

ИЗУЧЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ БЕЛОРУССКИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ ЦВЕТОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е.А. Игнатович, аспирантка, Н.Н. Киреенко, канд. экон. наук, доцент (БГАТУ)

Аннотация

В статье проведен анализ емкости и структуры отечественного и импортного рынков цветочной продукции. Выделены характерные особенности развития белорусского цветочного рынка и спрогнозированы дальнейшие направления его развития.

The article analyzes capacity and the structure of the national and foreign market flower production. Allocated characteristic features of the development of the Belarusian flower market and predicted the future direction of development.

Введение

Анализ определенного рынка позволяет сделать вывод об экономической эффективности деятельности отдельных организаций на макро- и микроуровнях – производителей того или иного товара или услуги, а также разработать ряд мероприятий, позволяющих улучшить экономическое состояние отдельной отрасли национальной экономики [1]. Поэтому для разработки программы по дальнейшему развитию цветочного рынка в Республике Беларусь необходимо проанализировать его текущее состояние в разрезе ассортимента цветочной продукции и выявить предпочтения белорусских покупателей.

Основная часть

Изучение рынка цветочной продукции в Беларуси, как и любого другого рынка продукции, основывается на изучении трех основных характеристик рынка, из которых вытекают все остальные специфические особенности конкретного рынка товара или услуги – объем, структура и номенклатура.

По объему рынка можно судить о его размере, а значит, о его значении и роли для отрасли экономики и народного хозяйства в целом. Емкость белорусского цветочного рынка с 2008 по 2011 гг. имела тенденцию к увеличению: темп роста данного показателя за 2009 г. к 2008 г. составил 177,54 %, 2010 г. к 2009 г. – 126,25 %, 2011 г. к 2010 г. – 145,09 % (табл. 1).

Цветоводство в Республике Беларусь является достаточно молодой и развивающейся отраслью экономики, о потенциале которой говорит объем импорта цветочной продукции. Так, за период с 2007 по 2011 гг. объем импортных поставок цветочной продукции в Беларусь превышал объем отечественного производства (исключение составляет 2008 г.), несмотря на постоянный значительный прирост последнего. Разница данных показателей за 2007 г. составила 3,413 млрд руб., за 2008 г. – 10,976 млрд руб., за 2009 г. – 5,23 млрд руб., за 2010 г. – 5,141 млрд руб., за 2011 г. – 2,731 млрд руб. (табл. 1).

Исходя из данных табл. 1, можно сделать вывод, что на белорусском цветочном рынке выделяются две

Таблица 1. Объем белорусского цветочного рынка за 2007-2011 гг., млрд руб.

	2007 г.**	2008 г.**	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Объем белорусского цветочного рынка*, в т.ч.	36,007	33,626	59,7	75,371	109,359
- отечественная цветочная продукция	16,297	22,301	27,235	35,115	53,314
- импортная цветочная продукция	19,71	11,325	32,465	40,256	56,045
Абсолютный ежегодный прирост объемов белорусского цветочного рынка, в т.ч.	X	-2,381	26,074	15,671	33,988
- отечественной цветочной продукции	X	6,004	4,934	7,88	18,199
- импортной цветочной продукции	X	-8,385	21,14	7,791	15,789
Абсолютная разница между объемами импортной и отечественной цветочной продукции	3,413	-10,976	5,23	5,141	2,731

Примечание: * за 2011 г. объем производства отечественной цветочной продукции уменьшен на сумму экспорта.

** Объемы за 2007-2008 гг. приведены за 9 месяцев в части цветочной продукции, произведенной в Беларуси.

Источник: собственная разработка автора на основании данных РУП «Информационно-вычислительный центр Национального стат. комитета Республики Беларусь»

части – рынок отечественной и рынок импортной цветочной продукции. В свою очередь, как показывает проведенное авторами исследование, каждая из частей белорусского цветочного рынка подразделяется на сегменты или укрупненные цветочные группы: рынок цветочной рассады (однолетники, двулетники, многолетники); рынок цветов на срез (срез основной – роза, тюльпан, лилия, гербера, фрезия, хризантема, гладиолус, гвоздика и др. и срез дополнительный, используемый для украшения цветочных композиций: гипсофила, берграсс, рускус и др.) и рынок горшечной продукции.

Следовательно, структура белорусского цветочного рынка сложилась и для нее присущи определенные особенности, более детальное изучение которых позволит спрогнозировать тенденции развития белорусского рынка на ближайшую перспективу. В качестве одной из таких особенностей выступает сегментирование двух частей рынка – отечественной и импортной цветочной продукции на укрупненные цветочные группы.

Доли укрупненных цветочных групп белорусского рынка за 2007-2011 гг. – цветочной рассады, цветов на срез и горшечной продукции приведены в табл. 2.

Согласно данным табл. 2, основное место на белорусском цветочном рынке в 2007-2011 гг. принадлежало цветам на срез. Доля данной укрупненной

группы за рассматриваемый период превышала 62 % ежегодно и имела тенденцию к росту с 2008 г. Увеличение доли цветов на срез происходило за счет снижения доли цветочной рассады, которая занимала второе место в структуре белорусского цветочного рынка. Доля горшечной продукции по сравнению с рассадой цветов и цветами на срез в изучаемом периоде незначительна.

Более детальная информация об импортной и отечественной цветочной продукции в разрезе укрупненных групп представлена в табл. 3.

Отечественные производители цветочной продукции выращивают три укрупненных цветочных группы: цветочную рассаду, цветы на срез и горшечную продукцию (табл. 3), при этом экспортируются и импортируются только две укрупненных цветочных группы – цветы на срез и горшечная продукция.

Данную особенность можно объяснить следующим: основным покупателем цветочной рассады являются белорусские государственные организации, которые проводят работы по благоустройству и озеленению городских территорий за счет бюджетных средств (исходя из практического опыта автора, порядка 95 % от всего объема продаж данного вида продукции), тогда как покупателями цветочного среза и горшечной продукции являются физические лица, которые приобретают данные виды цветочной продукции для собственного потребления.

Таблица 2. Структура белорусского цветочного рынка за 2007-2011 гг., %

	2007 г*	2008 г*	Разница 2008 г. и 2007 г.	2009 г	Разница 2009 г. и 2008 г.	2010 г	Разница 2010 г. и 2009 г.	2011 г	Разница 2011 г. и 2010 г.
Рассада цветов	28,0	35,9	7,9	26,6	-9,3	21,1	-5,5	14,6	-6,5
Цветы на срез	70,5	62,2	-8,3	71,9	9,7	77,4	5,5	83,4	6,0
Горшечная продукция	1,5	1,9	0,4	1,5	-0,4	1,5	0,0	2,0	0,5
Итого	100,0	100,0	X	100,0	X	100,0	X	100,0	X

Примечание: * – объемы за 2007-2008 гг. приведены 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».

Таблица 3. Объем отдельных сегментов белорусского цветочного рынка, млрд руб.

	2007 г.*	2008 г.*	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Цветочная продукция белорусского производства					
Рассада цветов	10,050	13,952	15,779	15,883	16,482
Цветы на срез	5,706	7,559	10,616	18,112	39,070
Горшечная продукция	0,541	0,79	0,84	1,12	1,528
Итого	16,297	22,301	27,235	35,115	57,080
Импортная цветочная продукция					
Цветы на срез	19,692	11,314	32,387	40,256	55,334
Горшечная продукция	0,018	0,011	0,078	-	0,711
Итого	19,71	11,325	32,465	40,256	56,045
Экспортная цветочная продукция					
Цветы на срез	x	x	x	x	3,757
Горшечная продукция	x	x	x	x	0,008
Итого	x	x	x	x	3,765

Примечание: * – объемы за 2007-2008 гг. приведены 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».

Сегмент цветочной рассады на рынке является довольно узким, поскольку на нем действует практически неизменное количество продавцов-производителей отечественной цветочной продукции и ее покупателей, осуществляющих закупки за счет средств местных бюджетов. Несмотря на значительную долю данного сегмента в общем объеме (табл. 3), рынок цветочной продукции не подвержен резким колебаниям, основанным на изменении предпочтений покупателей. Поскольку графики поставки цветочной продукции согласуются в начале IV квартала текущего года на следующий календарный год, т.к. осуществляется процедура закупки за счет бюджетных средств, схемы цветников основаны на хорошо себя зарекомендовавших видах растений в условиях весенне-летнего периода Беларуси. Т.е. перечень растений остается практически неизменным, практический опыт и технический потенциал отечественных производителей направлен на совершенствование технологий выращивания зарекомендовавших себя растений, поскольку выгнать крепкие и здоровые растения необходимо точно к определенным датам посадки в открытый грунт.

Следовательно, рынок цветочной рассады без сомнения обладает потенциалом для наращивания объемов реализации данного вида продукции в Республике Беларусь, в частности за счет увеличения количества покупателей-физических лиц.

Белорусский покупатель цветочной продукции отдает предпочтение цветам на срез при совершении покупки за рассматриваемый период – объемы отечественного и импортного цветочного среза значительно превышают объемы предложения по горшечной продукции отечественного и импортного

производства. Как видно из рис. 1, объемы отечественного и импортного цветочного среза ежегодно увеличиваются за 2007-2011 гг. (исключение составляет объем импорта цветочного среза за 2008 г.).

Объемы производства и импорта горшечной продукции в Республику Беларусь на протяжении 2007-2011 гг. подвержены той же тенденции, что и объемы цветочного среза (графическое отражение данной тенденции приведено на рис. 2). При этом, если за 2007-2011 г. объемы импортного среза значительно превышают объемы отечественного производства данной укрупненной группы, то при анализе динамики горшечной продукции – объемы предложения отечественной горшечной продукции значительно превышают объемы импортной за рассматриваемый период.

Рассмотренные выше тенденции фактически можно объяснить следующим:

1) белорусский покупатель остался консервативным за рассматриваемую пятилетку – он отдает предпочтение подарку в виде среза роз, а не горшечной продукции, поэтому совокупные объемы среза роз значительно больше объемов импортной и отечественной горшечной продукции на белорусском рынке;

2) белорусский рынок цветочной продукции находится в стадии роста, поэтому объемы отечественного производства не могут догнать объемов импорта среза цветов, поскольку производство цветочной продукции является материало-, трудо- и энергоемким, что предполагает значительные вложения в данную отрасль национального сельского хозяйства и, как минимум, на 6 месяцев отложенный старт данного производства из-за необходимого периода развития растений до

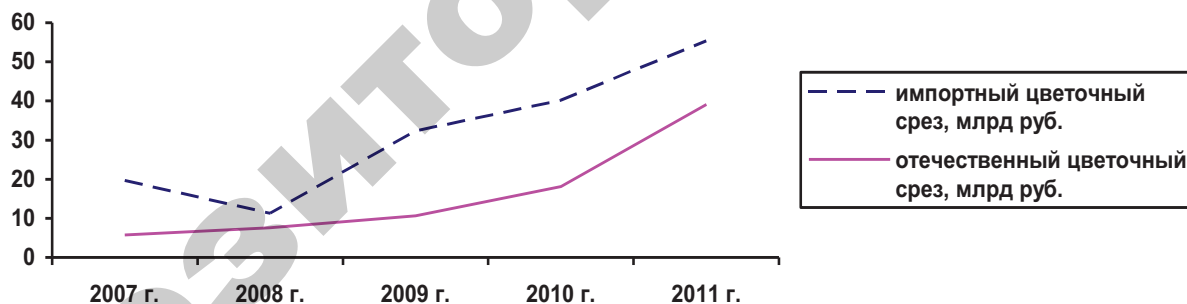


Рисунок 1. Динамика импортного и отечественного цветочного среза за 2007-2011 гг.

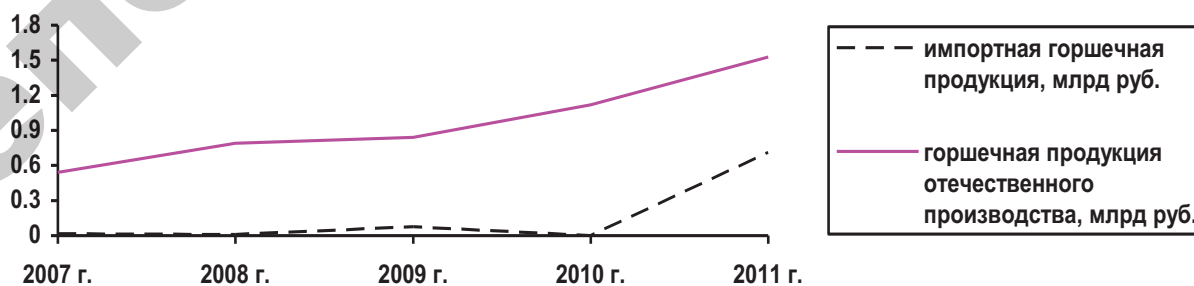


Рисунок 2. Динамика импортной и отечественной горшечной продукции за 2007-2011 гг.

момента начала периода среза;

3) поскольку, белорусский покупатель скорее предпочтет срез цветов, а не горшечную продукцию, то импортный объем цветочного среза превышает отечественный, а горшечной продукции присуща обратная тенденция.

Ввиду существенной доли цветочного среза в объемах как отечественного, так и импортного рынка цветочной продукции, проанализируем более детально номенклатуру цветочного среза, сложившуюся за 2007-2011 гг.

Проанализировать структуру отечественных цветов на срез невозможно из-за отсутствия данных, в частности данных государственной статистической отчетности, но благодаря таможенному декларированию экспортно-импортных операций, мы можем подвергнуть анализу импортную номенклатуру срезанных цветов (табл. 4).

Таблица 4. Структура импорта среза цветов в Республику Беларусь*, %

Свежий срез цветов	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Роза	43,3	46,4	48,4	48,9	48,7
Гвоздика	35,3	31,5	29,1	28,1	26,3
Орхидея	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2
Гладиолус	0,004	0,009	0,009	0,02	0,01
Хризантема	21,3	22,0	22,2	22,8	24,7
Прочие срезанные цветы	0,001	0,0006	0,0008	0,0009	0,001
Итого	100	100	100	100	100

* Примечание: структура импорта построена на основании натуральных данных по импорту цветочного среза за 2007-2011 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании данных РУП «Информационно-вычислительный центр Национального статистического комитета Республики Беларусь»

Согласно данным табл. 4, предпочтения покупателей за рассматриваемый период распределились следующим образом: срез розы (средняя доля в структуре импорта среза цветов – 47,14 %), срез гвоздики (30,06 %), срез хризантемы (22,6 %), срез орхидеи (0,14 %).

В структуре импорта цветочного среза доля розы возросла до 48,9 % (за 2010 г.) и незначительно колеблется относительно данной величины в течение 2009-2011 гг. Доля общеизвестного вида цветочного среза – гвоздики постоянно снижается, в то время как доля хризантемы имеет тенденцию к увеличению. Поставки экзотических видов цветочного среза для Республики Беларусь возрастают (прочие срезанные цветы: берграс, рускус, гипсофила) или остаются относительно стабильными (срез орхидеи и гладиолуса).

Графическое отражение изменения основных элементов структуры импорта среза цветов за 2007-2011 гг. представлено на рис. 3 (доля среза орхидей и гладиолусов, прочего среза слишком мала для наглядного отображения).

Заключение

Таким образом, по результатам данного исследования можно сделать ряд выво-

дов, характеризующих белорусский цветочный рынок и предпочтения белорусских покупателей в 2007-2011 г.:

1. Белорусский цветочный рынок находится в стадии роста за рассматриваемый период: в 2009 г. по сравнению с 2008 г. прирост рынка составил 26,074 млрд руб., за 2010 г. по сравнению с 2009 г. – 15,671 млрд руб., за 2011 г. по сравнению с 2010 г. – 33,988 млрд руб.

2. На белорусском цветочном рынке представлены три укрупненные цветочные группы – цветы на срез, цветочная рассада и горшечная продукция, которые в данной последовательности и расположились в структуре рынка (от большей доли к меньшей). Основным покупателем цветочной рассады являются юридические лица, которые осуществляют работы по благоустройству и озеленению за счет выделенных бюджетных средств на эти цели по заранее составленным графикам озеленения на текущий календарный год. Поэтому данный сегмент рынка незначительно подвержен изменениям в течение календарного года со стороны покупателей цветочной рассады. На сегменты срезанных цветов и горшечной продукции оказывают влияния предпочтения покупателей.

3. Белорусские покупатели отдают предпочтение срезу роз при покупке цветочной продукции (доля которой относительно постоянна за 2009-2011 г. – порядка 48,9 % в структуре импорта среза), затем, по принципу от большего к меньшему, расположились – гвоздика, хризантема, орхидея, гладиолус, прочие виды цветочного среза (основные и дополнительные).

Проведенное исследование белорусского рынка цветочной продукции позволяет спрогнозировать развитие данного рынка на перспективу. Так, в общей доле рынка лидирующие позиции будет по-прежнему занимать сегмент цветов на срез, при этом покупатели и дальше будут отдавать свое предпочтение розе при покупке среза. Прочие виды среза будут присутствовать на рынке, и перераспределять свои доли между собой в зависимости от изменения предпочтений покупателей.

Белорусским производителям необходимо найти способ привлечь физических лиц на сегмент цветочной рассады, в ином случае ее доля постепенно будет уменьшаться в общем объеме цветочного рынка, уступая свои позиции цветам на срез и горшечной продукции. Доля горшечной продукции будет и

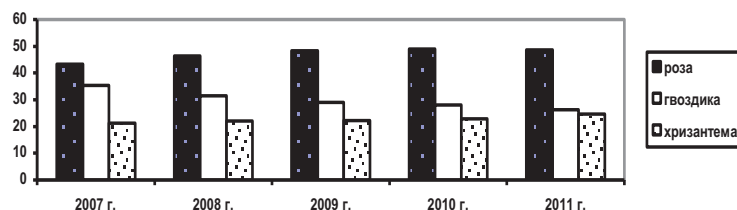


Рисунок 3. Графическое представление структуры импорта среза цветов, %

дальше расти на белорусском цветочном рынке.

Таким образом, для белорусского цветочного рынка в краткосрочной перспективе характерен дальнейший рост с постепенным перераспределением долей укрупненных цветочных групп на рынке в зависимости от предпочтений покупателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дурович, А.П. Практика маркетинговых исследований: в 2 кн. Основные концепции и методы: кн. 1; сер. «Бизнес от А до Я» / А.П. Дурович. – Мн.: Изд-во Гревцова, 2008. – 256 с.: ил.

УДК 631.15:33:339.187.62

ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ 28.01.2012

ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ АГРОЛИЗИНГА

С.А. Матох, канд. экон. наук, доцент (БГАТУ)

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы организации лизинговых услуг в аграрном секторе экономики Республики Беларусь: источники финансирования, эффективность, возникающие риски, методика анализа финансового состояния лизингополучателя.

The article presents the organization of leasing services in the agricultural sector of the economy of the Republic of Belarus, funding sources, efficiency, emerging risks, methods of analyzing the financial condition of the lessee.

Введение

Агролизинг является одной из главных составляющих механизма технического обеспечения сельского хозяйства и выступает инструментом успешного целенаправленного обновления основных фондов хозяйствующих субъектов АПК. Как один из способов привлечения необходимого инвестиционного капитала он активно используется в международной и отечественной практике. На долю лизинга в мире приходится 25-30 % общего объема инвестиций. В Беларуси объем лизинговых операций значительно ниже и не превышает 3-4 % [1].

Учитывая, что лизинг означает передачу хозяйственного имущества во временное пользование на условиях срочности, возвратности и платности, он по своему характеру сходен с кредитом, что позволяет рассматривать его как специфическую форму коммерческого кредита. Однако, несмотря на близость лизинга и кредита, отождествлять их не следует. Лизинг следует рассматривать как особый вид договора, содержащий элементы кредита и аренды.

Основная часть

Рынок лизинговых услуг в Республике Беларусь еще сравнительно молодой, находящийся на стадии становления и поэтому требующий государственной поддержки. Правовые и экономические основы проведения лизинговых операций в аграрном секторе национальной экономики были заложены в августе 1995 г., когда Кабинет Министров Республики Беларусь принял постановление № 415 «Об обеспечении тракторами, сельскохозяйственными машинами и оборудованием субъектов хозяйствования Республи-

ки Беларусь», в котором Министерству сельского хозяйства и продовольствия поручалось обеспечить закупку необходимой сельскохозяйственной техники для передачи ее на условиях долгосрочной аренды субъектам хозяйствования. Министерство финансов Республики Беларусь, в свою очередь, по заданию правительства впервые запланировало в государственном бюджете 1996 г. необходимые средства для реализации поставленных задач. В последующем финансовые ресурсы на закупку необходимой техники ежегодно предусматриваются в Законе о государственном бюджете. Источником их являются средства республиканского фонда поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки.

Кроме сельскохозяйственных организаций, лизингом пользуются:

- строительно-эксплуатационные предприятия концерна «Белмелиоводхоз», осуществляющие ремонт и техническое обслуживание мелиоративных систем сельскохозяйственных предприятий;
- учебные заведения, осуществляющие подготовку и повышение квалификации кадров для агропромышленного комплекса;
- научно-исследовательские учреждения Академии аграрных наук (в 2002 г. переданы НАН Беларуси);
- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- государственные сортоиспытательные станции Комитета по государственному испытанию и охране сортов растений;
- рыбхозы ГО «Госрыбхоз», обслуживающие предприятия и организации системы Минсельхозпрода, при которых создаются специализированные от-