

ны, как Япония, США, Италия, Гонконг, Сингапур, Тайвань, Финляндия, Канада, Швейцария, Швеция. Что же касается 10 стран ЦВЕ, вступивших в ЕС, то в настоящее время большинство из них занимают более чем скромное положение по данному показателю: Чехия (34-е место), Словакия (42-е), Словакия (67-е), Эстония (77-е), Литва (92-е), Венгрия (99-е), Румыния (100-е), Польша (104-е), Болгария (108-е) из 134 стран.

Очевидно, что созданию и развитию кластеров в высокотехнологичных отраслях стран ЦВЕ благоприятствует наличие производственно-технологической и научной инфраструктуры, квалифицированных кадров, психологическая готовность к инновациям. К сдерживающим факторам следует отнести недостаточно высокое качество бизнес-климата, неразвитость институциональной инфраструктуры, ориентацию на быстрое получение эффекта, отсутствие необходимых источников финансирования.

Е.Н. Качановская, магистр экон. наук

Л.В. Пакуш, д-р экон. наук, профессор

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия (Горки)

CUT FLOWER INDUSTRY: CLASSIFICATION AND PRODUCT CHARACTERISTICS

КЛАССИФИКАЦИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ВИДОВ ЦВЕТОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Срезанные цветы — уникальный продукт, оказывающий благотворное влияние на настроение человека. Вместе с тем это товар, которому присущи специфические свойства и характеристики. В статье предложена классификация продукции цветоводства в разрезе цветочной продукции на срез. Особое внимание уделено специфике срезанных цветов как наиболее динамично развивающемуся сегменту отрасли цветоводства.

Cut flowers and foliage are part of a wider product cluster — «Cut flowers, foliage and ornamental plants». The extended cluster includes live plants used for ornamental purposes, as well as seeds and bulbs. But the subject of this article are cut flowers and foliage. Because these two products are marketed, cultivated and distributed in similar ways, and faces similar processes along the distribution channel.

Cut flowers are defined as blossoms from flowering plants sold as stems, bunches, or arrangements [1, p. 5]. The flowers can be fresh, dried, or preserved. Major commercial varieties include standard carnations, roses, chrysanthemums, gladioli, tulips, orchids and lilies.

Cut flowers are highly perishable products and can only maintain very limited life-supporting processes by absorbing water (and nutrients) through their stems, and are thus crucially dependent on efficient and speedy distribution channels, and excellent cold-chain management sys-

tems. They are used for decorative purposes, as gifts, as arrangements or bouquets for formal events or special occasions, and as corsages or boutonnieres. They are purchased to celebrate holidays, in times of illness, for weddings or funerals, on occasions such as International Women's Day (March, 8th), Mother's Day, Valentine's Day, etc., or for everyday display in homes, businesses and public places. Demand patterns are therefore particularly seasonal and dependent on fashions.

Of significantly less importance in terms of market size and value is foliage, defined as cultivated ornamental stems, branches, or leaves grown as filler and foliage for cut flower arrangements and bouquets [1, p. 5]. Foliage is also a perishable product (sometimes less so than flowers). It is used with flowers or on its own to compose bouquets and/or arrangements of various types.

Growing cut flowers is a particularly specialised industry in terms of knowledge requirements. To grow flowers successfully, one often has to learn the trade over a number of years. Added to this is the incredible diversity in the product varieties (different species and breeds), different types of markets, and local conditions (soil, climate, availability of labour, finance, infrastructure, transport routes, etc.), all of which are important elements in determining whether a particular venture or industry will be successful [1, p. 5-6].

Some of the more important product characteristics of the cut flower industry are as follows [1, p. 6]:

- flowers are very time sensitive. They have to reach their destined markets in as short a time as possible (around four days). An important characteristic for the end-user buyer is the length of the flowers' shelf-life (vase-life), which is obviously determined by how fast the flower reaches the point of final sale;

- flowers are very fragile, and need careful packaging and handling. Much has been researched and written on the techniques and procedures for harvesting, packaging and storage of flowers. If these are improperly managed, the quality and durability of the product will be compromised;

- flowers are seasonal. Seasonality affects when production occurs — although hothouses can be used to mitigate this. Consumption might also depend on seasonality, with certain varieties more popular in certain periods and for special occasions (particular holidays and festivals). Counter-seasonality is an important factor for The SADC countries and other southern countries, as they can supply flowers to European market and other northern markets during the seasons domestic producers are unable to;

- flowers depend on fashions and consumer tastes. The demand for flowers is volatile and changes dramatically depending on trends (including colour, shape and smell) and preferences (what flowers are used for at a specific time, such as displays or gifts);

- flowers are income elastic. The demand for flowers increases with increased levels of income. They are also price elastic, but to a much lesser degree.

More than 200 varieties of cut flower products are sold commercially on the major world markets. Floriculture products can be classified into the following categories:

1) indigenous products: protea and other fynbos; foliage (for example, leatherleaf and coral ferns); indigenous bouquets (combining the two categories above);

2) traditional greenhouse products: «classics» (for example, roses, carnations, chrysanthemums); «exotics» (orchids, lilies, etc.); summer flowers (used as fillers, such as Gypsophilla, Monte Casino, etc.);

3) traditional bouquets: mixed bouquets (combining indigenous and traditional greenhouse products).

Largest worldwide demand is for the classic flower varieties that are usually grown in greenhouses, and this is also by far the most competitive and commoditised industry. The fastest international growth in sales is occurring in exotic or novelty flowers, including indigenous varieties.

Literature

1. Trade information brief: cut flowers & foliage / Trade and industrial policy strategies (TIPS), Australian agency for international development (AUSAID). — South Africa, 2006. — 60 p.

А.А. Кравченко

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВРЕМЯ КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА

Категория времени представляет собой фундаментальную проблему, решением которой занимаются ученые из различных областей науки уже несколько столетий. Тем не менее ее актуальность не угасает до сих пор, а только усиливается по мере появления все новых и новых научных открытий. Дифференциация подходов к проблеме времени привела к появлению целого ряда теорий, стремящихся объяснить столь многогранное понятие. Однако, как отмечает в своей работе Ю.Б. Молчанов, всю совокупность данных воззрений можно объединить с помощью антиномичных взаимно дополнительных концепций [1, с. 5]: субстанциальной, реляционной, статической и динамической. Теоретические разногласия данных концепций относятся как к проблеме природы и сущности времени, так и к совокупности свойств, которыми оно обладает.

В настоящее время не менее актуальным является вопрос о необходимости выделения из астрономического времени отдельных локальных времен, которые могли бы отражать специфические временные отношения различных процессов. Так, как отмечает В.А. Канке, всеобщее время есть лишь «в абстрактном, неразвернутом, неконкретном виде единство различных форм времени, а не нечто особенное, существу-