

Kwiaciarnia nie jest pomysłem ani nowym, ani specjalnie skomplikowanym. Zdaje się, że moda na kwiaty wręczane przy różnych okazjach nigdy nie przeminie. Dlatego też ten rodzaj biznesu wydaje się bezpieczny i opłacalny. Ponadto jego uruchomienie nie jest związane z koniecznością poniesienia bardzo dużych nakładów początkowych.

Sprawdźmy, czy i jak bardzo może być on dochodowy. Podpowiemy, w jaki sposób zorganizować dostawy, co można zaproponować klientom oraz jak zorganizować pracę kwiaciarni, by była jak najbardziej wydajna.

Charakterystyka rynku

Przeciętny mieszkaniec Polski wydaje na kwiaty według różnych statystyk ok. 40 zł rocznie. Jak szacują eksperci, branża sprzyja wzrostowi możliwości mieszkańców kraju oraz ich przychylny stosunek do kwiatów – większość z nas nie wyobraża sobie innego prezentu na różne okazje czy święta. Krajowy rynek kwiaciarski z jednej strony charakteryzuje wzrost, zaś z drugiej duże nasycenie. Wszystko wskazuje na to, iż kierunek, w jakim podąża ta branża, zmierza ku konsolidacji. Oprócz coraz silniejszych krajowych sieci franczyzowych na rynek wchodzić będą także sieci zagraniczne. Poza tym małe blaszane budki będą wypierane przez eleganckie saloniki i galerie kwiatowe, których produkty będą podążać z duchem czasu.

Największy udział w rynkowych wzrostach od niedawna mają kwaciarnie internetowe. Za pośrednictwem sieci jest sprzedawanych już ok. 10% wszystkich kwiatów w Polsce. Dlatego też planując założenie takiej działalności gospodarczej, trzeba będzie rozważyć jej poszerzenie właśnie o e-kwaciarnię.

Konkurencja

Konkurencja na rynku florystycznym jest bardzo silna. Działa na nim około kilkunastu tysięcy podmiotów, które można zasadniczo podzielić na trzy typowe grupy. Pierwszą z nich stanowią małe punkty usytuowane najczęściej w blaszanych budkach zlokalizowanych na targowiskach miast. Dość niską jakość oferowanych przez nie produktów rekompensuje niska cena.

Kolejną, coraz liczniejszą grupę stanowią sieci franczyzowe i salony własne sieci kwaciarni. Największa z nich – międzynarodowa sieć EuroFlorist, działa na polskim rynku od ponad 15 lat i współpracuje z ponad 700 kwaciarniami. Łączna liczba punktów tej sieci w Europie to ponad 9700 kwaciarni. Pozostałe liczące się na polskim rynku sieci to: Fashion Flowers, Flora Poland, Kwiatoteka i Bukieciarz.

Trzecią grupę kwaciarni stanowią niewielkie, samodzielne salony kwiatowe prowadzone przez florystów. Nie nastawiają się one tak jak małe punkty na niskie ceny czy – jak w przypadku kwaciarni sieciowych – na ilość. W prowadzonej w sposób odpowiedzialny małej kwaciarni klienci mają największą szansę kupić świeże i ciekawie przystrojone kwiaty, bukiety i kompozycje kwiatowe.