



Проект фінансується
Європейським Союзом



ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ТА ПОЛІТИЧНИХ КОНСУЛЬТАЦІЙ



ЄВРОПЕЙСЬКА ПРАВДА



ВІД ЕКСПОРТУ СИРОВИНИ ДО ЕКСПОРТУ НІШЕВИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ: МОЖЛИВОСТІ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ

Історії успіху Чернігівської, Сумської та Черкаської областей

Дану публікацію розроблено в рамках проекту “Просування реформ в регіони”, який реалізується Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій та Європейською правдою за сприяння Європейського Союзу (<http://ec.europa.eu/europeaid>). Зміст цієї публікації є виключною відповідальністю Поліського фонду міжнародних та регіональних досліджень і організацій-членів Асоціації регіональних аналітичних центрів (Черкаська агенція регіонального розвитку, ГО «Бюро правничих комунікацій» (Сумська область)) і жодним чином не відображає точку зору Європейського Союзу, Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, Європейської правди.

Тексти публікуються в авторській редакції.

За повного або часткового відтворення тексту публікації
посилання на автора та видання обов’язкове.

Від експорту сировини до експорту нішевих продуктів харчування:
можливості Угоди про асоціацію. Історії успіху Чернігівської, Сумської та
Черкаської областей/ упоряд. Т. Зосименко. – Чернігів: Поліський фонд
міжнародних та регіональних досліджень, 2019. – 24 с.

ЗМІСТ

Солодощі з «жіночими іменами» – українська «родзинка» на шляху до європейського ринку	4
За органікою – майбутнє: як на Сумщині нарощують експортні можливості органічного виробництва	6
Корисні та якісні харчові продукти з традиційних українських культур: курс в Європу.....	7
Черкаський “піонер” органіки на ринку ЄС: “стукайте – і Вам відкриють”	9
Підтримка професіоналів має значення: як горіхові солодощі з Черкащини підкорюють ринок ЄС	12
Черкаський бренд «здорових» снєків на низькому старті до ЄС: плюси проєвропейських реформ	13
Місцева підтримка виробників органіки на Чернігівщині: перші плоди на ринку ЄС	15
Від старого заводу комбікормів до виробництва пластівців європейської якості.....	17
Ринок ЄС задає високий рівень, Угода відкриває можливості, решта – питання конкурентоспроможності.....	19
Ягідний шлях на ринок ЄС: результати кооперації чернігівських фермерів	21

СОЛОДОЩІ З «ЖІНОЧИМИ ІМЕНАМИ» – УКРАЇНСЬКА «РОДЗИНКА» НА ШЛЯХУ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ

м. Суми, Сумська область

Суть історії

Вихід на ринок ЄС завжди сприймався українськими підприємствами, особливо дрібними виробниками, як непосильна справа, обтяжена бюрократичною тяганиною, купом недосяжних дозволів та заборон. З початком дії Угоди про асоціацію в Україні розпочалася низка реформ (приведення санітарних та фітосанітарних заходів і системи контролю безпечності харчових продуктів у відповідність до європейських вимог, запровадження прозорих та спрощених митних процедур), які істотно полегшили можливості вітчизняних виробників експортувати продукти харчування до ЄС. Історія сумського підприємства переконує – проторувати шлях на ринок ЄС з якісним авторським продуктом харчування нині під силу навіть маленьким виробникам. Компанія «Доброїж» планує експортувати 2-5 т продукції до ЄС щорічно.

1. Опис проблеми

Вимогливість ринку ЄС та складні процедурні питання сформували у представників малого та середнього бізнесу упереджене ставлення до експорту як низки ризиків, потенційні втрати від яких перекривають очікувані вигоди. У підприємницьких колах побутує думка, що вийти на ринок ЄС під силу тільки великим, потужним компаніям, які не один рік ретельно готувалися до цього.

2. Опис програми/реформи

Відповідно до Глави 4 «Санітарні та фітосанітарні заходи» Угоди про асоціацію Україна має впровадити національну систему контролю за якістю та безпечністю харчових продуктів, яка буде еквівалентна системі Європейського Союзу, що базується на важливому принципі забезпечення контролю «від лану до столу». Нині для всіх підприємств в Україні, що постачають харчову продукцію, є обов'язковим впровадження постійно діючих процедур, заснованих на аналізі небезпечних факторів та контролі у критичних точках (НАССР). Оскільки ця система є інтегрованою в законодавство ЄС, її підтверджена наявність у підприємства відкриває доступ його продукції на європейські ринки.

Для спрощення експорту до ЄС українською митницею було впроваджено сертифікати з перевезення товару EUR.1, що дозволяють товарам українського походження після їх ввезення на територію ЄС користуватися умовами преференційної торгівлі. Ще одним вагомим досягненням у сфері спрощення доступу на ринки ЄС стало започаткування інституту «уповноваженого експортера», що дає право самостійно оформлювати декларацію, незалежно від вартості товару.

3. Результати програми/реформи

Реальні історії невеликих виробників у регіонах свідчать – не обов'язково бути великим підприємством, щоб отримувати максимально ефективний результат від своєї діяльності. А ряд реформ, сформованих під впливом зовнішньополітичного курсу на Європу, цьому сприяє. Виробник корисних солодощів за індивідуальною авторською рецептурою ТМ «Доброїж» Костянтин Гетта з Сум переконаний, що проєвропейські реформи створюють ряд можливостей для виходу на експорт, і з цього потрібно скористатися. Попри витрати часу і ресурсів, це надає можливості піднятися на інший рівень якості і розуміння пов'язаних з цим процесів виробництва та збуту продукції.



[фото 1. Сонячна команда “Доброїж” поділяє філософію здорового харчування та перебуває на низькому старті до ринку ЄС]*

*Джерело фото: AgroPortal.ua

“...Європа дає розвиток насправді. Ти хочеш туди експортувати – підтягуєшся по своїм всім параметрам, щоб відповідати всім цим вимогам...Якщо ми не хочемо розвиватись, де ж ми завтра будемо? Давайте залишимо як є, повернемося в Радянський Союз, що ми будемо мати?”

Костянтин Гетта, власник ТМ “Доброїж”

Розпочати виробництво натуральної продукції Костянтина спонукало бажання створити корисну та безпечну альтернативу магазинним солодощам для своєї родини. Потім захотілося

робити добру справу для українців, адже добра їжа – це той скарб, яким завжди хочеться ділитися. Нині асортиментний ряд підприємства нараховує 18 видів неглазурованих батончиків, 9 видів халви, 6 видів батончиків в шоколаді без цукру. Використовуються такі складові: пророщене зерно соняшнику, мед, кокосова стружка, арахіс, кориця, кунжут, мак, популярна останнім часом зелена гречка. Усе це об’єднується у чудернацькі смаки. Серед них халва з жіночими іменами «Сміяна» та «Ярина», «Забава» і «Любава», батончики «Шоколадний джаз», «Пряний серпень», «Яблучна втіха» та багато інших смаколиків для тих, хто замислюється про своє здоров’я, займається спортом, уникає цукровмісних продуктів, цінувальникам їжі без термічної обробки і, звичайно, дітям.

Скасування візового режиму збільшило можливості підприємців самостійно вивчати ринок ЄС: «...ти бачиш, як люди живуть, що вони споживають, і ти бачиш ніші, в яких ти можеш спокійно зайняти своє місце...», – каже Костянтин Гетта. Під час участі у численних міжнародних виставках він на власні очі переконався, що його продукція цілком у трендах споживання в країнах ЄС та світу. Реалізувати власний експортний потенціал в умовах спрощення митного оформлення та впровадження еквівалентної європейській системи контролю за якістю та безпечністю харчових продуктів, видається набагато простішим: «НАССР пройшов і вже в принципі торгуй, ніяких там заборон немає...не треба якісь кола, пекла пройти, щоб вийти кудись».



[фото 2. Солодощі ТМ “Доброїж” під гаслом “цінуй життя” у трендах світового та європейського харчування]

У результаті поїздок та під впливом лібералізації торгівлі було прийнято рішення розпочати сертифікацію для експорту продукції в ЄС. Наразі проводиться модернізація обладнання, підвищується контроль якості продукції. Сертифікацію планують завершити до кінця цього року. Досягнуто попередніх домовленостей з іноземними партнерами для поставки продукції до Німеччини, Данії, Франції. Орієнтовний обсяг експорту становитиме 2–5 тонн.

Підприємство готове гнучко змінювати асортимент продукції для потреб ринку ЄС, у т.ч. пройти сертифікацію як для органічної продукції. Очікується, що це сприятиме і фермерству в регіоні, адже вже зараз сировина максимально закуповується у місцевих господарів.

Приміром, підприємство має постійний договір із надійним пасічником. Крім того, компанія веде соціально активний бізнес. Підприємці є членами ГО «Українська еко-ініціатива». Частка виручки від продажу продукції спрямовується на проекти зі збереження природи. Це суттєвий чинник надійної репутації та довіри до бізнесу, який цінується європейцями.

ЗА ОРГАНІКОЮ – МАЙБУТНЄ: ЯК НА СУМЩИНІ НАРОЩУЮТЬ ЕКСПОРТНІ МОЖЛИВОСТІ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА

Сумська область

Суть історії

Експортна спроможність українських виробників органічної продукції обмежується складнощами проходження сертифікації за стандартами ЄС, висока вартість якої робить українські товари неконкурентоспроможними на європейському ринку. У Сумській області ініціювали та розвивають механізм підтримки органічних виробників шляхом відшкодування витрат на сертифікацію з обласного бюджету. Цим інструментом вже скористалися 6 підприємств Сумщини, які найближчим часом розраховують наповнити екологічно чистою і смачною продукцією не тільки місцевий, а й європейський ринки.

1. Опис проблеми

Український ринок органічної продукції має величезний експортний потенціал, але розвиток стримується відсутністю ефективного регулювання галузі. Зокрема, відсутність в Україні еквівалентної стандартам ЄС сертифікації перетворює її на доволі складну та дорогую процедуру. Дозволити собі так званий «євролисток» можуть лише поодинокі виробники. У результаті частка органіки в загальному агроекспорті становить лише 0,5%. Крім того, випадки з недобросовісними постачальниками дискредитували довіру до української органіки та призвели до посилення заходів контролю з боку ЄС.

2. Опис програми/реформи

Привабливість ринку ЄС для українських аграріїв та переробників незаперечна – рівень споживання органічної продукції на ньому набагато вища, ніж в Україні. Розуміючи переваги та перспективи органічного виробництва, Сумською ОДА у 2016 р. було ініційовано механізм підтримки місцевих аграріїв цього сектору. У рамках Програми розвитку агропромислового комплексу та сільських територій на період до 2020 року (затверджена рішенням Сумської обласної ради від 07.10.2016, зі змінами, далі – Програма) було виділено напрям підтримки органічного виробництва продукції.

Він передбачає відшкодування 75% витрат, понесених підприємствами агропромислового комплексу області у зв'язку із проведенням та підтвердженням відповідності виробництва органічної продукції та отриманням сертифікату відповідності. Один суб'єкт господарювання може розраховувати на безповоротну допомогу на суму до 15 тис. гривень на рік незалежно від видів сільськогосподарської діяльності та видів продуктів переробки. Максимальний обсяг фінансування Програми за цим напрямком у 2017-2019 роках – 150 тис. гривень щороку. Представники місцевої влади наголошують на можливості збільшення фінансування на сертифікацію у разі, якщо зацікавленість підприємців-виробників органічної продукції буде зростати.

Загальнодержавний контекст для зміцнення експортного потенціалу виробників органіки формує нещодавно прийнятий Закон «Про основні принципи та вимоги до органічного

виробництва, обігу та маркування органічної продукції». Він дозволить Україні поступово вийти на один рівень з країнами ЄС у якості виробництва та можливостях торгівлі органічними товарами. Це не тільки спростить українським виробникам вихід на європейський ринок, а й забезпечить вищий рівень захисту здоров'я споживачів.

3. Результати програми/реформи



[фото 3. ТОВ «Інберрі», що займається вирощуванням органічної лохини, другий рік поспіль проходить сертифікацію за підтримки області*]

**фото з <https://news.agro-center.com.ua/>*

У 2017-2019 рр. відшкодування витрат, пов'язаних із отриманням сертифікату на виробництво органічної продукції, отримали 6 підприємств Сумської області. Серед них: ТОВ «Велесверміорганіка» (лохина), ФОП Марченко А.М. (огірки, помідори, перець, салат, цибуля, гарбуз та інші овочі), ФОП Цвільов М.М. (просо, малина), Сумський національний аграрний університет (гречка, ярий ячмінь, озима пшениця, гінго дволопатево, виноград, малина, смородина), ФОП Горобівський Р.І. (мед), ФГ «Мрія-СК» (гречка) та інші. У 2017 р. з обласного бюджету частково відшкодували витрати за отримання

сертифікатів відповідності стандартам ЄС у сфері органічного сільського господарства на суму 16,5 тисячі гривень, у 2018 р. – на 24,5 тисячі гривень.

Проєвропейські реформи, підтримка держави та області спонукають виробників органіки на Сумщині досліджувати потреби ринку ЄС та шукати нові формати зміцнення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках. Зразком слугує досвід сільськогосподарської кооперації в країнах ЄС. У 2017 р. з метою популяризації якісної продукції місцевих товаровиробників була створена громадська Спілка «Органічна Україна. Північ», що об'єднала понад 30 підприємців. Наразі вони планують створити кооператив виробників органічних ягід для спільного виходу на європейський ринок. Окремі з бенефіціарів Програми вже зараз проводять консультації з іноземними партнерами щодо початку експорту органічної продукції в країни ЄС (зокрема, в країни Прибалтики, Німеччину та ін.) з 2020 року.

КОРИСНІ ТА ЯКІСНІ ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ З ТРАДИЦІЙНИХ УКРАЇНСЬКИХ КУЛЬТУР: КУРС В ЄВРОПУ

м. Глухів, Сумська область

Суть історії

Основу українського експорту до ЄС становить агросировинна продукція, що негативно позначається на природних ресурсах України та обмежує її економічне зростання. Угода про асоціацію не лише відкриває двері для вітчизняних експортерів аграрної продукції завдяки зменшенню ввізного мита на більшість продукції, але й заохочує українських аграріїв не просто вивозити сировину, а постачати на ринок ЄС високоякісну продукцію з вищим ступенем переробки. На хвилі торговельної лібералізації підприємство «Десналенд», що на Сумщині, обрало курс на експорт цілющих харчових продуктів з традиційних українських культур – льону та коноплі.

1. Опис проблеми

Державне регулювання агропромислового виробництва в Україні не має чітко вираженої складової, орієнтованої на нарощування виробництва нішевої продукції. Чинна система підтримки стимулює виробників високомаржинальних культур (кукурудзи, соняшника), не зацікавлених у їх глибокій переробці. Це не лише консервує сировинну модель експорту, але виснажує земельні ресурси України.

2. Опис програми/реформи

В рамках Угоди про асоціацію між Україною та ЄС з 1 січня 2016 р. між ними почала діяти Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі (ПВЗВТ), яка передбачає відкриття доступу до ринків ЄС для українських виробників. Так, понад 95% всіх товарних позицій за Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД) стали для України з митом 0%. І тільки близько 4% залишились в системі тарифного регулювання. Результатом цих заходів лібералізації торгівлі стало зростання експорту сільськогосподарської та харчової продукції до ЄС протягом 2016-2018 рр. Крім того, ЄС впроваджені квоти на безмитне постачання української агросировинної продукції. Тоді як на товари, що є результатом більшого ступеня обробки чи переробки, квоти переважно не поширюються. Це стимулює українських виробників нарощувати виробництво готової до споживання продукції. Для аграріїв північних регіонів України одним із перспективних напрямів відходу від сировинного експорту є переорієнтація на луб'яні культури (льон, коноплі) та виготовлення з них нішевих продуктів харчування.

3. Результати програми/реформи

Європейські тренди здорового харчування зумовлюють зростання популярності таких нішевих продуктів як льняна та конопляна олії прямого віджиму, борошно, висівки та протеїн з них. Серед європейських споживачів ці товари користуються попитом, а ринок ЄС є досить ємним. Втім, висока конкуренція на ньому ще донедавна відлякувала українських експортерів. Зменшення ставки ввізного мита на продукти переробки рослинної продукції до 0% послужило каталізатором посилення експортної активності національних АПК-виробників на європейському ринку. Завдяки нульовому миту їх продукція стала більш конкурентоспроможною за ціновим чинником.

Серед підприємств, які прагнуть закріпитися на ринку ЄС, і ТОВ «Десналенд» (м. Глухів, Сумська область). Воно визначило своєю місією виробництво продукції для здорової нації з традиційних сільськогосподарських культур Сумщини: льону, коноплі, гарбуза. За декілька років діяльності асортимент підприємства поповнився понад 10 видами цікавих та корисних товарів (серед новинок – ванільний та шоколадний протеїни з коноплі, гарбузовий протеїн). Угода про асоціацію загалом та ПВЗВТ зокрема, сприймаються підприємством як контекст, завдяки якому воно позбавлене багатьох перепон у зовнішньоторговельній діяльності. Це не тільки скасування мита, але й зменшення бюрократичної тяганини з оформленням вантажів, спрощення документального оформлення ділових поїздок, відвідувань виставкових заходів завдяки безвізовому режиму.



“Следить за качеством, а не за количеством. Следить за тем, чтобы и наши люди, которые живут у нас в стране, и за рубежом при покупке этого продукта получали удовольствие и знали, что они употребляют... в Глухове есть компания, которая рвется и хочет укрепиться не только на европейском, но даже на мировом уровне – почему бы и нет?”

Сергій Кургалін, директор ТОВ «Десналенд»

Цьогоріч перші партії продукції ТОВ «Десналенд» потрапили до Європи через місцевих посередників. Якість продукції (насиченість амінокислотами, повна група вітамінів), а також відсутність у її складі синтетичних ароматизаторів та консервантів, генетично модифікованих організмів та речовин на їх основі, підтверджені лабораторними перевірками, приємно вразили європейських партнерів. Прозорість підприємства та його готовність до співпраці спонукали європейських партнерів до подальших закупівель української продукції. Вже досягнуто домовленостей щодо постачання конопляної олії до Італії. Важливо, що вся продукція буде представлена на полицях європейських крамниць під брендом «Десналенд» українською мовою.

Однак компанія не планує зупинятися на цьому та розпочала вивчати специфіку прямого виходу на ринки ЄС. Фахівці підприємства проводять юридичні консультації, відвідують тематичні виставки і семінари, радяться з колегами по виробничій асоціації щодо технічних питань експорту та особливостей співпраці з європейськими партнерами. Процес є непростим, багато питань залишаються відкритими: тривають переговори з іноземними контрагентами, продовжується дослідження європейського ринку, ведеться пошук досвідчених фахівців, здатних допомогти підприємству намітити подальші, впевнені кроки у цьому напрямку.



[фото 4. Відмінні смакові якості, унікальні поживні і лікувальні властивості та натуральний склад роблять продукцію ТОВ «Десналенд» привабливою для ринку ЄС]

У подальшому, зі зростанням обсягів експорту, підприємство готове збільшувати потужності виробництва, створювати нові робочі місця, розширювати асортимент продукції, проводити сертифікацію за європейськими вимогами. Інвестори готові фінансувати подальший розвиток підприємства у разі збереження позитивної динаміки його розвитку.

ЧЕРКАСЬКИЙ «ПІОНЕР» ОРГАНІКИ НА РИНКУ ЄС: «СТУКАЙТЕ – І ВАМ ВІДКРИЮТЬ»

м. Черкаси, Черкаська область

Суть історії

Низька культура споживання органіки всередині країни та брак довіри до української продукції на зовнішньому ринку обмежують потенціал виробництва та експорту української органічної продукції. Передбачена Угодою про асоціацію гармонізація українського законодавства до правових норм ЄС надає продукції українських виробників визнання на європейському ринку, а скасування мит та збільшення квот на органічну продукцію формує ряд переваг для аграріїв такого профілю. Їх відчують навіть досвідчені оператори органічного ринку в Україні: завдяки лібералізації торгівлі черкаська «Агрофірма «Поле» нарощує обсяги експорту, розширює асортимент та готується до нарощування переробних потужностей.

1. Опис проблеми

Попри значні можливості для виробництва та експорту органічної продукції, конкурентоспроможність українських виробників на ринку ЄС донедавна обмежувалася ціновим фактором, адже імпортна продукція виходила дорожчою щонайменше на

величину ввізного мита. Брак культури споживання органічної продукції та прогалини у вітчизняному законодавстві допускали можливості зловживань термінами «органік», «еко», «біо» на упаковках товарів, що не мали приналежності до органічного виробництва. Непоодинокими були випадки постачання на ринок ЄС неякісної органіки. Це підривало довіру до українських виробників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. У результаті навіть сумлінним експортерам доводилося проходити додаткові огляди та нести витрати на лабораторні аналізи. У свідомості європейців формувалося негативне враження щодо української продукції.

2. Опис програми/реформи

Тимчасове застосування ПВЗВТ розпочалося 1 січня 2016 року. Однак вже у квітні 2014 року ЄС запровадив для України автономні торговельні преференції, щоб підтримати її економіку в період кризи. Крім торговельного режиму ПВЗВТ, українські експортери мали змогу продавати товари в ЄС у рамках Генеральної системи преференцій протягом ще двох років. Це забезпечило суттєву лібералізацію доступу на європейський ринок для багатьох українських товарів, підвищуючи їх конкурентоспроможність порівняно з конкурентами з третіх країн. Нині Україна входить у п'ятірку країн, які постачають найбільше органічної продукції на ринок ЄС.

Проевропейські реформи в Україні також формують ряд можливостей для виготовлення та продажу на ринки ЄС якісних готових продуктів харчування, у тому числі органічних. З одного боку, це впровадження Міжнародної системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (НАССР — Hazard Analysis and Critical Control Points), що затверджено Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» та доповнена рядом інших законодавчих актів.

З іншого боку, це вдосконалення правових засад органічного виробництва в Україні та їх адаптація до відповідного законодавства Європейського Союзу, що почалося із набуттям чинності Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції». Є й зустрічні ініціативи з боку української держави: податкові пільги для ведення органічного виробництва; впровадження Державної програми по харчуванню органічними продуктами в закладах освіти; іміджева, інформаційна та фінансова підтримка стимулювання попиту на органічну продукцію; сприяння кооперації виробників органіки.

3. Результати програми/реформи

Агрофірма «Поле» – досвідчений виробник зернової сировини та продуктів її первинної переробки з Черкаської області. Компанія почала займатися експортом 15 років тому. Однак розширювати обсяги торгівлі давалося вкрай важко: переважали разові поставки та недовготривалі контракти. На експорт припадало тільки 10-12% від загальних обсягів продукції. Шанс подолати застій в зовнішньоторговельній діяльності та реалізувати свій експортний потенціал фахівці підприємства побачили у виході на ринок органічної зернової продукції в ЄС.



[фото 5. Органічне пшано та продукти його переробки – цінні компоненти для безглютенової дієти, що користуються попитом на ринку ЄС]

Початок дії Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі з ЄС не став для компанії дивом, оскільки вона планомірно розвивалася в обраному напрямі зовнішньоекономічної діяльності. Так, продукція підприємства сертифікована як органічний продукт з 2009 року

та має «євролисток». Однак зняття мита у 2014 році дало можливість здобути переваги над російськими та китайськими постачальниками: за ці роки обсяги експорту до ЄС у компанії збільшилися вдвічі. Компанія спромоглася вийти на об'єми експорту 90%, з яких понад половина припадає на Європу.



“І для України можна поставити за ціль за декілька років, можливо, за 10 років, вийти на об'єм 20-30% експорту органічної продукції. І бажано, щоб це були продукти переробної галузі, а не сировинної. Це є перспектива... Значно легше конкурувати з органічною продукцією на міжнародних ринках.”

Іван Томенко, директор ТОВ Агрофірма «Поле»

Втім, наявність тарифних квот на сировинну органічну продукцію, хай вони і постійно збільшуються, спонукає підприємство розвивати напрям переробки більш глибоко. Ведуться пошуки іноземних партнерів для спільних інвестицій з метою збільшення переробних потужностей в Україні. Вже є напрацювання щодо виготовлення олії з пшона. Перспективним є нарощування експорту органічного борошна та нішевих продуктів борошномельної промисловості. Саме перелічені позиції входять до десятки агропромислових продуктів, в імпорті яких до ЄС органіка займає істотну частку. Є плани виготовлення органічного дитячого харчування. Маючи успішний досвід співпраці з німецьким банком ПроКредітБанк, компанія розглядає можливості кредитуватися за кордоном для подальшого розширення бізнесу.

Цьому сприяє і реформа щодо встановлення вимог до безпеки продукції за системою HACCP. Компанія модернізує технологічні лінії, закуповує сучасну техніку, яка контролює безпеку продукції електронним способом, проходить відповідні інспекції. У найближчій перспективі це дозволить їй із легкістю вийти на ринки ЄС з готовою продукцією, виготовленою із органічної сировини. Додатковим каталізатором слугуватиме законодавче впорядкування сфери української органічної продукції. Це не тільки спростить вихід сертифікованої продукції на міжнародні ринки, але й зміцнить конкурентні позиції проти псевдоорганіки, що підриває довіру до українських виробників.

Керівник підприємства І. Томенко переконаний – за органікою майбутнє. Ця ніша має надзвичайно великі перспективи. Тут не таке конкурентне середовище, як на «традиційному» ринку, відсутні монополії. А різниця в ціні між органічним та звичайним нішевим продуктом сягає 50%. За останні роки компанія збільшила закупівельну надбавку на органічну сировину до 200%, побудувала міцні довготривалі ділові стосунки з десятками сільськогосподарських виробників України та довірчі відносини з покупцями в ЄС. Компанія прагне до кооперації з сільгоспвиробниками. Її досвід, репутація вкупі з перевагами вільної торгівлі з ЄС – це можливість для місцевих фермерів заробляти на органічній сировині втричі більше, ніж на звичайній, зберігаючи довкілля та здоров'я нації.

ПІДТРИМКА ПРОФЕСІОНАЛІВ МАЄ ЗНАЧЕННЯ: ЯК ГОРІХОВІ СОЛОДОШІ З ЧЕРКАЩИНИ ПІДКОРЮЮТЬ РИНОК ЄС

сmt Цибулів, Черкаська область

Суть історії

Експортерам-початківцям часто не вистачає підтримки на їх шляху до ринку ЄС. Багато підприємців губляться у переліку та функціях установ, що займаються питаннями супроводу зовнішньої торгівлі, або ж не довіряють зовнішнім експертам. Приклад партнерства молодого черкаського підприємця ARKMEN, чия продукція вже підкорює любителів натуральних солодошів у ЄС, з Офісом просування експорту доводить – співпрацювати з професіоналами варто та вигідно для бізнесу. З початку експорту і до сьогодні асортимент продукції компанії ARKMEN зріс у 3 рази, виручка збільшилася у 10 разів, солодоші нині експортуються у Словаччину, Польщу, Угорщину, Чехію, Литву, Нідерланди, ОАЕ, Південну Корею.

1. Опис проблеми

Розгалужена система інституцій підтримки експорту складно сприймається підприємцями, яким важко розрізнити функції окремих установ та організацій, а відтак і знайти серед них установу, компетентну у тій чи іншій ситуації, питанні. Потенціал співпраці бізнесу та професіоналів з державних структур щодо питань виходу на зовнішні ринки залишається невикористаним через недовіру бізнесу до влади. Підприємці часто просто не знають про спеціальні програми чи заходи, орієнтовані на підтримку експортерів.

2. Опис програми/реформи

Відкриття вибагливого ринку ЄС одночасно з обмеженням доступу до великого російського ринку з його невисокими вимогами до якості спонукало багатьох підприємців виходити на якісно новий рівень виробництва. Суттєвим полегшенням стало і спрощення процедур митного оформлення, що дозволило звести бюрократичні прояви до мінімуму.

3. Результати програми/реформи

З цим погоджується і Олексій Пархоменко – засновник компанії ARKMEN, що на Черкащині. Олексій від початку був націлений на освоєння зовнішніх ринків. З 2017 р. підприємство випускає суто нішеву продукцію – вишукані та натуральні кондитерські вироби з волоських горіхів у шоколадній глазурі, шоколадні батончики з карамеллю з низьким вмістом цукру. Всі продукти для виробництва солодошів проходять ретельну перевірку та мають сертифікати якості, що відповідають міжнародним стандартам.

Європейські споживачі мають високорозвинену культуру споживання таких солодошів та готові купувати якісну продукцію за відповідною ціною. Коли новий продукт потрапляє на полиці крамниць, покупці ще не знають, “з чим його їсти”. Тож для завоювання їх довіри та прихильності потрібно постійно заявляти про себе на міжнародних виставках, проводити зустрічі B2B з іноземними клієнтами, адаптуючись до умов та вимог кожного з них. Прекрасно це розуміючи, команда ARKMEN активно відвідувала міжнародні виставкові заходи, ярмарки, фуд-маркети, фестивалі. Результати не змусили довго чекати. На виставці



[фото 6. Команда ARKMEN – частий гість на міжнародних виставкових заходах]

“Riga Food” продукцію відмітили потенційні ділові партнери і вже через рік після заснування компанія здійснила першу поставку до Південної Кореї, а з початку 2019 року почалися поставки до Словаччини.

“Це дуже великий плюс, що дають шанс тим, хто здатен його виправдати: не просто “протерти штани” на виставці, а заключити контракти.”

Олексій Пархоменко, засновник компанії ARKMEN



Найбільше сприяння у розширенні географії експорту ARKMEN отримали від Офісу з просування експорту (далі – Офісу). Знайомство з цією установою було випадковим: одногрупниця одного з власників бізнесу скинула лінк на їх сайт. Представники підприємства подали заявку і були відібрані за конкурсом для участі у виставці у Дубаю. За підтримки Офісу стала можливою і участь у торгових місіях до Ізраїлю та Грузії, організована ЄБРР в рамках ініціативи ЄС EU4Business. Вигоди від такої співпраці незаперечні – з початку експорту і до сьогодні асортимент продукції зріс у 3 рази, виручка збільшилася у 10 разів, солодощі нині експортуються у Словаччину, Польщу, Угорщину, Чехію, Литву, Нідерланди, ОАЕ, Південну Корею.

ТОВ “ARKMEN” постійно бере участь у всіх конкурсах Офісу з просування експорту для участі у виставках, торгових місіях. Експортери на власному досвіді переконалися, що в установі працюють професіонали, які гідно представляють державу закордоном і яких дослухаються. Підприємці налаштовані на подальшу тісну співпрацю з установою і навіть готові платити за такі послуги. У планах команди подальше розширення асортименту за завоювання нових ринків: “Ми уявляємо, як увесь світ з посмішкою на устах куштує горіхи ARKMEN та захоплено викрикує різними мовами: Смачно! Delicious! Pysznie! Magnifique! Che delizia!”

ЧЕРКАСЬКИЙ БРЕНД «ЗДОРОВИХ» СНЕКІВ НА НИЗЬКОМУ СТАРТІ ДО ЄС: ПЛЮСИ ПРОЄВРОПЕЙСЬКИХ РЕФОРМ

м. Черкаси, Черкаська область

Суть історії

Для невеликих підприємців без досвіду зовнішньоекономічної діяльності освоєння вимогливого ринку ЄС ще донедавна видавалося надскладною справою з нескінченною чередою витрат та клопотів. З початком в Україні комплексу проєвропейських реформ, передбачених Угодою про асоціацію, виробникам харчових продуктів стало легше адаптуватися до правил гри на ринку ЄС, а лібералізація торгівлі та спрощення процедур оформлення вантажів скасовують останні перепони на шляху якісних та самобутніх українських товарів до європейських споживачів. Черкаський виробник «здорових» снєків «Екі-Некі» вбачає в ринку ЄС значний потенціал для нарощування обсягів виробництва та продажів, а проєвропейські програми та реформи допомагають перетворити амбітні мрії на реальність вже сьогодні.

1. Опис проблеми

У малих та середніх підприємницьких колах України поширений стереотип щодо неприступності ринку ЄС як з позицій високих вимог, так і з точки зору

неконкурентоспроможності вітчизняної продукції порівняно з європейською. Особливі складнощі пов'язують з експортом українських продуктів харчування, які перед надходженням до європейського споживача мають підтвердити свою відповідність стандартам якості та безпеки. Крім того, експортерам-початківцям часто не вистачає організаційної, інформаційно-аналітичної, консультаційної підтримки, а також бракує спеціальних знань і компетенцій у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

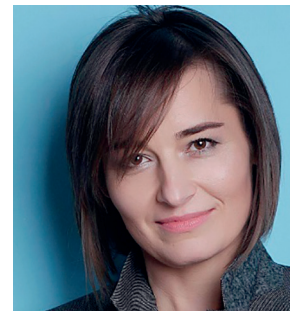
2. Опис програми/реформи

З-поміж усіх визначених Угодою про асоціацію завдань, близько третини зобов'язань України припадає на аграрну сферу, передусім на санітарні і фітосанітарні заходи. Протягом 2017-2018 років було прийнято низку важливих законодавчих норм у сфері безпеки продуктів харчування, дотримання яких дозволяє українським виробникам виступати повноправними з технічної точки зору гравцями на ринку ЄС. Сприяють експорту й зниження мит та процедурні спрощення на митниці. Для підтримки українських експортерів-початківців у 2018 р. при Міністерстві економічного розвитку було створено «Офіс з просування експорту», який нині має статус самостійної державної установи та пропонує українським виробникам ряд програм, спрямованих на розвиток їх експортних компетенцій, а також комплексну допомогу у виході на іноземні ринки.

3. Результати програми/реформи

Інституційна підтримка професіоналів на початкових етапах експортної діяльності є особливо важливою для невеликих виробників, які мають що запропонувати європейському ринку. Підтвердженням тому – історія черкаського виробника «здорових» снеків «Екі-Некі». Компанія «Дінатекс – Альфа» є єдиним в Україні виробником міні-хлібців, що виготовляються з безглютенових круп (кукурудзи, рису, гречки) без додавання підсилювачів смаку, штучних ароматизаторів та консервантів. Продукт містить багато мінеральних речовин, а також клітковину цільних злаків, підходить для дієтичного харчування, вегетаріанцям, є здоровою альтернативою картопляним чіпсам.

«Шукати свою додану цінність для споживача, унікальність, використовувати свою українську ідентичність як перевагу на ринку ЄС», – радить регіональним виробникам ідейна натхненниця «Екі-Некі» Ольга Мельник.



Виробництво розпочалося з бажання створити продукт із місцевої сировини, що підходить для здорового харчування і яким можна сміливо пригощати близьких. Нині бренд «Екі-Некі» вже здобув довіру і прихильність серед споживачів по всій Україні та перебуває на низькому старті до ринку ЄС. Прагнучи вийти на високі стандарти харчової продукції та конкурувати з нею на міжнародному рівні, компанія впровадила систему контролю за безпечністю продукції НАССР та найближчим часом планує сертифікацію за стандартами ISO 22000, розглядає також можливості отримати маркування Glutenfree та «євролисток».



[фото 7. «Екі-Некі» – українські снеки, які скоро оцінять європейські прихильники «здорових» смаколиків]

До освоєння експортного напрямку компанію спонукала також участь у різних програмах та проектах підтримки бізнесу. Наразі ведеться робота над створенням робочого плану експортного виходу на ринок ЄС у рамках програми Export Evolution Pro від Офісу просування експорту. Проводиться глибинне дослідження цільового ринку та каналів

збуту. Для старту обрали Естонію, де рівень споживання снєків в 3,5 разів вище, ніж в Україні, а також Чехію та Німеччину.

Попри ресурсні складнощі, підприємство «Дінатекс – Альфа» переконане: продовження проєвропейських реформ має безперечні плюси для бізнесу та економіки країни в цілому. Це і підвищення технологічного рівня українських виробників, їх конкурентної спроможності на міжнародному ринку, й інтеграція країни до європейської бізнес-спільноти, і сталий відхід бізнесу від орієнтації на російський ринок, і підвищення економічного потенціалу країни.

МІСЦЕВА ПІДТРИМКА ВИРОБНИКІВ ОРГАНІКИ НА ЧЕРНІГІВЩИНІ: ПЕРШІ ПЛОДИ НА РИНКУ ЄС

Чернігівська область

Суть історії

Складність та висока вартість сертифікації органічної продукції для українських фермерів стримує її експорт до ЄС. Завдяки фінансовій підтримці органічного виробництва, що забезпечується коштом обласного бюджету, виробники Чернігівщини сертифікували продукцію на відповідність європейським органік-стандартам та налагодили експорт до країн ЄС.

1. Опис проблеми

Через відсутність ефективного регулювання ринку органічної продукції в Україні, який тільки починає адаптуватися до вимог Угоди про асоціацію, 100% органічного ринку сертифікується за іноземними стандартами. Це зумовлює складність та високу вартість сертифікації продукції, наприклад, за європейськими вимогами. Місцевих виробників органіки турбують наступні проблеми:

- лабораторні дослідження єдиного визнаного в Європі сертифікаційного органу “Органік Стандарт” тривають істотно довго, щоб втратити зарубіжних клієнтів;
- термін дії проведення цих лабораторних досліджень становить 3 місяці, тоді як у інших європейських сертифікаційних органів – 1 рік;
- в результаті понесених витрат та інших турбот для виробництва органічної продукції експорт у країни ЄС стає не вигідним без підтримки з боку держави.

Враховуючи, що дозволити собі таку процедуру можуть далеко не всі виробники, маємо низьку частку органіки в загальному агроекспорті України – 0,5%. Водночас, ринок ЄС є перспективним для вітчизняних підприємств, що виготовляють органічні продукти харчування. Для порівняння: пересічний мешканець ЄС витрачає на органічну продукцію 60,5 євро на рік, тоді як в Україні споживання такої продукції на душу населення становить 0,68 євро на рік.



[фото 8. ФГ “Макишинський сад” – успішний експортер органічних культур до ЄС, який щорічно отримує компенсацію витрат на сертифікацію із обласного бюджету]

2. Опис програми/реформи

Задля здешевлення вартості місцевої органічної продукції, а відтак і забезпечення її конкурентоздатності на внутрішньому та зовнішньому ринках, Чернігівська обласна державна адміністрація розпочала реалізацію Програми фінансової підтримки органічного виробництва в Чернігівській області на 2016-2021 роки (далі – Програма). Програма передбачає компенсацію витрат виробникам агропромислової продукції, понесених у зв'язку із проведенням та підтвердженням відповідності виробництва органічної продукції (сировини).

3. Результати програми/реформи

Протягом 2016-2018 рр. такою підтримкою скористались 11 підприємств регіону. Їм компенсували витрати на сертифікацію для підтвердження відповідної якості органічної сировини в сукупному обсязі 730 тис. грн. Серед бенефіціарів Програми: ФГ “Ніжин Агроінвест”, ФГ “Макишинський сад”, ТОВ “Український аграрний союз”, ФСГ “Золотий Пармен”, ФГ “Лимар”, ТОВ “Етнопродукт”, ТОВ “Біотрейдинг”, ФГ “Агро-люкс” та ін.

Крім того, в області надається організаційна підтримка участі підприємств агропромислової галузі області у міжнародній агропромисловій виставці “Агро” та обласному форумі “Органік Інвест”. За рахунок коштів обласного бюджету сплачуються орендна плата виставкової площі та вартість виставкового обладнання у повному розмірі, вартість рекламної та призової продукції, яка сприяє кращій впізнаваності місцевої продукції та стимулює її споживання.



[фото 9. Продукція місцевого виробника органічних продуктів харчування “Золотий Пармен” на агропромисловій виставці]

Серед основних результатів місцевої підтримки виробників органіки на Чернігівщині: на кінець 2018 року кількість виробників органічної продукції склала 16 суб'єктів господарювання, що у 2,6 рази більше, ніж у 2015 році; 3 фермерських господарства уклали договори на вирощування ягідної продукції та експорту її у країни ЄС, ще 3 компанії налагодили вирощування та реалізацію гарбузового насіння для виробництва органічної олії, інші 3 господарства реалізують зернові безпосередньо у країни ЄС чи через посередників, 2 підприємства виробляють та експортують органічну молочну продукцію.

Для багатьох виробників органічної продукції Чернігівщини фінансова та організаційна підтримка області послужили істотним підґрунтям для зміцнення позицій на внутрішньому ринку та освоєння експортного потенціалу на європейському напрямі. Забезпечуючи компенсацію вагомої статті витрат та сприяючи просуванню продуктів місцевого органічного виробництва, ініціативи місцевих органів влади сприяють подальшому нарощуванню виробництва органіки, посиленню її популярності серед українських та іноземних споживачів. Це формує важливі передумови для поживавлення роботи дрібних фермерських господарств та забезпечення гідного рівня життя сільського населення.

ВІД СТАРОГО ЗАВОДУ КОМБІКОРМІВ ДО ВИРОБНИЦТВА ПЛАСТІВЦІВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ЯКОСТІ

сmt Михайло-Коцюбинське, Чернігівська область

Суть історії

Несприятливий інвестиційний клімат обмежує можливості розвитку підприємств агропереробки в Україні. Натомість Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі, з її тарифною лібералізацією та процедурними спрощеннями, створює сприятливі умови для нарощування експорту високоякісної продукції з вищою доданою вартістю: скасування мит робить її конкурентоспроможною на ринку ЄС, і на неї, на відміну від сировини, тарифні квоти не поширюються. Приклад виробничого комплексу Avena HEAD ТОВ «Добродія фудз» у Чернігівській області є показовим: сприятливий контекст проєвропейських реформ у сфері торгівлі укупі з прагненнями вітчизняних підприємців налагодити виробництво корисних продуктів харчування – це шлях до модернізації українського АПК, нарощування прибутковості українського експорту та подолання його сировинної орієнтації.

1. Опис проблеми

Чернігівщина є регіоном зі значними можливостями для агропромислового виробництва. Внаслідок складної політичної ситуації в Україні більшість інвесторів неохоче вкладають кошти у переробні підприємства, а низька купівельна спроможність населення не стимулює змінювати асортимент і технології відповідно до сучасних трендів у харчуванні. Формується замкнене коло проблем: колишні промислові об'єкти занепадають, агроекспортери, збуваючи великі обсяги сировини, втрачають у ціні та несуть додаткові витрати на транспортування, закріплюється сировинна модель експорту, сільські території занепадають. Враховуючи, що в довгостроковій перспективі ціни на сировину відносно цін на послуги і робочу силу знижуються, Україна як сировинний експортер буде все більше програвати на міжнародному ринку країнам, які виробляють кінцеві продукти з вищою доданою вартістю.

2. Опис програми/реформи

Завдяки початку дії ПВЗВТ, зокрема зниженню ввізних мит до 0% для більш ніж 95% експортних товарних позицій з України, ринок ЄС став дуже привабливим для вітчизняних агровиробників. Однак найбільше від виходу на нього виграють підприємства харчової промисловості, що виробляють продукцію високого ґатунку з більш складною рецептурою (наприклад, зі зниженим вмістом жирів, цукру, солі, збагачені мікроелементами для прихильників здорового способу життя, продукція для алергіків тощо) з місцевої сировини. Товари в цій ніші не тільки користуються високим попитом в ЄС, але й не підпадають під тарифні квоти.

3. Результати програми/реформи

Сприятливий торговельний режим з ЄС формує позитивний контекст для нарощування експорту продукції з вищою доданою вартістю в Україні. Це стимулює аграрні компанії в Україні запускати надсучасні виробничі комплекси, спроможні випускати високоякісні продукти харчування з урахуванням європейських трендів у харчуванні. Так, у 2017 році національна агропромислова група Agricom Group підписала меморандум про співпрацю з Чернігівською обласною державною адміністрацією. І вже навесні 2018 р. на місці напівзруйнованого заводу комбікормів у сmt Михайло-Коцюбинське відбулося офіційне відкриття комплексу Avena HEAD ТОВ «Добродія фудз» з виготовлення пластівців із зернових культур та продуктів на їх основі загальною потужністю 1 тис. тонн готової продукції на місяць.

«Ми вирішили стати не просто аграрною компанією, а й виробляти продукцію із високою доданою вартістю...та пропонувати здорові, корисні продукти, вирощені на нашій землі»

Петро Мельник, виконавчий директор Agricom Group



[фото 10. Територія заводу в смт Михайло-Коцюбинське Чернігівської області до та після реконструкції]

«Добродія фудз» нині включає торгові марки «Добродія» та «San Grano» і виробляє понад 50 найменувань харчової продукції, включаючи як класичні пластівці, так і суміші пластівців для спортивного та дитячого харчування, рецептурні каші, зернові батончики та ін. За словами комерційного директора компанії Дмитра Романова, ЄС є дуже привабливим ринком, а підписання Угоди про асоціацію, включаючи Поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі, зробило продукцію українських виробників більш конкурентною. Високі вимоги до якості, що висуваються в ЄС до продуктів харчування, сприймаються компанією як «дуже гарна школа для розвитку», а також можливості завоювати найціннішу конкурентну перевагу – довіру європейських партнерів і споживачів.



[фото 11. Продукція Avena HEAD – це понад 50 найменувань високоякісних продуктів харчування, визнаних у світі]

Оснащення виробництва високотехнологічним обладнанням Bühler, врахування європейських вимог до виготовлення продукції дозволило підприємству отримати сертифікати якості та безпечності виробництва, підтверджені міжнародними аудитами FSSC 22000, Organic Standard, HALAL, KOSHER. За рік діяльності компанія збільшила обсяги поставок готової продукції до ЄС (Нідерланди, Словенія, Болгарія, Румунія) більш ніж у 4 рази. Виходу підприємства на європейський ринок

сприяли консультації та організаційно-інформаційна підтримка Офісу з просування експорту.

Нарощування експорту призведе до збільшення обсягів виробництва в цілому, від цього виграє не тільки компанія, але й фермери Чернігівщини, яка традиційно вважається одним з найбільш сприятливих регіонів для вирощування вівса – основної сировини для виробництва продукції компанії. «Добродія фудз» розробила експортну стратегію для різних географічних ринків, в т.ч. для ЄС, яка має на меті послідовне нарощування обсягів, розширення географії та асортименту. Важливим кроком є просування продукції (вівсяних пластівців, сумішей зі злаків) для сегменту FMCG (товари поточного споживання), у тому числі private label з європейськими роздрібними мережами.

РИНОК ЄС ЗАДАЄ ВИСОКИЙ РІВЕНЬ, УГОДА ВІДКРИВАЄ МОЖЛИВОСТІ, РЕШТА – ПИТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

м. Сновськ, Чернігівська область

Суть історії

Ще п'ять років тому для українських підприємств конкурувати на ринку ЄС з його високими вимогами до якості та безпеки продукції на фоні істотних тарифних бар'єрів видавалося надскладною місією. Зниження ввізних мит на українські товари сформувало для вітчизняних експортерів суттєві переваги за критерієм ціни, а реформування системи контролю за безпечністю харчової продукції забезпечує передумови для спрощеного доступу якісних українських товарів на ринок ЄС. Так, впровадження європейських стандартів безпеки дозволило Щорському заводу продтоварів без зайвих перепон вийти з нішевими новинками на ринок ЄС, а відсутність мита дозволяє пропонувати їх європейським споживачам за привабливими цінами.

1. Опис проблеми

До початку дії Угоди про асоціацію вихід на один з найбільших, найпотужніших та найбільш захищених ринків світу – ринок ЄС видавався надскладним завданням навіть для досвідчених експортерів. Порівняно з європейськими виробниками українська продукція програвала за ціною принаймні на величину ввізного мита. Крім того, їм доводилося вести конкурентну боротьбу з безліччю підприємств з третіх країн. А зважаючи на відмінності у європейських та українських стандартах якості та безпечності, експерименти з новинками продукції могли коштувати підприємству суттєвих втрат.

2. Опис програми/реформи

Режим вільної торгівлі з ЄС, зокрема асиметрична тарифна лібералізація на користь України, формує для українських виробників унікальні можливості для нарощення та диференціації експорту. Однак для того, щоб у повній мірі скористатися перевагами від торговельної лібералізації з ЄС, вітчизняним виробникам необхідно підтвердити відповідність продукції високим стандартам ЄС. Сприятливий контекст для цього сформувала реформа системи контролю за безпечністю харчової продукції. Зокрема, до вересня 2019 р. всі потужності, що виробляють харчову продукцію, мали запровадити гігієнічні вимоги згідно принципів системи НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points). У сукупності гармонізація українського законодавства у сфері санітарних та фітосанітарних заходів з європейським знижує для вітчизняних експортерів нетарифні бар'єри для виходу на ринок ЄС, а також зменшує їх витрати за рахунок спрощення торговельних процедур, включаючи зменшення кількості дозволів на імпорт та інспекцій.

3. Результати програми/реформи

ПАТ «Щорський завод продтоварів» – підприємство на Чернігівщині, якому за 70-річну історію існування не тільки вдалося зберегти традиційні рецепти солодошів, але й успішно провести ребрендинг, здійснити технологічний прорив та розпочати поставки продукції на європейський ринок, включаючи країни Балтії, Німеччину, Румунію, Грецію. Загалом це понад 200 різних асортиментних позицій на будь-який смак: від цукерок та випічки до пастили і ягід у цукрі.



[фото 12. Рівняння на високі стандарти ЄС – стратегічний вибір керівництва Щорського заводу продтоварів]

Однак утримання та посилення конкурентних позицій на динамічному ринку ЄС з його високими вимогами до якості та безпечності продукції є доволі складним завданням навіть для такого досвідченого експортера як «Щорський завод продтоварів». Донедавна боротися за європейського споживача доводилося як з сильними гравцями з ЄС, так і з третіх країн. Зниження ввізних мит відкрило можливості конкурувати на ринку ЄС на рівні з європейськими виробниками. Для прикладу, після тарифної лібералізації ввізне мито на мармелад з полуниці для українських виробників знизилося до 0%, тоді як для постачальників з третіх країн становить 24% + 23 євро за кожні 100 кг.

Маючи досвід співпраці з європейськими контрагентами, підприємство розуміло, що розширення асортименту відповідно до найсучасніших трендів у споживанні неодмінно веде до збільшення продажів. Це спонукало підприємство поповнити арсенал новинок нішевою продукцією – корисними солодощами: батончиками «Fruiture» без додавання цукру із сухофруктів та горіхів, «Air Strawberry» та «Air Banana» з повітряних зерен рису і ячменю з сушеними полуницею та бананом, мармеладом з натуральних ягід.



[фото 13. Спортсмени з усього світу
обирають натуральні батончики Fruiture
Щорського заводу продтоварів]

Для того, щоб у повній мірі скористатися можливостями реалізації нішевої продукції в умовах вільної торгівлі, важливо було підтвердити відповідність продукції високим стандартам ЄС. У 2016 році компанія впровадила систему менеджменту безпеки харчових продуктів НАССР, про що свідчить відповідний знак на всіх етикетках та пакувальних матеріалах продукції заводу. Це дозволило натуральним смаколикам чернігівського виробництва без проблем потрапити на ринки ЄС, а доступна ціна приваблює до них все більше європейських споживачів. При цьому підприємство не виокремлює продукцію для експорту та для внутрішнього ринку. Всі клієнти є однаково

цінними, тому і критерії якості високі для всіх. В планах компанії – співпраця зі Словаччиною, Угорщиною та Іспанією.

Команда підприємства переконана – продовження реалізації Угоди про асоціацію дасть можливість впевнено йти наміченим шляхом, вибудовувати ринкові відносини із впевненістю у завтрашньому дні. Для підприємств харчової промисловості, які докладають зусиль до забезпечення якості продукції, сумлінно впроваджуючи НАССР, вибудовують ділові взаємовідносини чесно і прозоро – це гарантія замовлень на продукцію, перспективи розвитку і об'єднання зусиль з потужними та гідними партнерами, а для держави – джерела зростання ВВП, зокрема, за рахунок експорту.

ЯГІДНИЙ ШЛЯХ НА РИНОК ЄС: РЕЗУЛЬТАТИ КООПЕРАЦІЇ ЧЕРНІГІВСЬКИХ ФЕРМЕРІВ

м. Ніжин, Чернігівська область

Суть історії

Експорт заморожених ягід та плодів є перспективним способом вирішення проблеми втрат від сезонного зниження цін на свіжу продукцію для українських фермерів. До цього підштовхує й відкриття європейських ринків, передусім тарифна лібералізація, що відбулася після підписання Угоди про асоціацію. Використовуючи вигоди Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі, європейські підходи до організації сільськогосподарської співпраці та спираючись на підтримку держави, фермерському господарству з Чернігівщини «Ніжин Агроінвест» вдалося налагодити поставки заморожених ягід належної якості до країн ЄС.

1. Опис проблеми

Українські фермери-ягідники часто потерпають від втрат, зумовлених сезонними коливаннями цін на цей швидкопсувний продукт. Вирішити проблему можливо шляхом заморожування ягід та їх подальшої реалізації протягом року, у тому числі на ринки країн ЄС, де попит на цю продукцію стабільно високий. Однак тут вітчизняні аграрії наштовхуються на ряд істотних перепон: нестачу потужностей післяурожайної обробки та охолодження, недостатній рівень якості продукції та харчової безпеки виробництва. Істотними бар'єрами для експорту є також замалий обсяг партій, неспроможність самостійно зібрати необхідний пакет документів, знайти виходи на європейських партнерів.

2. Опис програми/реформи

З початком дії Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі, зокрема тарифної лібералізації, багато українських агровиробників отримали преференції в експорті до ЄС над постачальниками з третіх країн та стали спроможними конкурувати за ціною з європейськими фермерами. Наприклад, стосовно заморожених ягід, які нині у трендах здорового харчування в Європі, – скасування ввізних мит для українських експортерів надало змогу знизити ціну на 12-14%. Для підтримки техніко-технологічної модернізації виробництва для його відповідності стандартам НАССР, а також нарощування потенціалу експорту за рахунок сільськогосподарської кооперації розроблені урядові програми підтримки сільського господарства. Зокрема, це можливість отримати дотації на функціонування сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів та до 40% компенсації від вартості придбаної техніки та обладнання вітчизняного виробництва.

3. Результати програми/реформи

Свій ягідний шлях у Європу фермер Андрій Білий почав 5 років тому з гектару землі. Зараз ФГ «Ніжин Агроінвест» – це 40 га площі, на якій вирощують полуницю, малину, смородину, ожину, обліпиху. Ідея розпочати переробку ягід виникла на тлі проблем з реалізацією сирової продукції. Замість продавати ягоди у сезон за збитковими для себе цінами Андрій почав їх заморожувати та шукати вихід на ринок Польщі. Перший досвід коштував підприємцю мінус 80 тис. грн, оскільки для формування достатньої партії слід було докуповувати продукцію в інших виробників. За цим прийшло усвідомлення, що «один в полі не воїн». Спочатку просто співпрацювали з 3-4 знайомими фермерами, наразі сільськогосподарський обслуговуючий кооператив «Дари Чернігівщини» офіційно об'єднав 12 фермерів з Чернігівської та Сумської областей.

“...виходячи в ринок Європи, ти виходиш в світ. А там є лідери, які вже мають великий попит...якщо б не було такої зони економічної торгівлі, то експорт був би набагато складнішим... Ми не маємо додаткових мит...І ми можемо вільно конкурувати з виробниками в Європі”.

Андрій Білий, голова фермерського господарства “Ніжин Агроінвест”



Однак для виходу на більш потужний ринок Європи потрібно не тільки об'єднуватися, але й працювати за високими вимогами до якості, технологічно розвиватись, виводити виробництво на новий рівень. Сприятливе середовище для цього формують реформи системи контролю за якістю харчової продукції. Вони спонукають виробників інвестувати кошти у модернізацію виробництва. У цьому напрямку агровиробники можуть розраховувати на державну підтримку – часткову компенсацію вартості придбаної сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва. Зараз ФГ «Ніжин Агроінвест» вже має позитивний досвід такої підтримки – близько 10% вартості холодильного комплексу було компенсовано з державного бюджету.

Збудувавши сучасний цех шокової заморозки, підприємство на Чернігівщині стало єдиним у Північній Україні, яке дозволяє виготовляти 8 тонн заморожених ягід за добу. Висока якість продукції дозволяє сміливо експортувати її до ЄС, а відсутність мит та тарифних квот надає змогу пропонувати її європейським покупцям за привабливими цінами. За останні два роки СОК «Дари Чернігівщини» реалізував на ринки ЄС майже 1,5 тисячі тонн заморожених ягід місцевого виробництва. Пан Андрій наголошує, що для успішної конкуренції з європейськими виробниками інструменти державної підтримки ягідного бізнесу слід доповнювати та підсилювати.

Фермер переконаний, що ягідництво здатне швидко створити робочі місця з гідним доходом для селян. Об'єднання у кооперативи забезпечить їм доступ до технологій та вихід на партнерів з ЄС, а скасування мит та додаткових дозволів перетворює такі партнерства на взаємовигідну справу. СОК «Дари Чернігівщини» планує нарощувати виробничі потужності у 2,5 рази, напрацьовує лінію овочевого напрямку і готовий до співпраці з фермерами з Чернігівської, Сумської, Полтавської та Київської областей.



[фото 14. ФГ “Ніжин агроінвест” – єдине підприємство у північному регіоні України, що виготовляє заморожені ягоди європейської якості]

Підписано до друку 02.12.2019. Формат 60х84 1/8.

Папір офсетний. Гарнітура Calibri. Тираж 50 прим.

Видавництво:

ФОП Моляренко Ольга Геннадіївна

Адреса: 14014, Чернігівська область, місто Чернігів, вул. Толстого, буд. 125-А, кв. 39

Дата та номер запису про проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця:

2 064 000 0000 037753 від 14.01.2016