Выращивать овощную рассаду выгоднее, чем сами овощи. Но предприниматели должны быть готовыми к тому, что занимаясь этим бизнесом, им придется конкурировать со своими потенциальными потребителями — мелкими крестьянскими хозяйствами.

В Украине качественная овощная рассада в дефиците. Но не из-за того, что у нас ее не умеют выращивать, а скорее потому, что профессионально этим занимаются всего несколько предприятий. Производители овощей давно смирились с такой ситуацией и стараются обходиться собственными силами.

«Я не сказал бы, что украинским фермерам выгоднее выращивать рассаду самостоятельно, просто на рынке нет должного предложения, — отмечает Олег Холодняк, заведующий отделом селекции Южной государственной сельскохозяйственной опытной станции. — А вот, к примеру, в западных странах фермеры, занимающиеся непосредственно овощами, заказывают рассаду у профильных компаний».

Подтверждает слова коллеги и Юрий Куликов, заведующий лабораторией селекции овощных культур Киевской опытной станции. «Предприятий, которые занимаются в Украине исключительно рассадой, без производства самих овощей, крайне мало. Лично я таких не знаю. За рубежом же все наоборот — одни выращивают рассаду, другие — овощи, а третьи занимаются семеноводством.

Такое разделение позволяет компаниям не распыляться, а концентрироваться на одном виде деятельности. За счет чего и техническое оснащение у таких предприятий намного лучше, чем у нас. Мы к этому, к сожалению, еще не пришли», — констати­рует г-н Куликов.

Мария Колесник, руководитель аналитического департамента консалтингового агентства «ААА», согласна с тем, что рынок рассады еще не заполнен. А основная загвоздка, по ее мнению, в том, что более 50% овощей в стране производится населением, а некоторых видов — до 80–90%. «Нужно учитывать, что крестьяне привыкли самостоятельно выращивать рассаду на своих участках или же приобретать ее на базарах.

Поэтому нет того спроса, который мог бы стимулировать развитие рынка. К тому же население — нестабильный и непрогнозируемый покупатель рассады, ведь с крестьянами заранее не договоришься о количестве поставок и сортах рассады. Другое дело — крупные фермерские хозяйства и сельхозпредприятия: с ними производитель рассады, как правило, заблаговременно заключает договора. К тому же крупные компании могут осуществлять предоплату за рассаду еще на стадии высадки семян, тем самым обеспечив производителю гарантированный сбыт», — разъясняет аналитик.

Сам себе агроном

Некоторые производители рассады начинали бизнес в сложные 1990-е, когда аграрный сектор переживал, мягко говоря, не лучшие времена. В их числе и Татьяна Дудка, директор ЧП «Вариант», вместе с супругом основавшая предприятие по выращиванию рассады еще в 1999 году.

«Мы с мужем по образованию агрономы-овощеводы и всю свою жизнь работали только в аграрной сфере, — говорит Татьяна. — Поэтому решили сосредоточиться на производстве овощной рассады». Второй причиной, по словам предпринимательницы, послужил тот факт, что у супругов не было возможности арендовать большие наделы земли.

«В нашем распоряжении было 11 гектаров. На столь малых площадях экономически невыгодно выращивать лук, морковь и свеклу. Владея небольшим земельным участком, лучше делать ставку на интенсивные культуры. Потому мы и выбрали производство рассады — самый интенсивный из всех видов овощного бизнеса», — объяс­няет г-жа Дудка.

По ее словам, старт дался нелегко, приходилось начинать с обыкновенных деревянных теплиц, отапливаемых углем. «Со стартовым капиталом было непросто, брали кредиты под высокие проценты, договаривались о рассрочке платежей за приобретаемые материалы, — вспоминает Татьяна. — Но каждый год приносил прибыль, которую мы вкладывали в расширение производства. Теперь у нас 3 га теплиц на подпочвенном обогреве, отапливаемых газом. Это позволяет полностью автоматизировать поддержание температуры воздуха в теплице и воды для полива».

Стратегия сбыта

Конечно, чтобы достичь успехов в производстве рассады, фермерам нужно быть готовыми к нелегкому труду. Кроме того, на старте бизнеса предприниматели должны правильно оценивать перспективу, уделяя должное внимание выбору места расположения предприятия, так как от этого зависит будущий сбыт продукции. Юрий Куликов полагает, что если открыть производство в центре Украины и организовать эффективную логистику, вполне реально реализовывать рассаду во все регионы страны. «За день товар доставляется в любую точку Украины. Организовав такой сбыт, можно выращивать рассаду в огромных количествах и получать высокую прибыль», — отмечает он.

Но при этом производители рекомендуют заранее заняться поиском покупателей, так как один неудачный сезон может крайне негативно сказаться на всем бизнесе. «Дело в том, что если клиент вдруг откажется от заказа, придется в срочном порядке искать другого покупателя, — говорит Юрий Куликов. — Поэтому нужно подготовить запасные варианты. В этом случае может помочь организация производства в густонаселенных районах. Если заказчик не заберет товар, всегда можно продать продукцию на рынках или предложить крестьянским хозяйствам».

Чтобы избежать неприятностей с реализацией продукции, Татьяна Дудка рекомендует не зацикливаться на одном направлении сбыта, а искать новых покупателей. «В основном мы выращиваем рассаду по договорам с фермерами и агрохолдингами, но наша рассада также продается во многих сетях гипермаркетов. Уже три года мы сотрудничаем с супермаркетами «ОБИ», а в этом году заключили договора с сетями «Эпицентр» и «Велика Кишеня». В текущем сезоне надеемся начать работу с и сетью супермаркетов «Сiльпо», — делится планами г-жа Дудка.

Те, кому внутреннего рынка покажется мало, могут попробовать свои силы за рубежом. Но, как уверяют эксперты, экспорт — очень опасная затея. «Мы уже пробовали поставлять рассаду за границу, но это оказалось невыгодным делом, — объясняют в ЧП «Вариант». — Очень хлопотно растаможивать такой товар, карантинная инспекция несколько дней будет держать фуру закрытой, пока не убедится в безопасности ее содержимого, а за эти дни рассада может испортиться. Поэтому, учитывая бурное развитие овощеводства в Украине, нет более привлекательных рынков сбыта, чем наш, за исключением разве что российского».

Подтверждает это и г-н Куликов: «Экспорта и импорта рассады овощей почти нет. Причина в том, что при перевозке на большие расстояния она может пострадать. Кроме того, часто возникают сложности с прохождением контроля — карантинная служба запросто может задержать товар, и потом вместо выгоды придется подсчитывать убытки».

У соседей

Производители рассады во всем мире стремятся выращивать как можно больше продукции за короткое время, стараясь максимально исключить из процесса человеческий фактор. В частности, экономить время и ресурсы помогает выращивание рассады в горшочках малого размера. К примеру, в Японии был разработан способ производства под названием paperpot, при котором рассаду в бумажных горшочках диаметром 2 см и высотой 13 см высаживают со скоростью 0,5 га/час при помощи автоматической рассадопосадочной машины.

Подобную систему разработали и швейцарские специалисты: рассаду выращивают в горшочках на субстрате, прикрепленном на расстоянии друг от друга к специальной бумажной ленте, покрытой с одной стороны слоем полиэтилена и свернутой в рулон. При этом высевание семян в горшочки производится автоматически. Процесс налажен таким образом, что специально разработанную посадочную машину, управляемую одним человеком, загружают рулонами с рассадой и при постепенном разворачивании рулонов ленты с горшочками укладываются в почву. Применяя эту технологию, производитель может высадить до 6 га за день.

Тепличные создания

Производство, равно как и продажа рассады, носит сезонный характер. В частности, для некоторых сортов растений семена нужно высевать уже в первых числах января. «Сезон выращивания рассады в Украине длится недолго, максимум два месяца — с конца зимы до начала весны, — поясняет Юрий Куликов. — Производить же овощную рассаду, как и сами овощи, осенью или в начале зимы у нас невыгодно из-за больших затрат на отопление. Фактически для получения ранней продукции в Украине условий нет».

Причина и в том, что выращенные зимой овощи слишком дорогие для потребителя, поэтому фермеры не заинтересованы покупать рассаду в декабре. Примечательно, что от холодов менее зависимы производители из южных регионов. «У них раньше теплеет, а значит, есть возможность раньше посеять, вырастить и продать свою продукцию», — отмечает г-н Куликов.

Стоит заметить, что, по мнению некоторых специалистов, технология выращивания рассады в Украине заметно отличается от европейской. «Прежде всего из-за того, что в нашей стране рассада, как, собственно, и сами овощи, в основном производится в крестьянских хозяйствах, — рассуждает Олег Холодняк. — При таком положении дел говорить о внедрении новых технологий не приходится. Хотя сейчас для этого есть все условия — без проблем можно приобрести качественное оборудование. Единственная сложность — поиск инвесторов, готовых вложить деньги в организацию такого бизнеса».

Татьяна Дудка в свою очередь убеждена, что не стоит отдельно рассматривать понятия «зарубежная» и «отечественная» технологии. «К примеру, в Голландии одни хозяйства выращивают рассаду на стеллажах, а другие — на теплом полу, одни используют торфоперлитные смеси, другие — кокосовое волокно, одни применяют одноразовые полистироловые кассеты, другие — многолетние пенопластовые.

Так же и в Украине: каждый производитель выбирает понравившуюся ему технологию. Ключевое различие только в высоте теплиц. Европейские теплицы выше, что облегчает контроль микроклимата, но при этом очень сильно удорожает стоимость конструкции, — разъясняет директор ЧП «Вариант». — И если говорить о различии технологий, то речь, скорее всего, о том, что способы выращивания рассады лука отличаются от методов выращивания рассады томата или сладкой кукурузы и брокколи».

Вегетарианский расчет

Пример некоторых производителей подтверждает, что при правильном подходе выращивание рассады может стать сверхприбыльным бизнесом. Но, как ни крути, на старте придется изрядно раскошелиться.

«Сегодня рынок рассады конкурентный, и вряд ли можно войти в него, начав с деревянных теплиц, — подчеркивает Татьяна Дудка. — Стоимость 1 га рассадных теплиц, приемлемых по снего- и ветроустойчивости, с системой отопления и орошения составляет от $300 тыс. до $1,5 млн. Конечная сумма зависит от типа теплиц, — пленочные или поликарбонатные, на газовом отоплении или на угле. Львиную долю затрат в структуре себестоимости занимает именно отопление, а также субстраты, кассеты и амортизация теплиц. Правда, если вы топите углем или нет автоматической линии посева, то в список ключевых затрат войдет и оплата ручного труда».

По словам г-жи Дудки, срок окупаемости и рентабельность предприятия зависят прежде всего от уровня применяемых технологий: «Если рентабельность выращивания овощей определяется в первую очередь урожайностью, то рентабельность производства рассады — процентом полученных растений от количества посеянных семян. За многие годы работы мы довели этот показатель до 92–95% в зависимости от видов овощных культур. Это позволяет успешно конкурировать с другими производителями».

По словам Юрия Куликова, с обычной пленочной теплицы площадью 500 кв. м можно получать до 45 тыс. шт. рассады. «В прошлом году стоимость рассады колебалась от 50 коп. до 1 грн за штуку. То есть, продав эту рассаду, можно заработать от 22,5 до 45 тыс. грн, — подсчитывает специалист. — Но, учитывая тот факт, что рассада выращивается только два месяца в году, строить теплицу исключительно под нее невыгодно. Целесообразнее в этой теплице после производства рассады выращивать овощи. На 500 кв. м нужно оставить 1,8 тыс. растений. Таким образом, теплица будет приносить прибыль до сентября-октября».

Начинать же предприниматели рекомендуют с той рассады, которая пользуется наибольшим спросом в конкретном регионе. Соответственно, и технологии подбирать нужно под запланированную продукцию. «С точки зрения применяемых технологий наиболее выгодно выращивать один вид рассады. Но потребителям нужен широкий ассортимент, поэтому приходится постоянно работать над введением в производство все новых и новых видов рассады, — делится опытом Татьяна Дудка. — И, конечно же, в этом бизнесе очень сильно проявляется правило: сначала ты работаешь на имя, а потом имя работает на тебя. Следовательно, новичку будет очень сложно обеспечивать сбыт, так как требовательный потребитель привык доверять производителям с именем и положительной репутацией».

Помогайте, не мешая

К сожалению, в Украине аграрный бизнес не на том уровне, когда фермер может вывести из оборота сотни тысяч условных единиц, чтобы оплатить строительство теплиц. А если быть откровенным, то и несколько десятков тысяч гривен изъять из оборота нашим аграриям очень сложно.

Поэтому предприниматели и не решаются заполнять относительно свободную нишу по производству овощной рассады. Облегчить финансовое бремя фермерам собиралось правительство, пообещав в прошлом году возмещать из бюджета до 50% средств, потраченных на строительство теплиц, на конкурсной основе. Предусматривалось, что рассчитывать на поддержку смогут как раз производители овощей и овощной рассады.

Но, как заметила Мария Колесник, на практике все получается по-другому. «Процедура возмещения средств на строительство теплиц очень сложная, и не факт, что деньги будут выделены. Это незащищенные статьи бюджета, потому каждый год, исходя из доходов бюджета, происходит пересмотр предназначенных на эти цели средств. Да и вообще большой риск — рассчитывать на дотации при производстве рассады. Прежде всего нужен стимул в виде растущего спроса. Если будет увеличиваться спрос, конечно же, вырастет и предложение», — заявляет аналитик.

Сами же производители рассады поддержки от властей давно не ждут. «Если честно, не считаем ее необходимой. Единственное, чем правительство может помочь, так это облегчить процедуру получения долгосрочных кредитов для начинающих», — считает Татьяна Дудка.

Кроме доступных кредитов стимулом для развития рынка могло бы стать привлечение инвесторов в эту нишу. «Странно, что при высоком спросе и отсутствии конкуренции инвесторы не обращают внимания на этот рынок. К примеру, к нам приезжали израильские специалисты по рассаде и очень удивились, когда выяснилось, что при больших объемах выращивания овощей в Украине так мало предприятий по производству рассады», — недоумевает Олег Холодняк.

Хотя, скорее всего, проблема здесь в отсутствии четких правил игры на рынке. «В отрасли нет стабильности. Вот, к примеру, прошлой зимой капуста в магазинах стоила 12–15 грн за кг, а в этом не дотягивает до 1 грн. Если бы была стабильность, думаю, инвесторы чаще обращали бы внимание на рынок рассады. Тогда и новым игрокам можно будет на что-то рассчитывать», — резюмирует Юрий Куликов.