

Цветочный рынок Беларуси: динамика развития



Елена ИГНАТОВИЧ,
аспирантка

Научный руководитель –
КИРЯЕНКО Надежда
Николаевна, кандидат
экономических наук,
доцент

Постоянное и детальное исследование рынков сбыта дает возможность выяснить не только те сферы, которые прибыльны сегодня, но и те, что имеют определенный потенциал для развития в будущем: способны создавать рабочие места, обеспечивать необходимый уровень благосостояния работников, стимулировать экспорт и (или) выпускать импортозамещающую продукцию. В своей экономической политике Республика Беларусь делает ставку на приоритетное развитие сельскохозяйственных отраслей, одной из которых является цветоводство.

В экономической литературе и периодических изданиях белорусскому цветочному рынку отводится незначительное место. Как правило, встречается лишь разрозненная информация об объеме продаж за наиболее показательный, но небольшой период времени, например канун Международного женского дня или Дня знаний. Чтобы оценить, насколько перспективно развивать цветоводство в Беларуси, необходимо выявить главные особенности этого рынка и проследить его динамику на современном этапе.

При детальном исследовании проблемы можно отметить, что основные составляющие белорусского цветочного рынка – отечественная и импортная продукция. Главными позициями являются: цветочная рассада (однолетники, двулетники, многолетники); цветы на срез (срез основной – роза, тюльпан, лилия, гербера, фрезия, хризантема, гладиолус, гвоздика и др., срез дополнительный, используемый для украшения цветочных композиций, – гипсофила, берграс, рускус и др.), горшечная продукция.

В таблице 1 приведен объем реализации отечественной и импортной цветочной продукции по укрупненным группам на территории Республики Беларусь за 2007–2011 годы за вычетом экспорта. Представленные данные свидетельствуют, что для последних трех лет характерна тенденция роста объема реализации: в 2008 году прирост составил 1,45 млн долларов (на 8,65 % к 2007 году), в 2009 – 3,11 млн долларов (на 17,13 % к 2008 году), в 2010 году – 3,93 млн долларов (на 18,49 % к 2009 году).

В 2011 году объем реализации цветочной продукции сократился на 0,83 млн долларов (или на 3,28 %) к предыдущему году. Данные изменения во многом можно объяснить последствиями мирового экономического кризиса. В Беларуси глобальные экономические тенденции проявились в виде резкого роста курса доллара относительно национальной валюты, что повлияло на абсолютную величину белорусского рынка при его выражении в долларовом эквиваленте. Так, средний курс доллара относительно белорусского рубля за 2011 год составил 4623,47 рубля, что в 1,55 раза больше данного соотношения за 2010 год.

Выяснить, какая цветочная продукция наиболее востребована в нашей стране, позволит анализ данных по реализации цветочной рассады, цветов на срез и горшечной продукции за 2007–2011 годы. В графической форме соотношение укрупненных групп проиллюстрировано на рисунке 1.

ОБ АВТОРЕ

ИГНАТОВИЧ Елена Александровна.

Родилась в г. Минске. В 2010 году окончила Белорусский государственный аграрный технический университет. С 2010 года работает в КУП «Цветы столицы», с 2011 года – начальником планово-экономического отдела.

Автор более 20 публикаций.

Сфера научных интересов: взаимодействие различных систем рынков в конкретных экономических условиях.

► Таблица 1. Емкость белорусского цветочного рынка, млн долларов

* объемы за 2007–2008 годы приведены только за 9 месяцев в части цветочной продукции, произведенной в Беларуси. Источник: собственная разработка автора на основании данных РУП «Информационно-вычислительный центр Национального статистического комитета Республики Беларусь».

	2007 г.*	2008 г.*	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Рассада цветов	4,68	6,53	5,65	5,33	3,56
Динамика вышеприведенного показателя, %		139,53	86,52	94,34	66,79
Цветы на срез	11,782	11,291	15,300	19,502	20,338
Динамика вышеприведенного показателя, %		95,83	135,51	127,46	104,29
Горшечная продукция	0,258	0,345	0,328	0,380	0,488
Динамика вышеприведенного показателя, %		133,72	95,07	115,85	128,42
Объем белорусского цветочного рынка	16,72	18,166	21,278	25,212	24,386
Динамика вышеприведенного показателя, %		108,648	117,131	118,489	96,72

Проведенные исследования показали, что в данный период в этом сегменте рынка основную долю занимали цветы на срез: средняя доля в структуре цветочного рынка данной укрупненной группы составила 73,95 %, ее удельный вес постоянно увеличивался с 2008 года. Массовая реализация происходила в основном за счет снижения доли цветочной рассады. Средняя доля данной группы за рассматриваемый период – 24,35 %. Самую скромную нишу на отечественном рынке оставила за собой

горшечная продукция, за 2007–2011 годы в среднем она не превысила 1,7 %.

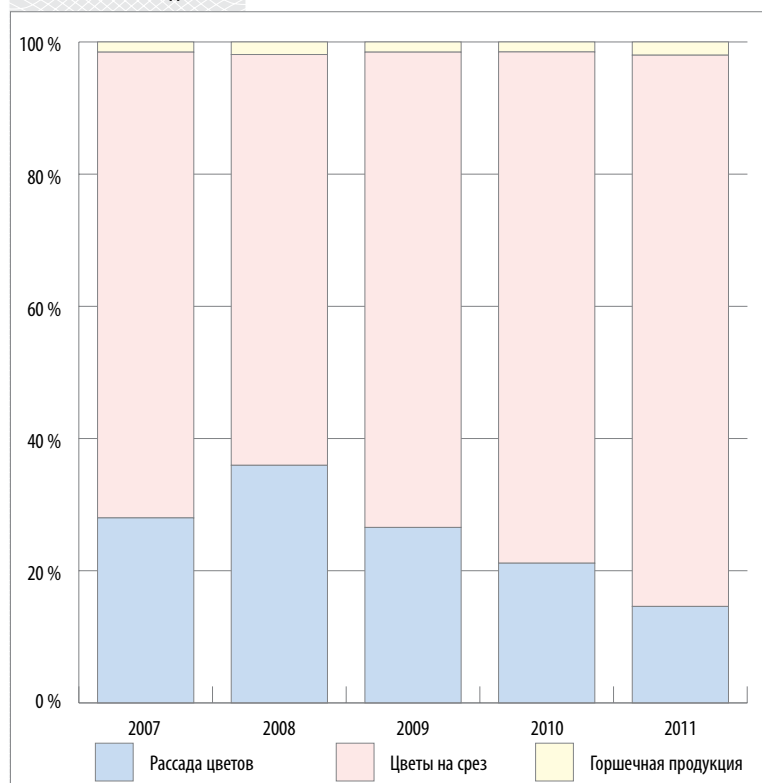
Анализ объемов отечественной и импортной цветочной продукции в стоимостном выражении позволил выяснить, что в целом в период 2007–2011 годов, за исключением, пожалуй, 2008-го, на белорусском рынке преобладал импорт (рис. 2). Однако определенную тенденцию к увеличению объемов реализации имела и отечественная продукция.

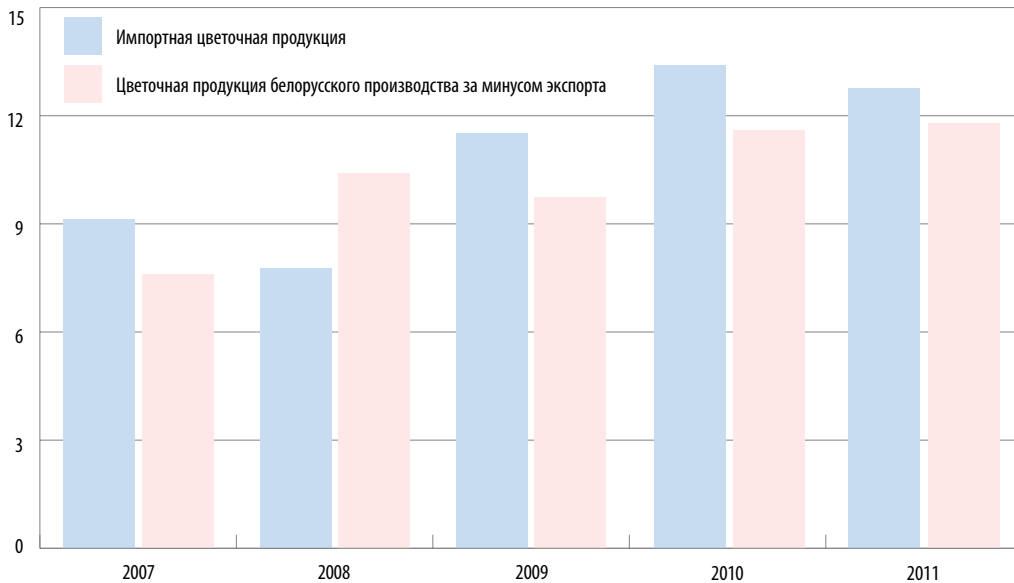
За 2007 год соотношение импортной и отечественной продукции составило 54,6 % и 45,4 % соответственно, за 2008 – 42,7 % и 57,3 %, за 2009 – 54,2 % и 45,8 %, 2010 – 53,2 % и 46,8 %, за 2011 год – 52,3 % и 47,7 %. В 2011 году доля поставок импортной цветочной продукции значительно приблизилась к доле реализации отечественной: отклонение этих двух сегментов составило 2,3 %. Анализ рынка помог выявить ряд интересных тенденций (табл. 2).

Отечественные производители цветочной продукции выращивают в основном цветочную рассаду, цветы на срез и горшечную продукцию. Каждая из данных групп имеет свои специфические особенности как в части производства, так и хранения и реализации (табл. 2). Из-за отсутствия более детальной информации за рассматриваемый период в органах государственной статистики Республики Беларусь можно провести лишь обобщающий анализ. Приблизительное соотношение трех укрупненных групп в отечественном производстве цветочной продукции представлено в графическом варианте (рис. 3).

В результате проведенных исследований установлено, что за 2007–2011 годы сорев-

▼ Рисунок 1. Структура белорусского цветочного рынка по укрупненным группам за 2007–2011 годы





▲ Рисунок 2. Объемы отечественной и импортной цветочной продукции на белорусском цветочном рынке, млн долларов

нование за первенство на отечественном рынке вели две категории цветочной продукции – цветы на срез и цветочная рассада. Доля на отечественном рынке горшечной продукции оставалась практически неизменной.

В то же время с 2008 года доля цветочной рассады в общем объеме рынка постоянно снижалась, тогда как доля цветов на срез постоянно увеличивалась. К 2011 году на отечественном цветочном рынке соотношение трех укрупненных групп установилось следующее: цветы на срез занимали 68,48 %, цветочная рассада – 28,85 %, горшечная продукция – 2,67 %.

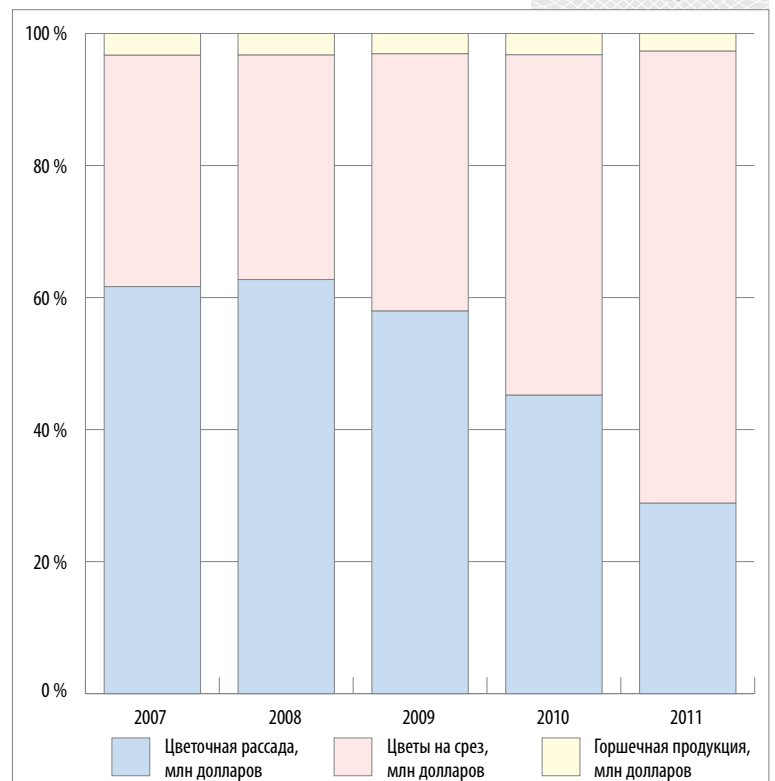
Следует напомнить, что производство и реализация цветочной рассады в Беларуси носит сезонный характер. Процесс начинается в ноябре с посева семян. В январе – феврале следующего года проводится пикировка рассады, затем – пересадка ее в тару большего размера для развития корневой системы растений. Обычно отпуск покупателям готовой цветочной продукции осуществляется уже с середины апреля.

Основная часть произведенной рассады используется для озеленения городских объектов и территорий – как инструмент создания ландшафтного дизайна в населенных пунктах. Данные мероприятия финансируются из средств городского бюджета, поэтому в современных условиях экономии расходов существенно снижаются закупки цветочной рассады государственными учреждениями, что прямо отражается на объемах выгонки

растений отечественными производителями и, как следствие, на доле этой группы в общем объеме цветочного рынка.

С успешной реализацией на отечественном рынке, правда, гораздо меньшими объемами, связано еще одно перспективное направление сбыта цветочной рассады – использование ее в качестве элемен-

▼ Рисунок 3. Соотношение отечественного производства по укрупненным цветочным группам



тов ландшафтного дизайна для украшения приусадебных участков или территорий предприятий.

Что касается горшечной продукции, то выращивание и реализация ее не имеет такой ярко выраженной сезонной направленности. Обычно пик основных продаж в Беларуси приходится на выпускные экзамены в средних, средних специальных и высших учебных заведениях, а также на День знаний и День учителя.

В отличие от вышерассмотренных групп, нельзя категорично утверждать, что реализация цветов на срез в Беларуси тоже привязана к определенным праздникам или сезону. В этой цветочной группе есть растения, которые участвуют в производстве и реализуются как на протяжении всего календарного года – роза, хризантема, гвоздика, так и в определенный сезон – фрезия, лилия, тюльпан. Особенности обусловлены отличительными биологическими признаками посадочного материала и агротехникой выращивания отдельных видов растений.

Так, например, саженцы роз выпускают побегом с определенной периодичностью на протяжении всего календарного года, в то время как луковица тюльпана дает всего лишь один побег, пригодный для среза, а потом растению необходим длительный период покоя.

По итогам реализации в 2007–2011 годах становится очевидным, что выбор покупателей определенно склонился в сторону цве-

точного среза. Так называемое голосование рублем за развитие данного сегмента цветочного рынка в Беларуси, в силу различных причин – от эстетических до практических, подтвердило приоритетность этой товарной позиции.

Для сложившейся в течение последних лет ситуации на рынке цветочной продукции в нашей стране характерны:

- статичность доли горшечной продукции;
- сокращение объемов цветочной рассады, поскольку основными ее покупателями являются государственные организации, финансируемые из местных бюджетов;
- увеличение доли реализации отечественной продукции – цветочного среза.

Помимо тенденций развития отечественного цветочного рынка, следует сказать об экспортной составляющей. Анализ показал, что экспорт начал осуществляться только с 2011 года (табл. 2). Покупателем белорусских цветов выступили в основном россияне. Причем их заинтересовали лишь две позиции – цветы на срез (экспортировались только розы) и горшечная продукция. Общий объем экспорта цветочной продукции в 2011 году составил 0,716 млн долларов, из них 0,713 млн – срез.

В условиях преобладания импортной цветочной продукции на белорусском рынке усилия отечественных производителей направлены на увеличение своей доли на нем. Делается ставка, в первую очередь, на

► Таблица 2. Объем отдельных сегментов белорусского цветочного рынка, млн долларов

* объемы за 2007–2008 годы приведены только за 9 месяцев в части цветочной продукции, произведенной в Беларуси.
Источник: собственная разработка автора на основании данных РУП «Информационно-вычислительный центр Национального статистического комитета Республики Беларусь».

	2007 г.*	2008 г.*	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Цветочная продукция белорусского производства					
Рассада цветов	4,68	6,53	5,65	5,33	3,56
Цветы на срез	2,66	3,54	3,8	6,08	8,45
Горшечная продукция	0,25	0,34	0,3	0,38	0,33
Итого:	7,59	10,41	9,75	11,79	12,34
Импортная цветочная продукция					
Цветы на срез	9,122	7,751	11,5	13,422	12,601
Горшечная продукция	0,008	0,005	0,028	–	0,161
Итого:	9,13	7,756	11,528	13,422	12,762
Экспортная цветочная продукция					
Цветы на срез	–	–	–	–	0,713
Горшечная продукция	–	–	–	–	0,003
Итого:	–	–	–	–	0,716

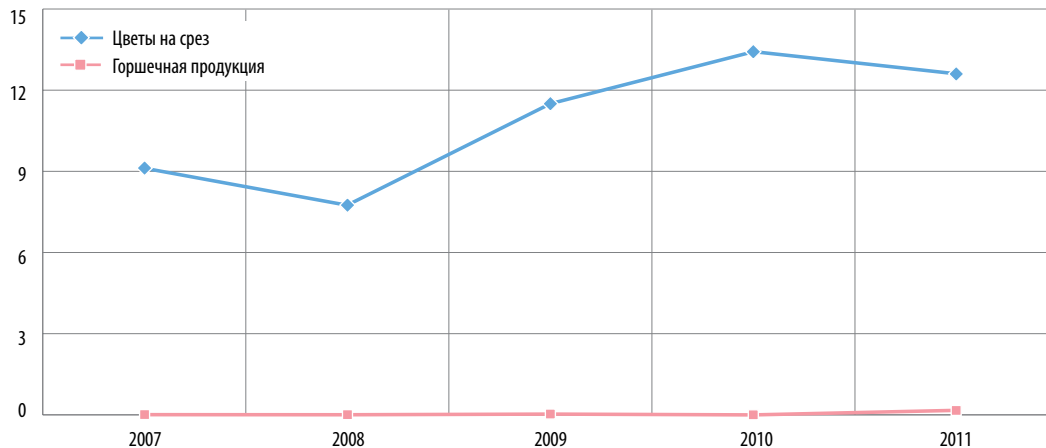


Рисунок 4. Тенденции импорта цветочной продукции в Республику Беларусь за 2007–2011 годы, млн долларов

импортозамещение цветочной продукции, а не на завоевание товарных позиций за пределами Республики Беларусь.

Если подробнее говорить об импорте, то на белорусском цветочном рынке представлены две укрупненные цветочные группы – цветы на срез и горшечная продукция (табл. 2; рис. 4).

Львиную долю в поставках цветочной продукции в Беларусь за рассматриваемый период занимал срез. В 2007 году импортировано цветочной продукции на общую сумму 9,130 млн долларов, из которых 9,122 млн долларов составляют цветы на срез; в 2008 показатели составили 7,756 млн и 7,751 млн долларов соответственно; в 2009 – 11,528 млн и 11,5 млн долларов; в 2010 году – 13,422 млн и 13,422 млн долларов; в 2011 году – 12,762 млн и 12,601 млн долларов. А вот объемы импорта горшечной продукции в нашу страну постепенно, с 2007 по 2009 год, снижались. Показательно, что в 2010 году горшечная продукция практически не ввозилась в Беларусь, в 2011 году импорт составил 0,161 млн долларов (табл. 2).

Таким образом, по результатам анализа объемов и структуры белорусского цветочного рынка можно выделить несколько особенностей его развития. Во-первых, отметим, что белорусский цветочный рынок находится на подъеме. Пока на нем преобладает импортная продукция. Но с 2011 года наблюдается некоторая динамика роста экспортной составляющей. В условиях преобладания импортной цветочной продукции усилия отечественных производителей направлены на увеличение своей доли на белорусском цветочном рынке (импортозамещение), а не на завоевание экспортных позиций.

Из трех крупных сегментов белорусского цветочного рынка преобладающий – цветы на срез. В 2007–2009 годах удерживать позицию лидера получалось благодаря импортным поставкам, в 2010–2011 годах уже отечественные цветоводы стремились наращивать темпы собственного производства. Второе место по реализации удерживает цветочная рассада: востребована преимущественно для озеленения городских территорий. Свой покупатель есть и у горшечной продукции, но все же эта доля на рынке очень мала.

Очевидно, что цветоводство Республики Беларусь как отрасль экономики прошло этап становления и формирования. За этот период сложились укрупненные цветочные группы и их структура, отработан путь от производителя до покупателя, найдены определенные ниши для реализации продукции. О переходе отрасли на этап развития, в частности, свидетельствует практически ежегодное увеличение объемов цветочного рынка. Исходя из результатов анализа, можно ожидать дальнейшего увеличения объемов отечественной продукции за счет активизации продаж цветочного среза. О том, что ставка делается именно на эту позицию, говорят и перспективные планы белорусских производителей цветов. Так, УП «Агрокомбинат «Ждановичи» наметило проект по строительству теплиц общей площадью порядка 2 га для выращивания цветов на срез. В дальнейшем, при укреплении позиций отечественных производителей на белорусском цветочном рынке, постепенно будет происходить переориентация на более целенаправленный экспорт этой продукции. ▀