо підтримувати температуру від 3 до 8 градусів, квіти можуть стояти в цих холодильниках. Якийсь час вони можуть бути в коробках. Якщо ми говоримо про кенійську троянду, вона може спокійно просто лежати в коробці, за умови що це свіжа квітка і не було ніяких проблем підчас виробництва, наприклад, дощів, зайвої вологи. Коробка може стояти тиждень в холодильнику. Потім ці квіти ставлять на воду, проходить регідрація, вони напиваються води і ще досить довго мають товарний вигляд». – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

4.1.5. Структура імпорту

За загальними оцінками основних гравців, ринок зрізаних квітів імпортозалежний: значна частина зрізаних квітів імпортується, а для місцевого виробництва імпортується посадковий матеріал.

Найбільше у процентному відношенні з-поміж імпортованих квітів зрізаних троянд, на другому місці залежно від сезону тюльпани чи хризантеми, решту складає широкий асортимент інших квітів.

«Основні позиції, які імпортуються до України – це троянди та хризантеми. Троянди це приблизно 50% усього імпорту, хризантеми 25%, інші квіти 25%. Взагалі усі види квітів імпортуються». – **експерт з Нідерландів по ринку зрізаних квітів, працював у команді найбільших імпортерів**

В основному покупка квітів відбувається на аукціоні Royal FloraHolland (Ройал ФлораХолланд) та на інших аукціонах у Нідерландах. Закупка квітів українськими компаніями здійснюється у два способи:

- Напрямку самими компаніями. Далі їхні компанії-партнери, які надають послуги логістики, здійснюють доставку придбаних квітів або на власний склад, або на склад компанії-покупця. Одна логістична компанія здійснює доставку для декількох компаній-замовників та індивідуальних замовників, наприклад флористів. Деякі компанії-імпортери можуть мати власні траки для доставки квітів, у цьому випадку вони можуть робити поставки не лише у власні магазини, а і надавати логістичні послуги, наприклад, компанія Камелія.
- Через компанії-посередники, які здійснюють всі процеси покупки та доставки в Україну. В цьому випадку компанії-замовники здійснюють вибір продукції вже на сайті компанії-посередника, де вказана ціна у локальній валюті разом з послугами логістики та розмитнення.

«Ми користуємось послугами компанії, яка заключила з голландцями договір, і вона продає їх продукцію в Одесі загалом у Приморському регіоні. Вони дають нам інформацію на російській мові з кінцевою ціною з урахуванням вартості розмноження». – **Вікторія Сайко, керівник школи флористики Артишок, власник бутіку Артишок**

Через брокерські компанії, які формують замовлення від клієнтів в Україні, здійснюють закупки напряму у виробників, здебільшого у Кенії, Колумбії та Еквадорі, і за допомогою

логістичних компаній-партнерів здійснюють доставку квітів через Нідерланди в Україну. Це, наприклад, компанії Долина та ZNS Group.

«Схеми доставки напрацьовані: є транзитна точка в Амстердамі, це найбільший хаб квітів у світі за об'ємами. Так сталося, що доставляємо квіти з Кенії та інших країн в Амстердам. Потім, вже возимо квіти здебільшого траками, тобто вантажними фурами, до країн СНД. У нас є партнери ті ж тракові компанії, у яких є склади, вони здійснюють логістику з Амстердама в Україну. Ці тракові компанії і є імпортери, тому що саме вони проводять оформлення на митниці. Ми доставляємо квіти з Нідерландів, а далі вже ці тракові компанії квіти завантажують, розтамовують та везуть в Україну. Тому ми не імпортери, ми експортери. Ми експортуємо квіти з Кенії до Ізраїлю» – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

У всіх випадках важливу роль відіграють логістичні компанії, серед яких є досить великі, які, здійснюють поставки по всій Україні. Флористи роблять замовлення приблизно раз на тиждень. Логістичні компанії, в свою чергу, роблять поставки у розмірі від 2 до 6-8 траків на тиждень (в залежності від сезону та наявності свят).

Основні компанії-експортери з Нідерландів в Україну, на думку експерта з Нідерландів:

- De Gooijer International, Aalsmeer, the Netherlands;
- OZ Export, Aalsmeer, the Netherlands (<https://www.ozexport.nl/about/>);
- IBH Export, HQ in Aalsmeer, the Netherlands (<https://www.ibh-export.nl/>);
- Kurt Schrama Blumenexport, De Kwakel, the Netherlands (<https://www.schrama.nl/en>);
- Astra Fund, the Netherlands (<http://astraflowers.com/>);
- Zeester Bloemen en Planten BV, Honselersdijk, the Netherlands;
- M&M Flor (<http://www.mmflor.com/index.html>);
- Limflor, Honselersdijk, the Netherlands (<http://www.limflorbv.nl/>);
- Export Unie Flora, offices in the Netherlands and Russia (<http://www.euflora.eu/en/index.aspx>);
- Flower force, Honselersdijk, the Netherlands (<https://www.flowerforce.nl/>).

Основні компанії-імпортери, названі українськими експертами:

- Украфлора, Київ, Україна (<https://ukraflora.com.ua/>);
- Мегафлора, Київ, Україна (<http://megaflora.com.ua/>);
- Екзотік Флора, Київ, Україна;

- Люксфлора (<http://luxflora.com.ua/>);
- Примафлора (<http://primaflora.com.ua/>);
- Holland to you (<https://htu.com.ua/>), здійснює поставки у північний регіон України;
- Камелія (<https://camellia.ua/ua>).

Основні країни в яких виробляють зрізані квіти: Нідерланди, Колумбія, Еквадор, Кенія, Ефіопія, Малайзія. Також імпортуються квіти з Ізраїлю, Італії, Польщі, а деякі квіти з Нової Зеландії, Австралії та Мексики.

«Якщо говорити про об'єми виробництва...Враховуючи мій досвід роботи з оптовими компаніями, я б сказав, що номер 1 – це Голландія, другий номер – Еквадор, номер три – Кенія. Кенія незабаром обжене Еквадор». – **імпортер декоративних рослин**

«Підчас мого візиту до оптових компаній я побачив, що Нідерланди на першому місці, на другому - Еквадор, на третьому - Кенія. Я думаю, що скоро Кенія пережене Еквадор». – **імпортер декоративних рослин**

4.1.6. Співвідношення імпорту та місцевого виробництва

Співвідношення об'ємів імпорту та внутрішнього виробництва залежать від сезону, святкових днів та самих видів квітів:

- Збільшується частка імпортованих квітів на свята, оскільки не вистачає квітів, вироблених місцевими виробниками для задоволення попиту, що різко зростає.

«В такі періоди, як свята, весільний сезон, коли попит на квіти збільшується і місцевого виробництва просто недостатньо для того, щоб задовольнити потреби, тоді збільшується частка імпорту, відповідно». – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

- Збільшується частка імпортованих квітів у сезон з жовтня до кінця березня.
- В сезон виробництва місцевих квітів – з березня по жовтень – на думку багатьох учасників ринку, саме місцеві квіти задовольняють частину внутрішнього попиту, в інший час, ці ж види квітів імпортуються, але в невеликій кількості.

Внутрішнє виробництво квітів переважно зосереджене на трояндах, тюльпанах, еustomах, хризантемах та півоніях.

На думку деяких експертів біля 70% зрізаних квітів на ринку імпортовані. Всі одностайно впевнені, що імпортованих квітів на ринку України більше ніж місцевого виробництва, оскільки місцеві виробники не в змозі забезпечити необхідні об'єми квітів. Вітчизняні

виробники у промислових масштабах вирощують лише троянди. У набагато менших масштабах і тільки до весняних свят у промислових масштабах вирощують тюльпани. На українському ринку досить багато еустоми в період з травня до вересня, проте її вирощують в основному в теплицях без обігріву, тому в зимовий період вітчизняна еустома відсутня. Деяка частина квітів в Україні вирощується окремими приватними підприємцями, які не можуть забезпечити необхідний об'єм та якість на постійній основі. Деякі експерти відмічають тенденцію зниження об'ємів імпорту, основною причиною чого є висока вартість як самих квітів, так і послуг за логістику. Імпорт квітів пов'язаний із ризиками виникнення труднощів під час розмитнення, зміни курсу валют. Також причиною зниження об'ємів імпорту є політика демпінгу місцевих виробників, які намагаються витіснити з ринку іноземних конкурентів. Під час економічної кризи, коли впала платіжна спроможність населення і різниця в ціні троянд у 10 гривень стала суттєвою для споживача, населення купувало більше квітів місцевого виробництва.

«Імпорт має складності. Навіть у часі: з моменту, коли клієнт зробить замовлення до моменту, коли він отримає квіти. У нас клієнт поїхав і вже за годину у нього квіти. Я думаю, немає роздрібною точки, де відсутні місцеві квіти, тому що вони дешеві і їх легко купити і не потрібно шукати брокерів чи зв'язуватись із компаніями з Нідерландів. Тому місцеве виробництво займає високу долю на ринку». – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

«Причини закупки нашою командою місцевої троянди – ціна, легка доступність, відсутність зобов'язань по суті. Якщо я везу імпорт, то я роблю оплату, оплачую таможні платежі і всі пов'язані з цим витрати. Якщо ми говоримо про місцевого виробника, я кожен день закупаю квіти залежно від своєї потреби, у мене менше ризиків, у мене менша ціна. Якість місцевих квітів залежить від поставки. Я не можу сказати, що імпортні троянди більш якісні, порівняно з місцевими. Ми не закуповуємо однакові сорти імпортованої та вітчизняної троянди». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

У період ранньої осені, в сезон вирощування хризантем, сегмент недорогої цінової категорії майже повністю задовольняється квітами непрофесійного сегменту – вирощеними у господарствах населення.

Виробники українських квітів поступово витісняють імпорт, особливо у середній ціновій категорії та нижче. Вирощені в Україні квіти легше придбати, тому що немає ризиків пов'язаних з проходженням процедур розмитнення, менше затрат на логістику. У

українських троянд нижча ціна у порівнянні з імпортованими, досить висока якість, завдяки високотехнологічно обладнаним теплицям. Це також можна сказати про тюльпани.

Для українського споживача прийнятна якість місцевих еustom та півоній. Квіти класу «люкс» користуються меншою популярністю. Кількість імпортованих квітів зростає у періоди популярних свят, коли місцеві виробники не в змозі задовольнити попит у кількості та якості квітів.

«У нас в асортименті троянда загалом від українського виробника. Троянди представлені в співвідношенні: 90% місцева троянда та 10% – імпортована». – **Руслан Єрьоменко, власник квіткових магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еustom, Миколаїв**

«Торгові точки орієнтовані на клієнтів. В якомусь кіоску може і не бути імпортованих квітів, для них достатньо місцевих. Хтось більше робить наголос на імпорт, особливо це характерно для магазинів в центрі міста, тому що там клієнти хочуть квітів преміум-класу: з великим бутонем, важкі, красиві». – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

4.2. Рослини в горщиках

Для оцінки ринку квітів у горщиках було опитано експертів – учасників ринку:

- виробники квітів у горщиках;
- імпортери;
- менеджери магазинів;
- представники фітосанітарних служб.

Основні питання, які цікавили нас під час дослідження:

- який обсяг ринку квітів у горщиках;
- які види квітів у горщиках присутні на українському ринку, чи є більш популярні позиції, якщо є то які;
- критерії якості квітів у горщиках, оцінка якості наявних у продажу квітів у горщиках;
- чи є сезонність попиту на рослини в горщиках, якщо є, то в чому вона проявляється;
- умови транспортування та зберігання квітів у горщиках;

- які є основні імпортери на ринку квітів в горщиках, яку продукцію завозить кожний з імпортерів;
- яке співвідношення імпорту та власного виробництва.

4.2.1. Обсяг ринку

Якщо оцінювати ринок з урахуванням фактичного імпорту та незначного внутрішнього виробництва, за виключенням вирощування для особистих потреб у домогосподарствах, то **загальна вартість рослин у горщиках у 2017 році в цінах для кінцевого споживача становила 130 млн. USD**. З розрахунку, що 15% всієї продукції припадає на сегмент B2B, а решта 85% – була продана у роздріб, то витрати одного домогосподарства на рослини в горщиках в середньому становлять 7 USD на рік (що при середньому курсі долара до гривні у 2017 становить 197 грн.). За оцінками більшості експертів, ринок у 2018 продовжував демонструвати позитивну динаміку, тому ми можемо припустити, що зростання імпорту відбулось щонайменше на 9%, а внутрішнього виробництва – на 10%, отже оціночна вартість ринку для кінцевого споживача у 2018 році – **142 млн. USD**. Це, в свою чергу, при тому ж розподілі між споживчим ринком та ринком бізнесу, означає, що одне домогосподарство збільшило свої витрати на рослини в горщиках до 8 USD у рік.

4.2.2. Асортимент

Рослини в горщиках можна розділити на кімнатні квіти та рослини в горщиках для вуличного озеленення. Найбільш популярною в обох категоріях є квітуча група, проте в асортименті цих категорій різні види рослин. Серед кімнатних квітів найбільше купують орхідею (найпопулярніша орхідея фаленопсис), яку часто використовують як заміну зрізаним квітам та дарують на визначні події. Цю рослину у її різних видах можна побачити практично у кожній точці, де продаються кімнатні квіти. Також популярні кімнатні квіти, які потребують умовно невеликих зусиль по догляду за ними: кактуси, сукуленти, спатіфілумами, дифенбахії, драцени, хлорофітумами, ехеверії. Імпортери кімнатних квітів говорять, що вони завозять сюди сотні сортів кімнатних квітів, тому можна сказати, що наш ринок має дуже широкий асортимент в даній категорії.

«Ми продаємо усі рослини в горщиках, проте у нас все ще дуже багато фаленопсису (70%). Проте така популярність зумовлена недостатнім маркетингом інших квітів. Це зараз дуже просто: фаленопсис розкручений і всі хочуть продавати фаленопсис». – **імпортер декоративних рослин**

«Драцени колись приносили дуже великий прибуток. От ці пальми з вузькими листями. Їх все ще беруть, наприклад, в офіси, можливо, дитині. Тому що це елементарний догляд. Те саме можу сказати про фаленопсиси та драцени. Їх майже не треба поливати, окроплювати чи ще щось подібне робити. Просто не «перелюбити», як я кажу клієнтам. Така сама історія з дифенбахіями, спатіфілумами, це старий асортимент, який повільно, але все ж просувається». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

Серед вуличних квітів у горщиках найбільш популярні чорнобривці, петунії, сурфінії, колеуси, бегонії, вербени, незабудки. Користуються попитом троянди в горщиках. Це в основному рослини, які добре ростуть в умовах нашого клімату. Восени хризантеми популярні в горщиках.

Асортимент квітів у горщиках зазвичай є сталим, одні й ті ж самі сорти рослин продаються з року в рік, проте все ж кожен рік з'являється десь 5% новинок.

Якщо говорити про цінові категорії квітів у горщиках, можна сказати що у переважній більшості випадків на ринку присутні рослини середньої цінової категорії. Наприклад, найбільша мережа садових центрів, Епіцентр, яка продає серед інших товарів рослини

в горщиках, формує асортимент наступним чином: 10-15% – преміум сегмент, 15-20% – дешеві квіти від українського виробника, і 70% – середній сегмент.

«Мабуть, 10%, може 10-15% відсотків – це преміум клас 15-20% - це скажемо так від українського виробника дешевий квітучий товар, який бабусі беруть, ті ж фіалочки, бегонії, трояндочки». –

Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр

4.2.3. Співвідношення імпорту та власного виробництва

Співвідношення імпортованої та вітчизняної продукції різне у таких категоріях квітів в горщиках, як вуличні квіти та кімнатні квіти.

Вуличні рослини в горщиках у більшості випадках вирощуються в Україні. Сюди завозять розсаду тільки рідкісних сортів.

«У нас у країні масово виробляють розсаду квітів, це для використання на вулиці. Це тагетіси, петунії, сурфінії та вербени. Розсаду квітів ми практично уже не завозимо. Тобто, якщо ми завозимо, то тільки ті сорти, які тут ще не встигли розмножити». – **Ірина Малахова, компанія**

Дуомекс, імпортер декоративних рослин

Кімнатні рослини в горщиках в основному імпортовані, за оцінками представника роздрібної торгівлі, кімнатні квіти українського виробництва становлять лише 10% від усіх кімнатних рослин на українському ринку. Експерти також зазначали, що виробництво квітів в Україні невелике, вирощених в Україні квітів не вистачає навіть для продажу у власних магазинах виробників. Так, один з найбільших українських виробників кімнатних квітів, Камелія, повідомила, що в їхніх мережевих магазинах 80% кімнатних квітів власного виробництва і 20% імпортовані. Імпортовані квіти потрібні в магазинах Камелії для розширення асортименту.

«Кімнатні квіти в Україні вирощують, але в такій кількості, яка навіть частково не покриває потреби оптових компаній». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

У нас є всього декілька достатньо великих виробників кімнатних квітів, але у них обмежений асортимент. Це пояснюється тим, що виробництво квітів у горщиках малих об'ємів економічно не вигідно, ціна такої квітки, якщо це квітка достатньо високої якості, виходить вищою, ніж ціна імпортованої.

«Компанії за кордоном, спеціалізуються на невеликому сортовому переліку але з великою кількістю штук, цим здешевлюючи собівартість. Нам, наприклад, потрібно 10 тисяч, це дуже висока собівартість. Легше привезти, ніж виростити в Україні, затративши енергетичні ресурси, добрива, людську працю». – Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)

Також в Україні кімнатні квіти в невеликій кількості вирощуються приватними особами. Наприклад, відомо про товариства квітників-любителів, які вирощують сенполії.

4.2.4. Структура імпорту

Імпортують такі категорії :

- Живці кімнатних квітів на дорощування для виробників кімнатних квітів. В Україні вони не виробляються, тому що виробництво економічно не вигідне. Ця категорія, за прогнозами експертів, і надалі буде імпортуватись. Живці кімнатних квітів імпортують з Нідерландів і частково з Данії.
- Кімнатні рослини в горщиках імпортуються у широкому асортименті. Рослини в горщиках в основному поставляються з Нідерландів. Невелику частину квітів імпортують з Данії, а саме кімнатну троянду, кампанулу, герберу в горщиках, гібіскус. В Данії вирощують особливі сорти, які не можна купити на нідерландських аукціонах. Також є імпорт кімнатних квітів з Польщі та Угорщини.

Основні імпортери квітів у горщиках: Украфлора, Мегафлора, Камелія, Екзотік Флора, Флоремікс зазвичай вони займаються як імпортом квітів в горщиках, так і зрізаними квітами. До мережі Епіцентр також поставляє квіти компанія Бізнес Букет. Імпортують квіти компанія Плантапол (<http://www.plantpol.com.ua/>).

Найчастіше квіти з Нідерландів купують на аукціоні Флора Холланд, куди може завозитись продукція з різних країн. Рідше закупають продукцію напряму у виробників.

«Купуємо квіти у різних місцях, де вигідно. Не завжди аукціон може запропонувати ту кількість, яка потрібна. Не завжди на аукціоні вигідна ціна. Є багато факторів, що впливають на вибір місця покупки. Не можна сказати, що ми купуємо тільки так». – Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин

Як і в інших категоріях, у категорії «рослини в горщиках», за оцінками експертів біля 60% продукції завозиться нелегально.

4.2.5. Сезонність попиту

Сезонність попиту прив'язана до свят, на які прийнято дарувати квіти. Кімнатні квіти та рослини в горщиках можуть використовуватись як подарунок, замість зрізаних квітів. Так, рослини в горщиках популярні 8 березня та 14 лютого. Також можуть дарувати рослини в горщиках на День знань та День учителя. Тому перед цим святом попит на цю категорію збільшуються.

Особливою популярністю користуються квітучі позиції: троянда в горщику, нарциси, гіацинти, каланхое.

«Найбільший попит на квіти – це період з Дня Валентина до 8 березня. Усі люди рослини купують. На останній дзвоник тільки школярі купують, а на 8 березня абсолютно усі купують. Ще дуже популярне свято, коли купують кімнатні рослини – День вчителя». – **Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

В період травневих свят популярні чорнобривці та гортензія. В цей період також спостерігається деяке збільшення попиту, оскільки все більше дарують на останній дзвоник та випускний у школі рослини в горщиках, хоча зрізані квіти все ж на ці події більш розповсюджений подарунок.

Найменший попит на всю групу декоративних рослин починається з другої половини червня до липня.

Влітку-восени більш популярні вуличні рослини в горщиках, це насамперед однорічні квітучі рослини. В цей період обирають квіти які цвітуть на момент покупки: наприклад, хризантеми обирають восени, а петунії, сурфінії та інші однорічні квітучі обирають весною-влітку.

4.2.6. Якість квітів в горщиках

Основним критерієм якості є здоров'я рослини. Для цього експерти перевіряють, зовнішні ознаки квітки в горщику: наприклад товщину стебла, кількість бутонів. Покупці також звертають увагу на такі параметри, як колір, висота рослини.

«Якість квітки – це перш за все її життєздатність, імунна система». – **Ірина Малахова, компанія Дуомекс, імпортер декоративних рослин**

Однією із головних ознак здорової рослини є коренева система, яка повинна бути без уражень та спеціально сформована пересаджуваннями, щоб рослина гарно приживалась вдома. Спеціалісти перевіряють здоров'я кореневої системи виймаючи рослину з горщика.

«Витягніть рослину з горщика і подивіться якість, насамперед чистоту та свіжість коренів. Корені говорять про рослину все. Це як з рибою, риба може бути чудовою на вигляд, але якщо при розрізі ви бачите білі кістки, ви знаєте що риба свіжа. Якщо кістки коричневі, значить це погана риба. Так само з рослинами». – **імпортер декоративних рослин**

Важливою є здатність рослини в горщику вижити і виглядати здоровою протягом тривалого часу в звичайних умовах, а не в теплиці зі штучним освітленням, пестицидними обробками, крапельним поливом та ін. Окрім того, кімнатні рослини, вирощені в теплицях дуже токсичні, і їх не дуже безпечно розміщати в житлових приміщеннях.

«Зрізані квіти мають гарну якість, а от голландські рослини в горщиках залишають бажати кращого, вони в більшості випадків гинуть, особливо квітучі рослини. Я в цілому розумію чому, тому що вони вирощуються у штучних умовах, і коли вони потрапляють у середовище де просто живе людина і немає фертилізаторів, якогось спеціального освітлення, не підтримується волога, просто у квартирі, це шок для квітів, особливо для орхідей». – **представник компанії-перевізника декоративних рослин**

Імпортери категорії можуть перевіряти якість товару, безпосередньо відвідуючи теплиці, де цей товар виробляється. Зазвичай до виробника їздять перевіряти продукцію ті, хто поставляє більш дорожу категорію продукції.

«У нас вища частка постачальника Флоремікс, завдяки тому, що у компанії довга історія. Вони самі їздять до теплиць, відбирають квіти». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

Ті, хто займаються дистрибуцією квітів зазначають, що якість продукції не є стабільною у одного виробника, а може бути різною в різних партія та залежно від сезону.

«Усі партії товарів різні. Партії можуть відрізнятись в залежності від сезону. Проте є постачальники, у яких якість набагато вища за інших». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

Якість квітів в горщиках також залежить від країни походження. Українські рослини в горщиках поступаються за якістю іноземним, оскільки в українських виробників немає спеціалізації, маленькі об'єми виробництва не спряють автоматизації виробництва. Найякісніші квіти в Данії, але вони і найдорожчі. Польські рослини в горщиках, за словами експертів також більш якісні, ніж, наприклад, нідерландські, але теж відповідно дорожчі.

«У Польщі рослини в горщиках найчастіше коштують дорожче, ніж в Нідерландах. Проте усі експерти говорять, що якість квітів з Польщі набагато краща, ніж якість нідерландських квітів. Данія пропонує розкішну якість квітів, проте у них вища ціна, відповідно відстань до нас більша, з цієї причини квіти з Данії возять рідше, тільки в тому випадку, коли є якісь особливі замовлення». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

4.2.7. Умови транспортування та зберігання квітів у горщиках

Кімнатні рослини можуть втрачати товарний вигляд протягом транспортування. Для рослин перевезення та зміна умов зберігання може бути шоком, адже кімнатні рослини в основному зберігаються за температури +15°C, везуть їх за температури +5°C, поки відвантажують, вони потрапляють на відкрите повітря, де температура може бути різною, залежно від сезону.

«В звичайних умовах рослини знаходяться за температури 15°C, коли квіти перевозяться температура в машині 5°C. Коли виносять продукцію з машини температура може бути 25°C». – **імпортер декоративних рослин**

Імпортери зауважують, що транспортування рослин є дуже ризикованим. Часто може порушуватись температурний режим або інші необхідні умови перевезення і рослин можуть втрачати якість.

«Транспорт – це дуже великі ризики, там може порушуватись температурний режим. Якщо є сусідство з якимись іншими рослинами, можливе зараження». – **Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

Також є проблеми із зберіганням продукції. Для того, щоб рослини в горщиках залишались свіжими довгий час, продукції потрібен спеціальний крапельний полив. Такий полив забезпечується у теплицях, проте коли рослина потрапляє у продаж, таких умов уже немає.

4.3. Посадковий матеріал: насіння, цибулини, розсада

Для оцінки ринку посадкового матеріалу опитали експертів – учасників ринку:

- Імпортери посадкового матеріалу;
- Представник фітосанітарних служб, які обслуговують споживачів посадкового матеріалу.

Основні питання, які цікавили нас під час дослідження:

- який обсяг кожного сегменту посадкового матеріалу (насіння, цибулини, розсада та ін.);
- які види насіння, цибулин, розсади продають в Україні, які з цих видів більш популярні;
- в чому проявляється сезонність попиту на посадковий матеріал;
- умови транспортування та зберігання посадкового матеріалу;
- які є основні імпортери на ринку посадкового матеріалу, і що саме кожен з імпортерів завозить в Україну;
- чи наявне власне виробництво посадкового матеріалу, що саме із посадкового матеріалу випускають в Україні, яке співвідношення імпорту та власного виробництва;
- критерії якості посадкового матеріалу та оцінка якості наявного на українському ринку посадкового матеріалу.

4.3.1. Обсяг ринку

Якщо оцінювати ринок з урахуванням фактичного імпорту та внутрішнього виробництва рослин деяких категорій, за виключенням вирощування для особистих потреб у домогосподарствах, то загальна вартість посадкового матеріалу у 2017 році в цінах для кінцевого споживача становила 26 млн. USD. Розподіл між сегментами B2B та B2C складає 70% на 30%, на користь ринку бізнесу. За оцінками більшості експертів, ринок у 2018 зростав, тому ми можемо припустити, що зростання імпорту відбулось щонайменше на 8% за рахунок зростання імпорту цибулин та насіння, а внутрішнього виробництва – не більше ніж на 5%, отже оціночна вартість ринку для кінцевого споживача у 2018 році – 28 млн. USD.

4.3.2. Асортимент

Під посадковим матеріалом ми маємо на увазі цибулини, насіння, розсаду декоративних рослин. Виділяють також коріння квітів та декоративних рослин для розмноження та меристеми. Усі вище названі категорії використовують для висадки у відкритий ґрунт в якості декоративних рослин і для дорощування з метою використання в якості зрізаних квітів. Також деяку частину цибулин, розсади та насіння, це, наприклад: гіацинти, крокуси та нарциси, розсада та насіння цикламенів, використовують для висадки в горщики.

Цибулини. Найбільш популярними серед цибулин квітів, що завозяться в Україну є тюльпани. Тюльпани, за оцінками різних експертів, складають, 70-80% від усіх імпортованих цибулин. В набагато меншій кількості на ринку присутні лілії, гладіолуси, нарциси, крокуси, гіацинти, кали. Популярність тюльпанів пояснюють наслідками радянського минулого, коли асортимент квітів був дуже обмеженим, і в основному складався із тюльпанів та гвоздики. Сформовані в ті часи смаки дають про себе знати і зараз і українці за старою звичкою бажають купувати тюльпани, і відповідно в Україні з'явилися виробники, що їх вирощують. Виробництво тюльпанів достатньо просте, тому

велика частина виробників домоглась досить високої якості своєї продукції. Гвоздику в Україні не вирощують у зв'язку із дуже складною технологією виробництва.

Найбільш популярні сорти тюльпанів: Стронг Голд (жовтий, частка 15-20% усього ринку тюльпанів), Сноу Леді (білий), Роман Імпайер (червоний). Є також новинки, які кожен рік входять в моду, так, зараз пік моди на махрові тюльпани.

«Останні декілька років усі хочуть махрові тюльпани, тобто не по одній пелюстці, а такі наповнені тюльпани. Це виглядає більш дорого, як велика квітка». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

Також в невеликій кількості, в основному в столичних магазинах квітів є дорогі ексклюзивні сорти тюльпанів.

«Тиждень тому, коли я був у Києві я зустрів букет тюльпанів Айс Крім, який вважається дорогим, на площі Льва Толстого, у підземному переході, там де усі квіти продаються. Цей букет Айс Крімів був просто шалено гарним, я б ніколи не подумав, що у нас цей сорт вирощують на букети, а виявляється він є, навіть не за дуже дорогою ціною». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

Ціна цибулини тюльпану в Україні коливається від 12 до 40 євроцентів за цибулину. На українському ринку представлені цибулини тюльпанів різної вартості, яка залежить від сорту та від розміру цибулини. Рідкісні та нові сорти, які мало розмножені, коштують дорожче, ніж найбільш популярні сорти. Більші цибулини для того, щоб їх вирощувати для квітів на зріз, також коштують дорожче садових. При цьому цибулина, прибуваючи в Україну виростає в ціні в 2 рази, порівняно з ціною закупки в Нідерландах.

Насіння. Експерти говорять, що перелік насіння декоративних рослин дуже різноманітний і налічує сотні сортів, в основному це однорічні рослини. Найбільш популярні види квітів, насіння яких продається в Україні: чорнобривці, петунія, сурфінія, бегонія, колеус. Насіння цих квітів використовують для висівання безпосередньо як на клумбі, так і для виробництва розсади. Великий обсяг в частці насіння декоративних рослин займає газонна трава.

Аналіз асортименту продавців насіння, який доступний у відкритих джерелах, виявив, що проаналізовані ретейлери пропонують 230 видів насіння квітів. Найбільше

різноманітних сортів має айстра, петунія, цинія, бархатці (чорнобривці), гвоздика, настурція, іпомея, віола. Насіння цих квітів представлено десятками і сотнями сортів.

Розсада квітів на ринку України також представлена різноманітними позиціями. Найбільше в розсаді представлені однорічні: чорнобривці, петунія, сурфінія. Також у великій кількості є бегонія, колеус, айстри. З розсади у досить великих кількостях вирощують зелені рослини, які використовуються як фурнітура для букетів (статича, аспарагус, гіпсофіла, антуриум, стреліція). Раніше були популярні, але зараз дуже мало вирощуються гербери. Частково це пояснюється і складністю вирощування цих квітів. Розсада може використовуватись для вирощування квітів на клумбі або для вирощування вуличних квітів у горщиках.

«У нас був дуже гарний ринок гербери, зрізної гербери, її було десь 23-25 гектарів на всю Україну. Зараз залишилось максимум 3 гектари. Мабуть, перестали отримувати естетичне задоволення від гербери. Хоча, для кожної квітки потрібно виховувати ставлення, а гербера, якоїсь її запустили, тим більше, що вона достатньо важко вирощується». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

Серед посадкового матеріалу найбільш популярні корені півоній. Також популярні айстри, жоржини.

Окремо слід виокремити розсаду для дорощування квітів на продаж (як зрізані, так і кімнатні рослини).

В сегменті B2B велику частину ринку займає розсада троянд. Такі компанії, як Асканія-Флора, Камелія, Тандем, Фрезія закупають розсаду троянд у нідерландського постачальника Topflower BV. Ця компанія є основним постачальником посадкового матеріалу для 4 основних виробників троянд на зріз (Камелія, Асканія-Флора, Тандем і Фрезія), і відповідно займає 80-85% ринку України, за їх власними оцінками.

Також для сектору B2B та для дрібних господарств, які потім вирощують квіти на продаж, постачається багато цибулин тюльпанів для дорощування в теплицях. У промислових масштабах і у спеціально обладнаних сучасних теплицях тюльпани вирощує лише Камелія.

У набагато менших масштабах вирощують еустоми, проте розсаду цих квітів також закупають в Нідерландах.

З нідерландської розсади (коренів) також довозять півонії та гербери. Гербери постачає компанія Topflower BV.

Підходи до формування асортименту різні. Великі торгові сіті, як Епіцентр, детально аналізують чеки і прогнозують популярність рослин, замовляючи більш популярних рослин пропорційно більше, менш популярні рослини відповідно замовляються менше.

Імпортери квітів розповідали, що вони орієнтуються на замовлення: завозять в Україну те, що замовляють їх клієнти.

4.3.3. Співвідношення імпорту та власного виробництва

Співвідношення імпортованої та вітчизняної продукції залежить від категорії. Практично усі цибулини (97-99% за оцінками експертів) імпортовані. Переважну більшість насіння квітів, що продаються на українському ринку, імпортують. Розсаду декоративних рослин, яку продають на українському ринку в більшості випадків вирощують в Україні. Імпортують тільки ексклюзивні сорти та багаторічні рослини.

Нідерланди займають позицію абсолютного лідера з виробництва цибулин декоративних рослин і навіть такі країни, як Франція та Німеччина, де є давні традиції вирощування декоративних рослин і великий обсяг їх виробництва, не вирощують цибулини самостійно. Причиною фактичної монополії Нідерландів на виробництво цибулин є кліматичні умови, що є сприятливими для вирощування цибулин, також відіграють важливу роль давні традиції і розроблена випробувана технологія. Виробництво цибулин потребує великих затрат праці та дорогої спеціальної сучасної техніки, і дуже ретельного дотримання технології виробництва. Щоб виробництво було прибутковим і перекривало витрати на техніку, об'єм цибулин повинен бути достатньо великим, в Нідерландах це сотні гектарів. На ринку є незначний об'єм цибулин тюльпанів українського виробництва, але, за оцінками експертів це не більше 2% усіх цибулин, присутніх на нашому ринку.

Насіння квітів практично повністю є гібридами, для відтворення яких потрібні спеціальні технологічні умови та кропіткий процес селекції, тому ця категорія переважно імпортована (більше 90%, за словами експертів).

«Насіння квітів це в основному гібриди, дуже важка селекційна робота, тривала та дорога, тому в Україні не виробляють такого насіння». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

Частина розсади (експерти називали цифру 80%) на ринку імпортована, частина вітчизняного виробництва. Доля імпорту розсади на ринку впала, оскільки цю категорію навчилися вирощувати в Україні, і вітчизняний товар коштує значно дешевше. Відповідно вирощування розсади в Україні росте.

«Багато розсади вирощують в Україні. Для цього можна купити голландське насіння і виростити тут розсаду». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

4.3.4. Структура імпорту: країни імпорту та імпортовані види посадкового матеріалу

Цибулини квітів майже стовідсотково імпортуються з Нідерландів. Насіння переважною більшістю закупається в Нідерландах. Набагато менший об'єм насіння завозиться з Німеччини, Данії, Великобританії та Японії (постачальниками насіння квітів є японські компанії, що мають офіс в європейських країнах). Насіння також може завозитись в Україну з Нідерландів неупакованим, у мішках і тут фасуватись. Називались такі компанії-постачальники насіння: Сингента (Syngenta), Пан Американ (PanAmerican, США), Саката (Sakata, Японія), Бенарі (Benary, Німеччина), Нова Флора (Nova-Flore, Франція). Імпортована розсада завозиться переважно з Нідерландів. Ці компанії мають представництва в Нідерландах, з якими в основному працюють наші компанії. Міні-товари, як меристеми чи міні-розсада, які вирощені в лабораторіях, часто завозиться з Данії.

Компанії–лідери з виробництва цибулин

- «Хаакман Флауербалбз» (<http://www.haakman.com/ru/>);
- «Амсонія» (<https://amsonia.nl/>).

Основні постачальники цибулин для ретейлу: Яскрава та Украфлора (по цибулинам), основні постачальники цибулин для оптових покупців: Яскрава та Флоріум. Великі розсадники возять продукцію самостійно, вони складають приблизно третину імпорту категорії.

Основні імпортери посадкового матеріалу: Украфлора, Камелія, Екзотік Флора, Агромаркет, Флоріум, Лілі-Лайн, Інтерфлора, Яскрава. Даблпопіль. Розсаду багаторічних возить тільки Флоріум та Сотка також для себе особисто возять розсадники.

«Коли ми підраховуємо вартість усіх митних платежів, транспортні витрати, оформлення документів, усі кошти, які потрібно заплатити, поки товар дійде від виробника в Нідерландах до України, витрати виростають у два рази». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

4.3.5. Сезонність попиту

Посадковий матеріал має виражену сезонність попиту. Насіння та розсаду декоративних рослин висаджують весною, тому пік продажів товару припадає саме на цей період. Цибулини саджають частково восени, частково весною, тому їх в цей сезон і продають. При цьому компанії, які займаються імпортом посадкового матеріалу формують замовлення, яке потім доставляється з Нідерландів, за декілька місяців. Так, цибулини, які мають прийти у вересні, замовляють з травня до липня. Потім товар прибуває в кінці серпня - вересні. Восени також купують цибулини квітів, які висаджують для того, щоб виростити зрізані квіти та рослини в горщиках на 14 лютого та 8 березня. Частина цибулин тюльпанів, вже охолоджених і за більш високою ціною, купують зимою та висаджують за місяць або декілька місяців (залежно від сорту) до 8 березня.

«Восени ми привеземо цибулини тим, хто бажає охолоджувати цибулини самостійно, а вже зимою ми привеземо тим, хто ладен заплатити дорожче але отримати вже охолоджену цибулину яку можна одразу ж посадити в теплиці». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

4.3.6. Якість посадкового матеріалу

В Україні немає стандартів якості посадкового матеріалу, є декілька асоціацій, які ведуть боротьбу за введення стандартів, проте поки що стандарти не затверджені

Якість цибулин визначається за розміром (він має відповідати стандартам для даного виду квітів). Також важливими є відсутність шкідників та хвороб. У якісній цибулині не має бути механічних пошкоджень. Якісна цибулина, на думку українських споживачів, має високий показник схожості, це від 90%. Окрім того, якісна цибулина має отримати достатньо поживних речовин, щоб пережити зимівлю, цей фактор згадало декілька експертів.

«Якщо від висаджених цибулин у більш 90% зрізали квітку, це добре. От купили 100 цибулин, і якщо продали з них 90-95 квітів це значить гарний результат». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

«Відсутність шкідника, відсутність пошкоджень, правильне вирощування. У вегетаційний період іде накопичення поживних речовин і цибулина зможе спокійно перенести період покою і, відповідно, наступної вегетації вона видає нормальну гарну квітку, якщо вона накопичила поживних речовин за першу вегетацію». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

Розрізняють паркові чи ґрунтові тюльпани та інші квіти і тюльпани, які використовують для виробництва квітів на зріз. Тюльпани, які продають як зрізані квіти, мають бути вищими, паркові тюльпани можуть мати менший розмір.

«У тюльпанах вимірюють окружність цибулини. Бувають розміри 11/12 і 12/+. 11/12 вважається парковим тюльпаном чи тюльпаном, який висаджують в ґрунт. 12+ вважається тюльпаном для вирощування квітів на зріз, у них десь на 10% вища ціна. Вважається, що у більшій цибулині більший заряд, запас енергії, щоб вирости квіткою». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

Частина дистриб'юторів, які возять в Україну цибулини, розповідали, що вони перевіряють якість посадкового матеріалу на фермі за декілька місяців до того, як цибулина буде експортуватись, а саме підчас викопки. Схожість цибулин перевіряють з відгуків покупців.

«Десь за два місяці, коли викопують тюльпани, ми перевіряємо, чи вони відповідають стандартним розмірам. Так само дивимось, чи здорова цибулина, чи не пошкоджена вона». – **Ірина Малахова, компанія Дуомекс, імпортер декоративних рослин**

Частина дистриб'юторів говорили, що вони не перевіряють цибулини, а сподіваються на те, що виробник з репутацією забезпечить хорошу якість цибулин. В окремих випадках перевіряють наявність фіто санітарного сертифіката, проте цей сертифікат дається на час закладення цибулини в холодильник, отже після того як цибулини проведуть якийсь час в холодильнику, можливий розвиток вірусу вже в холодильнику.

«У нас немає можливості їздити до Нідерландів і перевіряти якість посадкового матеріалу. Є ще один момент: цибулини тюльпанів викопують з землі в кінці серпня, і в цей же час їх кладуть у холодильник для охолодження, щоб взимку їх можна було висадити в теплицю і до 8 березня отримати квітку. Тому можна вимагати сертифікати, які підтвердять, що коли цибулини закладались в холодильник, там не було ніяких хвороб, нічого. Частіше за все у голландців ці сертифікати є. Консистенція цибулинок пружна, нормальна, вона нічим не вражена. Проте вірус може розвинути в холодильнику чи на складі за пару місяців, поки цибулини там зберігаються. Тобто частіше за все просто на віру сприймаєш інформацію про якість. І ти знаєш, що, припустимо, Хаакман, Амсонія турбуються про своє ім'я і зроблять усе можливе, щоб привезти здорові цибулини». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

Споживачі цибулин повідомляли про випадки, коли в Україні на ринку присутні неякісні цибулини, куплені в Нідерландах. Це пояснюють бажанням придбати більш дешевий посадковий матеріал. Цибулини, які на нідерландському ринку продаються за більш низькою ціною, часто хворі чи незрілі, вони також можуть бути необробленими від шкідників. Незрілі та необроблені цибулини псуються під час транспортування. Окрім того, часто цибулини псуються через порушення умов транспортування.

«Був випадок, коли ми зіткнулись із неякісними цибулинами. Коли ми почали розбиратися, виявилось, мало того, що вони виторгували дешеву цибулину, відповідно, якісна цибулина дешевою не буває. Далі вони загрузили цибулини в фуру без провітрювання. Відповідно, в цій ситуації, в цій фурі зі стабільною температурою, з достатньо високою вологістю, почав прогресувати грибок, який уразив точку росту, як результат – 40% втрати урожаю». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

Якість насіння визначається такими факторами, як схожість. Також важлива генетична чистота насіння, тобто відповідність того, що описано в паспорті насіння і квітки, яка реально сходить після висівання. Ці критерії за зовнішніми ознаками перевірити важко, окрім того насіння часто упаковане, і не можна побачити, як воно виглядає, тому якість насіння перевіряють уже підчас висівання, запитують відгуки клієнтів, та на наступний рік працюють з виробниками, про яких були гарні відгуки.

«Головна ознака якості насіння – хороша схожість. Також важливо, щоб зберігались сортові якості. Ми спілкуємось з нашими клієнтами, і якщо людина приходить і говорить, що замість червоної квітки зійшла оранжева чи жовта, чи взагалі це не та квітка як на етикетці. В такому випадку я задаю питання постачальнику, цікавитись, чому квітка жовта, а не червона, як обіцяє етикетка».

– **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

Якість розсади визначають візуально: вона має мати зелений колір, без видимих пошкоджень листків та коренів. Висота розсади має відповідати віку та сорту. Може бути паспорт, де вказані сортові якості і рослина має відповідати паспорту. Важливим є розвиток кореневої системи.

«Це суто візуальний і теоретичний аналіз: гарна, зелена, не ряба. Якщо є на нього паспорт, то також по сортових якостях. Можливо звертають увагу на розвиток кореневої системи. Бо чим краща коренева система, тим краща буде вегетативна система і, відповідно, генеративні органи, які виконують декоративну функцію». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

Перевірити якість розсади можна візуально та витягнувши рослину з касети, перевіривши якість кореневої системи, також можна вимагати фітосанітарні сертифікати.

«Якщо це розсада, вона в касетах, то її можна витягнути і побачити, чи є розвиток кореневої системи, якщо вона біла, якщо вона гарна, ну, тобто видно, жива». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

На практиці якість розсади перевіряють найчастіше візуально, фіто санітарні сертифікати не вимагають, оскільки вони коштують дуже дорого, тому їх роблять тільки коли везуть дуже велику партію.

«Якість перевіряємо лише візуально, дивимось, чи жива рослина. Тому що фітосанітарні сертифікати коштують дорого. Кожний з сертифікатів коштує 100 євро, тому найчастіше сертифікатів немає. Ми робимо фітосанітарні сертифікати лише коли потрібно привезти товар для якоїсь великої компанії, і вони вимагають зробити усе офіційно, оформити усі потрібні документи. Зазвичай ми сертифікатів не робимо». – **імпортер посадкового матеріалу**

Окрім того, якість розсади видно після висадки. Якщо рослини вирости такими, як планувалось, розсада може вважатись доброї якості, щоправда тут велику роль також відіграють умови вирощування.

Гарантією якості посадкового матеріалу, окрім зовнішніх ознак, може бути репутація виробника, довгий термін його роботи на ринку, тому дистриб'ютори та імпортери стараються працювати з перевіреними виробниками.

«Насіння приходить в пакетах, його і не видно в тому пакеті. Та навіть якщо розкрити пакет, візуально неможливо визначити якість насіння. Це видно вже пізніше, коли воно зійшло, тоді вже видно якість, або можна перевірити в лабораторії. Ми працюємо з загальновідомими брендами, котрі вже давно працюють на ринку насіння (50-130 років) і вони вже перевірені, і якість насіння висока, і упаковка у них хороша». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

Часто наші дистриб'ютори посадкового матеріалу розуміють, що для того, щоб виростити якісний, нічим не вражений посадковий матеріал, потрібно створювати спеціальні лабораторні умови, де забезпечується стерильність, тому купують матеріал у виробників, які мають для цього умови. Найкращими лабораторіями вважаються данські.

«Справа у тому, що промислове виробництво відрізняється від дачного господарства, тобто ми не можемо собі дозволити мати якісь спалахи інфекцій. За три євро я купую мірістему, що вичищена від усіх вірусів. Це так званий паспорт, безвірусний матеріал. Він не хворіє, він не мутує. Є паспорт рослини і ця рослина відповідає паспорту. Якщо якимось іншим чином купуєш посадковий матеріал, то отримаєш сюрпризи, як пощастить». – **Ірина Малахова, компанія Дуомекс, імпортер декоративних рослин**

Експерти стверджують про більш високу якість розсади нідерландського виробництва, порівняно із українською, і пояснюють це більш строгим дотриманням технологій і більш технологічно оснащеним виробництвом у Нідерландах.

«Розумієте, крім самого насіння, треба ще мати вміння, знання технології, досвід, та умови. Скажемо, в Голландії "правильні" теплиці. У них технології повністю дотримуються, на 100%, включаючи температуру, полив, вентиляцію, вологість повітря контролюється. В Україні – як виjde. Десь провітрили теплицю, десь не провітрили - вже зависока вологість. Кожен маленький, та на перший погляд, незначний якийсь фактор може впливати на якість і його дуже важко проконтролювати, тому що високотехнологічних теплиць, таких як в Голландії, у нас майже немає». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

4.3.7. Умови транспортування та зберігання

Для того, щоб транспортувати цибулини та розсаду, не втративши якість, потрібні спеціальні машини, які забезпечують охолодження. Для перевезення насіння потрібно забезпечити сухий і прохолодний клімат.

За свідченнями експертів, часто умови перевезення порушують, що створює середовище для розвитку хвороб посадкового матеріалу.

«Зазвичай це термічки, це будки з товстими стінами, які тримають стабільну температуру. Або термічки, в яких підтримується температура, тобто, вони ще нагріваються всередині. Такими машинами завозять сюди посадковий матеріал. Знову ж немає провітрювання – починаються захворювання. У розсади, з ґрунту випаровується вода, відповідно, створюються кліматичні умови, якесь середовище, яке сприяє розвитку, аеробних або анаеробних бактерій, які в свою чергу, при великій кількості, можуть сприяти псуванню декоративної функції цих рослин». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

Хоча самі перевізники стверджують, що вони створюють усі необхідні умови для якісного транспортування.

«Ми транспортуємо насіння та посадковий матеріал обов'язково з дотриманням температурного режиму, ми замовляємо тільки такі вантажівки (рефрижератори), які справні, нові і щоб не було там що десь по дорозі зламалось щось або відключилося, щось не працює. Тільки в таких машинах». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

Цибулини пакують в ящики, які ставлять один на один і провітрюють. Розсаду возять у так званих троях, тобто у возиках з колесами. Розсада займає менше місця, тому її більш вигідно перевозити.

«Розсада їде на троях, це такі возики з колесиками, там є полицки. У нашому випадку це 64 касети по 100 штук на тролі. Вона займає місця як половина палети. Тобто їде шалено багато грошей, у 2 рази більше за вартістю товару, порівняно із таким же об'ємом у фурі з цибулинами, в той час, як вартість транспорту у 2 рази менша, якщо порівняти з цибулинами. Тобто, розсада – це цікаво». – **імпортер посадкового матеріалу**

У частини дистриб'юторів є власні склади для зберігання продукції. Виробники стверджують, що вони готові нести додаткові затрати заради кращої якості.

«У нас 2 місяці поставки цибулин, але цибулини з перших машин, котрі ми отримуємо, майже відразу відправляємо, у нас цибулини зберігаються до 2 тижнів». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

Є проблема з тим, що у складах для цибулин створюють умови, які підходять для якогось одного виду цибулин, найчастіше тюльпанів, в той час як зберігають на тому ж складі інші цибулини, які потребують іншого режиму зберігання.

«Інколи навіть гладіолуси везуть за температури 9-10°C, тому що нижча температура їм не підходить. У нас вони зберігаються в холодильнику. В принципі, температура не більше 10-12°C. У нас зберігається до моменту, поки ми його відправимо до покупців. А ліпеї не завадить зберігати в холодильнику. В цілому є специфіка зберігання у кожної рослини». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

Окрім того, спеціалізовані склади, де забезпечують необхідні умови зберігання наявні лише у дистриб'ютора. У торгових точках, де цибулини продаються у роздріб, як правило, таких умов немає, навіть у таких найбільших мережах, як Епіцентр. Правильні умови зберігання можуть створювати лише спеціалізовані магазини, які торгують цибулинками, проте у нас майже таких немає.

«Навіть великі супермаркети не можуть забезпечити потрібні умови зберігання. Частіше за все викладки з рослинами стоять прямо на виході. Якщо це не спеціалізований магазин, що торгує саме корінням та цибулинами, то ніхто не створює спеціальний температурний режим». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

Розсаду, що прийшла з-за кордону зберігати не можна, вона потребує термінової висадки в ґрунт.

«Розсаду, яка прийшла з-за кордону, можна поставити в теплицю, але там зовсім мало торфу і рослини можуть загинути, тому що корінню буде нікуди розростатись. Тому розсада може стояти до 10 днів за звичайних умов: при кімнатній температурі та відсутності прямих сонячних променів. Далі розсаду потрібно пересаджувати». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

4.4. Декоративні рослини

Для оцінки ринку декоративних рослин залучено експертів – учасників ринку:

- власників чи директорів розсадників;
- представник асоціації галузі;
- менеджерів садових центрів;
- імпортери посадкового матеріалу.

Основні питання, які цікавили нас під час дослідження:

- Який обсяг ринку посадкового матеріалу?
- Які види рослин присутні на українському ринку, які більш популярні та чому?
- Які з декоративних рослин вирощуються в Україні, які рослини імпортуються?
- В чому проявляється сезонність попиту на посадковий матеріал?
- Критерії якості декоративних рослин та оцінка якості наявного на українському ринку декоративних рослин?

4.4.1. Обсяг ринку

Статистика щодо внутрішнього виробництва декоративних рослин збирається в Україні в загальному, без конкретизації на категорії, та несистематично. Якщо ж говорити, про статистичні дані імпортованої продукції, то у 2017 в Україну було імпортовано декоративних рослин на суму 4,7 млн. USD. За оцінкою основних компаній-імпортерів, частка декоративних рослин в усьому імпорті невелика, порівняно зі зрізаними квітами, це для них не основна категорія імпорту.

Більш точну оцінку об'єму ринку складно дати і експертам, компаніям, які безпосередньо працюють на ринку, у зв'язку з відсутністю даних та закритістю ринку.

Станіслав Донцов, директор Асоціації «Українська рослинна індустрія», яка об'єднує найбільших виробників декоративних рослин оцінює ринок декоративних рослин у 100 мільйонів євро щорічно. Ця цифра називалась представниками рослинної індустрії на декількох фокус-групах, які проводила Асоціація.

За словами експертів співвідношення імпорту і власного виробництва в загальному складає 40% до 60% на користь виробництва в Україні. Варто зазначити, що частка імпортованої та власної продукції відрізняється залежно від видів декоративних рослин. Основу власного виробництва складають такі види, як хвойні, кущі, багаторічні трави. Більше імпорту в категорії листяних дерев.

Експерти Клеффманн Групп оцінили ринок декоративних рослин і отримали наступні дані, що подані нижче. Якщо оцінювати ринок з урахуванням фактичного імпорту та внутрішнього виробництва, за виключенням вирощування для особистих потреб у домогосподарствах, то загальна вартість декоративних рослин у 2017 році в цінах для кінцевого споживача становила 118 млн. USD. Ця оцінка співпадає з результатами власних досліджень опитаних експертів, які оцінили обсяг ринку на рівні 100 мільйонів євро (близько 110 млн. USD). З розрахунку, що 40% всієї продукції припадає на сегмент B2B, а решта 60% – роздрібні продажі, то витрати одного домогосподарства на декоративні рослини в середньому становлять 4,7 USD на рік (що при середньому курсі долара до гривні у 2017 становить 125 грн.). За оцінками більшості експертів, обсяги

імпорту у 2018 продовжували зростати, в той час як обсяги українського виробництва зменшились. Тому ми можемо припустити, що зростання імпорту відбулось щонайменше на 20%, а зменшення внутрішнього виробництва – на 12%, що дозволяє оцінити вартість ринку для кінцевого споживача у 2018 році – 137 млн. USD. Це, в свою чергу, при тому ж розподілі між споживчим ринком та ринком бізнесу, означає, що одне домогосподарство збільшило свої витрати на декоративні рослини в горщиках до 5,5 USD у рік.

4.4.2. Асортимент. Найбільш популярні види

На ринку України присутні усі категорії декоративних рослин. При потребі можна придбати кожен з категорій як імпортного, так і вітчизняного виробництва.

Основні категорії:

- Листяні дерева;
- Кущі;
- Хвойні рослини;
- Однорічні рослини;
- Багаторічні рослини.

Найбільш популярна категорія серед декоративних рослин – хвойні. Особливо популярні в Україні туї західні (Смарагд, Брандент, Колумна, Даніка, Хозери), сосни чорні та ялівці (Козацький, а саме, Тамарсифолія, Мінт Джуоел, Блю Чіп, Голд Стар, Принс Уельський). Причини популярності в історичних передумовах: у Радянському Союзі був дефіцит хвойних дерев, і розсадники, що з'явилися після розпаду Союзу почали масово вирощувати рослини цієї категорії, оскільки на них був великий попит. Окрім того, у нашому суворому континентальному кліматі хвойні рослини є безпрограшною прикрасою як присадибних ділянок, так і зелених насаджень у містах, парках, оскільки вони практично єдиний вид рослин, які залишаються зеленими протягом всього року. Ще однією причиною популярності туй є традиція їх використання для прикриття парканів (які в свою чергу є невід'ємним атрибутом приватних територій заміських будинків).

Серед листяних дерев найбільш популярні: клени, липи, горобини, берези. Вирощують у промислових масштабах також тополі, дуби, в'язи, катальпи та інші рослини. З квітучих декоративних рослин популярні сакури та інші квітучі вишні.

«Найбільш популярні види дерев – клен, липа, горобина, дуб. Також популярні квітучі дерева, наприклад, сакури». – **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

Останніми роками частіше приділяють увагу озелененню невеликих ділянок, де у зв'язку з меншою площею висаджують карликові дерева, тому збільшується попит на карликові рослини.

З-поміж кущів найбільш популярні біручина, спірея, барбарис, дерен. У промислових масштабах також вирощують гортензії, барбариси, вейгели, кизильник.

Також рослини розподіляють за способом вирощування:

- вирощені у відкритому ґрунті;
- вирощені у контейнерах;
- вирощені у теплицях.

Майже кожен розсадник має в тій чи іншій пропорції усі названі категорії.

«Категорії у нас на розсаднику залежать від технології вирощування. Перше - це відкритий ґрунт, коли ми копаємо тільки восени і весною, з комом землі. Друге – це контейнерне виробництво». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

Український ринок відрізняється від іноземного більш класичними смаками, деякі експерти навіть говорять про старомодність українців.

В українських розсадниках мало дерев та кущів екзотичних чи незвичних видів, мало дерев-солітерів та кущів-солітерів якихось оригінальних форм. Це пов'язано з тим, що такі рослини мають ціну в декілька разів вище середньої і дуже малий відсоток українців може дозволити собі такі покупки. Через те, що ринок молодий, розсадникам зазвичай не більше 25 років, на ринку немає дерев великого розміру, такі дерева просто ще не встигли вирости.

4.4.3. Співвідношення імпорту та власного виробництва

Голова асоціації української рослинної індустрії, Станіслав Донцов, в інтерв'ю оцінив співвідношення імпорту-власного виробництва як 60% до 40% в цілому в сегменті (без деталізації на категорії), де 60% це декоративні рослини українського виробництва.

Співвідношення імпортованої та вирощеної вітчизняним виробником продукції, яка є на ринку дуже варіює, залежно від категорії. З усіх хвойних рослин, які присутні на ринку, досить висока частка вирощується в Україні. 80-90% кущів, представлених на українському ринку, також вирощені в Україні. Такі категорії, як садові троянди, багаторічні трави, практично повністю вирощують в Україні, чому сприяють дві основні передумови: з одного боку такі рослини дорого і незручно імпортувати, а з іншого – їх почали вирощувати в Україні гарної якості, в достатній кількості, з меншими витратами та достатньо широкого асортименту.

«Ми, українці уже навчились вирощувати якісні багаторічні трави. Це перше. Друге: раніше не було асортименту, торгували реально тим, що на кладовищах: очитки, ломикамінь, хости. Це практично усе, що пропонував український виробник. Зараз у нас асортимент достойний, не гірше, ніж у іноземців. Тому до нас приїжджають, і купують його». – представник одного з розсадників

4.4.4. Структура імпорту: країни імпорту та категорії

Основні країни, звідки імпортують декоративні рослини:

- Нідерланди;
- Бельгія;
- Польща;
- Німеччина;
- Є також імпорт з Італії, Данії та Франції.

Можна виокремити такі основні категорії декоративних рослин, що імпортуються з-за кордону:

- Дерева з голим коренем.

- Деревя в контейнерах Р9 для дорощування [контейнер Р9 розміром 9*9*9 см. та об'ємом 0.5 літра].

Власного виробництва рослин цієї категорії практично немає на українському ринку і експерти не прогнозують налагодження їхнього вирощування в найближчому майбутньому. Такі дерева найчастіше імпортуються з Нідерландів. Саджанці для дорощування потребують досить складної технології виробництва, якої не можуть дотриматись в українських розсадниках через відсутність відповідного досвіду та техніки. Замовниками саджанців таких дерев на дорощування є до 6 розсадників по всій Україні, для яких у сукупності імпортують до 10 фур на рік, за оцінкою одного з представників розсадників. Крім того, вирощування таких дерев ускладнюється досить суворим українським кліматом, який не сприяє вирощуванню саджанців гарної якості.

«Тому що у нас в країні поки не існує такого розсадника, який займається щепленням декоративних рослин і реалізацією саме такого голого кореня в достатній кількості хорошої якості. Їх довше вирощувати. І технологічно це складніше, наприклад з кроною. У нас в Україні, я можу сказати, хто це, Гарді, Єва, Еліт Флора, Клуб рослин, Сад вашої мрії, Кипарис – купують саджанці на дорощування. Якщо так в середньому взяти, я не знаю об'єктивно цих цифр, але так по тому, що я бачу, що насаджують, може, 10 фур в рік». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

«Ми купуємо заготовку на дорощування в Нідерландах. Це просто обрізаний прут, який ми тут дорощуємо та формуємо». – Андрій Погребний, директор розсадника Гарді

- Саджанці кущів для дорощування, які часто імпортують з Бельгії. На думку представників розсадників, в бельгійських розсадниках є широкий асортимент кущів високої якості, завдяки підходящому ґрунту та технології вирощування.

«Кущі ми купуємо в Бельгії, оскільки там хороший асортимент саме кущів. Окрім того, бельгійський ґрунт наповнений піском, що сприяє хорошему розвитку кореневої системи. У голландських розсадниках немає такої якості та асортименту кущів». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

- Розсада багаторічних рослин. Розсаду імпортують для дорощування, наприклад Сад вашої мрії. Можливий варіант імпорту для дорощення і подальшого розмноження, як розсаднику Сонцецвіт. Найчастіше розсаду багаторічних рослин імпортують з Нідерландів, але також з Польщі та Німеччини.

«Матеріал купується з таких країн, як Голландія, Польща, Німеччина переважно Я його розмножаю». – **представник одного з розсадників**

- Оригінальні форми дерев, найчастіше садовий бонсай, хоча можливі інші варіанти. Наприклад, бонсаї, що продаються в мережі садових центрів Епіцентру імпортовані із Польщі. Ландшафтні архітектори цю категорію часто завозять із великих німецьких розсадників.
- Великомірні дерева, які старші 25 років, також імпортуються, оскільки наші розсадники іще досить молоді, і такі дерева не встигли вирости.
- Нові сорти дерев, кущів, багаторічних трав, які тільки вийшли на ринок, і вирощуються в обмеженій кількості розсадників.
- Щеплені хвойні рослини, азалієві та верескові культури гарної якості. Ці категорії рослин, або ще не вирощують в українських розсадниках з забезпеченням гарної якості, або їх важко вирощувати через клімат.

Великомірні дерева, нові сорти дерев та щеплені хвойні категорії купуються здебільшого у відомих нідерландських та німецьких розсадниках.

Можна виокремити такі категорії імпортерів:

- Садові центри, які імпортують рослини, щоб доповнити асортимент, сформований поставками з вітчизняних розсадників.
- Розсадники, які імпортують матеріал для дорощування, наприклад, дерева з голим коренем, кущі, розсада багаторічних рослин.
- Ландшафтні архітектори, які імпортують матеріали для реалізації їхніх проектів.

4.4.5. Критерії якості. Порівняння якості української та імпортованої продукції

Більшість експертів орієнтуються на практичні прояви якості рослин – це, насамперед, розвинена коренева система та кількість гілочок на кущі чи дереві.

Якість рослин визначається спеціальними стандартами. У стандартах подано перелік параметрів розвитку кожної культури залежно від віку і призначення: розвиток кореневої системи, кількість гілок якого виду для кожного із видів рослин при певній висоті, тощо. Також є вимоги до висоти та товщини стовбура, його рівності та деякі інші параметри. Звичайно, рослина має бути здоровою, не вражена комахами та іншими паразитами. В Україні на даний момент немає затверджених і загально прийнятих стандартів. Деякі експерти згадували стандарти інших країн:

- російські (<http://www.green-ekb.ru/file/standarts.pdf>);
- канадські (<https://cnla.ca/uploads/pdf/Canadian-Nursery-Stock-Standard-9th-ed-web.pdf>);
- американські (https://cdn.ymaws.com/americanhort.site-ym.com/resource/collection/38ED7535-9C88-45E5-AF44-01C26838AD0C/ANSI_Nursery_Stock_Standards_AmericanHort_2014.pdf);
- європейські (<http://www.viveristesdegirona.com/news.html?id=45>).

Наразі в Україні іде робота із написання та затвердження стандартів, яка проводиться Асоціацією Рослинної Індустрії <http://auri.org.ua/ru/project/standarty-posadochnogo-materiala-assotsiatsii-ukrainskaya-rastitelnaya-industriya/>. Представники асоціації планують завершити роботу над стандартами та затвердити їх найближчим часом.

Дотримання стандартів якості вимагає додаткових витрат на виробництво рослин, адже це додаткові операції, наприклад, з формування рослин. Також для підвищення якості рослини потрібні додаткові добрива, наприклад, дорожчий торф.

«Впровадження стандартів у виробництво рослин – це перш за все впровадження сучасної технології вирощування, використання сучасних матеріалів, машин та обладнання (використання якісних субстратів, розумних добрив, вчасних формувальних стрижок та обрізки рослин і т.д.). Це

є передумова якості рослин, проте це також призводить до збільшення вартості рослин». –

Лариса Зубова, керівник розсадника Сад вашої мрії

Більшості представників українських розсадників та людей дотичних до індустрії було б вигідно впровадження стандартів якості посадкового матеріалу. Стандарти для посадкового матеріалу допоможуть чесно конкурувати в тендерах на державні закупки садового матеріалу, адже якісна, вирощена за стандартами, продукція, потребує набагато більших капіталовкладень, порівняно із продукцією, яка не відповідає стандартам.

«Конкурувати з лісовим господарством за ціною з їх якістю неможливо, якщо брати просто пропозицію на папері написану, наприклад, спірея така-то, висота півметра. У нас півметра це 0-го-го скільки гілок, а там півметра – це дві палички». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

Багато власників розсадників, сказали, що вони вже орієнтуються на європейські чи канадські стандарти якості своєї продукції, це не тільки допомагає продавати продукцію за вищими цінами, а додає зручності в роботі з рослинами.

«У нас в розсаднику з 2009 року запроваджені європейські стандарти для використання в роботі. Це допомогло нам обрати правильні орієнтири якості і спрямувати наші зусилля для виробництва рослин, що відповідають стандартам. Це нелегкий шлях, проте девіз нашої компанії: «Якість – запорука успіху». – Лариса Зубова, керівник розсадника Сад вашої мрії

Проте окремими респондентами були висловлені думки, про те, що стандарти не відображають якість певних оригінальних категорій декоративних рослин. Наприклад, важко зробити стандартним дерево-солітер, багаторічну траву.

«Вони є, стандарти, так. Чесно, ми не можемо, підлаштовуватись під стандарти, з тої точки зору, що клієнт який приходить, він не хоче велике, його ті стандарти не цікавлять. Ось, наприклад, хости, які вже 4 роки, реально вони коштують шалених грошей, бо один кущ я можу поділити на 20 частин. Який стандарт можна до нього застосувати? Це ж не дерево, де є висота, крони, там, габітус, інші розміри. У нас тут трошки проблематично». – представник одного з розсадників

Більшість власників чи менеджерів великих українських розсадників мають досвід роботи чи співпраці з нідерландськими чи іншими зарубіжними розсадниками і тому

мають уявлення як вирощувати якісну продукцію, проте, не всі технології відкриті та доступні для українських виробників.

«Одна із переваг придбання дерев у голландських розсадниках – це можливість навчатись. Там ми дивимось на технологію вирощування в розсаднику з великим досвідом та високим рівнем продукції. Окрім того, нідерландські представники приїжджають до нас у розсадник і навчають нас. Навіть за таких умов ми не можемо отримати ідеальну заготовку». – **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

Здобутком розвитку вітчизняного розсадництва, на думку основних гравців ринку, є те, що вирощені в Україні, кущі, багаторічні трави, однорічні квіти вже мають досить високу якість та можуть задовольнити внутрішні потреби ринку.

«Такі категорії, як листяні кущі, ми вже, слава богу, в себе навчилися вирощувати. Такі категорії, як хвойні кущі, те саме. Багаторічні трав'янисті рослини, ліани теж». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

Складніша ситуація з вирощуванням дерев відповідно до європейських стандартів, проте українські розсадники над цим працюють.

«На жаль, в Україні поки не виходить зробити алейні дерева ідеальної форми, такі як роблять голландці, проте ми над цим наполегливо працюємо». – **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

«Наша компанія більше 10 років вирощує дерева у ґрунті і в контейнерах. Це складне виробництво, енергомістке, не одразу все виходило, проте ми гарні учні. Зараз наші дерева відповідають стандартам: рівні стовбури, сформовані крони, технологічно викопані та упаковані, правильно марковані. Обхват стовбура ще невеликий, проте ми продовжуємо удосконалювати нашу продукцію». – **Лариса Зубова, керівник розсадника Сад вашої мрії**

Причини, які можуть зумовлювати гіршу якість рослин, вирощених в українських розсадниках:

- Відсутність або нестача практичного досвіду в рослинному бізнесі, адже середній вік українських розсадників – 10-15 років, максимум 25, в той час як європейські розсадники налічують 150 років. Тому, технологія вирощування ще розробляється та відпрацьовується.

- Відсутність сформованої інфраструктури в Україні, яка б обслуговувала сектор декоративних рослин, тому добрива, торф, пестициди не є такими доступними, як у країнах, які давно займаються вирощуванням декоративних рослин. Наприклад, агрономи розсадників зазначали, що вони купують пестициди зареєстровані для сільськогосподарських культур, орієнтуючись за діючою речовиною.
- Економічні чинники можуть впливали на технологію вирощування, наприклад, у розсадниках можуть використовувати дешевші добрива, дешевший торф, посадковий матеріал нижчої якості.
- Відсутність або недостатня кількість належної механізації, для всіх етапів вирощування декоративних рослин, а особливо дерев.
- Континентальний клімат, менш сприятливий для деяких рослин, особливо для вирощування розсади. Голландські технології потребують адаптації до нашого клімату, який характеризується більшими перепадами температур, холоднішою і довшою зимою, більш жарким та посушливим літом.
- Відсутність розвиненої фітосанітарної служби, яка б своєчасно моніторила появу шкідників та хвороб.

5. Внутрішнє виробництво квітів та декоративних рослин

5.1. Декоративні рослини вирощені у розсадниках

Для опису умов вирощування декоративних рослин в Україні були опитані такі експерти:

- власники розсадників;
- менеджери розсадників;
- менеджери садових центрів;
- представник асоціації галузі.

Основні питання, які цікавили нас під час дослідження:

- скільки є розсадників в Україні, які з них є найбільшими?
- які рослини вирощуються в українських розсадниках і чому обрано саме такий асортимент?
- як рослини зберігаються і транспортуються до місця їх продажу?
- яким чином взаємодіють розсадники між собою?
- чи є відмінності між українськими та зарубіжними розсадниками, якщо є, в чому вони полягають?
- проблеми в роботі розсадників?

5.1.1. Найбільші українські розсадники

Загалом існує біля 150 розсадників, але відносно великих виробництв, які є платниками ПДВ нараховують близько 15, як зазначив власник розсадника Осокор, Андрій Бут. (Платники ПДВ – це компанії, які мають виручку від 1 млн гривень за 12 місяців роботи).

«На сьогоднішній день, якщо ми говоримо по декоративним рослинам, у нас виробників більш-менш серйозних, якщо говорити про міру серйозності, це платник чи не платник ПДВ, то таких організацій у нас в Україні по виробництву декоративних рослин, я думаю, що якщо 15 знайдеться, то це добре». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

Основні українські розсадники названі учасниками ринку (список поданий в алфавітному порядку):

1. Агрофлора (Харків) (<http://agro-flora.com/>);
2. Біосфера-Л (Київ) (<http://biosphere.com.ua/>);
3. Гарді (Київ) (<https://www.gardi.biz/>);
4. Декоплант (Вінниця) (<http://www.dekoplant.com.ua/>);
5. Еліт-Флора (Львівська область) (<http://www.elitflora.ua/uk/golovna/>);
6. Єва (Київська область) (<https://evasad.com/>);
7. Зелена Країна (Київська область) (<https://zelenakraina.com.ua/>);
8. Зелені Янголи (Закарпатська область) (<https://landshaft.info/ru/>);
9. Квіткарочка (Київська область) (<http://www.kvitkarochka.com/>);
10. Кіпаріс (Київська та Одеська області) (<http://gardenindustry.org/kiparis/>);
11. Клуб рослин (Львівська область) (<https://plants-club.ua/>);
12. Корнеліс (Житомирська область) (<http://www.kornelis.biz/>);
13. Мала Голландія (Закарпатська область) (<http://www.malahollandiya.com.ua/>);
14. Мегаплант (Київ) (<http://megaplant.com.ua/>);
15. Наталіс (Київська область) (<http://natalis.ua/>);
16. Осокор (Полтавська область) (<https://osokor.com.ua/>);
17. Розсадник Іващенко (Київська область) (<http://pitomnik-ivashchenko.com.ua/>);
18. Сад Вашої мрії (Дніпропетровська область) (<http://garden.dp.ua/>);
19. Сонцецвіт (Київська область);
20. Флорекс (Київ) (<http://www.florex.ua/>);
21. Форест (Черкаська область) (<http://www.pitomnik.ua/>).

5.1.2. Асортимент, фактори, які впливають на його формування

Більшість розсадників в Україні не мають чіткої спеціалізації і вирощують широкий асортимент декоративних рослин: хвойні і листяні кущі та декоративні дерева.

Деякі розсадники можуть мати спеціалізацію, тобто вирощують певні позиції рослин у більшій кількості, порівняно з іншими видами продукції. Наприклад, розсадник «Сонцецвіт» спеціалізується на багаторічних травах, розсадник «Декоплант» спеціалізується на вирощуванні садових троянд. Розсадник Гарді спеціалізується на озелененні міст, тому вирощує велику кількість рослин для озеленення великих об'єктів.

«Є низка рослин, які ми вирощуємо у дуже великих обсягах і постачаємо для озеленення великих об'єктів у містах». – Андрій Погребний, директор розсадника Гарді

Частина розсадників ведуть аналітичну роботу і виходячи з результатів детальної аналітики формують асортимент, передбачають більш і менш популярні позиції у найближчому майбутньому. Наприклад, в розсаднику Декоплант детально аналізують, які саме позиції продавались і в якій кількості, починаючи з 2006 року. На основі статистики в розсаднику виділили певні закономірності у попиті і тепер прогнозують, що буде користуватись попитом в наступні декілька років.

При цьому власники розсадників часто не можуть скоригувати асортимент і висаджувати більш популярні позиції, оскільки розсадники мають обмежену площу і не завжди є вільне місце для більш популярних позицій, щоб посадити нові рослини потрібно викорчувати старі, в які вже вкладено гроші. Окрім того, ризиковано висаджувати певні популярні рослини на великій площі, бо мода на рослини змінюється швидко і непередбачувано.

«Але насправді ще не виходить корегувати асортимент. Хотілось би чогось більше. Наприклад, зараз модні злакові, хотілось би засадити гектар-два лаванди, вона завжди модна. Але не можна відкинути ті інші рослини, бо, знову ж таки, все залежить від дизайнера». – представник одного з розсадників

Розсадники формують свій асортимент за наступними основними критеріями:

- ✓ популярність;
- ✓ адаптованість до місцевого клімату;
- ✓ трудові затрати на вирощування;
- ✓ різноманітність;
- ✓ придатність до подальшого розмноження (важливо для деяких розсадників).

На остаточний асортимент також впливають особисті вподобання власників розсадників.

Експерти детально прокоментували кожний критерій:

- Популярність – рослини мають бути популярними серед українських споживачів, відповідати їх смакам. Процент якихось оригінальних рослин, нетипових для більшості розсадників, зазвичай дуже малий, не більше 5-10%.

«У нас великий і різноманітний асортимент. Окрім стандартних рослин ми завжди пропонуємо щось цікаве: дерева з декількома стовбурами; ялівці, що вирощені на вертикальних підпорах; рідкісні дерева, наприклад, паротію. Коли ми формуємо асортимент, ми орієнтуємось на європейський ринок, слідуємо за новинками. Найголовніше те, що ми вирощуємо ті рослини, які добре ростуть у нашому кліматі!». – Лариса Зубова, керівник розсадника Сад вашої мрії

«Диковинок в асортименті не більше 5%». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

- Адаптованість до місцевого клімату – рослині повинно бути комфортно у кліматі конкретного розсадника, щоб не було необхідності у значних додаткових фінансових вкладах для її вирощування у відповідності до товарного вигляду.

«Ми вирощуємо те, що в наших конкретних умовах добре росте, розвивається і не потребує ніяких додаткових маніпуляцій по вирощуванню. Я маю на увазі вологість ґрунту, кислотність ґрунту, вологість повітря, зимостійкість, жаростійкість і таке інше. Ми не вирощуємо таких культур, які потребують якихось особливих умов. Рододендрони, верески, і так далі. Ми не вирощуємо культур, які в наших умовах мерзнуть. Ми не експериментуємо вже із платанами, буками, ялицями, ну, щось залишилось, але ми цього не вирощуємо». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

- Трудові затрати на вирощування – рослина повинна рости за таких умов вирощування, які може забезпечити розсадник. Останнім часом у зв'язку із проблемою кадрів важче стало вирощувати рослини, які вимагають багато ручної роботи. В той же час є розсадники, які починають збільшувати долю рослин, які включають якісь операції, що не можуть бути автоматизовані, наприклад Гарді збільшує долю прищеплених рослин.

«Коли ми формуємо асортимент нашого розсадника, ми враховуємо багато факторів. Наприклад, нам важливо, скільки рослина потребує затрат праці для формування. Важливо враховувати витрати праці на просапуння. Ми маємо бути впевнені, що в розсаднику є ресурси для того, щоб виростити цей вид рослин в належній якості». – Андрій Погребний, директор розсадника Гарді

- **Різноманітність** – асортимент повинен бути якомога більш різноманітним, щоб більше рослин продати одному покупцю і якомога більше покупців привабити. Досить часто розсадники вирощують не тільки декоративні рослини, а також плодово-ягідні дерева та кущі. Представники усіх розсадників сказали, що вони слідкують за новинками, стараються включити їх до асортименту, щоб відрізнятись від інших розсадників і так привабити покупця. При цьому процент новинок не перевищує 10%, найчастіше частка новинок у асортименті не перевищує 5%.

«Ландшафтники – це люди творчі. І що прийде в голову ландшафтнику, невідомо нікому. І що прийде в голову замовнику. От замовник десь побачив злаки, побачив десь гарну картину, от йому захотілось собі таке саме. Це непередбачувано. Насправді треба мати всього і багато». – **представник одного з розсадників**

«Звичайно, слідкуємо за новинками. В нашій роботі, в роботі розсадника, от як і в, мабуть, будь-якому бізнесі, дуже важливо тримати, що називається, «хвіст по вітру». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

- **Придатність до подальшого розмножування** – деякі розсадники займаються самі черенкуванням рослин, тому для них важливо, щоб черенки добре приростали в умовах розсадника.

«І третє решето, через яке ми пропускаємо асортимент – це якщо ми розмножуємо цю рослину, то вона повинна також розмножуватись саме у нас». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

Окремо можна сказати про карликові рослини в асортименті: деякі розсадники намагаються уникати вирощування таких рослин, оскільки вони дають набагато менший приріст за той же період часу і їх важче продати в ту саму ціну, що і не карликові рослини такого ж віку.

«Я покажу вам на полі, на конкретних прикладах того, що, при однаковому догляді, при однаковому терміні вирощування карликова форма, яsenz карликовий, має набагато менший розмір і робінія, його ровесниця, вже має півтораметровий шар. Хоча вони ровесники. І пояснить нашим замовникам, що оце і оце коштує однакових грошей, дуже складно, практично неможливо. Тільки на любителя». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

5.1.3. Вирощування декоративних рослин у розсадниках

Досвід роботи в нідерландських розсадниках дозволив вивчити технологію вирощування рослин і повторювати усі необхідні операції у себе в розсадниках *«Власники розсадників, які займають високу частку ринку, вчилися в Нідерландах, вони поїхали туди, подивились, як усе вирощується. Більшість, хто не вчився у голландців, вирощують матеріал на ринку, який не має попиту на ринку. Ви ж не захочете купити погане дерево, навіть якщо воно буде дешево коштувати».* – **Станіслав Донцов, виконавчий директор Асоціації рослинної індустрії**

Більшість дерев та кущів дорощують з саджанців, куплених в Нідерландах чи Бельгії. Розсадники зацікавлені знайти матеріал найвищої якості, вони особисто їздять на поля, де росте посадковий матеріал, контролюють якість черенків, які відвантажуються на дорощування.

«Ми дорощуємо дерева з заготовок, які беремо у голландців. Ми купуємо тільки найкраще, ми ніколи не беремо відходи з полів. Ми з поля вибираємо тільки 12—14, це вже генетично сформовані рослини, вони ростуть краще, ніж усе інше. Якщо обирати з того ж поля з-поміж залишків у розмірі 6, це буде клас дерев, що відстають у розвитку». – **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

Багаторічні трави також дорощуються з розсади закупленої за кордоном (Нідерланди, Німеччина, Польща). Можливий варіант, коли викуплену розсаду розмножують і продають вже розмножені в Україні зразки.

Деякі намагаються самі черенкувати дерева та кущі, проте більшість сказали, що навіть якщо є можливість самим черенкувати рослини, все одно набагато простіше закупити рослину у Р9 (найменший розмір горщика) і доростити. Окрім того, самостійно можна черенкувати тільки ті рослини, які вирощуються в достатній кількості у розсаднику, для розширення асортименту доводиться докупати саджанці.

Особливістю роботи розсадників є те, що багато рослин вирощуються з розрахунком на те, що їх буде продано через 5-7 років, тобто окупність цього бізнесу є досить довгою. Рослини можуть дорощувати від року і до невизначеного терміну, більш старші рослини коштують дорожче і їх більш вигідно продавати.

Українські розсадники включають у свою технологію усі стандартні операції з вирощування та формування рослин. Технологія вирощування включає формування рослин за допомогою планових обрізок щоб крона відповідала стандартам. Древа підв'язують до спеціальних стовпчиків. Формування розвиненої кореневої системи досягається регулярними пересадками рослин. Кожні три роки рослини пересаджують, для цього у розсадників є спеціальна техніка для викопування.

Майже всі супутні товари, які необхідні для вирощування рослин у розсадниках імпортовані. Суміш, на якій вирощують рослини, складається з зарубіжного торфу, до якого додають інші компоненти. Використовують добрива іноземного виробництва, найчастіше згадувався Осмокот/Osmocote (https://everris.com/products/ornamental_horticulture/7604-osmocote/). Пестициди для обробки рослин також переважно використовуються іноземного виробництва. Окрім того, пестициди для декоративних рослин досить важко знайти на українському ринку, а якщо і можна знайти, то технологія використання представникам розсадників не знайома.

Деякі розсадники не використовують добрива та пестициди взагалі. Одна з причин – у них немає агронома, який би міг це професійно робити, а інша – на їхню думку, цінність рослин, вирощених без добрив та пестицидів в тому, що вони краще приживаються після пересадки.

«Ми практично добривами не користуємось ніякими, чесно, просто немає, коли. Ну, спершу як заїхали, ми завезли торфу трошки, перегною, і вже 5 років нічого сюди не вносимо. А так, в принципі, ділимо, черенкуємо, сіємо, поливаємо. Ми ніяких стимуляторів росту, нічого такого не даємо. Просто такі об'єми це нереально. Плюс це треба мати людину с досвідом, яка може з тим апаратом ходити і хімією обробляти, а у нас таких немає». – **представник одного з розсадників**

Багато розсадників займається адаптацією нідерландських технологій до українського клімату та ґрунтів, проводять свої експерименти.

«Ми висаджуємо завжди частину шипшини восени. Голландці цього ніколи не роблять, тому що вони мають змогу висадити шипшину в лютому. В наших кліматичних умовах ми можемо вийти в поле лише в квітні, в кращому випадку в кінці березня. Тобто ми програємо їм в 2 місяці. Якщо шипшина посажена восени, вона нормально приживається і з початком березня, коли ми не

можемо фізично зайти в поле, бо болото, но вже сонечко є, вона починає рости. Отакі нюанси, моменти». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант**

Розсадники України відстають по механізації від європейських, проте механізація все ж присутня. Майже у всіх великих розсадниках у Центральній та Східній Україні, крім Корнеліса, є автоматична система поливу. На Західній Україні велика кількість опадів і рослини можуть рости без додаткового поливу, хоча з кожним роком клімат змінюється та стає сухішим, тому власники розсадників із Західної України теж задумуються над поливом. Також в розсадниках є машини для культивування (трактори), зазвичай купується вживана техніка іноземного виробництва, яка ремонтується і після цього, за словами респондентів, працює «як нова». Недостатня механізація не дозволяє робити операції необхідні для вирощування якісних рослин в повному обсязі або призводить до затягування часу на вирощування.

У багатьох розсадниках є теплиці, дуже рідко це скляні сучасні теплиці, частіше це саморобна теплиця з плівки. Все більше рослин вирощують в контейнерах чи спеціальних сумках, оскільки це спрощує їхнє транспортування і дозволяє продавати і висаджувати контейнерні рослини протягом цілого року.

5.1.4. Зберігання та транспортування продукції

Для зберігання деякої продукції на зиму в розсадниках є спеціальні холодильники, які восени використовують для зберігання викопаних рослин з оголеним коренем, а весною – для зберігання рослин, які купили на дорожчівання, до висадки в ґрунт чи в контейнери. Частина дерев та кущів, які цього потребують укривають на зиму, частина зимує у відкритому ґрунті.

«Ми холодильник загрузаєм два рази. Перший раз осінню, коли ми викопуємо рослини на полі з оголеним коренем, і переміщаємо їх в холодильник. І другий раз, коли ми, наприклад, сіянці рослин купуємо, то ми ранньою весною теж поміщаємо їх в холодильник. І, в принципі, можна сказати, що відсоток приживаності хороший, ми задоволені цим результатом. Тому холодильник нам в цьому плані дуже допомагає». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

Найчастіше великі розсадники самі транспортують рослини замовникам, для цього вони мають власний транспорт. Менші розсадники не надають послуг транспортування рослин, бо не мають власного транспорту.

5.1.5. Співробітництво між розсадниками

Власники та співробітники розсадників часто спілкуються один з одним на різних спеціалізованих заходах: виставках, ярмарках. В Україні індустрія декоративних рослин ще нечисленна, тому всі представники знають один одного, часто спілкуються та відвідують розсадники, дивляться на те, як вирощуються рослини на місці, а також спілкуються в соціальних мережах.

Розсадники часто купують один в одного рослини, яких не вистачає для асортименту у власному садовому центрі. Також бувають закупки рослин, які потрібні розсаднику для участі в тендері по засадженню якогось міського об'єкту.

«Ми продаємо рослини розсадникам в тому випадку, якщо ми кооперуємося. Наприклад, є якийсь тендер і я, як виробник бачу, що оця і оця позиція є, а цієї немає. Ми, наприклад, не вирощуємо троянд. Але ми з партнерами виграли тендер, у них своя будівельна частина, у нас своя; і ми маємо до осені поставити 3 тисячі штук цих троянд. Ми їх купили, у розсадника, проростили і поставили». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

5.1.6. Відмінність від зарубіжних розсадників

Експерти зазначили такі відмінності українських розсадників від європейських:

1. Тривалість роботи: наші розсадники ще досить молоді (до 25 років), у них немає такого великого досвіду, як у відомих європейських, зокрема, голландських та німецьких розсадників, тому вони не володіють деякими технологіями.
2. Особливості клімату: різко континентальний клімат в Україні більш суворий порівняно з кліматом у Німеччині та Нідерландах, тут частіше бувають екстремальні умови.

«Якщо посадити клен гостролистий, звичайний клен, який ми звикли бачити в місті, то він, скажімо, в Голландії дає там приріст, до 2 метрів, за один рік за умови дуже активного харчування

і поливу. Виростає одна рівна красива палка двохметрова. В наших умовах це в 2 рази менше. Тому що у нас термін вирощування з причини ґрунтово-кліматичних умов довший, ніж у голландців. І добитись такого ідеально рівного стовбура, який є один з основних критеріїв оцінки якості дерева, складніше. У деяких варіантах взагалі неможливо». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

3. Широкопрофільність більшості розсадників: в Україні немає вузько-спеціалізованих розсадників. У наших розсадниках вирощують широкий асортимент продукції, в той час як європейські розсадники мають виражену вузьку спеціалізацію – вирощують лише певний вид продукції. Це ускладнює роботу та потребує вищих затрат на придбання декількох видів техніки для автоматизації різних видів робіт, які необхідно виконувати при вирощуванні усього асортименту рослин. Організація роботи розсадника також вимагає створення умов для багатьох видів рослин.

«Я для свого розсадника змушений мати дуже багато різної техніки: техніка для викопки дерев, окремо техніка для викопки кущів, окремо машини для пересадки рослин, також машини для змішування ґрунтової суміші для рослин. Якби я вирощував тільки кущі, мені б не потрібні були трактори. Я б купив тільки машини для переміщення рослин, а орати було б не потрібно. Тому голландці, німці, бельгійці у своїх розсадниках займаються тільки одним видом продукції». – Андрій

Погребний, директор розсадника Гарді

Широка спеціалізація – умова для роботи на ринку, адже наразі немає попиту на великі партії однієї продукції, також немає можливостей продажу рослин, призначених для дорощування у інших розсадниках.

«Нерозвиненість ринку заважає впровадити спеціалізацію. Якщо я вирощу якийсь сегмент рослин, я буду працювати у сегменті B2B, не з кінцевим споживачем, а лише для бізнесу. Цей бізнес у нас ще не створений. Немає мережі садових центрів, немає мережі оптових торгових центрів рослинами. Я вже не кажу про біржу чи аукціон, цього, мабуть, ніколи не буде. Коли ринок буде більш розвиненим, буде 10 тисяч штук садових центрів, тоді і спеціалізація з'явиться». – Андрій

Погребний, директор розсадника Гарді

4. Відсутність кооперативів. Наприклад, у Нідерландах кооперативи допомагають вирішити проблеми з реалізацією: кооператив може купити достатньо великий об'єм продукції, що цікаво оптовим покупцям.

«В Голландії розвинене кооперування між фермерами. Фермери в них, як правило, не займаються продажем. Фермери об'єднуються в кооперативи, їхнє завдання стоїть виростити. Чи це стосується саджанців, чи це стосується квітів, чи це стосується цибулин будь-чого. Вони дійсно спеціалізовано працюють над одною, двома, трьома культурами чи сортами. Потім, об'єднуючись в кооперативи, вони свою продукцію продають через аукціони, і в них, як правило, і голова не болить, як її реалізувати, чи шукати, де, куди її збувати». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант**

5. Орієнтація виробництва на внутрішній ринок споживання: зарубіжні розсадники більше орієнтовані на експорт ніж, на внутрішній ринок, в той час як українські розсадники більше орієнтуються на український ринок.

«Якщо в Сербії дуже давно і сильно розвинуто виробництво троянд, так само, як в Болгарії, внутрішнє споживання майже нуль. Тобто, все, що вони виробляють, вони виробляють з прицілом, що це буде продано на західну Європу як сировина. Тобто голий корінь, а далі вже західноєвропейські компанії упакують, приведуть в порядок, продадуть. В Україні виробники, як правило, навпаки, маленькі, і вони намагаються зайняти свою нішу, визначити ту кількість, яку вони продадуть, там, самостійно на якихось ярмарках, виставках, але продадуть максимально дорого. Тому, як правило, асортимент широкий, кількості маленькі, якість так-себе». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант**

6. Орієнтація на внутрішньому ринку на приватних роздрібних споживачів: за кордоном 80% декоративних рослин споживається комунальним сектором, а 20% рослин споживається приватним. В Україні все навпаки: 20% продукції споживається комунальними службами і 80% споживає приватний сектор.

5.1.7. Проблеми в роботі розсадників

Опитані представники розсадників назвали наступні проблеми, з якими вони стикаються в роботі:

- Нестача кадрів, які потрібні для роботи розсадника. З цією проблемою зіштовхувались майже всі респонденти, представники розсадників. Це пов'язано із тим, що відкрились кордони і дуже багато кадрів різних рівнів виїжджає до інших країн, зокрема до Польщі, де вищі зарплати. Окрім того, аграрні вузи не готують агрономів для вирощування декоративних рослин, більша орієнтація іде

на сільськогосподарські культури. Як зазначає представник одного з найбільших розсадників:

«У будь-якого підприємства, яке веде свою діяльність і планує розширення, є проблема з кадрами. Причому з кадрами на всіх рівнях: починаючи від пересічного працівника, закінчуючи людьми, які приймають рішення, менеджментом. Завжди є певна проблема. Тим більше для тих, хто хоче і далі розвиватися. Не вистачає тих самих агрономів, кваліфікованих продавців». – **представник одного з розсадників**

Окремою проблемою, яка заважає розвитку ринку декоративних рослин є недостатня кількість садівників, які б могли доглядати за висадженими рослинами. Нестача садівників призводить до того, що через брак належного догляду висаджені рослини гинуть чи хворіють, неправильно висаджуються. Клієнти розсадників можуть втрачати значні кошти на посадковий матеріал, який потім гине через непрофесійний догляд. Через це клієнт потім не купує нових рослин.

- Проблема реалізації вирощеної продукції:
 - Представники розсадників визнають, що їм важко вгадати асортимент рослин відповідно до смаків покупців, оскільки немає спеціалістів з маркетингу, які могли б спрогнозувати зміни попиту на певні категорії рослин. Часто рослини не продаються згідно із планом.

«Одна із труднощів нашої роботи полягає в тому, що треба завжди бачити перспективу розвитку на декілька років, розуміти, що буде користуватись попитом через кілька років. У нас не однорічні культури, і тому це дуже важливо. Звичайно, є якісь перегини в плані асортименту. тут не вгадаєш на всі 100%, але прагнути до цього треба». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

- Муніципалітети мало зацікавлені в озелененні міст, що значно знижує попит на декоративні рослини.
- Немає культури озеленення в населення, немає якихось законодавчих норм, які б зобов'язували озеленяти прилеглу до будинку територію.

«Проблема в Україні ще в тому, що народ не має тої інтелігентності, яка є в Європі. І я не бачу в Україні, так як, за кордоном, щоб біля кожної хати робилось якесь озеленення. У нас, вибачте, бардак і ще гірші слова біля хати». – **представник одного з розсадників**

- Низька купівельна спроможність населення, що не дає витратити гроші на декоративні рослини, і відповідно зменшує прибуток розсадників.

«Найголовніша проблема в роботі розсадників в Україні, як власне і в будь-якій іншій галузі, це малі доходи населення. Більшість людей не можуть собі дозволити озеленити ділянку якісно і красиво».

– **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

- Відсутність розвиненої інфраструктури, яка б дозволяла мати швидкий і легкий доступ до усіх розхідних матеріалів, що потрібні для вирощування рослин, наприклад:
 - Були скарги на те, що немає пестицидів спеціально для розсадників.
 - Не так легко знайти добрива, контейнери. Їхній пошук за оптимальною ціною та якістю потребує більше зусиль, порівняно з тим, як це відбувається у Нідерландах, на думку представників розсадника Корнеліс. Останні, у свою чергу, мають досвід роботи в розсадниках у Нідерландах, а наразі ведуть бізнес в Україні, тобто мають з чим порівнювати.

Основні причини низького розвитку інфраструктури: невелика кількість розсадників і, відповідно, молодий ринок, тому супутні інституції не встигли розвинути.

- Складності пов'язані з оновленням парку техніки необхідної для обслуговування розсадника: відсутність коштів на покупку техніки, завищені ціни з урахуванням розмитнення, не вигідні умови оренди техніки або відсутність послуги для розсадників, відсутність допомоги з боку держави.

«У нас техніки немає, тому що вона дорога. І ринку збуту, такої кількості дерев, як в Європі, немає. У нас більше проблем з тим, що ми не можемо взяти техніку під 1-2% в лізинг собі. Ціна механізації виходить в рази дорожче, ніж за кордоном. В Голландії, в Польщі, якщо ти виробник і тобі треба трактор, держава тобі якось з цим допомагає, або відсотками кредиту, або частину вартості цієї техніки тобі відшкодовують». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

- Імпортозалежність розсадників, що у поєднанні з високими цінами на імпортовану продукцію та вартістю розмитнення робить виробництво декоративних рослин менш рентабельним.

«Виробництво на розсаднику імпортозалежне. Контейнери в Україні ще ніхто не робить, вони, як правило, польські. Добрива і засоби захисту також імпортовані. Хоча, Укравіт²⁵ вже робить аналоги з приємнішою ціною. Добрива, контейнери, субстрат, торф, іноземні. Це основні такі компоненти, ще бамбук і техніка. Зрозуміло, що якщо ми купуємо техніку, вона тільки імпортна».

– Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

- Потенційні ризики під час продажу рослин, вирощених у розсадниках, оскільки більшість культур, які там вирощуються, не включені до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні (<http://www.minagro.gov.ua/rating/files/r2.pdf> – реєстр). Поки що не було випадків, коли б рослини забороняли реалізовувати, але такий варіант потенційно можливий, і це викликає побоювання у власників розсадників.

«Вирощувати можеш що хочеш, але прайс не має права включати рослини, яких немає в державному реєстрі рослин, в тому числі і декоративних. Це як є по сільгоспкультурам, так це є і по декоративним культурам. У нас там є бузок, троянди, а всього того, що ви бачите на розсадниках немає. Тобто, ми формально знаходимося поза законом». – Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

- Неможливість оформити землю, на якій розташований розсадник у приватну власність, нерегульованість ринку землі ([проблема ринку землі](#)). Це позбавляє розсадники гарантій окупності інвестицій, ставить під загрозу їх існування в майбутньому, робить ризикованим капіталовкладення в розсадники. Наприклад, це може стримувати розсадники від таких вкладень, як технічне оснащення для системи поливу, теплиці. Від таких інвестицій прибуток можна очікувати через певний проміжок часу: від двох до двадцяти і більше років, а у власників немає гарантій, що земля на той час буде ще у них в оренді, тобто буде можливість і далі на ній вирощувати декоративні рослини.

«Мабуть, я б виділив проблему земельного питання. Тому що через те, що у нас ніяк не хочуть відкривати ринок землі, а агрохолдинги дуже хочуть орендувати, виникає певна конкуренція. І нам, як розсаднику, було би бажано мати, у власності, наприклад, 30 чи 50 гектар, які б гарантували наше виробництво. При чому ми б протягом 5 -7 років могли би заробити достатньо грошей, і

²⁵ Український виробник засобів захисту рослин <https://ukravit.ua/ru/>.

купити цю землю. І люди готові її продавати. Заважає заборона». – Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант

- Відсутність кредитів з низьким процентом, у банків наразі немає пропозицій для розсадників, які б враховували їхні можливості та важливу особливість у роботі – сезонність прибутків. Через це у розсадників немає можливості оновлювати та купляти додаткову техніку та обладнання.

«Мені наразі потрібно, тисячу квадратних метрів складів, тисячу квадратних метрів холодильників. Це коштує, умовно, 500 тисяч євро. Якби я міг взяти кредит під 5%, чи 7%, я би міг збудувати сьогодні, уже сьогодні мати все сучасне, і я би міг збільшити свої обсяги, і заробляти значно більше і віддавати цей кредит. Натомість я маю поступово, протягом 10 років, назбирати ці кошти, поступово це будувати, тому що нам не дають кредити ні під бізнес плани, ні під якісь права по землі, ні під що. Тільки дай нерухомість, при чому, ліквідну, бажано Вінниця, а ще краще в Києві, тоді ми тебе прокредитуємо». – Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант

- Проблема обслуговування спеціалізованої техніки: сервісні центри або важко доступні, або їх немає взагалі. Виробники та дистриб'ютори техніки не зацікавлені у організації сервісу, оскільки кількість розсадників не велика, відповідно потенційних клієнтів не багато. Якщо з технікою виникають проблеми, розсадники змушені викликати спеціалістів з-за кордону, що дуже дорого коштує.

«Якщо у мене виникали проблеми із технікою, приїзжав спеціаліст з Німеччини, що мені дуже дорого коштувало, оскільки треба було платити за його білети і його робота коштувала дорожче, ніж така ж робота в Німеччині». – представник одного з розсадників

- Бюрократія та час необхідний на збір необхідної документації. Це складно для українських представників бізнесу, але особливо складно для іноземців, оскільки вони звикли до того, що в інших країнах бюрократичні питання вирішуються набагато швидше. Для вирішення питань з документацією представникам розсадників частіш за все необхідна допомога.

«В державних інстанціях потрібно папірець підписати, потім потрібно заплатити, потім тобі вертають цей папірець. Звичайно, можна це робити самому, проте краще знайти людей, які зроблять це замість тебе, будуть фізично ходити по кабінетам і це робити. Це все одно буде займати якийсь час. Іноземці це не розуміють. Вони взагалі не розуміють, навіщо це потрібно, і

чому не можна просто обійти, у них не вистачає на це терпіння». – **представник одного з розсадників**

- Складнощі, які виникають при перетині кордону, особливо під час розмитнення. Деякі представники розсадників серед складнощів називали тривалий час, на який продукцію затримують на митниці, складнощі з оформленням документів як привід для вимагання хабарів.
- Складнощі, пов'язані з особливостями клімату та погодними умовами, які можуть спричинити втрати рослин. Наприклад, довга та холодна зима 2018 року спричинила значні втрати рослин у більшості розсадників, що призвело до збитків.

5.2. Внутрішнє виробництво зрізаних квітів

Для опису умов вирощування зрізаних квітів в Україні були опитані експерти-учасники ринку:

- представники виробників зрізаних троянд;
- імпортери зрізаних троянд;
- представники магазинів, що продають троянди;
- представник асоціації флористів.

Нас в дослідженні цікавили такі питання:

- Які саме квіти вирощують в Україні?
- Хто є найбільшими виробниками зрізаних квітів?
- Які умови вирощування зрізаних квітів та яка якість зрізаних квітів?

5.2.1. Найбільші виробники зрізаних квітів

В Україні у промислових масштабах вирощують лише троянди на зріз.

«Наше тепличне господарство поза конкуренцією, це найбільше тепличне господарство в Україні, що вирощує троянди під склом. Якщо ми говорим про господарство, що вирощує троянду в одному місці. В Європі ніхто в таких масштабах в одному місці троянду не вирощує також». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

Серед найбільших виробників учасники ринку назвали наступні компанії:

- 1) Асканія-Флора (<https://ascania-flora.ua/>) має найбільший тепличний комплекс з вирощування троянд, знаходиться у Київській області, має 23 гектари теплиць. Асканія-Флора займається виключно вирощуванням троянд.
- 2) Камелія (<https://camellia.ua/ua>). Компанія знаходиться у Київській області, має 7,5 гектарів теплиць, де вирощують троянду на зріз. Компанія також вирощує розсаду квітів, кімнатні квіти, тюльпани.

3) Фрезія (<https://ca.ligazakon.net/document/21937125/dossier>).

Компанія знаходиться в Дніпропетровській області, має 4, 7 гектари теплиць, де вирощують троянди.

4) Тандем (<https://tandem.agrobiz.net/>). Компанія знаходиться у Львівській області, у м. Дрогобич. Має 6 гектарів теплиць, де вирощують троянди.

Є також виробники меншого масштабу:

- Флора-Вест (<https://floravest.business-guide.com.ua/>) – 2 гектари теплиць, де вирощують троянди.
- ТОВ Факт (https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/38284164/). Компанія знаходиться в м. Бердичів, Житомирської області. Має 2 гектари теплиць, де вирощують троянди.

Цибулинкові квіти на зріз вирощують в більшості випадків у приватному секторі, це непрофесійне виробництво квітів, мінімальна партія для яких починається від 20 000 цибулинок і може доходити до декількох сотень тисяч. Найбільше з цибулинкових квітів вирощують тюльпанів, також в набагато меншій кількості вирощують іриси, лілії. Найчастіше вирощують тюльпани у Львівській області, також у Дніпропетровській, Харківській, Київській областях. До конфлікту на сході вирощували також багато тюльпанів у Луганській та Донецькій областях. Небагато тюльпанів вирощують в Одеській області.

«Тюльпани вирощує дуже багато мілких приватних підприємців. Це люди, які мають якийсь досвід в агрономії. Вони можуть працювати навіть силами своєї сім'ї, іноді наймати додаткових робітників. Біля будинку, де вони проживають вони будують чи побудували колись, чи завозять теплиці з Голландії, що вже були у використанні. Я думаю, що основний об'єм виробляють не ті великі компанії, рекламу яких ми бачимо на біл-бордах, як Камелія чи Асканія-Флора». – **представник компанії-перевізника декоративних рослин**

Виробниками в цибулинкових квітів на зріз великого масштабу є Камелія та Фрезія. В Камелії вирощують до 300 000 цибулин за сезон: 200 000 тюльпанів та 100 000 ірисів. Фрезія вирощує біля 250 тисяч тюльпанів під сезон, раніше компанія також вирощувала лілію, але зараз відмовилась від цієї ідеї.

В Україні вирощують еustomи, проте невеликих об'ємів у непрофесійних масштабах. Експерти назвали тільки такого достатньо великого промислового виробника, як Компанія Сервіс Флора у Запорізькій області (<http://serviceflora.com.ua/>). Є також мілкі виробники еustomи у Київській, Миколаївській, Одеській, Харківській, та інших областях. Інші квіти на зріз також можуть вирощуватись в Україні, проте у невеликих об'ємах та непрофесійними виробниками, наприклад, так вирощуються ранункулюси, матіола, півонії, хризантему, герберу, жоржини.

«Влітку це еustomа, проте її не вирощують у великій кількості. Можна на пальцях порахувати, де в Україні вирощують еustomу у промислових масштабах. Це також трошки гербери, трошки хризантеми, зовсім небагато жоржин. У зовсім маленькій кількості хтось намагається вирощувати матіолу, ранункулюси, гладіолуси. Ми їх називаємо приватними господарствами, це інша категорія бізнесу». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

«За моїми, можливо, неповними даними хризантему вирощують десь 50 осіб з розміром теплиць десь 20 соток у Миколаєві, Херсоні, Одесі». – **Руслан Єрьоменко, власник квіткових магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еustom, Миколаїв**

5.2.2. Асортимент зрізаних квітів українського виробництва

Загалом українські виробники як маленькі, так і великі вирощують більшою мірою класичний асортимент квітів, які мають гарантований попит. Виробники квітів у відкритому ґрунті орієнтуються на сезонність: обирають сорти, які добре ростуть в наших умовах і не потребують підігріву чи охолодження.

У промислових виробників зрізаних троянд є різні підходи до формування асортименту:

- У Асканії-Флори не широкий асортимент сортів, але великі об'єми вирощування кожного сорту;
- Фрезія та Тандем пропонують широкий асортимент сортів, але вирощують невелику кількість троянд кожного сорту.

Слід зазначити, що компанії, які працюють на українському ринку зрізаних троянд намагаються не повторювати асортимент одна одної, тобто не вирощувати однакові сорти.

«З Фрезією я не розмовляю, але Фрезія вирощує багато сортів троянд. Тобто у них багато сортів, але мало квітів кожного сорту. Асканія-Флора має мало сортів, але багато квіток кожного сорту».

Камелія десь посередині. Як ми знаємо Тандем вирощує популярні сорти». – експерт з Нідерландів, постачальник продукції декоративного рослинництва

За оцінками експертів, у наших виробників троянд досить консервативні смаки, вони рідко зважаються на вирощування новинок.

«Смаки різні. Українці дещо старомодні. Вони не люблять новинок, тому в Україні і небагато новинок. Тут в основному вирощують усталені популярні сорти». – експерт з Нідерландів, постачальник продукції декоративного рослинництва

Приклад формування асортименту троянд місцевим виробником можна побачити у Асканії Флора. Представник цієї компанії розповів, що у них 20 сортів гілкової троянди та 15 сортів бутонної в асортименті. Ще 30 сортів вирощуються в тестовому режимі для того, щоб в подальшому відібрати асортимент для вирощування. В компанії сказали, що вони продають 50% червоної троянди та 30% білої. Великі компанії вивчають попит на ринку, і виходячи із запитів формують асортимент. За словами експерта, попит на ті чи інші сорти троянд змінюється досить повільно. Асортимент в основному складають сорти класичних кольорів: червоного та білого – на які завжди є попит. Своєрідний консерватизм можна пояснити, окрім смаків покупців, також специфікою вирощування: троянди пересаджують не частіше ніж один раз на 4 роки, площі теплиць обмежені, тому асортимент змінюється повільно. Частину асортименту складають троянди оригінальних кольорів: двокольорові, бузкові

«Якщо смаки ринку змінюються дуже динамічно, то у нас, у виробників, таких динамічних змін не відбувається. Це пов'язано з тим, що є період, коли ми можемо отримати врожай і тільки за деякий час ми можемо пересадити наші кущі. Якщо ми посадили якісь сорти, то ми будемо збирати врожай з куща 4 роки, і тільки за 4 роки ми знову пересадимо кущі. У нас комплекс теплиць на 20 гектарів, розбитий на 4 комплекси по 5 гектарів. Кожного роки ми пересаджуємо один з 5-гектарників. Тобто ми змінюємо сорти лише раз на 4 роки». – представник українського виробника зрізаних троянд

Оригінальні сорти та кольори потрібні компанії в невеликій кількості, їх замовляють торгові точки, щоб зробити вітрину більш привабливою. Також оригінальні сорти можуть бути цікаві людям, які часто купують квіти. Втім, більшість українців купують квіти декілька разів на рік, і вони обмежуються традиційними сортами троянд традиційних кольорів.

«Кожна торгова точка намагається якимось відізнатись з-поміж інших. Ексклюзивні чи екзотичні квіти потрібні в торгових точках, щоб зробити вітрину більш різноманітною. Також ці квіти цікаві споживачам, які купують квіти кожного дня. Ми прагнемо, щоб таких споживачів було більше, проте ми ще не досерли до цього. Більшість українців купує квіти 2-3 рази на рік». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

5.2.3. Технології вирощування

Український клімат із різкими змінами температур протягом сезону, різкими перепадами погоди між сезонами: холодною зимою, жарким літом, призводить до того, що більшість квітів на зріз потрібно вирощувати в теплицях, оскільки в іншому випадку квітка не доростає до товарного вигляду. Без теплиць можна вирощувати лише літні квіти: півонії, жоржини, гладіолуси, дельфінії.

Троянди, які у нас вирощують у великих промислових масштабах не можна вирощувати без теплиць навіть влітку, оскільки їм потрібна стабільна температура, без якої стебло не доростає до потрібної висоти. У відкритому ґрунті троянди страждають від спеки чи від перепадів температури.

Компанії Асканія-Флора та Камелія мають сучасні механізовані теплиці, в яких присутній автоматичний крапельний полив, клімат-контроль, сучасна система штучного освітлення та інші необхідні елементи технологічної теплиці.

«У нас технологія закритого ґрунту, троянди вирощуються на штучному субстраті з крапельним поливом. За всіма параметрами у нас найсучасніші теплиці: за конструкцією це високі теплиці з сильним освітленням, від 15 до 20 тисяч люкс-ватт. По-друге, в теплицях автоматична система живлення та клімат-контролю. Зокрема, передбачено зашторювання, провітрювання через віконця. Є вентиляція повітря всередині теплиці, система туману, зовнішня система дождювання теплиці. Присутня система забілювання теплиць у спекотну погоду». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

Окрім того, ці компанії мають високо кваліфікованих агрономів, які адаптували технологію вирощування троянд для українського клімату і слідкують за її дотриманням. Це дозволяє отримати троянди досить високої якості, проте навіть такі сучасні технології та наявність хороших спеціалістів не дозволяють забезпечити такі ж якісні характеристики троянд, як в екваторіальних країнах (в Екваторі, частково в Колумбії та

Кенії). Зокрема, важко забезпечити українським трояндам такі характеристики як довге та високе стебло, великий бутон. Зважаючи на українські кліматичні умови створити постійну температуру та вологість дуже важко та затратно, що часто є економічно недоцільним. Проте, деякі експерти все ж вважають українську троянду не гіршу за кенійську та колумбійську.

«Мабуть можна створити умови, які дозволять виростити троянду з великим бутонем: велику, високу. Проте тут питання співвідношення ціни та якості, така троянда, безумовно, буде дорога. Вона не зможе конкурувати з еквадорською трояндою з такими ж параметрами за ціною». –

представник українського виробника зрізаних троянд

Найдорожчі троянди в Україні вирощує виробник Камелія, який вкладає багато коштів у механізацію теплиць та системи зберігання троянд. Багато спеціалістів вважають троянду Камелії найбільш якісною з українських троянд. Такий виробник, як Асканія-Флора вирощує також якісні троянди, проте ця компанія не орієнтується на найдорожчий сегмент на ринку, тому троянди трохи поступаються за якістю за рахунок здешевлення технології виробництва, на думку деяких експертів. Представники компанії Асканія-Флора не погоджуються із тим, що їх виробництво троянд є здешевленим, і стверджують, що за деякими параметрами виробництво в теплицях Асканії навіть краще, ніж в Нідерландах.

«Найбільш дорожча Камелія. Вони вкладають дуже багато ресурсів у технології вирощування. Вони мають охолодження, дуже механізують теплицю і, відповідно, це здорожчує собівартість квітки. Але ця модернізація впливає на якість квітки. Квітка з гарним бутонем, квітка з високим стеблом».

– Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)

Спеціалісти вважають, що українські троянди в цілому за якістю поступаються також нідерландським квітам, бо мають менші бутони, меншу тривалість стояння квітки у вазі. Це пояснюють особливостями вирощування та зберігання. З одного боку, українське населення здебільшого має меншу купівельну спроможність, і тому виробники намагаються здешевити технологію вирощування: використовують дешевші пестициди, добрива, тощо. З іншого боку, експерти з Нідерландів зазначають відсутність на ринку зрізаних квітів конкуренції, що не спонукає виробників докладати зусиль, щоб отримати квіти найвищої якості: наприклад, кущ троянди повинен рости не більше 5 років, а далі

його потрібно пересадити, в Україні кущі троянд можуть рости довше. Представники українських виробників, зокрема Асканії, стверджують, що вони пересаджують троянди раз на 5 років, і їх кущі не можуть рости довше.

У промислових виробників троянд є наступні проблеми у виробництві:

- Відбулось значне падіння купівельної спроможності населення, а, відтак, попит на квіти, які не є предметом першої необхідності, також знизився. Виробники, які вклали великі кошти у сучасні теплиці, були змушені знизити ціну квіти, а для цього вони вдавались до здешевлення технологій.
- Відбулось багатократне підвищення цін на газ з моменту закладення теплиць. Якщо зважати на те, що взимку в Україні температури нижчі, ніж в Нідерландах, для обігріву теплиць необхідно більше газу. Це пояснює меншу конкурентну спроможність українських троянд.

«У нас в Україні це невигідний і дорогий бізнес, тому що дорогі енергоносії, в Голландії куб газу не коштує стільки, як в Україні. Тобто в Голландії набагато менша собівартість, ніж в Україні». –

Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин

- Українські виробники дуже залежать від коливання курсу валют, оскільки більшість складових для виробництва квітів на зріз імпортовані. Як вище зазначалось, саджанці троянд купуються в Нідерландах; добрива та пестициди купуються закордоном, так само як і ґрунтовий субстрат.
- В Україні немає наукових досліджень, які б допомагали виробникам декоративних рослин оптимізувати технології вирощування.

«В Україні немає інституту, який би робив якісь дослідження. Ми вчимося на своїх помилках. Наприклад, немає досліджень про те, як у нас впливають на рослини стимулятори росту, немає досліджень про те, як впливає на троянду наша кислотність ґрунту». –

Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин

- Є брак спеціалістів, які потрібні на виробництві квітів. Зокрема, відчувається брак агрономів, садівників, спеціалістів виробництва, які б могли грамотно розпланувати асортимент.

«У нас не вистачає грамотних спеціалістів: садівників, агрономів. Немає керівника виробництва, який може розумно скласти сезонність товару: який товар потрібно вирощувати, який продавати.

Ви ж можете виростити рослину, яку просто викинете, ви їх не продасте, тому що дуже мало рослин цього виду продається саме в цей сезон, а ви виростили 20 тисяч, сезон продажу у нього місяць і ви його не можете продати. Ви висадили, ви заплатили за ґрунт, ви заплатили за посадковий матеріал, проте ви його не продали в результаті». – Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин

- Відсутнє страхування ризиків виробництва, що робить вирощування квітів особливо залежним від зовнішніх чинників, наприклад, від стабільної подачі газу для обігріву теплиць.

«Якщо у тебе в теплиці відключать газ чи подача газу буде недостатньою для обігріву твоїх рослин, то всі твої рослини просто загинуть. І ніяка страхова компанія тобі не відшкодує збитків у повному обсязі. Це дуже складно буде довести, дуже багато витрат буде потрібно, щоб це довести». – Ірина Білоброва, голова Асоціації флористів України

Інші квіти, окрім троянд, як було зазначено вище, в основному вирощуються невеликими приватними господарствами у невеликих теплицях чи у відкритому ґрунті. Великі виробники квітів, крім троянд, також вирощують інші квіти, наприклад, Камелія вирощує тюльпани, в основному до 8 березня. компанією Сервіс Флора, яка знаходиться у Запорізькій області, вирощує невеликі об'єми еустоми у промислових масштабах. Ці дві компанії вирощують квіти у скляних, сучасних теплицях. Менші виробники вирощують квіти у теплицях вкритих плівкою, або у скляних теплицях, дещо гірших за технологічним оснащенням. Часто це теплиці, які вже були у вжитку, перекуплені українськими підприємцями, і відремонтовані.

«У нас це старі теплиці, збірна конструкція, можливо куплені у поляків у жахливому стані і відремонтовані. Майстерність українських людей усім відома, просто будують, що можуть, з плівки. Плівка, звичайно, не підійде саме для тюльпанів, тому що він там не перезимує, потрібно опалення, підтримання певної вологості та температури, певні умови». – представник компанії-перевізника декоративних рослин

Експерти говорять, що тюльпани та інші квіти в таких теплицях вирощуються без строгого дотримання технологій: наприклад, можуть не використовуватись препарати для підживлення, не завжди проводяться пестицидні обробки, не робитись фітосанітарні аналізи. Єдине, на чому виробники не економлять – це посадковий матеріал. Цибулини та розсада використовуються іноземного виробництва.

Відмінністю в технології вирощування є те, що, наприклад, куц еустоми використовуються для отримання двох врожаїв зрізаних квітів:

«Голландці вирощують еустому як одноразову культуру, у нас вона двохразова, тобто вона зацвіла, її зрізали, вона ще раз відростає і за два місяці збирають новий врожай». – **Руслан Єрмоєнко, власник квіткових магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еустом, Миколаїв**

Приватні виробники мають особливі проблеми у вирощуванні квітів, які відрізняються від проблем великих виробників. У невеликих виробників зрізаних квітів є наступні проблеми:

- Складності вирощування квітів на зріз:
 - Дефіцит спеціалістів, які потрібні для виробництва квітів, адже маленькі виробництва не можуть запропонувати конкурентну зарплату, у них немає можливості навчати агрономів після вузів, а щойно випущений агроном українського вузу ще немає достатньо знань і практики щоб виростити квіти. Окрім того, українські аграрні вузи в своїй більшості не мають спеціалізації «декоративні квіти». Ти не менше, експерти відмічають, що невеличкі теплиці досить часто відкривають люди з агрономічною освітою і досвідом роботи агрономом. Якщо ж у власника немає агрономічної освіти, агронома вони на виробництво не наймають.
 - Важкодоступність пестицидів, добрив та регуляторів росту для квітів, в основному через дорогу ціну. Для невеликих виробників вартість цих препаратів вища, ніж для великих виробників квітів, які купують великими об'ємами. Представники цього сектору також згадували, що на українському ринку потрібні препарати часто відсутні.

«В період росту хризантеми використовують десь 50 видів хімікатів. Ні одна українська компанія не надає ці яди, хімікати, стимулятори, нічого. Це все іде у спекулятивному порядку з глобальними націнками. Доводиться практично напряму закупати ці хімікати». – **Руслан Єрмоєнко, власник квіткових магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еустом, Миколаїв**

- Дорогий посадковий матеріал, імпортований з Нідерландів. Він продається через місцевих імпортерів, які виставляють зависокі, на думку, виробників квітів ціни.
- Недоступність лабораторних аналізів та фітосанітарних досліджень: через відсутність агрономів такі мілкі виробники не знають, які саме аналізи потрібно брати, як і куди їх здавати.
- Складності із реалізацією вирощених квітів.
 - Маленькі виробники не мають ніяких форвардних контрактів на квіти, які вони вирощують, тому вони діють на свій страх і ризик. Зазвичай, такі квіти продаються в кіосках чи на ринках. Один із наших респондентів мав два своїх квіткових магазини в одному з обласних центрів, де він продавав вирощені у власній маленькій тепличці квіти.
 - В Україні відсутні доступні дані аналізу ринку, з якими могли б ознайомитись потенційні виробники і визначити для себе нішу на ринку.

«Якщо у мене є земельна ділянка і з'являється бажання виростити якусь квітку, я звертаюсь до певної структури і мені говорять, чи ніша щодо цієї квітки заповнена, чи не заповнена. Тобто вони надають звіти щодо квітів, і я сам обираю працювати мені в заповненій ніші, намагаючись зробити квітку краще чи буду щось нове пробувати, чого на ринку ще мало». – **Руслан Єрьоменко, власник квіткових магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еустом, Миколаїв**

- Проблемою, на думку експортерів, є відсутність державної підтримки, що виражається у відсутності пільг з оподаткування, кредитів, державних служб, які б надавали послуги фітосанітарного контролю.

«Я можу звернутись до уряду своєї держави і отримати кредит. За умови, що я почну видавати продукцію через рік-два після побудови теплиць мене звільнять від процентів. Якщо я виробляю продукцію на імпорт, уряд дає мені додатковий кредит, щоб я ще покращив своє виробництво, якщо я вважаю, що першого кредиту мені недостатньо. Мені дають ще один пільговий кредит, навіть покривають частину грошей, які я брав як попередній кредит. Це можна назвати допомогою державних структур. У нас нічого цього немає». – **Руслан Єрьоменко, власник квіткових магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еустом, Миколаїв**

5.3. Виробництво квітів у горщиках в Україні

Інформація розділу отримана від виробників квітів у горщиках, представника фітосанітарної служби та представників дистрибуції квітів у горщиках.

Нас цікавило, які саме квіти вирощують в Україні, хто виробники квітів у горщиках та в яких умовах і якої якості квіти вирощують в Україні.

5.3.1. Компанії, що вирощують рослини в горщиках

Експерти називали таких виробників квітів у горщиках:

- Камелія (<https://camellia.ua/ua/catalog/cat/nashi-cvety/indoor>);
- Голландські троянди (Гарді) (<https://www.gardi.biz/greenhouse/>);
- Плантапол (<http://www.plantpol.com.ua/>);
- Квіти Закарпаття (<https://pfister.com.ua/>).

Троянду, в тому числі в горщиках, вирощує львівська компанія Тандем. У вище згаданих виробників дуже обмежений асортимент, вони виробляють переважно вуличні рослини в горщиках.

Вирощують розсаду для квітів в горщиках українські Зеленбуди, які є у кожному місті, а у великих містах у кожному районі міста.

«Зеленбуди нам постачають сезонну продукцію, саме розсаду та мілкі квіти, ту ж пеларгонію, яку наші бабусі люблять». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

Також виділяють менших українських виробників кімнатних квітів:

«Є також теплиці меншого розміру. Локально, мабуть в Борисполі є якісь теплиці, у Києві ще є, на базарі старих теплиць є садові центри. Просто у нас одна з найбільших, ми, я думаю, лідери. Також якість їх квітів значно гірша, наша компанія вкладає кошти в якість». – **Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

«Навіть поляки перенесли сюди своє виробництво, Плантпол, на територію України. Вони розташовані у Волинській області поблизу Луцька». – **Ірина Малахова, компанія Дуомекс, імпортер декоративних рослин**

За словами експертів, є багато приватних осіб, які вирощують певні види кімнатних квітів. Наприклад, багато приватних осіб вирощують сенполію. Часто у приватного виробника є ще глоксинії та фуксії. Таким бізнесом найчастіше займаються пенсіонери та люди, для яких вирощування квітів є додатковим доходом.

«Це кімната в квартирі, там стелажі стоять, це не великі площі потрібно, якщо сенполію вирощувати». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

Вирощування квітів у горщиках розвивається досить повільно, оскільки це бізнес, який приносить прибуток у досить далекій перспективі, а зараз в Україні більше розвиваються бізнеси, що дозволяють отримати швидкий прибуток.

«Моє припущення, так масово, ніхто цим (вирощування квітів в горщиках) не займається, тому що це довго, це десь місяців так 4 має приживатися, розвиватися. Ви розумієте, в Україні 4 місяці не отримати зиску з роботи, це вважається дуже великим, неправильним підходом». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

5.3.2. Формування асортименту компаній, що вирощують квіти у горщиках

В Україні вирощують рослини в горщиках для вуличного озеленення. Це квіти, які швидко приживаються в нашому кліматі: петунії, сурфінії, коліуси, бегонії.

«У нас, як правило, вирощують якийсь вид рослин, якщо він швидко приживається і нам потрібно його багато. Відповідно, вирощують петунію, сурфінію, коліуси, бегонії». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

Представники вітчизняного виробника розповідали, що не дивлячись на те, що аналізується асортимент, часто не виходить передбачити попит:

«У нас є дані щодо продажів. Припустимо ми знаємо, що ми виростили тисячу одиниць якоїсь монокультури, і продали її за два дні. Тоді ми робимо висновок, що потрібно збільшити кількість одиниць цієї культури. Бувають ситуації, коли ми висадили тисячу одиниць якоїсь культури і

продали 100, а 900 викинули. Тоді ми в наступному році висадимо 100 одиниць цієї культури чи не будемо її висаджувати». – **Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

Виробники квітів стараються запроваджувати вирощування новинок, проте часто новинки не до смаку покупцям, і доводиться відмовлятися від їх вирощування:

«Ми вчимося на своїх помилках. Ми просто щось впроваджуємо, цей товар може успішно продаватися, а можуть бути 100% збитки. Ми можемо висадити якусь рослину, на нашу думку вона має добре продаватися, на практиці вона не продається». – **Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

Новинки зазвичай обираються з пропозицій на виставках та в журналах, можуть бути обрані внаслідок спілкування з покупцями, їх побажань. Новинок в асортименті зазвичай небагато, так Камелія сказала, що із 100 позицій, які вони вирощують у горщиках в рік зазвичай лише одна новинка.

Часто виробники підбирають асортимент виходячи з інтуїтивних відчуттів, не керуючись якимось математичними розрахунками. На думку відповідальних за продажі, квіти найчастіше імпульсивна покупка, передбачити яку ніякими розрахунками неможливо. Для того, щоб продати побільше квітів часто просто роблять більш яскраву упаковку. При цьому вважають, що головний фактор покупки все ж ціна, а вже на наступних місцях колір, висота рослини.

«Це не дослідження, це відчуття ринку, воно або є або немає. Якщо воно у тебе є, значить ти успішний менеджер, якщо у вас його немає, ви за 2 роки зміните місце роботи». – **Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

«Обгортку обираємо більш яскраву. Можна поставити квітку у прозорий пакет, а можна вибрати упаковку, що одразу буде западати в око, і ніхто не пройде повз цю квітку». – **Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

5.3.3. Технології вирощування квітів у горщиках

Великі компанії вирощують квіти в сучасних автоматизованих теплицях. Автоматизація теплиць включає в себе підсвітку, клімат-контроль та автоматичний полив. На виробництві квітів у горщиках у великих виробників працюють професійні агрономи, які

гарантують дотримання технологій вирощування. Проте навіть у великих компаній є проблема: в теплиці досить великий асортимент, а не монокультура, як це, на думку респондентів, прийнято, наприклад в Нідерландах. Кожній окремій категорії квітів неможливо створити особливі умови, потрібні саме для цього виду.

«У Нідерландах теплиці де вирощують монопродукт. Наприклад, роками вирощують хризантему. У нас, на жаль, немає таких можливостей, ми вирощуємо те, що є. Наші теплиці постійно оновлюються. Є складності із суміщенням різних рослин в одній теплиці, оскільки одному може бути потрібно 12 годин світлового дня, іншому потрібно 4 години. Ми ділимо теплицю на зони, де висаджені рослини для яких потрібні однакові умови. Це дуже складно». – **Тетяна Портфілова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

Квіти зазвичай дорощуються з розсади, купленої на аукціоні в Нідерландах, рідше в інших країнах. Усі супутні матеріали: ґрунт, горщики – імпортовані. Український виробник не випускає достатнього асортименту, щоб задовольнити потреби наших виробників кімнатних квітів.

«З ґрунтом теж не все так просто. Для кожної рослини потрібна певна суміш: певна суміш для квітучих рослин, певна для зелених декоративних рослин, для цитрусових це інша суміш. Важлива кислотність ґрунту, його наповнення. Більш якісний ґрунти іноземного виробництва». – **Тетяна Портфілова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

Є також приватні виробники кімнатних квітів. У таких виробників квіти вирощуються в непристосованих для цього приміщеннях, навіть у квартирах.

5.4. Виробництво посадкового матеріалу в Україні

В Україні виробляють розсаду квітів та декоративних рослин, фасують насіння та вирощують незначну кількість цибулин тюльпанів.

Експерти називали таких виробників розсади:

- Камелія (<https://camellia.ua/ua>);
- Плантапол (<http://www.plantpol.com.ua>);
- Зелемінь (Львів) (<http://zelemin.com.ua>);
- Гарді (<https://www.gardi.biz/greenhouse/garden-plants/>).

Частину розсади троянд для сектору B2B розмножують в Україні, проте це, по-перше, робиться нелегально, по-друге така розсада виходить досить низької якості, їх саджанці приживаються у 40-50% випадків, в той час як голландські саджанці приживаються у 90-95% випадків. Експерти оцінюють кількість неофіційно розмножених троянд у 10%. За словами експерта самостійно розмножена розсада троянд має низьку якість, оскільки не притримуються технології вирощування.

«Ці 10% розсади українських троянд розмножується нелегально. Проблема в тому, що вони не знають, як це робити. Якщо у нас приживається 90-95% саджанців, то у них це 40-50%. Я не знаю для чого вони взагалі це роблять, це ж не приносить ніякого прибутку». – **Експерт з Нідерландів, постачальник продукції декоративного рослинництва**

Основні дистриб'ютори насіння, які фасують, пакують та продають продукцію від українських та іноземних виробників:

- Насіння України (70% ринку насіння, <http://ukrseeds.net.ua/>);
- Вассма
(<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BC%D0%B0>);
- Голден Гарден (<https://goldengarden.ua.market/catalog>);
- Професійне насіння (<https://ogorod.ua/shop/tm/profesijne-nasinnja>);
- Бадваси <https://badvasy.agrobiz.net/>.

Згадувались одиничні виробники цибулин квітів. Експерти називали виробника тюльпанів в Чернівецькій області (виробництво розміщується на площі 0,5 га). Також, за словами експертів, є 2 гектари виробництва цибулин у Волинській області та у Херсонській області поблизу м. Каховка, також називали компанію Лілі-Лайн (<http://www.lili-line.com.ua/>).

«Хоча, якийсь 1% чи 2%, щось є. У нас в Криму колись вирощували цибулини квітів. Біля Чернівців, один чоловік раніше працював в Голландії біля 10 років, тепер на площі пів гектара вирощує цибулини тюльпанів для продажі. Це мала площа, в Голландії тисячі гектарів. Деякі з виробників квітів тюльпанів також розмножують цибулини для власного використання, але це незначні кількості. Так що можна сказати, що в нас не вирощують». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

В Україні цибулини найчастіше вирощують в невеликих масштабах у приватних господарствах, які не можуть забезпечувати відповідні технології виробництва і не мають необхідної техніки.

«Біля Чернівців є виробництво цибулин. Це робить людина, яка пропрацювала довгий час в Нідерландах, набралась досвіду та почала потихеньку тут впроваджувати власне виробництво. Коли цвітуть його тюльпанові поля весною, це ціла епопея: усі Чернівці їдуть дивитись на ці поля. Я знаю лише декілька компаній, які займаються вирощуванням цибулин. Окрім того, ми знаємо, що в Голландії цибулини висаджують у сітку, там усе механізовано. Усе зроблено так, щоб можна було легко трактором зібрати цибулини, швидко помити, обробити і все. У нас, наскільки я можу бачити, фермер робить більшість роботи вручну, якась техніка у нього є, але це набагато простіше, ніж у голландців. Це важка праця». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

При цьому якість наших цибулин дуже низька: у них низькі показники схожості, а навіть якщо цибулина проростає, може не бути суцвіття. Основною причиною всі експерти називають порушення технологій вирощування.

«Я дуже здивувалась цього року. Вирощують, продають цибулини, в результаті там 40-50% «сліпих тюльпанів» і все... Наші виробники здешевлюють виробництво. Наприклад, якщо голландському виробнику сказали використати водорозчинні добрива, в яких повинно бути 20 азоту, 20 фосфору, 20 калію, то він використає саме такі добрива. А у нас візьмуть 18 азоту, 18 фосфору, 18 калію. А то іще взагалі візьмуть і не дадуть фосфору, а якість цибулини залежить від фосфору». – **Олена Болтовська, компанія Росана (фітосанітарна обробка рослин)**

Серед бар'єрів механізації та збільшення виробництва респонденти назвали:

- відсутність стабільності на ринку і впевненості, що інвестиції окупляться;
- досить високі податки;
- відсутність вигідних для виробників кредитів, які допомагають розвиватись бізнесу.

6. Особливості дистрибуції декоративних рослин, посадкового матеріалу та зрізаних квітів

Для отримання інформації, що надається в розділі була використана інформація від таких експертів:

- представники профільних асоціацій: Асоціації флористів України та Асоціації Українська Рослинна Індустрія;
- експерти з Королівства Нідерландів (всі переважно спеціалізувались на ринку зрізаних квітів: постачальник розсади троянд, імпортер зрізаних квітів, консультант компаній, які постачають в Україну зрізані квіти);
- представники логістичних компаній;
- виробники-лідери українських зрізаних квітів і один виробник, який вирощує квіти на зріз у менших масштабах;
- представники магазинів, де продають зрізані квіти та надають флористичні послуги;
- представники компаній, що займаються імпортом посадкового матеріалу та його оптовим продажем;
- представник компанії-імпортера усього спектру продукції декоративного рослинництва (зрізані квіти, рослини в горщиках, посадковий матеріал, декоративні рослини), компанія один з лідерів на ринку;
- представник найбільшої мережі будівельних гіпермаркетів, де є садові центри – в асортименті присутні квіти у горщиках, насіння та розсада квітів та декоративних рослин для озеленення та ландшафтного дизайну;
- представник компанії-виробника квітів у горщиках;
- представників розсадників, 1 з яких також має садовий центр;
- представники садових центрів;
- представники компаній, що надають послуги ландшафтного дизайну.

Нас цікавило, як організований процес дистрибуції загалом та чи як організована дистрибуція кожного з секторів.

6.1. Загальні характеристики дистрибуції ринку декоративних рослин та зрізаних квітів

В Україні відмічають хаотичність та несистемність дистрибуції декоративних рослин, квітів у горщиках, посадкового матеріалу, та зрізаних квітів. Спеціалісти говорять про відсутність великих мереж з продажу декоративних рослин та зрізаних квітів. Можна говорити лише про деякі виключення. Є приклади мереж магазинів Камелія, де продаються зрізані квіти та квіти у горщиках. Камелія працює тільки у Центральному регіоні України та на Сході України.

Розвиває продаж декоративних рослин, посадкового матеріалу та зрізаних квітів мережа будівельних супермаркетів Епіцентр, де все більше з'являється стендів із зрізаними квітами. Також зрізані квіти можуть продаватись у невеликій кількості у мережах супермаркетів, наприклад, ЕКО-маркет, Сільпо.

Дуже багато зрізаних квітів, квітів у горщиках, посадкового матеріалу та насіння продається в кіосках, або у місцях стихійної торгівлі. Посадковий матеріал продається у гіпермаркетах широкого профілю, наприклад, Епіцентр, Леруа Марлен та Ашан. Мережі спеціалізованих магазинів відсутні.

Відсутність інфраструктури для продажу і перевезення квітів та декоративних рослин є проблемою ринку зрізаних квітів, посадкового матеріалу, квітів у горщиках та декоративних рослин, яка гальмує його розвиток. Квіти, цибулини, рослини в горщиках і декоративні рослини не можуть довго зберігати свіжість, отже їм необхідно забезпечити особливі умови транспортування та зберігання, а також забезпечити швидкі терміни реалізації, для чого потрібно розрахувати правильний асортимент та проводити відповідну маркетингову політику. Такі умови здебільшого не можуть забезпечити окремі маленькі магазини і кіоски. Інфраструктура зберігання і перевезення добре налагоджена лише у великих мереж продажу квітів. Зараз квіти часто зберігаються у непристосованих для цього приміщеннях, не завжди перевозяться спеціальним транспортом, магазини рідко мають продуману маркетингову політику і аналітичний підхід до підбору асортименту.

«Квітка – це продукт, який вимагає спеціального зберігання, спеціального транспорту і таке інше. Необхідна певна матеріальна база не тільки від одного постачальника, а і в цілому інфраструктура. Це пов'язано із тим, що квітку потрібно привезти, потім у правильних умовах розподілити за допомогою спеціалістів. Потім квіти потрібно відправити у спецтранспорті до різних регіонів і транспорту потрібно мати певну кількість. У цих регіонах квітка має потрапити на певні розподільчі центри із спеціальними умовами, де є підготовлений персонал. Цієї інфраструктури в Україні, на мій погляд, немає». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

Неправильні умови транспортування та зберігання пояснюються бажанням зменшити витрати на квіти, щоб була можливість продати їх за дешевшою ціною. Причиною нерозвиненої логістики є також політична та економічна нестабільність в Україні, в умовах якої ризиковано робити великі інвестиції, що призводить до того, що навіть великі компанії не готові вкладати гроші у логістичну інфраструктуру, зокрема у побудову спеціальних складських приміщень, де можна зберігати квіти.

«Проте, бажання зменшити витрати змушує нехтувати якимись речами, це з одного боку. З іншого боку, неможливо побудувати технологічні логістичні регіональні центри чи просто представництва компаній, таких як наша, проте у нас немає представництва у регіонах, тому що це достатньо дорого їх обладнати, ми зараз не готові робити такі інвестиції. Якщо врахувати, що ми найбільша компанія в Україні і ми не готові, то це навряд чи зробить хтось інший». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

Широка розповсюдженість кіосків заважає розвитку цивілізованої інфраструктури з продажу та перевезень квітів. Кіоски та маленькі магазини часто пропонують нижчі ціни. Також часто у цих кіосках можуть працювати продавці без офіційного працевлаштування, що знижує витрати власника на оплату праці. Окрім того кіоски розташовані у зручних для покупця місцях: біля станцій метро, житлових масивах, тому квіти купують, не докладаючи особливих зусиль, по дорозі на роботу чи додому.

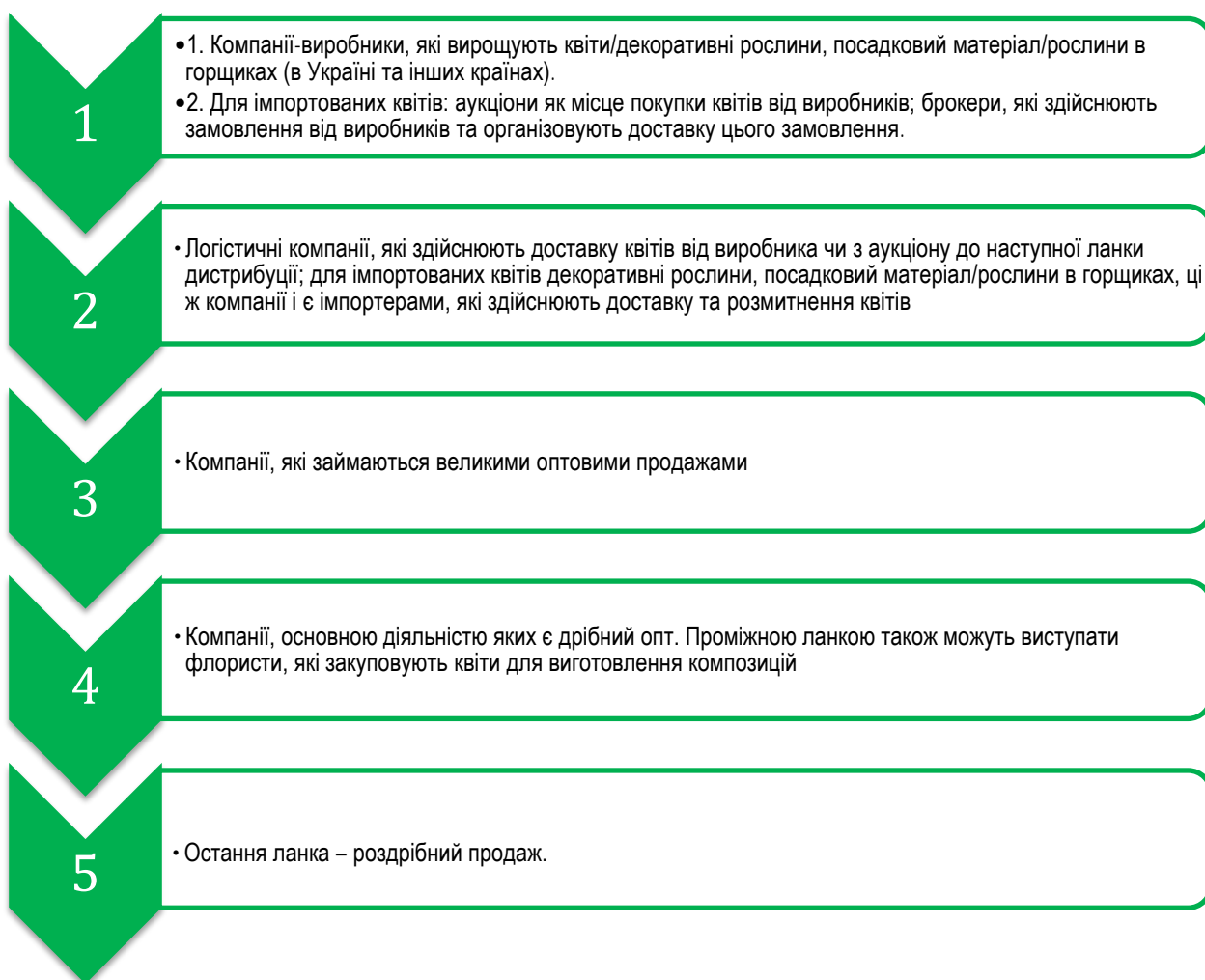
Продумана маркетингова політика в більшості випадків у маленьких кіосках відсутня. Є деякі прийоми маркетингу, які застосовують дорогі бутики. Наприклад, продавці дорогих букетів зазвичай мають сторінки в соціальних мережах (Фейсбук та Інстаграм), де просувають свою продукцію. Також бутики можуть пропанувати безкоштовну доставку та інші послуги, щоб зробити покупку комфортнішою.

Учасники ринку відмічають маркетингову активність у компанії Камелія, наприклад, зовнішня реклама, спонсорство на показах мод. Також компанія інвестує у персонал: в магазинах зазвичай працюють компетентні та впевнені у собі продавці.

Ще одним прикладом компанії з помітною маркетинговою активністю є мережа супермаркетів Епіцентр. Для роботи з клієнтами у мережі підібрані професійні працівники, зроблені друковані роздаткові матеріали для реклами власної рослинної продукції, в тому числі зрізаних квітів.

6.2. Структура дистрибуції декоративних рослин та зрізаних квітів

Дистрибуцію імпортованих зрізаних квітів та квітів, які вирощуються у промислових масштабах (Камелія, Асканія-Флора), як і посадкового матеріалу, квітів у горщиках, можна зобразити наступним чином:



«Приблизно 60% нашої продукції ми реалізуємо через оптові канали збуту. Близько 30% ми реалізуємо через роздрібну мережу продажів. Від 2% до 5% – це імпорт». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

Така складна і багатоланкова структура пояснюється відсутністю великих мереж з продажу декоративних рослин, квітів та посадкового матеріалу. Оскільки дрібні кіоски та бутики не можуть забезпечити належного об'єму продаж, товар зазвичай проходить багато ланок перед тим, як потрапить на полицю такого магазину і тому декоративні рослини дуже зростають у ціні. Великі об'єми закупок може забезпечити лише велика мережа, як Епіцентр, де товар проходить менше ланок перед тим, як потрапити до кінцевого споживача

Окремо слід виокремити приватних флористів-фрілансерів, які викуповують квіти та інші необхідні для флористичних композицій товари напряму на аукціоні і везуть через логістів або купують у великих оптових компаній.

Серед найбільших логістичних компаній експерти назвали чотири логістичні компанії відповідають за доставку рослин з аукціону у Нідерландах в Україну, враховуючи розмитнення. Далі ці квіти розподіляються великим оптовим компаніям, які постачають їх мілким оптовикам. Мілкі оптові компанії розподіляють квіти по точкам продажу. Майже усі з цих чотирьох логістичних компаній працюють по всій Україні, окрім представників Украфлори, які на даний момент продають зрізані квіти лише у деяких регіонах. Великими оптовими компаніями є Украфлора, Екзотік Флора, Люкс-Флора, Мегафлора. У деяких випадках виробники зрізаних квітів можуть мати точки роздрібної торгівлі для реалізації власних та імпортованих квітів. Один виробник квітів може забезпечувати продукцією декілька точок продажу.

Великі оптові компанії, як правило, мають мілкі магазини, де продають залишки квітів рослин та посадкового матеріалу.

6.3. Дистрибуція зрізаних квітів

Якщо говорити про роздрібний продаж зрізаних квітів, слід відмітити, що в Україні більшість квітів (за оцінками експертів до 80%) продається у невеликих спеціалізованих

магазинах або квіткових кіосках. Мереж з продажу зрізаних квітів майже немає, єдине виключення – мережеві магазини виробника квітів Камелія, та будівельні і продуктові супермаркети, про які говорилось вище. Періодично з'являються стенди зі зрізаними квітами у мережі Ашан та Велика Кишеня. У великих містах є невеликі магазини, як належать одному власнику, 2-8 магазинів. Це можуть бути бутіки сегменту люкс, а можуть бути магазини для людей середнього класу. У містах-мільйонниках, насамперед у Києві, є бутіки, де продають букети класу люкс. Окрім того, букети, оформлені флористами, за ціною середній плюс та вище активно продають через інтернет-магазини, які в свою чергу мають сторінки у соціальних мережах.

Слід зазначити, більш широкий асортимент зрізаних квітів у великих містах. У районних центрах, квітів продається менше. Проте у деяких випадках, і в районних центрах можна зустріти спеціалізовані магазини та кіоски. Навіть у великих містах, окрім Києва є проблеми із поставками квітів на оптові бази, куди, за свідченнями фахівців, квіти завозяться раз на тиждень і в недостатній кількості.

Оптові компанії часто беруть участь у різноманітних виставках з метою прорекламувати власну компанію.

Для залучення покупців у роздрібній торгівлі та мілкому опті, постачальники широко користуються системами знижок, створюють акції, приваблюють вигідними пропозиціями на деякі позиції товарів.

6.4. Дистрибуція квітів у горщиках

Мережа будівельних супермаркетів Епіцентр є лідером з дистрибуції квітів у горщиках. За оцінками, директора мережі садових центрів Сніжани Однорог, 60%–70% усіх квітів у горщиках, що продаються в Україні продають через мережу Епіцентр (45 магазинів по Україні, майже в кожному є садовий центр або окреме місце для декоративних рослин). Основні клієнти мережі Епіцентр – роздрібні покупці, що купують товари для додому. Є також мілкий опт: це продаж товарів для офісів та інших потреб бізнесів, наприклад виставки.

Окрім того, кімнатні квіти продаються у мережі Ашан, Сільпо, Леруа Марлен; кімнатні квіти присутні в деяких магазинах мережі Велика кишеня та інших супермаркетах широкого профілю. Недоліком продажу квітів через ці мережі є те, що там немає спеціальних умов догляду за квітами: температурного режиму, автоматичного поливу. Виключенням можна вважати мережу Епіцентр, де останнім часом докладають зусиль до оформлення відділів садових центрів, в центрі встановлена система «туман». Також в Епіцентрі обробляють рослини пестицидами від шкідників та хвороб, але навіть вони не можуть створити ідеальні умови, забезпечити квітам належний професійний догляд. Розвивається інтернет-торгівля квітами у горщиках, можна виокремити магазин Агро-Маркет (<https://agro-market.net/>).

Проте, досить велика кількість квітів у горщиках продається в одиничних бутиках, кіосках. Причому в столиці, наприклад, є велика кількість таких butikів, навіть мережі з декількох магазинів, наприклад, Квіткова поляна, яка налічує 4 магазини (<http://kvitkova-pollana.com.ua/contacts>). Продаються квіти у горщиках і у мережі магазинів Камелія.

Частина кімнатних рослин продається у садових центрах. На Західній Україні такі садові центри можуть конкурувати з Епіцентром за ціною, оскільки там більше можливостей перевезти товар з-за кордону, в тому числі використовуючи нелегальні або напівлегальні схеми. Також у садових центрах може бути дешевшим товар власного виробництва, проте там немає асортименту, який би можна було порівняти із Епіцентром.

«Є конкуренти, малі, регіональні. Наприклад, на Західній Україні є розсадники, які співпрацюють на пряму з Польщею і самостійно імпортують товар. В них представлений широкий асортимент та приваблива ціна. Є також конкуренти в Одеській області, але в них вже немає такого асортименту, який би дала можливість імпорту». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

Проблемою для виробників та імпортерів квітів у горщиках є те, що торгові мережі часто не відповідають за збереження продукції, вона може псуватись в торгових залах. Товар часто береться під реалізацію, тобто торговельні мережі розплачуються по факту продажів.

6.5. Дистрибуція посадкового матеріалу

Основні канали продажів цибулин, насіння квітів та розсади:

- мережі будівельних гіпермаркетів, які мають садові центри, найбільший – Епіцентр;
- іноді посадковий матеріал можна купити в незалежних садових центрах;
- розповсюджена торгівля посадковим матеріалом через інтернет та каталоги поштою.

Деякі респонденти відмічають тенденцію покупки посадкового матеріалу у роздріб: покупці за допомогою інтернет-ресурсів групуються для того, щоб замовити достатньо велику партію розсади і роблять одне групове замовлення на всіх. Це дозволяє їм купувати товар за оптовими цінами і мати ширший асортимент, ніж пропонують традиційні джерела продажу посадкового матеріалу.

6.6. Дистрибуція декоративних рослин

В Україні дистрибуція декоративних рослин недостатньо розвинена. Такий висновок експерти зробили через те, що в країні дуже мало великих садових центрів та відсутні спеціальні мережеві магазини, які б продавали садовий матеріал.

«Немає великих садових центрів у нас і немає мереж. Точніше, якщо брати по садовим центрам, у нас є, наприклад, в Києві, Єва – достатньо великий садовий центр; у нас є Далас – достатньо хороший садовий центр, у нас є Інтерфлора. Але це все одиниці. Наталіс, ще є. Мабуть, з десяток таких хороших». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант**

Один з основних способів дистрибуції декоративних рослин – продаж через мережі садових відділів у супермаркетах: Епіцентр, Нова Лінія. Найбільша мережа спеціалізованих садових центрів представлена в Епіцентрі. За оцінкою представника цієї торгівельної мережі, до 40% усього посадкового матеріалу декоративних рослин в Україні продається через їхню мережу будівельних магазинів, майже кожен з яких має садовий центр. За оцінками інших експертів, в торгівельній мережі Епіцентр продається

до 15% декоративних рослин. Торгівельна мережа Ашан продає невеликі об'єми декоративних рослин. Мережа Метро віддає в оренду свої площі садовим центрам.

Наступний спосіб за допомогою якого продається значна частина продукції – продаж декоративних рослин напряму з розсадників: більшість розсадників мають один чи декілька власних садових центрів. При потребі більшість великих розсадників може організувати доставку своєї продукції в будь-яку частину України, тому багато розсадників має садовий центр лише у себе на виробництві і пропонують сервіс доставки – пересилають саджанці поштою; деякі розсадники мають власні інтернет-магазини. Наприклад, розсадник Гарді вже три роки розвиває власний інтернет-магазин (<https://shop.gardi.biz/>); є інтернет-магазин у розсадника Сад Вашої мрії; окремо варто згадати великий магазин Флоріум, який займається продажем посадкового матеріалу (цибулин, розсади квітів) та декоративних рослин (саджанці кущів та дерев) через інтернет. Невелика кількість розсадників експортує частину власної продукції.

В основному розсадники здійснюють оптові продажі декоративних рослин ландшафтним дизайнерам, садовим центрам (які не належать розсаднику), у торговій мережі, наприклад Епіцентр, муніципалітети. Частину продукції також продають іншим розсадникам. Не всі розсадники використовують всі перераховані канали продажу, наприклад, деякі можуть не продавати продукцію в садових центрах, а інші можуть не продавати її в торгових мережах. Деякі розсадники більше орієнтовані на роботу з комунальними службами, деякі більше орієнтовані на приватний сектор.

«В основному наші декоративні рослини купують комунальні служби, тобто міське озеленення, також ландшафтні компанії, трошки садові центри. Частину рослин ми продаємо в роздріб і міста, що поруч: Кременчук, Полтава, Кисловодськ». – Андрій Погребний, директор розсадника Гарді

«Садові центри, ландшафтні фірми – це 60-70% того, що ми продаємо. А ще десь 30% розподіляються наступним чином: 10% – це приватні покупці, які знаходяться у Житомирі, Вінниці, Києві. 8-10% – це експорт. Також є Епіцентр як оптова мережа. Також міське озеленення та ландшафтні фірми. 8-10%». – представник одного з розсадників

Розсадники продають свої рослини по всій території України. Найбільша частина продукції постачається у Київ, також доволі високий попит таких містах, як Харків,

Дніпро, Одеса та інших великих містах, де активно проходить озеленення і вони, відповідно купують продукцію українських розсадників.

«Усі гроші в Києві, усі ресурси в Києві, тому і наша продукція продається більшою частиною в Києві. Окрім того, цього року ми збільшили виробництво процентів на 70 за рахунок того, що виграла тендеру Харкові. Я думаю, Харків може посперечатись з Києвом за кількістю висаджених квітів, якщо не в абсолютній кількості, то принаймні в розрахунку на кількість жителів». – **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

Проблеми дистрибуції, на думку представників бізнесу:

- Майже відсутня дистрибуція продукції b2b: не налагоджена взаємодія між розсадниками, розсадникам важко продати матеріал, який може бути потрібний іншим розсадникам (наприклад, певного віку кущі та саджанці дерев для дорощування) – практично неможливо знайти ринок збуту.
- Пошук клієнтів займає час та зусилля. Щоб привабити більше клієнтів у розсадників вимушено завеликий асортимент, вирощування якого потребує великої кількості техніки та людей.
- Садові центри концентруються біля столиці та великих міст, де зазвичай є проблема нестачі землі та її високої ціни, тому розміри цих садових центрів відносно невеликі та не мають можливості мати поряд власний розсадник. Вони зазвичай продають рослини вирощені в інших розсадниках. Це підтверджують слова Тараса Фесенка, який представляє садовий центр Версаль: тільки в Києві та області є біля 100 садових центрів, також є садові центри поза столичним регіоном, проте ці садові центри у більшості випадків є дуже невеликими. Наприклад, Садовий центр Версаль має площу всього 0,4 га. Садові центри за межами столиці зазвичай організуються поряд з одним розсадником, і є його частиною. Це пов'язано із вартістю землі та із вартістю робочої сили.

6.6.1. Найбільші садові центри

Найбільші садові центри в Україні:

- Далас (<http://www.dalas.com.ua/>);
- Єва (<https://evasad.com/>);
- Мережа Наталіс (Київ, <http://natalis.ua/roznicza.html>);
- Белгравія (<http://belgravia-garden.com.ua/>);
- Ботанік Маркет (<http://botanicmarket.com.ua/>);
- У Київській області виділяють Версаль (Вишгород, <http://sc-versal.com/>);
- Едем Флора (<http://edemflora.com.ua/>);
- Лізгارد (<https://lizgard.com.ua/>);
- Деметра (<https://demetra.com.ua/>);
- Грін Март (<http://greenmart.com.ua/>);
- Також має садовий центр імпортер рослин Украфлора (<https://ukraflora.com.ua/>);
- Sad.ua (три торгові майданчики у Київській області та Одесі);
- Сад плюс Город (Луцьк та Рівне, <https://sad-gorod.com.ua/>);
- Галерея (Суми, <http://www.gallery-sumy.com.ua/>);
- Ваш сад (Одеса, http://www.vashsad.ua/about/company/garden_centers/all/);
- Сад Вашої мрії (Дніпро, <http://garden.dp.ua/>);
- Європлантс (Чернівці, <http://europlants.com.ua/>);
- Дача (Миколаївська область, <http://florastyle.com.ua/>);
- Еліт Флора (Львівська область, <http://www.elitflora.ua/uk/golovna/>);
- Клуб рослин (Львівська область та Київ, <https://plants-club.ua/>);
- Зелені Янголи (Ужгород, <https://landshaft.info/uk/>);
- Валентин та Наталія (Житомирська область, <http://vn.zt.ua/>).

6.6.2. Асортимент садових центрів та особливості його формування

Зазвичай садові центри продають усі категорії декоративних рослин, часто окрім декоративних присутні ще плодово-ягідні культури, що свідчить про широку спеціалізацію центрів. Також в садових центрах продаються товари для саду: інвентар, добрива та інше. В садових центрах можуть продаватись кімнатні квіти у горщиках. В окремих садових центрах продається розсада однорічних квітів, насіння, цибулини квітів. Частина садових центрів надає послуги з ландшафтного дизайну, правильної висадки куплених рослин, догляду за ними.

Щодо різноманіття вартості товарів, тут також у покупця є вибір: у садових центрах представлені товари усіх цінових категорій, хоча найбільший відсоток рослин належить до середньої цінової категорії. Так, Епіцентр оцінив увесь асортимент так:

- 50-70% – середній ціновий сегмент;
- 10-15% – преміум сегмент;
- 15-20% – дешевий квітучий товар місцевого виробництва.

Деякі садові центри, наприклад мережа Епіцентр, проводять ґрунтовний аналіз покупок, і виходячи з висновків аналізу, формують асортимент. Деякі формують асортимент з власного досвіду, без аналізу ринку.

Найбільший прибуток садовим центрам приносить продаж дорослих хвойних рослин, оскільки ця категорія має найбільшу вартість. Найбільше по штучно продаються садові квіти та плодові дерева, якщо вони є в асортименті садового центру. Також більш популярними є квітучі рослини, порівняно із просто зеленими, за виключенням таких позицій вічнозелених кущів, як самшит. Серед хвойних найпопулярнішими є ялівці та туї. Серед кущів популярні такі позиції, як клематис та гортензія.

Садові центри контролюють якість рослин, які вони купують у розсадниках, для цього самі виїжджають на відвантаження рослин, контролюють, що саме постачається з того чи іншого розсадника.

Садові центри зберігають рослини по-різному. Наприклад, в контейнерах, в зоні поливу, деякі прикопують рослини в землю. Представник мережі Епіцентр повідомила, що в них уся продукція вуличних рослин у період зимівлі зберігається на території маркету у прикопі у торговому приміщенні, спеціальних складів не передбачено.

Усі рослини, що не продались у сезон, зимують в садовому центрі, тому одним із принципів вибору є районованість рослини: вибрані рослини мають бути адаптовані до клімату, де знаходиться садовий центр.

Більшість рослин продаються протягом сезону- півтора, проте деякі все ж затримуються у садових центрах на довше.

6.6.3. Структура клієнтів садових центрів

Серед своїх клієнтів садові центри виокремлюють 2 основні групи, і, відповідно, орієнтуються на одну з них:

- Власники приватних будинків, «дачники», які купують декоративні рослини для озеленення та оздоблення присадибних ділянок. Вони зазвичай купують рослини мілкими партіями: одну чи декілька рослин, комбінують покупку декоративних рослин разом з плодово-ягідними культурами.
- Ландшафтні дизайнери, які купують продукцію досить великими партіями та зазвичай мають чіткі вимоги до кількості та якості продукції.

Наприклад, ландшафтно-садовий центр Версаль має 40% дрібних роздрібних клієнтів, 30-35% ландшафтних дизайнерів, 25-30% – постійні клієнти, які регулярно купують товари і мають знижки в цьому садовому центрі.

Сад Вашої мрії розповів, що у них є п'ять категорій покупців:

- 1 – роздрібні клієнти, тобто власники приватних будинків та присадибних ділянок;
- 2 – VIP-клієнти, котрі купили в свій час товарів на велику суму, отримали картку віп-клієнта і мають тепер значну знижку;
- 3 – B2B клієнти, які купують рослини для перепродажу;

4 – ландшафтні дизайнери;

5 – будівельні компанії.

Усі категорії покупців мають відповідні картки. Це дозволяє садовому центру чітко структурувати покупців, відстежувати продажі, мати більш персоналізований контакт з кожною цільовою аудиторією. Також великий досвід роботи та аналіз покупок дозволяє краще сформувати асортимент, який буде відповідати смакам покупців:

«18-річний досвід роботи садового центру, регулярний аналіз, дозволяє відстежувати вподобання покупців, як наслідок правильно обирати асортимент рослин для розсадника і в подальшому продавати їх у садовому центрі». – **Лариса Зубова, керівник розсадника Сад вашої мрії**

Способи, якими садові центри приваблюють покупців: широкий асортимент, знижки, гарне обслуговування, можливості довготривалого співробітництва, сформовані особисті стосунки з клієнтами, тощо.

Якщо садовий центр не належить до розсадника, то зазвичай там продається продукція 4-5 виробників. За словами представників садових центрів, вони перебувають у постійному пошуку нових постачальників, і, за наявності вигідних пропозицій, готові до співробітництва. Насамперед їх цікавлять новинки на ринку: нові сорти, нова селекція, товари з нижчою ціною але хорошої якості. Цікаві постачальники рослин, які зможуть запропонувати сервісне обслуговування, наприклад, допомогу з отримання документації (фітосанітарних сертифікатів) на рослини.

«Для того, щоб працювати з якимось сегментом покупців, потрібно старатись надавати новинки. Окрім новинок, знову ж відіграє роль ціна. Тобто и знаєш про якість одного та іншого розсадника, проте сьогодні якийсь із цих розсадників пропонує нижчу ціну, відповідно ти з ним працюєш». – **Тарас Фесенко, представник садово-ландшафтного центру «Версаль»**

Представники мережі Епіцентр, відмічають тенденцію до зменшення попиту на рослини, зменшення кількості рослинних товарів у чеку. У торговій мережі це пов'язують з погіршенням купівельної спроможності покупців та одноманітністю пропозицій, наприклад, покупці вже відмовляються від гортензії та клематису, прагнучи різноманітності.

«Декілька років назад ми частіше продавали більшу кількість вуличних рослини в одні руки. Це були дизайнери або покупці, які самотужки намагались озеленити свої ділянки. До другого типу діяв принцип: беру, бо зараз мені подобається або я десь таке бачив за кордоном, а кошти не проблема. Зараз, переважною більшістю, це невелика кількість рослин в одні руки, але з певними вимогами щодо характеристик та зовнішнього вигляду рослин. Покупець знає, що він хоче. Можливо, на це впливає більших потік інформації і економія коштів. Великі рослини беруть дуже рідко. Здебільшого вони довго чекають свого покупця». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

6.6.4. Проблеми в роботі садових центрів

Представники садових центрів назвали такі проблеми, з якими вони стикаються у своїй щоденній роботі:

1. Сезонність роботи, характерна для садових центрів: основні продажі здійснюються весною (близько 70% продажів) та восени (близько 20%), в решту часу рівень продажів низький. Тому у міжсезоння садові центри стикаються з проблемою пошуку коштів на такі поточні витрати, як зарплата персоналу, витрати на утримання приміщення та інше. У період міжсезоння незначний прибуток садовим центрам приносить продаж товарів для саду.
2. Наслідки кризи 2014 року, коли в Україні відбулась зміна влади, почався військовий конфлікт в Криму та на Донбасі, багато садових центрів закрились: деякі через те, що потужності бізнесу знаходились на територіях конфлікту, а деякі через різке зменшення прибутків від продажів, бо основні клієнти знаходились на окупованих територіях, або в зоні де тривають військові дії. Тому садові центри змушені шукати клієнтів у інших регіонах та налагоджувати доставку в ті регіони.
3. Демпінг цін розсадниками та конкуренція садових центрів і розсадників. Розсадники продають рослини напряму клієнтам, наприклад, ландшафтним дизайнерам, за нижчими цінами, ніж ціни у садових центрах.

7. Експорт

Розділ написаний за результатами інтерв'ю опитаних експертів наступних напрямків:

- представники профільних асоціацій: Асоціації флористів України та Асоціації Українська Рослинна Індустрія;
- експерти з Королівства Нідерландів (всі переважно спеціалізувались на ринку зрізаних квітів: постачальник розсади троянд, імпортер зрізаних квітів, консультант компаній, які постачають в Україну зрізані квіти);
- представники логістичних компаній;
- виробники-лідери українських зрізаних квітів і один виробник, який вирощує квіти на зріз у менших масштабах;
- представники магазинів, де продають зрізані квіти та надають флористичні послуги;
- представники компаній, що займаються імпортом посадкового матеріалу та його оптовим продажем;
- представник компанії-імпортера усього спектру продукції декоративного рослинництва (зрізані квіти, рослини в горщиках, посадковий матеріал, декоративні рослини), компанія один з лідерів на ринку;
- 1 представник найбільшої мережі будівельних гіпермаркетів, де є садові центри – в асортименті присутні квіти у горщиках, насіння та розсада квітів та декоративних рослин для озеленення та ландшафтного дизайну;
- представник компанії-виробника квітів у горщиках;
- представників розсадників, 1 з яких також має садовий центр;
- представники садових центрів;
- представники компаній, що надають послуги ландшафтного дизайну.

Нас цікавили питання, які саме категорії експортуються і чому, обсяг експорту, бар'єри для експорту продукції, перспективи експорту української продукції.

7.1. Категорії експорту декоративних рослин

7.1.1. Структура експорту за категоріями

Як зазначають представники бізнесу, об'єм експорту української продукції даної категорії невеликий, оскільки компанії в основному орієнтуються на внутрішнього покупця. Компанії-експортери декоративних рослин експортують незначну частину від їхнього загального виробництва. Серед таких розсадників було названо Декоплант, Корнеліс, Гарді, Наталіс, Агрофлора.

Декоплант²⁶ як розсадник був створений у 2003 році з метою вирощування садових троянд в Україні та їх експорту в Європу. З часом ціна на садові троянди знизилась і стало вигідніше продавати троянди на внутрішньому ринку. З 2015 року експорт садових троянд відновився, проте розсадник екпортує до 20% всього об'єму садових троянд, які вони вирощують.

Розсадник **Корнеліс**²⁷ вирощує живці шипшини для подальшого використання як прищепи для садових троянд. Ці живці вони потім експортують у розсадники у Нідерландах. Також на експорт у розсаднику вирощують живці кущів. Усього на експорт іде близько 10% продукції, яка виробляється у розсаднику. Продаж в Нідерланди для цього розсадника став можливим завдяки особистим контактам засновників розсадника.

Розсадники **Гарді**²⁸ та **Наталіс**²⁹ продають хвойні рослини та кущі у Грузію. Розмір їхнього експорту самі представники розсадників оцінюють у фурах: «Деякі фури на рік».

Говорячи про експорт своєї продукції, представники розсадника **Агрофлора**³⁰, зазначили, що об'єми їхнього експорту вимірюються у розмірі 7-8 фури. Однією з країн

²⁶ <http://www.dekoplant.com.ua/>

²⁷ <http://www.kornelis.biz/>

²⁸ <https://www.gardi.biz/>

²⁹ <http://natalis.ua/>

³⁰ <http://agro-flora.com/>

експорту є Узбекистан, куди вони поставляють великомірні хвойні дерева, серед яких переважають чорна сосна та ялини.

Також частина рослин для декоративного озеленення експортується в Білорусь.

7.1.2. Переваги українського виробництва декоративних рослин

Представники розсадників назвали наступні переваги вирощування декоративних рослин в Україні:

1. Дешевша вартість ручної праці, якщо порівнювати з ціною такої праці у країнах Європи, наприклад щеплення рослин.

«Чому я займаюсь щепленням хвойних рослин? Тому що вважаю це перспективним для України. Роботи цього не зроблять, це можуть зробити тільки люди. Цей бізнес пересувається: спочатку була Голландія, на другому місці була Німеччина. Зараз у цих країнах висока вартість ручної праці, тому щеплення дерев перемістилось до Польщі. Тепер дешева робоча сила в Україні і цей бізнес переміститься до нас, тоді ми зможемо експортувати». – **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

2. Можливість виростити деякі види рослин високої якості, як зазначають представники компаній-експортерів, тому що їхня продукція вже конкурує з продукцією інших Європейських виробників: з Польщі, Сербії, Болгарії. Серед таких рослин називали саджанці садових троянд.

«Ну, так, ми насправді можемо пишатися тим, що наші троянди продаються навіть в Голландію. Але ми точно знаємо, тому що ми їздимо, дивимось, що де робиться, у нас якість краща, ніж в Польщі, Сербії, Болгарії. Тобто, в нас дійсно дуже гарна якість, ми досягли цього». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант**

В Україні є можливість вирощувати рослини, які потребують значних площ:

- є можливість ці площі орендувати;
- вартість оренди відносно невисока порівняно з вартістю у країнах Європи, особливо, якщо мова йде про регіони дещо віддалені від столиці та інших великих міст.

Це дозволяє отримувати прибуток навіть з рослин, які вважаються недорогими, але для їхнього вирощування необхідна велика площа. Звичайно до такого висновку приходять представники бізнесу, які мали можливість порівняти роботу розсадників в Україні та, наприклад, у Нідерландах.

«Які у нас переваги: у нас земля відносно дешевше, вигідно вирощувати ті культури, які займають багато місця». – **представник одного з розсадників**

3. Україна географічно ближче до країн Азії та до Кавказьких країн, тому могло б бути більш зручно імпортувати рослини саме з українських розсадників до країн цього регіону, де є велика потреба у декоративних рослинах.
4. Родюча земля, що дозволяє мати хороший приріст рослин з використанням меншої кількості добрив.

«В Україні дуже плідна земля. Глибина плідного гумусного шару до 60-80 см! Це заощаджує гроші на добрива, дає гарний приріст для рослин. Якщо використовувати полив, дерева інтенсивно розвиваються і не хворіють». – **Лариса Зубова, керівник розсадника Сад вашої мрії**

7.1.3. Бар'єри для експорту продукції, вирощеної українськими розсадниками

На думку експертів, учасників ринку, найближчий нам ринок Європи насичений і вже забезпечується провідними виробниками з усього світу, де безперечне лідерство належить Королівству Нідерланди. Об'єми експорту з України ще не дозволяють назвати нашу країну ключовим гравцем ринку, крім того більшість вирощеної продукції на даний момент нижчої якості, порівняно з виробництвом у інших країнах Європи, а ціна не конкурентна. Хоча деякі види рослин вже можуть конкурувати з продукцією виробництва інших Європейських країн, цього не достатньо, для того щоб скласти повноцінну конкуренцію провідним європейським розсадникам.

«Там у Європі уже великий ринок, окрім України багато інших країн-експортерів, Нідерланди зараз експортують до інших країн, ті ж Німеччина, Англія. Дуже важливі контакти, тому що купувати рослини можна в багатьох місцях, а купують там, де надійно, там де добре. Ціна теж не стоїть на першому місці під час вибору постачальника. Щоб Україна могла запропонувати рослини, покупці мають бути певні, що вони роблять дійсно хороший вибір. Тому що усе проти нас: далеко, люди нам не довіряють. Багато людей не хоче працювати з новими постачальниками. Те, що ми пропонуємо на експорт, наші покупці зараз купують в Африці та Польщі, проте вони незадоволені товаром звідти, чи його недостатньо». – **представник одного з розсадників**

Якщо більш детально розглянути причини дуже малої частки експорту, серед них можна назвати такі:

- В Україні не виробляють достатній об'єм продукції, який був би цікавий багатьом покупцям за кордоном.

«Часто виникає така проблема, коли людині потрібно декілька тисяч одного виду рослини, а її просто немає в такій кількості. Був запит минулого року з Європи на ялівець. Питали, скільки фуру ялівця ми зможемо продати. Коли ми провели дослідження, виявилось, що навіть якщо ми зберемо ялівець з усієї країни, то ми ледве наберемо одну фуру». – **Станіслав Донцов, виконавчий директор Асоціації рослинної індустрії**

- Гірша якість більшості посадкового матеріалу, який вирощується в українських розсадниках за рахунок меншого досвіду, меншої спеціалізації.

«Якщо компанія вирощує 5 видів рослин чи 3 чи 2, вони можуть повністю зосередитись на цих рослинах, зробити все потрібне для цих рослин, а у нас аж 200 видів рослин». – **представник одного з розсадників**

- Неконкурентна ціна нашої продукції: велика частка імпортованої продукції у виробництві декоративних рослин (саджанці, добрива, ґрунт, пестициди) робить виробництво достатньо дорогим.

«Усі товари, які необхідні для виробництва рослин коштують для наших представників розсадників в 2 рази дорожче, ніж їх купують представники розсадників у Польщі та Голландії. Технічні горщики, які ми купуємо, виробляють чи у Польщі чи в Нідерландах, чи в Італії. Добрива також виробляють у Польщі, Голландії, Німеччині. Власного виробництва в Україні немає». – **Сергій Довгопол, засновник розсадника Біосфера-Л**

- Велика фізична відстань до можливих пунктів призначення в Європі, що робить перевезення такими відносно маленькими партіями, як ми можемо виростити, нерентабельним.
- Дороги неналежної якості в межах України, що робить перевезення в межах країни дорогим:

«Вантажівка з України в Тбілісі коштує на 25% більше, ніж фура з Німеччини до Тбілісі., хоча дистанція з Німеччини довша, ніж з Києва до Тбілісі. Це парадокс, це пов'язано із тим, що через погані дороги ціна вище». – **Станіслав Донцов, виконавчий директор Асоціації рослинної індустрії**

- Висока ціна оформлення документів та складна бюрократична процедура. На думку деяких представників бізнесу, процедура оформлення документів вимагає окремої особи. Всі ці додаткові витрати для українського виробника робить українську продукцію менш конкурентоздатною на ринку.

«Ми витрачаємо на оформлення документів 4-5% від вартості машини посадкового матеріалу. Начебто це небагато, проте ми стаємо на 4-5% менш конкурентними, порівняно із вартістю посадкового матеріалу в Європі. У нас сертифікат походження коштує в середньому 150-200 євро. Бельгійський сертифікат походження коштує 40 євро. У нас вартість брокерського оформлення митної компанії в середньому коштує 150-200 євро. Не знаю, скільки ця процедура коштує, проте мені здається, що там настільки проста процедура, що там не звертаються до брокерів. В Білорусі це коштує в два рази дешевше, будь-яку машину можна оформити до 100 доларів».

Відповідно це все витрати виробника». – Станіслав Донцов, виконавчий директор Асоціації рослинної індустрії

- Обмеження в можливостях транспортування рослин на нові перспективні ринки. Серед можливостей експорту українські виробники декоративної продукції розглядають ринки країн Кавказу і Середньої Азії, оскільки там є попит на цю продукцію, яку, за їхніми оцінками, не задовольняє внутрішнє виробництво у цих країнах. Перешкодою вони вбачають відсутність налагоджених та зручних шляхів транспортування, адже транспортування через Росію останніми роками стало ускладненим.

«Ми мали досвід експорту до Грузії. Там відкривали мережу магазинів схожу на наш Епіцентр, і ми мали поставляти рослини. У нас виникли проблеми із логістикою, через Росію вантажівку не пустили, паромом було ненадійно відправляти. Вся продукція прийшла зав'яла». – Андрій Погребний, директор розсадника Гарді

- Невідповідність кліматичних зон із Західною Європою, де зима закінчується раніше, тому висаджування рослин теж починається раніше, в той час як в Україні у зв'язку з довгою зимою висаджування, а відповідно і продаж цих же рослин, відбувається значно пізніше.

«Ми можемо вирощувати якісні рослини, проте у нас інша сезонність. Ми викопуємо рослини на продаж набагато пізніше. У садовому центрі, куди ми б хотіли поставляти рослини, уже їх продають, а у нас тут ще сніг лежить». – представник одного з розсадників

7.1.4. Перспективи для експорту декоративних рослин

Експерти говорять, що українську продукцію декоративного рослинництва можна було б транспортувати в Білорусь, до країн Кавказу, наприклад Грузію, у країни Середньої Азії, наприклад, Узбекистан.

«Давайте будемо реалістами, на сьогодні Україна може продавати рослини на менш розвинені, порівняно з нами ринки. Тут можна прослідкувати логічний ланцюжок: якщо ринок більш розвинений, більша конкуренція, більше виробництва, і нам важко туди щось запропонувати. Можуть бути якісь виключення: напівфабрикати, наприклад. Я говорю про Корнеліс, який продає прищепу для троянд.

Декоплант регулярно продає свої троянди та посадковий матеріал». – Станіслав Донцов, виконавчий директор Асоціації рослинної індустрії

Деякі категорії, наприклад кущі, які в Україні навчилися вирощувати належної якості, можна транспортувати до скандинавських країн.

«У скандинавських країнах взагалі розсадників мало, тому що там клімат дуже жорсткий, перепади температур. Тому зараз ці країни купують велику кількість у Німеччині, Нідерландах, Бельгії, Польщі. Ми б теж, як і ці країни, могли поставляти туди продукцію розсадників». – Сергій Довгопол, засновник розсадника Біосфера-Л

При цьому експорт продукції може стати можливим лише за умови розвитку ринку, нарощення об'ємів продукції, підвищення її якості та налагодження партнерства з потенційними покупцями продукції.

7.2. Категорії експорту зрізаних квітів

Якщо говорити про зрізані квіти, Україна найбільше експортує зрізані троянди, і дуже незначні об'єми інших квітів (0,5%) від усього експорту зрізаних квітів.

7.2.1. Сильні сторони української продукції

Українські троянди вирощуються достатньо великим об'ємом і у промислових теплицях, обладнаних за останнім словом техніки. Це дозволяє вирощувати квіти досить високою якості. Як оцінюють експерти, наші квіти є найякіснішими у регіоні Україна-Молдова, Білорусь, Вірменія, Азербайджан, Грузія.

«Асканія-Флора та Камелія вже вирощують троянди високої якості. Вони використовують найсучасніші технології: лед-освітлення, нові технології опалення, нові технології вирощування. Майже як в Нідерландах». – експерт з Нідерландів, постачальник продукції декоративного рослинництва

Українські виробники троянд виробляють квіти і в достатньому об'ємі.

«В нас дуже багато нагород по різних сортах за рекордні світові врожаї, які ніхто ще не зміг побити наш рекорд і, думаю, не зможе це зробити. Це сертифікат за рекордний врожай по тому чи іншому сорту. Я думаю, що ми могли би ще багато інших отримати». – представник українського виробника зрізаних троянд

На українських виробництвах у великих компаніях як Асканія-Флора та Камелія є достатньо сильні агрономи.

«Якщо говорити про агрономів, я можу сказати, що наші спеціалісти достатньо сильні» – представник українського виробника зрізаних троянд

7.2.2. Слабкі сторони української продукції

Експерти називають такі недоліки української троянди на зріз:

- Українська троянда має вищу собівартість, оскільки технологія вирощування в теплиці передбачає клімат-контроль: підігрів, охолодження, досвічування, затінення. Також порівняно з Кенією, звідки в основному імпортують зрізану троянду в Україні робоча сила коштує дорожче:

«Якщо говорити про зимовий період, тобто з середини осені до середини весни, наші спеціалісти мають витратити на виробництво більше, тому що потрібно опалювати теплиці і використовувати освітлення, оскільки сонця практично немає. У таких країнах, як Колумбія, які знаходяться на екваторі сонце круглий рік». – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

- Українська троянда гірша за якістю у порівнянні з кенійською та іншими трояндами за рахунок того, що у нашому кліматі троянди набагато важче виростити із відповідними якостями.

«Дуже невеликий показник vase life української троянди, всього декілька днів. У кенійської троянди цей показник від тижня до двох тижнів. Це пов'язано з кліматом – висота над рівнем моря має бути 1500 метрів для сприятливого розвитку троянди. У теплицях на екваторі дуже тепло, там температура 30°C і висока і вологість. Вночі через велику висоту над рівнем моря може бути досить прохолодно, 10°C. Такий клімат дозволяє стеблу вирости більше та товстіше до того моменту, як почне розпускатись бутон». – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

- Неможливість збільшити якість троянд за рахунок використання більшої кількості стимуляторів росту та інших препаратів, оскільки це збільшує вартість троянд, відповідно, їх буде важче продати на внутрішньому ринку. Як писалось вище, троянди на експорт і для продажу вирощуються в одних теплицях, і лівова частка

троянд продається в Україні. Якщо збільшити собівартість вирощування, такі троянди втратять покупця.

- Витрати на транспортування та придбання необхідної документації дуже збільшують вартість троянди, що робить її набагато менше конкурентоспроможною або робить експорт менш рентабельним, порівняно із продажем в Україні.

«Для нас цікаво продавати троянди в Україні. Експорт – це досить дорогий канал збуту. Це і митні платежі, і витрати на доставку та збут. Цього всього в Україні немає. Обіг цього товару в Україні значно вищий та і це набагато легше зі сторони логістики. Було б не правильно кудись везти товар, нести додаткові витрати та ускладнювати собі роботу». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

7.2.3. Перспективи експорту зрізаних квітів

На даний момент експортувати зрізані троянди економічно не вигідно, оскільки вони не можуть конкурувати за ціною і якістю з кенійським та колумбійськими квітами. Інші квіти в Україні не вирощуються у промислових масштабах, тому не можуть експортуватись.

8. Проблеми імпортерів декоративних рослин та зрізаних квітів

Більша частина імпортерів стикались із серйозними проблемами у процесі імпорту рослин. Під час інтерв'ю називали такі проблеми:

- Часті затримки на митниці, не дивлячись на короткий термін зберігання рослинної продукції. В законі немає поняття «товар, що швидко псується», тому термін перевірки не обмежений. Окрім того, дуже дорого купувати усі необхідні сертифікати, значно підвищує вартість товару сплата ПДВ

«На митниці наші проблеми пов'язані не з митницею, а з кордоном. На кордоні для нас критична швидкість проходження черги. Ми працюємо за абсолютно налагодженим маршрутом, налагодженою схемою. Стандартний графік із стандартним в'їздом та виїздом машини до партнерів і до нас від партнерів. Настільки вже налагоджена процедура, що нас нічого іншого не засмучує. Заплатив податки і спи спокійно». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії**

Украфлора

- Високі митні платежі впливають на підвищення ціни для кінцевого споживача.
- Проходження митниці пов'язане зі складнощами ввезення продукції в Україну. Відомо про 4 ключові логістичні компанії, які займаються імпортом квіткової та декоративної продукції. Враховуючи об'єми ринку, таких компаній мало б бути більше, тому можна припустити, що ці компанії використовують неконкурентні методи для забезпечення своєї частки ринку.

Деякі респонденти говорили про збільшення конкуренції на ринку, пов'язане із тим, що більше компаній-імпортерів з'являються на ринку, особливо в сегменті посадкового матеріалу, який є повністю імпортозалежним.

«Зараз стало складніше у тому плані, що все більше компаній виходить на український ринок, тому вже є достатньо висока конкуренція». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового**

інтернет-магазину Плантаріум

- Складності із збереженням свіжості рослин в умовах досить тривалої доставки та в сучасних вимогах до транспортування, наприклад, квіти пакуються щільно у коробки без води:

«Кожен думає, що він найважливіша персона в ланці. У кожного є прибуток в ланці, навіть якщо вони не виробляють ніякої цінності. Цей ланцюжок дистрибуції з багатьох ланок робить квіти для

кінцевого споживача більш дорогими та менш свіжими. Я особисто хочу дати покупцеві найкраще, впевнитись, що він прийде за квітами наступного тижня чи за тиждень чи за місяць. Раніше, коли митні тарифи були нормальними, ми перевозили квіти в корзинах у воді. Це означало, що квіти поставили в кошик виробники, далі кошик поставили на грузовик, грузовик їде в Київ, більше ніхто не торкається цих квітів. Квіти були чудові. Коли квіти в корзинах, повітря може добре циркулювати. Зараз платять мито за коробку, вони жмакають квіти, щоб побільше їх запакувати в коробку. Це псує квіти. Квіти в результаті сухі. Деякі квіти не можна експортувати без води». –

імпортер декоративних рослин

- Окремою проблемою є нелегальний імпорт квітів та декоративних рослин. В переважній більшості випадків маються на увазі сірі схеми, коли занижується або вартість рослин, або їхній об'єм. Доля нелегально ввезеного товару відрізняється в залежності від категорії. Наприклад, різними оцінками нелегально імпортується від 10% до 50% зрізаних квітів. На думку експертів, біля 60% посадкового матеріалу завозиться за сірими схемами. Більшість експертів зійшлися на припущенні, що частка нелегальної продукції у сегменті декоративних рослин незначна. Повністю нелегально можна завозити тільки маленькі партії товару. Проблема з нелегальним імпортом полягає в тому, що це створює недобросовісну конкуренцію, ставить в нерівні умови. Це впливає на ринок в цілому та перешкоджає прозорій політиці ціноутворення: компанії-імпортери, які працюють з легальним імпортом, не можуть конкурувати по ціні з компаніями, які завозять продукцію нелегально, в останньому випадку продукція коштує набагато дешевше. Щоб запобігти нелегальному імпорту і відповідно недобросовісній конкуренції, що викликає цей нелегальний імпорт, порядок проходження кордону імпортованими вантажами, на думку всіх експертів, необхідно контролювати на державному рівні.
- Дефіцит кадрів. Імпортери повідомляють, що є проблема з пошуком працівників для роботи у рослинному бізнесі, що пов'язано із відтоком кадрів за кордон.

«Ще однією нашою проблемою є відтік кадрів. Проте я думаю, це скрізь так, зараз знайти людей на роботу в принципі неможливо, з причини того, що усі, хто хоч щось міг робити, виїхали за кордон». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину**

Плантаріум

- Деякі респонденти говорили про збільшення конкуренції на ринку, пов'язане із тим, що більше компаній-імпортерів з'являються на ринку посадкового матеріалу.
- *«Зараз стало складніше, в тому плані, що все більше компаній виходять на Український ринок, тому конкуренція досить велика є вже і зараз».* – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

Деякі представники українських компаній, що займаються імпортом декоративних рослин, зрізаних квітів, квітів у горщиках та посадкового матеріалу, не бачать проблем у процесі імпорту продукції. вони, як правило, вже давно ведуть свій бізнес тому знають всі особливості імпорту.

На думку тих, хто вважає, що проблем у імпортерів немає, головна умова успішного імпортування посадкового матеріалу – правильно оформлені документи.

«Треба правильно оформляти всі документи, щоб не було ніяких затримок. Тому що, якщо якогось документу бракує, митниця не може розмитнити. Або якийсь документ неправильно складений, оформлений з помилками. Ми слідкуємо обов'язково, щоби наші постачальники відправляли документи до нас на перевірку, ми перевіряємо чи все там правильно, все вказано. Які необхідні вимоги нашої митниці ми знаємо, хоча вони час від часу змінюються. Через це ми ввели таке правило, що наші постачальники відправляють нам документи перед відправкою на апробацію, ми кажемо: так, все нормально, можете відправляти. Вони нам тоді відправляють вантаж. У нас труднощів не виникає. Потрібні такі документи: інвойс, пакувальний лист, свідоцтво якості, фітосанітарний сертифікат, експортна декларація відправника». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

Перевірка на кордоні, на їх думку, також є нескладною, за словами одного з імпортерів, на кордоні просто перевіряють, чи не заражений вантаж шкідниками та хворобами.

«Фітокарантинна служба перевіряє матеріал, чи немає збудників хвороб або шкідників. Якщо все нормально, то проблем немає. На кордоні відбираються зразки, це первинний огляд. Але коли їде велика вантажівка, вони не мають можливості все перевірити. І потім при розмитненні робиться другий огляд карантинною службою, яка відбирає знову зразки, перевіряє і видає свій документ, якщо все правильно. Для того, щоб було все правильно, треба, щоб наш постачальник відправив якісний матеріал, без збудників хвороб і без шкідників. І тоді проблем ніяких. Ну, якщо матеріал поганий, інфікований, заражений якимись чи шкідниками чи хворобами, то карантинна служба не

видає документу, а без цього документу митники не можуть оформити вантаж і ми не можемо розмитнити». – Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)

9. Перспективи розвитку

У розділі описано, які є тенденції розвитку ринку зараз, і які прогнози у експертів щодо подальшого розвитку, і що можна зробити, щоб сприяти розвитку ринку. В розділі описані і ринок загалом і тенденції та прогнози для кожної окремої категорії.

9.1. Тенденції розвитку протягом останніх років

Спільні тенденції на ринку квітів та декоративних рослин.

Після загального зниження попиту на ринку у 2014 році, наразі експерти відмічають поступове його зростання, але все ж не до рівня 2013 – початку 2014 року.

«В нас збільшується кількість клієнтів, збільшується попит. Я переїхав на це місце, мав півтора гектара, за 5 років я додав іще 3 гектара. Якщо продається, значить збільшується попит». – представник одного з розсадників

«Зараз ринок зменшився в рази, порівняно з 2013 роком. Якщо у 2013 в середньому до 8 березня за два тижні завозили більше 70 машин, зараз це третина від того обсягу». – представник компанії-перевізника декоративних рослин

Одна з причин неможливості відновити продажі 2013 року – втрата територій, покупці у перерахунку на одну особу більше витратити на квіти та рослини не стали. Це в свою чергу, також спричинило незворотні зміни у географії дистрибуції та виробництва рослин: закриття виробництва та обмежена можливість для дистрибуції в Криму та на території окупованих Донецької та Луганської областей.

- Деякі компанії не витримали кризи на ринку у 2014 році, тому були змушені закрити бізнес, в основному це були невеликі компанії. За оцінкою одного з експертів таких компаній було не більше 10%.
- Компанії-лідери ринку почали працювати з новими для себе регіонами, щоб продовжувати нарощення об'ємів продаж. Вони також докладають зусиль, щоб збільшити власну клієнтську базу, тому конкуренція в усіх секторах зростає.

«У компанії є зріст, проте це не за рахунок росту економіки у країні і не за рахунок збільшення споживацької активності. Це тільки за рахунок того, що ми поширюємо активність на нові території та на нових клієнтів». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Укرافлора**

Об'єми продажів **посадкового матеріалу**, за оцінкою учасників ринку, в цілому зростають, швидше за все за рахунок роздрібних продажів. Виняток – B2B ринок розсади. Зокрема, розсада троянд не зростає, тому що у наявних виробників обмежена площа теплиць і вони не потребують більше розсади, а нових виробників троянд не з'являється оскільки ринок і так перенасичений. Об'єми імпорту розсади квітів також не зростають, бо імпортована розсада дорога, тому виробники вирощують розсаду з насіння самостійно.

«Ринок трішки зростає. Важко мені сказати, як в інших, але у нас росте - трохи мігрують клієнти від інших до нас (я на це дуже сподіваюся), дещо зростає об'єм ринку. Ринок цибулин тюльпанів зростає, ринок насіння квітів теж зростає. Розсада не дуже, тому що вона голландська і дорога. В нас люди намагаються самі вирощувати розсаду з насіння». – **Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)**

«Я можу говорити тільки про нас. Тому що ми кожний рік ростемо десь на 30-40% , проте ми молода компанія і ми достатньо багато зусиль докладаємо для завоювання ринку». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум**

Внутрішнє виробництво **зрізаних квітів** залишалось стабільним протягом останніх років, на його об'єми здебільшого впливали погодні умови та урожайність, сама ж площа виробництва залишалась незмінною.

«Ми маємо 22,3 гектари троянд. Ми отримуємо з них врожай. Врожайність може змінюватись чи за рахунок погодних умов, хоча середня температура протягом року стабільна, чи за рахунок сортових особливостей. Ми можемо від якогось сорту відмовитись і посадити більш врожайний сорт. Це трошки вплине на кількість зрізаних квітів. Проте в цілому все одно у нас стабільна кількість троянд». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

Структура імпорту зрізаних квітів, як і в цілому квітів та декоративних рослин, змінюється: магазини та навіть флористичні компанії відмовляються від послуг імпортерів та переходять на прямі закупки – замовляють квіти на аукціонах в Нідерландах, сплачують самостійно за продукцію і замовляють послугу доставки у

логістичної компанії. Це допомагає отримати необхідну кількість квітів та скоротити час до покупки квітів (квіти не зберігаються у імпортера).

Відмічається розвиток внутрішнього виробництва деяких категорій рослин та квітів. Починають з'являтися молоді компанії-виробники квітів на зріз, невеликі компанії починають збільшувати площі виробництва, що може свідчити про наявність попиту на продукцію даної категорії.

«Можна говорити про компанію в Бердичіві ТОВ Факт, це досить молода компанія на ринку, їй 2 чи максимум 3 роки. Компанія Роздол також збільшила площу на гектар минулого року. Це факти, які говорять про те, що ринок стабілізується і починає потроху відновлюватись». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

Особливою увагою українських виробників користуються шипшина, еустома, хризантеми тощо. Їхня якість безумовно відрізняється від імпортованої, але ці квіти користуються популярністю у флористів, бо це може допомогти знизити ціну на букет. Експерти відмічають зміни у вподобаннях покупців та зміни у їхній стратегії здійснення вибору. Попит на продукцію дорогої цінової категорії так і не відновився, після зниження:

- У розсадниках відмічають низький попит на рослини дорогої цінової категорії, в той час як попит на продукцію дешевшої цінової категорії збільшується. Відтак, у розсадниках збільшується частка вітчизняної продукції, та зменшується частка імпорту. Експерти пов'язують цю тенденцію з двома факторами: зменшенням купівельної спроможності населення та з тим, що все більше розвивається українське виробництво.

«Ринок дешевшає. Тобто, якщо раніше люди були готові платити по 2-3 тисячі євро за дорослу тую чи якесь інше дерево, тому що вони хотіли мати зразу доросле дерево. От купила людина собі, дім, ділянку і він хоче післязавтра мати дорослий садок. Зараз таких випадків немає. Зараз олігархи побіднішали, чи не модно показувати своє багатство, і вони вже кажуть так: ми купимо дешево, ми почекаємо 2-3 роки, воно виросте». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант**

«Є тенденція, яку я точно можу відмітити, це купувати більше українського матеріалу. На це є багато причин». – **представник одного з розсадників**

В зв'язку з цим, розсадники та садові центри частіше пропонують покупцям платежі з відстрочкою. Часто повну оплату розсадник отримує тільки через декілька місяців. Раніше клієнти розпачувались відразу при покупці.

«Раніше було так: приїхали багаті люди з мішком грошей, дали передплату і ти працюєш. Зараз усі платять лише за 2 місяці і всі копійки рахують і знають, хто де знаходиться, у кого дешевше товар. Тому доводиться працювати на довірі, потрібно знаходити та приваблювати клієнтів». – **представник одного з розсадників**

- Більшим попитом стали користуватись зрізані троянди довжиною 50-70 см, тоді як раніше перевага надавалась довгим квітам від 90 см. Нижчі троянди, по перше, дешевші, по друге легші у транспортуванні, а, по третє, можуть довше простояти у вазі. В цілому прослідковується тенденція, що при покупці вирішальну роль відіграє ціна, навіть, якщо дешевші квіти означають нижчу якість.

«Люди вже починають менше купувати ці метрові троянди, 90 сантиметрові троянди. Вони ще залишаються у продажі, проте їх процент у продажі, порівняно із трояндами від 50 до 70 сантиметрів уже незначний». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

«Ми продаємо квіти невеликого розміру, як вимагає ринок. Їх купують практично усі клієнти, це дешева квітка. Якщо маленька голова квітки, маленькі бутони, квітка легше переносить транспортування. Така квітка довше стоїть, менше псується. Відповідно менше витрат, пов'язаних з тим, що доведеться викидати зіпсовані квіти». – **Віктор Ткачук, компанія Долина, імпортер зрізаних квітів**

Учасники ринку не відмічають значного росту попиту на **рослини в горщиках**, оскільки це імпортований, а відтак, дорогий товар. Експерти говорять про невеликий ріст порівняно з 2014 роком проте об'єм продажів все одно в рази менший, ніж у 2013.

«На жаль, зараз ринок знаходиться у глибокому застої, якщо ми говоримо про кімнатні квіти». – **Тетяна Портфилова, керівник відділу продажів кімнатних рослин**

В умовах високої конкуренції магазини та дистриб'ютори кімнатних та інших рослин в горщиках змушені зменшити власну маржу.

- Зростає рівень обізнаності та вибагливості покупців, смаки українського покупця наближаються до європейських. З відкриттям кордонів, українці почали дедалі більше подорожувати до Європи. Покупці мають чіткіші та вищі вимоги до рослин,

тому важко продавати продукцію низької якості, покупці вимагають якісну продукцію, широкий асортимент. Зокрема, про таку вибагливість покупців згадували представники садових центрів, виробників квітів на зріз та посадкового матеріалу.

«Якщо раніше Україна і усі пост-радянські країни відставали від європейської моди роки на 3, то зараз це змінилось. Зараз українці їздять до Європи завдяки тому, що відкрили кордони, кругозір людей розширюється, вони бачать більше, і зростають їх вимоги до кількості та якості рослин. Завдяки тому, що ми наблизились до Європи, якщо у них з'явилась нова квітка, наприклад, на зимовій виставці, це значить, що протягом року ця квітка з'явиться в Україні». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

- З'явилась нова категорія покупців, які ставляться до декоративних рослин, а зокрема, кімнатних квітів як до елемента дизайну, а не купують їх емоційно, як це було раніше. Це в основному молоде покоління покупців. Вони, як правило, йдуть до магазину із чітким уявленням про те, яка квітка в якому горщику краще пасуватиме до інтер'єру. За оцінкою директора мережі садових центрів таких покупців зараз біля 10%.

«З'явилося багато клієнтів молодого віку, для який квітка – дизайнерський об'єкт. Вони багато інформації беруть з інтернету. Вони розуміються на горщиках, знають який зараз дизайн модний. Тому рослину обирають за своїми параметрами: зовнішній вигляд, догляд, стильність. Це нова категорія покупців, раніше таких не було. Вони чітко розуміють чого хочуть візуально, не емоційно». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

Учасники ринку також відмічають деякі зміни в асортименті товарів:

- У розсадниках збільшують частку декоративних рослин в контейнерах, оскільки це зручніше для транспортування і дозволяє продавати рослини протягом всього сезону.

«Чому ми це робимо [збільшуємо частку рослин в контейнерах]? По-перше, наші рослини можна купити круглий сезон, поки земля не замерзла. Наші рослини легко транспортувати. 98% рослин ми вирощуємо у м'яких сумках для того, щоб у транспорті не псувати контейнерами стовбури дерев. У нас є посадки молодих дерев в ґрунті, проте скоріше за все з ґрунту ми будемо продавати зовсім мало, все одно будемо наші рослини пересаджувати сумки і далі в такому вигляді їх продавати». – **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

- Хоча і зараз основу асортименту розсадників складають хвойні дерева і кущі, в асортименті збільшується частка листяних дерев.

«Я зараз бачу, що більше акцент на листяні дерева, хоча раніше більше був акцент на хвойні». – представник одного з розсадників

- Розсадники збагачують свій асортимент та дещо його оновлюють неквапливими темпами. Починають вирощувати теплолюбні рослини, які раніше не вирощувались в нашому кліматі, але із зміною клімату почали адаптуватись до умов нашої країни. Наприклад, магнолії різних сортів. Деякі експерти відмічають ріст попиту на карликові дерева, що пов'язано з тим, що озелененню підлягають дедалі менші ділянки за площею, де потрібні менші форми рослин.
- В асортименті квітів у горщиках збільшується частка декоративних зелених рослин, хоча квіткова група все ще більш популярна.

«Зараз почали більше уваги звертати на зелені рослини. Квітучі рослини все одно займають більший об'єм продажів, проте гарні зелені протягом довгого періоду рослини, з яскравим листям, почали краще продаватись. Почали до них знову вертатись, мабуть усвідомили, що постійно квітка не буде цвісти, а гарна картинка [зеленої рослини] – це релакс». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

- Популярний фаленопсис, який раніше сприймався як дорога та елітна квітка, наразі доступний у різних цінових категоріях. Збільшилась пропозиція цієї квітки у горщику у сегментах «середній» чи навіть «середній мінус».

«Три-чотири роки тому усі надавали перевагу орхідеям. Зараз фаленопсису стало настільки багато, він став настільки дешевим, що перемістився з сегменту середній плюс до середнього, іноді навіть це середній мінус сегмент». – **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

- Виробники продукції та дистриб'ютори більше уваги приділяють просуванню та представленню рослин у горщиках: цікава приваблива упаковка, оригінальні горщики, оформлення вітрин для кімнатних рослин.

«На виставках нас цікавлять нові викладки рослин, нові горщики». – **Ірина Малахова, компанія Дуомекс, імпортер декоративних рослин**

Виробники та імпортери **зрізаних квітів** також намагаються відповідати потребам ринку: оновлюють асортимент (але в об'ємі не більше ніж 10%), вкладають кошти у

привабливі упаковки квітів. Серед останніх новинок популярністю користуються півонієвидні троянди.

«Змінюється пакування квітів. З'являються нові тренди, це свого роду фешн. Змінюється антураж: матовий, блискучий, блистки, паєтки, оксамит. Ми слідкуємо за новинками, цілодобово вишукуємо інформацію про них». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

Учасники ринку відмічають деякі зміни в дистрибуції рослин майже для всіх секторів ринку, крім розсадників декоративних рослин. Останнім часом не закладаються ні нові розсадники, ні нові садові центри, а якщо і закладаються, то дуже незначних розмірів. Існуючі розсадники розширюються та модернізуються.

«Не з'явився ні один новий розсадник. Садові центри якщо з'явилися, то якісь маленькі, в формі кіосків, навколо яких 15-20 соток землі, це в кращому випадку. Масштабних таких садових центрів не з'явилось, як Єва, наприклад». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

В той же час респонденти відмічають, що на стихійних ринках декоративні рослини стали купуватись менше і все частіше покупці звертаються до професійних пунктів продажу. Це сприяє тому, що частка мережевих магазинів та садових центрів як каналу продажів декоративних рослин зростає.

«Ринок стає більш цивілізованим. Раніше було багато стихійних ринків, стихійної торгівлі на вулиці, на трасі.. Зараз більше і більше саджанців з'являється в садових центрах, садові центри з'являються при супермаркетах. Гарний приклад Епіцентр, який розбудував мережу своїх садових центрів практично біля кожного магазину У 2008-2009 році, коли ця продукція лише починала там з'являтися, люди її купували спонтанно. Побачив в Епіцентрі і каже: ой, а я не знав, тут саджанці, я візьму. Зараз люди вже ходять в супермаркети цілеспрямовано, щоб купити саджанці, бо вони знають, що вони там будуть». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант**

Прослідковується тенденція стрімкого зростання продажів продукції рослинництва через інтернет-магазини, кількість яких зростає, особливо, коли мова йде про посадковий матеріал та зрізані квіти. Це в свою чергу збільшує конкуренцію в сфері інтернет-торгівлі.

«Дуже багато з'явилось нових маленьких імпортерів, маленьких інтернет-магазинів, тобто ринок стрімко розвивається. Ми бачимо, що дуже багато продукції завозять, це протягом останніх півтора року відбулось, я так зрозумів, що легше стало імпортувати. Окрім того, з'явилися

інструменти для розвитку, яких раніше не було, наприклад, інтернет-майданчики, інтернет-сайти, аналітика, компанії, що займаються просуванням в інтернеті». – Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум

Деякі експерти відмічають, що інфраструктура для продажу та вирощування посадкового матеріалу розвивається: горщики, добрива, пестициди для квітів.

Але це правдиво для посадкового матеріалу. Представники інших секторів ринку, навпаки, говорили про нестачу відповідної продукції. Наприклад, компанія Сингента, одна зі світових компаній-лідерів, в Україні зосередила свою діяльність на сільськогосподарських культурах та не вкладає кошти у розвиток ринку декоративних рослин та квітів в Україні.

9.2. Прогноз на майбутнє

Загалом ринок декоративних рослин можна назвати перспективним і рентабельним сектором, який здатний приносити власникам високі прибутки.

«Якщо поррахувати просто там бумажкою і калькулятором, як мені казав колись один олігарх, нафтобізнес відпочиває. Рослина кожен рік додає 50% вартості своєї, чи 100% вартості». –

Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»

Більшість експертів прогнозує ріст та розвиток ринку, розвиток розсадників та садових центрів.

«Перспективи я бачу чудові, я поясню свою думку. Важко іти проти природніх процесів. Проста математика: населення України на сьогодні це десь 40 мільйонів жителів. Беремо наших 100 мільйонів ринку, ділимо на 40 мільйонів людей. Виходить, у середньому на одного жителя витрачається 2 євро 50 центів. Якщо в місяць це 18 центів. Якщо ми переведемо ці гроші в гривню за курсом, вийде, що кожна людина витрачає 6-7 гривень на зелені насадження. Ви за ці гроші навіть чашку кави не купите. Це означає, що потенціал росту великий. Ми хочемо цього чи ні. Це добра новина для виробників рослин, які нарощують своє виробництво. З'явився другий розсадник Наталіс, який має бути 40 гектарним розсадником, до цього в них було лише 6 гектарів. Єва нарощує своє виробництво. Вони нарощують своє виробництво. Якщо порівняти з Європою, там цифри у бідних країнах вимірюються десятками євро, у багатих країнах сотнями. Тобто ми маємо потенціал росту на порядки, не просто на якісь 10-15%. Для того, щоб ріс ринок необхідно робити те, що ми робимо, до цього слід додати стабілізацію макроекономічної ситуації». – **Станіслав Донцов, виконавчий директор Асоціації рослинної індустрії**

На думку експертів, будуть зростати також ринки посадкового матеріалу, квітів в горщиках та зрізаних квітів.

Також, на думку респондентів, буде розвиватись дистрибуція у всіх секторах ринку декоративних рослин та зрізаних квітів. Передбачають зменшення кількості кіосків, збільшення кількості продажі у магазинах, появу мереж магазинів.

«Якщо орієнтуватись на Європу, навіть на великі міста Росії, як Москва, які нас трохи випереджають за розвитком бізнесу, ринок має рости. Окрім росту, ринок має ставати більш цивілізованим. Ми вже декілька років чекаємо появи формату гарних магазинів, садових центрів так званого європейського формату». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

Буде подальший розвиток продаж квітів та декоративних рослин через інтернет, який відбувається вже зараз, і буде відбуватись іще більшими темпами.

«Для нас це проект №1 – онлайн робота з нашою групою товарів. Це якраз те, що я бачу в майбутньому щодо роботи в національному масштабі. Тобто не відкривати магазини в кожному магазині, а якісний інтернет-ресурс та якісна логістика». – **Альона Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора**

Декоративні рослини

Експерти очікують, що практика озеленень міст та містечок продовжить набирати популярності, здебільшого завдяки впровадженню практики обов'язкових зелених насаджень разом з побудовою нових споруд, та озелененням приватних присадибних ділянок. Озеленення ділянок буде більш правильним і продуманим.

«Зелені рекреаційні зони підчас планування житлових масивів будуть закладатись більш правильно: гарно і на довгі роки. Є де вчитись, є багато хороших українських ландшафтних дизайнерів, які готові це робити, оскільки можуть і хочуть це робити». – **Тарас Фесенко, представник садово-ландшафтного центру «Версаль»**

Посадковий матеріал

Прогнозують зростання якості посадкового матеріалу за рахунок того, що ринок буде рости і буде завозитись чи вироблятись більше посадкового матеріалу, відповідно буде більш механізоване виробництво.

Експерти вважають, що буде зростати кількість виробників та імпортерів, збільшуватись асортимент на ринку.

«Ринок настільки ненасичений, ще є куди рости. Є люди, які не біжать за кордон на заробітки, у нас усім є де працювати». – **Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину**

Плантаріум

Квіти у горщиках

- Передбачають зміни в асортименті, а саме:
 - Більшу популярність квітів, які потребують мінімального догляду, наприклад сукулентів.

«Наші люди стають більш лінивими, тому що знову в моду входять сукулентні рослини, за якими мінімальний догляд. Наприклад, наша молодь: вони починають на все дивитись по-європейськи. Тобто сьогодні у мене росте цей фікус, завтра йому стало не зовсім добре, я його трошки підгодувала, проте якщо йому зовсім погано, завтра я куплю новий. Я його поставлю і у мене буде гарно. Раніше, років п'ять – вісім тому, цей фікус рятували, поки там уже не було на що глянути».

– **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

- Більшу популярність так званих «зелених стін».

«Окрім цих горщиків з'явилися зелені стіни, які зараз дуже популярні. Тобто у поєднанні із мохом іде вертикальне озеленення та крапельний полив. Багато офісних працівників цим зацікавилися. Вони періодично змінюють рослини, проте вони пам'ятають, що у них завжди гарна і зелена стіна».

– **Сніжана Однорог, керівник Садового центру торгівельної мережі Епіцентр**

Зрізані квіти

Експерти прогнозують розвиток місцевого виробництва тих видів квітів, які іще не вирощуються у промислових масштабах. Насамперед перспективними для вирощування в Україні є види, які можуть рости без додаткового підігріву взимку. Так, не вистачає на ринку місцевої гортензії, яку дуже важко імпортувати. Експерти говорять, що ці квіти досить важко транспортувати, їх досить легко вирощувати в Україні, і було би більш економічно доцільно вирощувати їх в Україні.

«З гортензією найбільша проблема це транспортування з Нідерландів до України. Тому що одна фура може перевезти тільки десь 3 тисячі гортензій. І це набагато дешевше вирощувати їх в Україні, проте ніхто цього не робить. Гортензію достатньо просто вирощувати, вона потребує невеликої кількості електроенергії. Отже, просто потрібна теплиця де посаджена гортензія, за декілька років з'являться квіти. Може, це задовго, проте я думаю, в майбутньому це станеться, так само як це сталося з тюльпанами. Є інші опції, але це залежить від теплиць та від наявної техніки. Можна ще вирощувати хризантеми, орхідеї». – **експерт з Нідерландів, постачальник продукції декоративного рослинництва**

Загалом перспективним буде промислове вирощування майже будь-яких квітів, окрім троянд, якими ринок вже перенасичений. Хоча, з іншого боку представники роздрібних магазинів у виробництві троянд вбачають монополію, яка проявляється у тому, що 4 великих виробники фактично діють спільно. Представники виробників троянд з цієї

думкою категорично не згодні. На думку представника, у кожного свій прайс-лист, свої умови продажу та різні сорти. Хоча є багато сортів, які дублюються у різних виробників, це зовсім інша квітка, зовсім інша якість. На думку експерта, такі чутки виникають через те, що витратна частина приблизно однакова, оскільки знаходимось в одній кліматичній зоні. Оскільки затратна частина однакова, то однакова і ціна. Різні навіть групи клієнтів. Ціни на троянду досить високі, оскільки ціна включає витрати на обігрів зимою, ці витрати розбиті на рік. Ті, хто думають, що троянду можна вирощувати дешевше, цього не враховують.

«Усі квіти перспективні, у нас немає нічого, окрім троянд. І навіть троянди представлені чотирма великими комбінатами, які диктують свої умови». – **Руслан Єрмоєнко, власник квіткових магазину Галерея квітів Теріка, власник невеликого виробництва еустом**

Відповідно буде змінюватись співвідношення імпортованої та вітчизняної продукції на вітчизняному ринку в сторону збільшення долі вітчизняної продукції.

«Курс долара росте, імпортна троянда дорожчає, тому вона стає менш конкурентоздатною. Це перше. Друге, в умовах нестабільності курсу є страх робити попереднє замовлення імпортної продукції, тому що не знають, що буде за 10 днів чи за два тижні, коли квітка прибуде. Тому я думаю, кількість імпортної троянди напряму залежить від ціни на українську квітку. Якщо усі виробники опустять ціну, імпортної троянди буде менше». – **представник українського виробника зрізаних троянд**

9.3. Що може стимулювати ринок/ можлива допомога держави

У розділі систематизовані думки експертів, які висловили свою думку щодо того, яким чином можна вплинути на розвиток ринку декоративних рослин та зрізаних квітів.

Багато власників розсадників дуже скептично ставляться до можливої державної допомоги у розвитку галузі декоративного рослинництва, це викликано великою корумпованістю сфер, які пов'язані із декоративним рослинництвом: відділів, які відповідають за озеленення міст та митних органів. Були проблеми із Міністерством агрополітики, яке ініціювало прийняття закону, що мав регулювати діяльність розсадників через самовільні перевірки асортименту продукції, яку продає розсадник.

«Намагались зробити закон про регулювання ринку декоративних рослин. Там були прописані дивні норми. Цей закон не пропонував нічого, окрім щорічного контролю. Інспектор Міністерства аграрної політики України мав прийти до нас на розсадник, відповідно до його суб'єктивних вподобань ходити по розсаднику і робити якісь заключення. По-моєму, ідеальна схема для корупції».

– **Станіслав Донцов, виконавчий директор Асоціації рослинної індустрії**

Ті експерти, які вірять у можливість участі держави у розвитку ринку декоративних рослин та зрізаних квітів, називали такі можливі кроки, які б могла здійснити держава, для розвитку ринку зрізаних квітів:

- Зниження ввізних мит на продукцію, яка потрібна для діяльності розсадників та ландшафтних архітекторів, адже це дуже залежна від імпорту галузь, високі мита роблять продукцію декоративного рослинництва дорожчою і менш доступною.
- Обмеження можливості корупції на митниці шляхом ануляції списків із цінами на рослини, які бачить лише митник.

«Корупційні ризики виникають тому, що представник митної служби не може коректно оцінити вартість рослини. Рослини з одними і тими самими характеристиками в описі не можуть у різних виробників (розсадників, що їх постачають) коштувати однаково. Виробники мають різні витрати протягом вирощування, користуються власними технологіями. Тому митний офіцер, який керується якимись власними враженнями про вартість рослини у попередніх поставках, приймає рішення, яке може значно вплинути на вартість митного оформлення».

– **Людмила Білодід, компанія з ландшафтного проектування Beloded Landscaping**

- Більший контроль на митниці за ввозом товарів, щоб звести контрабанду товарів декоративного рослинництва до мінімуму і сприяти тому, щоб уся продукція ввозилась в Україну легально.
- Зміни в українське законодавство у напрямку спрощення процедури імпорту продукції для декоративного рослинництва, зокрема потрібно зробити менше дозвільних документів на ввіз продукції.
- Державна підтримка імпортованій продукції, наприклад знижені таможні ставки. Цей крок може бути важливим не тільки для імпортерів, а і для виробників в Україні, оскільки більшість складових частин для виробництва декоративних рослин імпортується.
- Створення пільгових умов для українських виробників зрізаних квітів та декоративних рослин. Це може бути також допомога у вигляді дотацій на паливо, дешевших кредитів на виробництво при одночасному контролі за цільовим використанням цих коштів та сплатою податків. Можливе надання або сприяння отриманню доступних кредитів для закупки технічного обладнання, необхідного для роботи розсадника чи іншого виробництва. Наприклад, це може бути проектне фінансування від національного банку, яке заборонене на сьогоднішній момент.

«Вони обіцяють з наступного року проектне фінансування. Тобто, я пишу бізнес-план, під це мені банк дає гроші. Зараз це заборонено монетарною політикою Нацбанку, немає проектного фінансування. Вони вважають це нішею для зловживань, для відмивання грошей». – **Олександр Дусанюк**

Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант

- Надання можливості закладати орендовану землю на довгий строк як заставу при отриманні кредитів.

«Обіцяють з наступного року використовувати майнові права як предмет застави. В мене є земля в оренді на 50 років, це вже мій якийсь assets, тобто мій актив. Бо зараз він не вважається активом, під нього нічого не можна отримати». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника**

Декоплант

- Сприяння появі хабу для рослин в аеропорті Бориспіль, що могло би поживити торгівлю декоративними рослинами в Україні і привабити сюди покупців з інших країн.

«Я думаю ринок імпорту може стимулювати поява якихось транспортних умов, щоб Україна могла імпортувати напряму, оминаючи Амстердам. Це може бути термінал, великі авіа хаби, як в Стамбулі, Дубаї, Досі (Катар). Там їх потрібно в кондиціонерах охолодити, завантажити на інший літак та відправити в іншу точку світу. Тобто такі ж хаби як в Амстердамі. Якби в якомусь аеропорту в Україні такий хаб зробити, це б дуже стимулювало ринок». – **Віктор Ткачук, компанія**

Долина, імпортер зрізаних квітів

- Ряд кроків, спрямованих на зникнення кіосків та інших нецивілізованих точок продажу квітів та декоративних рослин, що сприятиме появі і цивілізованих магазинів з продажу квітів і мережі магазинів.
- Відкриття ринку землі, що на думку більшості значно пожвавить ринок декоративних рослин. Ведення бізнесу, пов'язане із розсадниками передбачає вкладення значних коштів, період окупності яких досить тривалий.

«Потрібно відкрити ринок землі, це пожвавить ринок декоративних рослин. Розсадник – це довга інвестиція. Полив – інвестиція, майданчики – інвестиція. На орендованій землі це нецікаво робити. Якщо ринок землі почне працювати, можна буде придбати ділянку, де розташований розсадник у приватну власність. Скільки буде коштувати земля, це уже не так важливо». – **Андрій Погребний,**

директор розсадника Гарді

- Прийняття норм з обов'язкового озеленення присадибних ділянок, дворів міст, які б сприяли збільшенню зелених насаджень в містах та селищах, що в свою чергу збільшить об'єм продажів у розсадників, звичайно ж за умови прозорих тендерів щодо поставки рослин.

«Я знаю про різні норми, наприклад, норма щодо кількості озелених квадратних метрів біля житлових будинків. Ці норми потрібно переглянути, і їх потрібно підтримувати. Зараз Київ більш-менш засаджують, це все ж таки столиця. Проте є багато місць, де гроші на озеленення взагалі не витрачають. Чинovníки не розуміють важливості озеленення, для них це не пріоритет». –

представник одного з розсадників

- Перегляд застарілих будівельних норм, які заважають роботі сектору декоративного озеленення, оскільки вони застаріли. Наприклад, висота крони алейних дерев за нашими будівельними нормами 180 сантиметрів, а у всьому світі 220, така висота робить зручним, наприклад проїзд велосипедистів. Та інші пункти цих норм, які вимагають змін.

10. Співробітництво з Королівством Нідерланди

В розділі зібрані побажання учасників ринку щодо того, чим саме їм може допомогти Міністерство Агрополітики Королівства Нідерланди. Також описано, яким чином представники ринку декоративних рослин та зрізаних квітів співпрацюють із нідерландськими колегами та яким чином співробітництво зароджувалось.

10.1. Співробітництво наразі

Представники українського бізнесу з вирощування та продажу декоративних рослин, зрізаних квітів, квітів у горщика та посадкового вже плідно та регулярно співпрацюють з компаніями з Королівства Нідерландів. Основні аспекти взаємодії:

- В Нідерландах закупають готову продукцію: зрізані квіти, рослини в горщиках, Деякі розсадники, садові центри, та більшість магазинів з продажу зрізаних квітів, цибулин, квітів у горщиках, закупають готову продукцію для продажів.
- В Нідерландах закупають левову частину посадкового матеріалу для продукції вирощеної в Україні: саджанці та цибулини квітів, саджанці кімнатних рослин на дорощування, розсаду. Більшість розсадників закупають саджанці дерев на дорощування в Нідерландах.
 - Є цікавий приклад співробітництва з постачальниками цибулин, коли цибулини купують у менш відомого постачальника, який не є лідером ринку, проте може забезпечити достойну якість і менші, ніж у лідера ціни. За рахунок конкурентних цін компанія-імпортер може конкурувати з лідерами ринку, які купують у визнаних лідерів ринку за більш високою ціною.

«Є компанія, яка вирощує в Нідерландах 70 сортів цибулин тюльпанів, щоб потім використовувати для вирощування зрізаних квітів, вони їх самі потім охолоджують. У них теоретично має бути гірша якість, проте ми не бачимо проблем, наші клієнти проблем не бачать. Ці цибулини дешевше і мають нормальну якість. Проте у них немає імені, тому що вони не займаються маркетингом та продажами. Враховуючи, що у нас компанія і представник в Нідерландах, ми змогли їх знайти і вони нам постачають цибулини. Ми працюємо так, хоча все ще велику роль грає ім'я та ризик

спробувати щось новеньке». – Борис Пашковський, виконавчий директор оптового інтернет-магазину Плантаріум

- Нідерландські виробники надають консультації за свій рахунок покупцям посадкового матеріалу щодо вирощування майбутньої продукції, за свій рахунок організують семінари та конференції для покупців продукції для дорощування, приїжджають на виробництво, якщо це велике промислове виробництво і на місці дають поради. Так відбувається із виробниками троянд, які купують саджанці. Це стосується і нідерландських розсадників, які продають посадковий матеріал. Нідерландські розсадники, які продають саджанці потім надають консультаційний супровід, щоб виростити якісні рослини, що будуть добре продаватись на ринку. Якщо цю підтримку отримують імпортери, вони передають отриману інформацію своїм покупцям.

«Вони нам допомагають підбирати техніку. Десь допомагають з технологіями вирощування, з навчанням. Якщо ми цей асортимент рослин закупаємо у них, вони завжди розкажуть, покажуть як доростити якісно рослину, щоб вона добре виглядала і добре продавалась. Вони зацікавлені у кінцевому результаті і в реалізації товару». – Сергій Довгопол, засновник розсадника Біосфера-Л

«Своїм покупцям ми надаємо технологію вирощування, допомагаємо їм, якщо є якісь проблеми, щось не так росте. Допомагаємо розібратись чому воно не так росте, приїжджаємо в теплицю на місце, робимо фотографії, відправляємо їх в Голландію і голландські спеціалісти нас консультують. Консультація, сервіс, якість. Наприклад, наша компанія спільно з голландською фірмою Syngenta Flowers регулярно проводить навчальні семінари. Syngenta Flowers присилає сюди своїх технологів, ми збираємо своїх клієнтів, винаймаємо зал, визначаємо день і у нас цілий день такий тренінг-навчання, голландці читають лекцію, розказують, як правильно вирощувати, наші покупці, слухають, записують, потім задають різноманітні запитання, що їх цікавить: от у мене було таке-то, а у іншого було таке-то, діляться своїм досвідом. І у нас там день або 2 дні такі тренінги проводяться. Syngenta Flowers за свій рахунок відправляє працівників, оплачує літак, відрядження, готель, це все повністю за рахунок постачальника. Ми за свій рахунок орендуємо зал, наші клієнти мають тільки приїхати за свій рахунок у Львів або Київ, на місце де проводиться семінар». – Віктор Цюпка, директор компанії Бонус (імпортер посадкового матеріалу)

Співробітництво з партнерами з інших країн.

Окрім того існує співробітництво з розсадниками інших країн:

- Дерева великого розміру закупають також в Німеччині.
- Кущі багато розсадників закупають в Бельгії.
- Також, як говорилося раніше, закупають інші товари для бізнесу, пов'язаного з декоративним рослинництвом

10.2. Механізми налагодження партнерства

Респонденти розповідали, що партнерство зазвичай розпочинається на виставках, де представники наших розсадників, імпортери посадкового матеріалу, квітів на зріз, квітів у горщиках, як потенційні покупці оглядають якість посадкового матеріалу та рослин. Мались на увазі як українські, так і міжнародні виставки, які наші представники бізнесу з декоративного рослинництва активно відвідують. Потім обрані на виставці розсадники, теплиці, виробництва відвідують особисто, дивляться на якість посадкового матеріалу, який збираються придбати.

«Спочатку ми знаходимо нових партнерів на виставках, потім робимо об'їзди по країнам між розсадниками і таким чином знайомимось, дивимось якість цього молодого матеріалу, якщо воно нас влаштовує, ми беремо». – **Сергій Довгопол, засновник розсадника Біосфера-Л**

При цьому представники розсадників, які були опитані, сказали що в них є мережа розсадників-партнерів, де вони купують посадковий матеріал, проте вони були б зацікавлені і в нових також.

Все більше українських бізнесменів зав'язують партнерські стосунки із нідерландськими постачальниками товарів просто в інтернеті через відомі біржі.

Також партнерство може зароджуватись із знайомств, яких набувають українці, навчаючись чи проходячи стажування в Нідерландах. В процесі життя в країні набуваються контакти, які потім використовуються для створення власного бізнесу.

Є приклади співпраці між нашими компаніями та українцями, які зараз працюють у декоративному бізнесі за кордоном.

Також налагоджують партнерства з українцями, які живуть та мають компанії у Нідерландах, вони добре розуміються на українській ментальності та особливостях попиту, а також добре вивчили ринок у Нідерландах; або з українцями, які вчилися чи працювали у Нідерландах, напрацювали ділові зв'язки, та повернулись в Україну

Ще один шлях налагодження партнерства – рекомендації від тих, хто уже давно на ринку для тих, хто тільки входить на ринок. У новачків на ринку може бути консультант, який розповідає, у кого з нідерландських партнерів є потрібна продукція.

Основними факторами у прийнятті рішення щодо майбутнього співробітництва є готовність надати сприятливі умови оплати: кредити, відтермінована оплата. Важливими є умови поставок, умови співробітництва. Буде відданий пріоритет партнеру, який зможе запропонувати достатньо високу якість за меншу, ніж інші ціну

10.3. Можливості співробітництва з нідерландськими партнерами

Встановлення нових партнерських стосунків для закупівлі нідерландського посадкового матеріалу по категоріям, які вже купують. Від нових партнерів чекають тих самих рослин, що вже купують у постійних партнерів але, за привабливішою ціною. Тобто цікавими будуть менш відомі розсадники, менш відомі кооперативи і інші постачальники, які вирощують матеріал хорошої якості за привабливими цінами і з можливістю відтермінування платежів. В деякій мірі цікавлять новинки, ексклюзивні рослини.

«Спочатку ми з'ясовуємо ціну, наприклад у Голландії є більш дорогі та менш дорогі розсадники, проте з гарною якістю. І тоді ми уже для себе з'ясовуємо, що саме купувати». – **Сергій Довгопол, засновник розсадника Біосфера-Л**

Наші розсадники, садові центри та ландшафтні дизайнери закупають і будуть далі заповувати дерева великого віку, які фізично не могли ще вирости в Україні. Цікавлять також цікаві форми дерев, наприклад, садові бонсаї. Проте ці позиції закупають у невеликій кількості.

Як уже писалось вище також закупають і інші категорії, і в цих категоріях також цікавлять якісні товари за нижчою ціною.

Переважає більшість експертів говорить, що перспективними будуть українсько-нідерландські спільні підприємства, які будуть вирощувати ту чи іншу продукцію (зрізані квіти, цибулини квітів, декоративні рослини для озеленення). Перевагою України є достатньо родючі землі і достатньо дешева оренда землі.

Можливе проведення наукових експериментів на українських розсадниках та в українських теплицях, де вирощують зрізані квіти з адаптації нідерландських технологій для українських умов.

Слабкі сторони, можливі проблеми співробітництва з Нідерландськими розсадниками:

- Нідерландські дорослі рослини занадто дорогі для українського споживача, лише невеликий відсоток споживачів зможе їх купувати
- Не завжди нідерландські рослини виживають і ростуть належним чином в українських умовах
- Існують великі проблеми при перевезенні рослин через українську митницю

Серед бар'єрів для співробітництва з нідерландською стороною можна назвати:

- Інвестиційний клімат, який склався в Україні на даний момент, інфляція, та коливання курсу валют можуть стримувати бізнесменів від вкладення грошей.
- Відсутність права власності на землю, може стримувати від започаткування бізнесу з вирощування рослин в Україні. Серед можливих рішень – укладання угоди з українським партнером.

Низький рівень володіння українськими бізнесменами англійською чи іншою іноземною мовами, що стає на заваді переговорам.

10.4. Можливі напрямки допомоги від Посольства Королівства Нідерландів

В цілому українські розсадники та садові центри були б раді отримати допомогу з інших країн, наприклад, зважаючи на їхній досвід спілкування з представниками бізнесу у європейських країнах, вони б хотіли отримати підтримку організувати власний бізнес схожим чином:

- Можливість отримати вигідні кредити та гранти на закупівлю техніки. Українців цікавлять кредити під невеликі відсотки, як 3-5% річних. Можлива якась інша допомога із придбанням техніки, наприклад продаж або надання в оренду

вживаної техніки. Також ті, хто вирощує квіти на зріз зацікавлені у придбанні сучасних теплиць на вигідних умовах.

«Я готовий купити рослини на 5 гектарів, якщо Міністерство мені надасть кредит, такий як беруть голландці чи профінансує мене на закупку нової голландської техніки, я куплю нідерландську, а китайську не буду брати». – **Андрій Погребний, директор розсадника Гарді**

- Технологічна допомога для тих, хто тільки починає розсадниковий або інший бізнес, наприклад практичне навчання для власників розсадників, висококваліфікованих спеціалістів. Можливе навчання від виробників квітів в Нідерландах.

«Раніше величезною допомогою було навчання від більш досвідчених розсадників. Німці і голландці показували, як прищеплюється, як висаджується дерево». – **Андрій Бут, засновник розсадника «Осокор»**

- Робота над укладенням міжурядових угод, які б передбачали взаємне визнання сертифікації між Україною та іншими європейськими країнами.

«Наші колеги, не ми, дали запит стосовно сертифікації посадматеріалу офіційно в Міністерство АПК України, чи Україна визнає сертифікати таких країн, як Нідерланди, Англія, Італія і Німеччина. І прийшла офіційна відповідь Міністерства АПК: «Ні». Якби на урядовому, міжурядовому рівні просувались отакі от моменти стосовно спрощення моментів сертифікації, визнання якості і так далі, то було би значно менше проблем». – **Олександр Дусанюк, генеральний директор розсадника Декоплант**

- Покрокова інструкція про організацію імпорту рослин з нідерландських розсадників: що потрібно робити, які і де оформлювати документи. Це б могла зробити українська держава, проте представники розсадників більше сподіваються на допомогу від Посольства Нідерландів.

«Багатьох лякає процедура: як я завезу рослини, як їх потрібно розмитнювати, як я отримаю сертифікати. Тобто хтось щось знає, хтось чогось не знає. Хтось щось собі розуміє, хтось не до кінця розуміє. Інформаційна насиченість, чіткий розклад по пунктам, що саме робити, якщо ФОП вирішив купити рослини, то що для цього можна зробити: які документи необхідні, куди звернутись щодо транспортних питань». – **Тарас Фесенко, представник садово-ландшафтного центру «Версаль»**

- Співучасть у заходах з популяризації озеленення та розсадників. Так, представник розсадника Корнеліс сказав, що вони б хотіли подарувати рослини для озеленення якогось міста, і це б могло мати кращий ефект, якби робилось разом за Посольством Нідерландів.

«Минулого року, по-моєму, в Житомирі був проект з японським посольством: дарували чи допомагали дарувати дерева, які висаджували на головній вулиці. Я думаю, що посольство Голландії може теж так зробити. Голландія ж країна, де масово вирощуються квіти. Зараз немає якоїсь конкретної пропозиції, проте загалом, я думаю, від них (Мінагрополітики Нідерландів) можлива така допомога. Ми навіть готові подарувати і висаджувати, просто якщо ми робимо з нідерландським посольством, зовсім інше ставлення буде». – **представник одного з розсадників**

- Надання гранту на популяризацію розроблених стандартів посадкового матеріалу, які розробляє асоціація «Українська рослинна індустрія».

«Одна з ідей була зробити великим тиражем брошуру із стандартами і безкоштовно її розповсюдити з-поміж комунальних господарств. Можливо, навіть не в одному екземплярі. Це для того, щоб людина, яка планує закупати зелені насадження мала чіткий гайдбук, якими мають бути ці рослини. Наприклад, як відрізнити хороший кущ від поганого». – **Станіслав Донцов, виконавчий директор Асоціації рослинної індустрії**

- Допомога в організації навчання, підвищення кваліфікації садівників. Такі навчальні семінари неодноразово намагались організувати і ландшафтні дизайнери, і представники розсадників. На думку експертів, навчальні семінари, конференції чи інші види навчання з залученням професіоналів з Нідерландів, а особливо поїздки з метою обміну досвідом, значно б збагатили знання українських спеціалістів щодо новітніх технологій вирощування декоративних рослин, якими вони вже займаються, та дозволили б розширити їхній асортимент. Серед представників українського бізнесу є великий попит на такі навчальні заходи, представники бізнесу готові інвестувати у розвиток їхніх кадрів.

«Я готова оплатити розсаднику навчання наших садівників. Сучасний досвід роботи з рослинами, навички догляду за рослинами дуже важливі для нас. Ми використовуємо у проектах гарні дорослі рослини, часто це формовані рослини, які потрібно підтримувати у хорошому стані. Це наша

відповідальність перед нашими клієнтами та перед іміджем розсадника, який постачає ці рослини».

– Людмила Білодід, компанія з ландшафтного проектування Beloded Landscaping

- Допомога у організації курсів підвищення кваліфікації для агрономів, які працюють у різних секторах декоративного рослинництва, наприклад школа для агрономів, які займаються декоративними квітами, школа для агрономів, які вирощують рослини у розсаднику

«Я думаю, добре було б спілкуватись із українськими чиновниками на аграрну тематику. Потрібні спеціальні програми, фінансові програми з українським урядом і так розповсюджувати знання до України». – **експерт з Нідерландів, постачальник продукції декоративного рослинництва**

- Організація кампанії з популяризації професії садівників, яких катастрофічно не вистачає на ринку і одна з причин такої ситуації – непопулярність професії садівника.

«Не вистачає кваліфікованих садівників, тому що довгий час не вистачало запиту на послугу догляду за садом з декоративних рослин. Робота садівника сприймалась як некваліфікована, примітивна малооплачувана професія. Відповідно не було і освітніх ресурсів у цій галузі. Тому втрачають свій вигляд гарні рослини, які потрапляють до рук некваліфікованого садівника, що не має відповідних знань, досвіду, навичок. Частіше скажуть, що рослина була неякісна чи що нідерландська рослина не прижилась в Україні, ніж зізнаються у власному непрофесіоналізмі». –

Людмила Білодід, компанія з ландшафтного проектування Beloded Landscaping

- Створення відкритого списку виробників продукції декоративного рослинництва (усіх напрямків), щоб українські імпортери мали більш широкую інформацію про можливості імпорту

«Було б чудово, якби ми могли мати відкритий список виробників того чи іншого продукту. Тому що зараз є така поведінка постачальником, яку я не можу назвати гарним словом. Наприклад, є компанія «Квіточка», наш постійний постачальник в Нідерландах. Ти проходиш напряму іншого до постачальника, говориш йому, що у нього гарні ромашки, я б хотів їх у вас купити. Він запитує, з ким ви працюєте в Голландії? Ми відповідаємо, що з компанією «Квіточка». Вони на це пропонують вислати свої цінові пропозиції компанії «Квіточка», і вже компанія квіточка буде з нами працювати, а не вони напряму. Я розумію, що компанія «Квіточка» отримає свою комісію. Проте я ж хочу звертатись напряму, щоб отримати більш вигідні умови, щоб більше продати в Україні». – **Альона**

Сторчак, Генеральний директор компанії Украфлора

- Створення умов, за яких могли б познайомитись і в подальшому співпрацювати менш відомі та розкручені виробники, що дасть можливість купувати більш дешеву та водночас якісну продукцію.
- Допомога у підборі посадкового матеріалу, який би був придатним для вирощування саме в умовах українських розсадників. Допомога в також потрібна в оцінці рентабельності вирощування того чи іншого виду продукції.

Додатки

Події в Україні: декоративні рослини

- Art Green Fest (<http://kyivgreenfest.site/>).
- Конференція «Зелені міста України 2018» (<https://greencities.org.ua/>). Це щорічна конференція, яку організують ГС «Асоціація Українська рослинна індустрія» та партнери. «Зелені міста України» – це найбільша щорічна конференція для спеціалістів з благоустрою та озеленення в Україні. Організатори запрошують для участі всіх відповідальних за благоустрій чиновників, виробників декоративних рослин, садові центри, урбаністів, ландшафтних дизайнерів, постачальників супутніх товарів, комунальні підприємства по догляду за зеленими насадженнями. Мета конференції: передати знання та досвід експертів гостям конференції, відповісти на їх питання, допомогти мерам та комунальним підприємствам обрати правильну стратегію розвитку та благоустрою населених пунктів. Конференція зазвичай проходить щороку у грудні. Дата проведення у 2018 році – 7 грудня.
- Міжнародна конференція декоративного рослинництва Green Conference (<https://www.facebook.com/pg/greenconferenceUA/about/>).

Щорічна традиційна зустріч керівників підприємств і фахівців у галузі декоративного рослинництва. Виробники, садові центри, ландшафтні дизайнери обговорюють нагальні питання розвитку ринку, налагоджують співпрацю, обмінюються досвідом.

- Автобусний тур по розсадникам України, відбувається влітку

ГС «Асоціація Українська Рослинна Індустрія» спільно з Landscape.ua організують традиційний автобусний тур по розсадникам України. На цей тур запрошують зацікавлених осіб з боку приватних та комунальних організацій.

Тур 2018 року: <https://www.facebook.com/events/350047068841531/>

Події в Україні: ринок квітів та декоративних рослин

1. Flower Expo Ukraine – єдина провідна виставка квіткового бізнесу, садівництва, ландшафтного дизайну та флористики в Україні (<https://www.flowerexpo-ukraine.com/en/>).

2. Розвиваються фестивалі, які є масштабними подіями в межах України та користуються матеріалом (зрізаними квітами) місцевого та імпортного виробництва. Це хороша можливість для виробників квітів представити свою продукцію флористам та представникам дистрибуції. Такими фестивалями є:

- Флористичний фестиваль "Кохання в Сент-Міклош" смт.Чинадієво (<https://www.ufsukraine.com/kohannya-v-sent-miklosh-19>).
- Дрогобич флауер фест (<http://drohobych-rada.gov.ua/anons-9-10-cherვნya-u-drohobychi-vidbudetsya-dobrochynnyj-festyval-kvitiv-drohobych-flower-fest/>).

Список найбільших компаній у кожній галузі

Зрізані квіти

Основні компанії-імпортери, названі українськими експертами:

- Украфлора, Київ, Україна (<https://ukraflora.com.ua/>);
- Мегафлора, Київ, Україна (<http://megaflora.com.ua/>);
- Екзотік Флора, Київ, Україна;
- Люксфлора (<http://luxflora.com.ua/>);
- Примафлора (<http://primaflora.com.ua/>);
- Holland to you (<https://htu.com.ua/>), здійснює поставки у північний регіон України.
- Камелія (<https://camellia.ua/ua>).

В Україні у промислових масштабах вирощують лише троянди на зріз.

Серед найбільших виробників учасники ринку назвали наступні компанії:

- 1) Асканія-Флора (<https://ascania-flora.ua/>) має найбільший тепличний комплекс з вирощування троянд, знаходиться у Київській області, має 23 гектари теплиць. Асканія-Флора займається виключно вирощуванням троянд.
- 2) Камелія (<https://camellia.ua/ua>). Компанія знаходиться у Київській області, має 7,5 гектарів теплиць, де вирощують троянду на зріз. Компанія також вирощує розсаду квітів, кімнатні квіти, тюльпани.
- 3) Фрезія – компанія, яка знаходиться в Дніпропетровській області, має 4,7 гектари теплиць, де вирощують троянди. Офіційного сайту немає.
- 4) Тандем (<https://tandem.agrobiz.net/>). Компанія знаходиться у Львівській області, у м. Дрогобич. Має 6 гектарів теплиць, де вирощують троянди.

Є також виробники меншого масштабу:

- Флора-Вест (<https://floravest.business-guide.com.ua/>) – 2 гектари теплиць, де вирощують троянди.

- ТОВ Факт (https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/38284164/). Компанія знаходиться в м. Бердичів, Житомирської області. Має 2 гектари теплиць, де вирощують троянди.

В дослідженні взяли участь наступні представники квіткових магазинів:

- Галерея квітів Теріка (<http://galleryflowers.com.ua/contacts>).
- Інтернет-магазин букетів та майстерня флористики (<https://artishok.ua/>).

В Україні існує також асоціація флористів України (<https://www.ufsukraine.com/>).

Посадковий матеріал: насіння, цибулини, розсада та саджанці квітів

В Україні практично усі цибулини квітів та насіння імпортується з Нідерландів. Інша ситуація з розсадою: ринок декоративних рослин останнім часом все більше поповнюється розсадою квітів, вирощеною в Україні з нідерландського насіння.

Основні імпортери посадкового матеріалу:

- Украфлора, Київ, Україна (<https://ukraflora.com.ua/>);
- Камелія (<https://camellia.ua/ua>);
- Екзотік Флора, Київ, Україна;
- Агрмаркет (<https://agro-market.net/>);
- Флоріум

(https://florium.ua/?gclid=EAIaIQobChMI_Zjsl4ii4AIVFeJ3Ch04qAMFEAAAYASAAEgIU8fD_BwE);

- Лілі-Лайн (<https://lili-line.com.ua/catalog>);
- Інтерфлора (<https://interflora.com.ua/>);
- Яскрава (<https://yaskrava.com.ua/>);
- Даблпопіль (no official site).

Розсаду багаторічних возить тільки:

- Флоріум

(https://florium.ua/?gclid=EAIaIQobChMI_Zjsl4ii4AIVFeJ3Ch04qAMFEAAAYASAAEgIU8fD_BwE);

- Сотка (<http://www.bulbs.org.ua/>).

Українські виробники розсади:

- Камелія (<https://camellia.ua/ua>);
- Плантпол (<http://www.plantpol.com.ua>);
- Зелемінь (Львів, <http://zelemin.com.ua>);
- Гарді (<https://www.gardi.biz/greenhouse/garden-plants/>).

В дослідженні взяли участі 2 компанії-імпортера посадкового матеріалу:

- Плантаріум (оптовий постачальник посадкового матеріалу, <https://plantarium.com.ua/>);
- Бонус (імпортер посадкового матеріалу, <https://bonus-pe.business-guide.com.ua/>).

Найбільшим магазином з продажу посадкового матеріалу є мережа Епіцентр (<https://epicentrk.ua/>).

Рослини в горщиках

Основні імпортери квітів у горщиках:

- Украфлора, Київ, Україна (<https://ukraflora.com.ua/>);
- Мегафлора, Київ, Україна (<http://megaflora.com.ua/>);
- Камелія (<https://camellia.ua/ua>);
- Флоремікс (<http://floremix.business-guide.ua/>).

Основні виробники квітів у горщиках в Україні:

- Камелія (<https://camellia.ua/ua/catalog/cat/nashi-cvety/indoor>);
- Голландські троянди (Гарді) (<https://www.gardi.biz/greenhouse/>);
- Плантпол (<http://www.plantpol.com.ua/>);
- Квіти Закарпаття (<https://pfister.com.ua/>).

Називали також імпортера як Плантпол (<http://www.plantpol.com.ua/>).

Дистрибуція квітів у горщиках відбувається в основному через такі компанії:

- Найбільша кількість квітів у горщиках продається через мережу будівельних супермаркетів Епіцентр (<https://epicentrk.ua/>);
- Велика кількість квітів у горщиках продається через інтернет-магазин Агро маркет (<https://agro-market.net/>).

Також є відділи у таких мережах супермаркетів, як

- Велика Кишеня (<http://kishenya.ua>);
- Ашан (<https://www.auchan.ua/ua>);
- Сільпо (<https://silpo.ua/>);
- Мережа бутиків Квіткова поляна (<http://kvitkova-poliana.com.ua/contacts>).

Декоративні рослини

Основні українські розсадники названі учасниками ринку (список поданий в алфавітному порядку):

1. Агрофлора (Харків) (<http://agro-flora.com/>);
2. Біосфера-Л (Київ) (<http://biosphere.com.ua/>);
3. Гарді (Київ) (<https://www.gardi.biz/>);
4. Декоплант (Вінниця) (<http://www.dekoplant.com.ua/>);
5. Еліт-Флора (Львівська область) (<http://www.elitflora.ua/uk/golovna/>);
6. Єва (Київська область) (<https://evasad.com/>);
7. Зелена Країна (Київська область) (<https://zelenakraina.com.ua/>);
8. Зелені Янголи (Закарпатська область) (<https://landshaft.info/ru/>);
9. Квіткарочка (Київська область) (<http://www.kvitkarochka.com/>);
10. Кіпаріс (Київська та Одеська області) (<http://gardenindustry.org/kiparis/>);
11. Клуб рослин (Львівська область) (<https://plants-club.ua/>);
12. Корнеліс (Житомирська область) (<http://www.kornelis.biz/>);
13. Мала Голандія (Закарпатська область) (<http://www.malahollandiya.com.ua/>);
14. Мегаплант (Київ) (<http://megaplant.com.ua/>);
15. Наталіс (Київська область) (<http://natalis.ua/>);

16. Осокор (Полтавська область) (<https://osokor.com.ua/>);
17. Розсадник Іващенко (Київська область) (<http://pitomnik-ivashchenko.com.ua/>);
18. Сад Вашої мрії (Дніпропетровська область) (<http://garden.dp.ua/>);
19. Сонцецвіт (Київська область) (<https://www.solncecvet.com.ua/>);
20. Флорекс (Київ) (<http://www.florex.ua/>);
21. Форест (Черкаська область) (<http://www.pitomnik.ua/>).

Найбільша мережа спеціалізованих садових центрів представлена в Епіцентрі. За оцінкою представника цієї торгівельної мережі, до 40% усього посадкового матеріалу декоративних рослин в Україні продається через їхню мережу будівельних магазинів, майже кожен з яких має садовий центр. За оцінками інших експертів, в торгівельній мережі Епіцентр продається до 15% декоративних рослин. <https://epicentrk.ua/>

Аналіз асортименту

Нижче представлений аналіз асортименту декоративних рослин, насіннєвого матеріалу, квітів у горщиках та зрізаних квітів.

Джерелом інформації були відкриті дані: виставлений в інтернеті асортимент роздрібних магазинів, інтернет-магазинів, оптових постачальників та виробників квітів (троянд). Для аналізу асортименту декоративних рослин використовувався виставлений у відкритих джерелах асортимент розсадників та садових центрів.

Повний список проаналізованих джерел:

Flora Praktik	http://www.florapraktik.com.ua/
prom.ua	prom.ua
Агромаркет	https://agro-market.net
Асканія-Флора	https://ascania-flora.ua/ru/
Вересень	http://veresenkiev.com.ua
Долина квітів	www.dolinakvitiv.com
Епіцентр	https://epicentrk.ua/
Інтерфлора	https://interflora.com.ua/
Камелія	http://camellia.ua/
Лілі-Лайн	http://www.lili-line.com.ua
Мегафлора	www.megaflora.com.ua
Плантаріум	https://plantarium.com.ua
Теріка	www.galleryflowers.com.ua
Украфлора	https://ukraflora.com.ua/
Флоріум	https://florium.ua
Яскрава	https://yaskrava.com.ua/
La Charme доставка квітів	LaCharme.com.ua

Розсадники та садові центри

Компанія «Клуб Рослин»	https://plants-club.ua/
Садовий центр «Зелена Країна»	https://zelenakraina.com.ua/
Розсадник декоративних рослин «Єва»	https://evasad.com/
Сад вашої мрії	http://garden.dp.ua/
Розсадник багаторічних рослин «Сонцецвіт»	http://www.solncecvet.com.ua/
Розсадник «Зелені Янголи»	https://landshaft.info/uk/
Садовий центр «Еліт Флора»	http://www.elitflora.ua/uk/golovna/
Розсадник «Агро-Флора»	http://agro-flora.com/
Розсадник «Наталіс»	http://natalis.ua/
Розсадник «Квіткарочка»	http://www.kvitkarochka.com/
Розсадник «Біосфера-Л»	http://biosphere.com.ua/
Розсадник «Гарді»	https://www.gardi.biz/
Розсадник «Декоплант»	http://www.dekoplant.com.ua
Садовий центр «sad.ua»	https://sad.ua/
Розсадник «Корнеліс»	http://www.kornelis.biz/
Розсадник «Мала Голландія»	http://www.malahollandiya.com.ua/
Розсадник «Осокор»	https://osokor.com.ua/
Розсадник «Флорекс»	https://florex.ua/
Форест	http://www.pitomnik.ua/
Розсадник «Іващенко»	http://pitomnik-ivashchenko.com.ua/
Питомник «MegaPlant»	http://megaplant.com.ua/

Зрізані квіти

В результаті аналізу асортименту з відкритих джерел виявлено 31 вид зрізаних квітів, що пропонують придбати українському покупцеві. Найбільше представлено позицій троянд, хризантем, тюльпанів, еustom, гербер. Інші квіти мають до 10 видів.

Рослина	Кількість позицій на ринку
троянда	119
хризантема	33
тюльпан	24
еustoma	18
гвоздика	15
гербера	12
фрезія	9
півонія	8
альстромерія	7

Кожна з квіток представлена певною кількістю сортів. Найбільше видів сортів мають троянди (119 сортів), за ними з великим відривом ідуть хризантеми (33 сорти). Такі квіти, як, еустоми, тюльпани, півонії, гербера, взагалі у продажі взагалі не розрізняють за сортами, оскільки в переважній більшості сорти у описі відсутні. Гвоздик і півоній на сайтах продавців біля 10 сортів.

Аналіз асортименту продавців троянд на відкритих сайтах з позиції представлених кольорів показав, що найбільше сортів рожевої троянди (38), за нею іде червона троянда (22 сорти), біла троянда (13 сортів), кремова (11 сортів). Всього в асортименті 17 різних кольорів троянд.

Аналіз асортименту продавців троянд щодо довжини позицій показав, що найчастіше в асортименті троянди довжиною 60 см (51 позиція). Далі приблизно з однаковою частотою ідуть троянди довжиною 50, 70, 80 см (33-36 позицій). Наступною за частотою іде троянда по 90 і 40 сантиметрів (24-30 позицій). Рідше зустрічається довжина троянди 55, 65, 75 сантиметрів. І мало сортів троянд, які мають довжину метр (4 позиції). У відкритому доступі можна знайти асортимент Камелії та Асканії-Флори.

Квіти у горщиках

У відкритих джерелах ми натрапили на 156 видів квітів у горщиках. Найбільше сортів у продажі мають такі види кімнатних рослин, як фікус (49 видів), драцена (біля 38 видів), орхідея (31 вид, найчастіше зустрічається фаленопсис), амаріліс (25 видів), каланхое (19 видів).

Рослина	Кількість позицій на ринку
фікус	49
драцена	38
орхідея	31
амаріліс	25
каланхое	19
азалія	15
гіацинт	12
хризантема	11
бегонія	11
антуриум	13
сансеверія	12
диффенбахія	12

Посадковий матеріал

Ми проаналізували, використовуючи відкриті джерела, асортимент насіння, цибулин та бульб, також був проаналізований асортимент розсади.

Аналіз асортименту насіння декоративних рослин

Всього у відкритих джерелах знайдено 230 видів квітів та декоративних рослин, насіння яких представлено на ринку України. Найбільше позицій у продажі мають такі квіти, як астра, петунія, цинія, бархатці (чорнобривці), гвоздика, настурція, іпомея, віола, жоржина, пряний горошок, календула.

Рослина	Кількість позицій на ринку
астра	292
петунія	154
цинія	106
чорнобривці	88
гвоздика	82
настурція	77
іпомея	67
віола	61
жоржина	39
Пряний горошок	36
календула	34

Айстра представлена 292 сортами, петунія представлена 154 сортами, у цинії 106 сортів, у чорнобривців – 88, у гвоздики – 82.

Слід зазначити, що таке різноманіття сортів айстри пояснюється тим, що українські покупці квітів зазвичай хочуть придбати букет де представлено декілька різних видів айстр, тому приватні виробники айстр вирощують різноманітні сорти, щоб мати можливість скомпонувати букет.

Цибулини та бульбові квіти

На ринку України 99 видів цибулинкових та бульбових квітів. За кількістю позицій лідери є жоржини, тюльпани, лілії, гладіолуси, бегонії, іриси, лілійники, кали та кани.

Рослина	Кількість позицій на ринку
жоржина	602
тюльпан	504
лілія	411
гладіолус	187
бегонія	90
ірис	90
лілійник	88
кала	85
канна	85
гіацинт	68
півонія	58
нарцис	46

Найбільша кількість сортів у (у порядку зменшення сортів) у жоржини (602 сорти), тюльпану (504 сорти), лілії (411 сортів), гладіолуса (187 сортів), з великим відривом іде бегонія, ірис, лілійник, кали, канни, гіацинт та піони.

Розсада декоративних рослин

Всього у відкритих джерелах знайшлося 119 видів квітів, розсада яких представлена в Україні.

Найбільше позицій має розсада троянд, ірисів, петуній, пеларгоній, калібрахоа, гербери, лілійника, вербени, хризантеми та фуксії.

Рослина	Кількість позицій на ринку
троянда	72
ірис	63
петунія	50
пеларгонія	33
калібрахоа	26
гербера	24
лілійник	21
вербена	20
хризантема	20
фуксія	16

У відкритих джерелах ми знайшли 72 види розсади троянди. Присутні 63 сорти ірису, з яких теж не можна виокремити більш популярні; 44 сорти петунії, 28 сортів пеларгонії, 20 сортів калібрахоа. З-поміж сортів вище згаданих квітів не можна виокремити більш популярні.

Декоративні рослини

В розсадниках та садових центрах представлено більше чотирьохсот видів рослин (сюди входять дерева, кущі, однорічні та багаторічні квіти і трави). Найбільше позицій мають хвойні: ялівець (1287 позицій), сосна (1131 позиції), ялина (795 позицій), туя (675 позицій), трохи менше позицій має кипарисовик (328) та ялиця (312). Досить багато позицій в асортименті мають квітучі рослини троянда (535 позицій), гортензія (320). Серед листяних дерев найбільше позицій має клен (301 позиція), серед кущів найпопулярніша таволга (253 позиції).

Рослина	Кількість позицій на ринку
ялівець	1287
сосна	1131
ялина	795
туя	675
троянда	535
барбарис	470
кипарисовик	328
гортензія	320
ялиця	312
клен	301
таволга	253