

УДК 338.4:635.9

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ ЦВЕТОВ

Кузичева Наталия Юрьевна

кандидат экономических наук, доцент

kuzicheva.natalia@yandex.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены аспекты организации экономических взаимоотношений между участниками рынка цветов. Определена их экономическая сущность, выявлены формы их организации, характерные каждому звену товародвижения на нем. Сделан вывод о том, что участники активно ищут пути выхода на платежеспособных потребителей.

Ключевые слова: рынок цветов, организация, отношения, формы, производство, торговля.

Одним из важнейших направлений обеспечения эффективного производства срезочных цветов является результативная сбытовая деятельность. Она предполагает организацию обменных отношений между производителем и покупателем сопровождающуюся переходом прав собственности от одного к другому на возмездной основе. При этом возмездность предполагает получение компенсации со стороны покупателя на уровне равновесной цены продукта, формирующейся под влиянием предложения и спроса, сложившихся условий конкуренции. Особенности рынка срезочных цветов является высокая эластичность спроса и предложения по цене, сезонность продаж, высокий риск коммерческих потерь **[Ошибка! Источник ссылки не найден.]**. С их учетом должна организовываться производственная и сбытовая деятельность в современном цветоводстве.

Их основой выступают экономические отношения между участниками производственного и потребительского секторов рынка цветов, возникающие на всех этапах воспроизводственного цикла - от производства цветов до их потребления. Относительно производственного сектора можно выделить внутренние и внешние экономические отношений - внутренние складываются в производственном процессе и охватывают отношения между организацией и персоналом по поводу купли-продажи труда, между организацией и производственными подразделениями по поводу выполнения конкретных функций управления; внешние - направлены на решение вопросов правомерного использования авторских прав в области селекционных достижений. Наиболее сложным в отношении вскрытия субъектов, между которыми складываются экономические отношения, следует назвать этап распределения. Он получает реализацию как на этапе окончания производственного цикла, когда формируются партии цветов для реализации по разным каналам сбыта, так и распределения по точкам сбыта на рынке розничных продаж срезочных цветов. В связи с этим можно говорить о том, что применительно к потребительскому сектору экономические отношения

возникают на этапах распределения, обмена и потребления цветочной продукции.

Итак, экономические отношения между сотрудничающими сторонами-субъектами рынка цветов реализуются в разных формах:

- между сферами производства интеллектуального и материального продукта на основании лицензионных договоров о предоставлении права использования селекционного достижения [1-3, 5-7];

- между сферами материального производства и торговлей (оптовая, розничная) на основе договоров купли-продажи;

- между организациями розничной торговли и потребителями через развитие сетей специализированных цветочных магазинов, точек реализации цветов в супермаркетах федеральных розничных сетей, интернет-торговлю.

Рынок цветов выступает одним из рынков, на котором большое значение имеет фактор урегулированности прав интеллектуальной собственности. В большей степени это затрагивает рынок посадочного материала. К сожалению, в России получает лишь фрагментарное развитие, в большей степени ориентируясь на любительское декоративное садоводство и цветоводство. На этом фоне из технологической цепи практически «выпали» отечественные научные центры, обладающие коллекциями новых перспективных сортов, но ограниченными возможностями их промышленного размножения.

Разные сорта цветочных культур востребованы покупателями в разных объемах. Крупные производители стараются ориентировать свою производственную деятельность на ограниченном круге наиболее устойчивых к болезням и обладающих высокодекоративными качествами сортов цветов, пытаясь охватить общие вкусовые предпочтения потребителей. Так, в ООО Питомник «Калинково» Калининградской области, специализирующийся на выгонке тюльпанов, выращивают восемь сортов этой культуры, ориентируясь на цветовую гамму желтого, красного, розового, темно-розового, желто-красного и белого цветов.

Тепличные комплексы, развивающие производственный сегмент цветоводства, заинтересованы в организации работы с крупными оптовыми покупателями. В России функционируют 73 крупные цветочные базы, 89% из которых выстраивают свою работу в сферах оптовых и розничных продаж. Пространственно они размещены в крупных городах с населением не менее 800 тыс. чел. Тенденцией последнего десятилетия является развитие интернет-торговли цветами, получившая развитие как одно из направлений цветочного бизнеса крупных посреднических структур. Например, у 20% крупнейших оптовых баз цветов имеется интернет-магазин.

Интернет-торговля цветами ориентирована, прежде всего, на широкий охват потребительского рынка, поэтому основным продуктом, предлагаемым интернет магазинами выступают букеты. Букет - это красиво подобранные цветы и декоративные растения одного или нескольких видов, оформленные в соответствии с критериями гармоничности и предназначенные для подарка или украшения помещения. С экономической точки зрения, в букете как продукте сконцентрированы прошлый и живой труд цветовода, флориста и средняя прибыль отрасли. В условиях пандемии интернет-торговля цветочной продукцией получила дополнительный импульс.

Развитие сетей специализированных цветочных магазинов осуществляется на основе франчайзингового договора, предметом которого является покупка права ведения бизнеса под другим брендом, использования бизнес-модели продавца. Примером, успешности такого бизнеса на рынке цветов является ООО «Цветоптторг» (г. Москва), сеть цветочных магазинов под брендом «Flowwow». Последняя представляет наиболее успешную модель франшизы за счет:

- формирования полноценного пакета франшизы (концепция франшизы, ее презентация, маркетинг, пакет юридических документов, бренд-бук, бизнес-бук, финансовая модель, бизнес-модель и др.);
- высоких показателей роста действующих партнеров;

- стабильного роста во время тяжелой экономической ситуации в стране и мире;

- создания выгодных условий оптовых закупок товара;

- узнаваемости бренда Flowwow и доверия к нему со стороны клиентов.

Таким образом, изменение реальности жизни влечет за собой более динамичный ответ участников рынка цветов, выражающийся в поиске ими новых форм организации взаимодействия с партнерами и клиентами.

Список литературы:

1. Кузичев, Б.А. Достижения селекции гладиолуса в Центральном Черноземье / Б.А. Кузичев, О.Б. Кузичев // Агро XXI. - 2008. - № 4-6. - С. 19-21.

2. Кузичев, О.Б. Влияние погодных условий на продуктивность вегетационного размножения гладиолуса гибридного (*Gladiolus Hybridus Hort.*) / О.Б. Кузичев // Наука и Образование. - 2019. - Т. 2.- № 4. - С. 169.

3. Кузичев, О.Б. Новые перспективные гибридные сеянцы гладиолуса селекции ФГБНУ «ФНЦ им. И.В. Мичурина» / О.Б. Кузичев // Сб.: Приоритетные направления развития садоводства (I Потаповские чтения): материалы Национальной научно-практической конференции, посвященной 85-й годовщине со дня рождения профессора, доктора сельскохозяйственных наук, лауреата Государственной премии Потапова Виктора Александровича. - Мичуринск: Изд-во Мичуринского ГАУ, 2019. - С. 115-117.

4. Кузичев, О.Б. Современное состояние цветоводства в России и перспективы развития / О.Б. Кузичев, Н.Ю. Кузичева, Р.А. Полянских // Наука и Образование. - 2019. - Т. 2. - № 4. - С. 172.

5. Кузичев, О.Б. Изучение характера наследования окраски цветка в реципрокных скрещиваниях гладиолуса гибридного (*Gladiolus Hybridus Hort.*) / О.Б. Кузичев, Р.А. Полянских // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2020. - № 3 (62). - С. 16-23.

6. Кузичев, О.Б. Ускорение селекционного процесса у гладиолуса гибридного (*Gladiolus Hybridus Hort.*) / О.Б. Кузичев, В.Н. Сорокопудов // Сб.:

Приоритетные направления развития садоводства (I Потаповские чтения): материалы Национальной научно-практической конференции, посвященные 85-й годовщине со дня рождения профессора, доктора сельскохозяйственных наук, лауреата Государственной премии Потапова Виктора Александровича. - Мичуринск: Изд-во Мичуринского ГАУ, 2019. - С. 111-115.

7. Современные направления в селекции некоторых цветочных культур / М.А. Соколова, О.Б. Кузичев, С.В. Гончарова, Г.М. Пугачева // Достижения науки и техники АПК. - 2019. - Т. 33. - № 2. - С. 34-41.

UDC 338.4:635.9

MODERN FORMS OF ORGANIZATION OF ECONOMIC RELATIONS IN THE FLOWER MARKET

Kuzicheva Natalia Yurievna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

kuzicheva.natalia@yandex.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Annotation. The article considers aspects of the organization of economic relations between participants in the flower market. Their economic essence has been determined, the forms of their organization, characteristic of each link of promotion of goods, have been identified. It was concluded that participants are actively looking for ways to reach solvent consumers.

Key words: flower market, organization, relationships, forms, production, trade.