

Коммерсантъ ДЕНЬГИ

ЖУРНАЛ "ДЕНЬГИ" № 19 (724) ОТ 18.05.2009

Огородные промыслы

Журнал «Деньги» № 19 (724) от 18.05.2009

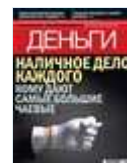


Фото: ИТАР-ТАСС

На фоне повсеместного падения спроса рынок семян овощных культур в начале сезона 2009 года вырос почти на 30%. И хотя дачники обеспечили лишь малую часть его роста, в рамках общемировой тенденции они все чаще отказываются от клумб и газонов в пользу грядок.

Картофельные кольца

В апреле этого года стало известно, что первая леди США Мишель Обама намерена разбить на южной лужайке Белого дома огород для снабжения органическими продуктами президентской кухни. Она заявила, что в возделывании огорода будет участвовать вся ее семья и даже сам президент займется пропалыванием грядок. Среди 55 видов растений, которые собираются выращивать Обамы,— шпинат, острый перец, листовой салат и разные сорта капусты. Идея огорода при Белом доме не нова: в 1943 году супруга 32-го президента США Элеонора Рузвельт впервые разбила огород в саду Белого дома, а в 1990-е чета Клинтон устроила небольшой огород на крыше Белого дома.

В России огород — это не просто мода на экологически чистую пищу, в 90-е он многим помогал выживать. Заведующий кафедрой общей социологии Высшей школы экономики Никита Покровский рассказывает, что концентрические кольца участков по 6 соток стали уникальной приметой российских мегаполисов, так что иностранным исследователям пришлось выучить сложное слово *datcha*.

"Такие кольца есть даже вокруг райцентров с населением 20 тыс. человек,— продолжает ученый.— В 90-е годы пенсионеры и не вписавшиеся в рыночную экономику специалисты кормились с этих участков. Первый признак такого вида хозяйства — картофель".

"То, что у нас много земли находится в руках землепользователей, всегда помогало нашей стране переживать кризисы,— убежден главный редактор газеты "Ваши 6 соток" Андрей Туманов.— Самый яркий пример — 90-е. Если бы не было земли в собственности, по стране прокатились бы кровавые бунты. Дачи — это продовольственная безопасность страны".

Британский политолог Ричард Роуз утверждает, что выращивание горожанами продуктов питания — особенность "стрессовых обществ" России и Восточной Европы: "По сути, это нерыночное производство продуктов питания. Такая практика приводит к необходимости рабочим и служащим становиться аграриями, что ведет к дедифференциации рабочей силы".

Впрочем, сытые "нулевые" повернули процесс дедифференциации вспять: коттеджные поселки отвоевали место у ближайших к мегаполисам дачных кооперативов, а полученные по наследству 6 соток цивилизованные дачники все чаще превращают в газоны или цветники. Никита Покровский отмечает, что это общемировая тенденция: самодельный сельхозтруд неэффективен, и в других странах приусадебные участки используются максимум для обеспечения владельцев свежей зеленью.

Если дачные кольца вокруг богатых городов уже практически разжались, в маленьких и бедных процесс развивается медленнее. "Сейчас классические дачники, занимающиеся заготовками,— это почти исключительно пенсионеры, в России их 40 млн, и 80% из них имеют дачный участок",— подсчитывает социолог.

По данным Всероссийской сельскохозяйственной переписи 2006 года, в России около 18 млн человек имели свои земельные участки, не считая "диких" огородников в маленьких городах, засаживающих овощами придомовые территории. Хотя более свежей статистики на этот счет нет, исследователи отмечают, что кризис приостановил процесс естественного вымирания "шестисоточников".

"Спрос на подмосковные земли упал, и дачников больше не выживают, поливая бензином их домики, чтобы получить землю под застройку,— свидетельствует Никита Покровский.— Параллельно люди рассматривают вопрос о возобновлении сельхозпроизводства на участках".

В свою очередь, магазины для дачников регистрируют небывалый спрос на семена. По данным Евразийского союза производителей и продавцов семян, спрос на семена в 2009 году вырос почти на треть. Глава союза Владислав Корочкин связывает рост интереса к огородничеству с повышением цен на плоды и овощи. По данным Росстата, с прошлого года они выросли в среднем почти на 15%. В то же время у многих горожан появилось больше свободного времени для занятия огородничеством в связи с увольнениями и сокращением продолжительности рабочего дня.

Впрочем, экономическая эффективность дачного хозяйства по-прежнему остается довольно спорной. По мнению Андрея Туманова, дачников несправедливо обижают: они платят за электроэнергию больше, чем горожане, с них взимают ежегодный налог в размере 0,3% от кадастровой стоимости земли, кроме того, еще они платят компаниям при местных администрациях, отвечающим, к примеру, за вывоз мусора. Если прибавить к этому затраты на поездки на дачу и расходы на инвентарь, то понятно, почему многие предпочитают покупать овощи на рынке.

Впрочем, все меняется, если изменить методику подсчета, оппонирует себе же Андрей Туманов: "Если у вас и так есть дача, то вы все равно поедете на нее в выходные и все равно заплатите налог и "коммуналку". Лично мне непонятно, зачем платить за все это, да еще к тому же покупать овощи на рынке. Это уж точно невыгодно".

Московский дачник развратился, высаживая цветы вместо картофеля и помидоров, а вот в провинции народ за картошкой в супермаркет не ходит, говорит Туманов. А скоро и московские сибариты распашут свои газоны под овощные культуры, пророчествует он.

На собственном тесном участке Туманов, по его уверениям, выращивает по пять центнеров картошки с сотки в год. "Мы единственная продовольственная опора в стране",— гордится своими коллегами по 6 соткам главный дачник страны.

Овощи и травы

Последние несколько лет рынок семян растет внушительными темпами — до 30% в год. По оценкам департамента пищевой промышленности Минсельхоза РФ, ежегодный оборот рынка посадочного материала составляет около \$1 млрд. Впрочем, нельзя сказать, что формируют этот богатый рынок дачники, констатирует заместитель директора по семеноводству трав холдинга "Российские семена" Александр Михайличенко: "Основные продажи на рынке семян обеспечивает промышленное производство, дачники занимают примерно одну десятую этого рынка. Причем в последние годы есть тенденция к уменьшению этой доли. Люди переставали сеять овощи. Что касается цветов и трав, то дачники стараются использовать многолетние культуры".

Несмотря на снижающиеся аппетиты дачников, за них борются крупные отечественные игроки: "Российские семена", НК (бывший "Русский огород"), "Аэлита", "Поиск", "Семко". По словам Александра Михайличенко, вместе они занимают около 70% рынка.

Андрей Туманов с этой оценкой не согласен: "Рынок семян консолидированным назвать трудно. Конечно, есть крупные игроки, но очень много мелких компаний, в том числе региональных. Из-за большого количества компаний-однодневок невозможно оценить, сколько их всего на рынке семян".

По словам Александра Михайличенко, в общей структуре "дачных" семян примерно в одинаковых долях представлены три товарные группы: овощи, травы и цветы. По сравнению с 90-ми годами овощи (а в эту группу входят томаты, перцы, огурцы, капуста, корнеплоды) проигрывают: тогда их было не меньше половины. Впрочем, 2009 год изменил тенденцию: овощи в "Российских семенах" выросли на 10%, а дорогой импортный материал (например, луковицы цветов) упал примерно на 40%.

Подавляющее большинство семян на российском рынке — импорт, хотя бюджетный сегмент представлен в основном отечественным товаром.

"Средний счет в магазине семян у меня составляет 30-40 руб. за одно посещение, но я заезжаю туда часто,— говорит сторонник отечественного Андрей Туманов.— В год выходит 400-500 руб. Пакетик семян свеклы стоит 2,5 руб., пакетик моркови — 3 руб. Я покупаю по три пакетика, мне хватает".

Впрочем, такие низкие цены — лишь на отечественные семена, которых на нашем рынке всего 10-15%. Стоимость импортных гораздо выше: например, пакетик семян картошки стоит 50-60 руб. Причем цена как импортных, так и отечественных семян в связи с девальвацией рубля выросла в среднем на 20%. Связано это с тем, что даже наши семена производятся в значительной степени за границей, рассказывает Владислав Корочкин.

"Сегодня мы пришли к такой бизнес-модели: самостоятельно производим исходный селекционный материал, из которого изготавливаем коммерческие партии там, где это наиболее удобно и дешево, с учетом минимизации климатических рисков и требований сезонности,— продолжает Корочкин.— Все производственные затраты и, соответственно, цена товара фиксируются в валюте. Сегодня основные российские компании производят семена там же, где и все остальные иностранные: во Франции, Италии, Новой Зеландии, США, Китае, Индии. Еще мы продолжаем немного производить на Украине, в Казахстане, Узбекистане".

В холдинге "Российские семена" эту проблему изучили с практической стороны: например, итальянцы берут за выведенные собственные сорта капусты около €2-3 тыс. за килограмм семян. Если же поставлять им селекционный материал из России, стоимость снижается в десять раз, ведь дорого за границей ценится селекционная работа, а не простое выращивание.

"Элитные семена высоких репродукций мы получаем здесь,— рассказывает Александр Михайличенко.— Эти семена мы можем отдавать на размножение отечественным фермерам, можем производить сами, можем отправлять за границу. Все три направления и используем. За рубеж направляем те семена, которые в нашей зоне надо размножать два года, а там — один, и таким образом получаем более дешевые семена. В условиях Краснодара или Тамбовской области можно размножить семена моркови, свеклы, укропа, редиса. В Приднестровье — томаты, огурцы. В нашей зоне — семена трав".

Впрочем, некоторые эксперты считают, что российский климат в принципе не годится для выращивания семян. По мнению директора овощной станции при Тимирязевской сельскохозяйственной академии Василия Судденко, даже в южных регионах России слишком влажно — от этого посевы заражаются болезнями и семена хуже всходят.

С ним не согласны в Краснодарском НИИ овощного и картофельного хозяйства. По мнению Татьяны Шамиловой, замдиректора НИИ по инновационной работе, климатические условия в Краснодарском крае вполне подходят для выращивания семян, но заниматься этим в России просто невыгодно: слишком велики затраты. "Для создания нового сорта овощей необходимо не менее трех лет,— объясняет эксперт.— Еще два года уйдет на государственные испытания. Необходимо большое количество лабораторного оборудования, нужны малогабаритная техника, теплички, еще тысяча мелочей — колышки, реактивы, система орошения. На создание одного нового сорта нужны долгие годы и миллионы рублей".

Удобрения своими руками

Посеять семена — это еще не все, опытные дачники могут многое рассказать об уходе за всходами. Например, Андрей Туманов самостоятельно изготавливает удобрения.

"Дома в старом аквариуме у меня живут красные калифорнийские черви,— признается Андрей.— Они едят объедки и делают прекрасный компост. Иногда, правда, из-за них у меня в квартире заводится муха дрозифила. Но ради продовольственной безопасности страны приходится терпеть".

Бесплатно можно получить и навоз — правда, при условии самовывоза. А вот средства для борьбы с вредителями и сорняками приходится покупать у профессионалов. Впрочем, основной игрок на этом рынке, компания "Август", не ожидает резкого роста продаж в связи с кризисом.

"У нас каждый год растет объем продаж на 40-50%,— рассказывает начальник отдела личных подсобных хозяйств компании "Август" Людмила Люлева.— Тем не менее я не вижу, чтобы рынок сам по себе сильно расширился. Наша компания растет за счет того, что мы вытесняем конкурентов, а роста по всему рынку, работающему с дачниками, нет. В кризис люди не возвращаются к участкам, потому что все понимают: лучше напрячь мозги и найти нормальную работу, чем выращивать овощи".

Людмила Люлева отмечает, что хорошо продаются относительно дорогие средства, рассчитанные на средний класс: рынок во многом потерял чувствительность к цене.

Рост дачного дела на новой технологической основе виден и на другом фронте садовых работ. Общий объем рынка садовой техники в ценах производителей и иностранных поставщиков составил в 2008 году более \$400 млн, говорит директор исследовательской компании Research.TechArt Евгения Пармухина. При этом ежегодный рост этого рынка составляет около 20-30%. К садовому оборудованию относятся мотокультиваторы, газонокосилки, мотокосы, мини-тракторы, кусторезы и прочее. Большинство продаж — 57,2% — приходится на такие атрибуты продвинутых дачников, как

мотоблоки и мотокультиваторы. 85% спроса при этом, по данным Евгении Пармухиной, приходится на частных землевладельцев и всего 15% — на муниципалитеты и организации.

"Если ранее садово-парковая техника являлась обязательным атрибутом усадеб исключительно обеспеченных слоев населения,— делится наблюдениями Пармухина,— то начиная с 2000 года значительно увеличилось число покупателей среднего класса. В основном это люди со средним и выше среднего уровнем дохода (от \$700 в месяц), которые, уже имея недвижимость в черте города, активно приобретают садовые и дачные участки. В большинстве случаев покупка садового инструмента совершается впервые лицами, не располагающими опытом по его эксплуатации".

"Кризис сказался не столько на объемах продаж, сколько на структуре,— рассказывает Людмила Антипова, руководитель интернет-магазина "Время удачи".— Люди больше покупают шланги, лопаты, оборудование для парников. А на изыски вроде декоративных фигурок денег у людей нет. Хотя, открыв несколько лет назад интернет-магазин, мы делали ставку не на огородника, а на человека, который на даче отдыхает. Клиент онлайн-магазина дачной техники — это относительно молодой человек, до 35 лет, житель Москвы или Санкт-Петербурга".

Интернет-агрономы

Впрочем, несмотря на непопулярность декоративных фигурок, очевидно, что дачное дело все больше переходит из рук пенсионеров в руки более молодых людей, увлеченных европейской модой на экологически чистую зелень. Поэтому огородные проблемы теперь обсуждают не на грядках, а на интернет-форумах.

В сообществах дачников в "Живом журнале" sadovod.ru, [ru.dachnik](http://ru.dachnik.ru), [cityfarmers](http://cityfarmers.ru) состоят несколько сотен членов. Прощаются и форумы, например, на сайте www.lagg.ru.

Существуют и офлайн-клубы по интересам. Например, клуб "Сеньор-помидор", созданный на базе Научно-исследовательского института овощеводства защищенного грунта (НИИОЗГ), работает уже более десяти лет и предлагает своим членам еженедельные лекции по плодовоовощеводству и цветоводству. Стоимость обучения не превышает 2,5 тыс. руб. в год. "После двух лет обучения человек становится членом клуба и платит лишь членский взнос — 1 тыс. руб. в год",— рассказывает Галина Михасенок, председатель клуба. По ее словам, лекции клуба посещает постоянно около 100 человек, еще 50 ходят на отдельные мероприятия клуба. "Наш клуб существует при селекционной фирме Gavrish, через нее мы покупаем для наших слушателей товар по оптовым ценам,— рассказывает Михасенок.— При этом фирме наш клуб сам по себе прибыли не приносит". В России это пока единственный клуб дачников, занимающийся их обучением.

Социологи даже говорят о появлении нового класса дачников, которые практически целиком переходят на зеленую жизнь. "Это средний класс из больших российских городов, который переселяется в деревни,— говорит Никита Покровский.— Люди, занимающиеся дистанционной работой, фрилансингом, начинают образовывать целые колонии в экологически чистых регионах, в деревнях, иногда даже за 600 км от родного города. Мы видим такие колонии, например, в Костромской области".

АНАСТАСИЯ КАРИМОВА

СТРАНИЦЫ АВТОРОВ

АНАСТАСИЯ КАРИМОВА

[все авторы]